

SLUŽBENO GLASILO OPĆINE KRŠAN

21. prosinca 2017.

Stranica 1 - Broj 18

S a d r Ź a j

	Stranica		Stranica
Akti Općinskog vijeća			
65. Odluka o usvajanju Strategije brendiranja destinacije	1	74. Program mjera zaštite pučanstva od zaraznih bolesti i javnih potreba zdravstvene zaštite Općine Kršan za 2018. godinu	97
66. Odluka o usvajanju Strategije upravljanja kulturnom baštinom	30	75. Proračun Općine Kršan za 2018. godinu i projekcije za 2019. i 2020. godinu	98
67. Program održavanja komunalne infrastrukture na području Općine Kršan za 2018. godinu	87	76. Odluka o izvršavanju Proračuna Općine Kršan za 2018. godinu	112
68. Program gradnje objekata i uređaja komunalne infrastrukture na području Općine Kršan za 2018. godinu.....	89	77. Odluka o prihvaćanju Plana razvojnih programa - investicije Općine Kršan za 2018. i projekcije za 2019. i 2020. godinu	115
69. Program izgradnje, adaptacije i održavanja poslovnih, stambenih i ostalih objekata na području Općine Kršan za 2018. godinu	91	78. Odluka o prodaji nekretnine Brenčić Edeo, Plomin 67.....	118
70. Program planova, studija, projekata i podloga za 2018. godinu	93	79. Odluka o prodaji nekretnine, Faraguna Boneta Vanesa, Vozilići 19.....	118
71. Program javnih potreba u kulturi Općine Kršan za 2018. godinu	94	80. Odluka o prodaji nekretnine, LORI d.o.o. Plomin, Vozilići 76.....	119
72. Program javnih potreba u sportu Općine Kršan za 2018. godinu	95	81. Odluka o lokalnim porezima Općine Kršan	120
73. Program socijalne skrbi Općine Kršan za 2018. godinu	96	82. Odluka o osnivanju Povjerenstva za ocjenjivanje prijavljenih programa, projekata, aktivnosti i manifestacija koje se financiraju iz Proračuna općine Kršan za 2018. godinu	121

OPĆINSKO VIJEĆE

65.

Temeljem članka 19. Statuta Općine Kršan (Službeno glasilo Općine Kršan br. 06/09, 05/13) i članka 85. Poslovnika Općinskog vijeća Općine Kršan (Službeno glasilo Općine Kršan br. 07/09, 07/13, 13/13, 05/15) Općinsko vijeće Općine Kršan na sjednici održanoj dana 19. prosinca 2017. godine donijelo je

ODLUKU

I.

Usvaja se Strategija brendiranja destinacije koja čini sastavni dio provedbe projekta - Integrirani program očuvanja, zaštite, razvoja i promicanja kulturne baštine na području Istočne Istre – „Čuvar Istarskog razvoda“ - MIS oznaka KK.06.1.1.01.0034 prema Ugovoru o dodjeli bespovratnih sredstava u okviru operativnog programa „Konkurentnost i kohezija 2014.-2020.“).

II.

Strategija brendiranja destinacije čini sastavni dio ove Odluke i nalazi se u prilogu.

III.

Ova Odluka stupa na snagu osmog dana od dana objave u "Službenom glasilu Općine Kršan".

OPĆINSKO VIJEĆE OPĆINE KRŠAN

KLASA: 021-05/17-01/12
URBROJ: 2144/04-05-17-2
Kršan, 19. prosinca 2017.

Predsjednik
Općinskog vijeća

Zdravko Vidak, v.r.

SADRŽAJ

1. UVOD
2. Poglavlje: Brendiranje – uvodna razmatranja
 - 2.1. Globalni kontekst brendiranja
 - 2.1.1. Globalni turistički trendovi i očekivanja
 - 2.1.2. Motivacija putovanja
 - 2.1.3. Tehnološke promjene značajne za industriju turizma
 - 2.1.4. Kompetitivno okruženje
 - 2.2. Uloga brendiranja – što brendiranje je i što brendiranje nije
 - 2.2.1. Različiti tipovi brendiranja
3. Poglavlje: Brending strategija Kršana
 - 3.1. Definiranje branding ciljeva Kršana
 - 3.2. Brending pozicioniranje
 - 3.3. Proces brendiranja
 - 3.3.1. Ključni faktori brendiranja destinacije (destinacijski pregled)
 - 3.3.2. Segmentacijska analiza
 - 3.3.3. SWOT analiza
 - 3.3.4. Definiranje PoPs (točke jednakosti) PoDs (točke različitosti)
 - 3.3.5. Uloga dionika u procesu brendiranja
 - 3.3.6. Analiza konkurentnosti
 - 3.3.6.1. Usporedba Kršana, Nina i Stona kao destinacije kulturnog turizma
 - 3.4. Modeli izgradnje brendiranja
 - 3.4.1. Brend Piramida
 - 3.4.2. Brend Kotač
 - 3.4.3. Integriranje brenda i marketinških aktivnosti
 - 3.4.4. Razumijevanje posjetitelja i neposjetitelja
 - 3.4.5. Brend arhitektura destinacije Kršan

- 3.4.6. Izgradnja brenda kroz partnerstvo
 - 3.4.7. Životni vijek brenda
 4. Poglavlje: Implementacija brendiranja
 - 4.1. Brend alati
 - 4.1.1. Primjena brend vrijednosti
 - 4.1.2. Marketinška komunikacija brenda s tržištem
 - 4.1.3. Logotip
 - 4.1.4. Slogan
 - 4.1.5. Oživljavanje brend vrijednosti
 5. Poglavlje: Upravljanje brendom
 - 5.1. Interni marketing
 - 5.2. Brend menadžeri
 - 5.3. Upravljačka struktura
 - 5.4. Održavanje brenda
 6. Poglavlje: Mjerenje utjecaja brenda
 - 6.1. Anketiranje i mjerenje zadovoljstva gostiju
 - 6.2. Praćenje medija
 7. Poglavlje: Zaključna razmatranja

UVOD

U kontekstu izrade i korištenja termina, potrebno je razjasniti pojam destinacije Kršan. Općina Kršan nije zemljopisno determinirana i prepoznata kao posebna cjelina. Teritorij je mikro-lokacijski disperziran na nekoliko manjih prepoznatljivih prirodnih i kulturno-povijesnih cjelina. Poradi toga nije moguće kao određenu točku prepoznatljivosti uzeti bilo koji termin, pojam ili naziv a koji bi se podjednako prepoznatljivo reflektirao na cijelo područje općine.

Upravo zbog toga, najrealnije je definirati destinaciju kao Kršan sukladno postojećoj općini kao jedinici lokalne samouprave. Ovdje je potrebno jasno i nedvosmisleno istaknuti kako pojam Kršan ne označava samo mjesto Kršan i ne znači kako je predmet ovog dokumenta isključivo mjesto Kršan, njegova resursna osnova i izgradnja prepoznatljivog identiteta na tržištu.

Naprotiv, pod pojmom Kršan podrazumijeva se cjelokupna destinacija koja se poklapa s teritorijem općine (administrativne granice) te u razradi u strategiji brendiranja obuhvaća cjelokupnu turističku atrakcijsku osnovu, sve postojeće turističke proizvode i usluge kao i sva mjesta koja svojom artikuliranom ponudom čine vrijednosni lanac destinacije Kršan. U tom smislu pod procesom brendiranja destinacije Kršan smatra se brendiranje i svih ostalih mjesta u općini kao što su: Kršan, Plomin, Plomin Luka, Kožljak, Šušnjeva, Čepić, Potpićan.

Brendiranje područja općine Kršan, odnosno destinacije Kršan, postavlja se kao logičan slijed uspostave

izgradnje tržišnog identiteta i tržišne prepoznatljivosti postojeće ponude koja se u destinaciji nudi. Također, brendiranje destinacije treba definirati točke diferencijacije na osnovu kojih će destinacija Kršan graditi svoj prepoznatljivi imidž i globalnu sliku atraktivne, poželjne i održive turističke destinacije.

Strategija brendiranja trebala bi poslužiti kao osnova za tržišnu komunikaciju destinacije Kršan. Osnovna joj je svrha odrediti i pojasniti konkurentni identitet destinacije. To su atributi koji destinaciju Kršan čine prepoznatljivom i nezaboravnom i razlikuje je od ostalih destinacija na čemu se gradi međunarodna konkurentnost.

Destinacijski brend Kršana predstavlja središnju bit Kršana kao turističke destinacije, njegove vrijednosti, obećanja koje brend nudi i jedinstvene prodajne točke.

Strategija brendiranja destinacije Kršan svojevrsna je platforma i vodič za sve koji rade u razvoju turističkog proizvoda destinacije i/ili prodaji Kršana kao turističke destinacije kako bi se brend permanentno izgrađivao, nadopunjavao i osvježavao.

1. Poglavlje: Brendiranje – uvodna razmatranja

1.1. Globalni kontekst brendiranja

1.1.1. Globalni turistički trendovi i očekivanja

Od 2000. godine nadalje bilježi se kontinuirani rast i ekspanzija turizma na globalnoj razini. Turizam karakteriziraju promjene u preferencijama i ponašanjima turista što rezultira širokom diversifikacijom turističkih usluga i turističke ponude uopće. Razvoj turističke ponude usmjeren je ka ciljnim skupinama, odnosno nišaponudi koje su usko povezane s destinacijskim pristupom u daljnjem razvoju turizma. Današnji, suvremeni turizam vrlo je usko povezan s destinacijom, odnosno, određeni razvoj ponude te cjelokupne turističke infrastrukture i suprastrukture. To je i razlog što se na turističkom tržištu javlja sve veći broj destinacija od nacionalnih, regionalnih pa do lokalnih (mikro-lokacijskih) sa specifičnom konkurentnom turističkom ponudom. Ovakav pristup i ovakva dinamika omogućili su da turizam postane jedan od najbrže rastućih gospodarskih sektora na globalnom tržištu i pretvori turizam u ključni pokretač društveno-gospodarskog rasta međunarodne ekonomije. Taj rast doprinosi sve većom raznolikošću i konkurencijom među odredištima.

Turizam nije sam sebi svrha što dokazuje multiplikativni efekt turističke potrošnje ali i direktan utjecaj na razvoj ostalih gospodarskih sektora: graditeljstvo, poljoprivredna proizvodnja i prehrambena industrija, industrija visokih tehnologija, telekomunikacije,

automobilska industrija i industrija prijevoznih sredstava uopće itd. Turizam je postao jedan od glavnih čimbenika međunarodne trgovine, a istodobno predstavlja jedan od glavnih izvora prihoda za destinacije (regije i zemlje) gdje se on sustavno i kontrolirano razvija.

Ovo globalno širenje turizma rezultiralo je nizom pogodnosti za lokalno gospodarstvo ali i zapošljavanje u mnogim gospodarskim sektorima koji su direktno i indirektno povezani s turizmom.

Slika 1. Ekonomski utjecaj turizma na globalnom planu



Izvor: UNWTO (United Nations World Tourism Organisation)

Prema podacima UNWTO¹ (United Nations Tourism Organisation), turizam čini 10% ukupnog svjetskog BDP-a. Jedan od deset radnih mjesta je u turizmu. Turizam ostvaruje 1,4 bilijuna USD kroz izvoz roba te čini ukupno 7% ukupnog svjetskog izvoza. Turizam ostvaruje 30% ukupnog svjetskog izvoza usluga.

¹ Svjetska turistička organizacija (akronim od engl. United Nations World Tourism Organization), je pod-organizacija Ujedinjenih naroda s ciljem praćenja, reguliranja i razvijanja turizma u svijetu. Vodeća je međunarodna organizacija u području putovanja i turizma, osnovana 1976. godine. Zadaća WTO-a je da pomaže zemljama diljem svijeta u maksimizaciji pozitivnih utjecaja turizma na gospodarstvo (npr. u kreiranju novih radnih mjesta, izgradnja infrastrukture i sl.) uz istovremeno smanjenje negativnog utjecaja koje razvoj turizma nosi sa sobom. WTO ima ukupno 138 zemalja članica i više od 350 pridruženih članova (od vlada pojedinih zemalja do turističkih udruženja i privatnog sektora, poput zrakoplovnih kompanija, hotela i tuoperatora). Sjedište u Madridu. Hrvatska je članica od 1993.godine.

Turistički barometar UNWTO-a² navodi kako je u prvoj polovici 2017. godine u svijetu bilo gotovo 600 milijuna turista što je porast od 6% u odnosu na 2016. godinu u istom razdoblju. Regionalno gledano najveći porast od 9% ostvaren je na Bliskom Istoku, dok je u Europi i Africi broj turista porastao za 8%. Azija i Pacifik bilježe rast od 6% dok Sjeverna i Južna Amerika ostvaruju rast od 3%. Ovi podaci daju zaključiti kako motivacija za turističkim putovanjem raste obzirom na sve veću diversifikaciju i ekspanziju ponude i specifičnih turističkih usluga destinacijskog tipa. Održivi rast u većini glavnih destinacija i stalni odmak od drugih doveli su do pozitivnih rezultata.

Posebno je naglašen rast u regijama južne i mediteranske Europe gdje su dolasci turista bili 12% veći nego prethodne godine.

Ovo je sedma uzastopna godina rasta međunarodnog turizma nakon globalne ekonomske krize 2009. godine. Ovakav usporedivi slijed neprekinutog čvrstog rasta nije zabilježen još od šezdesetih godina. Potražnja za međunarodnim turizmom slijedila je pozitivan trend svih prethodnih godina.

Predviđa se da će do kraja 2017. godine u svijetu biti zabilježeno 1,3 milijarde turista (2016. godine zabilježeno je 1,235 milijarde turista).

Do 2030. UNWTO prognozira međunarodne turističke dolaske do 1,8 milijardi, odnosno porast od 3,3% na godišnjoj razini.

Financijski gledano, u 2016. godini međunarodni prihodi od turizma realno su porasli za 2,6% (uzimajući u obzir fluktuacije tečaja i inflacije) s ukupnom zaradom u odredištima koja se procjenjuju na 1.220 milijardi američkih dolara (1,102 milijardi eura).

Turistički trendovi postavljeni u 2017. godini koji će karakterizirati buduća turistička kretanja:

- a. **Millennials** (Milenijaci) - *Millennials* su službeno najveća ciljna skupina odnosno generacija u povijesti turističkih kretanja. Kao najmlađa generacija s raspoloživim prihodima, osigurali su svoj status vodeće grupacije u putovanju i turizmu. Oni su, također, preuzeli primat u odlučivanju vezano za putovanja. Pomažu odlučiti što će biti glavni trendovi i preferencije nove turističke godine. Ne ustručavaju se zatražiti točno ono što žele i način kako to žele. Kada planiraju putovanje, *Millennials* preferiraju imati više opcija na raspolaganju. Žele biti u mogućnosti istraživati i rezervirati putovanja i ture *on-line*.
- b. **Aktivna i avanturistička putovanja** - Ta iskustva uključuju aktivnosti poput: afričkog safarija, plivanja s kitovima u Meksiku ili

Australiji ili planinarenje švicarskim Alpama. Naglasak je na aktivnostima na putovanju. Za 2017. trendovi za aktivna i avanturistička putovanja su pješачke aktivnosti, safari, planinarenje i vožnja biciklom.

- c. **Gastro (gourmet) turizam** - Kada je riječ o putovanju, uvijek se svodi na činjenicu da je hrana vrlo značajan faktor. Gastro (gourmet) turizam postao je trend koji se pojavljuje među putnicima diljem svijeta, a turistički stručnjaci su to primijetili i iskoristili. Iskustva s hranom nisu ograničena samo na blagovanje. To uključuje tečajeve za kuhanje, izlete na farmi i posjet klasičnim tržnicama hrane i čine oko 95% tih iskustava. Ta su iskustva usko povezana s kulturom lokacije, proizvodima destinacije i lokalnih ljudi. Mnogi putnici ovakav način smatraju jednim od najboljih za upoznavanje mjesta u koji putuju.
- d. **Odgovorni turizam** - Globalne promjene utječu na sve nas. Putnici su svjesni utjecaja njihovih iskustava na planetu i kao rezultat toga, više se odlučuju za održive mjere u njihovom putovanju. Turisti su više zainteresirani za ekološki, gospodarski i društveni utjecaj koji čine na odredištu koje posjećuju i vjerojatno će podržati tvrtke koje utjelovljuju ove vrijednosti. Očekuju se značajne koristi od praksi ekoturizma kao i turističke ponude koja ima snažan društveni fokus.
- e. **Bleisure** - *Bleisure* je spoj poslovnog turizma i turizma slobodnog vremena. Motiv putovanja je posao, no nakon obavljenog posla na dan ili dva, poslovni čovjek postaje turist slobodnog vremena i koristi adekvatnu ponudu u destinaciji za odmor.

1.1.2. Motivacija putovanja

Današnji turisti su istraživači. Oni su turisti treće generacije, zahtjevni su, znaju što žele i putuju zbog **motiva** a ne samo zbog potrebe za putovanjem (turisti prve generacije) ili putovanja da se posjeti određeno mjesto (turisti druge generacije). Turist treće generacije ima želju snažno proživjeti svoj godišnji odmor i/ili putovanje, doživjeti iskustvo novih i različitih mjesta, imati individualnu personaliziranu uslugu i otkriti autentične stvari. **Želi biti dio lokalne, jedinstveno i teško ponovljive (replicirane) kulture.**

Žele doživjeti nove kulture, spojiti iskustva kroz različite vrste putovanja, susretati se i komunicirati s lokalnim ljudima i proživjeti autentično iskustvo.

Za destinacije ti čimbenici znače ogroman izazov jer za privlačenje gostiju moraju biti autentični i kreativni, nudeći mješavinu avanture i opuštanja. Osim toga, destinacije trebaju ponuditi besprijekorno iskustvo

² UNWTO Tourism Barometer, september 2017.

putovanja koristeći nove tehnologije kako za komunikaciju (digitalne taktike) tako i za stvaranje atrakcija (tehnologija proširene stvarnosti npr.).

1.1.3. Tehnološke promjene značajne za industriju turizma

Od 2000. godine, na globalnoj razni dolazi do važnih tehnoloških promjena koje posebno utječu na brži razvoj turizma, putovanja i mobilnost turista uopće. Promjene u tehnologiji vidno i bitno olakšale su pristup informacijama i općenito informiranosti o turističkoj ponudi. S druge strane, novi tehnološki pristupi značajno su omogućile bolju tržišnu vidljivost turističke ponude u destinacijama.

Najvažnija tehnološka promjena koja je doslovno olakšala razmjenjivanje informacija je svakako internet. S datumom 30. lipnja 2017. godine zabilježen je broj korisnika interneta u svijetu od 3,9 milijardi³. Internet i s njim povezane tehnologije uvelike su otvorili prilike za personaliziranu komunikaciju i društveno umrežavanje. To je utjecalo na povećanje turističke potrošnje poradi lakše mogućnosti organizacije putovanja od *bookinga* pa sve do transfera, koristeći mobilne uređaje. S druge strane, destinacije su u mogućnosti u realnom vremenu na brz i adekvatan način marketinški promovirati i prodavati turističke usluge bilo gdje i bilo kojim ciljnim skupinama i ujedno kroz proces brendiranja povećavati svoju tržišnu vidljivost. Destinacije imaju na raspolaganju revolucionaran način da kroz korisnički generirani sadržaj „koriste“ svoje posjetitelje kao promotore turističke ponude u smislu objavljivanja komentara, fotografija, videozapisa i *on-line* dijaloga o svom odmoru. Posebno se to odnosi na komunikaciju preko društvenih mreža.

Internet je omogućio da i manje destinacije s vrlo ograničenim financijskim sredstvima za marketing i promociju mogu doseći svoju ciljanu publiku te na taj način budu konkurentne svojim turističkim uslugama.

Neminovno, s rastom turističkog prometa rasla je i potražnja za prijevozom putnika. Tehnološke promjene u industriji prijevoza pozitivno su se reflektirale na mobilnost putnika. U prvom redu to se odnosi na proizvodnju prijevoznih sredstava: osobni automobili, autobusi, zrakoplovi, vlakovi, putnički brodovi, odnosno ugradnju visoko sofisticiranih elektronskih uređaja i sredstava kao i digitalizacija i programiranje, koja su prijevozna sredstva učinila bržim i sigurnijim. Veći obim putnika i prijevoznih sredstava rezultira i izgradnjom nove i modernizacijom postojeće prijevozne infrastrukture kao što su autoceste, zračne luke, željezničke pruge, putničke morske luke.

1.1.4. Kompetitivno okruženje

Brendiranje destinacije umnogome ovisi o kompetitivnom okruženju. Današnje kompetitivno okruženje na svim razinama, od nacionalnih preko regionalnih do mikro-lokacijskih vrlo je snažno i zahtjevno. Kako se turizam smatra značajnim faktorom koji doprinosi nadasve lokalnoj ekonomiji i gospodarskom razvoju, logično je da se svake godine s ponudom konkurentne turističke ponude uključuje sve više destinacija.

Ostvariti danas bolju tržišnu vidljivost vrlo je zahtjevno. Proces brendiranja jedne destinacije nikad nije bio složeniji i zahtijeva pomnu i permanentnu akciju s točno i jasno definiranim strategijama komuniciranja kako bi se polučio željeni rezultat.

Za tržišno pozicioniranje destinacije, vrlo je važno istražiti i identificirati čimbenike motivacije turista, njihove preferencije i načine ponašanja.

Uopćeno gledano, priroda, kultura, baština i avantura često se navode među posjetiteljima kao važni elementi u njihovoj idealnoj destinaciji za odmor. U tom smislu destinacije imaju izazov kreirati takav turistički proizvod koji će zadovoljiti ove motive, odnosno kreirati maštovite načine doživljavanja svoga prostora i atrakcijske osnove te istodobno potencirati svoje jake konkurentske snage u smislu postojećih resursa koje destinaciju čini različitu od drugih.

Konkurentski identitet gradi se na specifičnostima kojima turistička destinacija raspolaže a koje ih mogu uvelike segmentirati i razlikovati od konkurentskih prednosti ostalih kompetitivnih destinacija.

1.2. Uloga brendiranja – što brendiranje je i što brendiranje nije

Brendiranje predstavlja kreiranje konkurentnog identiteta. Konkurentni identitet diferencira destinaciju od svih ostalih.

Sam brend se odnosi na osnovne karakteristike destinacije, njene prednosti koje proizlaze iz resursne osnove što čini njenu osobnost te ju čini prepoznatljivom i različitom od konkurenata. Brend predstavlja samu bit destinacije, odnosno ono po čemu je specifična i što je izdvaja od ostalih.

Brend nije logotip, slogan, proizvod ili marketinška kampanja koja se provodi s ciljem povećanja tržišne vidljivosti na turističkim tržištima, već dinamičan odnos između turističkog proizvoda i potencijalnog posjetitelja-turista, odnosno percepcije potencijalnog posjetitelja-turista prema destinaciji koja se brendira. Brend je osnova iz kojeg proizlaze komunikacija s tržištima (kanali prodaje, promotivni kanali i dr.) kao i

³ <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

kreiranje vizualnog identiteta koji služi za lakše komuniciranje na tržištima.

Osnovni princip brendiranja polazi od percepcije potencijalnog posjetitelja-turista na osnovi fizičkih atributa turističkih proizvoda ili usluga kreiranih u destinaciji. Uspješnost brenda mjeri se od prihvatanja potencijalnih posjetitelja-turista tj. njihove zainteresiranosti i motiviranosti za turističke proizvode i usluge u destinaciji i konačno njihove percepcije, odnosno kako potencijalni posjetitelj-turist percipira samu destinaciju.

Uspješan brend je prepoznatljiv kada ga potencijalni posjetitelji-turisti percipiraju kao relevantnog, jedinstvenog, ima dodanu vrijednost i najviše odgovara njihovim potrebama.

Brendiranje je proces koji uključuje skup tehnika i aktivnosti kojima se osigurava da potencijalni posjetitelji-turisti razumiju destinacijski turistički proizvod (samu destinaciju) na poželjan i prihvatljiv način. Brendiranje dosljedno i permanentno ističe destinacijske prednosti kroz atraktivan turistički proizvod i zadatak mu je osigurati pozitivnu percepciju.

Brendiranje ima zadatak predstaviti osobnost destinacije u smislu karakterističnosti, nezaboravnosti i vrijednosti za definirane tržišne segmente. Ujedno zadatak mu je i održavanje odanosti posjetitelja-turista.

1.2.1. Različiti tipovi brendiranja

Obzirom na osnovnu svrhu brendiranja u cilju postizanja tržišne vidljivosti i prihvatljivosti od strane potencijalnih posjetitelja-turista u smislu stvaranja pozitivne percepcije, brendiranje se može podijeliti na nekoliko razina:

- **brendiranje turističkog proizvoda** - odnosi se na brendiranje pojedinog turističkog proizvoda unutar destinacije. Ovdje se destinacijsko brendiranje smatra sekundarnim obzirom da je naglasak na pojedini proizvod koji je jaka snaga same destinacije te se njegovim brendiranjem postižu puno bolji rezultati u smislu vidljivosti i pozitivne percepcije od destinacijskog brendiranja. Brendiranje turističkog proizvoda neminovno vodi i ka destinacijskom brendiranju ali kroz pojedini segment, a ne destinacije u cjelini. Fokus je na pojedinom turističkom proizvodu koji sadrži emocionalnu vrijednost za potencijalnog posjetitelja-turista;
- **brendiranje turističke usluge** – odnosi se na interakciju između pružatelja usluga i korisnika. Odvija se u određenom vremenskom razdoblju i ovisi o tome je li korisnik uspio dobiti percipiranu vrijednost za novac. Vrlo često postoje standardi koji korisnicima garantiraju kvalitetnu uslugu ali i

na osnovu kojih korisnik vrlo lako može mjeriti učinkovitost pružene usluge. Obično se radi o uslugama prijevoza, npr. avio-kompanija i usluga smještaja npr. hotela (poznatih hotelskih brendiranih lanaca);

- **brendiranje destinacije (odredišta)** – odnosi se na određeno područje determinirano povijesnim, kulturnim, prirodnim i ostalim prepoznatljivim faktorima. Brendiranje destinacije obavezno sadrži sve elemente koji karakteriziraju područje a to su: ljudi i njihov način života, tradicija i baština, kultivirani i prirodan krajolik, jezik i narodno stvaralaštvo, tipični proizvodi i proizvodi obrtništva. Obično su elementi naslijeđeni iz prošlosti i nadograđivani, mada mogu biti i nanovo izgrađeni (npr. Dubai). Pri destinacijskom brendiranju, gledajući s aspekta potencijalnog posjetitelja-turista primarno je fokusirati se na percepciju odredišta i njezinu emocionalnu privlačnost kao i odgovor na pitanje zbog čega bi potencijalni posjetitelj-turist trebao izabrati određenu destinaciju. Destinacija mora komunicirati svoj "*lifestyle*"⁴ koji je vrlo snažan pokretač razvoja inovativnih i integriranih, modernih, turističkih usluga te mora stvoriti emocionalnu vezu sa svojom publikom;
- **brendiranje mjesta** – odnosi se na kreiranje tržišne vidljivosti i pozitivne percepcije pojedinog grada, malog mjesta, sela ili lokacije (npr. Stonehenge u Velikoj Britaniji). Cilj brendiranja mjesta je prenijeti *genius loci* odnosno „duh mjesta“ kao nešto što je atraktivno za posjetiti. „Duh mjesta je određen materijalnim (građevine, lokaliteti, pejzaži, rute, objekti) i nematerijalnim elementima (memorije, usmena predaja, rituali, festivali, tradicionalno znanje, vrijednosti, mirisi), fizičkim i duhovnim elementima koji daju značenje, vrijednost, emociju i začudnost mjestu. Radije nego odvajati duh od mjesta, nematerijalno od materijalnog, i smatrati ih oprečnima, istražili smo načine na koje oni utječu jedan na drugi i time se međusobno definiraju. Duh mjesta se stvara raznim društvenim čimbenicima, njegovim arhitektima i menadžerima, kao i korisnicima, koji svi pridonose aktivno u stvaranju značenja. Shvaćen kao odnosni koncept, duh mjesta poprima pluralni i dinamični karakter, sposoban sadržavati mnogostruka značenja i posebnosti, promjenjiv vremenom i pripadajući različitim skupinama. Ovaj dinamičniji pristup je primjereniji današnjem globaliziranom svijetu koji karakteriziraju kretanja transnacionalne populacije, izmještenih populacija, povećanih kulturnih kontakata, pluralističkih društava i mnogostrukih vezanosti uz mjesto. Duh mjesta nudi jače razumijevanje životnog, a

⁴ Lifestyle, eng., = način života

istodobno i trajnog karaktera spomenika, lokaliteta i kulturnih krajolika. On pruža bogatiju, dinamičniju i sveobuhvatnu viziju kulturne baštine. Duh mjesta postoji, u ovom ili onom obliku, praktično u svim kulturama svijeta i čine ga ljudska bića koja reagiraju na svoje društvene potrebe. Zajednice koje nastanjuju neko mjesto, posebno kada su to tradicionalna društva, trebale bi intimno biti vezane uz čuvanje njegove memorije, vitalnosti, kontinuiteta i duhovnosti⁵.

U svijetu globalizacije i velike homogenosti, brendiranje mjesta sa svojim specifičnostima i originalnim „duhom mjesta“ predstavlja adekvatan način da se potenciraju lokalne specifičnosti i autentičnosti;

Navedene razine brendiranja u svakom se trenutku procjenjuju u smislu fokusa na načine na koji se mogu najbolje iskoristiti. Stoga se unutar navedenih razina brendiranja podjela može atomizirati i na;

→ **Tematsko brendiranje** – odnosi se na fokusiranje na određeni segment života u destinaciji koji destinaciju čini jedinstvenom, prepoznatljivom i neponovljivom. Za primjer ove vrste brendiranja može se istaknuti tirolski način života u Austriji ili provansalski način života u Francuskoj. To konkretno znači da su i tirolski i provansalski način doživljaja života jedinstveni i neponovljivi i kao takvi primjereni za brendiranje. Tematski brendovi mogu biti snažniji od pojedinačnih jer pričaju priču i u stanju su brže uspostaviti izravni odnos s potencijalnim posjetiteljima-turistima na emocionalnoj razini. Tematsko označavanje odnosi se na odabir određene teme, koja ujedinjuje proizvode i iskustva koje destinacija nudi. Tematske marke također mogu biti korisne kada područje (zemlja, regija, lokacija) dijeli sličnu zemljopisnu strukturu i kulturu sa svojim susjedima, te su na taj način smanjene mogućnosti za osobnu diferencijaciju. Nužno je da tematski brendovi osiguraju i odražavaju vrijednosti destinacije, inače će se proces svesti samo na činjenicu kako je i ta destinacija zbirka istih i sličnih proizvoda koje posjeduju i ostale destinacije čime je diferencijacija ostala nerealizirana;

→ **Brendiranja manifestacija i/ili događaja** – odnosi se na stvaranje identiteta destinacije kroz manifestacije i događaje (npr. festivali). Događaj može biti autohtonog karaktera koji je usko vezan za tradiciju i baštinu kraja bez obzira radi li se o materijalnoj ili nematerijalnoj baštini, ili pak može biti međunarodni događaj koji je vezan za neku temu (npr. muzički festival, sportski događaji i sl.). Ovakvi događaji imaju za cilj pojačati vrijednost

destinacije ili čak potpuno izmijeniti percepciju i sliku o destinaciji;

Proces brendiranja provodi se sa svrhom prepoznavanja destinacije kroz komuniciranje konkurentskih prednosti (ono što čini destinaciju drugačiju od drugih) prema potencijalnim posjetiteljima-turistima.

Vrlo je važno istaknuti kako brendiranje destinacije ne smije biti isključivo usmjeren samo na interese potencijalnih posjetitelja-turista, već mora biti prihvaćeno od strane domicilnog stanovništva i odražavati i uvažavati njihove stavove i težnje. Stoga brendiranje mora biti od strane lokalne samouprave i svih dionika u procesu izraz zajedničke vizije destinacije u smislu daljnjeg oblikovanja destinacije kroz razvoj i investicije. To znači kako je kardinalno da lokalna samouprava realno razumije potrebe svoga područja kako bi se omogućio održiv i odgovoran ekonomski rast kroz pametno iskorištavanje postojećih resursa. Ako percepcija razvoja lokalne samouprave i investitora s jedne strane i lokalnog stanovništva s druge strane nisu u harmoničnom odnosu, tada će i ekonomski učinak destinacije biti neoptimalan. Ako su u harmoniji tada se može očekivati jaka zajednička sinergija u jačanju vrijednosti destinacije. Ponašanje lokalnog stanovništva bitno utječe na percepciju potencijalnih posjetitelja-turista u smislu gaj li lokalno stanovništvo prema njima osjeća prihvatljivosti ili animoziteta. Pozitivna vanjska percepcija u tom smislu može bitno doprinijeti kvaliteti života kroz uključivost lokalnog stanovništva u procese (npr. tzv. privatno iznajmljivanje).

Iluzorno je očekivati da će brendiranje destinacije koje potencira i promovira „osjećaj mjesta“ riješiti sve poteškoće gospodarskog i socijalnog razvoja, ali svakako može dati odličan impuls i prednost pred ostalim destinacijama u cilju identifikacije, učinkovitog upravljanja, novi razvoj, privlačenja ulaganja, stvaranja pozitivne klime zapošljavanja i poduzetništva, odnosno rezultirati društveno korisnim aspektima.

Za brendiranje destinacije kojima se ističe „osjećaj mjesta“ potrebno je niz čimbenika koji uglavnom proizlaze iz sljedećeg:

→ **mjesto:** fizički izgled, njegova povijest i kulturna baština, izgrađen i prirodni okoliš, način na koji se danas predstavlja u smislu prepoznatljivosti (kultura, povijest, festivali itd.);

→ **proizvodi:** proizvode s kojima je mjesto povezano i s kojima se identificira. Obično su to tipični proizvodi destinacije. Jaku stranu čine proizvodi koji se već duže vremenski razdoblje proizvode na tom području pa su faktor identifikacije mjesta, odnosno mjesto ih posjeduje (npr. sir parmezan, stonske kamenice itd.);

⁵ Deklaracija Internacionalnog Savjeta za spomenike i lokalitete (ICOMOS), 2008. godina

- **ljudi:** uloga stanovništva, odnosno njihova zasluga u stvaranju karakterističnog načina života pojedinog područja. Stanovnici igraju važnu ulogu definirajući način na koji drugi vide mjesto, u smislu njihove kulture (povijesni i suvremeni), način na koji se ponašaju, njihovi stavovi, kako se odnose prema posjetiteljima, govor, ugled unutar nacionalne povijesti i kako su pridonijeli nacionalnom karakteru, poznati i zloglasni ljudi koji su došli iz toga područja;

Prema Akademiji urbanizma Velike Britanije⁶, sljedećih pet kriterija od važnosti su za kreiranje brenda:

- snažno gospodarstvo, uključujući dinamičan poslovni sektor i kvalificirana radna snaga;
- prepoznatljiv osjećaj mjesta i povijesti;
- vrhunska kvaliteta života i živa kultura;
- zaštita okoliša i „zeleno“ usmjerenje, uključujući kvalitetan otvoreni prostor;
- usredotočenost na razvoj više sektora, uključujući održivi transport i dobru prometnu povezanost;

2. Poglavlje: Brendning strategija Kršana

2.1. Definiranje branding ciljeva Kršana

Glavni ciljevi branding strategije Kršana mogu se sagledati kroz:

1. **Povećanje vidljivosti Kršana kroz iskustvene turističke proizvode** – uključuje kulturu i baštinu, povijest, ljude, prirodu, davanje turistima bogatijeg i višedimenzionalnijeg iskustva;
2. **Kreiranje prepoznatljivog profila Kršana** – prioritet je kulturna revalorizacija Kršana kroz kreiranje iskustava i doživljaja kao okosnice turističkog brendiranja. Ispunjenje ovo cilja mora dati odgovor na pitanje zbog čega bi turisti za svoju destinaciju odabrali Kršan;
3. **Dokazati dostupnost Kršana** – iskomunicirati postojanje turističke infrastrukture, proizvoda i usluga potrebne turistima. Dokazati kako Kršan nije daleko, nije komplicirano doći, lako je moguće rezervirati usluge, kombinirati različite sadržaje, aktivno istraživati područje, biti u interakciji s lokalcima;
4. **Promoviranje aktivne interakcije** u smislu postojanja iskustvenih doživljaja kreiranih za turiste u kojima oni aktivno sudjeluju;
5. **Održavanje brenda** – aktivno uključivanje posjetitelja-turista u vrijednosti Kršana, kroz njihovu povratnu informaciju na osnovu čega se brend stalno nadograđuje i širi;

Ciljevi brendiranja Kršana u procesu implementacije brendiranja moraju sadržavati sve potrebne ključne točke za stvaranje prepoznatljive tržišne robne marke a to su:

- razlikovanje destinacije Kršana od svojih konkurenata;
- povećanje svijesti o Kršanu i prepoznavanje Kršana od strane potencijalnih posjetitelja-turista (*Aha* efekt);
- stvaranje pozitivne slike Kršana kao destinaciji koristeći pomno osmišljene marketinške poruke s ciljem usmjerenja fokusa potencijalnih posjetitelja-turista;
- dati destinaciji Kršan snažan identitet kroz kreiranje brenda;

Sukladno postavljenim ciljevima i njihovim ključnim točkama postavlja se i **vizija** brendiranja destinacije Kršan:

Kršan će do 2025. godine imati iskustvene turističke proizvode bazirane na principima održivosti i odgovornosti, odnosno izgrađenu turističku infrastrukturu i suprastrukturu koja uspijeva privući posjetitelje-turiste koji žele doživljaj jedinstvene lokalne kulturne ponude kao i iskustava vezano za aktivnosti u prirodi

1.1. Brendnig pozicioniranje

Brending pozicioniranje odnosi se na razumijevanje što potencijalni posjetitelji-turisti na tržištu misle o destinaciji, odnosno kako reaguju na nastojanja, dali ih potvrđuju i prihvaćaju. Svrha pozicioniranja je postignuti maksimalno najbolju pozitivnu poziciju na tržištima kao i pozitivnu sliku o destinaciji u percepciji potencijalnih posjetitelja-turista, a u odnosu na konkurente.

Za branding pozicioniranje potrebno je utvrditi ključne atribute. Ključni atributi destinacije Kršana su sljedeći:

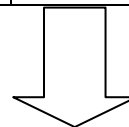
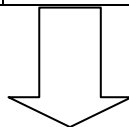
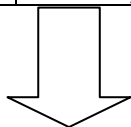
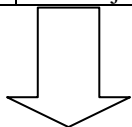
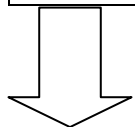
⁶ The Academy of Urbanism

SLUŽBENO GLASILO OPĆINE KRŠAN

21. prosinca 2017.

Stranica 9 - Broj 18

KULTUROLOŠKE ZNAČAJKE	RURALNI LIFESTYLE	ATRAKCIJE I ISKUSTVA	KLIMA	DOSTUPNOST
Osiguravaju diferencijaciju i visoku atraktivnost. Kulturološke značajke destinacije Kršan kao što su: kaštel Kršan s pričom o Istarskom razvodu (projekt: Čuvar istarskog razvoda) i glagoljici, Plominski natpis i urbana plominska priča (projekt Citadela Plomin), muzej Vlaški puti i priča o vlaškom jeziku, kaštel Kožljak (projekt: muzej kontemplacije). Za potpunu diferencijaciju i potpuno bendiranje biti će potrebno ove projekte izrealizirati sukladno usvojenom Master planu turizma općine Kršan 2017.- 2025.	Trenutno najjača snaga destinacije Kršan uz manifestacije. Ruralni ambijent Kršana s kućama za odmor te proizvođačima tipičnih proizvoda karakterističnih za destinaciju nudi odmak od svakodnevnog užurbanog života. Posebna točka diferencijacije odnosi se na reljefnu raznolikost koja omogućuje jedinstveno iskustvo posjetiteljima kroz aktivan odmor: boravak u prirodi od morske obale do brdskih i planinskih predjela na vrlo maloj udaljenosti. Posebno se ističe i doživljaj ruralnog načina života usko povezanog s kulturnom baštinom, običajima i tradicijom kraja.	Osim kulturoloških značajki, jaka točka diferencijacije jesu iskustva kroz manifestacije. Posebno se naglasak daje na Festival samoniklog bilja, kao originalnog osmišljenog događaja u popularizaciji samoniklog i ljekovitog bilja kraja u smislu turističke ponude. Festival ima realnu šansu prerasti lokalne okvire i postati prepoznatljivi za cijelu jugoistočnu Europu. Ističe se također i Kraffest, festival posvećen tradicijskom specijalitetu krafima kao žive gastronomske baštine. Zajedno s projektom Kuća krafa omogućit će se potpunije brendiranje.	Klima destinacije Kršan kao atraktivan faktor omogućuje doživljaj svih četiri godišnjih doba. To npr. znači da je ljeti istodobno moguće uživanje u toplom moru i osvježenje na vrhovima Sisola i obroncima Učke. Povoljna klima mediteranska, blago kontinentalna i brdsko-planinska omogućuju razvoj adekvatne turističke ponude za cijelu godinu. Točka diferencijacije u smislu već postojećeg proizvoda jesu pješačke i planinarske staze koje počinu od nulte nadmorske visine pa sve do vrha Učke. Klimatski uvjeti omogućuju razvoj specifične turističke ponude.	Destinacija Kršan vrlo je lako cestovno dostupna za velika turistička tržišta u krugu od 500 km (automobilski gosti): Zagreb, Ljubljana, Budimpešta, Beč, Bratislava, München, Venecija, Milano. Također u okruženju se nalaze tri zračne luke: Pula, Rijeka, Trst, s kojih je moguće lako organizirati transfer do destinacije Kršan za avio-goste što omogućuje tržišno pozicioniranje Kršana i njegove turističke ponude i na udaljenim turističkim tržištima. Destinacija je dostupna i morskim putem (Plomin Luka), što je posebno bitno za nautičare.



POZICIONIRANJE

Kultura okupana bojama prirode⁷ – Culture colored with nature
 Kršan – destinacija za odmor, relaksaciju i bijeg od užurbanosti
 Short break destinacija doživljaja u kulturi i aktivnog susreta s prirodom

⁷ Izvor: Turistička zajednica općine Kršan

Sažetak „Kultura okupana bojama“ koju već koristi Turistička zajednica općine Kršan vrlo jasno i kratko opisuje glavne referentne točke, odnosno težište turističke ponude destinacije Kršan. To nije slogan i neće se koristiti uz logo kao slogan već se radi o racionalnom, diferenciranom i sažetom doživljavanju na koji destinacija Kršan želi da je posjetitelji-turisti i potencijalni posjetitelji-turisti vide i percipiraju.

Kršan će se pozicionirati kao atraktivna, jedinstvena i vjerodostojna destinacija. To konkretno znači kako se u destinaciji razvija i postoji turistički proizvod koji je iskoristio resursnu osnovu i turistički je prezentirao na atraktivan način i cilju kreiranja doživljaja i iskustava s izbalansiranim omjerom kvalitete i cijene. Jedinstvenost se ogleda u korištenju atrakcijske osnove specifične za destinaciju Kršan na osnovu koje se područje diferencira od konkurenata. Vjerodostojnost znači da se kod posjetitelja-turista stvara osjećaj vrijednosti turističkog proizvoda i usluga koje se mogu dobiti u realnom vremenu.

Atraktivnost, jedinstvenost i vjerodostojnost su mogućnosti destinacije Kršan za izgradnju i dosizanje kompetitivne pozicije na tržištima.

Slika 2. Kompetitivno pozicioniranje destinacije Kršan



Izvor: obrada autora, listopad 2017.

1.2. Proces brendiranja

1.2.1. Ključni faktori brendiranja destinacije (destinacijski pregled)

U procesu brendiranja prvi korak je provesti destinacijski pregled i analizirati postojeću turističku ponudu koja čini osnovu za proces brendiranja i postizanje konkurentne prednosti.

Destinacijska analiza obuhvaća segmente ponude kojima destinacija Kršan na tržištima gradi svoj prepoznatljiv

identitet. S tim segmentima identificira se ponuda koja je atraktivna posjetiteljima-turistima i potencijalnim posjetiteljima-turistima, njihova konkurentna snaga i tržišni udio.

Turistički proizvodi destinacije Kršan koji imaju organiziranu brend-trajnost (stalnost, odnosno kontinuitet) s ciljem osiguvanja iskustva posjetiteljima-turistima su slijedeći:

- Ruralne kuće za odmor kao dio ruralnog turizma
- Festival samoniklog bilja
- Kraffest

Njihov je zadatak potaknuti i osigurati pozitivnu percepciju o destinaciji Kršan kod posjetitelja-turista te na taj način postignuti najvišu razinu brenda a to je “advokatura” o destinaciji odnosno od posjetitelja-turista stvoriti zagovornike destinacije koji će o njoj pričati svojim prijateljima i poznanicima i preporučiti je za rezervaciju i posjet sadržajima.

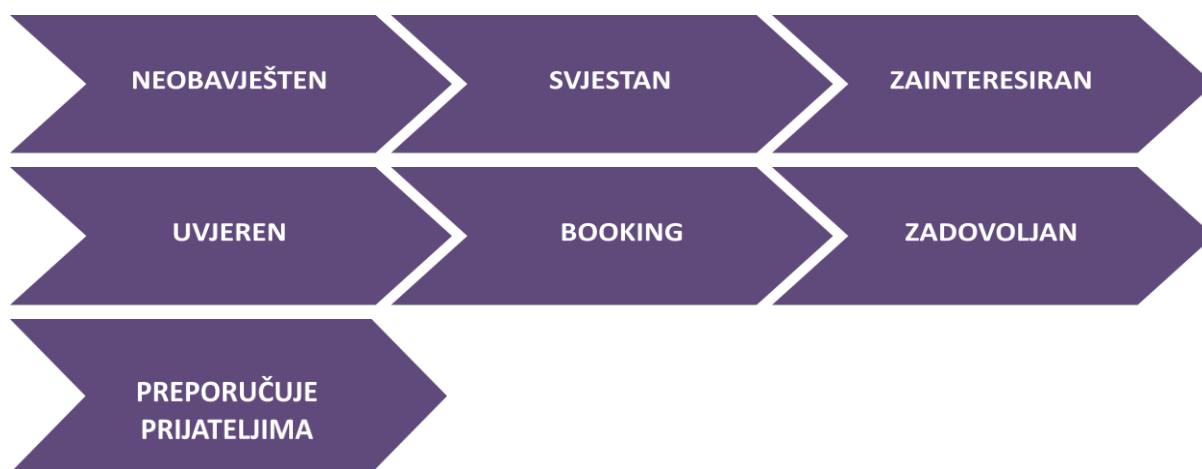
Vrlo je bitno naglasiti kako doživljaj posjetitelja-turista u destinaciji mora odgovarati očekivanjima posjetitelja-turista koji su generirani marketinškim aktivnostima. Doživljaj u destinaciji može biti ojačan i poboljšan, odnosno, percepcija posjetitelja-turista je pozitivnija od očekivanja koja su proizašla iz marketinga i to pozitivno utječe na izgradnju brenda. Doživljaj nikako ne smije biti manji od očekivanja jer u tom slučaju brend se ne može izgraditi.

Izgradnja brenda vrši se konitnuirano i ima za cilj postići “advokaturu” destinacije od strane posjetitelja-turista. Stoga se i brand trajnost (stalnost, kontinuitet) mjeri od početne percepcije neobaviještenosti o doživljaju (posjetitelji-turisti nemaju informaciju o doživljaju), svjesnosti o doživljaju (čuli su o doživljaju ali još ne reagiraju na njega), zainteresiranosti (informiraju se detaljno o doživljaju), uvjerenosti (uvjereni su da bi im proizvod mogao pružiti očekivani doživljaj ali traže komparativne prednosti s ostalim doživljajima u konkurentnim destinacijama), rezervacija dolaska (pronašli su konkurentsku prednost i vrše rezervaciju dolaska u destinaciju), zadovoljstvo (postaju česti gosti i imaju percepciju da su dobili više od očekivanog) pa sve do “advokature” odnosno postaju zagovornici destinacije i preporučuju je svima u svom mjestu boravka (pišu pozitivne komentare i recenzije).

Brend trajnost (stalnost, kontinuitet) po segmentima destinacije Kršan, dnosno kako brend utječe na percepciju i ponačanje posjetitelja-turista u odnosu na destinaciju, je slijedeća:

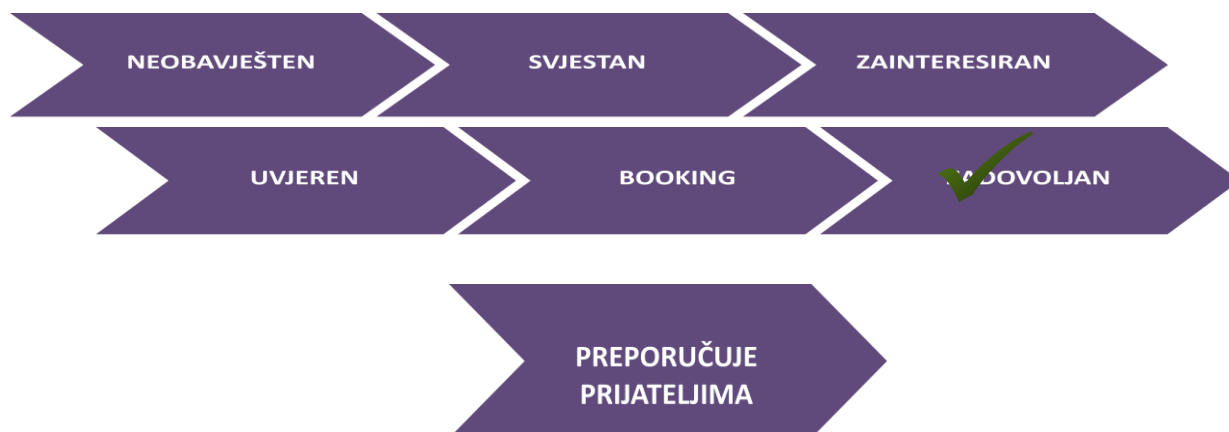
→ **Ruralne kuće za odmor kao dio ruralnog turizma** – trenutno su ruralne kuće za odmor (tradicijske kamene kuće) najjači turistički proizvod destinacije Kršan. Segmentacijska analiza pokazuje kako ovaj proizvod ima pozitivan imidž na turističkim tržištima od strane posjetitelja-turista. To znači kako su posjetitelji-turisti pronašli konkurentsku prednost ovoga segmenta ponude u odnosu na druge destinacije te dobili očekivani doživljaj. Općenito u ovom segmentu ponude (tržišno gledano), posjetitelji-turisti svake godine posjećuju drugu destinaciju ruralnog turizma da

bi zauzeli konačan stav koja destinacija im je doživljajno najprivlačnija. Stoga je ruralni turizam destinacije Kršan u brend trajnosti na poziciji rezervacije odnosno bookinga. Potrebno je izgraditi sustav destinacijske prepoznatljivosti na tržištima kako bi segment mogao doseći razinu „advokature“ kroz interakciju s ostalim postojećim segmentima a napose sa segmentima (projektima) koji se tek trebaju izrealizirati sukladno strateškim odrednicama Master plana turizma općine Kršan 2017.- 2025.



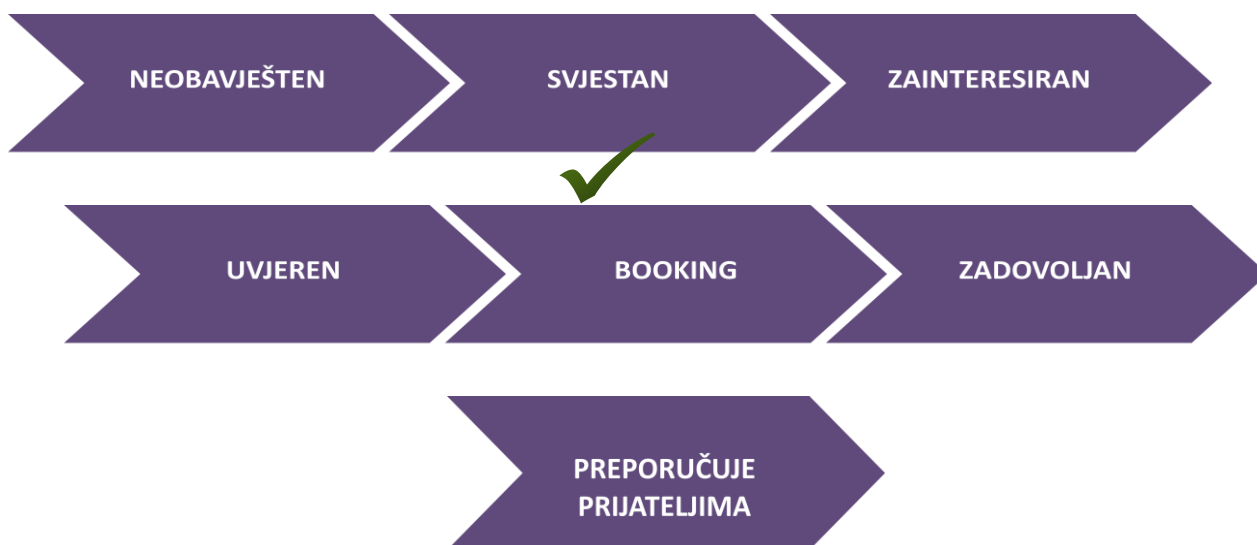
→ **Festival samoniklog bilja** – manifestacija povezana s tradicijom, odnosno korištenjem samoniklog bilja u prehrani, liječenju, kozmetici. Festival samoniklog bilja originalna je turistička ponuda bez konkurencije. Na razini Europe (zemljopisno gledano) ne postoji manifestacija s istom tematikom. Na osnovu toga može se procijeniti kako ovaj događaj posjeduje vrlo visoki potencijal za izgradnju jakog konkurentskog identiteta destinacije Kršan u cilju prepoznatljivosti. Originalnost ponude, odnosno manifestacije u interakciji s

ostalim segmentima ponude može postati brend identifikacija destinacije Kršana u izgradnji pozitivne percepcije prema potencijalnim posjetiteljima-turistima. Trenutno je manifestacija prepoznata na nacionalnoj razini s percepcijom zainteresiranosti i postoji interes za doživljaj no potrebno je zbog svoje konkurentске prednosti izgraditi međunarodnu prepoznatljivost na način da festival postane internacionalni prepoznatljivi događaj koji će garantirati brend prepoznatljivost.



