

Temeljem članka 12. Zakona o turizmu („Službeni glasnik RS“, br. 36/09, 88/10, 99/11-dr. zakon, 93/12 i 84/15) i članka 33. stavak 1. točka 4. Statuta grada Subotice („Službeni list Općine Subotica“ br. 26/08 i 27/08-ispravak i „Službeni list Grada Subotica“ br. 46/11 i 15/13), Skupština grada Subotice, na 34. sjednici održanoj dana 12. 11. 2015. godine, donijela je Odluku o donošenju Programa razvitka turizma regije jezera Palić („Službeni list Grada Subotica“ br. 38/15)

## PROGRAM RAZVITKA TURIZMA REGIJE JEZERA PALIĆ

# UVOD

## POLAZIŠTE

---

Gradonačelnik Grada Subotice, Trg slobode 1, Subotica, 15. prosinca 2014. godine objavio je poziv za podnošenje ponuda u otvorenom postupku javne nabave za izradu Master plana razvitka regije jezera Palić (Master Plan Palić 2015.) pod oznakom JN P 16/14.

Projekt razvitka turističkog kompleksa Palić (Master plan 2006.) urađen je 2006. godine (Odluka o donošenju projekta razvitka turističkog kompleksa Palić – Master plan, „Službeni list Općine Subotica“ br. 12/07) i na temelju ovoga projekta je Vlada Republike Srbije, nakon toga, donijela „Odluku o proglašenju dijela naseljenog mjesta Palić i dijela jezera Palić s priobaljem za prostor od značaja za razvitak turizma“. Ovim dokumentom otvoren je put planskog razvitka cijeloga resorta, zaustavljena neplanska gradnja, postupak razrade planskih dokumenata i konstatirana faktička nemogućnost urbaniziranja prostora prema instrukcijama u Master planu 2006.

S tim u svezi, neophodno je izvršiti temeljnu reviziju važećeg dokumenta, osobito u dijelu koji se odnosi na koncept prostora, na novo usmjerenje lokalne zajednice i koncept razvitka turističkih proizvoda i razvojnih projekata, ali i u odnosu na novonastali kontekst – usmjerenje lokalne zajednice, kao i na koncept razvitka (turističkih proizvoda i razvojnih projekata).

Svrha izrade ovog dokumenta je osigurati odgovarajuću plansku osnovu za daljnji razvitak turizma na Palićkom jezeru. Radi se o sagledavanju realnog potencijala razvitka turističkoga gospodarstva i postavljanju turističke razvojne strategije, s konceptom razvitka prostora. Konkretni prijedlozi projekata i njihove lokacije su dani isključivo kao indikacija u okviru odgovarajuće zone, pa je neophodna daljnja razrada u postupku prostornog planiranja i izrade projektne i tehničke dokumentacije za svaki od projekata pojedinačno. U tom pogledu, Master plan ne predstavlja zamjenu za odgovarajuća urbanistička i arhitektonska rješenja koja su neophodna u konkretizaciji sadržaja predloženih ovim planom.

Program razvitka turizma regije jezera Palić - Master Plan 2015. (u daljnjem tekstu: Master plan) nudi odgovore i na sljedeća pitanja:

- Koji je način usklađivanja interesa ključnih interesnih subjekata: lokalnih vlasti, institucionalnih investitora, turističkih subjekata, šire javnosti;
- koji su prijedlozi projekata koji su tržišno utemeljeni, njihova identifikacija;
- koje su faze realizacije identificiranih projekata;
- koji su načini na koje se pokreću raspoloživi resursi (prirodni, stvoreni i ljudski) da bi se postigli ciljevi turističkog razvitka;
- koji su neophodni preduvjeti da bi se plan ostvario.

## Sadržaj

1	PRISTUP I METODOLOGIJA	7
1.1	PRISTUP	7
1.1.1	Polazni okvir	7
1.1.2	Pristup u izradi Master plana	8
1.2	METODOLOGIJA	9
1.2.1	Faze rada	9
1.2.2	Metodologija	10
2	PROSTORNO-TEHNIČKA OCJENA PODRUČJA	12
2.1	ANALIZA PODRUČJA PALIĆ	12
2.1.1	Opis lokacije projekta	12
2.1.2	Klima	13
2.1.3	Balneološke karakteristike Lječilišta Palić	13
2.1.4	Prometna dostupnost	13
2.1.5	Opća infrastruktura	16
2.1.6	Ocjena ekonomskih uvjeta okruženja	16
2.2	PROSTORNI OBUHVAT I PLANSKA OSNOVA TURISTIČKE DESTINACIJE PALIĆ	17
2.2.1	Prostorni obuhvat	17
2.2.2	Planska osnova i urbanistička situacija	19
2.2.3	Vlasnička struktura	22
2.2.4	Stanje jezera i režimi zaštite	24
2.3	EVALUACIJA RESURSNE I ATRAKCIJSKE OSNOVE	27
2.4	ANALIZA POSTOJEĆEG TURISTIČKOG SUSTAVA	31
2.4.1	Smještajni kapaciteti	31
2.4.2	Ugostiteljski kapaciteti	34
2.4.3	Ostala turistička infrastruktura	35
2.5	EVALUACIJA TRŽIŠTA TURISTIČKE DESTINACIJE PALIĆ I ŠIREG PODRUČJA S GRADOM SUBOTICA	36
2.5.1	Turističke performanse Srbije i Vojvodine	36
2.5.2	Turističke performanse destinacije Palić-Subotica	37
2.5.3	Performanse hotelskog tržišta Palić-Subotica	42
2.6	SWOT ANALIZA	43
2.7	ZAKLJUČAK	44
3	TRENDOVI RAZVITKA RELEVANTNIH TRŽIŠTA I BENCHMARK ANALIZA	48
3.1	TRENDOVI RAZVITKA RELEVANTNIH TRŽIŠTA	48
3.1.1	Trendovi razvitka zdravstvenog turizma	48
3.1.2	Trendovi razvitka kongresnog turizma	50
3.1.3	Trendovi u turizmu obiteljskih odmora	51
3.2	BENCHMARK ANALIZA	51
3.2.1	Pregled odabranih benchmark projekata	51
3.2.2	Zaključak	58

4	STRATEŠKI OKVIR I KONCEPT RAZVITKA	61
4.1	STRATEŠKI KONTEKST	61
4.1.1	Strateške prednosti	61
4.1.2	Strateški nedostaci	61
4.1.3	Strateška uporišta	62
4.2	VIZIJA I TRŽIŠNO POZICIONIRANJE	62
4.2.1	Vizija	62
4.2.2	Tržišno pozicioniranje	63
4.3	KONCEPT RAZVITKA	66
4.3.1	Razvitak proizvoda	66
4.3.2	Opis ključnih proizvoda za Palić	67
5	FIZIČKI MASTER PLAN	80
5.1	Obuhvat	80
5.2	Fizički master plan – Zlatni i Srebrni krug – iskustvene zone	80
5.3	Pregled sadržaja u Zlatnom i Srebrnom krugu – indikativna KARTA namjenE površina	81
6	KLJUČNI INVESTICIJSKI I RAZVOJNI PROJEKTI	84
6.1	UVOD	84
6.2	PROJEKTI ZLATNOG KRUGA	85
6.2.1	Zona Zlatni krug 1 – health & spa:	85
6.2.2	Zona Zlatni krug 2 – indoor & outdoor water fun	90
6.2.3	Zona Zlatni krug 3 – Lido / promenada	91
6.3	PROJEKTI SREBRNOG KRUGA	92
6.3.1	Zona Srebrni krug 1 (Marine & Lifestyle)	93
6.3.2	Zona Srebrni krug 2 (culture & heritage)	98
6.3.3	Zona Srebrni krug 3 (sport, active & creative)	101
6.4	REKAPITULACIJA KLJUČNIH INVESTICIJSKIH PROJEKATA	106
6.5	PRIJEDLOG MOGUĆIH PROJEKATA BRONČANOG KRUGA	107
6.6	PRIJEDLOG PROJEKATA POBOLJŠANJA INFRASTRUKTURE	107
6.6.1	Prometna infrastruktura	108
6.6.2	Energetska infrastruktura	109
6.6.3	Ostala infrastruktura	110
6.7	RAZVOJNI PROJEKTI	111
6.7.1	REGIONALNI INSTITUT ZA ZDRAVLJE I SREĆU – EUDAIMONIA INTEGRATED MEDICAL & WELLNESS COMPETENCE CENTER	111
6.7.2	EKO – TURISTIČKI PARK PALIĆ - LUDAŠ	115
6.7.3	PALIĆ SALAŠI	119
6.7.4	OKUSI PALIĆA – VINO I HRANA	123
6.7.5	DJEČJI, OMLADINSKI I OBRAZOVNI TURIZAM	126
6.7.6	POTICANJE ORGANSKE POLJOPRIVREDNE PROIZVODNJE U OBUHVATU MASTER PLANA PALIĆ 2015.	130
6.8	OSTALI RAZVOJNI PROJEKTI OD ZNAČAJA ZA DESTINACIJU	133
6.8.1	Ostali razvojni projekti	133
6.8.2	Kreiranje baze za doživljaj Palića tijekom zimske sezone	135
7	EKONOMSKO – FINANCIJSKA OCJENA	138
7.1	UVOD	138