→ **Krafifest** – jednodnevna manifestacija s ciljem popularizacije tradicijskog jela kraja. Krafi su destinacijska gastronomska autentičnost Kršana sa svojom zanimljivom pričom i mjesnim različitostima. Manifestacija je optimalna za izgradnju brend identiteta destinacije Kršan u interakciji s ostalim segmentima. Trenutno je prepoznatljiva samo na lokalnoj razini. Pretpostavka je da će projektom organizacije

„Kuće krafa“ manifestacija dobiti dodatni impuls glede prepoznatljivosti. U rangu mjerenja brend trajnosti, percepcija potencijalnih posjetitelja-turista je svjesnost što znači da postoji informacija o manifestaciji ali potencijalni posjetitelji-turisti još ne reaguju na doživljaj tj. biti će potrebno artikulirati manifestaciju kao turistički proizvod s doživljajem.



Izgradnja prepoznatljivog identiteta destinacije Kršan tek predstoji. Prikazani ključni atributi na skali brend kontinuiteta nisu još postigli razinu pozitivne percepcije kod potencijalnih posjetitelja-turista i smislu stvaranja impresije prepoznavanja od ostalih konkurentnih destinacija i turističkih proizvoda unutar njih. Potrebno će biti izraditi i prezentirati tržištima tematsku diferencijaciju proizvoda ruralnih kuća za odmor kako bi se odmakla i razlikovala od iste i/ili slične ponude u okruženju, Festivala samoniklog bilja koji treba prerasti regionalni karakter manifestacije kroz afirmaciju u međunarodni događaj te manifestaciju Krafifest odmaknuti od isključivo lokalnog okvira prezentacije u nacionalni gourmet događaj.

1.2.2. Segmentacijska analiza

Segmentacijska analiza za definiranje ciljnih skupina za destinaciju Kršan polazi od motivacije kao glavnog faktora odabira mjesta boravka. Obzirom da je današnjem, modernom turistu najznačajniji faktor odabira destinacije motiv i iskustveni doživljaj, preferirani motivi za dolazak turista su:

→ istraživanje

- iskustveno provođenje odmora – širenje horizonta
- harmoničnost (povezana sa sigurnošću)

Sukladno definiranim motivima, adekvatna ciljna skupina gostiju za brendiranje destinacije Kršan jesu **istraživači**.

Njihova glavna motivacija za putovanja je istraživanje novih područja i to lokalnog načina života, kulture, tradicijskih vrijednosti i prirodnih obilježja. Oni o destinaciji žele naučiti što više, iskusiti način života u permanentnoj komunikaciji s lokalnim stanovništvom i biti dio lokalne kulture (učestvovati u ponuđenim iskustvenim proizvodima) u cilju širenja vlastitih horizonta te doživjeti harmoničnost teritorija s visokim osjećajem sigurnosti.

Istraživači su obrazovani (fakultetsko obrazovanje), puno putuju stoga su iskusni putnici i jako se dobro snalaze po teritoriju, koriste najnovije tehnologije komunikacije (tehnološki su osviješteni) i najčešće putuju u parovima i/ili vrlo malim grupama.

Za destinaciju Kršan unutar ciljne skupine istraživača interesantne su slijedeći pod-segimenti:

→ **aktivni istraživači** – nazivaju se još i autentični eksperti. Izuzetno cijene nenarušen prirodni sklad između čovjeka i prirode te originalan prirodni okoliš i kulturu teritorija. Uživaju svim svojim osjetilima u istraživanju i jako dobro upoznavanju mjesto koje posjećuju poistovjećujući se s teritorijem. Brzo se prilagođavaju izazovima i rizicima i lako shvate kako iskoristiti svaku situaciju. Žele biti u potpunosti uronjeni u svoje iskustvo putovanja i skloni su držati se daleko od grupnih putovanja i krutih planova. Oni su spontani u komunikaciji, diskretni i nenametljivi, etični, ekološki izuzetno osvješćeni, samostalni (dobri organizatori), otvorenog uma, jako znatiželjni.

Najčešće ih se može pronaći u nacionalnim parkovima i parkovima prirode, kulturnim znamenitostima i iskustvenim muzejima, pješačkim i planinarskim stazama, ribolovu, bicikliranju, a za odabir smještaja preferiraju kuće za odmor i kampove.

Njihove putničke vrijednosti su:

- permanentno učenje tijekom putovanja - vole naučiti sve o mjestu
- priroda - uživaju u prirodnom okruženju i prirodnim specifičnostima
- kulturno uranjanje - preferiraju integraciju u lokalnu kulturu
- osobni razvoj - teži samo-poboljšanju kroz razumijevanje drugih

→ **znatiželjni istraživači** – oni su kulturni istraživači jer više preferiraju kulturne znamenitosti i događanja od prirode u cilju povećanja svog vlastitog kulturnog kapitala. Traže stalnu priliku za otkrivanje novih destinacija s ponudom kulturnog turizma, upoznavanje lokalnih ljudi mjesta koja posjećuju. Nisu isključivo orijentirani na povijesna razdoblja u kulturi već iz zanima i moderna kulturna događanja. Za stvaranje iskustvenih događaja važna im je interakcija i komunikacija s lokalnim stanovnicima, prisustvovanje lokalnim festivalima i otkrivanje svakodnevnog načina života kako bi otkrili kako ljudi uistinu žive. Oni su pozitivni, otvorenog uma, znatiželjni, spremni na rizik, fleksibilni, opušteni, energični, kreativni.

Najčešće ih se može pronaći na mjestima povezana s kulturnom baštinom, kulturnim događanjima, festivalima i muzejima, a za smještaj najčešće odabiru *bed&breakfast* (noćenje s doručkom) i male obiteljske hotele.

Njihove putničke vrijednosti su:

→ zajednička iskustva – vole putovati s istomišljenicima

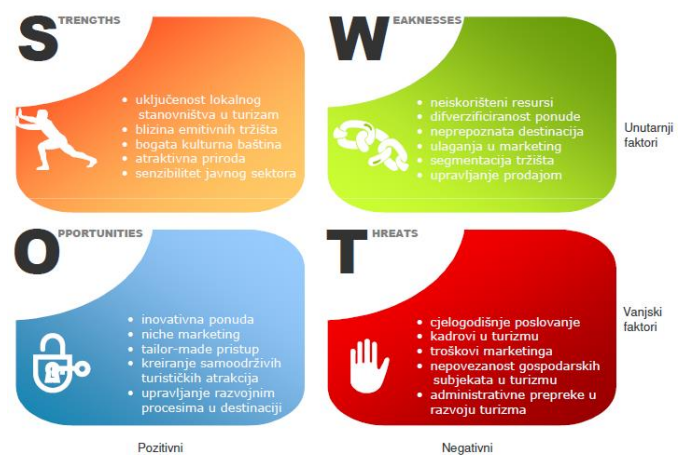
→ živa povijest i kultura – uživanje u drevnoj povijesti i modernoj kulturi

→ stalno istraživanje – uvijek imaju plan za slijedeće putovanje

1.2.3. SWOT analiza

SWOT analiza destinacije Kršan izrađena je kao uobičajeno sredstvo detektiranja turističke pozicije destinacije Kršan kroz realno sagledavanje glavnih snaga, mogućnosti i prijetnji, odnosno faktora koji utječu na tržišno pozicioniranje. Analiza je izrađena na osnovu postojećih podataka općine Kršan i Turističke zajednice općine Kršan kao i obilaskom terena te *on-line* analizom dostupnih referenci. Analiza se temelji na resursnoj osnovi, trenutnom stanju te tržišnih trendova na turističkim tržištima. Analiza glavnih snaga i slabosti omogućuje postavljanje parametara za tržišno pozicioniranje i tržišne identifikacije destinacije Kršan. Prilike ukazuju na aktivnosti i razvoj turističkih proizvoda kojima bi destinacija mogla napraviti iskorak u tržišnom pozicioniranju dok prijetnje ukazuju na akcije koje će biti potrebno poduzeti kako bi se minimizirali vanjski utjecaji o kojima ovisi uspješnost pozicioniranja.

Slika 3. SWOT analiza destinacije Kršan



Izvor: obrada autora, listopad 2017.

Jake snage destinacije Kršan mogu se sagledati kroz uključenost lokalnog stanovništva u turizam. Stanovništvo je visoko senzibilizirano na turizam i turističku razvojnu orijentaciju općine Kršan. To pokazuje i postojanje privatnih iznajmljivača, privatnih poduzetnika, ugostitelja i ostalih ponuditelja turističkih usluga u destinaciji Kršan pa će daljnji razvoj turističkih proizvoda biti višestruko olakšan i prihvatljiv od strane lokalnog stanovništva. Destinacija Kršan vrlo je blizu glavnih emitivnih tržišta Europe: Slovenija, Austrija, Njemačka, Italija su u krugu od 2 do maksimalno 5 sati vožnje automobilom. Također, blizina tri međunarodne

zračne luke omogućuje dostupnost Kršana i na udaljenijim tržištima kao što su skandinavske zemlje, Velika Britanija, te SAD, Kanada, Japan i Koreja kao novo brzorastuće turističko tržište. Destinacija Kršan posjeduje bogatu kulturnu baštinu od kaštela Kršan, kaštela Kožljak, srednjovjekovnog Plomina, očuvane ruralne arhitekture i tradicijske baštine kroz folklor i narodne običaje kraja. Posebno se kao jaka snaga ističe Istarski razvod i Plominski natpis kao najvažniji glagoljski spomenici u Hrvatskoj što destinaciji Kršan mogu omogućiti primat u pozicioniranju kulturne destinacije glagoljice. Posebno je potrebno istaknuti prirodni okoliš koji je na tako malom prostoru vrlo različit: od planinskih predjela Učke i Sisola pa do morske obale. Zemljopisna različitost na malom prostoru destinacije Kršan omogućuju organizaciju vrlo konkurentnih turističkih usluga za različite ciljne skupine gostiju. Posebno se ističe senzibilitet javnog sektora koji prepoznaje turizam kao okosnicu razvoja gospodarstva općine Kršan te aktivno sudjeluje u stvaranju uvjeta za razvoj turizma kao što je privlačenje sredstava iz EU fondova pa do investiranja u turističke proizvode kao što je šetnica uz more.

Slabosti destinacije Kršan ogledaju se još uvijek u neiskorištenosti kulturne i prirodne baštine u smislu atrikuliranja održivog, odgovornog i iskustvenog turističkog proizvoda. Iskorištavanje baštine dovelo bi i do pozitivnih ekonomskih i društvenih koristi za zajednicu, a ujedno i povećala tržišna vidljivost te olakšalo brendiranje. To se odnosi na kaštel Kožljak i Plomin, te razvoj turističkog proizvoda i infrastrukture vezane za prirodu kao što su planinske i pješačke staze, biciklističke staze, pezentacija nekadašnjeg Čepićkog jezera te turistička valorizacija endemske vrste cvijeta istarski zvončić. Destinacija Kršan još uvijek nije dovoljno prepoznata na turističkim tržištima. Razlog tomu jesu nedovoljna diverzifikacija turističkog proizvoda kao i nedostatna turistička suprastruktura ali i nedovoljna financijska sredstva za marketing postojećih turističkih proizvoda s ogromnim potencijalom kao što su Festival samoniklog bilja i Kraifest. U tom segemntu biti će potrebno napraviti značajan iskorak. Slaba strana destinacije Kršan ogleda se i u nedovoljnoj segmentaciji tržišta, odnosno nedovoljnoj specijalizaciji za ciljne skupine koje bi destinaciju Kršan prepoznale kao poželjnu. S tim u vezi nije izgrađena pozitivna percepcija destinacije kod potencijalnih posjetitelja-turista pa je izostala adekvatna tržišna vidljivost. Nedostatak destinacije ogleda se i u upravljanju prodajom, odnosno upravljanju destinacijom kroz nepostojanje jake destinacijske kompanije koja upravlja procesima razvoja, marketinga i prodaje destinacije.

Mogućnosti za izgradnju prepoznatljivosti destinacije Kršan leže u identificiranim razvojnim projektima definiranim u Master planu razvoja turizma općine Kršan 2017. – 2025. Njihova realizacija uvelike bi poboljšala

dverzifikaciju destinacije Kršan od ostalih destinacija čime bi se brže i svrhovitije mogao odvijati proces brendiranja. Jdan od ključnih projekata kao što je revitalizacija, obnova i kreiranje iskustvenih sadržaja koji kreiraju doživljaj je kaštel Kršan. Potpunom realizacijom ovog projekta moći će se započeti i proces niša marketinga odnosno usmjeravanje na definirane ciljne skupine gostiju za destinaciju Kršan. Usmjeravanjem svih marketinških aktivnosti kroz niša marketing postigla bi se veća marketinška učinkovitost na tržištima. Jedna od mogućnosti izgradnje prepoznatljivosti destinacije je i uvođenje *tailor-made* ponude odnosno kreiranje mogućnosti da potencijalni posjetitelji-turisti sami kreiraju svoj boravak u destinaciji na temelju postojeće ponude. U tom smislu biti će potrebno poraditi na diverzifikaciji ponude od smještaja do dodatnih aktivnosti, a temelj ponude koja je udjedno i glavni motiv odabira destinacije, trebao bi biti iskustveni doživljaji. Svi truiistički proizvodi koje se kreiraju, poglavito atrakcije koje kreiraju iskustveni doživljaji, trebali bi biti financijski samoodrživi odnosno postavljeni na način da se kroz prodaju na tržištu samofinanciraju. To će omogućiti daljnji razvoj ali i kreiranje dodatnih sadržaja i pozitivno utjecati na zapošljavanje. Posebna mogućnost ogleda se u upravljanju turisitičkim procesima u destinaciji od strane javne uprave te permanentno stvaranje uvjeta za odgovorni turizam koji će održivo koristiti turističku atrakcijsku osnovu s ciljem očuvanja iste.

Prijetnje turizmu destinacije Kršan ogledaju se u prvom redu u mogućnosti/nemogućnosti cjelogodišnjeg poslovanja. Cjelogodišnje poslovanje turističkih proizvoda veliki je izazov i biti će potrebno razvijati takvu ponudu koja će biti adekvatna definiranoj tržišnoj segmentaciji. Sezonalnost poslovanja treba se svesti na najmanju moguću mjeru te uz konkretne marketinške akcije usmjeriti pozornost na ciljne skupine gostiju koji su u mogućnosti putovati tijekom cijele godine kao što su ciljna skupina istraživača. Posebna prijetnja uspješnosti i izvrsnosti destinacije Kršan mogli bi predstavljati kadrovi u turizmu i to prije svega stručno uslužno osoblje s visokom razinom znanja i vještina kao što su konobari, kuhari, vodiči, terapeuti, prezentatori, animatori itd., te također i stručnjaci za upravljanje procesima. Već sada potrebno je razmišljati i definirati potrebne kadrove te na taj način pokušati amortizirati ovu prijetnju. Velika prijetnja tržišnoj pozicioniranosti i stvaranju pepoznatljivog identiteta mogao bi biti nedostatak financijskih sredstava za marketinške aktivnosti. Potrebno je već sada definirati budžet za brendiranje destinacije Kršan kao i izvore financiranja. Moguća prijetnja je i nedostatak povezivanja turističkih dionika u destinaciji Kršan odnosno nastojanje da se na tržište izlazi individualno, odnosno, svaki dionik sa svojim projektom. Ovakava prijetnja mora se amortizirati stvaranjem profesionalne destinacijske kompanije koja bi preuzela proces izgradnje

prepoznatljivosti na tržištu ali i kreirala složene turističke proizvode koji bi obuhvaćali ponudu svih dionika. Kao prijetnja adekvatnom razvoju prepoznatljivosti destinacije Kršan kroz razvoj novih turističkih proizvoda i atrakcija mogle bi biti i administrativne poteškoće kao što su zakonska regulativa i neriješeni vlasnički odnosi.

1.2.4. Definiranje PoPs (točke jednakosti) PoDs (točke različitosti)

PoPs - Points of parity (točke jednakosti) – resursi koji podižu konkurentnost područja. Imaju ih i ostale konkurentne destinacije i smatraju se atraktivnim faktorima koji potiču motivaciju. Ne moraju biti razlog da se odabere destinacija ali ako ih nema može biti jak razlog da se destinacija ne odabere, odnosno smatra se neatraktivnom. Točke jednakosti za destinaciju Kršan su:

- kulturna etno baština: folklor (narodne nošnje, oživljena prezentacija nematerijalne kulturne baštine kroz istarsku ljestvicu), narodno stvaralaštvo, tradicijske kamene kuće, povijesna mjesta (Kršan, Plomin), kultivirani krajolik;
- ponuda tradicijskih specijaliteta mediteranske i kontinentalne istarske kuhinje;
- tipični proizvodi: sir i suhomesnati proizvodi;
- maslinovo ulje od autohtone sorte masline (Plominka);
- ostali poljoprivredni proizvodi: voće (smokve), povrće i začini (šafnan);

PoDs - Points of difference (točke različitosti) – resursi koji postižu ekskluzivnost. Ne mogu se naći kod drugih destinacija. Specifični su i neponovljivi. Na njima destinacija gradi ekskluzivnost i tržišnu prepoznatljivost. Za destinaciju Kršan točke različitosti su:

- srednjovjekovni glagoljski kameni natpis Plominski natpis – jedan od najstarijih glagoljskih zapisa;
- srednjovjekovni glagoljski dokument Istarski razvod – najznačajniji glagoljski dokument na kurzivnoj glagoljici;
- festival samoniklog bilja – jedinstveni festival obzirom da na području Europske unije ali i svjetskoj razini ne postoji festival s ovom tematikom. Karakterizira ga izuzetna specifičnost i originalnost povezana s prirodnom baštinom te na osnovu njega destinacija Kršan može graditi brendiranje na svjetskoj razini;
- Istarski zvončić – endemična vrsta samoniklog cvijeca (Plomin i Plomska gora)

1.2.5. Uloga dionika u procesu brendiranja

U procesu brendiranja i stvaranja prepoznatljivog tržišnog identiteta destinacije Kršan ključan će biti angažman slijedećih dionika

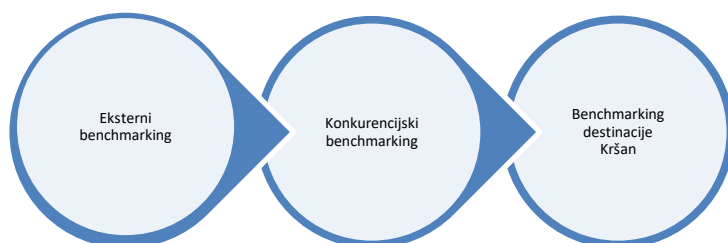
- Općina Kršan kao jedinica lokalne samouprave i predstavnika javnog sektora – angažman se ogleda u kreiranju uvjeta od prostorno-planskih, administrativnih i financijskih (fondovi EU) za organizaciju konkurentnih turističkih proizvoda, kreiranje konkurentnog okruženja te aktivaciju turističke atrakcijske osnove;
- Turistička zajednica općine Kršan kao predstavnika javnog sektora – angažman se ogleda u stvaranju uvjeta za boravak turista, podizanje svijesti o turizmu kroz edukacijske programe te marketinške i promotivne aktivnosti na turističkim tržištima, odnosno, permanentno komuniciranje s tržištima u cilju stvaranje pozitivne percepcije o destinaciji Kršan;
- Udruge kao predstavnike civilnog sektora – udruge građana organiziranih s ciljem očuvanja i popularizacije segmenata zbog kojih su se udruge osnovale;
- Građani – stanovnici općine Kršan – angažman se ogleda u razumijevanju, prihvaćanju, odobravanju i sudjelovanju u procesu brendiranja destinacije Kršan. U idealnom slučaju brend vrijednosti će se reflektirati u njihovom ponašanju na način da postanu svakodnevni „advokati“ brenda destinacije Kršan;
- Mediji – angažman se ogleda u zainteresiranosti za aktivnosti u destinaciji Kršan kao i prijenosu informacija o destinaciji preko sredstava javno priopćavanja čime se stvara slika prepoznatljivosti;
- Potencijalni posjetitelji-turisti – angažman se ogleda u zainteresiranosti za destinaciju u smislu pozitivne percepcije prema turističkim proizvodima. To znači da na brend skali kontinuiteta destinaciju percipira poželjnom i postaje „advokat“ destinacije na način da je preporučuje drugima;

1.2.6. Analiza konkurentnosti

Analiza konkurentnosti ima za cilj identificirati i napraviti usporedbu s referentnim turističkim destinacijama kako bi se poboljšale poslovne aktivnosti, procesi i upravljanje turističkom destinacijom Kršan kao prepoznatljivom i konkurentnom destinacijom. Za analizu konkurentnosti korištena je metoda benchmarkinga. U analizi se koristi metoda eksternog benchmarkinga koji daje visok stupanj poboljšanja prije svega zato što se uspoređuje s konkurencijom u

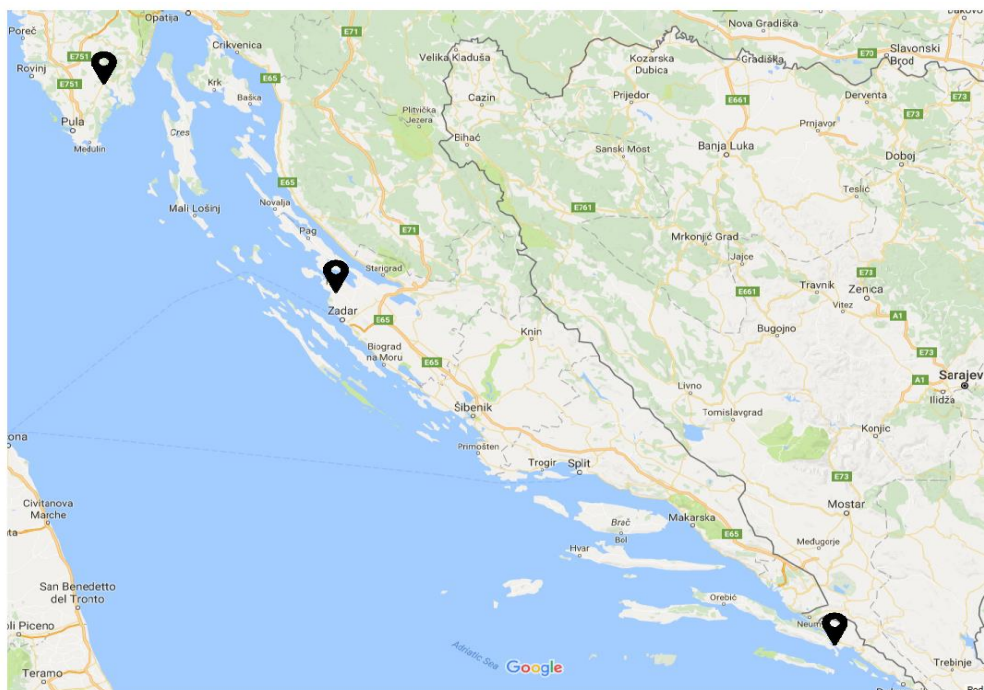
turističkoj industriji. Konkurencijski benchmarking studije ima za cilj usporedbu općine Kršan s izravnim konkurentima u području turizma.

Slika 4. Benchmarking destinacije



Studija objedinjuje nekoliko parametara koji idu u prilog odabira konkurentskih destinacija za općinu Kršan. Grupa konkurentskih destinacija uključuje grad Nin i općinu Ston. Destinacije su prikazane su na zemljovidu u okviru Slike 4.

Slika 5. Turističke destinacije Kršan, Nin i Ston



Karta prikazuje destinaciju Kršan koja se nalazi na sjeverozapadnom dijelu Jadrana (Istra - Istarska županija), Nin je smješten na srednjem Jadranu (Srednja Dalmacija – Zadarska županija), dok je Ston lociran na južnom dijelu Jadrana (Južna Dalmacija – Dubrovačko neretvanska županija).

Parametri koji se koriste u benchmarking analizi podrazumijevaju:

→ **Demografska, geografska, geoprometna pozicija destinacija kulturnog turizma**

- uključenost u područje kulturnog turizma;
- broj stanovnika;
- geografska blizina glavnih turističkim destinacija regije;
- geografski položaj u vidu turističke valorizacije destinacije;
- geoprometni položaj destinacije.

→ **Gospodarski pokazatelji destinacija kulturnog turizma**

- Gospodarska aktivnost Kršana, Nina i Stona;
- Turistička djelatnost Kršana, Nina i Stona (NACE Rev 2., područje I, odjelci 55 - Smještaj i 56- Djelatnost pripreme i usluživanja hrane i pića);

- Usporedba Kršana, Nina i Stona kao destinacije kulturnog turizma;

Jedan od glavnih razloga odabira općine Ston i grada Nina uz općinu Kršan jesu lokacija u okviru Jadranske regije, približno sličnim brojem stanovnika s sličnom razinom geoprometnog položaja tj. blizinom važnijih turističkih središta. Selektivno su odabrane destinacije s boljim turističkim rezultatima (grad Nin), ali i destinacije koje turistički zaostaju (općina Ston) za općinom Kršan.

Provedba eksternog benchmarkinga turističkih destinacija započinje s usporedbom demografskih, geografskih i geoprometnih aspekata izabranih destinacija. U nastavku Tablica 2. uspoređuje demografsku, geografsku, geoprometnu poziciju destinacija općine Kršan, grada Nina i općine Ston.

Tablica 1. Glavna obilježja turističkih destinacija Kršan, Nin i Ston

Grad/Općina	Županija	Broj stanovnika (2011)	Blizina glavnim turističkim destinacijama (cestovna infrastruktura u km)	Uključenost i potencijal u turizmu	Geografski položaj – blizina mora	Geoprometni položaj
Kršan	Istarska	2951	Rovinj – 50 km	DA	DA	Izuzetno povoljan
Nin	Zadarska	2744	Zadar – 20 km	DA	DA	Izuzetno povoljan
Ston	Dubrovačko neretvanska	2407	Dubrovnik – 55 km	DA	DA	Povoljan

Izvor: obrada autora, listopad 2017.

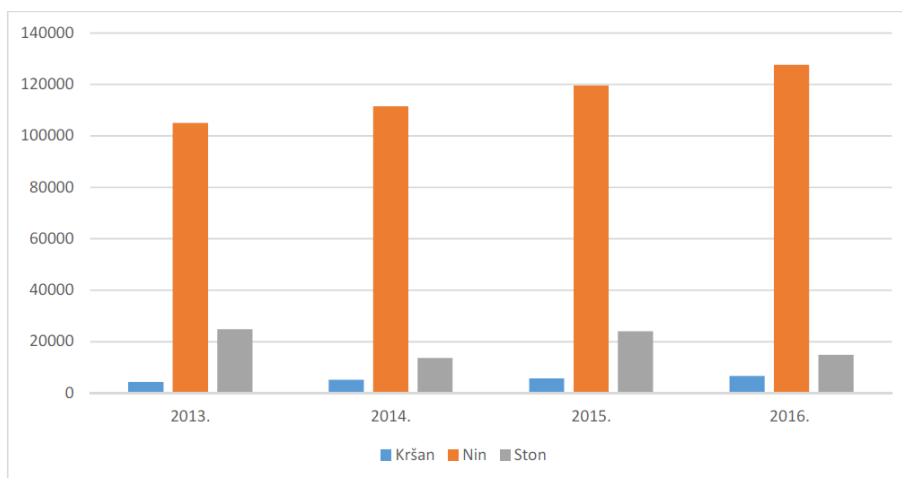
Iako prema indeksu razvijenosti općina Kršan i Nin pripadaju skupini četiri prema indeksu razvijenosti na lokalnoj razini, a Ston skupini dva, postoje realni razlozi za provođenje benchmarkinga turističkih destinacija (Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije, 2017). Prije svega, sve destinacije imaju slične demografske podatke, a pozicionirane su na povoljnom geoprometnom položaju i to u blizini afirmiranih turističkih središta (Rovinj, Zadar, Dubrovnik).

Zajedničke karakteristike Kršana, Nina i Stona uključuju izražen potencijal i uključenost u turizam, a kao destinacije pozicionirane su u blizini morske obale što obogaćuje njihovu turističku ponudu. Analizom geoprometnog položaja utvrđeno je da su destinacije kvalitetno povezane odgovarajućom cestovnom infrastrukturom (autoceste) s ostalim većim gradovima

Republike Hrvatske i šire. Međutim, geoprometna pozicija Stona ima malo niži rang upravo zbog postojanja granice Bosne i Hercegovine i Republike Hrvatske. Zaključno, sve tri destinacije (Kršan, Nin, Ston) su slične u demografskom, geografskom i geoprometnom smislu s postojećim kapacitetima i potencijalom za razvoj turizma. Potrebno je napomenuti kako Nin i Ston u odnosu na Kršan imaju dužu tradiciju u slijedećim turističkim segmentima: kulturnom turizmu i gastroturizmu kao obliku turističke ponude što te destinacije čini adekvatnima za provedbu benchmarking analize.

Turistička djelatnost destinacija sagledana je usporedbom broja dolazaka i broja noćenja. Referentno razdoblje je od 2013. do 2016. godine. Grafikon 1 prikazuje broj dolazaka domaćih i inozemnih turista za općinu Kršan, grad Nin i općinu Ston.

Grafikon 1. Broj dolazaka turista u razdoblju od 2013. – 2016. godine

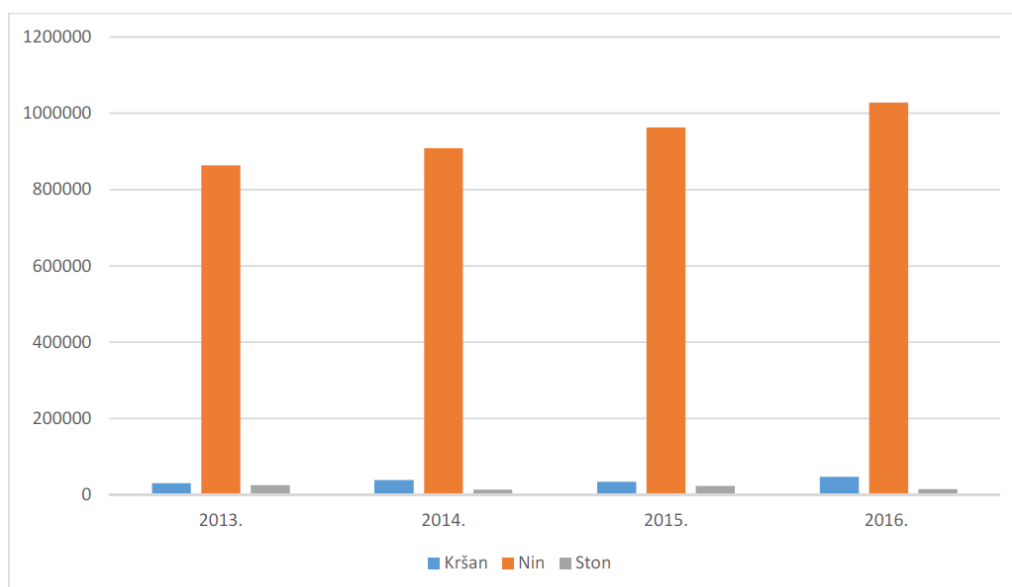


Izvor: Državni zavod za statistiku RH (2017.)

Načelno govoreći, evidentan je rast broja dolazaka domaćih i stranih turista za Nin i Kršan, dok se Ston suočava s fluktuirajućim trendom broja dolazaka inozemnih turista. Valja dodati kako Nin ima višestruko veći broj dolazaka u odnosu na Ston i Kršan. Pritom je potrebno istaknuti kako Kršan obilježava najmanji broj dolazaka domaćih i inozemnih turista. Zaključno, Nin predstavlja profiliranu turističku destinaciju u blizini Zadra - vodeće turističke destinacije u Zadarskoj županiji. Općine Ston i Kršan bitno zaostaju u segmentu dolazaka turista. Razlog može biti veća udaljenost od vodećih turističkih središta županija (Rovinj, Dubrovnik), uži spektar turističke ponude, ali i nedovoljna prepoznatljivost destinacije kulturnog turizma.

Grafikon 2. koji prikazuje broj ostvarenih noćenja domaćih i inozemnih turista u općini Kršan, grad Nin i općini Ston za razdoblje od 2013. do 2016. godine. Valja napomenuti kako broj noćenja vidno prelazi ostvareni broj dolazaka za sve tri promatrane turističke destinacije.

Grafikon 2. Broj noćenja turista u razdoblju od 2013. – 2016. godine



Izvor: Državni zavod za statistiku RH (2017.)

Grafikon 2. potvrđuje vodeću poziciju turističke destinacije Nina u odnosu na Ston i Kršan. Uzlazni trend broja noćenja zabilježen je u primjeru Nina, dok je volatilan trend kretanja svojstven za Kršan i Ston. Uspoređujući trend ostvarenog broja noćenja i broja dolazaka turista (Grafikoni 1. i 2.), može se zaključiti kako općina Kršan ima obilježja tranzitne turističke destinacije – imajući na umu da broj noćenja višestruko prelazi broj dolazaka.

U destinaciji **Kršan** zabilježen je veći broj dolazaka inozemnih turista u odnosu na domaće turiste. Potrebno je naglasiti kako broj dolazaka inozemnih turista ima rastući trend kretanja što upućuje na vidljivost Kršana kao turističke destinacije, prije svega u segmentu ruralnih kuća za odmor kao trenutno glavnog turističkog proizvoda. Broj dolazaka domaćih turista također ima pozitivan trend kretanja. Najveći broj noćenja inozemnih turista karakterističan je za 2016. godinu što parcijalno dokazuje realizacija uspješne turističke sezone na nacionalnom nivou, pozitivni makroekonomski pokazatelji i konkurentsko okruženje s nižom razinom konkurentnosti (zbog strukturalnih problema – Turska, Grčka, zemlje Sjeverne Afrike – nacionalna sigurnost).

Prema Master planu turizma općine Kršan (2017.-2025.), registrirano je 129 privatnih iznajmljivača koji raspoložu sa 716 stalnih postelja, s mogućnošću povećanja smještajnog kapaciteta pomoćnim posteljama na 952 postelje. Hotelski smještaj u ukupnom broju smještajnih jedinica čini tek 2,1% udjela (1 hotel sa 20 stalnih postelja).

U destinaciji **Nin** U 2015. godini, smještajni kapaciteti grada Nina uključivali su Zaton Holiday resort (83196 dolazaka), obiteljske kampove (5853 dolazaka), privatni smještaj (31756 dolazaka), vikend kuće (4386 dolazaka).

U destinaciji **Ston**, prema Strateškom planu općine Ston (2017), posluju dva hotela u Malom Stonu s ukupno 29 ležajeva, od kojih je samo jedan službeno kategoriziran kao hotel i to sa tri zvjezdice. Ukupni smještajni kapacitet je 2.509 ležaja gdje prevladava privatni smještaj sa 1.500 ležaja, kampovi sa 960 ležaja.

1.2.6.1. Usporedba Kršana, Nina i Stona kao destinacije kulturnog turizma

Kulturni turizam u današnjim okvirima predstavlja afirmirani turistički proizvod. Prema Svjetskoj turističkoj organizaciji (WTO) oko 40% međunarodnih putovanja uključuje komponentu kulturnog turizma. Valja istaknuti kako potražnja za proizvodima kulturnog turizma bilježi rast. Prema nekim procjenama za oko četvrtinu Europljana prilikom izbora destinacije kulturna baština ima presudnu ulogu za izbor destinacije. Globalni trendovi uključujući povezaniye zračne veze i

dostupnost informacija dodatno jačaju ovaj tržišni segment.

Načelno govoreći, smatra se kako interes za kulturnim turizmom raste s razinom obrazovanja i prihoda. Kulturni turizam afirmiran je i u sferi stvaranja turističkog imidža, i u kontekstu strategija i akcija za produljenje sezone i geografsko proširenje potražnje. U Republici Hrvatskoj potražnja je najistaknutija za obilascima kulturno-povijesnih građevina te posjete muzejima i galerijama. Nadalje, prisutni su novi tržišni segmenti kojima je zajedničko obilježje da traže smisleno putovanje tijekom kojeg će nešto naučiti, proširiti svoje horizonte, raditi nešto smisleno te biti u kontaktu s domaćinima. Kulturni turizam dodatno ojačava razvoj proizvoda koji temeljen na izvornosti, autentičnosti, kreativnosti i inovativnosti.

U okviru ovog dijela studije prezentiraju se osnovna obilježja kulturnog turizma općine Kršan, Grada Nina i općine Ston. Studija obuhvaća i analizu kulturnog turizma za svaku od odabranih destinacija.

Kulturni turizam općine Kršan

Trenutno je na području općine Kršan registrirano 14 nepokretnih kulturnih dobara, od kojih se po vrijednosti i značaju za razvoj turizma izdvajaju kaštel Kršan, kulturno-povijesna cjelina Plomina i kaštel Kožljak.

S kulturno-povijesnog aspekta Kršan je najprepoznatljiviji po svom kaštelu unutar zidina starog grada Kršana, u kojem je 1850. godine pronađen izvorni prijepis Istarskog razvoda. Riječ je o dokumentu autora Levac Križanića iz 1546. godine koji je pisan kurzivnom glagoljicom. Istarski razvod je prema mnogim hrvatskim povjesničarima i književnicima jedan od najznačajnijih srednjovjekovnih dokumenata jer se iz njega mogu nazrijeti obrisi društvenoga ustrojstva i gospodarske prilike, život seoske zajednice u srednjovjekovnoj Istri, te razvoj ljudskih prava u Istri i Hrvatskoj. Danas se čuva u Nacionalnoj i sveučilišnoj knjižnici u Zagrebu pod signaturom R 3677 (Master plan turizma općine Kršan, 2017.- 2025.).

Od nematerijalne kulturne baštine posebno se izdvaja Kršonski pir. Riječ je o jedinstvenom istarskom tradicionalnom vjenčanju koji sadrži specifične elemente plesa, glazbe, običaja i nošnji. O očuvanju ove nematerijalne baštine brine KUD „Ivan Fonović Zlatela“, a također ustrajno promovira tradicionalnu istarsku glazbu koja se izvodi na glazbalima poput miće i vele sopele.

Turističku ponudu kulturne baštine izvrsno nadopunjuju manifestacije na području općine Kršan. Manifestacije u

pravilu obuhvaćaju kulturne, turističke i gospodarske elemente.

Jedna od točki prepoznatljivosti destinacije Kršan je i gastroturizam povezan s popularizacijom tradicijskog specijaliteta Krafi. U tom smislu svake godine u svibnju mjesecu organizira se manifestacija *Krafifest* s ciljem popularizacije i turističke valorizacije gastro baštine destinacije.

Kulturni turizam grada Nina

Područje Grada Nina predstavlja moderno turističko i kulturno odredište koje turisti posjećuju zbog izuzetno očuvane prirodne baštine i bogate kulturne baštine. Područje Grada Nina obuhvaća veliki broj kulturno-povijesnih znamenitosti.

Najznačajnija kulturno-povijesna znamenitost je Crkva Sv. Križa. Odlikuje se jedinstvenim arhitektonskim stilom iz 9. stoljeća. Kamena svjedočanstva rimskog Nina ostaci su najvećeg rimskog hrama na Jadranu iz 1. st., nalazište mozaika iz 2. st., ostaci rimske i kasnoantičke stambene arhitekture u kompleksu crkve Sv. Križa iz 1.- 6. st., Gornja i Donja gradska vrata, dva kamena mosta i ostaci gradskih bedema iz venecijanskog razdoblja (Strategija razvoja grada Nina, 2016.-2020.). Nadalje, u Ninu se nalaze originalni ostaci starohrvatskog broda *Condura Croatica* iz 11. st., a može se vidjeti i kopija dijela broda *Serilie Liburnice* iz 1. st. i kopija krstionice kneza Višeslava iz 9. st. U crkvenoj riznici Zlato i srebro Grada Nina čuvaju se: Judin srebrnjak, slika s prikazom ukazanja Gospe od Zečeva, prsten pape Pija II, relikvije ninskih nebeskih zaštitnika Sv. Anselma, Sv. Marcele i Sv. Ambroza iz 8.-14. st. te brojni zavjetni darovi.

Kulturna baština grada Nina obuhvaća pokretna kulturna dobra (zbirke i predmeti), arheološka nalazišta, kulturno - povijesne cjeline, memorijalna područja i spomenici, pojedinačne sakralne građevine, pojedinačne profane zgrade, obrambene građevine – fortifikacije te javne građevine i kompleksi.

Grad Nin u svojoj turističkoj ponudi nudi različite kulturne, zabavne, ali i vjerske manifestacije. Najznačajnije kulturne manifestacije su Festival sunca i svjetlosti u crkvi sv. Križa (21. lipnja) te Ninsko kulturno ljeto.

Destinacija Nin svoju turističku prepoznatljivost gradi i na gastro baštini kroz popularizaciju i valorizaciju *Ninskog šokola* – suhomesnatog proizvoda kao tipičnog proizvoda destinacije. Već 15 godina organizira se manifestacija *Ninska šokolijada* podjednako zanimljiva i za turiste.

Kulturni turizam općine Ston

Područje općine Ston je izrazito prirodno, povijesno, kulturno, arhitekturno bogat prostor. Što se tiče glavnog proizvoda sunca i mora, ovaj prostor u tom pogledu nije bio atraktivan kao neki drugi pa je stoga ostao gotovo netaknut u pogledu turističkog razvoja. Općina Ston je češće izletničko tj. tranzitno odredište s kulturno-povijesnom baštinom čiji značaj daleko nadilazi njezin trenutni stupanj turističke razvijenosti.

Kulturno povijesna baštinu Stona čine: grad Ston a zidinama i solanom. Današnji Ston nastao je početkom 14. stoljeća. Ston je građen prema urbanističkim planovima – prvima takve vrste u Europi. Ston je utvrđen zidinama koje su građene sljedeća dva stoljeća. To je kompleks obrambenih zidova u obliku nepravilnog peterokuta, s pet kula od kojih je najjača Veliki *kaštio* (Plan razvoja turizma Pelješca 2011.). Unutar grada ističe se nekoliko vrijednih građevina - Knežev dvor, zgrada glavne straže, palača Sorkočević – Đorđić, biskupski dvor i franjevački samostan s klaustrom. Sa Stonom je obrambenim zidom povezan Mali Ston, također planirana urbana jezgra, danas poznata po uzgoju kamenica i popularan gastronomski centar. Područje općine Ston obiluje različitim vrstama kulturne baštine, među kojima su pokretni spomenici, arheološke zone i lokaliteti, povijesne cjeline/dijelovi cjelina, sakralna baština, te građevine stambene i javne namjene.

Destinacija Ston poznata je po uzgoju školjki kamenica. S tim u vezi svakog ožujka organizira se manifestacija *Dan malostonske kamenice*. Manifestacija ima za cilj prezentaciju kamenice kao morske delicije te izgradnju identiteta Stona kroz gastronomiju.

Odabirom destinacija poput općine Kršan, Grada Nina te općine Ston i njihovom međusobnom usporedbom pokušala se odrediti pozicija i potencijal kao destinacija kulturnog turizma u Republici Hrvatskoj. Može se zaključiti kako sve destinacije posjeduju resurse za razvoj a to je bogata povijesno-kulturna baština koja je posebno izražena u primjeru Nina i općine Ston. Ostali segmenti kulturnog turizma najviše su izraženi u primjeru Nina (baština, događanja, gastronomija i gastro-enologija). Kulturni turizam Nina pokazuje potencijal u svojoj povezanosti s ostalim oblicima turizma (zdravstveni turizam, sunce i more, industrijski turizam, sport i rekreacija).

Općina Kršan obiluje velikim potencijalom u vidu organizacija manifestacija, gastronomije i gastro-enologije te ima dobru povezanost s ostalim oblicima turizma (sunce i more, sport i rekreacija, lovni turizam). Općina Ston ima bogato kulturno-povijesno naslijeđe idealno za razvoj kulturnog turizma, prirodnom baštinom pokazuje veliki potencijal za proizvod sunce i more, ruralni turizam, ali i za ostale oblike kulturnog

turizma poput gastronomije i gastro-enologije. Međutim, općina Ston u odnosu na Nin i Kršan ima manje razvijenu turističku djelatnost što dokazuju ograničeni smještajni kapaciteti i slabiji rast. Kako bi destinacije Nin, (ocijenjena kao vodeća destinacija kulturnog turizma), Kršan (kao destinacija u razvoju s izraženim potencijalom za kulturni turizam) te Ston (kao slabo razvijena destinacija s izraženim potencijalom u kulturnom turizmu) unaprijedile svoje pozicije potrebno je usmjeriti napore prema:

- podizanju atraktivnosti i uređenosti destinacije kako bi se stvorila autentičnost u domeni kulturnog turizma ali i šire;
- prezentaciji inovativnih sadržaja vezanih za kulturni turizam;
- jačanje smještajnih kapaciteta i gastro ponude;
- ulaganje u infrastrukturu (uređenje prilaza turističkim atrakcijama, turistička signalizacija i interpretacija);
- marketinške aktivnosti (mediji, kvalitetni i raspoloživi promotivni materijali);
- jačanje ponude u pogledu prodaje regionalnih proizvoda i suvenirna;
- povezivanje tematskih ruta s komercijalnim turističkim sadržajima;
- praćenje vodećih destinacija kulturnog turizma u RH i EU;
- kontinuirano povezivanje s ostalim oblicima turističke ponude.

1.3. Modeli izgradnje brendiranja

1.3.1. Brend Piramida

Brend piramida jednostavan je alat koji gradi brend iz logične procjene glavnih prednosti destinacije u smislu sublimiranja suštine destinacije. U sublimiranju suštine brenda destinacije najčešće se koristi brend piramida pet stupnjeva. Brend piramida

kombinira atribute i "racionalne dobrobiti" i artikulira ih u racionalne atribute, uključuje izjavu pozicioniranja unutar piramide, kombinira vrijednosti robne marke i suštinu marke.

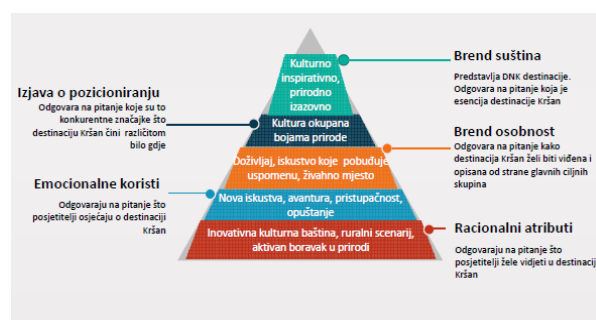
Brend piramida sadrži pet faza polazeći od dna prema vrhu:

- **Racionalni atributi** – brend piramida robne marke počinje prepoznavanjem racionalnih atributa, odnosno koja je glavna turistička prednost destinacije. Pokazuje što bi

posjetitelji-turisti htjeli vidjeti i što žele raditi u destinaciji;

- **Emocionalne prednosti** - druga faza sadrži izgradnju brenda na osnovi istraživanja emocionalne percepcije posjetitelja koje imaju o destinaciji, odnosno na osnovi emocionalnog utjecaja koji ima na njih. Ova faza definira se na osnovi istraživanja percepcije posjetitelja destinacije i njihova motivacija za putovanje i boravak;
- **Brend osobnost** – treća faza brend piramide odnosi se na osobnost brenda destinacije zasnovana na analizi konkurencije, kako bi se utvrdilo što je uistinu jedinstveno u destinaciji. Ova faza pokazuje po čemu je destinacija karakteristična i kako želi biti percipirana od strane posjetitelja-turista;
- **Izjava o pozicioniranju** – četvrta faza brend piramide predstavlja sažetak najjačih konkurentnih značajki destinacije. Na ovoj izjavi temelji se sva buduća marketinška aktivnost i promocija destinacije. Svrha izjave o pozicioniranju je informirati i usmjeriti „kreativce“ u PR agencijama, marketing stručnjake unutar turističke zajednice kao i sve koji sudjeluju u promoviranju destinacije;
- **Brend suština** – vrh brend piramide i osnova svrha brendiranja. Brend suština uključuje nekoliko osnovnih vrijednosti koje traju i koje, u kombinaciji, čine destinaciju;

Slika 6. Brend piramida destinacije Kršan



Izvor: obrada autora, listopad 2017.

1.3.2. Brend Kotač

Brand kotač sadrži znatno više informacija od brend piramide. Omogućuje destinacijama uključivanje proizvoda i iskustava koja potvrđuju i/ili pojačavaju brend. Brend kotač kombinira brend piramidu i vrijednosnu šablonu. Brend kotač kombinira sve potrebne ključne informacije o brendu u dijagramskom modelu. On demonstrira poveznice između svakog niza (sloja) branda, što uvelike olakšava razumijevanje brenda prilikom njegove komunikacije s ciljnim skupinama na tržištu.

Brend kotač omogućuje upravitelju brenda pojednostavljenje pojedinačnih kvaliteta koje se sumiraju u ukupnu sliku s porukom što brend predstavlja i što komunicira.

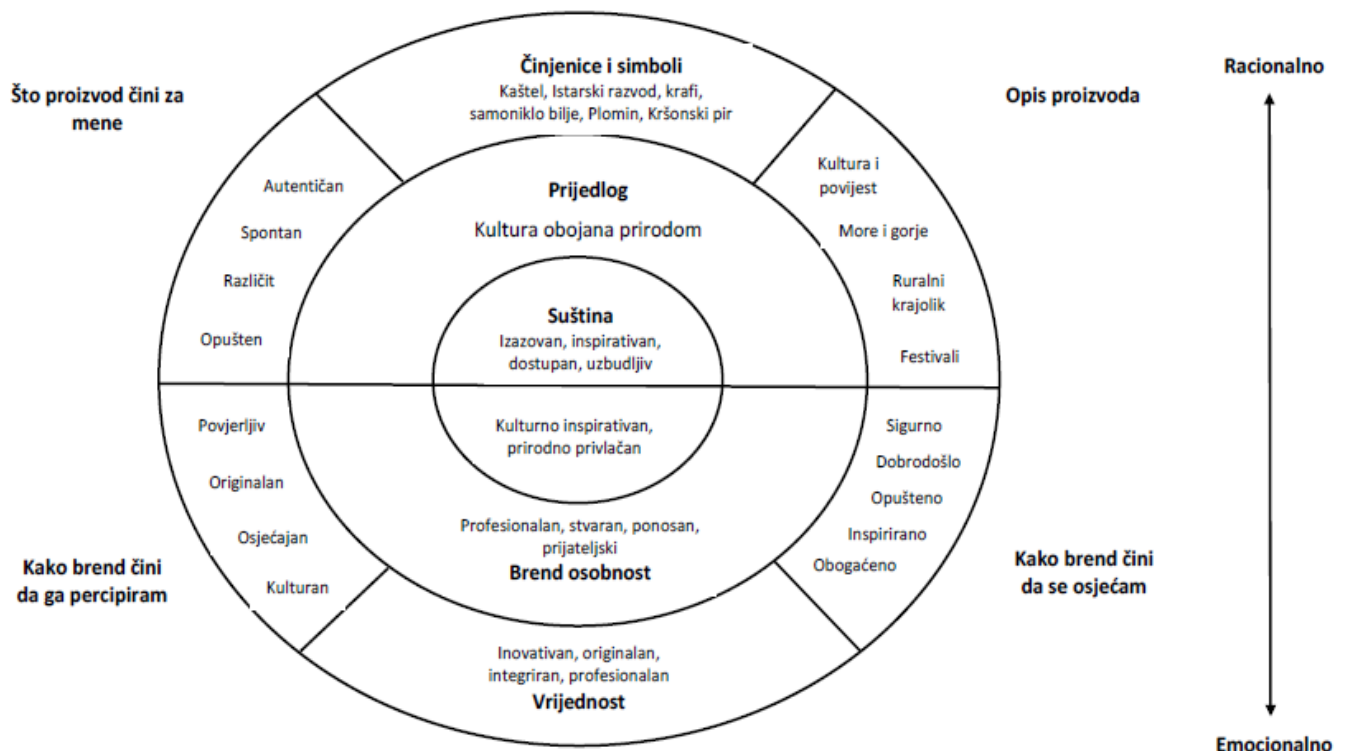
Kao što je opisano, brend sadrži i racionalne i emocionalne elemente. Racionalni elementi definiraju proizvod i objašnjavaju što taj proizvod čini (što može ponuditi) potencijalnim posjetiteljima-turistima. Emocionalni faktori identificiraju kako brend izgleda potencijalnim posjetiteljima-turistima i kako se onu

osjećaju kad odabiru destinaciju i njene proizvode koji se vrednom komuniciraju.