7.2	ZLATNI KRUG	140
7.2.1	Pregled investicija za Palić Spa Resort	140
7.2.2	Pregled investicija za Palić Water Fun, Lido i Zeleni zabavni park	141
7.2.3	Projekcija prihoda za Palić Spa Resort	142
7.2.4	Prihod od prodaje apartmana – Palić Spa Resort	143
7.2.5	Projekcija troškova rada u stabiliziranoj godini – Palić Spa Resort	143
7.2.6	Projekcija EBITDA za Palić Spa Resort	144
7.2.7	Ekonomsko – financijska ocjena projekta Palić Spa Resort	145
7.3	SREBRNI KRUG	146
7.4	ZAKLJUČAK EKONOMSKO – FINANCIJSKE OCJENE	152
8	POSLOVNO UPRAVLJAČKI MODEL PROJEKTA	154
8.1	UVOD	154
8.2	UPRAVLJANJE I RAZVITAK TURISTIČKOG PROSTORA „PALIĆ“	156
8.2.1	Poslovna misija Master developer-a	157
8.2.2	Poslovna misija destinacijskog menadžera	158
8.3	AKCIJSKI PLAN	159
8.3.1	Pripremne i aktivnosti potpore	159
8.3.2	Realizacija projekata i razvojnih programa	161
8.3.3	Realizacija investicijskih projekata – rekapitulacija	162
8.3.4	Razvojni projekti i programi konkurentnosti	163
8.3.5	Monitoring i kontrola realizacije	164



# POGLAVLJE 1

## Pristup i metodologija rada

# 1 PRISTUP I METODOLOGIJA

## 1.1 PRISTUP

---

### 1.1.1 Polazni okvir

Sukladno uvjetima danim u natječajnoj dokumentaciji, ovaj projekt ima za cilj objektivizirati resursnu osnovu područja Palić, tržišno-poslovni potencijal cjeline i pojedinih dijelova projekta / lokacije. Zato su natječajnom dokumentacijom formulirana tri kruga razvitka:

**Zlatni krug** koji u fokusu ima potencijal iskorištenja prostora za razvitak zdravstvenog turizma – Medical Spa i Wellness centar (lokacija koja je Master planom 2006. preliminarno predložena između Krvavog jezera i Palićkog jezera);

**Srebrni krug** koji obuhvaća neposredno okruženje centra i uključuje objekte koji su sagrađeni / koji su u planu da budu sagrađeni (Ljetna pozornica, ZOO vrt, Velika terasa, itd.) i koji su u planu da se sgrade;

**Brončani krug** koji obuhvaća šire okruženje Turističkog prostora Palić – cijelo jezero i naselja u okolici kao i jezero Ludaš.

Radi se, dakle, o prostoru na kojem bi trebalo predvidjeti realizaciju ključnih i pratećih sadržaja putem projekata. Pod ključnim projektima se podrazumijevaju oni projekti koji će predstavljati okosnicu razvitka Palića, prije svega sadržaji zdravstvenog turizma, golf terena, MICE kapaciteta s mogućnošću razvitka i nekih oblika lječilišnog turizma, kako je predviđeno natječajnom dokumentacijom.

Konačno, jedan od ciljeva je i da se identificiraju takvi sadržaji i razviju takvi proizvodi kojima bi se osigurala odgovarajuća turistička ponuda tijekom cijele godine, odnosno da se u postupku upravljanja amortiziraju negativni aspekti izražene sezonalnosti turističke tražnje.

U okviru pristupa izradi Master Plana Palić 2015., konstatiraju se sljedeće okolnosti proizašle iz Master Plana iz 2006.:

- Master planom 2006. bilo je, kao jedna od opcija, predviđeno osnivanje posebnog razvojnog poduzeća u formi društva s ograničenom odgovornošću, koje bi preuzelo imovinu predviđenu projektom i time preuzelo ulogu master developer-a projekta. S tom misijom, 2008. godine je osnovano poduzeće „Park Palić d.o.o.“, u trojnom vlasništvu Republike, Pokrajine i grada Subotice.
- Na području implementacije Master plana je, zatim, proglašen turistički prostor, sukladno važećim odredbama Zakona o turizmu<sup>1</sup>. Poduzeće „Park Palić” d.o.o. imenovano je za upravitelja službeno proglašenim Turističkim prostorom Palić, a na dijelu turističkog prostora urađen je plan detaljne regulacije sukladno preporukama Master plana.
- U prethodnom razdoblju (od 2007.) u unaprjeđenje kvalitete prostora Palića uloženo preko 6 milijuna eura – radi se o uređenju infrastrukturnih objekata na turističkom području Palića: Velika terasa, Ženski štrand, Veliki park, dio kanalizacije vikend naselja i ulica oko jezera, radi sprječavanja daljnjeg zagađenja jezera, itd.
- Tijekom 2010. godine raspisan je Javni poziv za izbor partnera na turističkom području Palić. Zainteresirana strana, koja je dostavila ponudu je bilo poduzeće Terme Olimia. Nakon pregovora i usuglašavanja ugovora između predstavnika Terme Olimia, Vlade Republike Srbije i grada Subotice, slovenska tvrtka je odlukom svog nadzornog odbora odustala od posla.

---

<sup>1</sup> Odluka o proglašenju Turističkog prostora „Palić” („Sl. Glasnik RS”, br. 37/2012)

- Čestice za izgradnju spa sadržaja i hotela prema Master planu su tada, u osnovi, pripremljene za izgradnju spa sadržaja i hotela. Međutim, izostao je fokusirani napor za stvaranje uvjeta za izlazak projekta na tržište kapitala. Potencijalno zainteresirani investitori nisu imali potpunu informaciju o dinamici razvitka resorta (build-out-u), pošto se na Internet prezentaciji gospodarskog društva „Park Palić d.o.o.“ našao veliki broj lokacija, uključujući i one koje nisu urbanistički uređene i infrastrukturno opremljene. Dodatno, gradu Subotici su se javljali zainteresirani za investiranje u dijelovima Turističkog prostora Palić koji još uvijek nije urbanistički uređen i gdje se, imajući u vidu iznimno složenu imovinsko-pravnu situaciju, realizacija koncepta razvitka predviđenog Master planom 2006. ispostavila kao praktično nemoguća i gdje je neophodno razmotriti redefiniranje predloženog sadržaja.
- Od iznimne važnosti je činjenica da je 2013. donesen novi akt o zaštiti zaštićenog područja (Odluka o proglašenju zaštićenog područja Park prirode „Palić“ - Sl. list grada Subotice br. 15/13 i 17/13-ispr.), pa je jedan od ključnih razloga za izradu novog Master plana razvitka turizma regije jezera Palić prilagodba novim režimima zaštite, uz uvažavanje potrebe korištenja resursa sukladno mjerama za očuvanje biološke raznovrsnosti i poboljšanje kvalitete vode. Formiranje multifunkcionalnih zaštitnih pojaseva (koje je predviđeno Odlukom o proglašenju zaštićenog područja, kao i Planom za unaprjeđenje ekološkog stanja Palićkog jezera i njegove okolice) svakako predstavlja važan korak ne samo u očuvanju prirodnih karakteristika jezera i njegova priobalja, već i korak ka dugoročnom održivom korištenju njihova potencijala u kontekstu razvitka turizma.

### 1.1.2 Pristup u izradi Master plana

Master Plan Palić 2015. predstavlja temeljnu reviziju Master plana 2006., osobito u dijelu koji se odnosi na viziju i koncept uporabe prostora. U tom kontekstu, provjeravaju se i formuliraju ključne komponente novog Master Plana Palić 2015.

Radi se o sljedećim komponentama:

- Revizija općih makroekonomskih, tržišnih i ostalih eksternih uvjeta i implikacije na projekt Palić;
- Evaluacija situacije i ključnih trendova zdravstvenog, kongresnog i obiteljskog turizma u širem području realizacije projekta;
- Tržišno pozicioniranje i koncept turističkog prostora Palić s ključnim zonama predloženog razvojnog koncepta;
- Portfolio proizvoda / ključni investicijski projekti;
- Provjera ključnih tržišno – ekonomskih pokazatelja na predrealizacijskoj (prefasibility) razini i ukupni efekti na destinacijskoj / resort razini;
- Prijedlog revidiranog upraviteljskog modela.

Imajući u vidu kompleksnost izrade ovog projekta, ostvaren je iznimno visok stupanj komunikacije i suradnje između Naručitelja i Izvršitelja posla, kao i ostalih relevantnih stakeholdera. Koordinacija predstavnika timova je vršena na dnevnoj razini, a tijekom izrade pokrenute su i konkretne aktivnosti u svezi s razvitkom prostora i realizacijom predloženih rješenja još za vrijeme trajanja izrade Master plana.