Brend kotač sadrži slijedeće elemente:

- Vrijednosti – koje vrijednosti destinacije brend sadrži;
- Osobnost – kako destinacija želi da ih potencijalni posjetitelji-turisti vide, što uključuje vjerodostojnost i provedivost atributa koji se brendom komuniciraju;
- Koristi – opipljive, konkretne vrijednosti koje destinacija može ponuditi potencijalnim posjetiteljima-turistima;
- Potvrda brenda - činjenice o brendu koja podržavaju ponudenu, konkretnu ponudu na tržištima. Ovaj element može varirati od tržišta do tržišta i od segmenta do segmenta;
- Suština – pravi karakter brenda;
- Prijedlog – što se može reći o brendu, odnosno, činjenice koje brend čine jedinstvenim i boljim od konkurentskog brenda;

Slika 7. Brend kotač destinacije Kršan



1.3.3. Integriranje brenda i marketinških aktivnosti

Integriranje brenda destinacije Kršan kroz marketinške aktivnosti znači biti kristalno jasan o strateškoj poruci koju treba prenijeti. Strateška poruka temelji se na vrijednostima destinacije. Utjecaj koji će brend imati na ciljane skupine ovisi o izvedbi kreativnog marketinga. Važno je prepoznati kako su strateška poruka i kreativni marketing izvršenje (konkretno marketiranje) ista stvar. Stratešku poruku treba interpretirati i projicirati putem kreativnog marketinga kako bi pobudili zanimanje kod ciljane skupine.

Vrijednosti brenda destinacije Kršan, koje podupiru stratešku poruku, potrebno je provoditi kroz sve marketinške aktivnosti bez obzira na obuhvat marketing akcije, tj. bez obzira na činjenicu da li se marketinški promovira cjelokupna destinacija ili samo pojedini njezin segment kroz turistički proizvod ili turističku uslugu ili događaj. To se postiže na slijedeće načine:

- putem odabranih fotografija koje komuniciraju brend vrijednosti (internet stranica, brošure, razni vizuali, marketinške kampanje, PR kampanje);
- kroz ton (način) koji se koristi za opisivanje destinacije (internet stranica, brošure, razni vizuali, marketinške kampanje, PR kampanje);
- korištene marketinške tehnike (klasični mediji u odnosu na „gerila“ marketing, korištenje korisničkih sadržaja na internet stranicama itd.). Ukoliko se destinacija Kršan želi promovirati na novom tržištu kao inovativna i privlačna destinacija potencijalnim posjetiteljima-turistima, svakako može razmotriti korištenje ne-klasičnih marketinških tehnika i korištenje medija na neočekivane načine kako bi projicirali vrijednosti brenda destinacije Kršan. Ne-klasične tehnike koriste se do trenutka kada se marketingom dostigne informiranje dovoljnog broja potencijalnih posjetitelja-turista u ciljnom segmentu tržišta;
- *Familirisation trips* odnosno studijska putovanja samo novinara, turoperatora, agencija, blogera, turističkih putopisaca i ostalih dionika koji se mogu uključiti u izgradnju brend identiteta i tržišne prepoznatljivosti na tržištu. Fokus ove aktivnosti je također komuniciranje brenda s potencijalnim posjetiteljima-turistima, odnosno, stvaranje pozitivne percepcije kod potencijalnih posjetitelja o destinaciji Kršan;

Važno je razlikovati stratešku poruku destinacije koja se temelji na brend vrijednostima i njezinu komunikaciju kroz kreativno komuniciranje na tržištu. Pametno, kreativno i dobro osmišljeno marketinško izvršenje u

komuniciranju s ciljnim skupinama osigurati će da strateška poruka probudi zanimanje i impresiju kod potencijalnih posjetitelja-turista.

1.3.4. Razumijevanje posjetitelja i ne-posjetitelja

Za razumijevanje posjetitelja i ne-posjetitelja biti će potrebno provesti istraživanje tržišta prema definiranim segmentima (potencijalni posjetitelji-turisti destinacije Kršan) s osnovnim ciljem dobivanja informacija o percepciji posjetitelja i ne-posjetitelja o samoj destinaciji.

Ključne točke za provođenje istraživanja tržišta s ciljem razumijevanja posjetitelja i ne-posjetitelja su:

- Istraživanje percepcije na kvalitativan način – omogućuje dobivanje saznanja o motivaciji posjetitelja da putuju ili ne putuju, odnosno posjete ili ne posjete destinaciju Kršan. To, su nadalje, detaljne informacije koje vrste turističkih proizvoda i usluga posjetitelje motiviraju za odabir destinacije Kršan kao i informacije je li strateška poruka koja se brendom komunicira jasna i razumljiva kod posjetitelja;
- Otkrivanje mišljenja posjetitelja i ne-posjetitelja o destinaciji Kršan – omogućuje saznanja o tome kakvo mišljenje su posjetitelji kreirali o samoj destinaciji: pozitivno ili negativno, razloge zašto su formirali takovo mišljenje i što se treba promijeniti da se negativna mišljenja pretvore u pozitivna;
- Fokusiranje na ključne ciljane skupine – istraživanje tržišta treba se provoditi s ciljem istraživanja percepcije definirane ciljane skupine destinacije Kršan, a to su **istraživači**;

1.3.5. Brend arhitektura destinacije Kršan

Brend arhitektura može se definirati kao vidljiva forma strategije ponude destinacije Kršan. Ona nije trajna forma već se mijenja prilikom uvođenja novih turističkih proizvoda, poboljšanja i revizije postojećih kao i prilikom uvođenja novog vizualnog identiteta. Predstavlja odnos glavne brend slike kojom će destinacija Kršan graditi svoj identitet prepoznatljivosti i tržišnu vidljivost s ostalim pod-brendovima koji će se na osnovu glavne slike graditi po segmentima odnosno prema grupama turističkih proizvoda i usluga. Brend arhitekturom definiraju se segmenti (pod-brendovi) koji imaju najviši strateški potencijal.

U nastavku se prikazuje prijedlog razrađene brend arhitekture za destinaciju Kršan:

Slika 8. Brend arhitektura destinacije Kršan



Kultura okupana bojama prirode
(krovni brend)



Izvor: obrada autora 2017. i Turistička zajednica općine Kršan

1.3.6. Izgradnja brenda kroz partnerstvo

Za izgradnju brenda kroz partnerstvo u cilju postizanja vidljivosti na tržištu te izgradnje identiteta potrebno je voditi računa o slijedećem:

- Za razliku od brenda komercijalnih proizvoda, koji bi mogli biti zlopotrijebljeni ako se koriste od drugih, destinacijski brend povećava vrijednost što se više upotrebljava od drugih partnerskih organizacija. Što ga više koriste različiti dionici, to će biti vidljiviji i imati će veću tržišnu prodornost te biti primjetljiviji;
- Najmoćniji način širenja destinacijskog brenda je uvjeriti odgovarajuće partnere i/ili dionike da prenesu vrijednosti brenda u vlastitim marketinškim komunikacijama;
- Definirati i utvrditi ključne dionike koji bi bili prikladni i spremni za uključivanje brenda destinacije Kršan u svoje marketinške komunikacije;

- Uključiti i ne-turističke dionike (npr. avio kompanije, filmska industrija itd.) koji imaju utjecaja na tržište i preko kojih bi se brend komunicirao s tržištem na podjednak način kao i kroz turističke dionike;
- Pažljivo kontrolirati korištenje logotipa destinacije putem licenciranja samo za ovlaštene korisnike kako ne bi došlo do štete ukoliko brend koristi dionik koji ima lošu reputaciju na tržištu ili je nepouzdan;

1.3.7. Životni vijek brenda

Nije određeno, odnosno nema pravila o točnoj duljini trajanja brenda i kada bi se on trebao osvježiti ili promijeniti. Životni ciklus destinacijskog brenda ovisi o tome u kojoj mjeri je još relevantan za potencijalne posjetitelje-turiste, odnosno, da li ga još uvijek percipiraju, prihvaćaju ili je došlo do zasićenja. Kad njegova važnost počinje opadati, odnosno, počinje gubiti svoju sposobnost u poticanju potencijalnih posjetitelja-turista, vrijeme je da se započne proces re-brendiranja.

Praćenje učinka brenda provodi se permanentno. Upravitelj brenda (općina, turistička zajednica ili poseban DMC), koji je zadužen za implementaciju brenda destinacije Kršan stalno prati učinak brenda na tržište i reakcije potencijalnih posjetitelja-turista na njega, tj. prati koliko je brend snažan i da li još uvijek učinkovito komunicira stratešku poruku.

Kada je brend na vrhuncu, morati će se početi razmišljati o re-brendiranju, odnosno ne dozvoliti pad i gubljenje tržišne pozicije. U tom trenutku biti će potrebno odgovoriti na slijedeća pitanja:

- Jesu li se sklonost prema destinacijskom brendu Kršana promijenila od strane potencijalnih posjetitelja-turista u smislu da oni više nisu motivirani postati posjetitelji?
- Jeli percepcija potencijalnih posjetitelja-turista u raskoraku s brendom?
- Jesu li brend vrijednosti izgubile kompatibilnost s posjetiteljima-turistima?
- Koji su stvarni razlozi za promjenu brenda?
- Koje dobrobiti će promjena ili osvježanje brenda donijeti destinaciji?
- Koliko će to koštati?
- Komunicira li još uvijek brend vrijednost s tržišnim segmentima?
- Može li i u kojoj mjeri brend vrijednost biti zadržana kod osvježanja brenda?
- Dali brend iziskuje samo osvježanje ili je potrebno izraditi cjelokupno re-brendiranje?
- Jeli potrebna samo nova marketinška izvedba/kampanja?

Idealna je situacija održavati životni vijek brenda što duže. Njegova trajnost ovisiti će prihvaćanju brend vrijednosti od strane potencijalnih posjetitelja-turista i nužno je stalno održavati komunikaciju brend vrijednosti koristeći kreativne marketinške komunikacije. Ukoliko se percepcija vrijednosti brenda na tržištu uspori ili počne padati, mudro bi bilo provesti osvježanje brenda s novim marketinškim tehnikama i kanalima, kako bi ostao dinamičan i fleksibilan, dok je re-brendiranje krajnja mjera ukoliko brend izgubi vjerodostojnost.

2. Poglavlje: Implementacija brendiranja

2.1. Brend alati

2.1.1. Primjena brend vrijednosti

Primjena brend vrijednosti najzahtjevniji je aspekt marketinških aktivnosti na turističkom tržištu. Odnosi se na uspostavu i primjenu smislenog i artikuliranog načina

komunikacije. Primjena brenda odvija se na dva kardinalna, međusobno isprepletana načina:

- Primjena brenda u marketinškim akcijama za potencijalne posjetitelje-turiste;
- Življenje brenda od strane dionika koji ga provode te lokalnog stanovništva u destinaciji;

Konkretno rečeno, nužno je da primjena brenda bude integralna i jednako usmjerena kako prema potencijalnim posjetiteljima-turistima tako i lokalnom stanovništvu. Osobnost branda trebala bi biti primijenjena u svakom kontaktu destinacije s potencijalnim posjetiteljima-turistima, kroz marketing komunikaciju kao i kroz način na koji potencijalni posjetitelji-turisti doživljavaju destinaciju kroz odnos lokalnog stanovništva (žive li stvarno brend destinacije kako se on predstavlja na tržištu). Iako je potonje teško kontrolirati, posjetitelji bi trebali imati iskustvo u destinaciji koje je pojačano brend vrijednostima. Svaki kontakt koji imaju s destinacijom i njenim stanovništvom tijekom svog boravka, od dolaska, kroz kvalitetu smještaja i dobrodošlicu koju primaju od lokalnih ljudi, determinirati će njihovu percepciju o destinaciji. Točke kontakta s posjetiteljima-turistima pružaju destinaciji priliku za pojačavanje odnosa s njima ili u protivnom taj će odnos biti uništen s ishodom negativne percepcije.

2.1.2. Marketinška komunikacija brenda s tržištem

Primjenjivanje brenda u marketinškim komunikacijama esencijalno je za kreiranje identiteta i tržišnu vidljivost. To znači da svi dionici koji komuniciraju brend na tržištu znaju kako i na koji način to učiniti.

Marketinška komunikacija brenda ima za cilj informirati, motivirati i djelovati. Informiranje se odnosi na kreiranje svjesnosti o brendu te kreiranju i povećavanju razumijevanja brenda. Motiviranje ima za cilj kreirati imidž destinacije, objasniti koristi koje se brendom komuniciraju te potaknuti preferenciju. Djelovanje ima za cilj potaknuti prodaju turističkih proizvoda i usluga, stimuliranje ponovnog povratka posjetitelja-turista kao i potaknuti preporuku od strane posjetitelja-turista prema drugima (potencijalnim posjetiteljima-turistima).

Dva su glavna smjera brend komunikacije s tržištem koje destinacija Kršan treba provesti:

- *Tone of voice* (ton kojim se brend opisuje) – brend destinacije Kršan treba imati dosljedan i prepoznatljiv *tone of voice*: svjež, autentičan, izvoran, realan, prirodan, avanturistički, znatiželjan, vitalan, neformalan. *Tone of voice*

podjednako se koristi u pisanoj (tekstovi na internet stranici, brošure, blog itd.) kao i audio-vizualnoj komunikaciji (spotovi, promo-filmovi i dr.);

- Vizualne slike – stil vizualne komunikacije preko slika koje će se koristiti u brend komunikaciji i koje održavaju vrijednost brenda. Slike moraju autentično prenijeti informaciju da destinacija Kršan ima kulturu i prirodu koja nudi društveno iskustvo, aktivno sudjelovanje (avanturu) te iskustveni doživljaj. Slike trebaju biti čiste i prikazivati kontraste prirode destinacije Kršan. Slike trebaju prenijeti emociju destinacije koju će potencijalni posjetitelji-turisti moći iskusiti prilikom boravka. Usredotočiti se treba na vizure koje potiču WOW efekt (slike sa Sisola, Učke, Kaštela, Plomina itd.). Slike bi trebale biti kombinirane između prirode i društvene interakcije na kojima su prikazani ljudi. Posebno se preporučuje korištenje slika koje prikazuju lokalne ljude u interakciji s posjetiteljima-turistima u tipičnim postavkama (tradicija, svakodnevni život i sl.), kulturne znamenitosti, slike dostupnosti pokazujući ceste, bicikle, automobile i znakove infrastrukture, slike koje prikazuju destinaciju Kršan u svim godišnjim dobima te slike jela, specijaliteta i tipičnih proizvoda na način da prikazuju konzumaciju istih od strane posjetitelja-turista;

Obzirom da je brend destinacije Kršan trenutno na samom početku svojeg životnog ciklusa sa niskom snagom, identitetom i tržišnom vidljivošću, potrebno je pokrenuti snažnu kampanju kako bi se izgradio tržišni ugled. Predlaže se da destinacija Kršan za kampanju izgradnje prepoznatljivosti brenda koristi slijedeće marketinške komunikacije:

- Vlastita internet stranica – postojeća internet stranica <http://www.istria-krsan.com/> treba postati destinacijska internet stranica s

dotakom mogućnosti rezerviranja smještaja, boravka, događanja i dr. Zadržati postojeći URL jer je dio šireg brenda – Istre kao regionalnog brenda;

- Viralni marketing – aktivacija destinacijskog profila na glavnim društvenim mrežama: **Facebook, Twitter, Instagram** te provođenje viralne kampanje prema ciljnim skupinama preko društvenih mreža (oglašavanje). Redovito održavanje i osvježavanje profila na dnevnoj bazi je poželjno i potrebno. Posebno kreirati kampanju na principu *story-telling-a* (pričanje priča);
- Unapređenje prodaje kroz organizaciju posebnih *road show*, sudjelovanje na specijaliziranim sajmovima (sajmovi kulturnog turizma, sajmovi održivog turizma, sajmovi aktivnog turizma), kao i organizacija posebnih predstavljanja u velikim gradovima u krugu od 500 km udaljenosti od destinacije Kršan;
- Novi oblici promoviranja kao što su kampanje u kino dvoranama u gradovima EU (kratki spotovi prije početka filmova), promotivne akcije u vlakovima u EU te avio-kompanijama;
- Kampanja preko posebnih medija kao što su specijalizirani časopisi za putovanja: *National Geographic, Travel&Leisure* magazin;

2.1.3. Logotip

Turistička zajednica općine Kršan razvila je svoj vlastiti logotip kao sredstvo vizualne komunikacije turizma destinacije Kršan. Logotip komunicira osnovne vrijednosti destinacije (kultura i priroda) te je i kreiran na način da predstavlja ključne atribute kako bi se i vizualno prepoznala destinacija. U tom smislu nije potrebno kreirati novi logotip već će biti potrebno nadopuniti logotip sukladno predloženim podbrendovima razrađenim u brend arhitekturi.

Slika 9. Logotip destinacije Kršan



Izvor: Turistička zajednica općine Kršan

2.1.4. Slogan

Destinacija Kršan nema definiran slogan koji prati logotip i kojim se dodatno definira osnovno opredjeljenje u turističkoj ponudi, odnosno sumira destinacijska osobnost. U tom smislu preporučuje se izrada i definiranje slogana na način da se raspiše javni natječaj na kojem bi se prikupile ideje i prijedlozi za slogan te onda izabrao najbolji i najsvrhovitiji koji prikazuje i opisuje osobnost i vrijednost destinacije.

2.1.5. Oživljavanje brend vrijednosti

Oživljavanje brend vrijednosti započinje dolaskom posjetitelja-turista u destinaciju. Stoga je vrlo važno da posjetitelji-turisti dožive i iskuse brend vrijednosti odmah prilikom dolaska. Destinacija mora „oživiti“ vrijednosti koje je promocijom obećavala potencijalnim posjetiteljima-turistima. Brend vrijednosti ne smiju sadržavati atribute koji će se tek dogoditi u budućnosti već samo i isključivo postojeće.

Posjetitelji-turisti trebali bi potvrditi i ojačati brend vrijednosti destinacije kroz svoje iskustvo u destinaciji. Svaki kontakt koji oni imaju u destinaciji kao i kontakte s lokalnim stanovništvom tijekom boravka od njihovog dolaska, preko kvalitete smještaja, dobrodošlice koju dobivaju od običnih ljudi, determinirati će njihovu percepciju o destinaciji.

Oživljavanje brend vrijednosti provodi se kroz slijedećih „trenutaka istine“:

- Dolazak – signalizacija, slike dobrodošlice koje odražavaju vrijednosti brenda destinacije, informativni centri, formalnosti, dobrodošlica, itd;
- Transferi – do destinacije (ukoliko dolazi zrakoplovom) i po destinaciji (*rent-a-car*);
- Javni prijevoz;
- Smještaj;
- Vodiče i ostalo stručno osoblje u turizmu;
- Turistički operatori;
- Turistička infrastruktura (prometnice, pristup internetu, jednostavnost pronalaznja informacija, vrijednost informacija, zbrinjavanje otpada, itd.);
- Restorani, kafići, itd;
- Trgovine;
- Uređenje javnih površina
- Prirodno okruženje (izgled, briga, čistoća itd.);
- Stanovnici koje posjetitelji-turisti susreću tijekom posjeta;

3. Poglavlje: Upravljanje brendom

3.1. Interni marketing

Paralelno s prezentacijom brend vrijednosti destinacije Kršan za potencijalne posjetitelje-turiste, potrebno će biti organizirati i interne marketinške kampanje. Interni marketing ima za cilj upoznati turističke djelatnike svih razina u destinaciji te lokalno stanovništvo o sadržaju i važnosti brenda. U tom smislu preporučuje se da se u destinaciji Kršan organiziraju prezentacije, radionice i konferencije predstavljanja brenda, njegovih vrijednosti, načinima komunikacije brenda i implementaciju brenda u svim segmentima ponude destinacije Kršan.

3.2. Brend menedžeri

Brend menedžeri predstavljaju kvalificirane i stručne osobe koje su odgovorne za provedbu brend strategije. Glavni zadaci brend menedžera jesu:

- Razvijanje destinacijskog brenda;
- Održavanje integriteta brenda, osiguravajući da se pravilno koristi u marketing komunikaciju kao i među dionicima;
- Brine o razumljivosti i prepoznatljivosti brenda među dionicima;
- Maksimiziranje korištenja brenda u svim marketinškim kampanjama kroz što je više moguće kanala i što je više moguće tržišnih dionika;
- Upravljanje razvojem, promocijom i licenciranjem brenda (ako je potrebno);
- Praćenje utjecaja destinacijskog brenda;
- Prepoznavanje potrebe za bilo kakvim promjenama brenda i implementaciju promjena;

Brend menedžeri djeluju unutar upravljačke strukture za implementaciju brenda koja je opisana u slijedećem poglavlju.

3.3. Upravljačka struktura

Za provedbu i implementaciju brend vrijednosti na tržištu, odnosno izgradnju prepoznatljivog identiteta destinacije potrebno je definirati financijske i ljudske resurse za izgradnju postavljene brend arhitekture. To konkretno znači da će biti potrebno organizirati posebnu upravljačku strukturu (DMC – destinacijski menedžment kompaniju) za destinaciju Kršan čiji će zadatak biti permanentna izgradnja tržišne prepoznatljivosti i implementaciju brenda. Zadaci upravljačke strukture bili bi slijedeći:

- Izgradnja konkurentske prednosti destinacije Kršan kroz brendiranje;
- Implementacija poslovne strategije glede izgradnje tržišne prepoznatljivosti;
- Osmišljavanje i implementacija marketinških kampanja;
- Optimizacija marketing ulaganja;
- Provodi interni marketing;
- Mjeri i istražuje zadovoljstvo posjetitelja-turista;
- Kreira mjere za osvježanje brenda;

Za upravljanje brendom destinacije Kršan predlaže se formiranje posebne destinacijske menedžment kompanije koja bi provodila brendiranje destinacije kroz marketing komuniciranje te poduzimala promotivne aktivnosti u cilju izgradnje identiteta destinacije.

3.4. Održavanje brenda

Održavanje brenda predstavlja permanentno praćenje njegovih utjecaja od strane brend menedžera i upravljačke strukture. Održavanje se odnosi na dobivanje povratnih informacija o poduzetim marketinškim kampanjama i njihovu učinkovitost na percepciju potencijalnih posjetitelja-turista. Za održavanje brenda bitno je praćenje preferencija potencijalnih posjetitelja-turista te njihovo reagiranje na marketinške kampanje, odnosno, kako reagiraju na izbor kanala promocije, komunikaciju, jesu li promijenili svoje stavove, prihvaćaju li još uvijek pozitivno brend vrijednosti te jeli došlo do zasićenja. Na osnovu svih tih informacija pravovremeno se može reagirati i „osvježavati“ brend kako bi on adekvatno komunicirao svoje vrijednosti te permanentno održavao pozitivnu percepciju potencijalnih posjetitelja-turista.

4. Poglavlje: Mjerenje utjecaja brenda

4.1. Anketiranje i mjerenje zadovoljstva gostiju

Jedna od učinkovitih mjera mjerenja zadovoljstva gostiju je anketiranje. Utjecaj brenda trebao bi se mjeriti u redovitim razmacima. Promjene u percepciji brenda obično nastaju tijekom vremena a ne trenutačno. Stoga je potrebno vršiti anketiranje svake dvije do tri godine kako bi se sustavno pratio utjecaj brenda na turističkim tržištima.

Glavne tehnike za mjerenje utjecaja brenda su:

- Ankete o praćenju brenda – prikupljaju se informacije o diferencijaciji destinacijskog brenda. Anketama se odgovara na pitanje gdje je brend destinacije prihvaćen na način da ga razlikuje od konkurenata i koje su, s aspekta

potencijalnih posjetitelja-turista, prepoznatljive značajke na racionalnoj i emocionalnoj razini. Ovim anketama prati se i ugled brenda na način da se mjeri koliko je on prihvaćen, kako je percipiran, kako je doživljen u odnosu na konkurentske brendove, koliko su posjetitelji-turisti odani destinaciji (vraćaju li se ili se planiraju ponovno vratiti);

- *On-line* panel ankete - posljednjih godina, *on-line* panel ankete postaju sve više popularan način mjerenja utjecaja destinacijskog brenda. Panel ankete znače identificiranje velikog broj ispitanika koji su angažirani od strane agencija za istraživanje tržišta. Agencija odabire ispitanike na osnovu nekoliko kriterija: demografski pokazatelji, mediji kojima se ispitanici koriste, navike u putovanjima itd. *On-line* panel ankete također pružaju korisnu metodu pristupa potencijalnim posjetiteljima-turistima koji se ponekad teško mogu dosegnuti. Glavne prednosti *on-line* panel anketiranja su:

- Istraživanje može biti usmjereno na određeni demografski segment;
- Jedan od jeftinijih načina dobivanja povratnih informacija ispitanika o destinaciji;
- *On-line* pristup omogućava ugradnju slika, zvuka i video isječaka u ankete na osnovu kojih se može dobiti realnija povratna informacija o percepciji ispitanika;

- Pitanja u anketama u *omnibus* stilu - *omnibus* se odnosi na vrstu kvantitativnog istraživanja provedenog na širem području u kojemu su podaci o širokom rasponu tema i proizvoda prikupljene tijekom istog razgovora u ime nekoliko (često mnogo) različitih ispitanika. Ova vrsta ankete pruža priliku za ograničena, specifična i relativno jednostavna pitanja. Manje su usmjerene na bilo koji određeni tržišni segment za razliku od *on-line* panel anketa. *Omnibus* stil istraživanja su najprikladniji za postavljanje pitanja o svijesti i odnosu prema destinaciji od strane potencijalnih posjetitelja-turista. Oni također pružaju najjednostavnije i najučinkovitije sredstvo za mjerenje sklonosti stanovništva vezano za učestalost i kulturu putovanja;
- Međunarodne *benchmarking* ankete – upravitelji brendom mogu sami poduzeti anketu. To je prilično skupo i dugotrajno istraživanje ako bi se istinski sačinila usporedba destinacije s globalnim kompetitorima. Postoji i varijanta da se sačini analiza najbližih konkurenata što će ograničiti veličinu uzorka, zadržati niže troškove i omogućiti izradu analize koja će se bazirati na temeljnim

konkurentnim prednostima. Drugi način je naručiti već izrađene analize o konkurentima od strane istraživačkih kuća. Glavna vrijednost takvih neovisnih analiza je usporedba destinacije s drugima. Njima se prvenstveno mjeri ekonomska konkurentnost destinacije. Pokazuju gdje se nalazi pozicija destinacije kroz analizu glavnih snaga i prednosti. Destinacije se obično uspoređuju kroz slijedeće faktore: upravljanje, kultura, turizam, etnološke značajke, infrastruktura, itd.). Navedeni faktori su značajni u formiranju percepcije o destinaciji, osobito kod onih koji još nikada nisu posjetili destinaciju niti imali bilo kakav dodir s destinacijom;

- Ankete o zadovoljstvu posjetitelja - ankete o zadovoljstvu posjetitelja, zajedno s anketama o praćenju brenda, glavni su izvor vrijednog kvalitativnog uvida u implementaciji destinacijskog brenda. One omogućuju dobivanje odgovora od strane posjetitelja-turista o svom iskustvu u destinaciji i, u manjoj mjeri, njihov stav prema destinaciji. Anketiranje o zadovoljstvu posjetitelja-turista na godišnjoj razini ne samo da će pomoći u mjerenju učinkovitosti destinacijskog brenda, već pruža mogućnost prepoznavanja nedostataka bilo kojeg turističkog proizvoda i/ili usluge koji se odmah mogu otkloniti. Ovim anketama identificiraju se stavovi posjetitelja-turista što im se u destinaciji sviđa i što percipiraju kao negativno iskustvo. Također mogu pružiti uvide što bi moglo biti korisno u smislu prilagođavanja budućih marketinških poruka pri marketinškim kampanjama. Važno je napomenuti da će anketa o zadovoljstvu posjetitelja biti više orijentirana na utvrđivanje onoga što posjetitelji vole i ne vole i njihovo iskustvo boravka nego na otkrivanje njihove dublje emocionalne reakcije na destinacijski brend. Međutim, kombinacija ankete zadovoljstva posjetitelja-turista s anketom praćenja brenda moćan je izvor uvida u identifikaciju odnosa s posjetiteljima i što je potrebno učiniti i poduzeti u poboljšanju razumijevanja destinacije od strane posjetitelja-turista. Permanentno anketiranje posjetitelja-turista koji dolaze u destinaciju Kršan potrebno je kako bi se mogle dobiti relevantne informacije o zadovoljstvu gosta s ponuđenim turističkim uslugama gostiju, njihove motive dolaska te preferencije, odnosno što su očekivali i što su dobili. Posebno bi bilo uputno dobiti informacije koliko su zadovoljni kvalitetom odnosno vrijednosti za novac koji su potrošili;

4.2. Praćenje medija

Medijsko praćenje (medijska pokrivenost) predstavlja mjerenje volumena medijskog prikaza destinacijskog brenda i same destinacije u medijima na ključnim tržištima.

Glavni cilj praćenja medijske pokrivenosti je procijeniti pozitivan utjecaj destinacijskog brenda. Prati se opseg pokrivenosti medijskih informacija o brend vrijednostima te identifikacija broja, kvalitete i dosega članaka, reportaža, TV i radio emitiranja, itd. koji sadrže poruke koje prikazuju destinacijski brend. Obično su to poruke usmjerene na tržištu prema ključnim ciljanim segmentima.

Praćenje medija provode specijalizirane agencije za odnose s javnošću ili službe za nadgledanje medija. Rezultati praćenja medija se mogu izraziti u smislu ekvivalentne vrijednosti koje se medijskim kampanjama i oglašavanjima dobivaju. Važno je razlikovati pozitivnu i negativnu medijsku pokrivenost u smislu procjene uspješnosti destinacijskog brenda. Negativna pokrivenost može oštetiti brend ali istovremeno signalizira ranu naznaku pada utjecaja brenda (pozitivne percepcije). Obično se negativna pokrivenost oduzima od ukupne količine pozitivne medijske pokrivenosti kako bi se dobio realan pokazatelj utjecaja brenda. U tom smislu važno je poduzeti kvalitativnu analizu članaka i svrhovitost medijske pokrivenosti brenda poduzetim i utvrditi daljnje marketinške prioritete.

Značaj medijske pokrivenosti ogleda se kroz:

- Kompatibilnost medijskih članaka s vrijednostima koje odražavaju destinacijski brend: medijska kampanja treba prenijeti brend vrijednosti, a ne samo i isključivo informaciju što se u destinaciji može raditi, vidjeti, posjetiti;
- Informiranje i upoznavanje ključnih tržišnih segmenata s destinacijskim brendom;
- Kreiranje pozitivne percepcije brend vrijednosti koji se putem medija komuniciraju s ključnim tržišnim segmentima;

5. Poglavlje: Zaključna razmatranja

Kod destinacije Kršan indikativan je relativno izražen intenzitet unutarnjih slabosti u smislu izgradnje brenda s postojećom artikuliranom resursnom osnovom u turističke proizvode kao i tržišnom komunikacijom prema ciljnim skupinama. Nedostaje jaka sinergija i posebno organizirana upravljačka struktura koja bi preuzela i provodila proces izgradnje identiteta destinacije Kršan i tržišnu prepoznatljivost. Stoga je na tim područjima potrebno strateški i organizirano djelovati kako bi se slabosti minimizirale.

Ukoliko destinacija Kršan želi biti pozicionirana i prepoznatljiva turistička destinacija, biti će nužno pristupiti izgradnji čvrstog i kompletnog lanca vrijednosti u turizmu kao i organizaciji destinacijskog proizvoda kroz jačanje turističke infrastrukture s jasnom i provodljivom marketinškom kampanjom na tržištu.

Grafikon 1. Broj dolazaka turista u razdoblju od 2013. – 2016. godine

Grafikon 2. Broj noćenja turista u razdoblju od 2013. – 2016. godine

Slika 1. Ekonomski utjecaj turizma na globalnom planu

Slika 2. Kompetitivno pozicioniranje destinacije Kršan

Slika 3. SWOT analiza destinacije Kršan

Slika 4. Benchmarking destinacije

Slika 5. Turističke destinacije Kršan, Nin i Ston

Slika 6. Brend piramida destinacije Kršan

Slika 7. Brend kotač destinacije Kršan

Slika 8. Brend arhitektura destinacije Kršan

Slika 9. Logotip destinacije Kršan

Tablica 1. Glavna obilježja turističkih destinacija Kršan, Nin i Ston

66.

Temeljem članka 19. Statuta Općine Kršan (Službeno glasilo Općine Kršan br. 06/09, 05/13) i članka 85. Poslovnika Općinskog vijeća Općine Kršan („Službeno glasilo Općine Kršan“ br. 07/09, 07/13, 13/13, 05/15) Općinsko vijeće Općine Kršan na sjednici održanoj dana 19. prosinca 2017. godine donijelo je

ODLUKU

I.

Usvaja se Strategija upravljanja kulturnom baštinom koja čini sastavni dio provedbe projekta - Integrirani program očuvanja, zaštite, razvoja i promicanja kulturne baštine na području Istočne Istre – „Čuvar Istarskog razvoda“ - MIS oznaka KK.06.1.1.01.0034 prema Ugovoru o dodjeli bespovratnih sredstava u okviru operativnog programa „Konkurentnost i kohezija 2014.-2020.“).

II.

Strategija upravljanja kulturnom baštinom čini sastavni dio ove Odluke i nalazi se u privitku.

III.

Ova Odluka stupa na snagu osmog dana od dana objave u "Službenom glasilu Općine Kršan".

OPĆINSKO VIJEĆE OPĆINE KRŠAN

KLASA: 021-05/17-01/12
URBROJ: 2144/04-05-17-3
Kršan, 19. prosinca 2017.

Predsjednik
Općinskog vijeća

Zdravko Vidak, v.r.

SADRŽAJ

1. UVOD31

2. ANALIZA STANJA OPĆINE KRŠAN31

2.1. Teritorijalni aspekt

2.1.1. Prometna infrastruktura

2.2. Demografski aspekt

2.3. Ekonomski aspekt

2.4. Prostorna i klimatska obilježja

3. ANALIZA TURISTIČKOG TRŽIŠTA OPĆINE KRŠAN

3.1. Smještajni kapaciteti

3.2. Turistički promet

3.3. Resursna osnova razvoja kulturnog turizma41

4. TRENDOVI U KULTURNOM TURIZMU

5. USKLAĐENOST SA STRATEGIJAMA

5.1. EU razina45

5.2. Nacionalna razina47

5.3. Županijska razina49

5.4. Lokalna razina

6. SWOT ANALIZA

7. IDENTIFIKACIJA KULTURNE BAŠTINE

7.1. Materijalna kulturna baština

7.2. Nematerijalna kulturna baština

8. VIZIJA I CILJEVI

8.1. Ciljevi i prioriteti

8.2. Mjere i projekti

9. IMPLEMENTACIJA85

10. EVALUACIJA

11. ZAKLJUČAK

12. POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFIKONA

1. UVOD

Kultura i turizam čvrsto koreliraju u današnjim socio-ekonomskim odnosima. U posljednjih 20-ak godina turizam motiviran kulturom bilježi kontinuiran rast, a ovaj tip turizma naziva se kulturni turizam. Hrvatska kao i svi njeni krajevi je destinacija bogata kulturnom materijalnom i nematerijalnom baštinom. Štoviše, Hrvatsku se na globalnom tržištu prvenstveno prepoznaje kao destinaciju bogate prirodne i kulturne baštine, pa usmjerenje razvoja turizma u budućnosti valja temeljiti na poboljšanju raznovrsnosti i kvalitete tipova turizma koji su povezani sa spomenutim resursnim osnovama. Općina Kršan od 2010. godine bilježi snažan rast turizma (+158,56% turističkih dolazaka, +125,41% turističkih noćenja), koji je potrebno strateški usmjeriti prema optimalnom korištenju raspoloživih resursa, a s ciljem produljenja turističke sezone, povećanja broja turističkih dolazaka i noćenja ciljnih skupina s većom kupovnom moći (npr. kulturni turisti) i poboljšanja multiplikativnog učinka na druge gospodarske djelatnosti (poljoprivredu, servisno-uslužne djelatnosti i dr.). Strategijom razvoja Općine Kršan 2014.-2020. i Master planom turizma Općine Kršan 2017.-2025. godine, definirane su smjernice razvoja turizma koje se temelje na održivom korištenju kulturne baštine. Valja istaknuti da je kulturna baština resurs prema kojem je potrebno biti posebno obazriv, prvenstveno zbog kompleksnosti i zahtjevnosti iznalaženja optimalne mjere valorizacije i očuvanja za buduće naraštaje. Navedeno predstavlja primarni motiv izrade ovog strateškog dokumenta. Dokument je izrađen za razdoblje od 2017. do 2025. godine, a na poseban način doprinosi očuvanju kulturne materijalne i nematerijalne baštine Općine Kršan i njene valorizacije u kulturno-turističke svrhe.

Nositelj izrade predmetnog dokumenta je Općina Kršan. Značajan doprinos izradi predmetnog dokumenta dali su svi zainteresirani dionici s područja općine Kršan i Radni tim koji su činili:

- Runko Valdi – Načelnik Općine Kršan,

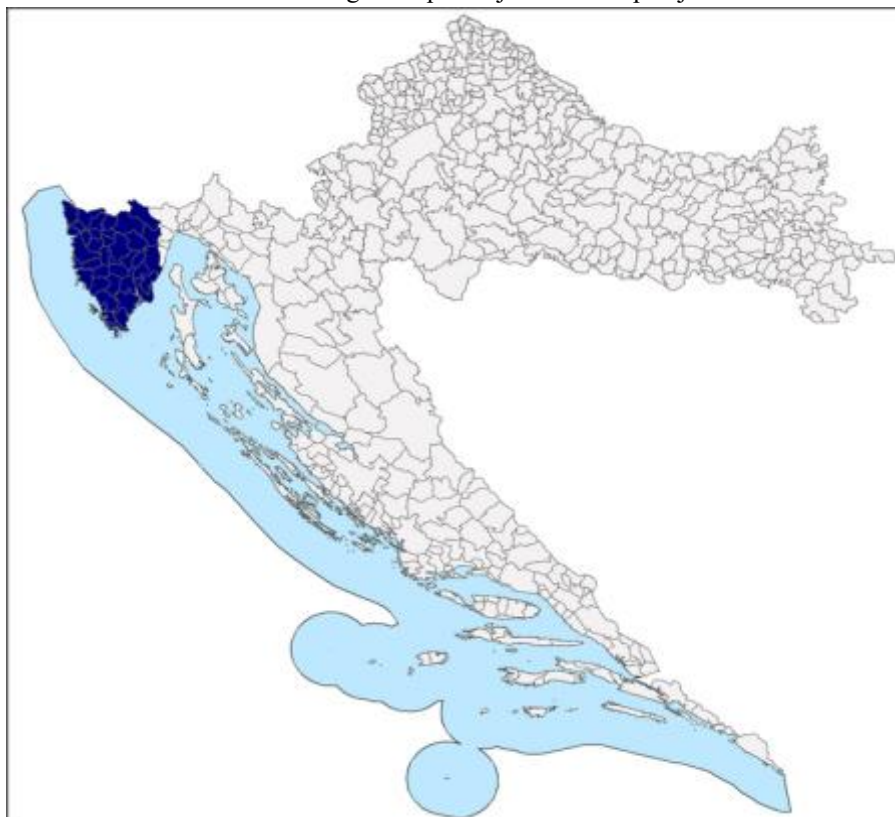
- Carić Roman – Zamjenik načelnika Općine Kršan,
- Zanketić Patricia – Voditeljica Odsjeka za gospodarsko i EU projekte,
- Brnetić Ariana – Direktorica turističkog ureda TZ Općine Kršan
- Karlič Zoran - Predsjednik kulturno-umjetničkog društva „Ivan Fonović Zlatela“
- Brkarić Viviana - Predsjednica Udruge „Spod Učke“; Predsjednica Odbora za kulturu i školstvo pri Općini Kršan
- Kos Vedran - Stručni voditelj i kustos Narodnog muzeja Labin pri Pučkom otvorenom učilištu Labin

2. ANALIZA STANJA OPĆINE KRŠAN

2.1. Teritorijalni aspekt

Istarska županija obuhvaća veći dio Istre - najvećeg jadranskog poluotoka. Najzapadnija točka Republike Hrvatske je u Istarskoj županiji (Bašanija, rt Lako) na 45° sjeverne zemljopisne širine. Smještena u sjeveroistočnom dijelu Jadranskog mora, Istra je s tri strane okružena morem, a sjevernu granicu prema kopnu čini linija između Miljskog zaljeva (Muggia) u neposrednoj blizini Trsta i Prelučkog zaljeva, u neposrednoj blizini Rijeke. Tako povoljnim zemljopisnim položajem, gotovo u srcu Europe, na pola puta između ekvatora i sjevernog pola, Istra je oduvijek predstavljala most koji je povezivao srednjoeuropski kontinentalni prostor s mediteranskim.

Slika 1. Geografski položaj Istarske županije



Izvor: www.istra-istria.hr/index.php?id=263

Istarski poluotok obuhvaća površinu od 3.476 četvornih kilometara. To područje dijele tri države: Hrvatska, Slovenija i Italija. Vrlo malen dio Istre, tek sjeverna strana Miljskoga poluotoka, pripada Republici Italiji. Slovensko primorje s Koparskim zaljevom i dijelom Piranskoga zaljeva do ušća rijeke Dragonje dio je Republike Slovenije. Najveći dio, ili 3.130 četvornih kilometara (90% površine), pripada Republici Hrvatskoj. Većina hrvatskog dijela poluotoka nalazi se u Istarskoj županiji, površine 2.820 četvornih kilometara, što je 4,98% od ukupne površine Republike Hrvatske. Ostali dio administrativno-teritorijalno pripada Primorsko-goranskog županiji.

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

- Gradovi: Buje-Buie, Buzet, Labin, Novigrad-Cittanova, Pazin, Poreč, Pula, Rovinj-Rovigno, Umag-Umago i Vodnjan
- Općine: Bale, Barban, Brtonigla-Verteneglio, Cerovlje, Fažana, Funtana, Gračišće, Grožnjan-

Grisignana, Kanfanar, Karojba, Kaštelir - Labinci, Kršan, Lanišće, Ližnjan, Lupoglav, Marčana, Medulin, Motovun, Oprtalj-Portole, Pićan, Raša, Sveti Lovreč, Sveta Nedelja, Sveti Petar u šumi, Svetvinčenat, Tar-Vabriga, Tinjan, Višnjan, Vižinada, Vrsar i Žminj.

Opći podaci o Istarskoj županiji:

- Površina Istre - 2.820 km²;
- Broj stanovnika – 208.055 stanovnika, što čini 4,85% ukupnog stanovništva Republike Hrvatske (Popis stanovništva RH 2011. godine);
- Dužina obale - 445,1 km (razvedena obala dvostruko je duža od cestovne);
- Zapadna obala Istre duga je 242,5 km, s otocima 327,5 km;
- Istočna obala Istre duga je 202,6 km, s pripadajućim otočićima 212,4 km;

- Administrativni centar - Pazin (8.638 stanovnika);
- Ekonomski centar - Pula (57.460 stanovnika).

Općina Kršan obuhvaća prostor središnjeg dijela istočnog priobalnog područja Istarske županije.

Smještena je između Kvarnerskog i Plominskog zaljeva, Plominske uvale, doline rijeke Raše, obronaka srednje Istre i područja Učke i uvale Brestova na obali mora. U tom području dominiraju dvije morfološke jedinice, Čepičko polje i planinski masiv Učke, a među ostalim značajnijim obilježjima prostora ističe se Plominski zaljev koji se uvlači duboko u kopno.

Slika 2: Administrativna podjela Istarske županije



Izvor: Prostorni Plan Istarske županije, 2002.; Obrada autora

Općina Kršan zauzima područje površine 124 km², što čini 4,4% ukupne površine Istarske županije. Na području općine nalaze se 23 naselja; Kršan, Blaškovići, Veljaki, Lazarići, Boljevići, Čambarelići, Kožljak, Jesenovik, Nova Vas, Šušnjeвица, Letaj, Kostrčani, Lanišće, Zankovci, Polje Čepić, Zatkan Čepić, Purgarija, Plomin, Plomin Luka, Stepčići, Vozilići, Zagorje i Potpićan.

2.1.1. Prometna infrastruktura

Prometni infrastrukturni sustav općine Kršan uključuje cestovni, željeznički, pomorski promet, te telekomunikacijsku infrastrukturu.

Cestovna mreža općine Kršan dobro povezuje sva naselja. Područjem općine prolazi državna cesta D21 D66, koja predstavlja dionicu Jadranske turističke ceste od Opatijske rivijere do Plomina, te u nastavku državne ceste D48 i D66 D64 i D48 i koje prolaze od Vozilića preko Potpićana prema Pazinu. Na državnu cestu D48

vezuje se državna cesta D500 koja vodi prema sjevernijim dijelovima općine, odnosno povezuje Vranju, Šušnjevicu i Kršan. Kroz općinu prolaze još dvije županijske ceste od kojih jedna vodi iz Vozilići prema Plomin Luci, a druga spaja Labin - Sv.Nedelja-Kršan.

Povezanost ostalih naselja u pojedinim predjelima općine mrežom lokalnih cesta može se ocijeniti zadovoljavajućom.

Turistički zanimljiva područja nisu adekvatno prometno povezana te je neophodno iste urediti i učiniti pristupačnima za posjetitelje.

Općina Kršan nema izravnu željezničku vezu s ostatkom države, nego tek preko Republike Slovenije, što predstavlja jedan od problema kako na razini općine tako i Istarske županije u cjelini. Centralnim i istočnim dijelom obuhvata prolazi industrijski kolosijek Lupoglav – Štalije. Navedena pruga dužine 52,4 km nije u funkciji (dužina pruge koja prolazi kroz općinu Kršan iznosi 20,9 km).

Na području općine Kršan nalaze se trajektno pristanište Brestova i luka Plomin. Postojeće luke trebale bi biti revitalizirane u cilju stvaranja novih trgovačkih i turističkih putova.

Na području općine ne planira se izgradnja zračne luke. Zračna luka Pula udaljena je 48,7 km, a Zračna luka Rijeka 77 km.

Telekomunikacijska infrastruktura trenutno udovoljava potrebama stanovnika općine, iako se povećavaju zahtjevi za uvođenjem novih usluga i prijenosom sve većih količina informacija. Spomenuto iziskuje izgradnju telekomunikacijske i širokopolasne mreže koja će integrirati sve usluge.

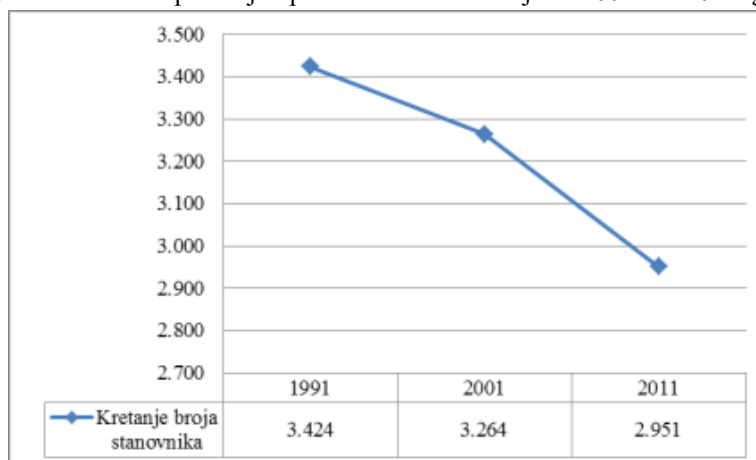
2.2. Demografski aspekt

Aktivnosti i obilježja stanovništva na pojedinom području čine temelj njegova razvoja i bitan su element određivanja razvojnog usmjerenja. Prema Popisu stanovništva iz 2011. godine na u 23 naselja općine Kršan obitavao 2.951 stanovnik. U naselju Kršan, općinskom središtu, živi 238 stanovnika. Najveće naselje općine je Potpićan sa 513 stanovnika, zatim Vozilići sa 236 stanovnika, te Purgarija Čepić sa 228 stanovnika. S druge strane, u čak 12 statističkih naselja živi manje od 100 stanovnika sa Zankovcima kao najmanjim naseljem u kojem obitava svega 8 stanovnika. Prosječna gustoća naseljenosti iznosi 23,8 st/km² što je znatno ispod prosjeka Istarske županije koji iznosi 73,78 st/km². Sukladno klasifikaciji ruralnih područja, Općina Kršan spada u skupinu značajnog ruralnog područja u kojem preko 50% stanovništva živi u ruralnim zajednicama.

Sukladno klasifikaciji ruralnih područja, Općina Kršan spada u skupinu značajnog ruralnog područja u kojem preko 50% stanovništva živi u ruralnim zajednicama.

Na grafikonu 1 prikazano je kretanje broja stanovnika na području općine Kršan u razdoblju od 1991. do 2011. godine.

Grafikon 1: Kretanje broja stanovnika na području općine Kršan u razdoblju od 1991. do 2011. godine



Izvor: DZS; 2011.

Iz grafikona 1 vidljivo je da se od 1991. godine bilježi trend pada broja stanovnika. Od 1991. do 2011. godine broj stanovnika smanjen je za 13,81%.

SLUŽBENO GLASILO OPĆINE KRŠAN

21. prosinca 2017.

Stranica 35 - Broj 18

U tablici 1 prikazan je broj stanovnika i udio dobnih skupina na nacionalnoj, županijskoj i lokalnoj razini.

Tablica 1: Udio dobnih skupina stanovništva i usporedba na razini RH, IŽ i OK

Dobne skupine	Godina				
	2001.	2011.			
	%	%	Broj (RH)	Broj (IŽ)	Broj (OK)
0 – 4	5,37	4,96	212.709	9.866	108
5 – 9	5,62	4,77	204.317	8.665	102
10 – 14	6,09	5,49	235.402	9.285	114
15 – 19	6,76	5,70	244.177	9.988	131
20 – 24	6,91	6,11	261.658	12.255	200
25 – 29	6,66	6,75	289.066	14.314	225
30 – 34	6,69	6,87	294.619	15.195	183
35 – 39	7,18	6,64	284.754	13.623	166
40 – 44	7,55	6,70	286.933	13.653	190
45 – 49	7,55	7,18	307.561	15.847	262
50 – 54	6,78	7,48	320.502	17.005	292
55 – 59	5,20	7,28	311.818	16.649	262
60 – 64	5,93	6,37	272.740	14.251	159
65 – 69	5,73	4,71	202.002	9.526	124
70 – 74	4,61	4,96	212.401	10.782	140
75 – 79	3,11	4,10	175.526	8.352	148
80 – 84	1,29	2,52	108.104	5.511	98
85 – 90	0,70	1,11	47.641	2.568	35
90 – 94	0,23	0,25	10.758	589	11
+95	0,04	0,05	2.201	131	1
UKUPNO	100	100	4.284.889	208.055	2.951

Izvor: DZS; 2011

Prikazani sastav stanovništva prema dobi ponajviše je posljedica društveno ekonomskih i političkih zbivanja u prošlosti. Tako osim smanjenja broja stanovnika bilježe se i drugi negativni demografski trendovi; indeks starenja iznosi 157,3, koeficijent starenja 24,3, a prosječna starosna dob iznosi 44,3 godine. Dakle, prosječna starost stanovnika na području općine Kršan nešto je viša od prosjeka županije koja se kreće na razini od 42,8 godina.

Struktura stanovništva prema spolu ukazuje na podjednaki udio ženskog i muškog stanovništva, točnije na području Općine Kršan prebiva 1.468 muškaraca i 1.483 žena.

Radno aktivno stanovništvo (15-64 godine) čini 70,15% ukupne populacije.

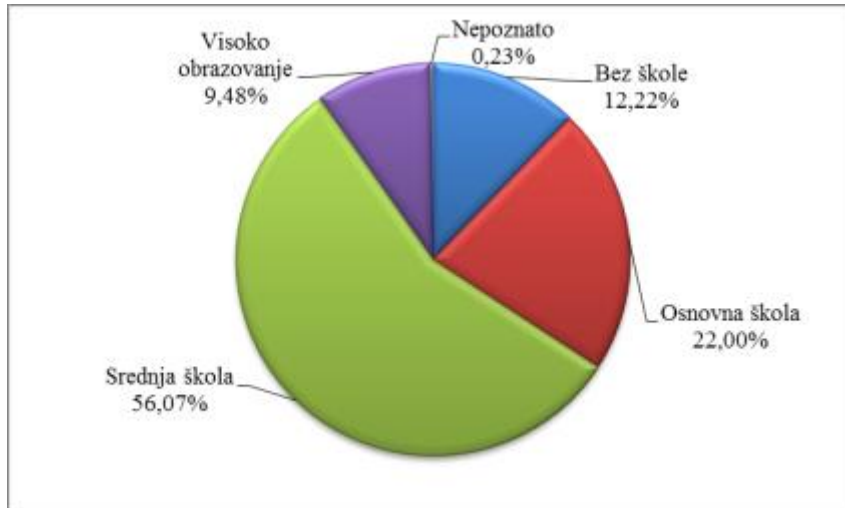
Struktura stanovništva prema narodnosti pokazuje da u Općini Kršan prebiva 72,55% Hrvata, 7,35% Bošnjaka, 1,22% Srba, dok se 15,38% stanovnika opredijelilo za regionalnu pripadnost. Svi ostali pripadnici drugih

narodnosti pojedinačno imaju udio manji od 1%, a čine ukupno 3,5% stanovništva općine.

Na području općine Kršan evidentirano je 1.046 kućanstava prosječne veličine tri člana. Najveći udio zauzimaju kućanstva sa 2 člana (235 kućanstava), zatim kućanstva sa četiri člana (227 kućanstava), te kućanstva sa tri člana (218 kućanstava). Značajan broj čine samačka kućanstva (223 kućanstva), dok je najmanji broj kućanstava sa 5 i više članova (119 kućanstava).

Analizom obrazovne strukture stanovništva (grafikon 2) vidljivo je da 34,4% stanovnika nema adekvatan stupanj obrazovanja, odnosno stručnu spremu. Udio stanovnika koji ima završenu srednju školu iznosi 56%, dok je udio stanovnika sa završenim stručnim i sveučilišnim studijem 9,48%. Visok udio slabije obrazovanog stanovništva predstavlja ograničavajući čimbenik prilikom realizacije utvrđenih ciljeva razvoja općine, kako na području gospodarstva tako i u širem društvenom kontekstu.

Grafikon 2: Analiza obrazovne strukture stanovništva općine Kršan



Izvor: DZS; 2011.

2.3. Ekonomski aspekt

Dostignuti stupanj gospodarskog razvoja općine Kršan prvenstveno je rezultat niza materijalnih i društvenih čimbenika, ali i povijesnih događaja koji su obilježili ovaj prostor. Opći gospodarski razvoj determiniran je u prvom redu postojanjem TE Plomin u prostoru,

raspoloživim prirodnim i kulturnim resursima, te geoprometnim položajem. Raspoloživi prirodni i kulturni resursi nedovoljno su iskorišteni pa bi se gospodarski razvoj u narednom razdoblju trebao temeljiti na njihovoj valorizaciji. Prvenstveno je riječ o perspektivi razvoja održive poljoprivrede, malog i srednjeg poduzetništva, te različitih selektivnih oblika turizma.

Zakonom o regionalnom razvoju (NN 147/14) koji je na snazi od 01.01.2015. godine sve jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave razvrstane su prema indeksu razvijenosti.⁸ Općina Kršan s vrijednošću indeksa razvijenosti 120,66 spada u IV. skupinu jedinica lokalne samouprave čija je vrijednost indeksa između 100% i 125% prosjeka Republike Hrvatske. Prema podacima DZS-a Istarska županija u 2013. godini premašuje za 25% prosječni BDP po stanovniku Republike Hrvatske i ostvaruje 6,07% hrvatskog BDP-a. Prosječni BDP per capita u Istarskoj županiji 2013. godine iznosio je 96.127,00 kn.⁹

Analiza gospodarstva izvršit će se analizom primarnog, sekundarnog i tercijarnog sektora.

Primarni sektor obuhvaća sve one aktivnosti kojih se predmet rada nalazi na zemlji ili pod zemljom. Obuhvaća poljoprivredu, šumarstvo, ribarstvo, rudarstvo i vađenje. Na prostoru općine Kršan najveći ekonomski značaj imaju poljoprivreda i stočarstvo. Na području općine Kršan na dan 31.12. 2015. godine zabilježeno je 99 poljoprivrednih gospodarstava od čega 91 OPG, 4 obrta, 3 trgovačka društva i 1 zadruga, a djeluju na 1.148,16 ha. Stočarstvom se bavilo 58 poljoprivrednih gospodarstava sa 1.961 grlom (85,8% čine goveda, 12,7% ovce, ostalo 1,5%). Najveći udio poljoprivrednih površina zasijan je ratarskim kulturama (kukuruz i ječam) i travolikom stočnom hranom (lucerna, djetelina, trava i sl.). Maslinici se prostiru na 6,58 ha, a voćnjaci na 12,3 ha (kruške i jabuke). Ostala raspoloživa poljoprivredna površina većinom se koristi za različite povrtlarske kulture (jagode, lubenice, dinje, češnjak, krumpir, salata, bundeva i dr). Od ostalih poljoprivrednih djelatnosti važno je istaknuti 6 poljoprivrednih gospodarstava koji raspolažu sa 342 košnice. Poduzetnici u djelatnosti „poljoprivreda, ribarstvo i šumarstvo“ (njih 5) zapošljava 23 zaposlenika.¹⁰ Već je navedeno da je Čepićko polje najveća poljoprivredna površina u Istri, a kao što je vidljivo iz prikazane analize danas se najviše koristi za stočarstvo.

⁸ Indeks razvijenosti izračunava se na temelju visine dohotka po stanovniku, stope nezaposlenosti, proračunskog prihoda, općeg kretanja stanovništva te stope obrazovanosti.

⁹ http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2016/12-01-03_01_2016.htm

¹⁰ <http://www.aprrr.hr/statistika-2015-1743.aspx>

U posljednjih desetak godina izniknule su brojne male obiteljske farme krava sa vlastitom proizvodnjom sireva i drugih mliječnih proizvoda prepoznate vrhunske kvalitete.

Sekundarni sektor obuhvaća sve prerađivačke djelatnosti, a čine ga prerađivačka industrija, građevinarstvo, opskrba električnom energijom, plinom i vodom. Na prostoru općine Kršan najznačajniji gospodarski subjekt jest TE Plomin koji se bavi proizvodnjom električne energije. U prerađivačkoj industriji 8 poduzetnika zapošljava 83 zaposlenika, dok u građevinarstvu 6 poduzetnika zapošljava 8 djelatnika.

Tercijarni sektor čine djelatnosti koje se bave pružanjem klasičnih gospodarskih usluga kao što su: ugostiteljstvo, trgovina na veliko i malo, hotelijerstvo, prijevoz, skladištenje i veze. Na području općine Kršan značajan je broj poduzetnika koji se bave trgovinom, ugostiteljstvom i turizmom. 24 poduzetnika u djelatnosti „trgovina na veliko i malo, popravak motornih vozila i motocikala“ zapošljavaju 109 zaposlenika, u ugostiteljstvu (i turizmu) 5 poduzetnika zapošljava 27 djelatnika. U ostalim djelatnostima zaposlen je 21 djelatnik odnosno 7,7% ukupno zaposlenih na području općine Kršan.

Uz 65 malih i srednjih poduzetnika na području općine Kršan na dan 31.12.2015. godine aktivna su 83 obrtnika. Najveći broj obrtnika (31) pruža različite obrtničke usluge, zatim slijedi proizvodno zanatstvo (11), ugostiteljstvo (10), prijevoz (10), trgovina (9) i ostalo (12).

2.4. Prostorna i klimatska obilježja

Područje općine najvećim dijelom prekriveno je makijom ili kamenjarskim pašnjacima. Vegetacija ima submediteranska obilježja koja se mijenjaju s porastom apsolutne visine. Prevladavaju listopadne šume, dok su viši brdski predjeli i niži dijelovi Učke pokriveni šumom medunca i drugih hrastova s crnograbom. U najvišim dijelovima može se naići na primorske šume bukve.

Izuzevši Čepićko polje, kvalitetnih je poljoprivrednih površina relativno malo, te se uglavnom radi o vrtovima, livadama, neobrađenim oranicama i vinogradima koji se nalaze u blizini naselja. Reljefnu strukturu čine prostrani valoviti ravnjaci i nešto strmija obala, te brdski masiv Učke. Polja su većinom prekrivena sivom zemljom i zemljom crvenicom. Šire područje općine pripada slivu

Raše, koji obuhvaća zapadni i južni dio površine između Plominskog zaljeva i lijeve obale Raše, jugoistočni dio Pazinskog bazena, jugoistočne brdske predjele Čičarije, jugozapadne padine Učke te dio Labinskog bazena. Važniji površinski tokovi su Boljunčica i Posert kao izvorišni dio rijeke Raše. Područje općine bogato je izvorima pitke vode. Najznačajniji su izvor Jaškovića koji se nalazi u Potpićanskom polju, izvor Beka u Čepićkom polju, izvor Kožljak, Bubić jama, te izvor Plomin koji se nalazi na istočnoj strani Učke. Zahvaljujući navedenim okolišnim značajkama područje općine Kršan bogato je raznolikom prirodnom baštinom. Na brdskom dijelu područja općine Kršan prostire se Park prirode Učka, koji još obuhvaća istoimenu planinu i dio područja Čičarije, a smješten je uz obalu sjevernog Jadrana na jednoj od najsjevernijih točaka Mediterana, te veže Istru i kontinentalni dio Hrvatske. Vrijednosti zbog kojih je Učka proglašena parkom prirode poznate su već odavno, a leže u njenom reljefu i neposrednoj blizini mora, što je uvjetovalo razvoju specifične klime te bujne šumske vegetacije. Tome valja dodati bogata livadna i druga antropogena staništa na kojima se nalaze brojne endemske, ugrožene i zaštićene biljne i životinjske vrste. Od ostale prirodne baštine koja važno je istaknuti gotovo 13 km očuvane i još uvijek nedovoljno valorizirane morske obale. Morska obala odnosno priobalje općine Kršan proteže se od Plomin Luke do Brestove, a karakterizira je bogata kopnena i morska flora i fauna, te divlje plaže smještene u usjecima strme kamene obale. Od ostale resursne osnove značajan potencijal predstavljaju bogata i raznolika lovišta. Na više od 11.000 ha nalaze se tri lovišta.

Područje općine karakteriziraju klimatska obilježja tipična za regiju u kojoj se nalazi, a to su suha, topla ljeta te blage i kišovite zime. Klimatske prilike pod značajnim su utjecajem reljefnih obilježja prostora. U uskom priobalnom pojasu jači su maritimni utjecaji koji se djelomično osjećaju i u Čepićkom polju, dok su kontinentalni utjecaji značajnije izraženi u predjelima općine koji se nalaze na većim nadmorskim visinama. Prosječne mjesečne količine oborina kreću se u rasponu od 67 mm u svibnju do 136,3 mm u studenom. Prosječna godišnja temperatura iznosi 12,4°C, pri čemu je najhladniji mjesec siječanj (3,6 °C), a najtopliji srpanj (21,9 °C). Insolacija je najniža u prosincu (86 sati), a najviša u srpnju (294,9 sati). Na području općine dominiraju tipični vjetrovi za istarski poluotok, a to su sjeveroistočnjak, jugoistočnjak i istočni vjetar. Zastupljenost pojave bez vjetera je značajna i iznosi 143 dana godišnje.

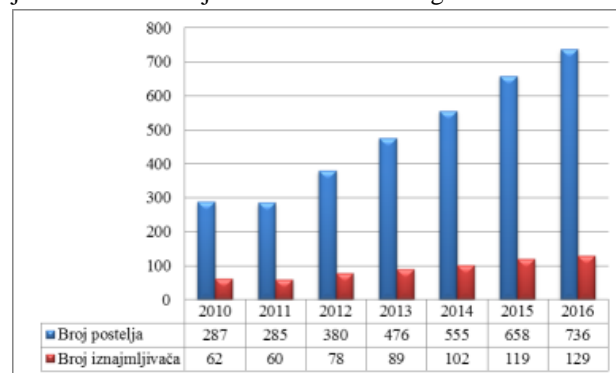
3. ANALIZA TURISTIČKOG TRŽIŠTA OPĆINE KRŠAN

3.1. Smještajni kapaciteti

Jedan od najvažnijih indikatora razvijenosti turizma jesu smještajni kapaciteti odnosno smještajna ponuda. Smještajnu ponudu na području općine Kršan karakterizira snažan rast i razvoj koji se ogleda u povećanju broja iznajmljivača, broja postelja i kvalitete smještajne ponude. Prevladavaju smještajne jedinice u apartmanima, sobama i kućama za odmor. Potrebno je naglasiti da je u posljednjih nekoliko godina u funkciju stavljeno čak 50 luksuznih kuća za odmor, koje su značajno utjecale na povećanje ukupnog smještajnog kapaciteta, ali i njegove kvalitete. Danas je na području općine Kršan registrirano 129 privatnih iznajmljivača koji raspolažu sa 716 stalnih postelja, s mogućnošću povećanja smještajnog kapaciteta pomoćnim posteljama na 952 postelje. Hotelski smještaj u ukupnom broju smještajnih jedinica čini tek 2,1% udjela (1 hotel sa 20 stalnih postelja).

Na grafikonu 3 prikazano je kretanje broja iznajmljivača i smještajnih jedinica u razdoblju od 2010. do 2016. godine.

Grafikon 3: Kretanje broja iznajmljivača i smještajnih jedinica u razdoblju od 2010. do 2016. godine



Izvor: TZ Općine Kršan; *U broj postelja nisu uključene pomoćne postelje

Iz grafikona 3 vidljivo je da je u promatranom razdoblju došlo do povećanja broja iznajmljivača za 108,06%, a broj stalnih postelja za 256,45%.

U budućem razdoblju očekuje se povećanje broja postelja i privatnih iznajmljivača, ali i unaprjeđenje kvalitete smještajne ponude. Poseban razvojni potencijal predstavljaju dvije turističke zone (Brestova i Fratrija) sa

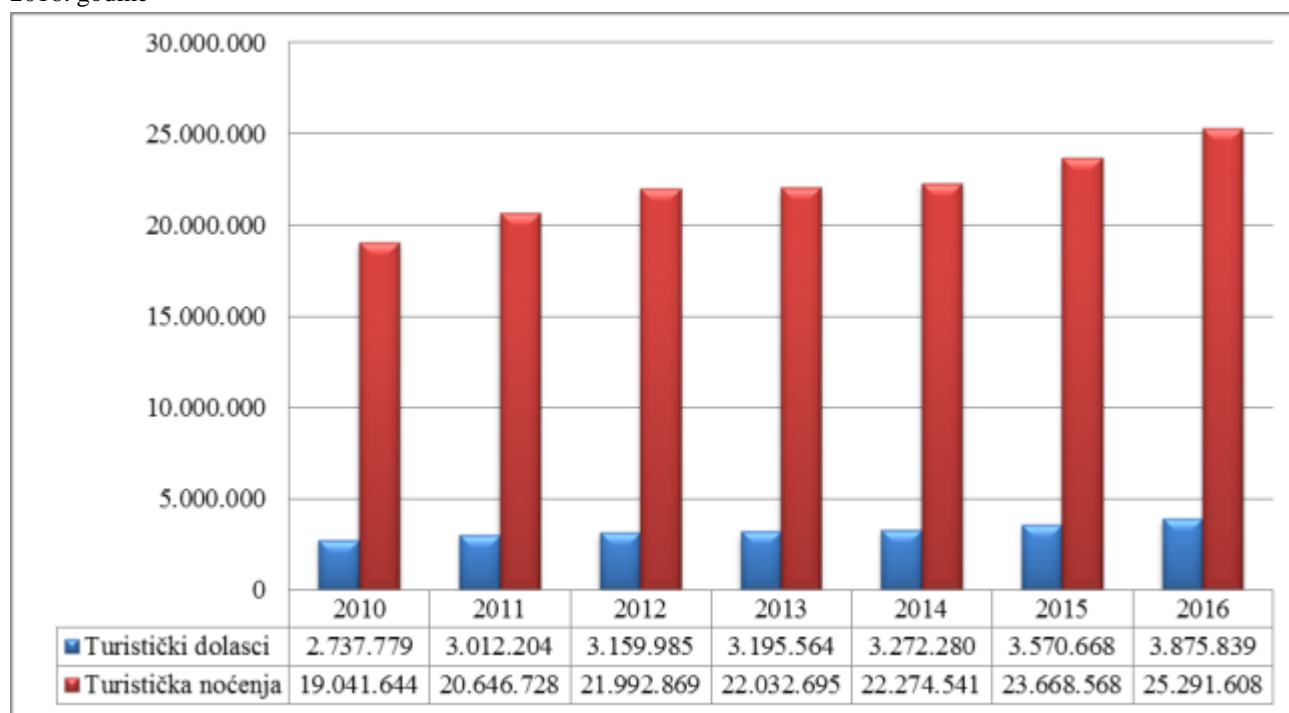
ukupnim smještajnim kapacitetom od 1.980 postelja i brojnim dodatnim sadržajima, koji predstavljaju potencijal snažnog dugoročnog rasta i razvoja turizma na području općine Kršan u budućem razdoblju. Temeljem pozitivnih srednjoročnih makroekonomskih očekivanja na nacionalnoj i EU razini, dugoročnih prognoza rasta turističkog prometa (WTO prognozira prosječni godišnji rast turističkog prometa od 3,00% za ovo područje Europe do 2030. godine), nacionalnim i regionalnim razvojnim politikama, te aktivnostima Općine Kršan, početak implementacije ova dva velika turistička

projekta očekuje se do kraja predmetnog programskog razdoblja.

3.2. Turistički promet

Istra je s prosječno više od ¼ ukupnih turističkih noćenja i turističkih dolazaka najuspješnija hrvatska županija u turizmu. U grafikonu 4 prikazano je kretanje broja turističkih dolazaka i turističkih noćenja na području Istarske županije u razdoblju od 2010. do 2016. godine.

Grafikon 4: Kretanje broja turističkih dolazaka i turističkih noćenja na području Istarske županije u razdoblju od 2010. do 2016. godine



Izvor: <http://www.istra.hr/hr/pr/statistika/arhiv>

Prema prikazanom u grafikonu 4 u 2016. godini Istra je ostvarila 3,87 milijuna turističkih dolazaka i 25,3 milijuna turističkih noćenja. U odnosu na 2010. godinu riječ je o povećanju broja turističkih dolazaka za 41,57% i povećanju broja turističkih noćenja za 32,82%.

Jasno postavljene osnove i aktivnosti razvoja turizma na području općine Kršan, inicijativa lokalnih poduzetnika i građana, te rad i potpora lokalne samouprave i turističke

zajednice rezultirali su povećanjem kapaciteta i kvalitete manifestacija, smještajne ponude, ostale prateće ponude. Tako je u razdoblju od 2010. do 2016. godine došlo do povećanja turističkog prometa, bolje reći snažnog rasta broja turističkih dolazaka i noćenja. Na grafikonu 5 prikazano je kretanje broja turističkih dolazaka na području općine Kršan u razdoblju od 2010. do 2016. godine.

Grafikon 5: Kretanje broja turističkih dolazaka na području općine Kršan u razdoblju od 2010. do 2016. godine



Izvor: <http://www.istra.hr/hr/pr/statistika>

Iz grafikon 5 vidljivo je da je u promatranom razdoblju broj turističkih dolazaka višestruko povećan, sa 2.734 turistička dolaska u 2010. godini na čak 7.069 turističkih dolazaka u 2016. godini. Tako povećanje broja turističkih dolazaka u promatranom razdoblju iznosi

158,56%. Povećanje broja turističkih dolazak pratilo je povećanje broja turističkih noćenja. U promatranom razdoblju broj turističkih noćenja povećan je sa 24.080 u 2010. godini na 54.280 noćenja u 2016. godini (grafikon 6).

Grafikon 6: Kretanje broja turističkih noćenja na području općine Kršan u razdoblju od 2010. do 2016. Godine

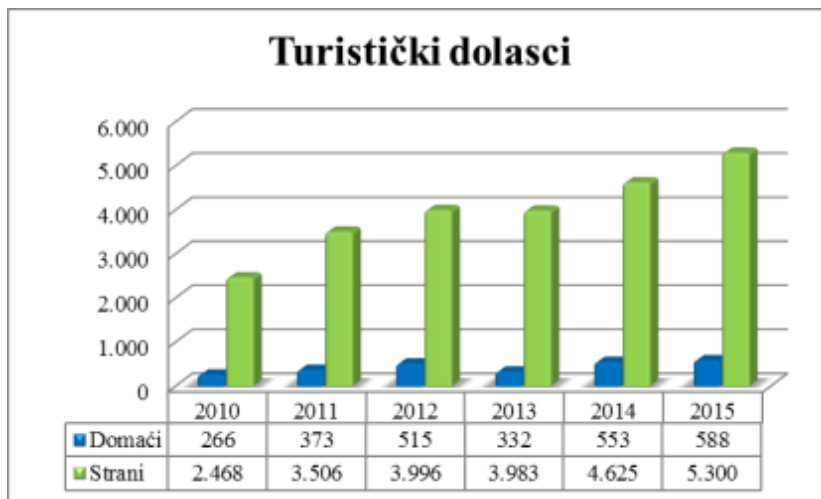


Izvor: <http://www.istra.hr/hr/pr/statistika>

Kao što je vidljivo u grafikonu 6 povećanje broja turističkih noćenja u 2016. godini u odnosu na referentnu 2010. godinu iznosi 125,41%.

Najveći broj turističkih dolazaka u promatranom razdoblju ostvarili su strani turisti. Udio domaćih turista u ukupnom broju turističkih dolazaka prosječno iznosi 10,00% (grafikon 7).

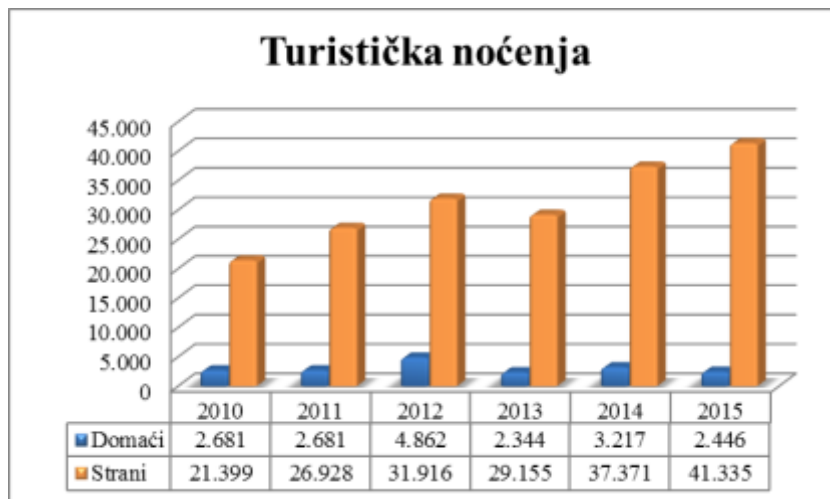
Grafikon 7: Udio domaćih turista u ukupnom broju turističkih dolazaka na području općine Kršan u razdoblju od 2010. do 2016. godine



Izvor: <http://www.istra.hr/hr/pr/statistika>

Broj turističkih noćenja također ostvaruju prvenstveno strani turisti. U promatranom razdoblju domaći turisti ostvarili su prosječno 9,60% turističkih noćenja godišnje (grafikon 8).

Grafikon 8: Struktura domaćih i stranih gostiju na području općine Kršan u ostvarenim noćenjima od 2010. do 2016. godine



Izvor: <http://www.istra.hr/hr/pr/statistika>

3.3. Resursna osnova razvoja kulturnog turizma

Sva zaštićena kulturna dobra u Republici Hrvatskoj objedinjena su u registru kulturnih dobara Republike Hrvatske. Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske javna je knjiga kulturnih dobara koju vodi Ministarstvo kulture. Sastoji se od tri liste:

- Liste zaštićenih kulturnih dobara,
- Liste kulturnih dobara nacionalnog značenja,
- Liste preventivno zaštićenih dobara.

(prema čl. 16. Zakona o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara (NN br. 69/99, 151/03, 157/03, 87/09, 88/10, 61/11, 25/12, 136/12, 157/13, 152/14).

Oblik, sadržaj i način vođenja Registra propisan je Pravilnikom o obliku, sadržaju i načinu vođenja Registra kulturnih dobara Republike Hrvatske (NN br. 89/11 i

130/13). Sukladno navedenom Pravilniku zaštićena kulturna dobra razvrstana su na:

- Pokretna kulturna dobra,

- Nepokretna kulturna dobra,
- Nematerijalna kulturna dobra.

U tablici 2 prikazane su vrste kulturnih dobara, te način na koji se razvrstavaju i klasificiraju

Tablica 2: Vrste kulturnih dobara i model razvrstavanja i klasifikacije

Vrste kulturnih dobara	Razvrstavanje kulturnih dobara	Klasifikacija kulturnih dobara
Pokretno kulturno dobro	<ul style="list-style-type: none"> → Pojedinačno → Zbirka → Muzejske zbirke 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Arhivsko gradivo ✓ Knjižnična građa ✓ Sakralna građa ✓ Arheološka građa ✓ Etnografska građa ✓ Likovna umjetnost ✓ Primijenjena umjetnost ✓ Glazbeni instrument ✓ Arheološka baština
Nepokretno kulturno dobro	<ul style="list-style-type: none"> → Pojedinačno → Kulturno-povijesna cjelina → Kulturni krajolik/krajobraz 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Profana graditeljska baština ✓ Sakralna graditeljska baština ✓ Sakralno-profana graditeljska baština ✓ Memorijalna baština ✓ Kulturno-povijesna cjelina ✓ Baština vrtne arhitekture
Nematerijalno kulturno dobro		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Usmena predaja, izričaji i jezik ✓ Običaji, obredi i svečanosti ✓ Znanje i vještine

Izvor: Pravilnik o obliku, sadržaju i načinu vođenja Registra kulturnih dobara Republike Hrvatske (NN br. 89/11 i 130/13)

Istoznačan, a opet širi pojam za kulturno dobro jest baština odnosno kulturna baština. Baština se odnosi na ono što smo naslijedili iz prošlosti, ono što živimo i danas, i ono što predajemo budućim naraštajima.¹¹ Tako pojam baštine u složenom izrazu „kulturna baština“ jasnije odražava suvremeno shvaćanje da je riječ o dobrima koja je sadašnji ljudski naraštaj naslijedio od ranijih generacija, što onda uključuje i obvezu da se ta ista dobra u najvećoj mogućoj mjeri zaštite i očuvaju za buduće generacije. Drugim riječima, pojam kulturne

baštine naglašava ideju skrbništva, tj. zaštite materijalnih i nematerijalnih dostignuća ljudske kulture ne samo na dobrobit i uživanje sadašnjeg naraštaja nego također i budućih ljudskih generacija.¹²

¹¹ UNESCO; Definition for heritage; 2001; Paris

¹² Šošić T.M.; Pojam kulturne baštine - međunarodno pravni pogled; 2014; Split

Nematerijalna kulturna baština predstavlja ukupnost umjetničkih ili simboličkih nematerijalnih vještina, izvedaba, izričaja, znanja i umijeća naslijeđenih iz prošlosti.¹³ Nematerijalno kulturno dobro mogu biti razni oblici i pojave duhovnog stvaralaštva što se prenose predajom ili na drugi način, a osobito:

- jezik, dijalekti, govori i toponimika, te usmena književnost svih vrsta,
- folklorno stvaralaštvo u području glazbe, plesa, predaje, igara, obreda, običaja, kao i druge tradicionalne pučke vrednote,
- tradicijska umijeća i obrti.¹⁴

Na području općine Kršan nalazi se više dobara nematerijalne kulturne baštine koji nemaju formalni status zaštićenog kulturnog dobra, ali svojim značajem u mnogome doprinose nacionalnom kulturnom bogatstvu. Riječ je o sljedećim nematerijalnim kulturnim dobrima:

- Kršonski pir,
- Tradicionalna glazbala (mića sopela, vela sopela),
- Tradicijska jela (krafi)
- Vlaški jezik,
- Lokalni čakavski dijalekti.

Fizička, opipljiva ili "materijalna kulturna baština" (nepokretna kulturna baština) uključuje građevine i povijesne lokalitete, spomenike, artefakte i sve ono što se smatra vrijednim očuvanja za budućnost. U to su uključeni predmeti značajni za arheologiju, arhitekturu, znanost ili tehnologiju specifične kulture. Na području općine Kršan nalazi se 20 registriranih nepokretnih i pokretnih (materijalnih) kulturnih dobara. Pet dobara pripadaju kategoriji kulturno-povijesna cjelina, 4 dobra pripadaju kategoriji sakralna graditeljska baština, 4 dobra pripadaju kategoriji sakralni/religijski predmeti, 3 dobra pripadaju kategoriji profana graditeljska baština, 1 dobro pripada kategoriji arheološka baština, 1 dobro pripada kategoriji sakralno-profana graditeljska baština, 1 dobro pripada kategoriji arheološka građa, a 1 dobro

¹³ UNESCO; Definitions for intangible cultural heritage - Member States; 2001; Paris

¹⁴ Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara (NN 69/99, 151/03, 157/03, 100/04, 87/09, 88/10, 61/11, 25/12, 136/12, 157/13, 152/14, 98/15, 44/17)

pripada kategoriji glazbeni instrument. Riječ je o sljedećim zaštićenim kulturnim dobrima:

- Bivši pavlinski samostan sv. Marije,
- Crkva sv. Duha,
- Crkva sv. Jurja Starog,
- Crkva sv. Katarine,
- Crkva sv. Kvirina na groblju,
- Drveni retabl u crkvi sv. Jurja,
- Inventar crkava župe sv. Jurja,
- Kaštel Kršan,
- Kulturno – povijesna cjelina Katun,
- Kulturno – povijesna cjelina Plomina,
- Kulturno – povijesna cjelina Šušnjevića,
- Kulturno-povijesna cjelina Nova Vas,
- Kulturno-povijesna cjelina Trdoslavići,
- Orgulje u crkvi Blažene Djevice Marije,
- Ostaci potonulog ratnog broda TA-36 (Stella Polare),
- Plominski reljef s glagoljskim natpisom,
- Slika "Bogorodica s Djetetom, sv. Kvirinom i sv. Ivanom Krstiteljem",
- Stambena kuća, kbr. 029,
- Stambeno-gospodarska cjelina Brankovići,
- Zvono iz crkve sv. Hadrijana.

S kulturno-povijesnog aspekta Kršan je najprepoznatljiviji po svom kaštelu unutar zidina kaštela Kršan, u kojem je 1850. godine pronađen izvorni prijepis Istarskog razvoda. Riječ je o dokumentu autora popa Levca Križanića iz 1546. godine koji je pisan kurzivnom glagoljicom. Istarski razvod je prema mnogim hrvatskim povjesničarima i književnicima jedan od najznačajnijih srednjovjekovnih dokumenata jer se iz njega mogu nazrijeti obrisi društvenoga ustrojstva i gospodarske prilike, život seoske zajednice u srednjovjekovnoj Istri, te razvoj ljudskih prava u Istri i Hrvatskoj. Danas se čuva u Nacionalnoj i sveučilišnoj knjižnici u Zagrebu pod signaturom R 3677.

Navedenoj kulturnoj baštini dodijeljen je status zaštićenih kulturnih dobara, no, na području općine Kršan nalazi se i niz arheoloških i kulturno – povijesnih spomenika koji nisu registrirani kao kulturno dobro. Njihov značaj je izniman, a detaljno su navedeni i opisani u poglavlju 7.1. *Materijalna kulturna baština*.

4. TRENDOMI U KULTURNOM TURIZMU

Turističko tržište posljednjih desetak godina bilježi fenomen snažnog razvoja selektivnog oblika turizma koji je poznat kao kulturni turizam, a karakterizira ga želja posjetitelja za upoznavanjem svjetske civilizacije i kulturne baštine, što generira specifičan kulturni turistički doživljaj. Kulturni turizam uključuje proizvode vezane uz kulturno-povijesnu baštinu te događanja, festivale i manifestacije. Usko je vezan uz ambijentalnost područja, građevine, povijest, životni stil i običaje lokalnog stanovništva. Turisti koji putuju zbog motiva kulturnih znamenitosti zauzimaju udio od 40% svih putovanja u svijetu. Glavna tržišta kulturnih turista jesu:

- Velika Britanija

- Njemačka
- SAD
- Francuska

Navedena tržišta generiraju 66.1 milijun kulturnih turista koji u izabranom odredištu borave u prosjeku 4 noći. Dobna skupina kulturnih turista može se podijeliti u dvije skupine: mladi (od 20 do 29 godina) i srednjovječni (od 39 do 59 godina). Demografski gledajući, kulturni turisti vrlo su različiti ali u cjelini ekonomski efikasni u smislu prihoda koji je veći od prosjeka. Zbog toga su u mogućnosti potrošiti više od prosjeka jer 15,5% kulturnih turista ima prihod veći od 60.000 € godišnje, dok 36% njih ima godišnji prihod u rasponu od 30.000 do 60.000 € godišnje.

Tablica 3: Tipovi kulturnih znamenitosti koje najčešće posjećuju kulturni turisti

Tipovi atrakcija koje posjećuju kulturni turisti	Udio
Muzeji	24%
Crkve	35%
Starogradske jezgre	27%
Povijesne građevine	15%
Tematski parkovi	7%

Izvor: Obrada autora; NHTV Expertise, 2017.

Na razvoju kulturnog turizma u Hrvatskoj radi se već niz godina o čemu svjedoči i Strategija kulturnog turizma koja je bila donesena 2003. godine i kojom se tada željelo približiti kulturni i turistički sektor u stvaranju ponude kulturnog turizma.

Prema istraživanju Instituta za turizam TOMAS Ljeto 2010, Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj iz 2011.

godine najveći broj turista koji posjećuju Hrvatsku dolazi motiviran pasivnim odmorom i opuštanjem (75%) dok ih tek 7% dolazi motivirano isključivo kulturnim znamenitostima i/ili događanjima. U tablici 4 prikazani su udjeli turista prema motivaciji posjeta hrvatskim destinacijama.

Tablica 4: Udio turista prema motivaciji posjeta hrvatskim destinacijama

MOTIVACIJA	Udio (%)
1. Pasivni odmor, opuštanje	75
2. Zabava	43
3. Nova iskustva i doživljaji	30

4. Gastronomija	26
5. Upoznavanje prirodnih ljepota	20
6. VFR	6
7. Sport, rekreacija	7
8. Kulturne znamenitosti/događanja	7
9. Zdravstveni razlozi	5

Izvor: Obrada autora; TOMAS ljeta 2014., Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj, 2014.

Za razvoj kulturnog turizma u Hrvatskoj postoje brojne prednosti. Ključne su to da je on afirmiran i u kontekstu stvaranja turističkog imidža, i u kontekstu strategija i akcija za produljenje sezone i geografsko proširenje potražnje. Potražnja za proizvodima kulturnog turizma u Hrvatskoj već postoji te je ona, i po veličini i po karakteristikama tržišta, slična onoj u europskim zemljama. Potražnja je najizraženija za obilascima kulturno-povijesnih građevina te posjete muzejima i galerijama. Konačno, u novije vrijeme pojavljuju se, iako u tragovima, poduzetnički projekti u kulturi i kulturnom turizmu.¹⁵

Unatoč postignutim pozitivnim rezultatima u razvoju kulturnog turizma, još uvijek sustižemo trendove (npr. kreativni turizam) i tek nam predstoje naporu za bolju prezentaciju i interpretaciju kulturnih resursa u svrhu podizanja kvalitete doživljaja. Pored spore prilagodbe trendovima, kulturni resursi još su uvijek nedovoljno iskorišteni u formiranju turističke ponude. Djelomično oni nisu spremni za posjetu, a djelomično je to i stoga što nismo učinili popis i sustavno valorizirali barem nacionalne i regionalne kulturno-turističke atrakcije s najvećim marketinškim i/ili razvojnim potencijalom. Čini se da, unatoč napretku u suradnji i partnerstvu kojeg prepoznaje turistički sektor, kultura suradnje i partnerstva – ključna u formiranju i upravljanju proizvodima kulturnog turizma – nedovoljno je razvijena, a to posebice osjeća kulturni sektor.¹⁶ U narednom razdoblju zahvaljujući mogućnosti korištenja bespovratnih sredstava iz EU fondova za obnovu i valorizaciju kulturne baštine zasigurno će doći do značajnog poboljšanja ukupne ponude u kulturnom

¹⁵ Tomljenović, R., Boranić-Zivoder, S., Akcijski plan razvoja kulturnog turizma, Institut za turizam, Zagreb., 2015.

¹⁶ Ibid.

turizmu. Konzervativno se procjenjuje da će do 2020. godine samo u integrirane programe valorizacije kulturne baštine biti investirano 400 milijuna kn.

5. USKLADENOST SA STRATEGIJAMA

5.1. EU razina

Strategija „Europa 2020“ - Početkom 2010. godine Europska komisija predložila je strategiju „Europa 2020“. Cilj je bio poboljšati konkurentnost Unije uz zadržavanje modela socijalnog tržišnog gospodarstva, te poboljšanje učinkovitoga i održivog gospodarenja raspoloživim resursima i razvojnim potencijalima. Jačanje konkurentnosti gospodarstva i poboljšanje kvalitete života Europske unije u ovom desetogodišnjem razdoblju oslonjeno je na pametan, uključiv i održiv rast. Europska unija kao optimalan model razvoja vidi sinergiju:

- pametnog rasta kao modela jačanja ekonomije koja se zasniva na novih tehnologijama, znanju i inovacijama,
- održivog rasta kao modela efektivnog i efikasnog korištenja raspoloživih prirodnih i društvenih resursa,
- uključivog rasta kao modela inkluzije svih ugroženih skupina (mladi nezaposleni, dugotrajno nezaposlenih, nezaposlene žene, invalidi, etc.), ali i slabije razvijenih regija s ciljem jačanja gospodarstva, socijalne pravednosti i kvalitete života građana Unije.

Na dijagramu 1 prikazani su strateški prioriteti dugoročno održivog društveno gospodarskog razvoja Europske unije.

Dijagram 1: Strateški prioriteti strategije „Europa 2020“



Izvor: „Europa 2020“ – Strategija za održiv, pametan i uključiv rast

Navedeni strateški prioriteti u funkciji su pet definiranih mjerljivih glavnih ciljeva koje Europska unija želi ostvariti do 2020. godine. Ciljevi jesu:

1. 75% populacije u dobi između 20-64 godina trebalo bi biti zaposleno.
2. 3% BDP-a EU treba investirati u istraživanje i razvoj.
3. Treba ispuniti klimatsko-energetske ciljeve „20/20/20“ (uključujući i povećanje do 30% smanjenja emisije ukoliko okolnosti dozvoljavaju).
4. Postotak osoba koje rano napuste školovanje trebao bi biti ispod 10%, a najmanje 40% mlađe generacije trebalo bi završiti tercijarni stupanj obrazovanja.
5. 20 milijuna manje ljudi trebalo bi biti u opasnosti od siromaštva.¹⁷

Uz glavne ciljeve koje nastoji postići, Strategijom je definirano sedam ključnih inicijativa odnosno politika. Funkcija inicijativa je da osigura pametan, uključiv i održiv rast. Riječ je o sljedećim inicijativama:

- „Unija inovacija”,
- „Digitalni program za Europu”,

¹⁷ EC, Europa 2020 – Strategija za održiv, pametan i uključiv rast, Bruxelles, 2010. (str. 6.)

- „Mladi u pokretu”,
- „Europa koja učinkovito gospodari resursima”,
- „Industrijska politika za globalizacijsko doba”,
- „Program za nove vještine i radna mjesta”,
- „Europska platforma protiv siromaštva”.¹⁸

EU strategija razvoja turizma¹⁹ - S ciljem zadržavanja pozicije vodeće svjetske turističke destinacije Europska je unija izradila dokument koji nosi naziv *Europa, svjetska broj 1 turistička destinacije – novi programski okvir razvoja turizma u Europi*. Ovo se može smatrati turističkom strategijom odnosno krovnim EU programskim i razvojnim dokumentom za sektor turizma.

Cilj europske turističke politike usko je vezan uz ciljeve definirane strategijom *Europe 2020* te stoga i turistički sektor značajno treba pridonijeti osnovnim EU ciljevima za naredno razdoblje odnosno do 2020. godine, a to je pametan, održiv i uključiv rast.

¹⁸ EC, Europa 2020 – Strategija za održiv, pametan i uključiv rast, Bruxelles, 2010. (str. 6. i 7.)

¹⁹ Europe, the world's No 1 tourist destination – a new political framework for tourism in Europe Brussels, 30.6.2010, COM (2010) 352 final.

Turistički sektor mora biti konkurentan, održiv, moderan i socijalno odgovoran. Da bi se postiglo ove ciljeve, u sklopu turističke politike, potrebno je poduzeti brojne aktivnosti koje se mogu grupirati u četiri osnovna prioriteta:

1. Stimuliranje konkurentnosti europskog turističkog sektora
2. Promicanje razvoja održivog, odgovornog i visoko kvalitetnog turizma
3. Konsolidiranje imidža i profila Europe kao skupa održivih i visokokvalitetnih destinacija
4. Maksimiziranje potencijala EU financijske politike i instrumenata za razvoj turizma.

Navedeni ciljevi koherentni su s ciljevima predmetne Strategije, a posebno se ističu:

Stimuliranje konkurentnosti europskog turističkog sektora - Poboljšanje konkurentnosti turističkog sektora u EU ima ključnu ulogu u jačanju sektora i perspektivi za dinamičan i održiv rast sektora. Da bi ovo bilo ostvarivo potrebno je razvijati inovacije u turizmu, jačati kvalitetu ponude u svim segmentima, unaprijediti profesionalne vještine u sektoru, smanjiti sezonalnosti turističke ponude, povećati raznolikost turističkih usluga, poboljšati statističko praćenje i analize vezane za turizam. Europska unija može doprinijeti diversifikaciji odnosno povećanju raznolikosti turističke ponude na način da ohrabruje i pomaže razvoj tematskih turističkih proizvoda na europskoj razini. *Promatrano na EU razini transnacionalna sinergija turističke ponude može osigurati bolju promociju ukupnog europskog turizma. Ovo može uključivati široki raspon baština: kulturna baština (uključujući kulturne rute), suvremena kultura i baština, zaštićena prirodna dobra, zdravlje i dobrobit ljudi (uključujući SPA turizam), edukacije, vino i hrana, povijesni turizam, sportski i vjerski turizam, ruralni turizam, industrijska baština itd.*

Promicanje razvoja održivog, odgovornog i visoko kvalitetnog turizma - Konkurentnost sektora usko je vezana uz njegovu održivost. Jednako tako, kvaliteta turističke destinacije je pod jakim utjecajem prirodnog i kulturnog okruženja i njene integriranosti u lokalnu zajednicu. Održivost turističkog sektora pokriva brojne aspekte:

- odgovorno korištenje prirodnih resursa uzimajući u obzir učinak aktivnosti na okoliš (stvaranje otpada, pritisak na vodu, zemlju i bioraznolikost),
- korištenje „čiste“ energije,
- zaštita baštine te prirodnog i kulturnog integriteta destinacije,
- kvaliteta i održivosti radnih mjesta,
- briga o lokalnom gospodarstvu i potrošačima.

5.2. Nacionalna razina

Konkurentnost i kohezija 2014.-2020. - Operativni program *Konkurentnost i kohezija 2014.-2020.* financira se iz Europskog fonda za regionalni razvoj i Kohezijskog fonda, te je ujedno i najveći operativni

program. Operativni program podijeljen je na tematska područja: *Zaštita okoliša (vodno-komunalna infrastruktura i zbrinjavanje otpada), prometna infrastruktura i prilagodba klimatskim promjenama; Konkurentnost, istraživanje i inovacije, informacijske i telekomunikacijske tehnologije, razvoj malih i srednjih poduzeća, niskougledno gospodarstvo i obrazovanje; Podrška malim i srednjim poduzećima i ulaganja u istraživanje, razvoj i inovacije,* koja se dijele na prioritetne osi, a kasnije na investicijske prioritete, unutar kojih su određeni specifični ciljevi i aktivnosti koje je moguće financirati. U okviru *Operativnog programa Konkurentnost i kohezija 2014.-2020.*, Republici Hrvatskoj je na raspolaganju 6,88 milijarda Eura od čega 4,32 milijarde Eura iz *Europskog fonda za regionalni razvoj* i 2,56 milijardi Eura iz *Kohezijskog fonda*.²⁰

Ciljevi predmetne Strategije koherentni su većini prioriteta Operativnog programa Konkurentnost i kohezija 2014.-2020., a posebno kod Prioritetne osi 6: **Zaštita okoliša i održivost resursa. Naime, Prioritetna os 6: Zaštita okoliša i održivost resursa** predmetnog Operativnog programa navodi *Investicijski prioritet 6c: Očuvanje, zaštita, promicanje razvoj prirodne i kulturne baštine* koji postavlja *specifične ciljeve 6c1 i 6c2. Specifični ciljevi 6c1 i 6c2* podrazumijevaju sljedeće aktivnosti:

- obnovu kulturnih dobara (arheološki lokaliteti, industrijska baština, utvrde, dvorci i kurije, palače, tradicijsko graditeljstvo) te gradnju vezane infrastrukture kao i poboljšanje usluga na lokacijama kulturne baštine, te stvaranje novih usluga koje će doprinijeti integriranom razvoju turizma;
- poboljšanje sustava upravljanja kulturnom baštinom izradom planova upravljanja, te konzervatorskih analiza i smjernica ;
- podizanje javne svijesti obrazovanjem o kulturnoj baštini i njenom promocijom s ciljem povećanja vidljivosti .
- promociju i promidžbu kulturnih dobara u turističke svrhe;

- povećanje atraktivnosti i održivog korištenja prirodne baštine.

Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine navodi kulturni turizam kao dominantni proizvod; *neupitno je da je na državnoj razini, kao i u nizu destinacija, u posljednjih 10 godina mnogo učinjeno na razvoju ove grupe proizvoda, ponajviše zahvaljujući donošenju državne strategije razvoja kulturnog turizma, ali i sustavnom radu na kreiranju regionalno i globalno prepoznatih događanja i pojačanom otvaranju kulturnom turizmu od strane sve većeg broja pojedinačnih destinacija. Ključne barijere daljnjem rastu treba tražiti u sustavu komercijalizacije (prije svega u integriranju u svjetske sustave), a potom i u sustavu destinacijskog upravljanja kojim bi se kulturni sadržaji na pravi način integrirali u pozicioniranje i isporuku ukupnog doživljaja na razini pojedinih destinacija. Posebno relevantni proizvodi kulturnog turizma za Hrvatsku uključuju: (i) gradski turizam, (ii) turizam baštine, (iii) turizam događanja, (iv) kreativni turizam te (v) vjerski turizam.*

Implementacija ovog projekta uključuje sve relevantne proizvode kulturnog i vjerskog turizma te izravno doprinosi ostvarenju predmetne Strategije. Također je važno istaknuti da se u Strategiji razvoja turizma RH do 2020. godine među prioritetnim aktivnostima razvoja proizvoda navode:

- **Ulaganje u prepoznatljivost niza visokoatraktivnih pojedinačnih kulturnih atrakcija** (npr. UNESCO lokaliteti, arheološki nalazi, dvorci);
- **Uspostava suvremenih centara za posjetitelje uz ključne atrakcije;**
- **Identifikacija mogućnosti razvoja novih događanja s potencijalom međunarodne prepoznatljivosti i gradnje imidža destinacija;**
- **Poticanje razvoja kulturnih tematskih cesta i putova** (npr. povijesne ceste, putovi UNESCO baštine, vjerski putovi), a što podrazumijeva i jasne razvojne kriterije i sustave upravljanja.

²⁰ <http://www.strukturnifondovi.hr/op-konkurentnost-i-kohezija-2014-2020-779>;

Strategija očuvanja, zaštite i održivog gospodarskog korištenja kulturne baštine Republike Hrvatske za razdoblje 2011.–2015. temeljni je dokument koji određuje dugoročne ciljeve i smjernice očuvanja, zaštite i korištenja kulturne baštine te načine njihove provedbe u skladu s održivim razvojem Republike Hrvatske.

Održivo korištenje kulturne baštine podrazumijeva njezinu zaštitu i korištenje. Korištenje kulturne baštine može donijeti prihod dio kojega se ponovno ulaže u njezinu zaštitu. To pridonosi osiguravanju održivosti kulturne baštine i ujedno omogućuje dodatno financiranje iz drugih izvora, ne oslanjajući se samo na proračun. Uz to, gospodarsko korištenje kulturne baštine utječe na podizanje svijesti i razumijevanje šire javnosti o njezinoj važnosti za identitet, zajedništvo i društvenu koheziju. Korištenje se promatra kroz dva oblika: kulturni turizam i poduzetništvo utemeljeno na kulturnoj baštini. Opći strateški ciljevi Strategije očuvanja, zaštite i održivog gospodarskog korištenja kulturne baštine Republike Hrvatske za razdoblje 2011.–2015. su:

- **Strateški cilj 1. Povećati efikasnost i uspješnost politike zaštite i očuvanja kulturne baštine radi njezina održivog korištenja.**
- **Strateški cilj 2. Povećati prihode i druge koristi od održivog korištenja kulturne baštine.**
- **Strateški cilj 3. Podizati razinu svijesti pojedinaca i zajednice o važnosti kulturne baštine i održivom korištenju kulturne baštine.**

Ciljevi predmetne Strategije u cijelosti su koherentni i u funkciji ostvarenja navedenih strateških ciljeva.

Strateški plan Ministarstva kulture 2016. – 2018. - navodi dva opća cilja koji su koherentni ciljevima predmetne Strategije. Riječ je o sljedećim općim ciljevima:

- **Opći cilj 1. Razvoj kulturnog i umjetničkog stvaralaštva i proizvodnje i javne komunikacije**
- **Opći cilj 2. Zaštićena i očuvana kulturna baština**

Opći ciljevi sadrže niz posebnih ciljeva odnosno mjera koje će razvojem kulturnog i umjetničkog stvaralaštva, a

kojim su obuhvaćeni svi oblici poticanja i promicanja kulture i kulturnih djelatnosti pridonijet razvitku i unaprjeđenju svekolikog kulturnog života u Republici Hrvatskoj. Također će zaštitom i očuvanjem kulturne baštine osigurati postojanost kulturnih vrijednosti kao i potencijala za daljnji razvitak Republike Hrvatske, njenu afirmaciju, stimulaciju ekonomske konkurentnosti i kvalitetnijeg života u europskom okruženju.

5.3. Županijska razina

Županijska razvojna strategija Istarske županije 2011.-2013. (Odlukom Županijske skupštine produljeno trajanje Strategije do prihvaćanja nove)²¹

Predmetna Strategija koherentna je sljedećim ciljevima županijske razvojne strategije:

CILJU 1 – Konkurentno gospodarstvo, odnosno njegov Prioritet 1.5. Restrukturiranje i repozicioniranje turističkog gospodarstva te poticanje i razvoj novih turističkih proizvoda. Širok spektar novih turističkih proizvoda izravno i neizravno proizlazi iz predmetnog Strategije, a posebno kroz valorizaciju kaštela Kršan.

CILJU 5 – Zaštita istarskog identiteta, Prioritet 5.2. Valorizacija i očuvanje višekulturalne (plurikulturalne) baštine u funkciji razvoja kroz aktivnosti identifikacije, valorizacije, zaštite i obnove objekata kulturne baštine koje imaju značajan kulturni i turistički potencijal, restauriranjem pokretne i nepokretne baštine, otvaranjem radionica starih-autohtonih obrta, poticanjem osnivanja udruga i manifestacija tradicijske kulture očuvat će se materijalna i nematerijalna kultura kako bi istarski identitet bio dio svakodnevnog življenja. Prioritet predviđa aktivnosti: obnove kaštela, vila, stancija, urbanih i ruralnih sredina...; restauracija fresaka, slika, orgulja, statua...; osnivanje radionica za izradu tipičnih istarskih instrumenata, oruđa, tekstila...; osnivanje te stručna i financijska potpora udrugama koje se bave očuvanjem materijalne i nematerijalne kulture; umrežavanje te financijska i stručna potpora manifestacijama koje promiču istarske kulturne vrijednosti i tradiciju;

²¹ Opis stanja dostupan na: <http://www.istra-istria.hr/index.php?id=2944>

povezivanje sa zainteresiranim gospodarstvenicima, institucijama i pojedincima; povezivanje s međunarodni institucijama radi traženja sredstava te stručne pomoći.

Master plana razvoja istarskog turizma 2015.-2025. - predstavlja temeljni strateški dokument razvoja turizma Istarske županije, a njime su definirani sljedeći ciljevi:

- **Cilj 1. Do 2025. godine ostvariti 2,5 do 3 milijarde EUR novih investicija u turizam;**
- **Cilj 2. Podići udio hotela i turističkih naselja na 30% u smještajnoj strukturi;**
- **Cilj 3. Podići ukupnu zauzetost kreveta na 30% a hoteli i turistička naselja iznad 50%;**
- **Cilj 4. Doseći minimalno 100 EUR prosječne potrošnje po noćenju;**
- **Cilj 5. Ostvariti ukupan godišnji prihod od turizma u 2025. između 2,5 i 3 milijarde EUR.**

Tijekom izrade navedenog dokumenta Općina Kršan je aktivno sudjelovala u njegovoj izradi kako bi svojim turističkim potencijalima doprinijela dugoročno održivom razvoju hrvatskog turizma. Tijekom procesa prioritizacije strateških projekata koji bi se trebali implementirati u programskom razdoblju od 2015. do 2025. godine, a s ciljem ostvarenja strateških ciljeva Master plana, odabrana su dva projekta s područja općine Kršan. Ciljevi predmetne Strategije koherentni su svim ciljevima županijskog master plana, a posebno kroz funkciju ostvarenja Mjere 6. čiji je cilj *Iskoristiti kulturne resurse u svrhu podizanja turističke atraktivnosti i daljnje diversifikacije doživljaja te privlačenja većeg broj posjetitelja Istre motiviranih prvenstveno kulturom.*

5.4. Lokalna razina

Strategija razvoja Općine Kršan 2014. - 2020. - Ciljevi predmetne Strategije koherentni su ciljevima Strategije razvoja Općine Kršan 2014.-2020., što se ogleda kroz funkcijsku inherentnost sljedećim ciljevima:

- **CILJ 1 – Razvoj konkurentnog gospodarstva** u pripadajućem prioritetu **1.4. Poticanje razvoja održivog turizma** predviđa mjere koje potiču razvoj održivog turizma kao jednog od nositelja gospodarskog razvoja općine. Mjere se odnose na **jačanje smještajnih kapaciteta, kvantitativno i kvalitativno povećanje turističke ponude, povezivanje turizma s ostalim djelatnostima** kako bi se postigao

željeni pozitivni multiplikativni učinak turizma i **jačanje turističkih kapaciteta kroz edukacije iznajmljivača, ugostitelja, proizvođača tradicijskih proizvoda i dr.** Doprinos Strategije najvidljiviji je kod Prioriteta **1.11. Stavljanje u ekonomsku funkciju neiskorištenih prirodnih resursa i kulturno povijesnih objekata (Stari grad Kršan, Stari grad Kožljak, Stari grad Plomin, Etno kuća Brankovići, sakralna baština).**

- **CILJ 5 – Očuvanje lokalne tradicije, kulture i prirodnih resursa**, a pripadajući **Prioritet 5.2 – Zaštita materijalne i nematerijalne kulturne i sakralne baštine** podrazumijeva zaštitu materijalne i nematerijalne kulturne baštine koja se kroz implementaciju ciljeva predmetne Strategije ogleda u budućoj obnovi kaštela Kršan, izgradnji muzeja „Vlaški puti“, očuvanju kulture i jezika, prezentaciju Istarskog razvoda i školu kurzivne glagoljice, očuvanju tradicije poput „Kršonskog pira“, tradicijskih jela, autohtonih proizvoda poput „kršonskih krafi“ i dr.