S ciljem da se na objektivni način osiguraju smjernice razvitka predmetnog područja i da se pruži osnova za približavanje resorta tržištu potrošača kao i potencijalnom tržištu investitora i/ili partnera, u procesu izrade ovog dokumenta, provedene su sljedeće procedure:

- Prikupljeni su podaci, kao i pisana i kartografska dokumentacija u svezi s područjem koje se obrađuje Master planom, a u prikupljanju relevantnih podataka ključni doprinos je dala Radna skupina koju je oformio Naručitelj;



- Obavljeni su razgovori i sastanci s predstavnicima relevantnih institucija i ključnih interesnih čimbenika na području Palića. Sastanci održani s predstavnicima sljedećih institucija: grada Subotice, Zavoda za urbanizam, JP Palić Ludaš, Parka Palić, Turističke zajednice Subotice, Hotela Prezident, Ellite Palić, Hotela Patria, Vile Milord, Vinarije Zvonko Bogdan. U interaktivnim radionicama sudjelovali su i predstavnici institucija za zaštitu prirode i očuvanje biodiverziteta jezera i okolice. Pojedinačni sastanci održani i s posrednim stakeholderima na temu razvitka i implementacije koncepta zdravog života, na temu razvitka i komercijalizacije golfa, kao i razvitka dodatnih sadržaja – kao što su adrenalinski park i skijanje na vodi;
- Organizirani su radni sastanci u Subotici s temom vizije i generalnog koncepta Master plana, usuglašavanja projekata i dinamike njihove realizacije.

## 1.2 METODOLOGIJA

---

Realizacija procesa izrade Master plana sadržava ključne aktivnosti i zadatke, prema kriterijima iz natječajne dokumentacije, poštujući relevantni zakonski okvir i prethodno navedene elemente.

### 1.2.1 Faze rada

Sukladno Projektom zadatku za izradu Master plana razvitka turizma jezera Palić (Master Plan Palić 2015.) koji je dan u okviru natječajne dokumentacije, faze izrade Stratejskog master plana su:

- 1) Prvo međufazno izvješće („First Interim Report“);
- 2) Drugo međufazno izvješće;
- 3) Nacrt finalnog izvješća.

Prvo među izvješće obuhvaća sljedeće komponente:

- 1. Prostorno - tehničku ocjenu područja turističke destinacije:**
  - prostorni obuhvat i plansku osnovu turističke destinacije Palić;
  - evaluaciju postojeće resursne i atrakcijske osnove;
  - analizu ključnih interesnih subjekata (stakeholdera);
  - analizu vlasničko – urbanističke situacije;
  - evaluaciju postojeće imovine na području obuhvata (zemljište, sadržaji, kapaciteti i prateća infrastruktura);
- 2. Strateški okvir Master plana i koncept razvitka:**
  - evaluacija tržišta turističke destinacije Palić, šireg područja za grad Suboticu;
  - vizija i tržišno pozicioniranje šire destinacije Palić;
  - koncept razvitka razmještaja i mogućih lokacija turističkih objekata (prijedlog);

Drugo međufazno izvješće, osim prethodno navedenih elemenata, uključuje:

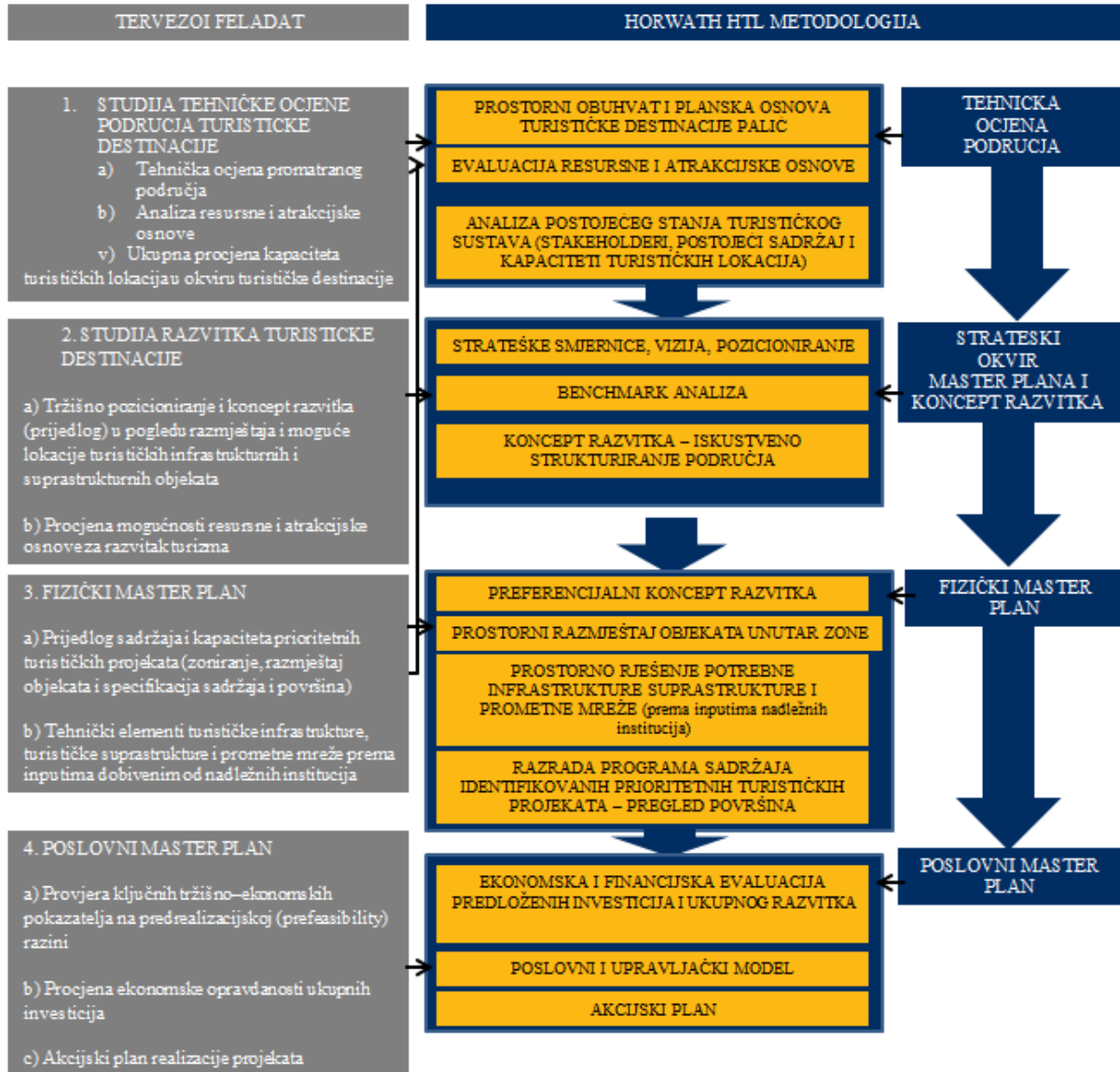
- 3. Fizički Master plan:**
  - prijedlog sadržaja i kapaciteta prioritetnih turističkih projekata (zoniranje, razmještaj objekata i specifikacija sadržaja i površina);
  - tehnički elementi turističke infrastrukture, turističke suprastrukture i prometne mreže prema inputima nadležnih institucija.

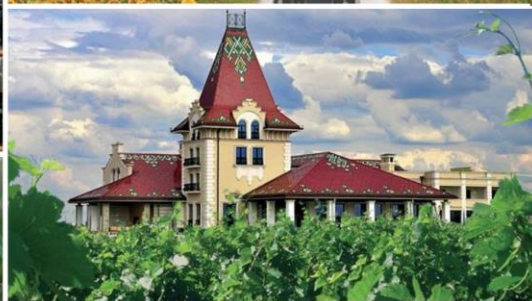
Nacrt finalnog izvješća dodatno uključuje:

- 4. Poslovni Master plan:**
  - ekonomska evaluacija investicijskih projekata javnog i privatnog sektora;

- procjena ekonomske opravdanosti ukupnih investicija;
- akcijski plan realizacije projekata.

## 1.2.2 Metodologija





## POGLAVLJE 2

### Prostorno-tehnička osnova područja

## 2 PROSTORNO-TEHNIČKA OCJENA PODRUČJA

### 2.1 ANALIZA PODRUČJA PALIĆ

#### 2.1.1 Opis lokacije projekta

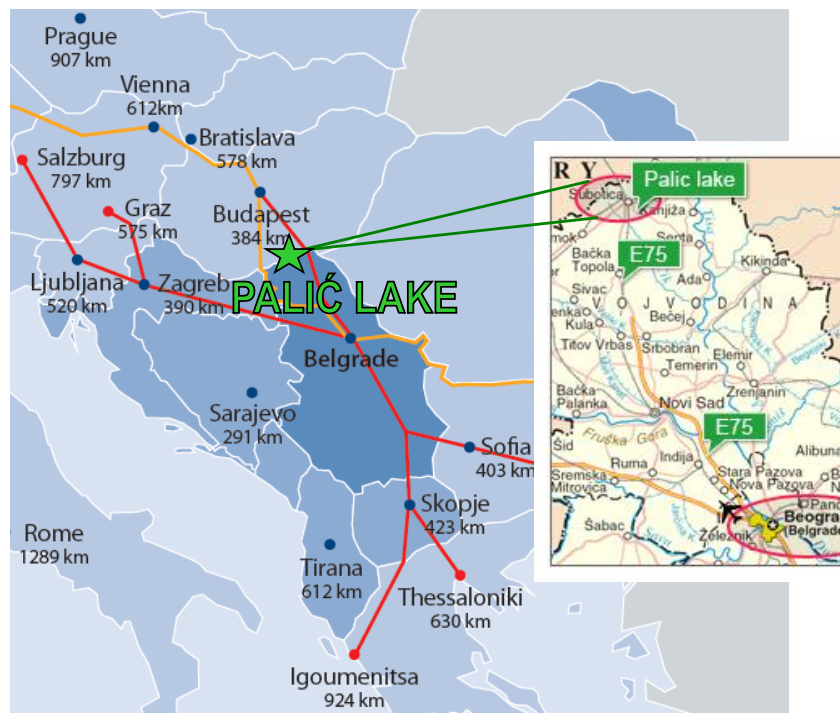
Park prirode „Palić“ se nalazi na sjeveru Vojvodine, južno od granice s Mađarskom i južno od naselja Palić. Zauzima površinu od 712,36 ha sa zaštitnom zonom od 1.698,13 ha. Obuhvaća zaštićenu prostornu cjelinu kulturno-povijesne baštine Palića. Osnovu zaštićenog dobra predstavlja Paličko jezero.