Master plan turizma Općine Kršan 2017. – 2025. - Master planom turizma Općine Kršan 2017.-2020. definirani su sljedeći strateški ciljevi:

- **Cilj 1. Povećati javne i privatne investicije u turizmu,**
- **Cilj 2. Povećati smještajne kapacitete i poboljšati njihovu kvalitetu,**
- **Cilj 3. Produžiti turističku sezonu,**
- **Cilj 4. Povećati i poboljšati ukupnu turističku ponudu s ciljem povećanja turističke potrošnje.**

Ciljevi razvoja turizma Općine Kršan determinirani su postavljenom razvojnom vizijom; *Općina Kršan razvoj turizma temelji na diferencijaciji turističke ponude koju omogućuju bogata prirodna i kulturna baština, očuvan okoliš, jedinstveni krajobrazi, čisto more i vrijedni ljudi kršanskog kraja. Održivim korištenjem raspoloživih razvojnih resursa i zajedničkim radom Općine, TZ Općine Kršan, poduzetnika, obrtnika, poljoprivrednika, iznajmljivača i građana, do 2025. godine Kršan će biti prepoznat kao atraktivna i poželjna destinacija odmora i doživljaja.*

Ciljevi predmetne Strategije koherentni su ciljevima master plana:

- **Cilj 1. Povećati javne i privatne investicije u turizmu,**
- **Cilj 3. Produžiti turističku sezonu,**
- **Cilj 4. Povećati i poboljšati ukupnu turističku ponudu s ciljem povećanja turističke potrošnje.**

6. SWOT ANALIZA

Sukladno prethodno navedenim značajkama prostora općine Kršan, dostignutog stupnja razvoja turizma, kapaciteta i stanja kulturne baštine, identificirane su snage i slabosti, te prilike i prijetnje razvoja očuvanja i valorizacije kulturne baštine u narednom razdoblju. U SWOT matrici prikazani su navedeni indikatori.

SNAGE

- Bogata materijalna i nematerijalna kulturna baština.
- Bogata prirodna baština i bioraznolikost prostora (PP Učka, zaštićena područja).
- Povoljan geoprometni položaj i blizina ključnih emitivnih tržišta
- Kvalitetna prometna povezanost.
- Trend povećanja kapaciteta i kvalitete smještaja
- Trend povećanja turističkih dolazaka i turističkih noćenja
- Trend povećanja broja i kvalitete turističkih proizvoda

SLABOSTI

- Loše stanje većine zaštićenih kulturnih dobara.
- Javna turistička infrastruktura nedovoljno izgrađena i nedostatna za veće investicije u turizmu.
- Nedovoljan broj kvalitetnih turističkih i kulturnih događanja (posebno izvan sezone).
- Nedostatna proračunska sredstva za obnovu i valorizaciju kulturne baštine.
- Ograničenost smještajnih kapaciteta.
- Nedostatak sadržaja na turistički atraktivnim lokacijama.

PRIILIKE

- Globalni dugoročni trendovi rasta potražnje na turističkom tržištu očekuju se do 2030. godine.
- Trendovi rasta udjela kulturnog turizma na cjelovitom turističkom tržištu.
- Mogućnost stavljanja u funkciju resursnih osnova za stvaranje atraktivnih sadržaja različitih turističkih proizvoda posebno u kulturnom turizmu.
- Mogućnost korištenja bespovratnih sredstava iz EU fondova za valorizaciju materijalne i nematerijalne kulturne baštine.

PRIJETNJE

- Sve jača turistička konkurencija u drugim jadranskim županijama.
- Neinventivnost i nekonzistentnost nositelja razvoja kulture i turizma na nacionalnoj razini.
- Višedesetljetno zanemarivanje razvoja turizma istočne Istre od strane nositelja razvoja turizma na županijskoj razini.
- Administrativne i birokratske prepreke na državnoj i županijskoj razini.
- Strogi i često neprovodivi propisi dozvoljenih zahvata na kulturnim dobrima i kulturno-turističkih.
- Učestale promjene nacionalnih zakona i propisa.

IDENTIFIKACIJA KULTURNE BAŠTINE

7.1. Materijalna kulturna baština

Bivši pavlinski samostan sv. Marije

Pustinjaci sv. Pavla na otoku u Čepićkom jezeru već 1287. grade prvu samostansku kuću i crkvu. Samostan je ukinut 1782. Zgrada bivšeg pavlinskog samostana s kraja 14. odnosno početka 15. stoljeća je pregrađena, ali

je sačuvana u osnovnim tlocrtnim i visinskim gabaritima. Crkva sv. Marije srušena je 1940. Samostan ima tri stambena jednokatna krila oko kvadratnog središnjeg dvorišta. Uz vanjsko pročelje na mjestu crkve dograđeno je dvokrako stubište koje vodi u stambene prostore na katu. Renesansni zvonik smješten je nad jednim od uglova klaustra, ispred pročelja crkve. Uz ulaz su sačuvane gotičke spolije stupova iz crkve koje se prema obilježjima mogu vezati uz kontinentalne umjetničke radionice.

Slika 3: Bivši pavlinski samostan sv. Marije



Izvor: 1. Arhiva Konzervatorskog odjela – Pula; 2. Općina Kršan

Lokacija	Kršan
Klasifikacija	Sakralno-profana graditeljska baština
Vrijeme nastanka	13. st. do 18. st.
Oznaka kulturnog dobra	Z-4015
Vrsta kulturnog dobra	Nepokretno kulturno dobro – pojedinačno
Pravni status	Zaštićeno kulturno dobro

Crkva sv. Duha

Crkva sv. Duha na groblju Novoj Vasi jednobrodna je građevina pravokutnog tlocrta, s preslicom s dva luka na pročelju i lopicom ispred pročelja. Unutrašnji zidovi

crkve oslikani su freskama majstora Blaža Dubrovčanina, pučkog slikara iz 16. stoljeća koji je i potpisan na borduri na sjevernom zidu. Sačuvani su prikazi «Navještenje», «Poklonstvo kraljeva» te prikazi svetaca, apostola i proroka.

Slika 4: Freske Blaža Dubrovčanina



Izvor: <http://revitas.org/hr/projekt/o-projektu/>

Lokacija	Nova Vas
Klasifikacija	Sakralna graditeljska baština
Vrijeme nastanka	12. st. do 16. st.
Oznaka kulturnog dobra	Z-580
Vrsta kulturnog dobra	Nepokretno kulturno dobro – pojedinačno
Pravni status	Zaštićeno kulturno dobro

Crkva sv. Jurja Starog

Sv. Juraj Stari smještena je uz južni bedem utvrđenog naselja. Jednobrodna romanička crkva ima izduženi pravokutni tlocrt s ravno zaključenim svetištem. Uz zapadno pročelje u romanici je crkvi dograđen zvonik. Nadalje, 1524. godine dograđeno je novo pravokutno

svetište na mjestu romaničke upisane polukružne apside, što potvrđuje glagoljski natpis uklesan na začelju. U unutrašnjosti su nađeni tragovi dva sloja srednjovjekovnih fresaka, stariji romanički i mlađi iz druge polovice 15. stoljeća. U gradnji crkve reutilizirane su rimske spolije (stupovi i imposti trijumfalnog luka, prag ulaza, dio nadgrobne stele).

Slika 5: Crkva svetog Jurja Starog



Izvor: 1. <http://www.schnablova.net/Sakralni%20arhitektura/Chorvatsko/Istrie/PlominJurajStari.html>; 2. Općina Kršan

Lokacija	Plomin
Klasifikacija	Sakralna graditeljska baština
Vrijeme nastanka	11. st. do 16. st.
Oznaka kulturnog dobra	Z-360
Vrsta kulturnog dobra	Nepokretno kulturno dobro – pojedinačno
Pravni status	Zaštićeno kulturno dobro

Inventar crkava župe sv. Jurja

Župna crkva BDM u Plominu, crkva sv. Jurja Starog u Plominu, kapela sv. Ivana Krstitelja na groblju, crkva sv. Katarine u Baćima te crkva sv. Marije u Klavaru pripadaju Župi sv. Jurja Plomin. Župna crkva BDM bogato je opremljena inventarom od 15. stoljeća nadalje. Od pojedinačnih predmeta treba istaknuti drveno gotičko

raspelo i renesansnu Bogorodicu s malim Djetetom. U sakristiji župne crkve čuvaju se umjetnine nastale u vremenskom razdoblju od gotike do historicizma. Vrijedan zlatarski rad predstavlja procesijsko raspelo sv. Jurja, izrađeno u Veneciji u 16. stoljeća Crkva sv. Jurja Starog posjeduje vrijedne drvene oltare iz 17. stoljeća, te drvene kipove iz 15. i 16. stoljeća atribuirane friulanskim majstorima.

Slika 6: Inventar crkava župe sv. Jurja



Izvor: 1. Robert Baćac; 2. Općina Kršan

Lokacija	Plomin
Klasifikacija	Sakralni/religijski predmeti
Vrijeme nastanka	15. st. do 20. st.
Oznaka kulturnog dobra	Z-4652
Vrsta kulturnog dobra	Pokretno kulturno dobro – zbirka
Pravni status	Zaštićeno kulturno dobro

Crkva sv. Katarine

Crkva Sv. Katarine u selu Baći sjeverno od Plomina. To je jednobrodna barokna građevina centralnog tlocrta, s kupolom na pandantivima nad središnjim dijelom. Po tlocrtnoj dispoziciji i arhitektonskom konceptu

jedinstveni je primjer sakralne arhitekture u Istri. U unutrašnjosti raspored arhitektonske plastike sugerira sažeti križni tlocrt: lukovi uokviruju plitke kapele upisane u jedinstveni zbijeni volumen građevine. Pročelje crkve je jednostavno, s pravokutnim portalom i malim prozorom iznad njega, te zvonikom na preslicu.

Slika 7: Crkva svete Katarine - Baći



Izvor: Općina Kršan

Lokacija	Plomin-Baći
Klasifikacija	Sakralna graditeljska baština
Vrijeme nastanka	17. st. do 18. st.
Oznaka kulturnog dobra	Z-4555
Vrsta kulturnog dobra	Nepokretno kulturno dobro – pojedinačno
Pravni status	Zaštićeno kulturno dobro

Crkva sv. Kvirina na groblju

Crkva sv. Kvirina na groblju u Jesenoviku jednobrodna je romanička kapela izduženog pravokutnog tlocrta s dvije upisane apside. Obnavljana je i produžena u 16. stoljeću Romaničke su osobine, osim načina gradnje, polukružni portali i prozori na pročelju i na južnom zidu.

Jednostavno glavno pročelje raščlanjeno je polukružnim portalom, prozorom u osi portala, te kasnijom preslicom. Nadprozornik na južnom zidu crkve nosi uklesan glagoljski natpis. Na sjevernom zidu u unutrašnjosti crkve sačuvane su zidne slike majstora Alberta iz Konstanza iz druge polovice 15. stoljeća.

Slika 8: Crkva sv. Kvirina na groblju



Izvor: <http://revitas.org/hr/projekt/o-projektu/>

Lokacija	Jesenovik
Klasifikacija	Sakralna graditeljska baština
Vrijeme nastanka	12. st. do 16. st.
Oznaka kulturnog dobra	Z-1380
Vrsta kulturnog dobra	Nepokretno kulturno dobro – pojedinačno
Pravni status	Zaštićeno kulturno dobro

Drveni retabl u crkvi sv. Jurja

Barokni oltar sv. Jurja primjer je arhitektonskog tipa oltara u obliku slavoluka. Izrađen je od rezbarenog, marmoriziranog i polkromiranog drveta. Oltarni retabl podijeljen je u tri zone: predelu, središnji dio s tri plitke niše za kipove, flankirane jonskim stupovima

ukrašenima reljefnom tordiranom viticom, te trokutni zabat koji obuhvaća cijelu širinu retabla, s visokim reljefom Boga Oca i skulpturama ležećih anđela. U središnjoj niši nalazi se barokni kip Bogorodice s Djetetom, a u bočnim nišama anđeli lučonoše. Prema stilskim obilježjima može se datirati oko polovice ili u drugu polovicu 17. stoljeća.

Slika 9: Crkva i drveni retabl u crkvi sv. Jurja



Izvor: Općina Kršan

Lokacija	Letaj
Klasifikacija	Sakralni/religijski predmeti
Vrijeme nastanka	17. st.
Oznaka kulturnog dobra	Z-1797
Vrsta kulturnog dobra	Pokretno kulturno dobro – pojedinačno
Pravni status	Zaštićeno kulturno dobro

Kaštel Kršan

Kršan se u povijesnim ispravama prvi put spominje 1274. kao posjed akvilejskih patrijarha, a od početka 13. do 17. stoljeća bio je sjedište feudalnog posjeda obitelji Karscheyner. Od 17. stoljeća kaštel je u više navrata mijenjao vlasnike sve do početka 20. stoljeća, kada je teško stradao u požaru. Kaštel je smješten u II uglu

utvrđenog naselja Kršan. Od srednjovjekovnog kaštela sačuvana je kula četverokutnog tlocrta, građena fino klesanim pravokutnim kamenim kvadrima, kojoj se pristupalo kroz polukružno zaključena vrata na visini 7-8 m od tla. Ostali dio obrambenog i stambenog dijela kaštela pregrađen je u 18. i 19. stoljeću. U unutrašnjem dvorištu sačuvan je okvir gotičkog portala iz 15. stoljeća i grlo bunara iz 17. stoljeća.

Slika 10: Kaštel Kršan



Izvor: 1. <http://www.istra.hr/hr/regije-i-mjesta/mjesta-i-gradovi/ltz-krsan>; 2. Općina Kršan

Lokacija	Kršan
Klasifikacija	Profana graditeljska baština
Vrijeme nastanka	13. st. do 19. st.
Oznaka kulturnog dobra	Z-351
Vrsta kulturnog dobra	Nepokretno kulturno dobro – pojedinačno
Pravni status	Zaštićeno kulturno dobro

Kulturno – povijesna cjelina Katun

Selo Katun smjestilo se ispod strme padine obronka Učke. Razvilo se u nekoliko grupacija kućišta poredanih uzdužno niz padinu brijega na rubu obradive zemlje. Iz

srednjovjekovnog kulturnog rukopisa Katuna, tu se posredno zadržao jednodostorni stambeni objekt od kamena pokriven biljnom građom sa funkcionalno podignutim zabatom i sa ognjištem. Tipičnost sela čine kamene kuće katnice ili prizemnice, sa krovom na dvije

vode, pokrivene biljnom građom ili kanalicama, te

kameni gospodarski objekti.

Slika 11: Kulturno – povijesna cjelina Katun



Izvor: 1. www.google.hr/maps/place/Kožljak/; 2. Arhiva Konzervatorskog odjela - Pula

Lokacija	Kožljak
Klasifikacija	Profana graditeljska baština
Vrijeme nastanka	16. st. do 20. st.
Oznaka kulturnog dobra	RRI-0245-1970
Vrsta kulturnog dobra	Nepokretno kulturno dobro – kulturno – povijesna cjelina
Pravni status	Zaštićeno kulturno dobro

Kulturno – povijesna cjelina Plomina

Plomin se nalazi na brežuljku iznad dubokog zaljeva. Naseljen je u prapovijesti, dok se antički municipij Flanona nalazio u luci u dnu zaljeva. Utvrđeno naselje razvija se u kasnoj antici i srednjem vijeku. Urbana struktura grada je zgusnuta. Unutar urbanog tkiva sačuvano je nekoliko renesansnih i baroknih stambenih

zgrada, a posebno se ističe barokni sklop Palače Rudan. Na JZ rubu naselja nalazi se romanička crkva sv. Jurja Starog, te crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije. Kod SZ kule je kasnogotička građevina pregrađena u baroku. Srednjovjekovne zidine sačuvane su djelomično u strukturi kuća nastalih nad njima. Zidine iz 16. stoljeća sačuvane su oko crkve sv. Jurja, te na sjevernoj strani.

Slika 12: Kulturno – povijesna cjelina Plomina



Izvor: 1. Razglednica – 20. st., Obrada autora; 2. <http://images.croatiaview.com/43/Plomin.jpg>

Lokacija	Plomin
Klasifikacija	Kulturno-povijesna cjelina
Vrijeme nastanka	11. st. do 20. st.
Oznaka kulturnog dobra	RRI-0039-1962
Vrsta kulturnog dobra	Nepokretno kulturno dobro – kulturno – povijesna cjelina
Pravni status	Zaštićeno kulturno dobro

Kulturno–povijesna cjelina Šušnjeвица

Selo Šušnjeвица oblikovalo se prema konfiguraciji tla, uzdužno ispod Učke, sa sekundarnim oznakama uličnog naselja. Pretpostavlja se da je dio naselja iznad ceste stariji. Tu su se raniji stočarski objekti uz kuću

zamjenjivali razvijenijim poljoprivrednim objektima, no danas je još vidljiv osnovni stočarsko-poljoprivredni karakter tog dijela naselja. U naselju dominiraju temeljni jednodostorni kameni objekti, tipa dvora, pokriveni biljnom građom. Osobitost im je podignuti zabat koji čini zaštitu biljnom pokrovu krova.

Slika 13: Kulturno–povijesna cjelina Šušnjeвица



Izvor: <http://wikimapia.org/4688033/%C5%A0u%C5%A1njeвица>

Lokacija	Šušnjeвица
Klasifikacija	Kulturno-povijesna cjelina
Vrijeme nastanka	15. st. do 20. st.
Oznaka kulturnog dobra	RRI-0292-1972
Vrsta kulturnog dobra	Nepokretno kulturno dobro – kulturno – povijesna cjelina
Pravni status	Zaštićeno kulturno dobro

Kulturno-povijesna cjelina Nova Vas

Selo Nova Vas oblikovalo se prema konfiguraciji tla, ispod Učke. Jedinicu prostora čine niz objekata stambene i gospodarske namjene. Oba su istog oblikovanja i organizacije, jednodostorna prizemnica, građena od kamena u suho, s pokrovom od biljne građe,

te podignutim zabatima. Vremenski kontinuitet objekta predstavlja vrijeme od srednjeg vijeka, pa do početka 20. stoljeća, kada se prvi put javlja višedostorni objekt pokriven kanalicom. Nova Vas spominje se već razdoblju u 15. do 17. stoljeća kao područje naseljeno govornicima vlaškog tzv. istrorumunjskog jezika.

Slika 14: Kulturno-povijesna cjelina Nova Vas



Izvor: Arhiva Narodnog muzeja Labin

Lokacija	Nova Vas
Klasifikacija	Kulturno-povijesna cjelina
Vrijeme nastanka	15. st. do 21. st.
Oznaka kulturnog dobra	RRI-291
Vrsta kulturnog dobra	Nepokretno kulturno dobro – kulturno – povijesna cjelina
Pravni status	Zaštićeno kulturno dobro

Kulturno-povijesna cjelina Trdoslavići

Sklop ruševnih prizemnica u Trdoslavićima dokumentira organizaciju ruralnog prostora dugog povijesnog kontinuiteta. Može se pretpostaviti da su te organizacije i tog oblikovanja bile srednjovjekovne i

ranosrednjovjekovne kuće istarskog seljaka. To su jednodimenzionalne prizemnice građene od kamena u suho, s pokrovom od biljne građe, s podignutim zabatom. Naselje se uklapa u stariji tip naselja na potezu Jasenovik-Nova Vas-Šušnjevića, sa kojima čini povijesnu cjelinu

Slika 15: Kulturno-povijesna cjelina Trdoslavići



Izvor: Arhiva Konzervatorskog odjela - Pula

Lokacija	Jesenovik
Klasifikacija	Kulturno-povijesna cjelina
Vrijeme nastanka	15. st. do 19. st.
Oznaka kulturnog dobra	RRI-0293-1972
Vrsta kulturnog dobra	Nepokretno kulturno dobro – kulturno – povijesna cjelina
Pravni status	Zaštićeno kulturno dobro

Stambeno-gospodarska cjelina Brankovići

Stambena i gospodarska cjelina u Brankovićima vrijedan je spomenik tradicionalnog graditeljstva. Pročelje kompleksa razvedeno je s tri baladura i četiri volte. Na krovu se nalaze četiri dimnjaka karakterističnih oblika. Svi prozorski otvori i vrata uokvireni su kamenim

ertama, čak i oni u unutrašnjosti. Krovni vijenac na nekim je dijelovima izgrađen s kamenim konzolama, a negdje sa škrlama. S istočne i zapadne strane objekta nalaze se gospodarske prostorije za stoku.

Slika 16: Stambeno-gospodarska cjelina Brankovići



Izvor: Renco Kosinožić

Lokacija	Kršan
Klasifikacija	Kulturno-povijesna cjelina
Vrijeme nastanka	18. st. do 19. st.
Oznaka kulturnog dobra	Z-2480
Vrsta kulturnog dobra	Nepokretno kulturno dobro – pojedinačno
Pravni status	Zaštićeno kulturno dobro

Stambena kuća, kbr. 029

Jednoprostorna stambena kuća s pokrovom od biljne građe. Tipičan primjer pučkog graditeljstva tog kraja srednjovjekovnog ili ranijeg vremena. Prizemnica prizidana uz pećinu koja joj čini prirodan zaklon prema sjeveru. S niskim ognjištem, otvorenim stropištem, bez

dimnjaka, te s pokretnim inventarom analognom zdanju. Dokumentira jedan od najstarijih tipova pučkog graditeljstva i uređaja stambenih kuća na prostoru Labinštine i šireg, sjevernojadranskog područja.

Slika 17: Stambena kuća, kbr. 029



Izvor: Arhiva Konzervatorskog odjela - Pula

Lokacija	Nova Vas
Klasifikacija	Profana graditeljska baština
Vrijeme nastanka	19. st.
Oznaka kulturnog dobra	RRI-0191-1968
Vrsta kulturnog dobra	Nepokretno kulturno dobro – pojedinačno
Pravni status	Zaštićeno kulturno dobro

Orgulje u crkvi Blažene Djevice Marije (Plomin)

Male orgulje sjevernog tipa gradio je oko 1911. godine Jan Tuček iz Kutne Hore. Orgulje su pneumatskog sistema s jednim manualom i pedalom, te 8 registara.

Arhitektura kućišta tipična je za orgulje sjevernog tipa. Prospekt je trodijelan s rizalitno izbočenim srednjim tornjem, vrlo visokim i naglašenim dekorativnim zabatom. U postolju ga pridržavaju tri konzole. Sva tri polja sa sviralama lučno su zaključena.

Slika 18: Orgulje u crkvi Blažene Djevice Marije (Plomin)



Izvor: Općina Kršan

Lokacija	Plomin
Klasifikacija	Glazbeni instrument
Vrijeme nastanka	20. st.
Oznaka kulturnog dobra	Z-3895
Vrsta kulturnog dobra	Pokretno kulturno dobro – pojedinačno
Pravni status	Zaštićeno kulturno dobro

Plominski natpis s glagoljskim natpisom

Plominski natpis s glagoljskim natpisom uzidan je s unutrašnje strane južnog zida crkve sv. Jurja Starog u Plominu. Na pravokutnoj ploči okomito položenoj

reljefno izveden je muški lik u antičkoj nošnji. Iznad njega je u dva reda uklesan natpis na glagoljici, a desno od lika nalazi se neprepoznatljivi znak. Natpis je pročitan kao SE E PIS/ŽL ŽS. Figura muškarca datira iz kasne antike, dok je glagoljski natpis iz 11. stoljeća.

Slika 19: Plominski natpis s glagoljskim natpisom



Izvor: 1. <https://www.slideshare.net/HLisac/katolika-crkva-i-kranstvo-u-hrvata>; 2. Arhiva Narodnog muzeja Labin

Lokacija	Plomin
Klasifikacija	Arheološka građa
Vrijeme nastanka	11. st.
Oznaka kulturnog dobra	Z-430
Vrsta kulturnog dobra	Pokretno kulturno dobro – pojedinačno
Pravni status	Zaštićeno kulturno dobro

Slika „Bogorodica s Djetetom, sv. Kvirinom i sv. Ivanom Krstiteljem”

Slika „Bogorodica s Djetetom, sv. Kvirinom i sv. Ivanom Krstiteljem“ nepoznatog slikara, rađena tehnikom ulja na platnu, dimenzija 132×114 cm, datira se u 17. stoljeće. Nalazi se na glavnom oltaru crkve sv. Kvirina u Jesenoviku, a u vlasništvu je župe sv. Antuna opata u Kršanu. Pala je smještena na rezbarenom i polikromiranom retablu i u vrlo je lošem stanju. Zbog

zamućenog, neprozirnog laka, boje koja nedostaje i oštećenja, prizor je gotovo nečitljiv. Naslućuje se konvencionalni postav svetaca: sv. Kvirin u biskupskoj odjeći i sv. Ivan Krstitelj stoje na tlu, dok Bogorodica s Djetetom lebdi na oblacima iznad njih. Jedan anđeo lebdi u središtu kompozicije iznad tla, pridržavajući oblak s Bogorodicom i Djetetom, dok je nekoliko anđeoskih glavica asimetrično raspoređeno na nebeskoj pozadini. Između svetaca se nazire udaljen, brdovit krajolik.

Slika 20: „Bogorodica s Djetetom, sv. Kvirinom i sv. Ivanom Krstiteljem”



Izvor: Općina Kršan

Lokacija	Jesenovik
Klasifikacija	Sakralni/religijski predmeti
Vrijeme nastanka	18. st.
Oznaka kulturnog dobra	P-5146
Vrsta kulturnog dobra	Pokretno kulturno dobro – pojedinačno
Pravni status	Preventivno zaštićeno kulturno dobro

Zvono iz crkve sv. Hadrijana

Brončano, gotičko zvono iz 1420. godine s crkve sv. Hadrijana u Kožljaku, visine 55 cm, promjera 38 cm, privremeno je pohranjeno u župnoj crkvi sv. Jurja u Plominu. Na tijelu zvona nalaze se dvije trake, a na vrhu zvona nalazi se šesterostrana kruna. Gornja traka je prazna, dok je u donjoj, uz obod zvona upisana godina

lijevanja rimskim i glagoljskim natpisima, latinicom MCCCCXX i glagoljicom ČUI. Natpis bilježi datum lijevanja zvona. Na boku se nalazi znak zvonoljevača. Latinička slova u datumu, lijepo gotičke morfologije, otisnuta su iz kalupa, dok su glagoljska slova improvizirana i manjih dimenzija vjerojatno intervencija glagoljaša u samom procesu izrade modela za zvono.

Slika 21: Crkva svetog Hadrijana



Izvor: 1. http://izletipoistri.com/wp-content/uploads/2013/04/Ko%C5%BEIjak_13042013_05.jpg; 2. http://www.istria-culture.com/storage/upload/poi/kozljak03_14240.jpg

Lokacija	Kožljak
Klasifikacija	Sakralni/religijski predmeti
Vrijeme nastanka	15. st. (1420. godina)
Oznaka kulturnog dobra	Z-4161
Vrsta kulturnog dobra	Pokretno kulturno dobro – pojedinačno
Pravni status	Zaštićeno kulturno dobro

Ostaci potonulog ratnog broda TA-36 (Stella Polare)

Olupina potonulog ratnog broda TA-36 (Stella Polare) nalazi se oko 800 metara južno od pristaništa Brestova. Brod je izgrađen 1943. godine u Rijeci za talijansku ratnu mornaricu. Kasnije ga preuzimaju Nijemci i stavljaju u aktivnu funkciju. Po klasi je brod bio eskortni

razarač s dimenzijama 82x8x3 i s posadom od 160 ljudi. Potonuo je u ožujku 1944. godine nakon udara u minu. Pramčani dio se prilikom eksplozije odvojio, dok je komandni most s krmenim dijelom odlično sačuvan. TA-36 smatra se ratnim grobom i jedna je od najbolje očuvanih olupina ratnih brodova u Jadranskom moru.

Slika 22: Potonuli ratni brod TA-36 (Stella Polare)



Izvor: <http://www.paluba.info/smf/index.php?topic=2420.0>

Lokacija	Plominski akvatorij
Klasifikacija	Arheološka baština
Vrijeme nastanka	1943. godine do 1944. godine
Oznaka kulturnog dobra	Z-244
Vrsta kulturnog dobra	Nepokretno kulturno dobro – pojedinačno
Pravni status	Zaštićeno kulturno dobro

Istarski razvod

Istarski razvod kao dokument, nastao je kao skup dokumenata u razdoblju od 1275. do 1395., na temelju starijih isprava. Istarski razvod prvi je objavio A. Starčević u *Arkivu za povjestnicu jugoslavensku* (1852), a novije kritičko čitanje objavio je J. Bratulić (1978., 1992.). 1850. godine u kaštelu Kršan pronađen je izvorni prijepis Istarskog razvoda. Riječ je o dokumentu autora popa Levca Križanića iz 1546. godine koji je pisan kurzivnom glagoljicom. Istarski razvod je prema mnogim hrvatskim povjesničarima i književnicima jedan od najznačajnijih srednjovjekovnih dokumenata jer se iz njega mogu nazrijeti obrisi društvenoga ustrojstva i gospodarske prilike, život seoske zajednice u srednjovjekovnoj Istri, te razvoj ljudskih prava u Istri i Hrvatskoj. Danas se čuva u Nacionalnoj i sveučilišnoj knjižnici u Zagrebu pod signaturom R-3677.

Slika 23: Istarski razvod



Izvor: Istarski razvod – digitalni primjerak; Obrada autora

Lokacija	Kršan/Zagreb
Klasifikacija	Knjižnična građa
Vrijeme nastanka	13. st. – 16. st.
Oznaka kulturnog dobra	R-3677
Vrsta kulturnog dobra	Pokretno kulturno dobro – pojedinačno
Pravni status	Zaštićeno kulturno dobro

Ostala materijalna kulturna baština

Uz prethodno navedenu materijalnu kulturnu baštinu kojoj je dodijeljen status zaštićenih kulturnih dobara, na području općine Kršan nalazi se niz arheoloških i kulturno – povijesnih spomenika na području koji nisu registrirani kao kulturno dobro, ali su od velike važnosti za Općinu Kršan. Riječ je o sljedećim kulturnim dobrima:

1. Fonovići – skupina prapovijesnih tumula datiranih u srednje brončano doba (1600. – 1300. g. pr. Kr.);
2. Sisol – veća skupina prapovijesnih tumula datiranih u srednje brončano doba (1600. – 1300. g. pr. Kr.);
3. Plomin Luka – prilikom zaštitnih arheoloških istraživanja sredinom 80-ih godina 20. stoljeća u Plomin Luci otkriveni su ostaci antičke stambene arhitekture, mozaici i apsida sakralnog objekta za kojega se pretpostavlja da pripada crkvi Sv. Vida. Ostaci arhitekture i mozaici su konzervirani i zatrpani zemljom ali posjeduju značajan kulturno-turistički potencijal kao arheološki park sa interpretativnim tabelama o antičkome Plominu.
4. Čepić (mjesno groblje) – na njivama u blizini mjesnoga groblja lokalno stanovništvo već cca 200 godina prilikom obrađivanja zemlje pronalazi razne antičke predmete, poput keramičkih ulomaka posuda, novčića i raznog metalnog materijala. Pretpostavlja se da se radi o većem arheološkom lokalitetu pa se u narednom razdoblju preporučuju arheološka sondiranja.
5. Gorica (Nova Vas) – antički lokalitet smješten na manjem brežuljku uz sjeverni rub Čepićkoga polja. Posljednjih stotinjak godina na ovom lokalitetu pronađeni su natpisi datirani u antičko razdoblje. Natpisi se čuvaju u Arheološkom muzeju Istre.

6. Prodol (prijevoj iznad Kožljaka) – na predjelu Prodol u posljednje vrijeme otkriveno je više slučajnih nalaza datiranih u antiku i kasnu antiku. Pretpostavlja se da se na ovom području nalazilo manje naselje, refugijum, za izbjeglo stanovništvo tijekom seoba naroda.
7. Gradac (Sisol) – kasnoantičko naselje s ostacima bedema.
8. Sv. Ivan – mjesno groblje Plomin.
9. Sv. Barbara – u blizini naselja Zustovići.
10. Sv. Filip – na brežuljku iznad Sv. Kvirina.
11. Sv. Šimun – blizina naselja Fonovići.
12. Sv. Martin – u blizini Kožljaka.
13. Sv. Mauro – iznad ceste Plomin – Vozilići.
14. Sv. Just – Čupić - mjesno groblje.
15. Sv. Juraj – Letaj.
16. Rudarska baština – značajan dio područja općine Kršan (Plomin Luka, Potpićan, Tupljak, Šumber) razvijao se zahvaljujući rudarstvu. Tako se danas u Plomin Luci i okolici nalaze rudnici koji se datiraju već od razdoblja Venecije (lokalitet Prodol) pa do vremena Austrije i Italije, dok se u Potpićnu nalaze zatvorena okna kamenog ugljena. Osim ugljena, u okolici Šumbera kopao se boksit koji se uskotračnom prugom prevezio do Plomin Luke i pretovarao na brodove.
17. Kožljački razvod.

7.2. Nematerijalna kulturna baština

KRŠONSKI PIR

Manifestacija Kršonski pir je scensko-glazbeni prikaz kršanskog svadbenog običaja. Vrlo zahtjevno uprizorenje svadbe organizirano je u Starom gradu Kršanu po prvi put 2006. godine. Kad su Kršanci davne 1908. godine predstavljali Istru na 60. obljetnici

vladavine cara Franje Josipa u Beču, odlučili su prikazati Kršonski pir, odnosno kršansku svadbu s obzirom na to da je vjenčanje događaj koji obuhvaća tradicijsku glazbu, ples, običaje, narodnu nošnju, gozbu - ukratko prikazuje život. Iz tog razloga KUD Ivan Fonović-Zlatela organiziraju uprizorenje svih segmenata tradicijskog vjenčanja u Kršanu. Pir je podijeljen u devet scena i prikazuje detaljno svaki dio tradicijskog vjenčanja, od udvaranja i zaruka sve do rođenja sina Mikule. Mladiću Moti i djevojci Tonini, kako su nazvani mladenci u scenskom prikazu, na vjenčanje dolaze i teta iz Trsta te borba z Meriki (stric iz Amerike) koji simboliziraju veliki broj iseljenih Kršanaca. Sam događaj odvija se u povijesnom ambijentu Starog grada Kršana, po kućama i crkvi, a sve traje punih 90 minuta.

Slika 24: Kršonski pir



Izvor: KUD „Ivan Fonović Zlatela“

DVOGLASJE TIJESNIH INTERVALA ISTRE I HRVATSKOG PRIMORJA

Dvoglasje tijesnih intervala Istre i Hrvatskog primorja kompleksan je stil folklorne glazbe kojeg nalazimo i van područja Istre i Hrvatskog primorja, no, upravo na tom području on živi najkompaktnije. U svojoj osnovi dvoglasje se zasniva na netemperiranim tonskim odnosima te karakterističnoj boji tona koji se kod vokalne glazbe postiže snažnim pjevanjem dijelomice kroz nos. Često tijekom izvođenja u obje dionice dolazi do improvizacije i varijacije, no, unisono završeci ili završeci u oktavi ostaju strogo pravilo (ovu karakteristiku možemo svakako uočiti i kod stila bugarenje bez obzira što se donja dionica dodatno spusti za sekundu ili malu tercu). Većina tonskih nizova sastavljeni su od četiri do šest tonova. Metroritamska, formalna struktura i struktura teksta kreću se od jednostavnih do vrlo složenih obrazaca, a specifičan je

odnos glazbe i teksta.²² Istaknimo, dvoglasje tijesnih intervala Istre i Hrvatskog primorja ne odnosi se samo na vokalni nego i na instrumentalni izričaj. Godine 2009. dvoglasje tijesnih intervala Istre i Hrvatskog primorja upisano je na UNESCO popis nematerijalne svjetske baštine u Europi.

²² <http://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=5229>

Slika 25: Svirka na sopele



Izvor: 1. Renco Kosinožić; 2. Valter Primožić; <http://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=5229>

VLAŠKI JEZIK

Vlaški jezik jedna je od dvije varijante istog jezika koji je u lingvistici poznat pod nazivom istrorumunjski jezik, a govori se u Šušnjevicu, Letaju, Brdu, Novoj Vasi i Jesenoviku. Druga varijanta jezika je žejanski jezik koji se govori u planinskom dijelu sjeverne Istre. Preci govornika vlašskog jezika su doselili u Istru u 15. i 16. stoljeću. Vlaški jezik je uvršten na Listu zaštićenih nematerijalnih kulturnih dobara Republike Hrvatske, te u UNESCO-ov Atlas of the World's Languages in Danger (Atlas ugroženih jezika svijeta).

Slika 26: Lokacija budućeg muzeja *Ekomuzej „Vlaški puti“*, Šušnjeвица



Izvor: Prospekt Ekomuzeja „Vlaški puti“, Šušnjeвица

LOKALNI DIJALEKT ČAKAVSKOG NARJEČJA HRVATSKOGA JEZIKA

Budući da je jezik duša naroda, iz njega je moguće iščitati osnovne kulturološke, nacionalne i vjerske značajke. Uz prethodno spomenuti vlaški jezik, na području općine Kršan govore se ikavsko-ekavski i ekavski dijalekt čakavskog narječja hrvatskoga jezika. U ikavsko-ekavski dijalekt čakavskoga narječja spadaju naselja: Kršan, Čepić, Šušnjevića, Kožljak, Brdo Lazarići, Boljevići. Osnovna značajka tog dijalekta jest pojava dvojnog refleksa jata u istome govoru (idiomu).

Izmjena refleksa jata (ě) sprovodi se po Jakubinski-Meyerovu pravilu (npr. belo mlíko).

Govor Vozilići i Zagorja (Plominskog) spada u ekavski dijalekt čakavskoga narječja te se ističe glavnom osobinom ekavskog refleksa jata (ě) (belo, mleko, lepo). Potvrde pripadnosti ekavskom dijalektu čakavskoga narječja pronalaze se i u govoru Plomina i Plomin Luke, no za napomenuti je da se u spomenutim mjestima prisutan i svojevrsni koine čakavskog ekavskog dijalekta i mletačkog romanskog dijalekta.

Slika 27: Čabeceda



Izvor: <http://stilueta.net/wp-content/uploads/2017/09/%C4%8Dabeceda.png>

LOKALNA TRADICIJSKA JELA (Gastro-baština)

Lokalni resursi i namirnice, te turbulentna prošlost Istre u mnogome su determinirali današnju gastronomsku ponudu u Istri. Tako su se ispreplele razne tradicije u pučkoj kuhinji kojoj je osnova u prirodi (samoniklo bilje, aromatični začini, sezonsko voće i povrće, divljač, plodovi mora, maslinovo ulje, vino, etc), a uneseni su i utjecaji franačke i njemačke feudalne vlasti, romanskih jela te kuhinje koja je od VII. stoljeća pristizala sa slavenskim stanovništvom. Ipak, najveći trag i utjecaj ostavila je venecijanska gastronomija, pošto je veći dio Istre bio pod upravom Venecije gotovo 500 godina (do kraja 18. stoljeća).

Na prostoru općine Kršan tradicijska jela bazirana su korištenju lokalnih namirnica kao što su: tjestenine, palenta, kobasice, ombolo, pršut, sirevi, riba, med, crveno i bijelo meso, meso divljači, puževi, šparoge, različite vrste samoniklo bilje, maslinovo ulje, vino, etc. Od obilja vrhunskih jela najpoznatije jelo ovog kraja su krafi. Krafi su tjestenina punjena sirom. Tijesto od kojeg se spravlja različito je obzirom da li se kuhaju ili prže. Krafi su se tijekom vremena stalno kulinarski nadograđivali. Tako su plominski pomorci u ove krajeve donijeli dotad nepoznatu namirnicu - mušklatni oraščić koji je postao sastavni dio krafa.

Slika 28: Krafi



Izvor: Općina Kršan

8. VIZIJA I CILJEVI

Vizija predstavlja dugoročni cilj kojeg se želi postići. Vizija u ovom kontekstu odnosi se na definiranje

poželjne budućnosti efikasnog upravljanja raspoloživom kulturnom baštinom i razvoja kulturnog turizma, u koje su uključeni svi interesni dionici, neposredno i posredno. Riječ je o zahtjevnom i kompleksnom postupku definiranja vizije, obzirom da se kulturnu baštinu ne može isključivo promatrati kroz prizmu snažnog poticajnog gospodarskog resursa, nego kao i neizostavni element očuvanja društvenog, socijalnog i kulturnog identiteta naroda. Uzimajući u obzir navedene specifičnosti, Vizija upravljanja kulturnom baštinom Općine Kršan glasi:

Općina Kršan efikasno upravlja i valorizira raspoloživu kulturnu baštinu, što rezultira očuvanjem specifičnog kulturnog identiteta ovog hrvatskog kraja, dugoročno održivim razvojem kulturnog turizma, njegove sinergije s ostalim gospodarskim granama i povećanjem kvalitete života lokalnog stanovništva.

Navedena vizija upravljanja kulturnom baštinom ukazuje da se buduće upravljanje i valorizacija kulturne baštine temelji na optimalnom korištenju lokalnih resursa, što podrazumijeva maksimizaciju socio-ekonomskog multiplikativnog učinka koji je inherentan turizmu kao gospodarskoj grani.

8.1. Ciljevi i prioriteti

Temeljem prikazanih razvojnih potencijala, mogućnosti i ograničenja, te vizije razvoja, u nastavku su prikazani strateški ciljevi i prioriteti upravljanja kulturnom baštinom kršanskog kraja.



1. Razvijati kulturni turizam kao zaseban i prepoznatljiv selektivni oblik turizma



2. Uspostaviti efikasne sustave zaštite kulturnih dobara i upravljanja posjetiteljima



3. Razvijati svijest lokalnog stanovništva, gospodarstva i lokalne javne vlasti o važnosti očuvanja kulturne baštine i njene optimalne valorizacije

Cilj 1. Razvijati kulturni turizam kao zaseban i prepoznatljiv selektivni oblik turizma

Kulturni turizam trebao bi postati kardinalan turistički proizvod područja općine Kršan. Područje raspolaže velikim brojem kulturno-povijesnih objekata, odnosno baštine visoke atraktivnosti koji se turističkom valorizacijom mogu oplemeniti i na taj način postati originalna turistička ponuda koja gostima nudi iskustveni doživljaj. Prioriteti unutar predmetnog cilja jesu: Prioritet 1.1. Povećanje i poboljšanje ukupne ponude kulturnog turizma; Prioritet 1.2. Kontinuirano provoditi aktivnosti brendiranja i vidljivosti Kršana kao vrhunske destinacije kulturnog turizma.

Prioritet 1.1. Povećanje i poboljšanje ukupne ponude kulturnog turizma

Općina Kršan obiluje jedinstvenom i bogatom materijalnom i nematerijalnom kulturnom baštinom koju je moguće staviti u turističku funkciju. Nažalost, do danas ovaj razvojni potencijal nije iskorišten na pravi način, razlozi su brojni i različiti, a posebno zahtjevni imovinsko-pravni odnosi i nedostatak sredstava za obnovu i održavanje kulturnih dobara. Stoga je u narednom razdoblju potrebno pristupiti obnovi i valorizaciji kulturnih dobara kod kojih su riješeni imovinsko-pravni odnosi, a izvori financiranja realni i mogući. Također je potrebno uzeti u obzir potencijal razvoja atraktivnih sadržaja kod odabranih kulturnih dobara, te kapacitet financijske samoodrživosti odnosno mogućnosti i kapaciteta ostvarivanja prihoda. Ostvareni prihodi i multiplikativan učinak razvoja kulturnog turizma omogućit će daljnje unaprjeđenje i poboljšanje ukupne turističke ponude, razvoj lokalnog gospodarstva, te posljedično jačanje fiskalnog kapaciteta Općine.

Prioritet 1.2. Kontinuirano provoditi aktivnosti brendiranja i vidljivosti Kršana kao vrhunske destinacije kulturnog turizma

Turistička zajednica Općine Kršan razvila je svoj vlastiti logotip kao sredstvo vizualne komunikacije turizma destinacije Kršan. Logotip komunicira osnovne vrijednosti destinacije (kultura i priroda), te je i kreiran na način kako bi se prepoznala destinacija. U narednom razdoblju potrebno je definiranje slogana kulturnog turizma koji će na najbolji i najsvrhovitiji prikazati osobnost destinacije. Za vidljivost destinacije kulturnog turizma neophodno je osigurati optimalne organizacijske i financijske resurse. Provedba ciljanih marketinških aktivnosti koje proizlaze iz strategije brendiranja, preduvjet je ostvarenja željenih društvenih i gospodarskih rezultata koji se ogledaju kroz povećanje broja posjetitelja, povećanje broja turističkih noćenja, povećanje prihoda od turizma i komplementarnih djelatnosti (prvenstveno poljoprivrede i servisno-uslužnih djelatnosti), te poboljšanja kvalitete života uopće na ovom ruralnom području.

Cilj 2. Uspostava efikasnog sustava zaštite kulturnih dobara i upravljanja posjetiteljima

Kako bi se osigurao kontinuitet zaštite i optimalne valorizacije kulturnih dobara neophodno je unaprijediti postojeći sustav zaštite kulturnih dobara kojeg Općina Kršan provodi u suradnji s mjerodavnim ustanovama institucijama i vlasnicima. Nakon obnove kulturnih dobara koja će se staviti u funkciju kulturnog turizma, a s ciljem održivog razvoja potrebno je izraditi planove upravljanja posjetiteljima.

Prioritet 2.1. Uspostava sustava zaštite kulturnih dobara

Kulturna dobra predstavljaju nasljeđe prethodnih generacija koje je potrebno očuvati za buduće naraštaje. Stoga je neophodno uspostaviti efikasan sustav zaštite kulturnih dobara koji podrazumijeva: redovito praćenje stanja kulturnih dobara, kontinuiranu suradnju s vlasnicima kulturnih dobara, kontinuiranu komunikaciju i suradnju s ustanovama i institucijama koje se nadležne za zaštitu kulturnih dobara, osiguravanje potrebnih organizacijskih i financijskih resursa za aktivnosti očuvanja i obnove kulturnih dobara. Ovako uspostavljen sustav zaštite materijalne i nematerijalne kulturne baštine omogućuje optimalnu valorizaciju i dugoročnu održivost odnosno očuvanje kulturne baštine za buduće naraštaje.

Prioritet 2.2. Uspostava sustava upravljanja posjetiteljima

Kod optimalne valorizacije kulturnih dobara neophodno je uspostaviti jasna ograničenja maksimizacije valorizacije kulturnih dobara. Bilo da je riječ o destinaciji, turističkoj atrakciji ili resursu uopće, uvijek postoji granica do koje ih je moguće optimalno koristiti. Svjedoci smo brojnih socio-ekonomskih problema s kojima se suočavaju popularne destinacije kulturnog turizma u bližem okruženju, kao što su Venecija i Dubrovnik (iseljavanje lokalnog stanovništva, prekomjerna komercijalizacija, opterećenje komunalne infrastrukture i posljedično veći troškovi njenog održavanja, povećanje troškova redovitog investicijskog održavanja kulturnih dobara, etc.). Stoga je kod valorizacije kulturnih dobara na području općine Kršan potrebno izraditi zasebne planove upravljanja posjetiteljima za svako kulturno dobro/cjelinu.

Cilj 3. Razvijati svijest lokalnog stanovništva, gospodarstva i lokalne javne vlasti o važnosti očuvanja kulturne baštine i njene optimalne valorizacije

Za održivo korištenje kulturne baštine neophodno je kontinuirano razvijati svijest svih lokalnih dionika o važnosti očuvanja materijalne i nematerijalne kulturne baštine, te njene valorizacije po načelima održivog razvoja.

Prioritet 3.1. Razvoj i poticanje sinergijskog djelovanja lokalnih dionika u zaštiti kulturne baštine

Zaštita kulturne baštine i njena valorizacija po načelima održivog razvoja predstavlja izazov za sve lokalne dionike, a zahtijeva stjecanje znanja, vještina i kompetencija. Stoga je u narednom razdoblju potrebno kontinuirano poticati i unaprjeđivati rad OCD-a u kulturi, poticati lokalne poduzetnike i obrtnike na implementaciju društveno odgovornog poslovanja, te jačati kapacitete lokalne javne vlasti.

8.2. Mjere i projekti

Sukladno prethodno definiranim strateškim ciljevima i prioritetima upravljanja kulturnom baštinom na području općine Kršan, a uzimajući u obzir stanje i specifičnosti materijalne i nematerijalne kulturne baštine u nastavku su prikazane mjere i konkretni projekti koji će pridonijeti realizaciji rečenih ciljeva i prioriteta.

STRATEŠKI CILJ 1	
Razvijati kulturni turizam kao zaseban i prepoznatljiv selektivni oblik turizma	
Prioritet 1.1. Povećanje i poboljšanje ukupne ponude kulturnog turizma	
Mjera 1.1.1. Obnova i valorizacija kulturne baštine projekata prvog reda	
OPIS I SVRHA MJERE	<p>Za povećanje ponude kulturnog turizma neophodno je pristupiti obnovi kulturnih dobara i stvaranju novih sadržaja i atrakcija kulturnog turizma. Premda se na području općine Kršan nalazi veliki broj kulturnih dobara, tek su kod manjeg broja njih ispunjeni osnovni preduvjeti za efikasnu i svrhovitu valorizaciju u programskom razdoblju. Stoga se kulturna dobra koja ispunjavaju osnovne preduvjete, a riječ je o:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ riješenim imovinsko-pravnim odnosima,▪ pripremljenom projektno-tehničkom dokumentacijom,▪ realno mogućim izvorima financiranja implementacije projekata,▪ osiguranim organizacijskim i drugim potrebnim resursima za njihovu provedbu, <p>svrstavaju u projekte prvog reda.</p> <p><u>Projekti prvog reda jesu:</u></p> <p>Projekt Čuvar Istarskog razvoda – odnosi se na integrirani razvojni projekt valorizacije kulturne baštine općine Kršan. Utemeljen je na obnovi kaštela Kršan, kulturno-povijesnom značaju Istarskog razvoda, glagoljici i ostaloj nematerijalnoj kulturnoj baštini (npr. Kršonski pir, tradicijska jela, etc.), koji omogućuju stvaranje brojnih atraktivnih kulturno-turističkih sadržaja. Općini Kršan odobrena su</p>

SLUŽBENO GLASILO OPĆINE KRŠAN

Stranica 76 - Broj 18

21. prosinca 2017.

	<p>bespovratna sredstva iz ESI fondova za pripremu projektno-tehničke dokumentacije i projektnog prijedloga, a proces izrade navedene dokumentacije je u tijeku. Sama obnova kaštela i stvaranje atraktivnih kulturno-turističkih sadržaja ovisi o dinamici otvaranja natječaja kod kojih su navedene projekte aktivnosti prihvatljive.</p> <p>Ekomuzej „Vlaški puti“, Šušnjevića – „Šušnjević“- projekt ima za cilj posjetiocima približiti kulturu, tradiciju, običaje i arhaičan „vlaški“ govor inovativnim pristupom artikulirajuću turističke usluge kroz muzejski pristup. Ekomuzej „Vlaški puti“ osmišljen je da kroz participativno upravljanje baštinom teritorija i muzeološku interpretaciju organiziranu u područnoj školi u Šušnjeviću, vrednuje, valorizira i konkretno prezentira bogato kulturno lokalno i specifično nasljeđe. Za ovaj projekt su odobrena bespovratna sredstva iz ESI fondova, u tijeku je njegova implementacija, a završetak projekta očekuje se krajem 2018. godine.</p> <p>Kula Kršan – četverostrana kula smještena je u neposrednoj blizini kaštela Kršan. Visoka je cca 20 m, a s njenog vrha prostire se jedinstven pogled na Učku, Čepićko polje i kvarnerske otoke. Općina Kršan Kulu Kršan obnovila je tijekom tekuće 2017. godine i danas je dostupna posjetiteljima. U narednom razdoblju potrebno je kreirati tematske turističko-kulturne sadržaje vezane uz Kulu Kršan i izraditi Plan upravljanja posjetiteljima Kule Kršan (izrada Plana je u tijeku).</p> <p>Stazama kršanskih crkvi – projekt je osmišljen po modelu integriranja raspršenih crkvi i kapelica na području općine Kršan u jedinstvenu turističku atrakciju. Kulturna dobra povezat će se kružnom pješačko-biciklističkom stazom pa se turistički proizvod širi sa skupine kulturni turisti na ljubitelje outdoor aktivnosti. Projekt razvija TZ Općine Kršan u suradnji s Katoličkom crkvom, a njegova implementacija očekuje se do kraja 2019. godine.</p> <p>Plominski lapidarij – projekt obnove plominskoga lapidarija zamišljen je od strane Narodnog muzeja Labin prije cca 10 godina. Prva faza projekta provedena je prije nekoliko godina, a u narednom razdoblju potrebno je provesti drugu fazu projekta čime će se novootkriveni antički natpisi istodobno zbrinuti i prezentirati javnosti na najbolji mogući način.</p>
IZVORI FINANCIRANJA	<ul style="list-style-type: none">- Proračun Općine,- EU fondovi,- Ministarstvo kulture,- Ministarstvo turizma,- HTZ,- Istarska županija,- IKA,- TZ Istarske županije,- TZ Općine Kršan.
NOSITELJI	<ul style="list-style-type: none">- Općina Kršan,- TZ Općine Kršan,- Udruga „Spod Učku“- Organizacije civilnog društva.
PARTNERI	<ul style="list-style-type: none">- Općina Kršan,- Istarska županija,- IKA,- Organizacije civilnog društva,- Katolička crkva.