Ljekovitost vode i mulja alkalnog stepskog jezera je uzrokovala izgradnju kupališta i parka u XIX. stoljeću, kada je Palić nastao kao ljetovalište i lječilišno kupalište (1845. godine). Glavno nasljeđe dugogodišnje povijesti Palića jest Veliki park s jedinstvenim ambijentom, koga karakteriziraju dobro očuvane zelene površine (park – šuma) i specifična arhitektura iz vremena secesije.

Jezero je u međuvremenu postalo izmijenjeni ekosustav eutrofnog karaktera, njime se planski upravlja jer se usuglašavaju funkcije prijemnika vode gradskog pročištača i očuvanja tradicionalne turističke uloge.

Turistički kompleks obuhvaća sjevernu i sjeveroistočnu obalu jezera koje, sa svojom okolicom, predstavlja jedan od najvažnijih elemenata turističke ponude područja. Zoo vrt Palić, s preko 50 vrsta životinja, je uređen kao arboretum i prostire se na površini oko 10 ha. Prihvatilište za divlje životinje je započelo svoj rad 2005. godine, po međunarodno prihvaćenim standardima za objekte Zoo vrta.

Park prirode „Palić“ je udaljen oko 7 km od grada Subotice u jugoistočnom smjeru.



## 2.1.2 Klima

Palić se nalazi na sjeveru Vojvodine i odlikuje ga umjereno kontinentalna klima. Prosjek je 2.100 sunčanih sati godišnje. Prosječna ljetna temperatura je 20 °C. Najniža prosječna temperatura je -1.9°C u siječnju. Najčešći smjer strujanja vjetrova je sjeverozapad – jugoistok.

Klimatološki, područje ima karakteristike kontinentalne klime (otvorenost prema Panonskoj nizini), s oštrim zimama i toplim ljetima i prosječnom godišnjom temperaturom od 10.7°C.

## 2.1.3 Balneološke karakteristike Lječilišta Palić

Izgradnja lječilišta je započeta 1852. godine, a prema tadašnjim autorima bolesnici su na Paliću tražili odmor i ozdravljenje. Ljekovita voda jezera i blato su uspješno liječili oboljenja limfnog sustava, kožne bolesti, neuralgije, itd. Palić je počeo djelovati kao lječilište i kroz prihvati i tretiranje plućnih bolesnika, a poseban karakter područja je kombinacija karakteristika i sinergija zračnog i termalnog lječilišta.

Termalne bušotine su izvedene krajem sedamdesetih i početkom osamdesetih godina XX. stoljeća i spadaju u kategoriju natrij hidrokarbonatnih, sulfidnih i jodnih hipertermi. Na temelju izvršene fizičko – kemijske analize termalnih voda iz bušotine zbog svojih specifičnih fizičkih i kemijskih karakteristika može se koristiti u balneološke svrhe, kao dopunsko sredstvo liječenja i to kupanjem do odgovarajuće temperature, u sklopu rehabilitacije kod sljedećih oboljenja: bolesti lokomotornog aparata (reumatizam, traume i radne povrede, stanja poslije prijeloma kostiju i kirurških intervencija na koštano–zglobnom sustavu) i kožnih bolesti (psorijaza, kronični ekcem).

Na Paliću su vršena istraživanja na širem području i postoje dvije bušotine koje su u funkciji (Pj-1/H i Pj-2/H), njihove dubine iznose 701 m i 750 m (respektivno), kaptirani kapacitet je 6.88 l/s, odnosno 6.16 l/s, temperatura vode je od 47°C, tj. 48°C.

## 2.1.4 Prometna dostupnost

### Zračni promet

Na približnoj istoj udaljenosti od oko 200 km (do 2,5 h vožnje) nalaze se tri međunarodne zračne luke: Beograd, Budimpešta i Temišvar. U budućem razvitku destinacije neophodno je uzeti u razmatranje i mogućnost komercijalizacije aerodroma Bikovo.

Imajući u vidu dostupnost, zračnu luku Beograd bi trebalo staviti u prvi plan tržišnog nastupa, ali se ne smije zanemariti ni zračna luka Budimpešta.

**Beogradska zračna luka Nikola Tesla** je u 2014. imao više od 4,6 milijuna putnika, što predstavlja rast od skoro 32% u odnosu na prethodnu godinu. Po ovim rezultatima, Beogradska zračna luka je jedan od najbrže rastućih zračnih luka u svijetu po broju putnika. Dobrom rezultatu pridonosi i nacionalna kompanija Air Srbija, koja pod menadžmentom Eithad Airways, prerasta u vodeću regionalnu kompaniju. Zračnu luku karakterizira kontinuirano unaprjeđenje infrastrukture.

U usporedbi s 2009. godinom, ukupni broj putnika na beogradskoj zračnoj luci je 2014. godine povećan skoro 2 puta, a prosječna godišnja stopa rasta u promatranom razdoblju je 11%. Osim ljetnih mjeseci, mjeseci travanj-svibanj i rujan-listopad, također pokazuju značajni promet putnika. Dinamika putnika se poklapa i sa izraženom sezonalnošću broja turista.

Trenutačno 21 avio kompanija ima redovite zračne linije i one omogućuju izravnu vezu sa 61 destinacijom preko ove zračne luke.

IZRAVNI LETOVI, ZRAČNA LUKA NIKOLA TESLA (Ožujka 2014.)	
Avio-prijevoznici	Destinacija
Etiihad Airways	Abu Dabi
Aegean Airlines	Athens
Aeroflot Russian Airlines	Moscow
Air France	Paris
Adria Airways	Ljubljana
Allitalia	Rome, Milan
Austrian Airlines	Vienna
Easy Jet	Milano, Geneva, Rome
Fly Dubai	Dubai
Air Serbia	Abu Dabi, Amsterdam, Athens, Banja Luka, Beirut, Berlin, Vienna, Budapest, Bucharest, Zurich, Dusseldorf, Frankfurt, Istanbul, Copenhagen, London, Ljubljana, Milano, Moscow, Paris, Prague, Podgorica, Rome, Sarajevo, Skoplje, Thessaloniki, Sofia, Stockholm, Stuttgart, Tivat, Tirana, Tel Aviv, Warsaw, Zagreb
Lufthansa German Airlines	Frankfurt, Munich
Montenegro Airlines	Podgorica, Tivat
Romanian Air Transport	Bucharest
Norwegian Air Shuttle	Oslo, Stockholm
LOT Polish Airlines	Warsaw
Pegasus Airlines	Istanbul
Swiss International	Zürich, Geneva
Tunisair	Monastir, Tunis
Qatar Airlines	Doha
Wizz Air	Eindhoven, Bazel, Brussel, Dortmund, Gotheburg, Larnaca, London, Malmo, Memmingen, Paris, Stockholm
Turkish Airlines	Istanbul

Izvor: Zračna luka Nikola Tesla

Prema podacima Zračne luke Beograd, najveći promet ostvaruje Air Srbija (41% ukupnog prometa), slijedi Wizz Air (11%), Lufthansa (9%), Montenegro Airlines (8%) i Swiss (5%).

**Zračna luka Budimpešta Liszt Ferenc** je u 2014. godini, prema službenim podacima Zračne luke, imala preko 8.9 milijuna putnika, i nakon dvije godine uzastopnog pada, doživljava povećanje ukupnog prometa putnika. Osim ljetnih mjeseci, mjeseci travanj-svibanj i rujan-listopad, također pokazuju značajni promet putnika.

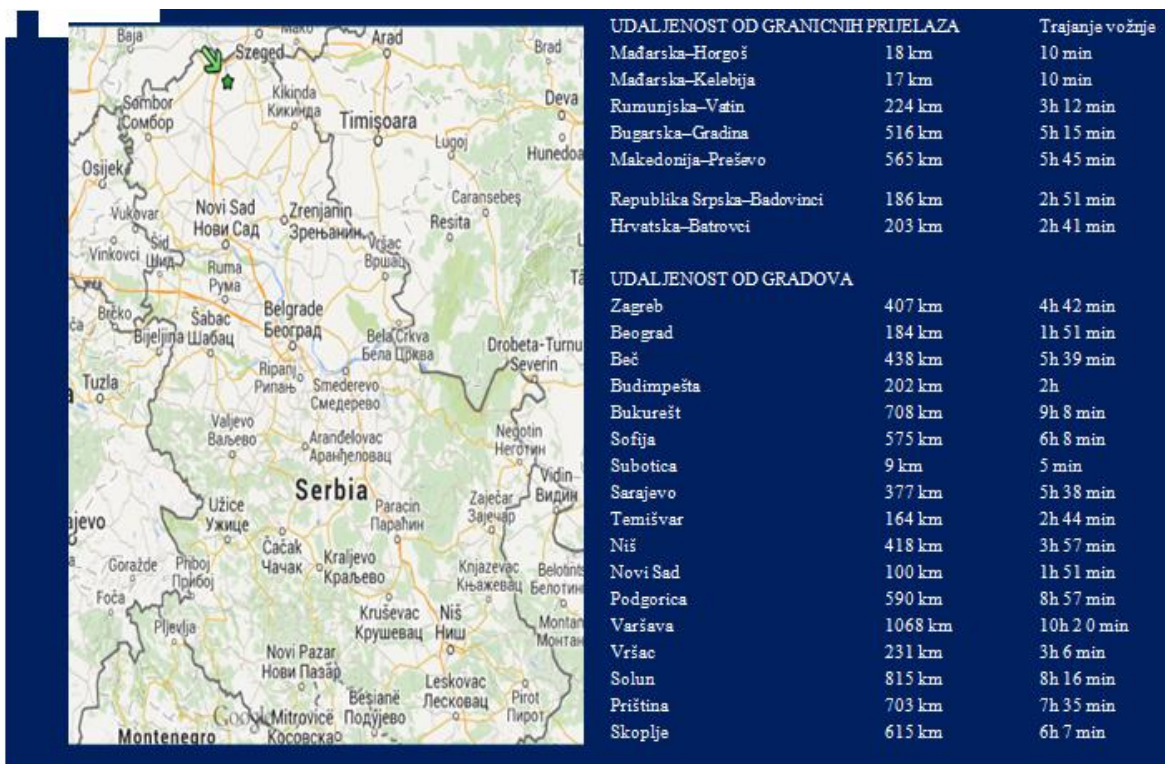
Trenutačno 39 kompanija nude usluge prijevoza od/do Budimpešte, uključujući i najveće *lowcost* prijevoznike na svijetu Ryanair, Wizz Air, Easy Jet, Norwegian koji imaju značajni udjel u ostvarenom prometu pored komercijalnih kompanija poput Lufthansa, KLM i Swiss.

Sa zračne luke u Beogradu i Budimpešti ne postoji redovita organizirana autobusna linija do Palića i Subotice, ali postoji vlak koji prometuje preko zračne luke u Budimpešti.

Osim spomenutih, još jedna zračna luka koja se može targetirati za određene segmente turista je zračna luka u Osijeku. Udaljena je 138 km i 2 h vožnje od Palića. Promet je uglavnom skoncentriran na razdoblje ljetnih mjeseci i letove *low cost* kompanija. Trenutačno nema izravnih linija do Palića.

### Cestovni promet

Destinacija Palić-Subotica dostupna je preko međunarodne autoceste E-75, kao i preko magistralnog cestovnog pravca M-22.1. Razvijena cestovna infrastruktura omogućuje efikasni dolazak u destinaciju. Autocesta E-75 je dio međunarodnog koridora X, i čini destinaciju Palić iznimno dostupnom. Stanje autoceste je veoma dobro imajući u vidu rekonstrukciju cestovne infrastrukture. Slijedi prikaz udaljenosti od ključnih točaka i tržišta.



Izvor: Google Map

Destinacija Palić povezana je sa širim okruženjem sa sjevera preko petlje „Subotica Sjever” autoceste E-75 i preko državne ceste II. reda br. 102, s južnim i jugoistočnim okruženjem preko petlje „Subotica Istok” autoceste E-75 i preko obilaznice oko jezera „Palić”, kao i preko općinske ceste Subotica-Kanjiža. Vezu sa zapadnim okruženjem predstavlja državna cesta II. reda br. 102. Pored spomenutih cestovnih pravaca, vezu sa širim okruženjem predstavlja i pružni pravac Subotica – Horgoš. Sljedeće ulice imaju najvažniju funkciju:

- Ulica Horgoška cesta - preko koje prolazi magistralni pravac M-22.1,
- Ulica Kanjiška cesta - dio lokalne ceste Subotica - Kanjiža,
- Obilaznica oko jezera - od Kanjiške ceste, preko rekreacijskog centra sve do spajanja na magistralnu cestu M-24,
- ulica Józsefa Hegedüsa - veza između Horgoške ceste i zapadnog i južnog dijela Velikog parka,
- ulica Splitska aleja - najbliža veza između Horgoške ceste i istočnog i južnog dijela Velikog parka,
- ulica Riječka s obalom Lajosa Vermesa - servisna ulica za opskrbu i pristup objektima u Velikom parku, dok je obala Lajosa Vermesa striktno pješačka zona.

### Željeznički promet

Željeznički kolodvor u Subotici omogućuje laku dostupnost ove destinacije. Uz najavljene rekonstrukcije pruga, udio željezničkog prometa i značaj za turizam Palića i Subotice će se povećati. Slijedi pregled željezničke mreže u tuzemnom i međunarodnom prometu.

Raspored prometovanja vlakova i destinacije		
Destinacija	Vrijeme puta	Frekvencija
Beograd	3h 40 min	više puta dnevno
Novi Sad	2h	više puta dnevno
Budimpešta	4h	tri puta dnevno
Beč	8h	jednom dnevno
Prag	10h 50 min	jednom dnevno

## 2.1.5 Opća infrastruktura

### Vodoopskrba

Opskrba vodom predmetnoga područja vrši se sa vodocrpilišta II. (Subotica) sa B-9, kao i s bunara u neposrednoj blizini hidroglobusa (u turističkom dijelu naselja Palić). Vodoopskrba većine postojećih objekata (kućanstava, turističko-ugostiteljskih objekata, ustanova, itd.) na promatranom području je riješeno priključkom na javnu vodovodnu mrežu.

### Kanalizacijska mreža

Naselje Palić ima djelomično izgrađenu kanalizacijsku mrežu. Kolektor „A“ kao glavni kolektor fekalnih voda stambene i industrijske zone Palića se prostire pored ceste E-5 sve do taložnika izgrađenog na Slanom jezeru odakle preko kanala Palić – Ludaš dospijeva u Ludaško jezero. Kolektor „B“ prikuplja i odvodi upotrijebljene vode iz turističke zone na zapadnoj i sjevernoj obali jezera Palić. U planu je i izgradnja kolektora „C“ s otprilike 6 novih crpnih stanica, koji će ići istočnom stranom Palićkog jezera da bi se neposredno ispred pročistača ovaj kolektor priključio kolektoru „A“. Dio kanalizacijske mreže naselja se izravno ulijeva u kanal koji povezuje jezero Palić s jezerom Ludaš. Većina stanovnika još koristi septičke jame i nije priključena na kanalizacijsku mrežu. U tijeku su kontinuirana ulaganja u izgradnju kanalizacijske mreže oko jezera Palić i samog naselja. Plan je da se tijekom 2016. god. kanalizacijska mreža naselja Palić poveže potisnim vodom s glavnim kanalizacijskim vodom i sva otpadna voda usmjeri na gradski pročistač.

Osim ovih kolektora javna kanalizacijska mreža u ostalim ulicama (izvan turističke zone) nije izgrađena te se odvodnja otpadnih voda iz postojećih kućanstava rješava uglavnom individualno putem septičkih jama.

### Elektroenergetska, plinovodna i telekomunikacijska mreža

Na prostoru u granicama plana detaljne regulacije izgrađena je elektroenergetska mreža na obje naponske razine – uglavnom nadzemnoj, kao i elektroenergetska mreža od 12 trafostanica na obje naponske razine (35 i 110 kV). Telekomunikacijska mreža je izgrađena dijelom nadzemno a dijelom podzemno i zadovoljava sadašnje vršne kapacitete. Plinovodna mreža je spojena na gradski plinovodni prsten i provedena je mreža kroz područje turističke zone, dok ostatak jezera nema plinovodnu mrežu.

## 2.1.6 Ocjena ekonomskih uvjeta okruženja

Stand by aranžman sa MMF-om značajno je pridonio smanjenju percepcije rizika investitora u prva dva mjeseca 2015. godine, pa je Srbija, prema navodima NBS, zabilježila najveći pad premije rizika u regiji JI Europe.

Istodobno, primarno zbog programa aktivnog monetarnog poticaja Europske centralne banke, u uvjetima relativno viših kamatni stopa u zoni dinara u odnosu na zonu eura, dinar je od početka godine ojačao prema euru. Iako je NBS smanjila referentnu kamatnu stopu za 0.5pp na 7.5% i stopu obvezne pričuve, može se očekivati daljnje blago jačanje dinara u razdoblju važenja stand by aranžmana sa MMF-om, pri sadašnjim relativnim razlikama u kamatnim stopama između zone eura i zone dinara.

Inflacija se trenutačno kreće ispod donje granice dopuštenog odstupanja od cilja, a NBS očekuje vraćanje inflacije unutar granica cilja u drugoj polovici 2015. godine.

U 2014. godini BDP je zabilježio pad od 1.8%, primarno uslijed šteta prouzrokovanim poplavama, prvenstveno u sektorima rudarstva i energetike.

Izvoz i investicije će i u narednom razdoblju pozitivno utjecati na kretanje BDP-a.