SLUŽBENO GLASILO OPĆINE KRŠAN

21. prosinca 2017.

Stranica 77 - Broj 18

KORISNICI	<ul style="list-style-type: none"> - Stanovništvo, - Posjetitelji/turisti, - Udruge.
POKAZATELJI USPJEŠNOSTI	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Broj provedenih projekata obnove kulturnih dobara, ✓ Broj novih kulturno-turističkih sadržaja, ✓ Broj posjetitelja kulturnih dobara/novih sadržaja, ✓ Broj turističkih dolazaka, ✓ Broj turističkih noćenja.
Mjera 1.1.2. Obnova i valorizacija kulturne baštine projekata drugog reda	
OPIS I SVRHA MJERE	<p>Za povećanje ponude kulturnog turizma neophodno je pristupiti obnovi kulturnih dobara i stvaranju novih sadržaja i atrakcija kulturnog turizma. Premda se na području općine Kršan nalazi veliki broj kulturnih dobara, tek su kod manjeg broja njih ispunjeni osnovni preduvjeti za efikasnu i svrhovitu valorizaciju u programskom razdoblju. Stoga se kulturna dobra koja ne ispunjavaju osnovne preduvjete, a riječ je o:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ neriješenim imovinsko-pravnim odnosima, ▪ nepripremljenom projektno-tehničkom dokumentacijom, ▪ još uvijek nepoznatim izvorima financiranja implementacije projekata, ▪ neosiguranim organizacijskim i drugim potrebnim resursima za njihovu provedbu, <p>svrstavaju u projekte drugog reda.</p> <p>Projekti drugog reda jesu:</p> <p>Citadela Plomin – Cilj projekta je gospodarsko oživljavanje cjelokupnog prostora starog grada Plomina koji posjeduje izniman potencijal za organizaciju specifične turističke usluge modernoga tipa, a prvenstveno kroz integraciju turizma s postojećim kulturnim resursima. Projekt je zamišljen da se cjelokupni povijesni prostor Plomina organizira kao difuzni hotel s mnoštvom dodatnih atraktivnih sadržaja. Turistička ponuda bila bi strukturirana lokalnim obilježjima (morfološkim, arhitektonskim itd.), te sociokulturnim određenim značajkama koje su se tijekom povijesti razvile u mjestu i kreirale specifičan „lifestyle“ koji je vrlo snažan pokretač razvoja inovativnih i integriranih, modernih, turističkih usluga bez „kontaminacije“ lokalnog identiteta. Projekt bi osigurao gostima jedinstveno iskustvo doživljaja povijesne jezgre grada i omogućio osjećaj „biti lokalno“.</p> <p>Muzej kontemplacije Kaštel Kožljak – Cilj projekta je revitalizacija, obnova i stavljanje u funkciju povijesnog kaštela Kožljak kao potencijalne turističke atrakcije. Projekt muzej kontemplacije Kaštel Kožljak zamišljen je kroz organizaciju inovativnog sadržaja na prostoru kaštela Kožljak, odnosno originalne turističke ponude koja ima za cilj gostima projicirati iskustveni doživljaj. Izdvojenost i izoliranost objekta kao i potpuno prirodno okruženje (nenarušen prirodni sklad) daju prostor za organizaciju turističke ponude povezane s ljudskom duhovnom dimenzijom.</p> <p>Posjetiteljski centar (Visitors Center) Čepičko jezero – Cilj projekta je uobličavanje kulturno-povijesne i prirodne baštine područja Čepića kroz kreiranje posebne i kreativne turističke atrakcije virtualnog „oživljavanja“ Čepičkog jezera, nekadašnjeg jedinog prirodnog jezera u Istri. Svrha Posjetiteljskog centra Čepičko</p>

SLUŽBENO GLASILO OPĆINE KRŠAN

Stranica 78 - Broj 18

21. prosinca 2017.

	<p>jezero (Visitors Center) je pružanje iskustvene usluge suvremenom posjetitelju korištenjem informacijsko-komunikacijske platforme i ostalih modernih sredstava informiranja koja bi artikulirala i uobličila 3D prezentaciju položaja nekadašnjeg jezera ali i svakodnevni život, kultura i običaji stanovništva koji su povezani s nekadašnjim jezerom.</p> <p>Living history muzej ruralni kompleks Brankovići – Cilj projekta je očuvanje i obnova vrijednog ruralnog arhitektonskog sklopa Brankovići kao Living history muzeja, muzeja seoskog načina kulture življenja na ruralnom području. Living history muzej predstavlja model inovativnih muzeja koji predstavlja oživljenu povijest. Prezentacija je vrlo aktivna i interaktivna, odnosno muzej funkcionira po principu doživljaja života i rada, a ne na principu obilaska i posjete postavima muzeja. Koncept muzeja sastojao bi se od osmišljavanja autentične interpretacije svakodnevnog života sela u vrijeme kada je bio nastanjen: kostimi, svakodnevni život, rad, proizvodi, zabava itd.</p> <p>Rudarska baština – značajan dio područja općine Kršan (Plomin Luka, Potpićan, Tupljak, Šumber) razvijao se zahvaljujući rudarstvu. Tako se danas u Plomin Luci i okolici nalaze rudnici koji se datiraju već od razdoblja Venecije (lokalitet Prodol) pa do vremena Austrije i Italije, dok se u Potpićnu nalaze zatvorena okna kamenog ugljena. Osim ugljena, u okolici Šumbera kopao se boksit koji se uskotračnom prugom prevezio do Plomin Luke i pretovario na brodove. Rudnik u Plomin Luci posjeduje izniman potencijal, jer ga je moguće povezati podzemnim tunelom sa Krapnom i Rašom.</p> <p>Arheološki parkovi – na području općine Kršan nalazi se više vrijednih i još uvijek nedovoljno istraženih arheoloških lokaliteta koji se datiraju od prapovijesti preko antike do kasnog srednjeg vijeka. Za bilo koji model valorizacije ovih lokaliteta preporučuje se kontinuirana suradnja s ustanovama u kulturi i obrazovanju (npr. muzeji, sveučilišta).</p> <p>U narednom razdoblju za provedbu ove mjere odnosno implementaciju navedenih projekata potrebno je provesti sljedeće aktivnosti:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Riješiti imovino-pravne odnose,▪ Pripremiti projektno-tehničku dokumentaciju,▪ Kreirati projektne prijedloge na način da ih je prvenstveno moguće financirati iz EU i nacionalnih fondova,▪ Osigurati financijska sredstva za sufinanciranje projekata.
IZVORI FINANCIRANJA	<ul style="list-style-type: none">- Proračun Općine,- EU fondovi,- Ministarstvo kulture,- Ministarstvo turizma,- HTZ,- IKA,- Istarska županija,- TZ Istarske županije,- TZ Općine Kršan.
NOSITELJI	<ul style="list-style-type: none">- Općina Kršan,- TZ Općine Kršan,- Organizacije civilnog društva,- Narodni muzej Labin,- Poduzetnici i obrtnici.

SLUŽBENO GLASILO OPĆINE KRŠAN

21. prosinca 2017.

Stranica 79 - Broj 18

PARTNERI	<ul style="list-style-type: none"> - Općina Kršan, - TZ Općine Kršan, - Organizacije civilnog društva, - IKA, - Narodni muzej Labin, - Ostale ustanove u kulturi, - Istarska županija, - TZ Istarske županije, - Katolička crkva.
KORISNICI	<ul style="list-style-type: none"> - Stanovništvo, - Organizacije civilnog društva, - Poduzetnici i obrtnici, - Posjetitelji/turisti.
POKAZATELJI USPJEŠNOSTI	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Broj provedenih projekata obnove kulturnih dobara, ✓ Broj novih kulturno-turističkih sadržaja, ✓ Broj posjetitelja kulturnih dobara/novih sadržaja, ✓ Broj turističkih dolazaka, ✓ Broj turističkih noćenja.

STRATEŠKI CILJ 1	
Razvijati kulturni turizam kao zaseban i prepoznatljiv selektivni oblik turizma	
Prioritet 1.2. Kontinuirani provoditi aktivnosti brendiranja i vidljivosti Kršana kao vrhunske destinacije kulturnog turizma	
Mjera 1.2.1. Jačanje organizacijskih i administrativnih kapaciteta za provedbu aktivnosti brendiranja i vidljivosti destinacije	
OPIS I SVRHA MJERE	<p>Za dugoročno održivi razvoj kulturnog turizma potrebna je sinergija lokalne javne uprave, turističke zajednice, mjerodavnih ustanova u kulturi i obrazovanju, poduzetnika, organizacija civilnog društva i svih onih koji vide svoj interes u razvoju kulturnog turizma. Funkcija turističke zajednice sadržana je u misiji razvoja turizma na ovom području. Bez njene podrške i rada na razvoju destinacije i brendiranju različitih turističkih proizvoda gotovo je nemoguće razvijati turizam, a posebno kad je riječ o tipu turizma kakav je kulturni turizam. Obzirom da se u narednom razdoblju očekuje značajno povećanje turističko-kulturnih sadržaja na području općine Kršan, a s ciljem povećanja efikasnosti brendiranja i vidljivosti kulturne destinacije preporučuje se osnivanje DMK (Destinacijska menadžment kompanija). Nakon osnivanja i početka rada DMK potrebno je uspostaviti snažnu sinergijsku suradnju između TZ Općine Kršan i DMK. Zajednička suradnja TZ Općine Kršan i DMK omogućit će efikasno upravljanje i brendiranje destinacije.</p> <p>Za jačanje organizacijskih i administrativnih kapaciteta koji će biti u funkciji brendiranja i poboljšane vidljivosti potrebno je provesti sljedeće aktivnosti:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Osnovati i staviti u funkciju DMK (Destinacijsku menadžment kompaniju), ▪ Osigurati potrebna sredstva za redoviti rad TZ Općine Kršan, ▪ Osigurati dodatna sredstva za kontinuiranu edukaciju zaposlenika TZ Općine Kršan i DMK, ▪ Osigurati dodatna sredstva za paket mjera brendiranja destinacije – Kršan

SLUŽBENO GLASILO OPĆINE KRŠAN

Stranica 80 - Broj 18

21. prosinca 2017.

	Kulturan.
IZVORI FINANCIRANJA	<ul style="list-style-type: none"> - Proračun Općine, - EU fondovi, - Ministarstvo kulture, - Ministarstvo turizma, - HTZ, - Istarska županija, - IKA, - TZ Istarske županije, - TZ Općine Kršan.
NOSITELJI	<ul style="list-style-type: none"> - Općina Kršan, - TZ Općine Kršan, - DMK.
PARTNERI	<ul style="list-style-type: none"> - Općina Kršan, - Istarska županija, - IKA, - TZ Istarske županije, - DMK.
KORISNICI	<ul style="list-style-type: none"> - Zaposlenici TZ Općine Kršan, - Zaposlenici DMK, - Stanovništvo, - Posjetitelji/turisti,
POKAZATELJI USPJEŠNOSTI	<ul style="list-style-type: none"> ✓ DMK je osnovana i djeluje na tržištu sukladno misiji i viziji, ✓ Broj edukacija koje su pohađali zaposlenici TZ Općine Kršan i DMK, ✓ Broj novih kulturno-turističkih sadržaja, ✓ Broj posjetitelja kulturnih dobara/novih sadržaja, ✓ Broj turističkih dolazaka, ✓ Broj turističkih noćenja.
Mjera 1.2.2. Poboljšanje kvalitete postojećih i novih turističko-kulturnih sadržaja	
OPIS I SVRHA MJERE	<p>Općina Kršan i TZ Općine Kršan već godinama rade na razvoju ove destinacije, što je rezultiralo brojnim manifestacijama i događanjima koje posjećuju tisuće domaćih i stranih posjetitelja. Posebno valja izdvojiti manifestacije koje se vezuju na nematerijalnu baštinu ovog kraja, a riječ je o sljedećim manifestacijama:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Festival samoniklog bilja, ▪ Krafi fest, ▪ Ivanja Šušnjevice, ▪ Istarska romantična večer, ▪ Bela nedeja. <p>Već nakon provedbe projekata prvog reda očekuju se brojni atraktivni sadržaji na kojima je moguće kreirati nove manifestacije i događanja i/ili obogatiti postojeće s određenim specifičnim kulturnim elementima.</p> <p>Ukoliko se želi ostvariti prepoznatljivost i vidljivost Kršana kao vrhunske destinacije kulturnog turizma neophodno je pristupiti kontinuiranom poboljšanju</p>

SLUŽBENO GLASILO OPĆINE KRŠAN

21. prosinca 2017.

Stranica 81 - Broj 18

	<p>postojećih turističko-kulturnih sadržaja, kreiranju novih i inovativnim sinergijskim procesima koji proizlaze iz dinamičnog pristupa razvoja destinacije.</p> <p>U narednom razdoblju za provedbu ove mjere potrebno je provesti sljedeće aktivnosti:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Kreirati nove elemente postojećih manifestacija i događanja,▪ Kreirati nove turističko-kulturne sadržaje,▪ Uspostaviti sinergijsku suradnju između TZ Općine Kršan i DMK.
IZVORI FINANCIRANJA	<ul style="list-style-type: none">- Proračun Općine,- EU fondovi,- Ministarstvo kulture,- Ministarstvo turizma,- HTZ,- Istarska županija,- IKA,- TZ Istarske županije,- TZ Općine Kršan.
NOSITELJI	<ul style="list-style-type: none">- Općina Kršan,- TZ Općine Kršan,- DMK.
PARTNERI	<ul style="list-style-type: none">- Općina Kršan,- TZ Općine Kršan,- DMK,- Istarska županija,- TZ Istarske županije,- IKA.
KORISNICI	<ul style="list-style-type: none">- Stanovništvo,- Organizacije civilnog društva,- Poduzetnici i obrtnici,- Posjetitelji/turisti.
POKAZATELJI USPJEŠNOSTI	<ul style="list-style-type: none">✓ Broj manifestacija i događanja,✓ Broj novih kulturno-turističkih sadržaja,✓ Broj posjetitelja kulturnih dobara/novih sadržaja,✓ Broj turističkih dolazaka,✓ Broj turističkih noćenja.

STRATEŠKI CILJ 2	
Uspostava efikasnog sustava zaštite kulturnih dobara i upravljanja posjetiteljima	
Prioritet 2.1. Uspostava sustava zaštite kulturnih dobara	
Mjera 2.2.1. Stvaranje formalnog tijela za zaštitu kulturne baštine pri Općini Kršan	
OPIS I SVRHA MJERE	<p>Kako bi se osigurao kontinuitet i efikasnost zaštite kulturnih dobara neophodno uspostaviti efikasan sustav zaštite kulturnih dobara. Kao optimalan model preporučuje se osnivanje formalnog tijela pri Općini Kršan kojeg bi činili: predstavnici Općine Kršan, predstavnici TZ Općine Kršan, predstavnici organizacija civilnog društva iz kulture. Tijelo bi se sastajalo najmanje dva puta godišnje s ciljem redovitog praćenja stanja kulturnih dobara na području općine i razmatranja mogućnosti njihove daljnje obnove i valorizacije. Rezultati rada ovog tijela bili bi vidljivi kroz redovita izvješća o stanju kulturnih dobara na području općine. Također je potrebno osigurati kvalitetnu vertikalnu komunikaciju između navedenog tijela s ustanovama i institucijama koje se nadležne za zaštitu kulturnih dobara (Ministarstvo kulture, Konzervatorski odjel, županijska tijela, etc). Za provedbu ove mjere u narednom razdoblju potrebno je provesti sljedeće aktivnosti:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Osnovati tijelo za zaštitu kulturne baštine pri Općini Kršan i započeti s redovitim aktivnostima ▪ Osigurati potrebna sredstva za redoviti rad tijela za zaštitu kulturne baštine, ▪ Unaprijediti postojeću i uspostaviti novu kvalitetniju komunikaciju sa svim ustanovama i institucijama u kulturi na županijskoj i nacionalnoj razini. ▪ Održavati redovite sastanke tijela za zaštitu kulturne baštine.
IZVORI FINANCIRANJA	<ul style="list-style-type: none"> - Proračun Općine, - EU fondovi, - Istarska županija, - Ministarstvo kulture.
NOSITELJI	<ul style="list-style-type: none"> - Općina Kršan, - Mjerodavne ustanove i institucije.
PARTNERI	<ul style="list-style-type: none"> - Općina Kršan, - Mjerodavne ustanove i institucije.
KORISNICI	<ul style="list-style-type: none"> - Stanovništvo, - Posjetitelji/turisti,
POKAZATELJI USPJEŠNOSTI	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tijelo za zaštitu kulturne baštine osnovano je i redovito djeluje sukladno misiji i viziji, ✓ Broj sastanaka tijela tijekom godine, ✓ Broj zahvata na očuvanju kulturne baštine, ✓ Godišnje izvješće o stanju kulturne baštine na području općine Kršan.

STRATEŠKI CILJ 2	
Uspostava efikasnog sustava zaštite kulturnih dobara i upravljanja posjetiteljima	
Prioritet 2.2. Uspostava sustava upravljanja posjetiteljima	
Mjera 2.2.2. Izrada planova upravljanja posjetiteljima	
OPIS I SVRHA MJERE	<p>Nakon obnove kulturnih dobara, a prije početka njihove valorizacije potrebno je izraditi planove upravljanja posjetiteljima. Planovi se izrađuju za zasebno svaki projekt/kulturno dobro kako bi se spriječili negativni učinci neorganiziranih i/ili masovnih dolazaka/posjeta, a koji u pravilu dugoročno rezultiraju devalvacijom kvalitete destinacije kulturnog turizma i posljedičnim visokim društvenim troškovima. Plan upravljanja posjetiteljima izrađuju subjekti koji upravljaju kulturnim dobrima, u suradnji s Općinom Kršan i TZ Općine Kršan.</p> <p>TZ Općine Kršan i Općina već iskazuju razvijenu svijest o važnosti optimalne valorizacije kulturne baštine kroz Plan upravljanja posjetiteljima kule u starom gradu Kršanu, čija je izrada u tijeku.</p> <p>Za provedbu ove mjere u narednom razdoblju potrebno je provesti sljedeće aktivnosti:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Osigurati izradu planova upravljanja posjetiteljima za kulturna dobra netom prije njihove valorizacije, ▪ Koordinirati sustavom upravljanja posjetiteljima, ▪ Redovito nadzirati plansko i stvarno stanje broja posjetitelja.
IZVORI FINANCIRANJA	<ul style="list-style-type: none"> - Proračun Općine, - TZ Općine Kršan - Sredstva subjekta koji upravlja kulturnim dobrom.
NOSITELJI	<ul style="list-style-type: none"> - Općina Kršan, - TZ Općine Kršan, - Subjekt koji upravlja kulturnim dobrom.
PARTNERI	<ul style="list-style-type: none"> - Općina Kršan, - TZ Općine Kršan, - Subjekt koji upravlja kulturnim dobrom.
KORISNICI	<ul style="list-style-type: none"> - Stanovništvo, - Posjetitelji/turisti,
POKAZATELJI USPJEŠNOSTI	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Broj izrađenih planova za upravljanje posjetiteljima, ✓ Usklađenost planskog i stvarnog broja posjetitelja.

SLUŽBENO GLASILO OPĆINE KRŠAN

Stranica 84 - Broj 18

21. prosinca 2017.

STRATEŠKI CILJ 3	
Razvijati svijest lokalnog stanovništva, gospodarstva i lokalne javne vlasti o važnosti očuvanja kulturne baštine i njene optimalne valorizacije	
Prioritet 3.1. Razvoj i poticanje sinergijskog djelovanja lokalnih dionika u zaštiti kulturne baštine	
Mjera 3.1.1. Razvoj svijesti lokalnih dionika o važnosti očuvanja kulturne baštine i njenog korištenja	
OPIS I SVRHA MJERE	<p>Kulturna baština je zajedničko naslijeđe svih dionika na području općine, a na današnjoj je generaciji da njome efikasno upravlja i da je očuva za buduće naraštaje. Stoga je u narednom razdoblju potrebno kontinuirano poticati razvoj svijesti svih lokalnih dionika o važnosti valorizacije kulturne baštine po načelima održivog razvoja.</p> <p>Za provedbu ove mjere u narednom razdoblju potrebno je provesti sljedeće aktivnosti:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Unaprjeđivati rad organizacija civilnog društva (OCD-a) u kulturi, ▪ Poticati izradu monografija, ▪ Poticati lokalne poduzetnike i obrtnike na implementaciju društveno odgovornog poslovanja, ▪ Organizirati zajedničke aktivnosti uređenja kulturnih dobara (čišćenje, košnja, uređenje, etc.), ▪ Organizirati radionice, edukacije i seminare za zaposlenike Općine, TZ Općine Kršan, te ostale dionike o održivom korištenju i upravljanju kulturnom baštinom.
IZVORI FINANCIRANJA	<ul style="list-style-type: none"> - Proračun Općine, - TZ Općine Kršan, - Donacije poduzetnika, obrtnika i građana.
NOSITELJI	<ul style="list-style-type: none"> - Općina Kršan, - TZ Općine Kršan, - OCD u kulturi.
PARTNERI	<ul style="list-style-type: none"> - Općina Kršan, - TZ Općine Kršan, - OCD u kulturi.
KORISNICI	<ul style="list-style-type: none"> - Zaposlenici lokalne javne uprave, - Zaposlenici TZ Općine Kršan, - Stanovništvo, - Posjetitelji/turisti,
POKAZATELJI USPJEŠNOSTI	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Broj OCD-a u kulturi, ✓ Broj lokalnih poduzetnika i obrtnika koji aktivno sudjeluju u razvoju svijesti o važnosti očuvanja kulturne baštine, ✓ Broj provedeni zajedničkih akcija čišćenja i uređenja kulturnih dobara, ✓ Broj održanih radionica, edukacija i seminara tematskog sadržaja, ✓ Broj polaznika radionica, edukacija i seminara tematskog sadržaja.

9. IMPLEMENTACIJA

Provedba strategije upravljanja kulturnom baštinom kompleksan je i zahtjevan proces. Za efikasnu implementaciju potrebno je imenovati provedbeno tijelo unutar lokalne javne uprave, definirati mehanizme provedbe, izraditi financijski plan financiranja predviđenih aktivnosti, definirati postupke praćenja i evaluacije programa i projekata, te osigurati redovito informiranje javnosti.

Najvažniju ulogu u provedbi Strategije imaju načelnik Općine Kršan i radno tijelo koje će se osnovati pri Općini Kršan, a njegovu osnovu čine ključni članovi Radnog tima koji je sudjelovao u izradi predmetne Strategije.

Uspješnost provedbe Strategije zbog ovisnosti ostvarenja brojnih razvojnih projekata kroz suradnju s regionalnom i državnom upravom, ustanovama i institucijama, privatnim inicijativama, aktivnostima poduzetnika, uključenosti udruga civilnog društva i zainteresiranosti građana, ne ovisi samo o radu lokalne javne uprave ili predanosti Radnog tima. Zato je važno da se u provedbu Strategije (prema društvenoj ulozi pojedinca i/ili udruge) kontinuirano potiče uključivanje svih društvenih dionika.

10. EVALUACIJA

Pošto se Strategija upravljanja kulturnom baštinom odnosi na višegodišnje razdoblje važno je osigurati postojanje stalnog sustava nadzora i evaluacije. Osnovu izrade godišnjih izvješća o provedbi Strategije razvoja čine rezultati nadzora i evaluacije. Za nadzor i evaluaciju potrebno je identificirati indikatore ostvarenja mjera, prioriteta i ciljeva.

Uzimajući u obzir metodologiju izrade Strategije i specifičnosti Općine Kršan definirane su sljedeće skupine indikatora:

- stupanj ostvarenja utvrđenih ciljeva, prioriteta i mjera,
- ostvareni rezultati i učinci obnove i valorizacije kulturne baštine,

- učinkovitost i uspješnost u korištenju proračunskih i bespovratnih financijskih sredstava.

Strategijom je definiran veliki broj različitih razvojnih projekata i programa pa se preporučuje izrada baze podataka koja će sadržavati sve relevantne informacije i podatke provedenih aktivnosti. Upravljanje bazom podataka je u djelokrugu rada Radnog tima. Podaci i informacije baze podataka zapravo su vrijednosti indikatora učinka pojedinih aktivnosti unutar razrađenim mjera.

S obzirom da su mjere detaljno razrađene, najveći broj indikatora već je definiran. Na Radnom timu ostaje da mjeri učinke provedbe aktivnosti/projekata i programa, a njihove vrijednosti unosi u bazu podataka.

Podaci i informacije iz baze podataka osnova su izrade izvještaja namijenjenih načelniku, Općinskom vijeću i javnosti.

11. ZAKLJUČAK

Strategija upravljanja kulturnom baštinom Općine Kršan rezultat je rada i suradnje predstavnika javnog, privatnog i civilnog sektora, te vanjskog konzultanta. Izrada dokumenta trajala je više mjeseci, a proces izrade temeljio se na načelima transparentnosti, konsenzusa, jednakosti i partnerstva. Predmetna Strategija je razumljiv i jednostavan dokument, a istodobno praktično primjenjiv u postizanju željenog održivog upravljanja i valorizacije kulturne baštine društveno-gospodarskog razvoja na području općine Kršan.

Analizom postojećeg stanja uspješno su identificirani resursi i potencijali kulturne baštine, ali i njena ograničenja i slabosti u kontekstu održivog upravljanja i valorizacije. Navedene spoznaje utjecale su na definiranje optimalnog dugoročnog cilja - vizije razvoja, koja objedinjuje sve ono čime Općina Kršan raspolaže, što namjerava koristiti i postići u budućnosti. U svrhu ispunjenja dugoročnog cilja definirani su strateški ciljevi i prioriteta, te pripadajuće im mjere.

Provedba definiranih ciljeva omogućuje očuvanje materijalne i nematerijalne kulturne baštine za buduće generacije, njenu održivu društveno-gospodarsku valorizaciju i razvoj svijesti o važnosti primjene načela održivog razvoja u modelima valorizacije.

Projekti i aktivnosti prikazane kroz mjere oslanjaju se na različite izvore financiranja, a prioritetno je riječ o bespovratnim sredstvima iz EU fondova.

Sadržajno i konceptualno Strategija omogućuje Općini Kršan i povezanim društvenim dionicima optimalno planiranje i realizaciju modela učinkovitog upravljanja kulturnom baštinom i valorizacije po načelima održivog razvoja.

Na kraju ostaje zajednički izazov Općine Kršan i svih društvenih i gospodarskih dionika da kroz pripremu i provedbu projekata, jačanje komunikacije i suradnje, sinergijski rade na ostvarenju postavljene vizije i strateških ciljeva upravljanja kulturnom baštinom Općine Kršan.

12. POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFIKONA

Slika 1. Geografski položaj Istarske županije

Slika 2: Administrativna podjela Istarske županije

Grafikon 1: Kretanje broja stanovnika na području općine Kršan u razdoblju od 1991. do 2011. godine

Tablica 1: Udio dobni skupina stanovništva i usporedba na razini RH, IŽ i OK

Grafikon 2: Analiza obrazovne strukture stanovništva općine Kršan

Grafikon 3: Kretanje broja iznajmljivača i smještajnih jedinica u razdoblju od 2010. do 2016. godine

Grafikon 4: Kretanje broja turističkih dolazaka i turističkih noćenja na području Istarske županije u razdoblju od 2010. do 2016. godine

Grafikon 5: Kretanje broja turističkih dolazaka na području općine Kršan u razdoblju od 2010. do 2016. godine

Grafikon 6: Kretanje broja turističkih noćenja na području općine Kršan u razdoblju od 2010. do 2016. godine

Grafikon 7: Udio domaćih turista u ukupnom broju turističkih dolazaka na području općine Kršan u razdoblju od 2010. do 2016. godine

Grafikon 8: Struktura domaćih i stranih gostiju na području općine Kršan u ostvarenim noćenjima od 2010. do 2016. godine

Tablica 2: Vrste kulturnih dobara i model razvrstavanja i klasifikacije

Tablica 3: Tipovi kulturnih znamenitosti koje najčešće posjećuju kulturni turisti

Tablica 4: Udio turista prema motivaciji posjeta hrvatskim destinacijama

Dijagram 1: Strateški prioriteti strategije „Europa 2020“

Slika 3: Bivši pavlinski samostan sv. Marije

Slika 4: Freske Blaža Dubrovčanina

Slika 5: Crkva svetog Jurja Starog

Slika 6: Inventar crkava župe sv. Jurja

Slika 7: Crkva svete Katarine - Baći

Slika 8: Crkva sv. Kvirina na groblju

Slika 9: Crkva i drveni retabl u crkvi sv. Jurja

Slika 10: Kaštel Kršan

Slika 11: Kulturno – povijesna cjelina Katun

Slika 12: Kulturno – povijesna cjelina Plomina

Slika 13: Kulturno–povijesna cjelina Šušnjevice

Slika 14: Kulturno-povijesna cjelina Nova Vas

Slika 15: Kulturno-povijesna cjelina Trdoslavići

Slika 16: Stambeno-gospodarska cjelina Brankovići

Slika 17: Stambena kuća, kbr. 029

Slika 18: Orgulje u crkvi Blažene Djevice Marije (Plomin)

Slika 19: Plominski natpis s glagoljskim natpisom

Slika 20: „Bogorodica s Djetetom, sv. Kvirinom i sv. Ivanom Krstiteljem“

Slika 21: Crkva svetog Hadrijana

Slika 22: Potonuli ratni brod TA-36 (Stella Polare)

Slika 23: Istarski razvod

Slika 24: Kršonski pir

Slika 25: Svirka na sopele

Slika 26: Lokacija budućeg muzeja *Ekomuzej „Vlaški puti“*, Šušnjevice

Slika 27: Čabeceda

Slika 28: Krafi

SLUŽBENO GLASILO OPĆINE KRŠAN

21. prosinca 2017.

Stranica 87 - Broj 18

67.

Na osnovi članka 28. stavak 1. i 3. Zakona o komunalnom gospodarstvu (Narodne novine br. 36/95, 109/95 – Uredba, 21/96 – Uredba, 70/97, 128/99, 57/00, 129/00, 59/01, 26/03.- pročišćeni tekst, 82/04., 110/04 – Uredba, 178/04., 38/09., 79/09., 153/09., 49/11., 84/11., 90/11., 144/12., 94/13., 153/13., 147/14., 36/15.), te članka 19. stavak 3. Statuta Općine Kršan (Službeno glasilo Općine Kršan br. 06/09, 05/13) i članka 85. Poslovnika Općinskog vijeća Općine Kršan (Službeno glasilo Općine Kršan br. 07/09, 07/13, 13/13), Općinsko vijeće Općine Kršan na sjednici dana 19. prosinca 2017. godine, donijelo je

PROGRAM **održavanja komunalne infrastrukture** **na području Općine Kršan za 2018. godinu**

Ovim Programom utvrđuju se djelatnosti, opis i opseg poslova održavanja s procjenom pojedinih troškova, po djelatnostima i iskaz financijskih sredstava potrebnih za ostvarivanje programa, s naznakom izvora financiranja, za održavanje komunalne infrastrukture na području Općine Kršan.

I.

Komunalne djelatnosti, za koje se donosi ovaj program, utvrđene su odredbama članka 22. stavak 1. Zakona o komunalnom gospodarstvu, kako slijedi:

1. odvodnja atmosferskih voda,
2. održavanje čistoće u dijelu koji se odnosi na čišćenje javnih površina,
3. održavanje javnih površina,
4. održavanje nerazvrstanih cesta,
5. održavanje groblja,
6. javna rasvjeta.

II.

Sredstva za ostvarenje ovog Programa čine:

		Plan 2018.
653210	prihodi od komunalne naknade	2.792.500,00
	ostala sredstva iz proračuna	110.000,00
	UKUPNO	2.902.500,00

III.

Sredstva iz prethodne točke raspoređuju se za slijedeće namjene:

1. Odvodnja atmosferskih voda			
3234936	Radovi na održavanju odvodnje oborinskih voda na području Općine Kršan		100.000,00
3234937	Radovi na sanaciji odrona od oborinskih voda u naselju Letaj		67.500,00
3234938	Radovi na održavanju odvodnje oborinskih voda u Purgariji Čepić		40.000,00
3234939	Radovi na sanaciji odrona od oborinskih voda u naselju Plomin		300.000,00
	Ukupno		507.500,00
2. Održavanje čistoće u dijelu koji se odnosi na čišćenje javnih površina			
32349202	Održavanje jav. Površina - ugovor o dijelu - (Brestova, Podpićan, Plomin Luka)		70.000,00

SLUŽBENO GLASILO OPĆINE KRŠAN

Stranica 88 - Broj 18

21. prosinca 2017.

32349205	Čišćenje deponija komunalnog otpada,	30.000,00
	Ukupno	100.000,00
3. Održavanje javnih površina		
32329121	Uređenje ostalih manjih površina (parkirališta, ugibališta i sl)	100.000,00
32329125	Uređenje plaže u Plomin Luci	20.000,00
32349201	Košnja zelenih površina i čišćenje javnih zelenih površina	350.000,00
	Ukupno	470.000,00
4. Održavanje nerazvrstanih cesta		
	4.1. Asfaltiranje novih i popravak postoj. nerazvrstanih puteva u naseljima	
32329113	Asfaltiranje novih i popravak postoj. nerazvr. putova u naseljima	50.000,00
	4.2. Održavanje ostalih nerazvrstanih cesta	
32329115	Održavanje makadamskih putova (Dolinščina, Brdo, Zankovci, Kloštar - Potpićan, Letaj)	200.000,00
32329116	Održavanje protupožarnih putova (Grbac - Kožljak, Jesenovik, Zagorje)	150.000,00
32329117	Održavanje poljoprivrednih putova	100.000,00
	4.3. Održavanje građevina i zemljišta uz ceste	
32349203	Održavanje nerazvrst. cesta-Živice	250.000,00
32329101	Prometna signalizacija, znakovi i oprema na cestama	50.000,00
32329601	Raščišćavanje ruševnih zgrada	10.000,00
	Ukupno	810.000,00
5. Održavanje groblja		
32329401	Održavanje groblja na području Općine Kršan (izrada zajedničkih kosturnica)	200.000,00
	Ukupno	200.000,00
6. Javna rasvjeta		
322310	Utrošak el. energije za javnu rasvjetu	360.000,00
32329300	Redovno održavanje javne rasvjete	180.000,00
32329305	Troškovi održavanja novogodišnje javne rasvjete	50.000,00
	Ukupno	590.000,00

SLUŽBENO GLASILO OPĆINE KRŠAN

21. prosinca 2017.

Stranica 89 - Broj 18

7. Ostali troškovi održavanja		
323493	Tekuće održavanje - hitne intervencije	100.000,00
3234931	Tekuće održavanje - ostalo	25.000,00
3234933	Tek. održavanje kanalizacije Plomin Luka	100.000,00
Ukupno		225.000,00
Sveukupno		2.902.500,00

IV.

Ovaj Program objavit će se u "Službenom glasilu Općine Kršan" i stupa na snagu 01. siječnja 2018. godine.

OPĆINSKO VIJEĆE OPĆINE KRŠAN

KLASA: 021-05/17-01/12
URBROJ: 2144/04-05-17-4
Kršan, 19. prosinca 2017.

Predsjednik
Općinskog vijeća

Zdravko Vidak, v.r.

68.

Na osnovi članka 30. stavak 4. Zakona o komunalnom gospodarstvu (Narodne novine br. 36/95, 109/95 – Uredba, 21/96 – Uredba, 70/97, 128/99, 57/00, 129/00, 59/01, 26/03.- pročišćeni tekst, 82/04., 110/04 – Uredba, 178/04., 38/09., 79/09., 153/09., 49/11., 84/11., 90/11., 144/12., 94/13., 153/13., 147/14., 36/15.), te

članka 19. stavak 3. Statuta Općine Kršan (Službeno glasilo Općine Kršan br. 06/09., 05/13.) i članka 85. Poslovnika Općinskog vijeća Općine Kršan (Službeno glasilo Općine Kršan br. 07/09., 07/13., 13/13.), Općinsko Vijeće Općine Kršan na sjednici održanoj dana 19. prosinca 2017. godine, donijelo je

PROGRAM **gradnje objekata i uređaja komunalne infrastrukture** **na području Općine Kršan za 2018. godinu**

Ovim Programom utvrđuju se gradnja objekata, opis poslova vezanih za izgradnju s procjenom troškova za gradnju objekata i uređaja, te za nabavu opreme i iskaz financijskih sredstava potrebnih za ostvarivanje Programa, s naznakom izvora financiranja, za gradnju objekata i uređaja komunalne infrastrukture na području Općine Kršan.

I.

Gradnja objekata i uređaja komunalne infrastrukture za koje se donosi ovaj program, kao i način njihovog financiranja, utvrđeni su odredbama članka 30. Zakona o komunalnom gospodarstvu.

II.

Sredstva za ostvarenje ovog Programa čine:

Sredstva za ostvarenje ovog Programa čine:		Plan 2018.
653110	Prihodi od komunalnog doprinosa	600.000,00
653210	Prihodi od komunalne naknade	5.420.000,00
651480	Naknada za korištenje grobnica i grobnih mjesta	200.000,00
642190	naknade za ostale koncesije	15.000,00
642990	naknada za zadržavanje nezakonito izgrađ.zgrada	100.000,00
	ostala sredstva iz proračuna	2.019.000,00
	UKUPNO	7.712.000,00

SLUŽBENO GLASILO OPĆINE KRŠAN

Stranica 90 - Broj 18

21. prosinca 2017.

III.

Sredstva iz prethodne točke raspoređuju se za slijedeće namjene:

1. Građenje javnih površina

4213901	Izgradnja autobusnih čekaonica	20.000,00
4213101	Izgradnja pješačke staze Plomin Luka - Mašnjak (Izgradnja)	100.000,00
42149023	Uređenje dječjeg igrališta u Lazarićima	100.000,00
4214903	Izgradnja priveza čamaca Plomin luka	6.000.000,00
	UKUPNO	6.220.000,00

2. Građenje nerazvrstanih cesta

4214901	Izgradnja prometnice i infrastrukture za Radnu zonu Kršan - Istok	100.000,00
4213105	Izgradnja nerazvrstane ceste za dio naselja Kršan - Pristav	300.000,00
4213106	Izgradnja nerazvrstane ceste za Jurasi (izrada dokumentacije)	90.000,00
421340	Izgradnja mosta preko Boljunčice	60.000,00
	UKUPNO	550.000,00

3. Groblja

4214905	Proširenje groblja u Plominu (Izrada projektne dokumentacije)	100.000,00
	UKUPNO	100.000,00

4. Javna rasvjeta

421441	Investicijsko održavanje javne rasvjete na području Općine Kršan	200.000,00
	UKUPNO	200.000,00

5. Građenje objekata i uređ. za opskrbu pitkom vodom

386123	Kapital. pomoći - Rekonstrukcija cjevodovoda (sporazum sa VODOVOD LABIN)	10.000,00
4214109	Rekonstrukcija vodovodne mreže na području Općine Kršan	500.000,00
	UKUPNO	510.000,00

SLUŽBENO GLASILO OPĆINE KRŠAN

21. prosinca 2017.

Stranica 91 - Broj 18

6. Odlaganje komunalnog otpada

386121	Kapital. pomoći - sufinanciranje rekonstrukcije odlagališta Cere	75.000,00
386122	Kapital. pomoći - sufinanciranje odlagališta Kaštijun	57.000,00
	UKUPNO	132.000,00
	SVEUKUPNO	7.712.000,00

IV.

Ovaj Program objavit će se u "Službenom glasilu Općine Kršan" i stupa na snagu 01. siječnja 2018. godine.

OPĆINSKO VIJEĆE OPĆINE KRŠAN

KLASA: 021-05/17-01/12
URBROJ: 2144/04-05-17-5
Kršan, 19. prosinca 2017.

Predsjednik
Općinskog vijeća

Zdravko Vidak, v.r.

69.

Na osnovi članka 19. stavak 3. Statuta Općine Kršan (Službeno glasilo Općine Kršan br. 06/09, 05/13) i članka 85. Poslovnika Općinskog vijeća Općine Kršan (Službeno glasilo Općine Kršan br. 07/09, 07/13, 13/13), Općinsko vijeće Općine Kršan na sjednici dana 19. prosinca 2017. godine, donijelo je

PROGRAM izgradnje, adaptacije i održavanja poslovnih, stambenih i ostalih objekata na području Općine Kršan za 2018. godinu

Ovim Programom utvrđuju se potrebe izgradnje, adaptacije i održavanje objekata na području Općine Kršan, opis poslova vezanih za izgradnju, adaptaciju i održavanje, s procjenom troškova i iskaz financijskih sredstava potrebnih za ostvarivanje Programa, s naznakom izvora financiranja.

I.

Sredstva za ostvarenje ovog Programa čine:

		Plan 2018.
642250	prihodi od zakupa poslovnog prostora	170.000,00
642240	prihodi od najma stanova	40.000,00
	ostala sredstva iz proračuna	3.520.000,00
	UKUPNO	3.730.000,00

II.

Sredstva iz prethodne točke raspoređuju se za slijedeće namjene:

A030101 Adaptacija i održavanje stambenih objekata		
323470	Zajednička pričuva za zgrade	60.000,00
3232101	Održavanje stambenih građevina	100.000,00
	Ukupno	160.000,00

SLUŽBENO GLASILO OPĆINE KRŠAN

Stranica 92 - Broj 18

21. prosinca 2017.

A030102 Adaptacija, gradnja i održavanje građevinskih objekata		
3232106	Održavanje ostalih zgrada	40.000,00
3232113	Izgradnja Doma kulture u Kršanu	50.000,00
32321130	Uređenje okoliša Doma kulture u Kršanu	200.000,00
323213	Usluge tek. i investicijskog održ.škola i vrtića	20.000,00
421220	Izgradnja doma umirovljenika u Šušnjevići	250.000,00
4221901	Ostala uredska oprema za dom kulture u Kršanu	300.000,00
3232102	Održavanje dječjih igrališta	30.000,00
3232103	Održavanje sportskih objekata	20.000,00
382111	Kapitalne donac.suf.opće Bolnice Pula (sporazum)	60.000,00
323980	Rekonstrukcija dječjeg vrtića u Potpićnu (dokum. - mjere za postizanje energetske učinkovitosti)	500.000,00
	Ukupno	1.470.000,00
A030103 Sanacija, adaptacija objekata spomeničke baštine		
3232107	Sanacija i obnova Kaštela Kršan (projektna dokument.)	700.000,00
32321071	Sanacija i obnova Kaštela Kožljak	300.000,00
32321072	Sanacija stepenica ispred crkve u Čepiću	100.000,00
3232108	Usluge održavanja spomeničke baštine	50.000,00
3232120	Uređenje zidina u Stari grad Plomin - klizište	550.000,00
	Ukupno	1.700.000,00
A030104 Izgradnja sportskih objekata		
421260	Izgradnja sportske dvorane u Potpićnu (Projektna dokumentacija)	250.000,00
	Ukupno	250.000,00
A030105 Nabava zemljišta za izgradnju objekata		
411190	Kupnja zemljišta	150.000,00
	Ukupno	150.000,00
	Sveukupno	3.730.000,00

III.

Ovaj Program objavit će se u "Službenom glasilu Općine Kršan" i stupa na snagu 01. siječnja 2018. godine.

OPĆINSKO VIJEĆE OPĆINE KRŠAN

KLASA: 021-05/17-01/12
URBROJ: 2144/04-05-17-6
Kršan, 19. prosinca 2017.

Predsjednik
Općinskog vijeća

Zdravko Vidak, v.r.

SLUŽBENO GLASILO OPĆINE KRŠAN

21. prosinca 2017.

Stranica 93 - Broj 18

70.

Na osnovi članka 19. stavak 3. Statuta Općine Kršan (Službeno glasilo Općine Kršan br. 06/09, 05/13) članka 85. Poslovnika Općinskog vijeća Općine Kršan (Službeno glasilo Općine Kršan br. 07/09, 07/13, 13/13), Općinsko vijeće Općine Kršan na sjednici dana 19. prosinca 2017. godine, donijelo je

PROGRAM planova, studija, projekata i podloga za 2018. godinu

Ovim Programom utvrđuju se potrebe izrade dokumentacije potrebne za izgradnju, izrada programa i podloga potrebnih za izradu i donošenje prostorno planske dokumentacije, usluge geodetskih poslova i procjena potrebnih za provođenje postupaka uspostave objekata, kao i prodaju i kupnju nekretnina sa opisom poslova i sa procjenom troškova za njihovu izradu i pružanje usluga, kao i iskaz financijskih sredstava potrebnih za njihovo ostvarivanje, s naznakom izvora financiranja.

I.

Sredstva za ostvarenje ovog programa čine:

		Plan 2018.
642332	Prihodi od naknade za korištenje prostora	1.020.000,00
UKUPNO		1.020.000,00

II.

Sredstva iz prethodne točke raspoređuju se za slijedeće namjene:

323755	Geodetske podloge i parc.elaborati	100.000,00
323790	Intelektualne usluge	130.000,00
3237902	Centar za preradu samonik.bilja- Radna zona Projekt.dokumen. (suradnja IŽ)	50.000,00
3237903	Izrada dokumentacije za legalizaciju objekata u vlasništvu Općine Kršan	40.000,00
3237911	Program ukupnog razvoja - PUR Općine Kršan	20.000,00
3237912	Akcijski plan (strukturni fondovi EU)	20.000,00
3237913	Strategija razvoja poljoprivrede	20.000,00
323793	Dokumentacija za potrebe EU fondova (za kandidiranje projekta - infrastruktura radne zone Kršan Istok)	200.000,00
42637108	UPU Načinovići	50.000,00
42637111	Izmjene i dopune UPU Potpićan	50.000,00
42637112	Izmjene i dopune UPU Pristav	40.000,00
42637120	UPU Plomin	100.000,00
42637121	UPU Radna zona Kršan (reciklažno dvorište)	50.000,00

SLUŽBENO GLASILO OPĆINE KRŠAN

Stranica 94 - Broj 18

21. prosinca 2017.

42637500	Izmjene i dopune DPU Stari grad Kršan	50.000,00
42637501	Ciljane izmjene i dopune PPUOK	100.000,00
	Ukupno	1.020.000,00

III.

Ovaj Program objavit će se u "Službenom glasilu Općine Kršan" i stupa na snagu 01. siječnja 2018. godine.

OPĆINSKO VIJEĆE OPĆINE KRŠAN

KLASA: 021-05/17-01/12
URBROJ: 2144/04-05-17-7
Kršan, 19. prosinca 2017.

Predsjednik
Općinskog vijeća

Zdravko Vidak, v.r.

71.

Na osnovi članka 1. i članka 9a. Zakona o financiranju javnih potreba u kulturi (Narodne novine, broj 47/90, 27/93 i 38/09) i članka 19. Statuta Općine Kršan (Službeno glasilo Općine Kršan br.06/09 i 05/13), Općinsko vijeće Općine Kršan, na sjednici održanoj dana 19. prosinca 2017. godine donijelo je:

PROGRAM javnih potreba u kulturi Općine Kršan za 2018. godinu

Članak 1.

Programom javnih potreba u kulturi Općine Kršan za 2018. godinu, utvrđuju se djelatnosti, odnosno programi, projekti, aktivnosti i manifestacije u kulturi, koje će se financirati iz Proračuna Općine Kršan.

Članak 2.

Javne potrebe u kulturi od značenja za Općinu Kršan, u svrhu promicanja kulturnih vrijednosti ostvarivati će se kroz:

- djelatnosti i poslove ustanova kulture i udruga u kulturi, kao pomaganje i poticanje umjetničkog i kulturnog stvaralaštva,

- aktivnosti i manifestacije u kulturi što pridonose razvitku i promicanju kulturnog života i amaterizma u kulturi.

U okviru sredstava za provedbu ovog Programa dopuštena je preraspodjela utvrđenih sredstava između pojedinih rashoda, a uz odobrenje općinskog načelnika.

Članak 3.

Financiranje svih programa i projekata provodi se putem javnog poziva, ili samo u iznimnim slučajevima izravno, a sve sukladno Uredbi o kriterijima, mjerilima i postupcima financiranja i ugovaranja programa i projekata od interesa za opće dobro koje provode udruge (NN 26/15) i Odluci o kriterijima, mjerilima i načinu financiranja javnih potreba sredstvima iz proračuna Općine Kršan.

Prednost pri odabiru imati će udruge koje djeluju na području Općine Kršan, a to su:

- KUD Ivan Fonović Zlatela,
- KUD Kršanski ljiljani
- Udruga Spod Učke

Članak 4.

Za provođenje Programa osigurat će se sredstva u Proračunu Općine Kršan kako slijedi:

Aktivnost A050101- Djelatnost kulturno umjetničkih društava	
Sredstva predviđena za programe, projekte, aktivnosti i manifestacije u kulturi - koje provode udruge	195.000,00
Ukupno program - Program javnih potreba u kulturi	195.000,00

Članak 5.

Općina Kršan obvezuje se pratiti provedbu programa, projekata, aktivnosti ili manifestacija, za koje su odobrena sredstva.

Korisnik financiranja je u obvezi voditi precizne i redovite evidencije vezane uz provođenje programa ili projekta, kao i osigurati financijske izvještaje, koristeći odgovarajuće računovodstvene

sustave sukladno propisima o računovodstvu neprofitnih organizacija.

Članak 6.

Izgradnja, investicijsko održavanje, adaptacije i ostali zahvati na objektima kulture na području Općine Kršan, ostvaruju se u sklopu Programa izgradnje, adaptacije i održavanja poslovnih stambenih i ostalih objekata na području Općine Kršan.

Članak 7.

Ovaj će se Program objaviti u Službenom glasilu Općine Kršan, i stupa na snagu 01. siječnja 2018. godine.

OPĆINSKO VIJEĆE OPĆINE KRŠAN

KLASA: 021-05/17-01/12
URBROJ: 2144/04-05-17-8
Kršan, 19. prosinca 2017.

Predsjednik
Općinskog vijeća

Zdravko Vidak, v.r.

72.

Na temelju članka 76. Zakona o sportu (NN 71/06, 150/08, 124/10, 124/11, 86/12, 94/13, 85/15, 19/16) i članka 19. Statuta Općine Kršan (Službeno glasilo Općine Kršan br.06/09 i 05/13), Općinsko vijeće Općine Kršan, na sjednici održanoj dana 19. prosinca 2017. godine donijelo je:

PROGRAM
javnih potreba u sportu
Općine Kršan za 2018. godinu

Članak 1.

Programom javnih potreba u sportu utvrđuju se aktivnosti i djelatnosti od značenja za Općinu Kršan, a za koje se sredstva osiguravaju u Proračunu Općine Kršan za 2018. godinu.

Svrha Programa je provođenje sportske i zdravstvene kulture, te stvaranje uvjeta za uključivanje što većeg broja djece i mladih u organizirane oblike sportskih aktivnosti, kao i poticanje rekreacije i ostalih

aktivnosti za očuvanje zdravlja i postizanje boljih psihofizičkih sposobnosti mještana.

Članak 2.

Javne potrebe u sportu od značenja za Općinu Kršan, u svrhu promicanja sportskih vrijednosti ostvarivati će se:

- djelovanjem sportskih udruga,
- sufinanciranjem sportskih aktivnosti djece, mladeži i studenata,
- zdravstvenom zaštitom sportaša,
- sufinanciranjem sportske aktivnosti osoba s teškoćama u razvoju i osoba s invaliditetom,
- organizacijom i provođenjem sportskih manifestacija na nivou općine Kršan,

Članak 3.

Aktivnosti i djelatnosti iz članka 2. ovog Programa provode se najvećim dijelom kroz rad sportskih udruga koje sustavno organiziraju treninge i prijavljuju se po granskim savezima na službena natjecanja.

Financiranje svih programa i projekata provodi se putem javnog poziva, ili samo u iznimnim slučajevima izravno, a sve sukladno Uredbi o kriterijima, mjerilima i postupcima financiranja i ugovaranja programa i projekata od interesa za opće dobro koje provode udruge (NN 26/15) i Odluci o kriterijima, mjerilima i načinu financiranja javnih potreba sredstvima iz proračuna Općine Kršan.

Prednost pri odabiru imati će udruge koje djeluju na području Općine Kršan, odnosno čiji članovi imaju prebivalište ili boravište na području Općine Kršan.

U okviru sredstava za provedbu ovog Programa dopuštena je preraspodjela utvrđenih sredstava između pojedinih rashoda, a uz odobrenje općinskog načelnika.

Članak 4.

Za provođenje Programa osigurat će se sredstva u Proračunu Općine Kršan kako slijedi:

<i>Aktivnost A060101- Djelatnost sportskih klubova</i>	
Sredstva predviđena za programe, projekte, aktivnosti i manifestacije u sportu - koje provode udruge	670.000,00
<i>Ukupno program - Program javnih potreba u sportu</i>	670.000,00

Članak 5.

Izgradnja, investicijsko održavanje, adaptacije i ostali zahvati na objektima sportske namjene na području Općine Kršan, ostvaruju se u sklopu Programa izgradnje, adaptacije i održavanja poslovnih stambenih i ostalih objekata na području Općine Kršan.

Članak 6.

Ovaj će se Program objaviti u Službenom glasilu Općine Kršan, i stupa na snagu 01. siječnja 2018. godine.

OPĆINSKO VIJEĆE OPĆINE KRŠAN

KLASA: 021-05/17-01/12
URBROJ: 2144/04-05-17-9
Kršan, 19. prosinca 2017.

Predsjednik
Općinskog vijeća

Zdravko Vidak, v.r.

73.

Na temelju članka 117. Zakona o socijalnoj skrbi (Narodne novine broj 157/13, 152/14, 99/15, 52/16, 16/17)) i članka 19. Statuta Općine Kršan (Službeno glasilo Općine Kršan br.06/09 i 05/13), a u skladu sa Odlukom o socijalnoj skrbi Općine Kršan (Službeno glasilo Općine Kršan br. 09/04, 08/07 i 06/11), Općinsko vijeće Općine Kršan je na svojoj sjednici održanoj dana 19. prosinca 2017. godine donijelo

PROGRAM
socijalne skrbi Općine Kršan
za 2018. godinu

Članak 1.

Programom javnih potreba u socijalnoj oblasti potiče se primjena mjera koje se poduzimaju radi zaštite životnog standarda i zbrinjavanja socijalno ugroženih osoba, kao i djelovanje radi prevencije poremećaja u ponašanju.

Članak 2.

Sredstva za financiranje Socijalnog programa, temeljem Pravilnika sa utvrđenim kriterijima za dodjelu financijske i ostalih oblika pomoći socijalno ugroženim

stanovnicima Općine Kršan, te prijedloga Odbora za socijalna pitanja i načelnika Općine Kršan osiguravaju se u Proračunu Općine Kršan za 2018. godinu kako slijedi:

- pomoć za podmirenje troškova stanovanja (subvencije u plaćanju utroška električne energije, vode, odvoza smeća, stanarine),
- podmirenje dugovanih iznosa režijskih troškova,
- subvencioniranje troškova prehrane učenika osnovnih škola,
- subvencioniranje prijevoza učenika osnovnih i srednjih škola,
- sufinanciranje troškova smještaja u učeničkom domu,
- subvencioniranje smještaja u instituciju predškolskog odgoja,
- pomoć udrugama invalida i ostalim humanitarnim udrugama,
- pomoć starim i nemoćnim osobama,
- sufinanciranje troškova za kućnu njegu,
- podmirenje troškova operativnih zahvata, liječničkih pregleda i terapija,
- pomoć u prehrani i kućnim potrepštinama,
- pomoć u podmirenju pogrebnih troškova,
- novčana pomoć za opremu novorođenčeta,
- subvencioniranje troškova ljetovanja i školskih izleta djece temeljem zahtjeva,
- novčana pomoć.

Članak 3.

Financijska pomoć dodjeljuje se u obliku:

- jednokratne financijske pomoći u gotovinskoj isplati putem blagajne Općine Kršan ili dodjeljivanju bona - narudžbenice za nabavku živežnih namirnica i kućnih potrepština,
- višemjesečne financijske pomoći u gotovinskoj isplati putem blagajne Općine Kršan ili dodjeljivanju bona - narudžbenice za nabavku živežnih namirnica i kućnih potrepština,
- ostalim oblicima jednokratne ili višemjesečne pomoći (nabavka određenih vrsta roba ili osiguravanje pružanja određenih vrsta usluga).

Članak 4.

Sredstva za financiranje ovog Programa u Proračunu Općine Kršan za 2018. godinu raspoređuju na slijedeći način:

SLUŽBENO GLASILO OPĆINE KRŠAN

21. prosinca 2017.

Stranica 97 - Broj 18

<i>Aktivnost A070101- Pomoć obiteljima i kućanstvima</i>		
372120	Pomoć obiteljima i kućanstvima u novcu	200.000,00
372121	Pomoć obiteljima-školske knjige	40.000,00
372122	Pomoć obiteljima-nakn.za pogr.troškove	40.000,00
372123	Pomoć obiteljima-suf.učeničkih domova	50.000,00
372170	Porodiljne naknade i oprema za novorođenčad	120.000,00
372190	Ostale naknade iz proračuna u novcu-ogrjev	20.000,00
372210	Sufinanciranje cijene prijevoza-učenika	170.000,00
372220	Pomoć i njega u kući	25.000,00
372230	Pomoć obiteljima stanovanje	50.000,00
372231	Subvencija odvoza smeća-socijala	30.000,00
372232	Subvencija električne energije-socijala	70.000,00
372233	Subvencija vode-socijala	30.000,00
372240	Prehrana-učenika osnovnih škola	32.000,00
372241	Pomoć u prehrani-građanima i kućanstvima-bonovi	85.000,00
372290	Pomoć umirovljenicima i starijim osobama u naravi	25.000,00
3722901	Pomoć u naravi-umirovljenicima i domaćicama	170.000,00
372292	Sufinanciranje boravka djece u vrtiću-socijala	100.000,00
383110	Nakn.štete uzrokovane prirodnim katastrofama	50.000,00
<i>Aktivnost A070102- Pomoć invalidima i hendikepiranim osobama</i>		
	Pomoć invalidnim i hendikepiranim osobama - Sredstva predviđena za programe koje provode udruge invalida	30.000,00
<i>Aktivnost A070103- Sufinanciranje humanitarnih organizacija</i>		
381181	Tekuće donacije organizaciji Crvenog Križa	30.000,00
	Ostale donacije za humanitarne udruge - Sredstva predviđena za programe koje provode udruge	50.000,00
<i>Ukupno program - Program socijalne skrbi</i>		<i>1.417.000,00</i>

Raspored sredstava socijalnog programa vršit će se u skladu s kriterijima iz Odluke o socijalnoj skrbi, na prijedlog Odbora za socijalna pitanja, a temeljem rješenja o pojedinačnim pravima po osobnim zahtjevima, te temeljem zaključaka i odluka Općinskog načelnika.

Za programe humanitarnih i ostalih udruga, sredstva će se dodjeljivati sukladno Uredbi o kriterijima, mjerilima i postupcima financiranja i ugovaranja programa i projekata od interesa za opće dobro koje provode udruge (NN 26/15) i Odluci o kriterijima, mjerilima i načinu financiranja javnih potreba sredstvima iz proračuna Općine Kršan.

U okviru sredstava za provedbu ovog Programa dopuštena je preraspodjela utvrđenih sredstava između pojedinih rashoda, a uz odobrenje općinskog načelnika.

Članak 5.

Ovaj će se Program objaviti u Službenom glasilu Općine Kršan, i stupa na snagu 01. siječnja 2018. godine.

OPĆINSKO VIJEĆE OPĆINE KRŠAN

KLASA: 021-05/17-01/12
URBROJ: 2144/04-05-17-10
Kršan, 19. prosinca 2017.

Predsjednik
Općinskog vijeća

Zdravko Vidak, v.r.

74.

Na temelju članka 4. Zakona o zaštiti pučanstva od zaraznih bolesti (Narodne novine br. 79/07,113/08 i 43/09) i članka 19. Statuta Općine Kršan (Službeno glasilo Općine Kršan br.06/09), Općinsko vijeće Općine Kršan je na svojoj sjednici održanoj dana 19. prosinca 2017. godine donijelo:

PROGRAM
mjera zaštite pučanstva od zaraznih bolesti
i javnih potreba zdravstvene zaštite
Općine Kršan za 2018. godinu

SLUŽBENO GLASILO OPĆINE KRŠAN

Stranica 98 - Broj 18

21. prosinca 2017.

Članak 1.

Programom mjera zaštite pučanstva od zaraznih bolesti i javnih potreba zdravstvene zaštite Općine Kršan za 2018. godinu (u daljnjem tekstu: Program) osigurava se i ostvaruje preventivno sprečavanje prenošenja zaraznih bolesti i poboljšanje uvjeta primarne zdravstvene zaštite na području Općine Kršan.

Program predviđa i obuhvaća sljedeće mjere:
dezinsekciju, dezinfekciju i deratizaciju,
zbrinjavanje životinja,
analiza kakvoće mora,
higijeničarske usluge i javno zdravstvo,
organiziranje akcija kontrole krvnog pritiska i šećera u krvi,
financiranje mamografije,
sufinanciranje logopeda i dječjeg psihologa,
ispitivanje jelovnika za dječji vrtić,
sufinanciranje hitne medicinske pomoći.

Članak 2.

Predviđene mjere u Programu od posebnog su značaja za Općinu Kršan, pa se njihovo financiranje osigurava u proračunu Općine Kršan i to:

Aktivnost A080101- Poslovi deratizacije i dezinsekcije i zbrinjavanja životinja		
323 430	Deratizacija, dezinfekcija i dezinsekcija	70.000,00
323 430 1	Zbrinjavanje životinja	50.000,00
Aktivnost A080102- Sufinanciranje ekipe hitne medicinske pomoći i preventivnih pregleda		
323 690	Sufinanciranje zdravstvenih usluga (logoped, psiholog, mamografija)	15.000,00
323 691	Ispitivanje jelovnika u dječjem vrtiću	15.000,00
323 692	Ispitivanje kakvoće mora	15.000,00
382 110	Nabava UZV za gin.amb.	4.000,00
381 110	Sufinanciranje HMP	90.000,00
Ukupno program - Program zdravstvene zaštite		259.000,00

Članak 3.

Raspored sredstava, izvršiooci programa i rokovi u svrhu realizacije ovog Programa vršit će se temeljem zaključaka i odluka Općinskog načelnika, kao i temeljem planova čije donošenje predviđa zakon.

U okviru sredstava za provedbu ovog Programa dopuštena je preraspodjela utvrđenih sredstava između pojedinih rashoda, a uz odobrenje općinskog načelnika.

Članak 4.

Ovaj će se Program objaviti u Službenom glasilu Općine Kršan, i stupa na snagu 01. siječnja 2018. godine.

OPĆINSKO VIJEĆE OPĆINE KRŠAN

KLASA: 021-05/17-01/12
URBROJ: 2144/04-05-17-11
Kršan, 19. prosinca 2017.

Predsjednik
Općinskog vijeća

Zdravko Vidak, v.r.

75.

Na temelju članka 39. stavak 1. Zakona o proračunu (Narodne novine broj 87/08, 136/12 i 15/15) te članka 19. Statuta Općine Kršan (Službeno glasilo Općine Kršan broj 06/09 i 05/13), Općinsko vijeće Općine Kršan, na sjednici održanoj dana 19. prosinca 2017. godine donosi:

PRORAČUN Općine Kršan za 2018. godinu i projekcije za 2019. i 2020. godinu

Članak 1.

Proračun Općine Kršan za 2018.godinu i projekcija za 2019. i 2020. godinu sadrži slijedeće preglede, a koji su sastavni dio istog:

- Opći I dio Proračuna – U kojem su prihodi i primici i rashodi i izdaci raspoređeni po ekonomskoj klasifikaciji na prvoj razini (rekapitulacija)
- Opći II dio Proračuna – U kojem su prihodi i primici i rashodi i izdaci raspoređeni po ekonomskoj klasifikaciji do treće razine računskog plana za proračun 2018. godine, i do druge razine računskog plana za projekcije 2019. i 2020. godine.

SLUŽBENO GLASILO OPĆINE KRŠAN

21. prosinca 2017.

Stranica 99 - Broj 18

- Posebni dio Proračuna – U kojem su rashodi i izdaci Proračuna raspoređeni po namjenama i programima, te po ekonomskoj klasifikaciji na trećoj razini računskog plana za proračun 2018. godine, i do druge razine računskog plana za projekcije 2019. i 2020. godine

Članak 2.

Proračun Općine Kršan za 2018. godinu i projekcija za 2019. i 2020. godinu objavit će se u Službenom glasilu Općine Kršan, i stupa na snagu 01. siječnja 2018. godine.

OPĆINSKO VIJEĆE OPĆINE KRŠAN

KLASA: 021-05/17-01/12
URBROJ: 2144/04-05-17-13
Kršan, 19. prosinca 2017.

Predsjednik
Općinskog vijeća

Zdravko Vidak, v.r.

PLAN PRIHODA I RASHODA - Opći dio

Plana za 2018. godinu

Ekonom. klasifi.	Naziv pozicije	Izvršenje 2016	Procjena za 2017	Proračun za 2018. god.	Projekcija za 2019.	Projekcija za 2020.	2018/2017	Učesće za 2018
A. RAČUN PRIHODA I RASHODA								
6	Prihodi poslovanja	27.045.501,99	26.843.730,92	28.771.120,00	31.556.000,00	27.536.000,00	107,18	91,61
7	Prihodi od prodaje nefinancijske imovine	851.025,54	2.594.160,51	2.634.100,00	3.970.000,00	245.000,00	101,54	8,39
	UKUPNI PRIHODI	27.896.527,53	29.437.891,43	31.405.220,00	35.526.000,00	27.781.000,00	106,68	100,00
3	Rashodi poslovanja	18.155.945,06	16.971.896,71	18.743.220,00	17.853.000,00	20.733.000,00	110,44	59,68
4	Rashodi za nabavu nefinancijske imovine	7.102.835,97	12.846.598,82	9.212.000,00	17.673.000,00	7.048.000,00	71,71	29,33
	UKUPNI RASHODI	25.258.781,03	29.818.495,53	27.955.220,00	35.526.000,00	27.781.000,00	93,75	89,01
	RAZLIKA - VIŠAK / MANJAK	2.637.746,50	- 380.604,10	3.450.000,00	0,00	0,00	- 906,45	10,99
B. RAČUN ZADUŽIVANJA / FINANCIRANJA								
8	Primici od financijske imovine i zaduživanja	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	UKUPNI PRIMICI	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5	Izdaci za financijsku imovinu i otplate zajmova	617.072,16	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	UKUPNI IZDACI	617.072,16	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	NETO ZADUŽIVANJE / FINANCIRANJE	- 617.072,16	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
C. RASPOLOŽIVA SREDSTVA IZ PRETHODNIH GODINA								
9	Vlastiti izvori-rezultat poslovanja	- 5.090.070,24	- 3.069.395,90	- 3.450.000,00	0,00	0,00	112,40	- 10,99
	SVEUKUPNO VIŠAK MANJAK	- 3.069.395,90	- 3.450.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
D. REKAPITULACIJA								
	UKUPNO PRIHODI I PRIMICI	27.896.527,53	29.437.891,43	31.405.220,00	35.526.000,00	27.781.000,00	106,68	100,00
	UKUPNO RASHODI I IZDACI	25.875.853,19	29.818.495,53	27.955.220,00	35.526.000,00	27.781.000,00	93,75	89,01

SLUŽBENO GLASILO OPĆINE KRŠAN

21. prosinca 2017.

Stranica 101 - Broj 18

PLAN PRIHODA I RASHODA - Opći dio

Plana za 2018. godinu

Ekonom. klasifi.	Naziv pozicije	Izvršenje 2016	Procjena za 2017	Proračun za 2018. god.	Projekcija za 2019.	Projekcija za 2020.	2018/2017	Učesće za 2018.
A. RAČUN PRIHODA I RASHODA								
6	Prihodi poslovanja	27.045.501,99	26.843.730,92	28.771.120,00	31.556.000,00	27.536.000,00	107,18	91,61
61	Prihodi od poreza	4.828.575,45	4.913.983,32	5.515.000,00	4.824.000,00	4.609.000,00	112,23	17,56
611	Porez i prizrev na dohodak	4.164.011,01	4.383.146,26	4.735.000,00			108,03	15,08
613	Porezi na imovinu	491.250,64	385.631,03	600.000,00			155,59	1,91
614	Porezi na robu i usluge	173.313,80	145.206,03	180.000,00			123,96	0,57
63	Pomoći iz inozemstva (darovnice) i od subjekata u	861.551,00	1.256.733,44	1.305.000,00	4.420.000,00	625.000,00	103,84	4,16
631	Pomoći od inozemnih vlada	446.400,00	0,00	0,00			0,00	0,00
632	Pomoći od međunarodnih organizacija te institucij	0,00	103.750,00	400.000,00			385,54	1,27
633	Pomoći iz proračuna	73.300,00	801.995,44	555.000,00			69,20	1,77
635	Pomoći izravanjanja za decentralizirane funkcije	341.851,00	350.988,00	350.000,00			99,72	1,11
64	Prihodi od imovine	16.339.759,40	10.172.012,61	12.073.300,00	11.459.000,00	11.459.000,00	118,69	38,44
641	Prihodi od financijske imovine	582,64	89,15	2.300,00			2.579,92	0,01
642	Prihodi od nefinancijske imovine	16.339.176,76	10.171.923,46	12.071.000,00			118,67	38,44
65	Prihodi od upravnih i administrativnih pristojbi, p	5.006.616,14	10.416.934,50	8.987.820,00	10.028.000,00	10.028.000,00	86,28	28,62
651	Upravne i administrativne pristojbe	77.095,30	76.778,38	231.000,00			300,87	0,74
652	Prihodi po posebnim propisima	287.972,18	127.661,50	156.820,00			122,84	0,50
653	Komunalni doprinosi i naknade	4.641.548,66	10.212.494,62	8.600.000,00			84,21	27,38
66	Prihodi od prodaje proizvoda i robe te pruženih us	9.000,00	0,00	820.000,00	820.000,00	810.000,00	0,00	2,61
661	Prihodi od prodaje proizvoda i robe te pruženih us	0,00	0,00	800.000,00			0,00	2,55
663	Donacije od pravnih i fizičkih osoba izvan općeg pr	9.000,00	0,00	20.000,00			0,00	0,06
68	Kazne, upravne mjere i ostali prihodi	0,00	84.067,05	70.000,00	5.000,00	5.000,00	83,27	0,22
683	Ostali prihodi	0,00	84.067,05	70.000,00			83,27	0,22
7	Prihodi od prodaje nefinancijske imovine	851.025,54	2.594.160,51	2.634.100,00	3.970.000,00	245.000,00	101,54	8,39
71	Prihodi od prodaje neproizvedene dugotrajne imov	78.566,29	17.001,09	2.000.000,00	1.000.000,00	125.000,00	11.763,95	6,37
711	Prihodi od prodaje materijalne imovine - prirodni	78.566,29	17.001,09	2.000.000,00			11.763,95	6,37
72	Prihodi od prodaje proizvedene dugotrajne imovin	772.459,25	2.577.159,42	634.100,00	2.970.000,00	120.000,00	24,60	2,02
721	Prihodi od prodaje građevinskih objekata	772.459,25	2.577.159,42	634.100,00			24,60	2,02
3	UKUPNI PRIHODI	27.896.527,53	29.437.891,43	31.405.220,00	35.526.000,00	27.781.000,00	106,68	100,00
31	Rashodi poslovanja	18.155.945,06	16.971.896,71	18.743.220,00	17.853.000,00	20.733.000,00	110,44	59,68
311	Rashodi za zaposlene	2.360.570,72	2.329.709,67	4.188.700,00	4.535.500,00	4.635.500,00	179,79	13,34
3111	Plaće (Bruto)	1.899.242,98	1.866.997,88	3.420.000,00			183,18	10,89
3112	Ostali rashodi za zaposlene	123.345,09	130.940,11	210.500,00			160,76	0,67
313	Doprinosi na plaće	337.982,65	331.771,68	558.200,00			168,25	1,78
32	Materijalni rashodi	9.913.761,12	9.383.548,52	9.374.520,00	7.516.500,00	11.205.500,00	99,90	29,85
321	Naknade troškova zaposlenima	163.490,45	157.067,70	375.000,00			238,75	1,19
322	Rashodi za materijal i energiju	822.675,82	672.709,84	1.028.000,00			152,81	3,27

PLAN PRIHODA I RASHODA - Opći dio
Plana za 2018. godinu

Ekonom. klasifi.	Naziv pozicije	Izvršenje 2016	Procjena za 2017	Proračun za 2018 god.	Projekcija za 2019	Projekcija za 2020	2018/2017	Učesće za 2018
323	Rashodi za usluge	7.779.835,07	7.512.795,40	7.087.000,00			94,33	22,57
324	Naknade troškova osobama izvan radnog odnosa	46.747,13	36.385,21	13.000,00			35,73	0,04
329	Ostali nespomenuti rashodi poslovanja	1.101.012,65	1.004.590,37	871.520,00			86,75	2,78
34	Financijski rashodi	35.301,18	46.788,77	76.000,00	47.000,00	43.000,00	162,43	0,24
342	Kamate za primljene kredite i zajmove	3.536,03	0,00	0,00			0,00	0,00
343	Ostali financijski rashodi	31.765,15	46.788,77	76.000,00			162,43	0,24
36	Pomoći dane u inozemstvo i unutar općeg proraču	1.481.167,99	1.678.710,80	600.000,00	750.000,00	680.000,00	35,74	1,91
363	Pomoći unutar općeg proračuna	1.481.167,99	1.344.305,02	600.000,00			44,63	1,91
367	Prijen, prorač. kor. iz nadležnog pror. za fin. red. djel.	0,00	334.405,78	0,00			0,00	0,00
37	Naknade građanima i kućanstvima na temelju osig.	1.886.325,61	1.720.640,64	1.837.000,00	1.585.000,00	1.585.000,00	106,76	5,85
372	Ostale naknade građanima i kućanstvima iz prora	1.886.325,61	1.720.640,64	1.837.000,00			106,76	5,85
38	Ostali rashodi	2.478.818,44	1.812.498,31	2.667.000,00	3.419.000,00	2.584.000,00	147,14	8,49
381	Tekuće donacije	2.251.568,77	1.673.419,57	2.411.000,00			144,08	7,68
382	Kapitalne donacije	0,00	0,00	64.000,00			0,00	0,20
383	Kazne, penali i naknade štete	17.000,00	35.000,00	50.000,00			142,86	0,16
386	Kapitalne pomoći	210.249,67	104.078,74	142.000,00			136,44	0,45
4	Rashodi za nabavu nefinancijske imovine	7.102.835,97	12.846.598,82	9.212.000,00	17.673.000,00	7.048.000,00	71,71	29,33
41	Rashodi za nabavu neproizvedene dugotrajne imo	7.752,00	0,00	150.000,00	100.000,00	100.000,00	0,00	0,48
411	Materijalna imovina - prirodna bogatstva	7.752,00	0,00	150.000,00			0,00	0,48
42	Rashodi za nabavu proizvedene dugotrajne imovin	7.095.083,97	12.846.598,82	9.062.000,00	17.573.000,00	6.948.000,00	70,54	28,86
421	Gradevinski objekti	6.603.282,63	12.695.500,41	8.070.000,00			63,57	25,70
422	Postrojenja i oprema	102.377,31	30.862,00	402.000,00			1.302,57	1,28
423	Prijevozna sredstva	117.371,53	0,00	100.000,00			0,00	0,32
426	Nematerijalna proizvedena imovina	272.052,50	120.236,41	490.000,00			407,53	1,56
	UKUPNI RASHODI	25.258.781,03	29.818.495,53	27.955.220,00	35.526.000,00	27.781.000,00	93,75	89,01
	RAZLIKA - VIŠAK / MANJAK	2.637.746,50	- 380.604,10	3.450.000,00	0,00	0,00	- 906,45	10,99
B. RAČUN ZADUŽIVANJA / FINANCIRANJA								
8	Primici od financijske imovine i zaduživanja	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
84	Primici od zaduživanja	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
844	Primljeni krediti i zajmovi od kreditnih i ostalih fi	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5	UKUPNI PRIMICI	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
54	Izdaci za financijsku imovinu i otplate zajmova	617.072,16	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
544	Izdaci za otplatu glavnice primljenih kredita i zaj	617.072,16	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
544	Otplata glavnice primljenih kredita i zajmova od k	617.072,16	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	UKUPNI IZDACI	617.072,16	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	NETO ZADUŽIVANJE / FINANCIRANJE	- 617.072,16	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
C. RASPOLOŽIVA SREDSTVA IZ PRETHODNIH GODINA								

PLAN PRIHODA I RASHODA - Opći dio

Plana za 2018. godinu

Ekonom. klasif.	Naziv pozicije	Izvršenje 2016	Procjena za 2017	Proračun za 2018. god.	Projekcija za 2019.	Projekcija za 2020.	2018/2017	Učesće za 2018
9	Vlastiti izvori-rezultat poslovanja	- 5.090.070,24	- 3.069.395,90	- 3.450.000,00	0,00	0,00	112,40	- 10,99
92	Rezultat poslovanja	- 5.090.070,24	- 3.069.395,90	- 3.450.000,00	0,00	0,00	112,40	- 10,99
922	Višak/manjak prihoda	- 5.090.070,24	- 3.069.395,90	- 3.450.000,00	0,00	0,00	112,40	- 10,99
	SVEUKUPNO VIŠAK MANJAK	- 3.069.395,90	- 3.450.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
D. REKAPITULACIJA								
	UKUPNO PRIHODI I PRIMICI	27.896.527,53	29.437.891,43	31.405.220,00	35.526.000,00	27.781.000,00	106,68	100,00
	UKUPNO RASHODI I IZDACI	25.875.853,19	29.818.495,53	27.955.220,00	35.526.000,00	27.781.000,00	93,75	89,01

PLAN PRIHODA I RASHODA - Posebni dio

Plana za 2018. godinu

Pro gram	Izv. fin.	Funk cija	Ek. klas.	Naziv pozicije	Izvršenje 2016	Procjena za 2017	Proračun za 2018 god.	Projekcija za 2019	Projekcija za 2020	2018/ 2017
				Razdjel 001: Predstavnička i izvršna tijela	457.788,72	409.643,00	350.000,00	605.000,00	605.000,00	85,44
				Glava 00101: Predstavnička i izvršna tijela	457.788,72	409.643,00	350.000,00	605.000,00	605.000,00	85,44
P01	1			Predst. izvrš. tijela i mj. samouprav	457.788,72	409.643,00	350.000,00	605.000,00	605.000,00	85,44
0101	1			Redovan rad predst. i izvrš. tijela	457.788,72	409.643,00	350.000,00	605.000,00	605.000,00	85,44
A010101	1			Rash. predst. i izvrš. tijela i tij. mjes.	382.254,94	261.471,47	275.000,00	380.000,00	380.000,00	105,17
				Rashodi poslovanja	382.254,94	261.471,47	275.000,00	380.000,00	380.000,00	105,17
				0111 3	382.254,94	261.471,47	275.000,00	380.000,00	380.000,00	105,17
				0111 32	382.254,94	261.471,47	275.000,00	380.000,00	380.000,00	105,17
				0111 329	382.254,94	261.471,47	275.000,00	380.000,00	380.000,00	105,17
A010102	1			Ostali nespomenuti rashodi poslova	382.254,94	261.471,47	275.000,00	380.000,00	380.000,00	105,17
				Rashodi za izbore	533,75	123.171,53	0,00	150.000,00	150.000,00	0,00
				0111 3	533,75	123.171,53	0,00	150.000,00	150.000,00	0,00
				Rashodi poslovanja	533,75	123.171,53	0,00	150.000,00	150.000,00	0,00
				0111 32	533,75	123.171,53	0,00	150.000,00	150.000,00	0,00
				Materijalni rashodi	533,75	123.171,53	0,00	150.000,00	150.000,00	0,00
				0111 329	533,75	123.171,53	0,00	150.000,00	150.000,00	0,00
A010103	1			Ostali nespomenuti rashodi poslova	75.000,03	25.000,00	75.000,00	75.000,00	75.000,00	300,00
				Rashodi za političke stranke	75.000,03	25.000,00	75.000,00	75.000,00	75.000,00	300,00
				0111 3	75.000,03	25.000,00	75.000,00	75.000,00	75.000,00	300,00
				Rashodi poslovanja	75.000,03	25.000,00	75.000,00	75.000,00	75.000,00	300,00
				0111 38	75.000,03	25.000,00	75.000,00	75.000,00	75.000,00	300,00
				Ostali rashodi	75.000,03	25.000,00	75.000,00	75.000,00	75.000,00	300,00
				0111 381	75.000,03	25.000,00	75.000,00	75.000,00	75.000,00	300,00
				Tekuće donacije	75.000,03	25.000,00	75.000,00	75.000,00	75.000,00	300,00
				0111 381	75.000,03	25.000,00	75.000,00	75.000,00	75.000,00	300,00
				Razdjel 002: Jedinствени upravni odjel	25.418.064,47	29.408.852,53	27.605.220,00	34.921.000,00	27.176.000,00	93,87
				Glava 00201: Jedinствени upravni odjel	25.418.064,47	29.408.852,53	27.605.220,00	34.921.000,00	27.176.000,00	93,87
P02	1;3;7			Rashodi djelatnosti i opće aktivnos	5.762.081,05	4.915.881,97	4.595.500,00	4.682.500,00	4.902.500,00	93,48
0201	1;3			Prisr. i donos. akata iz djel. tijela	5.141.472,86	4.915.881,97	4.595.500,00	4.657.500,00	4.882.500,00	93,48
A020101	1;3			Rash. uprav. tijela vezanih za služb	2.532.868,18	2.523.162,58	2.561.500,00	2.716.500,00	2.816.500,00	101,52
				0131 3	2.532.868,18	2.523.162,58	2.561.500,00	2.716.500,00	2.816.500,00	101,52
				Rashodi poslovanja	2.328.817,60	2.329.709,67	2.375.500,00	2.508.500,00	2.608.500,00	101,97
				0131 31	2.328.817,60	2.329.709,67	2.375.500,00	2.508.500,00	2.608.500,00	101,97
				Rashodi za zaposlene	1.874.282,98	1.866.997,88	1.920.000,00	1.920.000,00	1.920.000,00	102,84
				0131 311	1.874.282,98	1.866.997,88	1.920.000,00	1.920.000,00	1.920.000,00	102,84
				Plaće (Bruto)	120.845,09	130.940,11	144.500,00	144.500,00	144.500,00	110,36
				0131 312	120.845,09	130.940,11	144.500,00	144.500,00	144.500,00	110,36
				Ostali rashodi za zaposlene	333.689,53	331.771,68	311.000,00	311.000,00	311.000,00	93,74
				0131 313	333.689,53	331.771,68	311.000,00	311.000,00	311.000,00	93,74
				Doprinosi na plaće	204.050,58	193.452,91	186.000,00	186.000,00	186.000,00	96,15
				0131 32	204.050,58	193.452,91	186.000,00	186.000,00	186.000,00	96,15
				Materijalni rashodi	157.303,45	157.067,70	173.000,00	208.000,00	208.000,00	110,14
				0131 321	157.303,45	157.067,70	173.000,00	208.000,00	208.000,00	110,14
				Naknade troškova zaposlenima	46.747,13	36.385,21	13.000,00	13.000,00	13.000,00	35,73
				0131 324	46.747,13	36.385,21	13.000,00	13.000,00	13.000,00	35,73
				Naknade troškova osobama izvan r	1.245.180,61	1.383.293,64	1.117.000,00	1.171.000,00	1.296.000,00	80,75
				0133 3	1.245.180,61	1.383.293,64	1.117.000,00	1.171.000,00	1.296.000,00	80,75
				Ostali rash. redovnog poslovanja	1.213.415,46	1.336.504,87	1.045.000,00	1.149.000,00	1.274.000,00	78,19
				0133 32	1.213.415,46	1.336.504,87	1.045.000,00	1.149.000,00	1.274.000,00	78,19
				Rashodi poslovanja	344.543,34	279.922,18	294.000,00	294.000,00	294.000,00	105,03
				0133 322	344.543,34	279.922,18	294.000,00	294.000,00	294.000,00	105,03
				Materijalni rashodi	745.211,96	932.316,80	647.000,00	647.000,00	647.000,00	69,40
				0133 323	745.211,96	932.316,80	647.000,00	647.000,00	647.000,00	69,40
				Rashodi za materijal i energiju	123.660,16	124.265,89	104.000,00	104.000,00	104.000,00	83,69
				0133 329	123.660,16	124.265,89	104.000,00	104.000,00	104.000,00	83,69
				Rashodi za usluge	31.765,15	46.788,77	72.000,00	22.000,00	22.000,00	153,88
				0133 34	31.765,15	46.788,77	72.000,00	22.000,00	22.000,00	153,88
				Ostali nespomenuti rashodi poslova	31.765,15	46.788,77	72.000,00	22.000,00	22.000,00	153,88
				0133 343	31.765,15	46.788,77	72.000,00	22.000,00	22.000,00	153,88
				Financijski rashodi	636.450,61	508.885,11	400.000,00	435.000,00	435.000,00	78,60
				0133 343	636.450,61	508.885,11	400.000,00	435.000,00	435.000,00	78,60
				Ostali financijski rashodi						
A020103	3			Rashodi za komunalne usluge						

SLUŽBENO GLASILO OPĆINE KRŠAN

21. prosinca 2017.

Stranica 105 - Broj 18

PLAN PRIHODA I RASHODA - Posebni dio

Plana za 2018 godinu

Pro gram	Izv. fin.	Funk cija	Ek. klas.	Naziv pozicije	Izvršenje 2016	Procjena za 2017	Proračun za 2018 god.	Projekcija za 2019	Projekcija za 2020	2018/ 2017
3	0510	3		Rashodi poslovanja	636.450,61	508.885,11	400.000,00	435.000,00	435.000,00	78,60
3	0510	32		Materijalni rashodi	636.450,61	508.885,11	400.000,00	435.000,00	435.000,00	78,60
3	0510	322		Rashodi za materijal i energiju	32.446,25	28.943,51	50.000,00	50.000,00	50.000,00	172,75
3	0510	323		Rashodi za usluge	604.004,36	479.941,60	350.000,00	350.000,00	350.000,00	72,93
A020104	1			Rash. za prig. svečanosti i reprezent	507.224,62	426.629,73	400.000,00	270.000,00	270.000,00	93,76
1	0133	3		Rashodi poslovanja	507.224,62	426.629,73	400.000,00	270.000,00	270.000,00	93,76
1	0133	32		Materijalni rashodi	507.224,62	426.629,73	400.000,00	270.000,00	270.000,00	93,76
1	0133	329		Ostali nespomenuti rashodi poslova	507.224,62	426.629,73	400.000,00	270.000,00	270.000,00	93,76
A020105	1			Rash. za nab. nefinan. imovine u up	219.748,84	73.910,91	117.000,00	65.000,00	65.000,00	158,30
1	0133	4		Rashodi za nabavu nefinancijske i	219.748,84	73.910,91	117.000,00	65.000,00	65.000,00	158,30
1	0133	42		Rashodi za nabavu proizvedene dug	219.748,84	73.910,91	117.000,00	65.000,00	65.000,00	158,30
1	0133	422		Postrojenja i oprema	102.377,31	30.862,00	67.000,00	65.000,00	65.000,00	217,10
1	0133	423		Prijevozna sredstva	117.371,53	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1	0133	426		Nematerijalna proizvedena imovina	0,00	43.048,91	50.000,00	0,00	0,00	116,15
0202	1;7			Otpl. kredita (glavnice i kamate)	620.608,19	0,00	0,00	25.000,00	20.000,00	0,00
A020201	1;7			Otplata kredita (glavnice i kamate)	620.608,19	0,00	0,00	25.000,00	20.000,00	0,00
1	0170	3		Rashodi poslovanja	3.536,03	0,00	0,00	25.000,00	20.000,00	0,00
1	0170	34		Financijski rashodi	3.536,03	0,00	0,00	25.000,00	20.000,00	0,00
1	0170	342		Kamate za primljene kredite i zajmo	3.536,03	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
7	0170	5		Izdaci za financijsku imovinu i opl	617.072,16	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
7	0170	54		Izdaci za otplatu glavnice primljeni	617.072,16	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
7	0170	544		Otplata glavnice primljenih kredita	617.072,16	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
P03	6;3;1			Održ. posl. stamb. obj. i planovi, prij	8.228.533,09	5.712.656,25	4.750.000,00	4.980.000,00	10.740.000,00	83,15
0301	6;3;1			Izgr. adapt. održ. posl. stamb. i obj. sp	7.515.444,59	5.149.561,47	3.730.000,00	4.470.000,00	10.245.000,00	72,43
A030101	6;3			Adapt. i održ. stamb. objekata	88.092,73	56.793,56	160.000,00	125.000,00	130.000,00	281,72
6;3	0610	3		Rashodi poslovanja	88.092,73	56.793,56	160.000,00	125.000,00	130.000,00	281,72
6;3	0610	32		Materijalni rashodi	88.092,73	56.793,56	160.000,00	125.000,00	130.000,00	281,72
6;3	0610	323		Rashodi za usluge	88.092,73	56.793,56	160.000,00	125.000,00	130.000,00	281,72
A030102	1;3;6			Izgr., adapt. i održ. građev. objekata	6.699.903,52	3.843.933,36	1.470.000,00	2.310.000,00	5.200.000,00	38,24
1;3	0650	3		Rashodi poslovanja	2.586.948,48	1.445.765,62	920.000,00	200.000,00	200.000,00	63,63
1;3	0650	32		Materijalni rashodi	2.586.948,48	1.445.765,62	860.000,00	140.000,00	140.000,00	59,48
1;3	0650	323		Rashodi za usluge	2.586.948,48	1.445.765,62	860.000,00	140.000,00	140.000,00	59,48
1	0650	38		Ostali rashodi	0,00	0,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	0,00
1	0650	382		Kapitalne donacije	0,00	0,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	0,00
1;6	0650	4		Rashodi za nabavu nefinancijske i	4.112.955,04	2.398.167,74	550.000,00	2.110.000,00	5.000.000,00	22,93
1;6	0650	42		Rashodi za nabavu proizvedene dug	4.112.955,04	2.398.167,74	550.000,00	2.110.000,00	5.000.000,00	22,93
1;6	0650	421		Gravevinski objekti	4.112.955,04	2.398.167,74	250.000,00	2.110.000,00	5.000.000,00	10,42
1	0650	422		Postrojenja i oprema	0,00	0,00	300.000,00	0,00	0,00	0,00

PLAN PRIHODA I RASHODA - Posebni dio Plana za 2018. godinu

Pro gram	Izv. fin.	Funk. cija.	Ek. klas.	Naziv pozicije	Izvršenje 2016	Procjena za 2017	Proračun za 2018 god.	Projekcija za 2019	Projekcija za 2020	2018/ 2017
A030103	6;1			Sanac.i adapt.obj.spomeničke bašt	673.446,34	1.248.834,55	1.700.000,00	735.000,00	3.815.000,00	136,13
	6;1	0660	3	Rashodi poslovanja	673.446,34	1.248.834,55	1.700.000,00	735.000,00	3.815.000,00	136,13
	6;1	0660	32	Materijalni rashodi	673.446,34	1.248.834,55	1.700.000,00	735.000,00	3.815.000,00	136,13
	6;1	0660	323	Rashodi za usluge	673.446,34	1.248.834,55	1.700.000,00	735.000,00	3.815.000,00	136,13
A030104	6			Izgradnja sportskih objekata	46.250,00	0,00	250.000,00	1.200.000,00	1.000.000,00	0,00
	6	0810	4	Rashodi za nabavu nefinancijske i	46.250,00	0,00	250.000,00	1.200.000,00	1.000.000,00	0,00
	6	0810	42	Rashodi za nabavu proizvedene dug	46.250,00	0,00	250.000,00	1.200.000,00	1.000.000,00	0,00
	6	0810	421	Gradjevinski objekti	46.250,00	0,00	250.000,00	1.200.000,00	1.000.000,00	0,00
A030105	1			Nab.zemlj.za izgr.posl.i stamb.obje	7.752,00	0,00	150.000,00	100.000,00	100.000,00	0,00
	1	0490	4	Rashodi za nabavu nefinancijske i	7.752,00	0,00	150.000,00	100.000,00	100.000,00	0,00
	1	0490	41	Rashodi za nabavu proizvedene d	7.752,00	0,00	150.000,00	100.000,00	100.000,00	0,00
	1	0490	411	Materijalna imovina - prirodna bog	7.752,00	0,00	150.000,00	100.000,00	100.000,00	0,00
0302	1			Planovi, studije, projekti i podloge	713.088,50	563.094,78	1.020.000,00	510.000,00	495.000,00	181,14
A030201	1			Izrada planova, studija, projekata	713.088,50	563.094,78	1.020.000,00	510.000,00	495.000,00	181,14
	1	0490	3	Rashodi poslovanja	441.036,00	485.907,28	580.000,00	400.000,00	495.000,00	119,36
	1	0490	32	Materijalni rashodi	441.036,00	485.907,28	580.000,00	400.000,00	495.000,00	119,36
	1	0490	323	Rashodi za usluge	441.036,00	485.907,28	580.000,00	400.000,00	495.000,00	119,36
	1	0490	4	Rashodi za nabavu nefinancijske i	272.052,50	77.187,50	440.000,00	110.000,00	0,00	570,04
	1	0490	42	Rashodi za nabavu proizvedene dug	272.052,50	77.187,50	440.000,00	110.000,00	0,00	570,04
	1	0490	426	Nematerijalna proizvedena imovina	272.052,50	77.187,50	440.000,00	110.000,00	0,00	570,04
P04	3;1;6			Komunalna infrastruktura	5.599.859,41	13.499.811,48	10.614.500,00	16.905.000,00	4.212.000,00	78,63
0401	3;1			Održavanje komunalne infrastruk	2.945.532,15	3.098.400,07	2.902.500,00	2.660.000,00	3.035.000,00	93,68
A040101	3			Održ.čistoće-čišč.javnih površina	77.357,19	62.480,94	100.000,00	60.000,00	60.000,00	160,05
	3	0451	3	Rashodi poslovanja	77.357,19	62.480,94	100.000,00	60.000,00	60.000,00	160,05
	3	0451	32	Materijalni rashodi	77.357,19	62.480,94	100.000,00	60.000,00	60.000,00	160,05
	3	0451	323	Rashodi za usluge	77.357,19	62.480,94	100.000,00	60.000,00	60.000,00	160,05
A040102	3			Održavanje javnih površina	432.165,35	774.859,85	470.000,00	320.000,00	320.000,00	60,66
	3	0451	3	Rashodi poslovanja	432.165,35	774.859,85	470.000,00	320.000,00	320.000,00	60,66
	3	0451	32	Materijalni rashodi	432.165,35	774.859,85	470.000,00	320.000,00	320.000,00	60,66
	3	0451	323	Rashodi za usluge	432.165,35	774.859,85	470.000,00	320.000,00	320.000,00	60,66
A040103	3;1			Održavanje cesta i putova	1.416.186,71	739.610,25	810.000,00	1.040.000,00	1.610.000,00	109,52
	3;1	0451	3	Rashodi poslovanja	1.416.186,71	739.610,25	810.000,00	1.040.000,00	1.610.000,00	109,52
	3;1	0451	32	Materijalni rashodi	1.416.186,71	739.610,25	810.000,00	1.040.000,00	1.610.000,00	109,52
	3;1	0451	323	Rashodi za usluge	1.416.186,71	739.610,25	810.000,00	1.040.000,00	1.610.000,00	109,52
A040104	3			Održavanje groblja	9.199,59	17.315,00	200.000,00	20.000,00	20.000,00	1.155,07
	3	0451	3	Rashodi poslovanja	9.199,59	17.315,00	200.000,00	20.000,00	20.000,00	1.155,07
	3	0451	32	Materijalni rashodi	9.199,59	17.315,00	200.000,00	20.000,00	20.000,00	1.155,07
	3	0451	323	Rashodi za usluge	9.199,59	17.315,00	200.000,00	20.000,00	20.000,00	1.155,07

SLUŽBENO GLASILO OPĆINE KRŠAN

21. prosinca 2017.

Stranica 107 - Broj 18

PLAN PRIHODA I RASHODA - Posebni dio

Plana za 2018 godinu

Pro gram	Izv. fin.	Funk. cija.	Ek. klas.	Naziv pozicije	Izvršenje 2016	Procjena za 2017	Proračun za 2018 god.	Projekcija za 2019	Projekcija za 2020	2018/ 2017
A040105	3			Održavanje javne rasvjete	713.250,39	555.572,76	590.000,00	800.000,00	800.000,00	106,20
	3	0640	3	Rashodi poslovanja	713.250,39	555.572,76	590.000,00	800.000,00	800.000,00	106,20
	3	0640	32	Materijalni rashodi	713.250,39	555.572,76	590.000,00	800.000,00	800.000,00	106,20
	3	0640	322	Rashodi za materijal i energiju	445.686,23	363.844,15	360.000,00			98,94
	3	0640	323	Rashodi za usluge	267.564,16	191.728,61	230.000,00			119,96
A040106	3			Tek.održ.kom.infrastr.-komun.usl	177.425,41	599.100,65	225.000,00	225.000,00	225.000,00	37,56
	3	0490	3	Rashodi poslovanja	177.425,41	599.100,65	225.000,00	225.000,00	225.000,00	37,56
	3	0490	32	Materijalni rashodi	177.425,41	599.100,65	225.000,00	225.000,00	225.000,00	37,56
	3	0490	323	Rashodi za usluge	177.425,41	599.100,65	225.000,00	225.000,00	225.000,00	37,56
A040107	3			Odvodnja atmosferskih voda	119.947,51	349.460,62	507.500,00	195.000,00	0,00	145,22
	3	0490	3	Rashodi poslovanja	119.947,51	349.460,62	507.500,00	195.000,00	0,00	145,22
	3	0490	32	Materijalni rashodi	119.947,51	349.460,62	507.500,00	195.000,00	0,00	145,22
	3	0490	323	Rashodi za usluge	119.947,51	349.460,62	507.500,00	195.000,00	0,00	145,22
0403	6;3;1			Grad.objek.i uređ.kom.infrastrukt	2.654.327,26	10.401.411,41	7.712.000,00	14.245.000,00	1.177.000,00	74,14
K040301	6			Građenje javnih površina	596.853,38	9.945.616,13	6.610.000,00	3.745.000,00	20.000,00	66,46
	6	0650	4	Rashodi za nabavu nefinancijske i	596.853,38	9.945.616,13	6.610.000,00	3.745.000,00	20.000,00	66,46
	6	0650	42	Rashodi za nabavu proizvedene dug	596.853,38	9.945.616,13	6.610.000,00	3.745.000,00	20.000,00	66,46
	6	0650	421	Gradevinski objekti	596.853,38	9.945.616,13	6.610.000,00	3.745.000,00	20.000,00	66,46
K040302	3;1;6			Grad.obj.i uređ.za opskr.pitkom v	1.558.811,84	219.959,91	510.000,00	250.000,00	250.000,00	231,86
	3	0630	3	Rashodi poslovanja	0,00	0,00	10.000,00	100.000,00	100.000,00	0,00
	3	0630	38	Ostali rashodi	0,00	0,00	10.000,00	100.000,00	100.000,00	0,00
	3	0630	386	Kapitalne pomoći	0,00	0,00	10.000,00	100.000,00	100.000,00	0,00
	1;6	0630	4	Rashodi za nabavu nefinancijske i	1.558.811,84	219.959,91	500.000,00	150.000,00	150.000,00	227,31
	1;6	0630	42	Rashodi za nabavu proizvedene dug	1.558.811,84	219.959,91	500.000,00	150.000,00	150.000,00	227,31
	1;6	0630	421	Gradevinski objekti	1.558.811,84	219.959,91	500.000,00	150.000,00	150.000,00	227,31
K040304	3			Izgr.i invest.održ.javne rasvjete	130.537,37	110.506,63	200.000,00	200.000,00	200.000,00	180,98
	3	0640	4	Rashodi za nabavu nefinancijske i	130.537,37	110.506,63	200.000,00	200.000,00	200.000,00	180,98
	3	0640	42	Rashodi za nabavu proizvedene dug	130.537,37	110.506,63	200.000,00	200.000,00	200.000,00	180,98
	3	0640	421	Gradevinski objekti	130.537,37	110.506,63	200.000,00	200.000,00	200.000,00	180,98
K040305	3;1			Odlag.komunal.otpada (suf.odlaga	210.249,67	104.078,74	132.000,00	207.000,00	207.000,00	126,83
	3;1	0510	3	Rashodi poslovanja	210.249,67	104.078,74	132.000,00	207.000,00	207.000,00	126,83
	3;1	0510	38	Ostali rashodi	210.249,67	104.078,74	132.000,00	207.000,00	207.000,00	126,83
	3;1	0510	386	Kapitalne pomoći	210.249,67	104.078,74	132.000,00	207.000,00	207.000,00	126,83
A040307	1			Gradenje nerazvrstanih cesta	111.875,00	0,00	160.000,00	8.465.000,00	0,00	0,00
	1	0490	4	Rashodi za nabavu nefinancijske i	111.875,00	0,00	160.000,00	8.465.000,00	0,00	0,00
	1	0490	42	Rashodi za nabavu proizvedene dug	111.875,00	0,00	160.000,00	8.465.000,00	0,00	0,00
	1	0490	421	Gradevinski objekti	111.875,00	0,00	160.000,00	8.465.000,00	0,00	0,00
A040308	1			Gradenje (proširenje) groblja	46.000,00	21.250,00	100.000,00	1.378.000,00	500.000,00	470,59

PLAN PRIHODA I RASHODA - Posebni dio Plana za 2018. godinu

Pro gram	Izv. fin.	Funk cija	Ek. klas.	Naziv pozicije	Izvršenje 2016	Procjena za 2017	Proračun za 2018 god.	Projekcija za 2019	Projekcija za 2020	2018/ 2017
	I	0490	4	Rashodi za nabavu nefinancijske i	46.000,00	21.250,00	100.000,00	1.378.000,00	500.000,00	470,59
	I	0490	42	Rashodi za nabavu proizvedene dug	46.000,00	21.250,00	100.000,00	1.378.000,00	500.000,00	470,59
	I	0490	421	Gradjevinski objekti	46.000,00	21.250,00	100.000,00	1.378.000,00	500.000,00	470,59
P05	I			Programska djelatnost kulture	206.075,35	167.539,86	195.000,00	189.000,00	184.000,00	116,39
0501	I			Program javnih potreba u kulturi	206.075,35	167.539,86	195.000,00	189.000,00	184.000,00	116,39
A050101	I			Djel.kulturno-umjetničkih društav	206.075,35	167.539,86	195.000,00	189.000,00	184.000,00	116,39
	I	0820	3	Rashodi poslovanja	206.075,35	167.539,86	195.000,00	189.000,00	184.000,00	116,39
	I	0820	38	Ostali rashodi	206.075,35	167.539,86	195.000,00	189.000,00	184.000,00	116,39
	I	0820	381	Tekuće donacije	206.075,35	167.539,86	195.000,00	189.000,00	184.000,00	116,39
P06	I			Programska djelatnost sporta	742.121,00	588.596,59	670.000,00	682.000,00	682.000,00	113,83
0601	I			Program javnih potreba u sportu	742.121,00	588.596,59	670.000,00	682.000,00	682.000,00	113,83
A060101	I			Djelatnost sportskih klubova	742.121,00	588.596,59	670.000,00	682.000,00	682.000,00	113,83
	I	0810	3	Rashodi poslovanja	742.121,00	588.596,59	670.000,00	682.000,00	682.000,00	113,83
	I	0810	38	Ostali rashodi	742.121,00	588.596,59	670.000,00	682.000,00	682.000,00	113,83
	I	0810	381	Tekuće donacije	742.121,00	588.596,59	670.000,00	682.000,00	682.000,00	113,83
P07	I;3			Program socijalne skrbi	1.408.150,31	1.239.491,33	1.417.000,00	1.102.000,00	1.102.000,00	114,32
0701	I;3			Program socijalne skrbi	1.408.150,31	1.239.491,33	1.417.000,00	1.102.000,00	1.102.000,00	114,32
A070101	I;3			Pom.obiteljima i kućanstvima	1.327.496,56	1.160.491,33	1.307.000,00	1.020.000,00	1.020.000,00	112,62
	I;3	1040	3	Rashodi poslovanja	1.327.496,56	1.160.491,33	1.307.000,00	1.020.000,00	1.020.000,00	112,62
	I	1040	37	Naknade građanima i kućanstvima	1.310.496,56	1.125.491,33	1.257.000,00	990.000,00	990.000,00	111,68
	I	1040	372	Ostale naknade građanima i kućan	1.310.496,56	1.125.491,33	1.257.000,00	990.000,00	990.000,00	111,68
	3	1040	38	Ostali rashodi	17.000,00	35.000,00	50.000,00	30.000,00	30.000,00	142,86
	3	1040	383	Kazne, penali i naknade štete	17.000,00	35.000,00	50.000,00	30.000,00	30.000,00	142,86
A070102	I			Pom.invalidi i hendikep.osobama	25.653,75	13.500,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	222,22
	I	1012	3	Rashodi poslovanja	25.653,75	13.500,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	222,22
	I	1012	37	Naknade građanima i kućanstvima	25.653,75	13.500,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	222,22
	I	1012	372	Ostale naknade građanima i kućan	25.653,75	13.500,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	222,22
A070103	I			Sufinanc.humanitarnih organizaci	55.000,00	65.500,00	80.000,00	52.000,00	52.000,00	122,14
	I	1090	3	Rashodi poslovanja	55.000,00	65.500,00	80.000,00	52.000,00	52.000,00	122,14
	I	1090	37	Naknade građanima i kućanstvima	25.000,00	47.000,00	0,00	15.000,00	15.000,00	0,00
	I	1090	372	Ostale naknade građanima i kućan	25.000,00	47.000,00	0,00	15.000,00	15.000,00	0,00
	I	1090	38	Ostali rashodi	30.000,00	18.500,00	80.000,00	37.000,00	37.000,00	432,43
	I	1090	381	Tekuće donacije	30.000,00	18.500,00	80.000,00	37.000,00	37.000,00	432,43
P08	3;1			Program zdravstvene zaštite	227.416,28	214.401,82	259.000,00	295.000,00	295.000,00	120,80
0801	3;1			Program zdravstvene zaštite	227.416,28	214.401,82	259.000,00	295.000,00	295.000,00	120,80
A080101	3;1			Deratiz.i dezins.i zbrinjav.životinj	102.343,75	97.630,50	120.000,00	140.000,00	140.000,00	122,91
	3;1	0760	3	Rashodi poslovanja	102.343,75	97.630,50	120.000,00	140.000,00	140.000,00	122,91
	3;1	0760	32	Materijalni rashodi	102.343,75	97.630,50	120.000,00	140.000,00	140.000,00	122,91

SLUŽBENO GLASILO OPĆINE KRŠAN

21. prosinca 2017.