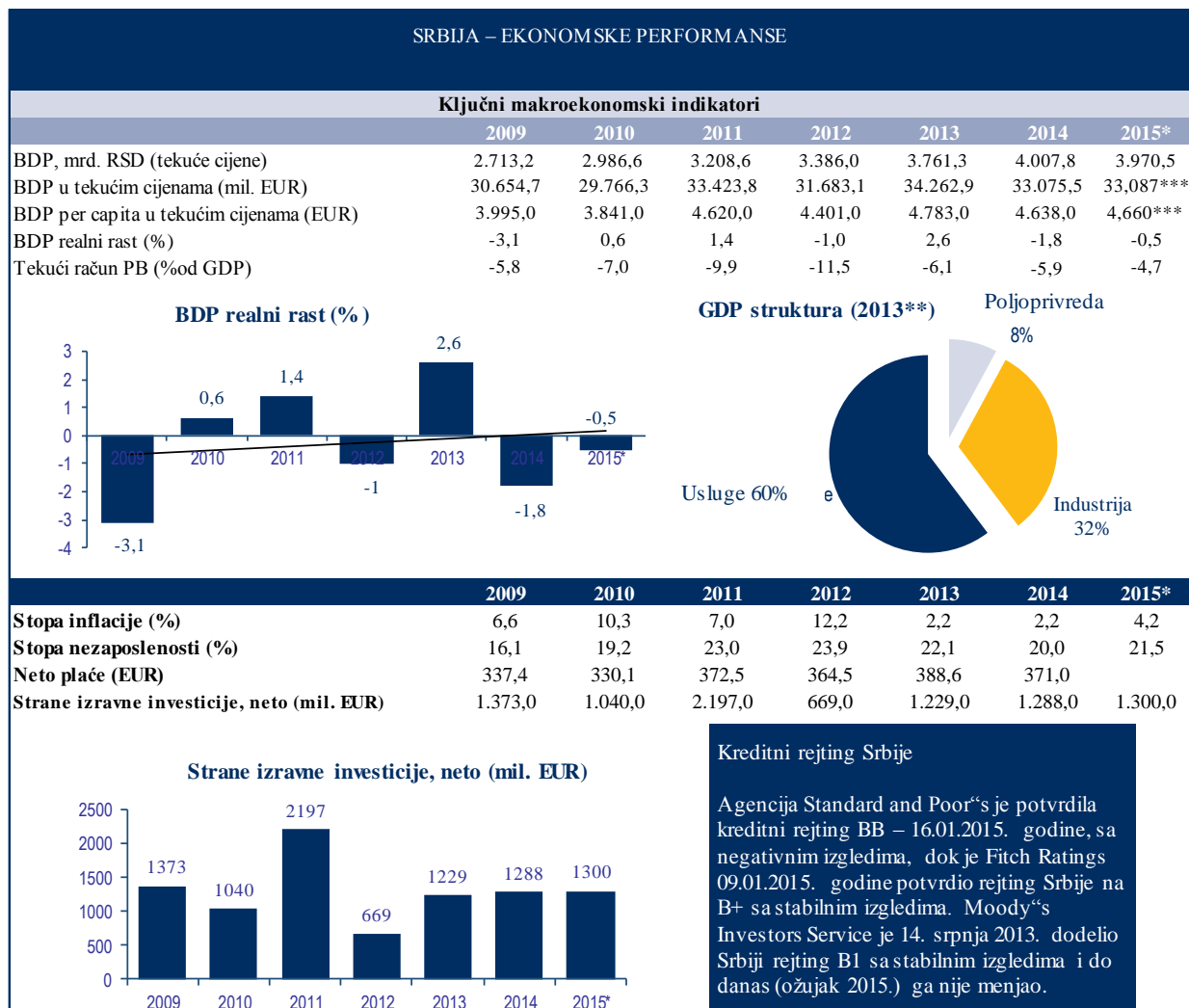
Čvrst proeuropski kurs i stabilnost Vlade usporedo s nastavkom reformi, utjecat će povoljno na priljev stranih izravnih investicija. Najveći dio SDI dolazi iz EU (80%), a kao pozitivni trend od 2011. godine, primjetan je rast udjela investicija u prerađivačku industriju.



Primjetan je značajni pad kamatnih stopa od početka 2013. godine, kao i rast kreditne aktivnosti, u prvom redu zbog odobravanja subvencioniranih kredita. NBS u 2015. godini projektira blagi pad kreditne aktivnosti „uslijed završetka programa subvencioniranja kredita u prosincu 2014. godine, sporog ekonomskog oporavka i dalje strogih uvjeta kreditiranja”.

Strukturno najznačajnija zakonitost koja je uočena je da se udio potrošnje u strukturi BDP-a smanjuje, uz istodobni rast udjela neto izvoza i investicija, što daljnji rast BDP-a čini održivijim u odnosu na pretkrizno razdoblje, kada je domaća potrošnja bila najznačajniji generator rasta.

Sljedeća tablica daje pregled najvažnijih makroekonomskih performansi Srbije:



Izvor: Narodna banka Srbije, Ministarstvo financija Republike Srbije, Statistički zavod Republike Srbije

\*Procjena NBS

\*\*Procjena CIA

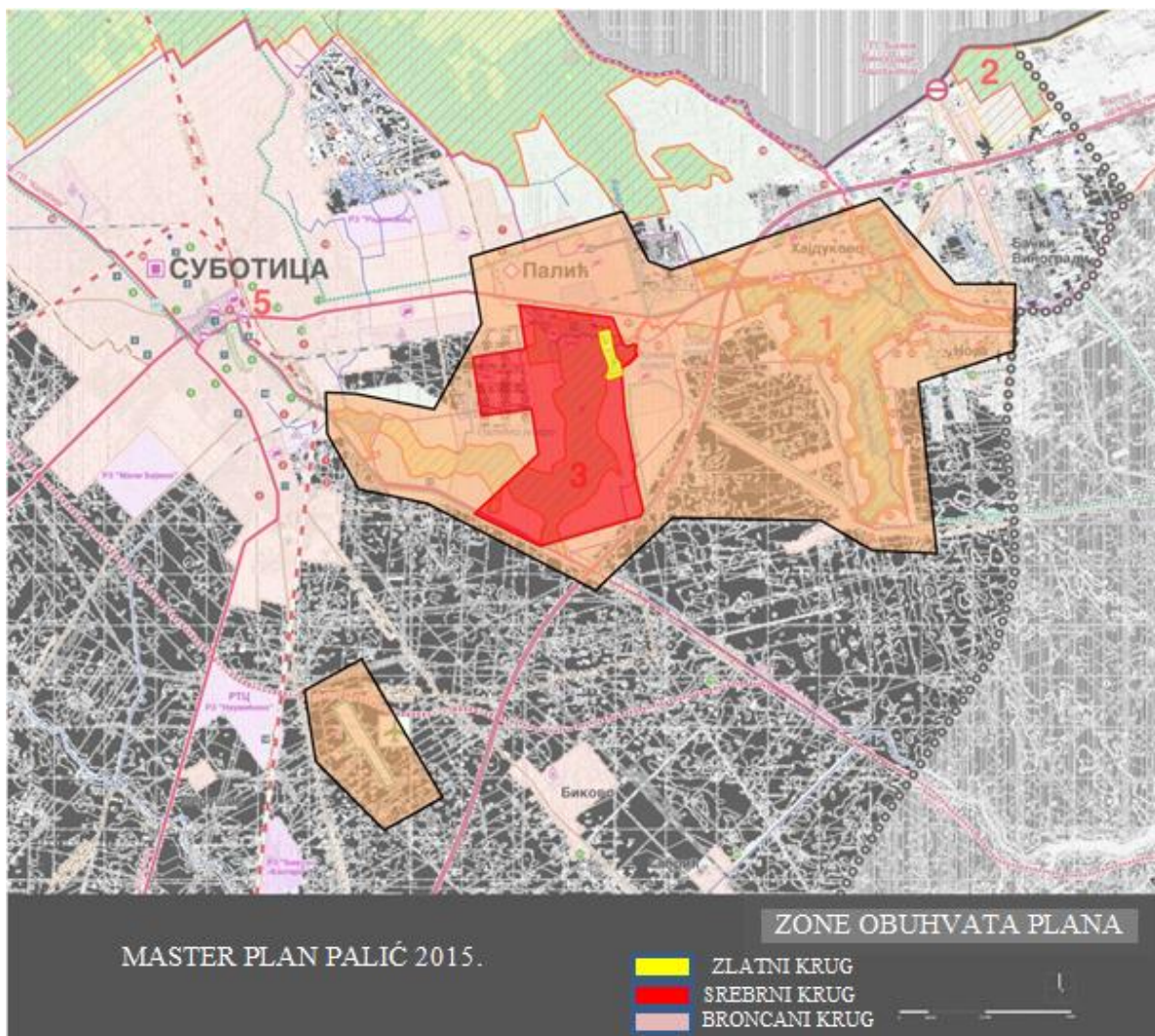
\*\*\*Procjena Horwath HTL na bazi kursa 120 RSD za 1 EUR

## 2.2 PROSTORNI OBUHVAT I PLANSKA OSNOVA TURISTIČKE DESTINACIJE PALIĆ

### 2.2.1 Prostorni obuhvat

Projektom zadatkom je predviđen obuhvat šire regije Paličkog jezera, a koja se sastoji od tri kruga: Zlatni, Srebrni i Brončani

## Obuhvat Master plana Palić 2015.



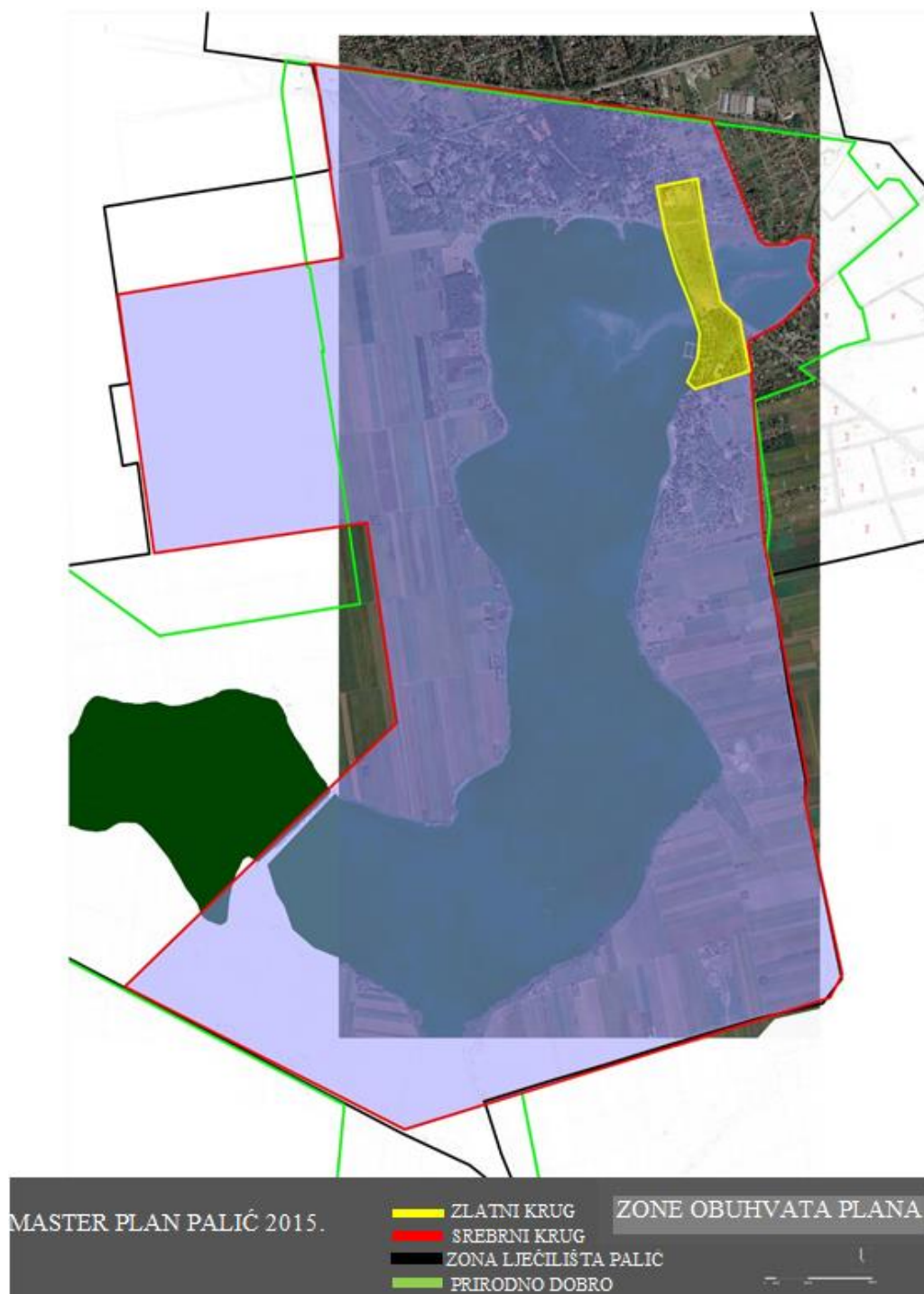
**Zlatni krug** obuhvaća lokaciju između jezera Palić i Krvavog jezera (na slici obrubljenom žutom bojom).

**Srebrni krug** čini neposredno okruženje centra i uključuje postojeće objekte i objekte koji bi trebali biti sagrađeni – u pitanju je obuhvat prethodnog Master plana iz 2006., uz dodatak nove lokacije koja je predviđena za razvitak golf terena i pratećih sadržaja – na slici je obrubljen crvenom crtom.

**Brončani krug** obuhvaća šire okruženje Turističkog prostora Palić – cijelo jezero i naselja u okolici i jezero Ludaš. U pitanju su kontaktne zone projektnog master plana, a u svezi s preporučenim konceptom razvitka u obuhvatu Srebrnog kruga, kao i dugoročnoj zaštiti i rezervaciji prostora za daljnji razvitak turizma na ovom području. U obuhvatu Brončanog kruga se ne definira na razini detalja kako je to predviđeno za Zlatni i Srebrni krug, ali ga je neophodno obuhvatiti u kontekstu definiranja portfolia proizvoda i određivanja komplementarne razvojne osnove u odnosu na sadržaje definirane u Zlatnom i Srebrnom krugu.

Predlaže se, da u obuhvat Brončanog kruga uđe i lokacija sportskog aerodroma u naselju Bikovo. Postoji mogućnost njegove rehabilitacije jer bi svojom pozicijom povećao dostupnost lokacije i razvitak dodatnih sadržaja.

## Obuhvat Master plana Palić 2015. – Zlatni i Srebrni krug



### 2.2.2 Planska osnova i urbanistička situacija

Generalni plan Subotica – Palić

Generalnim planom Subotica - Palić do 2020. godine građevinsko područje je podijeljeno na dvadeset prostornih cjelina - urbanističkih zona, koja je izravno vezana za administrativnu podjelu općine na mjesne zajednice. Urbanistička zona 20 koja je definirana za područje MZ Palić, ima 1.644 ha površine i predstavlja najveću urbanističku zonu u Generalnom planu. U njeno područje uključene su i dvije vodene površine (jezero Palić i Omladinsko jezero) s ukupnom površinom 582,5 ha, tako da građevinsko zemljište ima površinu od 1.061,5 ha. Zona je podijeljena na blokove 20.1 do 20.6. Prostor razvitka turističkog kompleksa je obuhvaćen blokom 20.1 koji obuhvaća zonu projekta. Namjena bloka je lječilišni turizam, javno zelenilo - park, zaštitno zelenilo - zaštitni zeleni pojas i komercijalne funkcije. Za blok se utvrđuje obveza izrade Plana detaljne regulacije, s obzirom na značaj prostora koje obuhvaća, u cilju utvrđivanja regulacije unutar bloka i definiranja uvjeta uređenja i gradnje sukladno planiranoj namjeni i specifičnim sadržajima određenih namjenskih cjelina - Lječilišta Palić, turističkih, ugostiteljskih i sportsko-rekreativnih sadržaja, s interpolacijom novih objekata u zaštićene dijelove prostora, sukladno smjernicama GP-a za zaštitu prirodnih i nepokretnih kulturnih dobara, kao i uvjeta gradnje objekata poslovanja u dijelu bloka namijenjenom za komercijalne funkcije.

### **Urbanistička situacija - Planovi detaljne regulacije**

U obuhvatu važećeg Master plana Palić, a sukladno Generalnom planu Subotica Palić do 2020. godine, u međuvremenu su izrađeni sljedeći urbanistički planovi:

1. **Plan detaljne regulacije za dio prostora „Lječilišta Palić“ na Paliću** („Sl. list općine Subotica“ br. 7/2007), koji je u međuvremenu imao dvije izmjene: za istočni dio („Sl. list grada Subotice“ br. 46/2011) i za zapadno dio („Sl. list grada Subotice“ br. 56/2012).

Plan obuhvaća prostor od 162,45 ha. Ovim planom su obuhvaćene označene zone iz Master plana: Zona B – Park, Zona C – Spa i wellness i Zona D – sport i lido, a koje su označene kao turistički najatraktivniji dijelovi Lječilišta Palić uz sjevernu obalu jezera - od obale jezera do Horgoške ceste (Magistralna cesta M-22.1), kao i dijelove istočne obale do kompleksa „Vikend naselja“ i dio zapadne obale jezera do kompleksa Ribolovačkog saveza.

2. **Plan detaljne regulacije „Vikend naselje“ na Paliću** („Sl. list grada Subotice“ br. 46/2011)

Planom je obuhvaćen prostor od 23,0 ha, koji je Master planom označen kao Zona E – Vikend naselje.

3. **Plan detaljne regulacije za dio prostora Lječilišta Palić sjeverno od Omladinskog jezera (Krvavog jezera) – obrubljen Solunskom ulicom, Kanjiškom cestom i kanalom Palić – Ludaš** („Sl. list grada Subotice“ br. 56/2012).

Obuhvat plana iznosi 21,0 ha i predstavlja kontaktno područje Master plana.

4. **Plan detaljne regulacije za dio prostora južno i istočno od Omladinskog jezera obrubljen je ulicom Ribarska, Segedinskom cestom sa sjeverne strane, ulicom Ludaška sa zapadne strane do Kanjiške ceste** („Sl. list grada Subotice“ br. 16/2010).

Obuhvat plana je područje koje se izravno naslanja na područje Master plana i naslanja se južno i istočno na obalu Omladinskog jezera (Krvavog jezera).

5. **Plan detaljne regulacije za proširenje kompleksa Zoološkog vrta na Paliću** („Sl. list grada Subotice“ br. 22/2013).