Stranica 109 - Broj 18

PLAN PRIHODA I RASHODA - Posebni dio Plana za 2018 godinu

Pro gram	Izv. fin. cija.	Funk. cija.	Ek. klas.	Naziv pozicije	Izvršenje 2016	Procjena za 2017	Proračun za 2018 god.	Projekcija za 2019	Projekcija za 2020	2018/2017
A080102	1	0760	323	Rashodi za usluge	102.343,75	97.630,50	120.000,00			122,91
				Suf. ekipe HMP i preventiv. pregl.	125.072,53	116.771,32	139.000,00	155.000,00	155.000,00	119,04
				Rashodi poslovanja	125.072,53	116.771,32	139.000,00	155.000,00	155.000,00	119,04
				Materijalni rashodi	38.905,53	31.049,57	45.000,00	55.000,00	55.000,00	144,93
				Rashodi za usluge	38.905,53	31.049,57	45.000,00			144,93
				Ostali rashodi	86.167,00	85.721,75	94.000,00	100.000,00	100.000,00	109,66
				Tekuce donacije	86.167,00	85.721,75	90.000,00			104,99
				Kapitalne donacije	0,00	0,00	4.000,00			0,00
P09	1			Sk. i ost. obrazov. i predšk. odgoj	1.740.379,71	1.815.624,79	3.417.700,00	3.586.500,00	3.459.500,00	188,24
0901	1			Sk. i ost. obrazov. i predšk. odgoj	1.740.379,71	1.815.624,79	3.417.700,00	3.586.500,00	3.459.500,00	188,24
A090101	1	0911	3	Predškolski odgoj	938.763,25	746.773,20	65.000,00	170.000,00	170.000,00	8,70
				Rashodi poslovanja	938.763,25	746.773,20	65.000,00	170.000,00	170.000,00	8,70
				Pomoći dane u inozemstvo i unutar	874.087,95	698.073,89	0,00	0,00	0,00	0,00
				Pomoći unutar općeg proračuna	874.087,95	698.073,89	0,00	0,00	0,00	0,00
				Naknade građanima i kućanstvima	49.675,30	41.199,31	50.000,00	50.000,00	50.000,00	121,36
				Ostale naknade građanima i kućan	49.675,30	41.199,31	50.000,00	50.000,00	50.000,00	121,36
				Ostali rashodi	15.000,00	7.500,00	15.000,00	20.000,00	20.000,00	200,00
				Tekuce donacije	15.000,00	7.500,00	15.000,00			200,00
A090102	1	0950	3	Skolsko i studentsko obrazovanje	801.616,46	734.445,81	780.000,00	600.000,00	600.000,00	106,20
				Rashodi poslovanja	801.616,46	734.445,81	780.000,00	600.000,00	600.000,00	106,20
				Naknade građanima i kućanstvima	475.500,00	493.450,00	500.000,00	500.000,00	500.000,00	101,33
				Ostale naknade građanima i kućan	475.500,00	493.450,00	500.000,00	500.000,00	500.000,00	101,33
				Ostali rashodi	326.116,46	240.995,81	280.000,00	100.000,00	100.000,00	116,18
				Tekuce donacije	326.116,46	240.995,81	280.000,00			116,18
A090103	1	0911	3	Dječji vrtić KOKKICA	0,00	334.405,78	2.572.700,00	2.816.500,00	2.689.500,00	769,33
				Rashodi poslovanja	0,00	334.405,78	2.437.700,00	2.666.500,00	2.676.500,00	728,96
				Rashodi za zaposlene	0,00	0,00	1.813.200,00	2.027.000,00	2.027.000,00	0,00
				Plaće (Bruto)	0,00	0,00	1.500.000,00			0,00
				Ostali rashodi za zaposlene	0,00	0,00	66.000,00			0,00
				Doprinosi na plaće	0,00	0,00	247.200,00			0,00
				Materijalni rashodi	0,00	0,00	620.500,00	639.500,00	648.500,00	0,00
				Naknade troškova zaposlenima	0,00	0,00	202.000,00			0,00
				Rashodi za materijal i energiju	0,00	0,00	324.000,00			0,00
				Rashodi za usluge	0,00	0,00	82.500,00			0,00
				Ostali nespomenuti rashodi poslova	0,00	0,00	12.000,00	0,00	1.000,00	0,00
				Financijski rashodi	0,00	0,00	4.000,00			0,00
				Ostali financijski rashodi	0,00	0,00	4.000,00			0,00
				Pomoći dane u inozemstvo i unutar	0,00	334.405,78	0,00	0,00	0,00	0,00

PLAN PRIHODA I RASHODA - Posebni dio Plana za 2018. godinu

Pro gram	Izv. fin.	Funk cija.	Ek. klas.	Naziv pozicije	Izvršenje 2016	Procjena za 2017	Proračun za 2018 god.	Projekcija za 2019	Projekcija za 2020	2018/ 2017
	I	0911	367	Prijem-prorač.kor.iz nadležnog pror.	0,00	334.405,78	0,00			0,00
	I	0911	4	Rashodi za nabavu nefinancijske i	0,00	0,00	135.000,00	150.000,00	13.000,00	0,00
	I	0911	42	Rashodi za nabavu proizvedene dug	0,00	0,00	135.000,00	150.000,00	13.000,00	0,00
	I	0911	422	Postrojenja i oprema	0,00	0,00	35.000,00			0,00
	I	0911	423	Prijevozna sredstva	0,00	0,00	100.000,00			0,00
P10	1			Gospodarstvo	570.434,17	466.000,07	790.520,00	1.579.000,00	749.000,00	169,64
1001	1			Razvoj poljoprivrede	251.430,13	209.446,80	275.520,00	239.000,00	239.000,00	131,55
A100101	1			Poticanje poljoprivrede	251.430,13	209.446,80	275.520,00	239.000,00	239.000,00	131,55
	I	0421	3	Rashodi poslovanja	251.430,13	209.446,80	275.520,00	239.000,00	239.000,00	131,55
	I	0421	32	Materijalni rashodi	56.878,07	54.136,91	55.520,00	30.000,00	30.000,00	102,55
	I	0421	329	Ostali nespomenuti rashodi poslova	56.878,07	54.136,91	55.520,00			102,55
	I	0421	38	Ostali rashodi	194.552,06	155.309,89	220.000,00	209.000,00	209.000,00	141,65
	I	0421	381	Tekuće donacije	194.552,06	155.309,89	220.000,00			141,65
1002	1			Razvoj turizma	310.585,00	256.553,27	515.000,00	1.320.000,00	490.000,00	200,74
A100201	1			Poticanje turizma	310.585,00	256.553,27	515.000,00	1.320.000,00	490.000,00	200,74
	I	0473	3	Rashodi poslovanja	310.585,00	256.553,27	515.000,00	1.320.000,00	490.000,00	200,74
	I	0473	38	Ostali rashodi	310.585,00	256.553,27	515.000,00	1.320.000,00	490.000,00	200,74
	I	0473	381	Tekuće donacije	310.585,00	256.553,27	515.000,00			200,74
1003	1			Razvoj poduzetništva	8.419,04	0,00	0,00	20.000,00	20.000,00	0,00
A100301	1			Razvoj poduzetništva	8.419,04	0,00	0,00	20.000,00	20.000,00	0,00
	I	0490	3	Rashodi poslovanja	8.419,04	0,00	0,00	20.000,00	20.000,00	0,00
	I	0490	38	Ostali rashodi	8.419,04	0,00	0,00	20.000,00	20.000,00	0,00
	I	0490	381	Tekuće donacije	8.419,04	0,00	0,00			0,00
P11	1			Progr.poticaja humanit.i ost.udrug	65.974,40	47.702,40	55.000,00	73.000,00	73.000,00	115,30
1101	1			Tek.don. udrug.i ost. neprof.organiz	65.974,40	47.702,40	55.000,00	73.000,00	73.000,00	115,30
A110101	1			Tek.donacije udr.i ost.nepr.organiz	65.974,40	47.702,40	55.000,00	73.000,00	73.000,00	115,30
	I	0860	3	Rashodi poslovanja	65.974,40	47.702,40	55.000,00	73.000,00	73.000,00	115,30
	I	0860	38	Ostali rashodi	65.974,40	47.702,40	55.000,00	73.000,00	73.000,00	115,30
	I	0860	381	Tekuće donacije	65.974,40	47.702,40	55.000,00			115,30
P12	1			Vatrogasvo i civilna zaštita	798.638,47	726.231,13	816.000,00	847.000,00	777.000,00	112,36
1201	1			Zaštita od požara i civilna zaštita	798.638,47	726.231,13	816.000,00	847.000,00	777.000,00	112,36
A120101	1			Sufinanciranje djelatnosti JVP	607.080,04	646.231,13	600.000,00	650.000,00	580.000,00	92,85
	I	0320	3	Rashodi poslovanja	607.080,04	646.231,13	600.000,00	650.000,00	580.000,00	92,85
	I	0320	36	Pomoći dane u inozemstvo i unutar	607.080,04	646.231,13	600.000,00	650.000,00	580.000,00	92,85
	I	0320	363	Pomoći unutar općeg proračuna	607.080,04	646.231,13	600.000,00	650.000,00	580.000,00	92,85
A120102	1			Sufinan.djelatn.PVZ i DVD Kršan	170.221,84	70.000,00	184.000,00	165.000,00	165.000,00	262,86
	I	0320	3	Rashodi poslovanja	170.221,84	70.000,00	184.000,00	165.000,00	165.000,00	262,86
	I	0320	38	Ostali rashodi	170.221,84	70.000,00	184.000,00	165.000,00	165.000,00	262,86

PLAN PRIHODA I RASHODA - Posebni dio

Plana za 2018 godinu

Pro gram	Lzv. fin.	Funk. cilj.	Ek. klas.	Naziv pozicije	Izvršenje 2016	Procjena za 2017	Proračun za 2018 god.	Projekcija za 2019	Projekcija za 2020	2018/ 2017
A120103	1	0320	381	Tekuće donacije	170.221,84	70.000,00	184.000,00			262,86
				Civilna zaštita i spašavanje	21.336,59	10.000,00	32.000,00	32.000,00	32.000,00	320,00
				Rashodi poslovanja	21.336,59	10.000,00	32.000,00	32.000,00	32.000,00	320,00
				Ostali rashodi	21.336,59	10.000,00	32.000,00	32.000,00	32.000,00	320,00
				Tekuće donacije	21.336,59	10.000,00	32.000,00			320,00
P13	1			Pomoć nacionalnim manjinama	30.461,11	14.914,84	25.000,00	0,00	0,00	167,62
1301	1			Rashodi za nac. manjinu Bošnjaka	30.461,11	14.914,84	25.000,00	0,00	0,00	167,62
A130101	1			Rashodi za nac. manjinu Bošnjaka	30.461,11	14.914,84	25.000,00	0,00	0,00	167,62
				Rashodi poslovanja	30.461,11	14.914,84	25.000,00	0,00	0,00	167,62
				Materijalni rashodi	30.461,11	14.914,84	25.000,00	0,00	0,00	167,62
				Ostali nespomenuti rashodi poslova	30.461,11	14.914,84	25.000,00			167,62
P14	6;1			Javni rad	37.940,12	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1401	6;1			Javni rad-skrb o starima i nemoćn	37.940,12	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
A140101	6;1			Javni rad-skrb o starima i nemoćn	37.940,12	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
				Rashodi poslovanja	37.940,12	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
				Rashodi za zaposlene	31.753,12	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
				Plaće (Bruto)	24.960,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
				Ostali rashodi za zaposlene	2.500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
				Doprinosi na plaće	4.293,12	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
				Materijalni rashodi	6.187,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
				Naknade troškova zaposlenima	6.187,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UKUPNI RASHODI I IZDACI (KLASA 3+4+5)					25.875.853,19	29.818.495,53	27.955.220,00	35.526.000,00	27.781.000,00	93,75

76.

Na temelju članka 14. stavka 1. Zakona o proračunu (Narodne novine broj 87/08, 136/12 i 15/15), te članka 19. Statuta Općine Kršan (Službeno glasilo Općine Kršan br.06/09 i 05/13), Općinsko vijeće Općine Kršan, na sjednici održanoj dana 19. prosinca 2017. godine donosi

O D L U K U
o izvršavanju Proračuna Općine Kršan
za 2018. godinu

I. OPĆE ODREDBE

Članak 1.

Ovom se Odlukom uređuje struktura prihoda i primitaka te rashoda i izdataka Proračuna Općine Kršan za 2018. godinu (u daljem tekstu Proračun), njegovo izvršavanje, opseg zaduživanja i jamstava Općine Kršan, upravljanje javnim dugom te financijskom i nefinancijskom imovinom, prava i obveze korisnika proračunskih sredstava, pojedine ovlasti načelnika Općine Kršan, te druga pitanja u svezi s izvršavanjem Proračuna.

Članak 2.

Proračun se donosi i izvršava u skladu s načelima jedinstva i točnosti proračuna, jedne godine, uravnoteženosti, obračunske jedinice, univerzalnosti, specifikacije, dobrog financijskog upravljanja i transparentnosti.

II. SADRŽAJ PRORAČUNA

Članak 3.

Proračun se sastoji od općeg i posebnog dijela, te plana razvojnih programa.

Opći dio proračuna čini:

- A. Račun prihoda i rashoda** u kojem su iskazani svi prihodi od poslovanja i prihodi od prodaje nefinancijske imovine i svi tekući rashodi poslovanja i rashodi za nabavu nefinancijske imovine
- B. Račun zaduživanja/financiranja** u kojem su iskazani svi primici od financijske imovine i zaduživanja i svi izdaci vezani za financijsku imovinu i otplatu kredita i zajmova.
- C. Raspoloživa sredstva iz prethodnih godina** (višak prihoda ili manjak prihoda)

Posebni dio – čini plan rashoda i izdataka iskazanih po organizacijskoj, ekonomskoj, funkcijskoj, lokacijskoj i programskoj klasifikaciji,

raspoređenih u programe koji se sastoje od aktivnosti i projekata, kao i izvorima financiranja.

Plan razvojnih programa po godinama – čine planovi razvojnih programa za nefinancijsku imovinu (investicije), kapitalne pomoći i donacije, utvrđeni dokumentima o srednjoročnim, odnosno dugoročnim planovima razvitka, posebnim zakonima, drugim propisima ili općim aktima, a planirani po godinama u kojima će rashodi za programe teretiti proračune sljedećih godina i po izvorima prihoda za cjelovitu izvedbu programa.

III. IZVRŠAVANJE PRORAČUNA

Članak 4.

Odsjek za financije i računovodstvo u Jedinstvenom upravnom odjelu, izvršava Proračun na temelju naloga Općinskog načelnika i o tome ge redovno izvještava.

Za zakonito i pravilno planiranje i izvršavanje proračuna, odnosno za potpunu i pravodobnu naplatu prihoda i primitaka, kao i za izvršavanje svih rashoda i izdataka u skladu s namjenama odgovoran je Općinski načelnik.

Članak 5.

Samo naplaćeni prihodi u kalendarskoj godini priznaju se kao prihodi Proračuna za 2018. godinu. Rashodi za koje je nastala obveza u 2018. godini, rashodi su Proračuna za 2018. godinu, neovisno o plaćanju.

Prihodi i primici proračuna ubiru se i uplaćuju u proračun u skladu sa zakonom ili drugim propisima, neovisno o visini iznosa planiranih u proračunu.

Pogrešno ili više uplaćeni prihodi u Proračun, vraćaju se uplatiteljima na teret tih prihoda. Pogrešno ili više uplaćeni prihodi u proračune prethodnih godina, vraćaju se uplatiteljima na teret rashoda Proračuna tekuće godine.

Članak 6.

Proračunska sredstva koristit će se samo za namjene utvrđene u Proračunu. Rashodi i izdaci realiziraju se do iznosa planiranih proračunom.

Po načelu univerzalnost, prihodi i primici služe za podmirivanje svih rashoda i izdataka, osim ako zakonskim propisima, odnosno Odlukom o izvršavanju proračuna nije drugačije propisano.

Za financiranje određenih rashoda i izdataka koriste se namjenski prihodi i primici, a to su pomoći, donacije, prihodi za posebne namjene, prihodi od prodaje ili zamjene imovine u vlasništvu općine,

naknade s naslova osiguranja i namjenski primici od zaduživanja i prodaje dionica i udjela.

Ukoliko za podmirenje rashoda iz stavka 1. ovog članka, prihodi i primici nisu dostatni, isti će se podmirivati na teret ostalih – nenamjenskih proračunskih prihoda.

Iznimno od stavka 3. ovog članka, otplate glavnica i kamata od zaduživanja i danih jamstava mogu se izvršavati u iznosima iznad planiranih.

Namjenski prihodi i primici koji nisu iskorišteni u prethodnoj godini prenose se u proračun za tekuću proračunsku godinu.

Članak 7.

Ako tijekom godine dođe do znatnije neusklađenosti planiranih prihoda i primitaka i rashoda i izdataka Proračuna, Općinski načelnik će predložiti Općinskom vijeću da donese Izmjene i dopune Proračuna radi uravnoteženja, odnosno preraspodjele sredstava.

Iznimno, ako se preraspodjela ne izvrši u skladu sa stavkom 1. ovoga članka, preraspodjela sredstava na proračunskim stavkama može se izvršiti najviše do 5% rashoda i izdataka na proračunskoj stavci koja se umanjuje, uz odobrenje Općinskog načelnika.

Proračunska sredstva ne mogu se preraspodijeliti između Računa prihoda i rashoda i Računa financiranja.

Općinski načelnik o preraspodjelama izvještava Općinsko vijeće prilikom donošenja izmjena i dopuna Proračuna, odnosno u polugodišnjem i godišnjem izvještaju o izvršenju proračuna.

IV. UPRAVLJANJE FINANCIJSKOM I NEFINANCIJSKOM IMOVINOM

Članak 8.

Proračun se izvršava u skladu s raspoloživim sredstvima i dospjelim obvezama, odnosno korištenje proračunskih sredstava ovisi o visini i dinamici ostvarenja prihoda. Ako se prihodi i primici Proračuna ne naplaćuju u planiranim svotama i planiranoj dinamici tijekom godine, prednost u podmirivanju obveza Proračuna imaju rashodi i izdaci za redovnu djelatnost Općine Kršan.

Članak 9.

Svaki rashod i izdatak iz Proračuna mora se temeljiti na vjerodostojnoj knjigovodstvenoj ispravi kojom se dokazuje obveza plaćanja.

Plaćanje predujma moguće je samo iznimno, na temelju odobrenja načelnika Općine Kršan.

Članak 10.

Ako aktivnosti i projekti za koje su sredstva osigurana u proračunu 2018. godine nisu izvršeni do visine utvrđene Proračunom, mogu se izvršavati u sljedećoj godini na način da se neizvršena razlika do visine utvrđene Proračunom, prikaže kao obveza.

Članak 11.

Raspoloživim novčanim sredstvima na računu Proračuna u skladu sa zakonskim propisima upravlja Općinski načelnik.

Novčana sredstva iz stavka 1. ovoga članka mogu se polagati u Hrvatsku narodnu banku, poslovnu banku te ulagati u državne vrijednosne papire, poštujući načela sigurnosti, likvidnosti i isplativosti ulaganja.

Općinsko vijeće može, na prijedlog Općinskog načelnika, odlučiti o kupnji dionica ili udjela u trgovačkom društvu, ako su za kupnju osigurana sredstva u Proračunu i ako se time štiti javni interes, odnosno interes Općine Kršan.

Aktivnosti i projekti financirani iz sredstava Europske unije, te kapitalni projekti, koji nisu izvršeni do kraja 2017. godine, mogu se prenijeti i izvršavati u 2018. godini, pod uvjetom da su proračunska sredstva, koja su za njihovu provedbu bila osigurana u Proračunu za 2017. godinu, na kraju 2017. godine ostala neizvršena ili izvršena u iznosu manjem od planiranog.

Članak 12.

Općina Kršan može se kratkoročno zadužiti samo za premošćivanje jaza nastalog zbog različite dinamike priljeva sredstava i dospjeća obveza, i to najduže do 12 mjeseci, bez mogućnosti daljnjeg reprograma ili zatvaranja postojećih obveza po kratkoročnim kreditima ili zajmovima uzimanjem novih kratkoročnih kredita ili zajmova.

Općina Kršan može se dugoročno zadužiti samo za investiciju koja je planirana i financira se iz njezina Proračuna, sukladno zakonskim propisima.

Odluku o dugoročnom zaduživanju Općine donosi Općinsko vijeće, temeljem koje Općinski načelnik sklapa ugovor.

Članak 13.

Općinski načelnik može otpisati ili djelomično otpisati potraživanja ukoliko bi troškovi postupka naplate potraživanja bili u neisplativi s obzirom na visinu potraživanja, ili iz nekih drugih opravdanih razloga.

Općinski načelnik može na zahtjev dužnika, uz primjereno osiguranje i kamate, odgoditi plaćanje ili odobriti obročnu otplatu duga, ako se time poboljšavaju dužnikove mogućnosti otplate duga od kojega inače ne bi bilo moguće naplatiti cjelokupan dug.

Članak 14.

Općinski načelnik upravlja nefinancijskom imovinom brigom dobrog gospodara, sukladno općim aktima Općine Kršan.

Upravljanje imovinom iz stavka 1. ovog članka podrazumijeva njezino korištenje, održavanje i davanje u zakup.

Članak 15.

Općinski načelnik odlučuje o stjecanju i otuđivanju pokretnina i nekretnina u vlasništvu Općine Kršan, čija pojedinačna vrijednost ne prelazi 0,5% iznosa prihoda bez primitaka ostvarenih u godini koja prethodi godini u kojoj se odlučuje o stjecanju i otuđivanju pokretnina i nekretnina, te ako je stjecanje i otuđivanje pokretnina i nekretnina planirano u proračunu, a stjecanje i otuđivanje pokretnina i nekretnina provedeno u skladu sa zakonskim propisima.

U slučaju da vrijednost pokretnine i nekretnine iz stavka 1. ovoga članka prelazi 0,5% iznosa prihoda bez primitaka ostvarenih u godini koja prethodi godini u kojoj se odlučuje o stjecanju i otuđivanju pokretnina i nekretnina, odluku o stjecanju i otuđivanju pokretnina i nekretnina donosi Općinsko vijeće Općine Kršan.

Članak 16.

Općina Kršan kao javni naručitelj obveznik je primjene Zakona o javnoj nabavi, što znači da se postupak nabave roba, usluga i ustupanje radova mora provoditi sukladno navedenom Zakonu i drugim propisima koji reguliraju postupak nabave roba, usluga i ustupanja radova.

V. KORISNICI PRORAČUNSKIH SREDSTAVA

Članak 17.

Sredstva za rashode i izdatke osiguravaju se u Proračunu za:

- programe, projekte i aktivnosti općinskih tijela
- ostale korisnike proračunskih sredstava po pojedinim programima, projektima i aktivnostima
- općinske proračunske korisnike: Dječji vrtić Kockica, i Vijeće bošnjačke nacionalne manjine

Članak 18.

Općina Kršan u svom djelokrugu ima dva proračunska korisnika:

-Vijeće bošnjačke nacionalne manjine, koje djeluje u okviru Općine Kršan i nema svoj zasebni račun, temeljem čega su aktivnosti prikazane u

proračunu Općine Kršan, te ne mora sastavljati zasebne izvještaje i

- Dječji vrtić Kockica – čiji je osnivač Općina Kršan i koji za sada posluje preko vlastitog računa.

Proračunski korisnici obvezno primjenjuju odredbe Zakona o proračunu i ove Odluke koje se odnose na izradu financijskih planova, upravljanja novčanim sredstvima, zaduživanje i davanje jamstva, izvještavanje te nadzor nad poslovanjem i korištenjem proračunskih sredstava te zakonske odredbe o proračunskom računovodstvu.

U konsolidiranim financijskim izvještajima i planu proračuna Općine Kršan, iskazuju se svi prihodi i rashodi proračunskog korisnika.

Financijski planovi proračunskih korisnika dostavljaju se JUO Odsjeku za financije i računovodstvo do 30. rujna 2017. godine.

Proračunski korisnik u financijskom planu treba iskazati sve svoje prihode i rashode bez obzira na moguće uplate dijela prihoda korisnika u proračun Općine Kršan ili podmirivanje dijela rashoda korisnika izravno s računa proračuna. Financijski plan proračunskog korisnika treba biti uravnotežen.

Ukoliko tijekom poslovne godine nepredviđene okolnosti dovedu do neplaniranih ostvarenja prihoda te rashoda proračunskih sredstava, a koje su vezane uz financiranje nadležnog proračuna, izmjenama se može pristupiti samo uz suglasnost Općine Kršan i usklađenje sa Proračunom iste.

Članak 19.

Nakon donošenja Proračuna, Upravni odjel Općine Kršan obavezan je izvjestiti korisnike proračunskih sredstava o odobrenim sredstvima.

Korisnici proračunskih sredstava obvezni su izraditi godišnje izvješće o načinu trošenja proračunskih sredstava i dostaviti ga Općinskom načelniku.

Ukoliko se utvrdi da su sredstva bila nenamjenski korištena Općinski načelnik može poduzeti mjere za naknadu tako utrošenih sredstava ili obustaviti daljnju isplatu sredstava.

Korisnici proračunskih sredstava obvezni su izraditi godišnji izvještaj o poslovanju i dostaviti ga Upravnom odjelu.

Upravni odjel Općine ima pravo nadzora nad financijskim, materijalnim i računovodstvenim poslovanjem korisnika proračunskih sredstava, te nad zakonitošću i svrsishodnom uporabom proračunskih sredstava.

Sredstva za pokroviteljstva te za aktivnosti i projekte koja se izvršavaju kao subvencije, donacije i pomoći pojedinom korisniku, raspoređuje Općinski načelnik ako krajnji korisnik nije utvrđen u Posebnom dijelu Proračuna, programu javnih potreba ili nekom drugom aktu.

VI. IZVJEŠTAVANJE O IZVRŠENJU PRORAČUNA

Članak 20.

Polugodišnji izvještaj o izvršenju Proračuna dostavlja se Općinskom načelniku do 5. rujna tekuće godine. Općinski načelnik podnosi Općinskom vijeću, na donošenje polugodišnji izvještaj o izvršenju Proračuna do 15. rujna tekuće godine.

Godišnji izvještaj o izvršenju Proračuna dostavlja se Općinskom načelniku do 1. svibnja tekuće godine za prethodnu godinu. Općinski načelnik podnosi Općinskom vijeću na donošenje godišnji izvještaj o izvršenju Proračuna do 1. lipnja tekuće godine za prethodnu godinu.

Općinski načelnik dostavlja godišnji obračun Proračuna Ministarstvu financija i Državnom uredu za reviziju u roku od 15 dana nakon što ga usvoji Općinsko vijeće.

Članak 21.

Ova će se Odluka objaviti u Službenom glasilu Općine Kršan i stupa na snagu 01. siječnja 2018. godine.

OPĆINSKO VIJEĆE OPĆINE KRŠAN

KLASA: 021-05/17-01/12
URBROJ: 2144/04-05-17-14
Kršan, 19. prosinca 2017.

Predsjednik
Općinskog vijeća

Zdravko Vidak, v.r.

77.

Na temelju članka 33. Zakona o proračunu (Narodne novine broj 87/08 i 136/12), te članka 19. Statuta Općine Kršan (Službeno glasilo Općine Kršan br. 06/09, 05/13 i 15/15), Općinsko vijeće Općine Kršan je na sjednici održanoj dana 19. prosinca 2017. godine donijelo

ODLUKU

o prihvatanju Plana razvojnih programa - investicije Općine Kršan za 2018. i projekcije za 2019. i 2020. godinu

1. Prihvaća se Plan razvojnih programa za slijedeće investicije:
 - Gospodarska zona Kršan
 - Šetnica Plomin Luka-Brestova
 - Obnova i revitalizacija Starog Grada Kršan

- Izgradnja sportske dvorane Potpićan
- Izgradnja priveza čamaca Plomin Luka
- Izgradnja Doma za umirovljenike
- Izgradnja nerazvrstane ceste - prilaz Načinovići
- Sufinanciranje izgradnje opće bolnice Pula
- Sufinanciranje izgradnje komunalnog odlagališta Kaštijun
- Proširenje groblja Kršan
- Izgradnja sustava oborinske odvodnje u Potpićnu
- Financiranje Eko-muzeja Vlaški puti

2. Plan iz toč.1, prikazan je u tablici naslova Plan razvojnih programa Općine Kršan za razdoblje od 2018. do 2020. godine, a koja je sastavni dio ove Odluke.

OPĆINSKO VIJEĆE OPĆINE KRŠAN

KLASA: 021-05/17-01/12
URBROJ: 2144/04-05-17-15
Kršan, 19. prosinca 2017.

Predsjednik
Općinskog vijeća

Zdravko Vidak, v.r.

SLUŽBENO GLASILO OPĆINE KRŠAN

Stranica 116 - Broj 18

21. prosinca 2017.

PLAN RAZVOJNIH PROGRAMA OPĆINE KRŠAN ZA RAZDOBLJE OD 2018. DO 2020. GODINE

Ek. Klasif.	Cilj	Program u proračunu		Način ostvarenja cilja	Aktivnost-injera/projekt	Sredstva u kn			Pokazatelji rezultata	Ciljana vrijednost			
		Oznaka	Naziv			Ukupna vrijednost	Projekcija 2018.	Projekcija 2019.		Projekcija 2020.	2017.	2018.	2019.
4214901	Opći cilj projekta je doprinos razvoju i unapređenju konkurentnosti malog i srednjeg poduzetništva i agropoduzetništva te povećanje zaposlenosti u Općini Kršan i cijelom kršanskom kraju	P04	Komunalna infrastruktura	Izgradnjom odgovarajuće infrastrukture	A040307	Gospodarska zona Kršan (Izgradnja infrastrukture poslovne zone Kršan)	12.000.000,00	100.000,00	2.000.000,00	7.800.000,00	90.000,00		
4213101	Cilj ovog projekta je obogaćanje sadašnje lokalne turističke ponude i oživljavanje prostora u plomun Luci	P04	Komunalna infrastruktura	Izgradnjom odgovarajuće infrastrukture	K040301	Šetnica Plomun Luka – Brestova	7.000.000,00	100.000,00	2.275.000,00	3.000.000,00	1.625.000,00		
3232107	Obnova i revitalizacija Starog grada Kršana, s ciljem poboljšanja kvalitete života u Općini Kršan i stvaranju uvjeta za razvoj ruralnog turizma na ovo prostorna, odnosno integrirane ruralne turističke destinacije i svih turističkih potencijala kršanskog kraja u jedan integrirani proizvod	P03	Izgradnja poslovnih i stambenih i ostalih objekata	Obnova i restauracija Starog grada Kršana	A030104	Obnova i revitalizacija Starog grada Kršana	20.000.000,00	700.000,00	700.000,00	3.000.000,00	3.510.000,00		
421260	Omogućiti širenje sportskih aktivnosti	P03	Izgradnja poslovnih i stambenih i ostalih objekata	Povećanje sportskih kapaciteta	A030104	Izgradnja sportske dvorane u Popicnu	4.000.000,00	250.000,00	1.200.000,00	1.200.000,00	100.000,00		
4214903	Razvoj naselja, društvene, prometne i komunalne infrastrukture	P04	Komunalna infrastruktura	Izgradnjom odgovarajuće infrastrukture	K040305	Izgradnja priveza čamaca Plomun Luka	14.700.000,00	6.000.000,00	0,00	0,00	8.700.000,00		
421220	Poboljšanje kvalitete života ciljnih/agroženih skupina - osoba s invaliditetom, starih i nemoćnih osoba	P03	Izgradnja poslovnih i stambenih i ostalih objekata	Izgradnjom adekvatnog prostora	A030102	Izgradnja doma za umirovljenike	12.000.000,00	250.000,00	2.110.000,00	2.000.000,00	290.000,00		
4213102	Razvoj naselja, društvene, prometne i komunalne infrastrukture	P04	Komunalna infrastruktura	Izgradnjom odgovarajuće infrastrukture	K040301	Izgradnja nerazvrstane ceste - prilaz Nječnovići	1.085.000,00	100.000,00	900.000,00	0,00	85.000,00		
42141312	Razvoj naselja, društvene, prometne i komunalne infrastrukture	P04	Komunalna infrastruktura	Izgradnjom odgovarajuće infrastrukture	K040302	Izgr.vodopost r. Sustava Kamjenjani-Kušari	2.200.000,00	0,00	0,00	0,00	135.000,00		

SLUŽBENO GLASILO OPĆINE KRŠAN

21. prosinca 2017.

Stranica 117 - Broj 18

PLAN RAZVOJNIH PROGRAMA OPĆINE KRŠAN ZA RAZDOBLJE OD 2018. DO 2020. GODINE

Ekonom. Klasif.	Cilj	Program u proračunu		Način ostvarenja cilja	Aktivnost-inicijativ/projekt		Sredstva u kn				Pokazatelj rezultata	Ciljana vrijednost		
		Oznaka	Naziv		Oznaka	Naziv	Ukupna vrijednost	Projekcija 2018.	Projekcija 2019.	Projekcija 2020.		2017.	2018.	2019.
382110	Poticanje zdravijeg načina života i unapređenje zdravstvene zaštite	P04	Komunalna infrastruktura	Izgradnjom odgovarajuće infrastrukture	K040305	Sufinanciranje izgradnje opće bolnice Pula	11.330.000,00	0,00	60.000,00	60.000,00	Mogućnost liječenja većeg broja bolesnika	0,00		
386122	Jačanje komunalne infrastrukture	P04	Komunalna infrastruktura	Izgradnjom odgovarajuće infrastrukture	K040302	Sufinanciranje izgradnje komunalnog odlagališta Kaštjun	1.300.000,00	57.000,00	57.000,00	57.000,00	Povećanje broja prostornih metara odveženog otpada	57.000,00		
4214904	Održiv sustav groblja	P04	Komunalna infrastruktura	Izgradnjom odgovarajuće infrastrukture	K040308	Proširenje groblja Kršan	1.400.000,00	0,00	1.000.000,00	400.000,00	Osiguranje grobnih mjesta za ukope	22.000,00		
3234936	Održavanje odvodnje obornih voda	P04	Komunalna infrastruktura	Izgradnjom odgovarajuće infrastrukture	A040107	Izgradnja sustava obornike odvodnje u Potpićnu	650.000,00	100.000,00	0,00	0,00	Poboljšanje sustava odvodnje u mjestu	550.000,00		
38119123	Promicanje održivog korištenja prirodne baštine u nacionalnim parkovima i parkovima prirode	P10	Poticanje turizma	Projekt uređenja i opremanja "Ekornuzej - Vlački put" - partner Park prirode Učka	A100201	Fin Eko muzeja Vlački puti	1.475.000,00	205.000,00	1.050.000,00	220.000,00	Unaprijeđenje posjetiteljske infrastrukture	0,00		
Ukupno investicije u razvojne programe							89.140.000,00	7.862.000,00	11.352.000,00	17.737.000,00		15.164.000,00		

78.

Na temelju članka 19. Statuta Općine Kršan (Službeno glasilo Općine Kršan br. 06/09, 05/13.), članka 11 .st.5. Odluke o gospodarenju nekretninama u vlasništvu Općine Kršan (Službeno glasilo Općine Kršan br. 7/09., 8/14. i 14/16.), Općinsko vijeće Općine Kršan dana 19. prosinca 2017. godine donosi

ODLUKU
o prodaji nekretnine

1. Općina Kršan prodaje **Brenčić Edeu, Plomin 67, 52234 Plomin, OIB 19319962341**, kao jedinom i najpovoljnijem ponuđaču, nekretninu označenu kao k.č. br. 110/1 ZGR, upisana u z.k.ul. 13 u k.o. Plomin, vlasništvo Općine Kršan u cjelini, nekretnina se nalazi u naselju Plomin.

2. Sukladno uvjetima natječaja, nekretnina se prodaje u zatečenom stanju, te Općina Kršan ne preuzima prema kupcu ili bilo kojoj trećoj osobi obvezu daljnjeg rješavanja imovinsko-pravnih pitanja, kao ni pristupa na javno-prometnu površinu za bilo koju nekretninu koja je predmet kupoprodajnog ugovora.

3. Za nekretninu iz toč.1. ove odluke kupac **Brenčić Edeo, Plomin 67, 52234 Plomin** dužan je platiti Općini Kršan kupoprodajnu cijenu nekretnine postignutu na javnom natječaju (**16.250,00 kn**) umanjenu za jamčevinu od **1.620,00 kn** koju je kao ponuđač za istu uplatio, tj. dužan je uplatiti ukupan **iznos od 14.630,00 kn** na žiro-račun Općine Kršan, IBAN HR9124020061821700003, model HR68, s pozivom na broj: 7757 – OIB.

4. Osim kupoprodajne cijene iz toč. 3. ove odluke, kupac **Brenčić Edeu** dužan je Općini Kršan platiti **u roku 30 dana od dana prijema ove odluke** i troškove vezane za objavu natječaja i procjenu nekretnine i to iznos u visini od **1.175,00 kn**. Ove troškove je imenovani dužan uplatiti na žiro-račun Općine Kršan, IBAN HR9124020061821700003, model HR68, s pozivom na broj: 7706 – OIB.

5. Nakon uplate cjelokupnog iznosa kupoprodajne cijene iz toč. 3. kao i troškova iz toč. 4., kupac **Brenčić Edeo** može pristupiti sklapanju kupoprodajnog ugovora, nakon čega stječe pravo uknjižbe vlasništva nad nekretninom.

6. U slučaju neispunjenja obveze iz toč. 3. i 4. ove odluke, Općina Kršan zadržava uplaćenu jamčevinu na ime pokrića troškova vezanih za provođenje natječaja, te neće sklopiti kupoprodajni ugovor, odnosno neće dozvoliti uknjižbu prava vlasništva imenovanog nad nekretninom.

7. Na temelju ove Odluke Općinski načelnik Općine Kršan sklopit će u ime Općine Kršan, kao

prodavatelja, s kupcem ugovor o kupoprodaji nekretnine iz toč.1. ove Odluke.

8. Ova Odluka stupa na snagu danom donošenja, a objavit će se u Službenom glasilu Općine Kršan.

OPĆINSKO VIJEĆE OPĆINE KRŠAN

KLASA: 021-05/17-01/12
URBROJ: 2144/04-05-17-16
Kršan, 19. prosinca 2017.

Predsjednik
Općinskog vijeća

Zdravko Vidak, v.r.

79.

Na temelju članka 19. Statuta Općine Kršan (Službeno glasilo Općine Kršan br. 06/09, 05/13.), članka 11 .st.5. Odluke o gospodarenju nekretninama u vlasništvu Općine Kršan (Službeno glasilo Općine Kršan br. 7/09., 8/14. i 14/16.), Općinsko vijeće Općine Kršan dana 19. prosinca 2017. godine donosi

ODLUKU
o prodaji nekretnine

1. Općina Kršan prodaje **Faraguna Boneta Vanesi, Vozilići 19, 52234 Plomin, OIB 52255062034**, kao jedinom i najpovoljnijem ponuđaču, nekretninu označenu kao k.č. br. 1998/1, upisana u z.k.ul. 1820 k.o. Plomin, vlasništvo Općine Kršan u cjelini, nekretnina se nalazi u naselju Vozilići.

2. Sukladno uvjetima natječaja, nekretnina se prodaje u zatečenom stanju, te Općina Kršan ne preuzima prema kupcu ili bilo kojoj trećoj osobi obvezu daljnjeg rješavanja imovinsko-pravnih pitanja, kao ni pristupa na javno-prometnu površinu za bilo koju nekretninu koja je predmet kupoprodajnog ugovora.

3. Za nekretninu iz toč.1. ove odluke kupac **Faraguna Boneta Vanesa, Vozilići 19, 52234 Plomin** dužna je platiti Općini Kršan kupoprodajnu cijenu nekretnine postignutu na javnom natječaju (**23.150,00 kn**) umanjenu za jamčevinu od **2.310,00 kn** koju je kao ponuđač za istu uplatila, tj. dužna je uplatiti ukupan **iznos od 20.840,00 kn** na žiro-račun Općine Kršan, IBAN HR9124020061821700003, model HR68, s pozivom na broj: 7757 – OIB.

4. Osim kupoprodajne cijene iz toč. 3. ove odluke, kupac **Faraguna Boneta Vanesa** dužna je Općini Kršan platiti **u roku 30 dana od dana prijema ove odluke** i troškove vezane za objavu natječaja i procjenu nekretnine i to iznos u visini od **1.425,00 kn**.

SLUŽBENO GLASILO OPĆINE KRŠAN

21. prosinca 2017.

Stranica 119 - Broj 18

Ove troškove je imenovani dužan uplatiti na žiro-račun Općine Kršan, IBAN HR9124020061821700003, model HR68, s pozivom na broj: 7706 – OIB.

5. Nakon uplate cjelokupnog iznosa kupoprodajne cijene iz toč. 3. kao i troškova iz toč. 4., kupac **Faraguna Boneta Vanesa** može pristupiti sklapanju kupoprodajnog ugovora, nakon čega stječe pravo uknjižbe vlasništva nad nekretninom.

6. U slučaju neispunjenja obveze iz toč. 3. i 4. ove odluke, Općina Kršan zadržava uplaćenu jamčevinu na ime pokrića troškova vezanih za provođenje natječaja, te neće sklopiti kupoprodajni ugovor, odnosno neće dozvoliti uknjižbu prava vlasništva imenovanog nad nekretninom.

7. Na temelju ove Odluke Općinski načelnik Općine Kršan sklopit će u ime Općine Kršan, kao prodavatelja, s kupcem ugovor o kupoprodaji nekretnine iz toč.1. ove Odluke.

8. Ova Odluka stupa na snagu danom donošenja, a objavit će se u Službenom glasilu Općine Kršan.

OPĆINSKO VIJEĆE OPĆINE KRŠAN

KLASA: 021-05/17-01/12
URBROJ: 2144/04-05-17-17
Kršan, 19. prosinca 2017.

Predsjednik
Općinskog vijeća

Zdravko Vidak, v.r.

80.

Na temelju članka 19. Statuta Općine Kršan (Službeno glasilo Općine Kršan br. 06/09, 05/13.), članka 11 .st.5. Odluke o gospodarenju nekretninama u vlasništvu Općine Kršan (Službeno glasilo Općine Kršan br. 7/09., 8/14. i 14/16.), Općinsko vijeće Općine Kršan dana 19. prosinca 2017. godine donosi

ODLUKU **o prodaji nekretnine**

1. Općina Kršan prodaje društvu **LORI d.o.o Vozilići 76, 52234 Plomin, OIB 39313643857**, kao jedinom i najpovoljnijem ponuđaču, nekretninu označenu kao k.č. br. 2112/77, upisana u z.k.ul. 3880 k.o. Kršan, suvlasništvo Općine Kršan u 4800/10000 dijela, etažno vlasništvo (E-1),s kojim je povezano pravo vlasništva na poslovni prostor br. 1 u prizemlju zgrade, a koji se sastoji od ulaznog hola, trgovine, predprostora, WC-a, skladišta i vanjskog stubišta ukupne površine 123, 27 m², u laboratu označenog šrafurom –

kose crte plave boje, nekretnina se nalazi u naselju Vozilići.

2. Sukladno uvjetima natječaja, nekretnina se prodaje u zatečenom stanju, te Općina Kršan ne preuzima prema kupcu ili bilo kojoj trećoj osobi obvezu daljnjeg rješavanja imovinsko-pravnih pitanja, kao ni pristupa na javno-prometnu površinu za bilo koju nekretninu koja je predmet kupoprodajnog ugovora.

3. Za nekretninu iz toč.1. ove odluke kupac društvo **LORI d.o.o Vozilići 76, 52234 Plomin**, dužno je platiti Općini Kršan kupoprodajnu cijenu nekretnine postignutu na javnom natječaju (**562.000,00 kn**), uz 4 % kamata na obročnu otplatu kupoprodajne cijene.

Kupac društvo **LORI d.o.o Vozilići 76, 52234 Plomin**, dužno je **u roku od 30 dana od dana prijema ove odluke** uplatiti 30% ukupnog iznosa postignute kupoprodajne cijene umanjenu za jamčevinu od **56.199,78 kn** koju je kao ponuđač za istu uplatio, tj. dužan je uplatiti ukupan **iznos od 168.600,00 kn** na žiro-račun Općine Kršan, IBAN HR9124020061821700003, model HR68, s pozivom na broj: 7757 – OIB.

4. Preostali iznos postignute kupoprodajne cijene kupac društvo **LORI d.o.o Vozilići 76, 52234 Plomin** dužno je plati obročnom **otplatom u 6 rata prema Otplatnom planu** koji čini sastavni dio ove Odluke.

5. Osim kupoprodajne cijene iz toč. 3. ove odluke, kupac društvo **LORI d.o.o.** dužno je Općini Kršan platiti **u roku 30 dana od dana prijema ove odluke** i troškove vezane za objavu natječaja i procjenu nekretnine i to iznos u visini od **1.425, 00 kn**. Ove troškove je imenovano dužno uplatiti na žiro-račun Općine Kršan, IBAN HR9124020061821700003, model HR68, s pozivom na broj: 7706 – OIB.

6. Nakon uplate cjelokupnog iznosa kupoprodajne cijene iz toč. 3. kao i troškova iz toč. 5., kupac društvo **LORI d.o.o.** može pristupiti sklapanju kupoprodajnog ugovora, nakon čega stječe pravo uknjižbe vlasništva nad nekretninom.

7. U slučaju neispunjenja obveze iz toč. 3. i 5. ove odluke, Općina Kršan zadržava uplaćenu jamčevinu na ime pokrića troškova vezanih za provođenje natječaja, te neće sklopiti kupoprodajni ugovor, odnosno neće dozvoliti uknjižbu prava vlasništva imenovanog nad nekretninom.

8. U slučaju neizvršavanja obveze obročne otplate kupoprodajne cijene iz toč.4. ove Odluke duže od 3 mjeseca obroka pristupit će se poništenju natječaja te zadržavanju uplaćene jamčevine i troškova postupka.

9. Na temelju ove Odluke Općinski načelnik se ovlašćuje da izmijeniti Otplatni plana kojim se smanjuje broj obročnih otplata.

10. Na temelju ove Odluke, nakon uplate cjelokupne kupoprodajne cijene i troškova natječaja, Općinski načelnik Općine Kršan sklopit će u ime Općine Kršan, kao prodavatelja, sa društvom **LORI d.o.o Vozilići 76, 52234 Plomin** ugovor o kupoprodaji nekretnine iz toč.1. ove Odluke.

SLUŽBENO GLASILO OPĆINE KRŠAN

Stranica 120 - Broj 18

21. prosinca 2017.

11. Ova Odluka stupa na snagu danom donošenja, a objavit će se u Službenom glasilu Općine Kršan.

OPĆINSKO VIJEĆE OPĆINE KRŠAN

KLASA: 021-05/17-01/12
URBROJ: 2144/04-05-17-18
Kršan, 19. prosinca 2017.

Predsjednik
Općinskog vijeća

Zdravko Vidak, v.r.

81.

Na temelju članka 42 Zakona o lokalnim porezima (Narodne novine broj 115/16 i 101/17) i članka 19. Statuta Općine Kršan (Službeno glasilo Općine Kršan br.06/09 i 05/13), Općinsko vijeće Općine Kršan, na sjednici održanoj dana 19. prosinca 2017. godine donijelo je

ODLUKU o lokalnim porezima Općine Kršan

I. OPĆA ODREDBA

Članak 1.

Ovom Odlukom o lokalnim porezima Općine Kršan utvrđuju se vrste poreza, porezni obveznik, porezna osnovica, stope i visina poreza te način obračuna i plaćanja poreza koji pripadaju Općini Kršan.

II. VRSTE POREZA

Članak 2.

U Općini Kršan uvode se sljedeći porezi:

1. Porez na potrošnju
2. Porez na kuće za odmor

1. Porez na potrošnju

Članak 3.

Porez na potrošnju plaća se na potrošnju alkoholnih pića (vinjak, rakija i žestoka pića), prirodnih vina, specijalnih vina, piva i bezalkoholnih pića u ugostiteljskim objektima.

Obveznik poreza na potrošnju je pravna i fizička osoba koja pruža ugostiteljske usluge.

Članak 4.

Porez na potrošnju plaća se po stopi do 3% na osnovicu, koju čini iznos prodajne cijene bez poreza na dodanu vrijednost.

Porez na potrošnju plaća se mjesečno i prihod je jedinice lokalne samouprave na području na kojem je obavljena prodaja pića.

Utvrđenu obvezu porezni obveznik dužan je platiti do posljednjeg dana u mjesecu za prethodni mjesec.

2. Porez na kuće za odmor

Članak 5.

Porez na kuće za odmor plaćaju pravne i fizičke osobe koje su vlasnici kuća za odmor, a koje se nalaze na području Općine Kršan i prihod je proračuna Općine Kršan.

Kuća za odmor je svaka zgrada ili dio zgrade ili stan koji se koriste povremeno ili sezonski.

Članak 6.

Porez na kuće za odmor plaća se godišnje, u iznosu od 10,50 kuna po četvornom metru korisne površine kuće za odmor.

Porez na kuće za odmor plaća se u roku od 15 dana od dana dostave Rješenja o utvrđivanju istog.

III. PROVEDBENE ODREDBE

Članak 7.

Općina Kršan poslove utvrđivanja, evidentiranja, nadzora, naplate i ovrhe radi naplate lokalnih poreza propisanih ovom Odlukom, u cijelosti prenosi na Upravni odjel za proračun i financije Istarske županije.

Navedenom tijelu za obavljanje poslova iz stavka 1. ovog članka pripada naknada u iznosu 5% od ukupno naplaćenih prihoda.

Članak 8.

Ovlašćuje se nadležna organizacija platnog prometa zadužena za naplatu i raspoređivanje javnih prihoda, da naknadu iz članka 6. ove Odluke, uplati u Proračun Istarske županije do zadnjeg dana u mjesecu za protekli mjesec

IV. PRIJELAZNE I ZAVRŠNE ODREDBE

Članak 9.

Danom stupanja na snagu ove Odluke prestaje važiti Odluka o porezima Općine Kršan (Službeno glasilo Općine Kršan broj 2/02 i 105/06).

Postupci u svezi sa utvrđivanjem i naplatom općinskih poreza započeti do dana stupanja na snagu ove Odluke, dovršiti će se prema odredbama Odluke o porezima Općine Kršan (Službeno glasilo Općine Kršan broj 2/02 i 105/06).

Članak 10.

Ova će se Odluka objaviti u Službenom glasilu Općine Kršan i stupa na snagu 01. siječnja 2018. godine.

OPĆINSKO VIJEĆE OPĆINE KRŠAN

KLASA: 021-05/17-01/12
URBROJ: 2144/04-05-17-19
Kršan, 19. prosinca 2017.

Predsjednik
Općinskog vijeća

Zdravko Vidak, v.r.

82.

Na temelju članka 19. stavak 1. točka 7. Statuta Općine Kršan (Službeno glasilo Općine Kršan br. 06/09 i 07/13), te članka 8. Odluke o kriterijima, mjerilima i načinu financiranja javnih potreba sredstvima iz Proračuna Općine Kršan, Općinsko vijeće Općine Kršan, dana 19. prosinca 2017. godine donosi

ODLUKU

**o osnivanju Povjerenstva za ocjenjivanje
prijavljenih programa, projekata, aktivnosti i
manifestacija koje se financiraju iz Proračuna općine
Kršan za 2018. godinu**

I.

Osniva se Povjerenstvo za ocjenjivanje prijavljenih programa, projekata, aktivnosti i manifestacija koje se financiraju iz Proračuna općine Kršan za 2018. godinu (u daljem tekstu: povjerenstvo), kao radno tijelo Općinskog vijeća Općine Kršan.

II.

Povjerenstvo iz točke I. ove Odluke sastoji se od 4 člana i predsjednika.

Predsjednik povjerenstva koordinira radom Povjerenstva i priprema zbirna izvješća zbrajanjem

pojedinačnih ocjena svakog člana Povjerenstva, usuglašava stajališta te priprema završno izvješće o radu Povjerenstva.

III.

U Povjerenstvo se imenuju:

1. Ivan Vozila - predsjednik
2. Dezi Paliska – član,
3. Dušan Krušvar – član,
4. Robi Bodrožić – član,
5. Andrej Lipnik – član.

IV.

Zadaća svakog člana Povjerenstva je da:

- se upozna s tekstom javnog natječaja.
- potpiše izjavu o nepristranosti i povjerljivosti.
- razmotri i prema postavljenim pitanjima u propisanom obrascu ocijeni prijave udruga.
- prijave procijeni objektivno, nepristrano i bez subjektivnih utjecaja te svaku dodijeljenu ocjenu obrazloži.
- istakne najveće prednosti i mane svake procijenjene prijave.
- preporuči traženje dodatne dokumentacije ukoliko ocijeni da je potrebni.

Zadaća Povjerenstva je da:

- zajednički ocjene svaku prijavu.
- u slučaju opravdane spriječenosti ocjenjivača imenuje zamjene.
- na temelju dodijeljenih ocjena, Povjerenstvo izrađuje prijedlog (privremenu rang listu) i rezervnu listu za financiranje.
- Povjerenstvo daje prijedlog Općinskom načelniku za odobranje financijskih sredstava za programe ili projekte.

V.

Ova Odluka objaviti će se u Službenom glasilu Općine Kršan i stupa na snagu osmog dana od dana objave.

OPĆINSKO VIJEĆE OPĆINE KRŠAN

KLASA: 021-05/17-01/12
URBROJ: 2144/04-05-17-20
Kršan, 19. prosinca 2017.

Predsjednik
Općinskog vijeća

Zdravko Vidak, v.r.