Obuhvat plana iznosi 18,5 ha i nalazi se unutar prostora koji je Master planom označen kao Zona B – Park.

6. **Plan detaljne regulacije za kompleks – k.č. br. 1690 K.O. Palić na dijelu prostora uz istočnu obalu jezera Palić** („Sl. list grada Subotice“ broj 4/2013).

Obuhvat plana iznosi 1,5 ha i prema Master planu se nalazi u Zoni F – Ruralna zona.

7. **Plan detaljne regulacije za dio obalnog pojasa Palićkog jezera (istočna obala) na Paliću** („Sl. list grada Subotice“, br. 07/15).

Dijelovi obuhvata Master plan Palić – sukladno Generalnom planu Subotica – Palić do 2020. godine i preporukama Master plana, nisu pokriveni planskim dokumentom, nije pokrenut postupak za izradu planova detaljne regulacije, ali su donesene Odluke o izradi planova:

1. **PDR za dio prostora „Lječilišta Palić“ uz zapadnu obalu jezera Palić** - Odluka o izradi plana je donesena („Sl. list grada Subotice“ br. 31/2010), plan je u postupku izrade koncepta i zahtijeva donošenje odluke o nastavljanju izrade plana sukladno preporučenom konceptu Master plana, koji ovaj prostor definira kao Zonu A – MICE / Golf / Vodeni sportovi.

Obuhvat plana je cca 145,5 ha.

2. **Plan detaljne regulacije za dio obalnog pojasa Palićkog jezera (zapadna i južna obala IV. sektora i obala III. sektora) na Paliću**, za koji je donesena Odluka o izradi plana („Sl. list grada Subotice“, br. 31/14). Koncept plana detaljne regulacije je izložen na sjednici Povjerenstva za planove koja je održana 22. 04. 2015. godine.

Planovima detaljne regulacije nisu pokrivena sljedeća područja:

- istočne obale jezera Palić između jezera i Novosadske ceste, koji je Master planom označen kao Zona F – Ruralna zona, a po Generalnom planu, za lječilišni turizam i obiteljsko stanovanje rezidencijalnog tipa;
- južne obale jezera Palić, između obale jezera III. i IV. sektora i državne ceste II. B reda br. 300, što je Master planom označen kao Zona F – Ruralna zona, po Generalnom planu za lječilišni turizam, obiteljsko stanovanje rezidencijalnog tipa, a duž državne ceste za komercijalne sadržaje;
- dio sjeverozapadne obale jezera Palić-između III. i IV. sektora, koji se nalazi izvan područja Master plana i namijenjen je lječilišnom turizmu.

U proceduri je utvrđivanje eventualne obveze izrade plana detaljne regulacije Krvavog (Omladinskog) jezera s obalnim pojasmom, a u cilju aktiviranja priobalja za rekreaciju s rekreativnom stazom.

Izrada **Generalnog urbanističkog plana za Suboticu i Palić** je u postupku izrade, na temelju Odluke o preispitivanju Generalnog plana Subotica Palić do 2020. godine – to je novi Generalni urbanistički plan, jer je Odluka o usklađivanju Generalnog plana („Sl. list grada Subotice“ br. 26/2009) donesena po starom Zakonu o planiranju i izgradnji. Također, radi se **Plan detaljne regulacije IV., za zonu lječilišnog turizma „Palić“ i dijelove zona „Novi Grad“ i „Aleksandrovo“** („Sl. glasnik grada Subotice“ br. 26/09). Ova Odluka je donesena u postupku o izradi donesene u postupku usklađivanja sa Zakonom o planiranju i izgradnji 2009. godine i obuhvaća cjelokupno područje Palića. Konceptija ovog plana će biti usklađena s Generalnim urbanističkim planom.

### 2.2.3 Vlasnička struktura

Jedan od ključnih zahtjeva izrade Master plana Palić 2015. je usuglašenost s vlasničkom strukturom površina u obuhvatu plana. Kao prepreka za realizaciju koncepta koji je bio preporučen Master planom 2006., pojavio se problem nemogućnosti rješavanja imovinsko – pravnih odnosa u pojedinim dijelovima obuhvata. Zato je jedno od polazišta izrade Master plana Palić 2015. prioritarno sagledavanje razvitka zemljišta koje je u vlasništvu Grada Subotice, i nalazi se u obuhvatu Zlatnog i Srebrnog kruga Master plana Palić 2015.

U nastavku je predstavljen tablični pregled s brojem čestice, površinom, namjenom i statusom, kao i orto-foto snimak s ucrtanim istim česticama koje su u vlasništvu Grada Subotice, a koje se nalaze u obuhvatu Zlatnog i Srebrnog kruga Master plana Palić 2015:

Pregled čestica u vlasništvu grada			
Broj čestice	Površina	Namjena čestice	Stanje
1	159.000 m <sup>2</sup>		neizgrađeno građevinsko zemljište
2	9.100 m <sup>2</sup>	turističko – sportsko – rekreacijski centar	građevinsko zemljište
3	2.850 m <sup>2</sup>	marina	neizgrađeno građevinsko zemljište
4	2.260 m <sup>2</sup>	turističko – sportsko – rekreacijski centar	neizgrađeno građevinsko zemljište
5	1.475 m <sup>2</sup>	turističko – sportsko – rekreacijski centar	neizgrađeno građevinsko zemljište
6	4.894 m <sup>2</sup>	lječilišno – zdravstveno – turistička	neizgrađeno građevinsko zemljište
7	7.058 m <sup>2</sup>	lječilišno – zdravstveno – turistička	neizgrađeno građevinsko zemljište
8	86.700 m <sup>2</sup>	lječilišno – zdravstveno – turistička	neizgrađeno građevinsko zemljište
9	2.800 m <sup>2</sup>	sportsko – rekreacijski centar	građevinsko zemljište
10	574 m <sup>2</sup>	turističko – ugostiteljska	građevinsko zemljište
11	887 m <sup>2</sup>	turističko – ugostiteljska	neizgrađeno građevinsko zemljište
12	11.600 m <sup>2</sup>	turističko – ugostiteljska	građevinsko zemljište
13	4.518 m <sup>2</sup>	komercijalno – turistička	neizgrađeno građevinsko zemljište
14	4.714 m <sup>2</sup>	zona kuća za odmor s okućnicom	neizgrađeno građevinsko zemljište
15	39.000 m <sup>2</sup>	-	neizgrađeno građevinsko zemljište
16	38.000 m <sup>2</sup>	-	neizgrađeno građevinsko zemljište
17	67.000 m <sup>2</sup>	-	neizgrađeno građevinsko zemljište
18	30.000 m <sup>2</sup>	-	neizgrađeno građevinsko zemljište

Izvor: Grad Subotica

Osim navedenih, postoje i druge čestice / dijelovi čestica čiji vlasnici su isključivo Republika, Pokrajina i lokalna samouprava, po Zakonu. To mogu biti dijelovi čestica, kao što je u slučaju kompleksa čestica 1 (čestica 14325/2 K.O. Novi grad) kod jezera. Na ovoj čestici, koja je u vlasništvu Grada Subotice, izgrađen je objekt Ribolovačkog. U vlasništvu Grada nalazi se zemljište uz Novosadsku cestu, pored čestice br. 13 (U PDR Vikend naselja, označeno kao blok 8.1.).



Izvor: Grad Subotica

## 2.2.4 Stanje jezera i režimi zaštite

Paličko jezero se svrstava u tipična panonska, plitka, stepska jezera, koja su u prirodnom stanju bila zaslanjenog karaktera.

Paličko jezero je u današnjem obliku sekundarni vodeni biotop s uređenim vodnim režimom, koji je izložen brojnim negativnim utjecajima iz okruženja, zbog čega je u velikoj mjeri degradirano. Površina jezera je oko 5,7 km<sup>2</sup>. Najmanja širina je oko 300 m, a dužina jezera je 8.250 m. Dno jezera je muljevito, a dubina se kreće od 1,5 – 2 m, na nekim mjestima je i znatno dublje.

Višedesetljetni utjecaj nepovoljnih faktora kao što su ulijevanje nedovoljno pročišćenih, ili nepročišćenih otpadnih voda i intenzivna poljoprivredne aktivnosti doveli su do devastacije vode jezera i životnih zajednica. Zbog nepostojanja odgovarajućeg predtretmana industrijskih otpadnih voda, ugrožena je stabilnost rada centralnog postrojenja za pročišćavanje otpadnih voda. Zbog toga, kao i zbog difuznog zagađenja jezera, i dalje u vodu dospijevaju velike količine nutrijenata (dušik i fosfora), što dovodi do prenamnožavanja fitoplanktona, a što je osobito izraženo u četvrtom (turističkom sektoru). Problemi zagađenja potječu od difuzno zagađenja jezera, točkastih zagađivača, nepostojanja kanalizacijske mreže (septičke jame i drugi izvori zagađenja – kemikalije iz vrtova i sl.) vezani za objekte u blizini jezera. Kvalitete vode u turističkom dijelu jezera je IV. klase.

U posljednje vrijeme se čine značajni naponi za unaprjeđenje vizualnih, bioloških, kemijskih i drugih karakteristika jezera Palić, kao i unaprjeđenje njegovog održivog korištenja, a Grad je donio Plan za unaprjeđenje ekološkog stanja Paličkog jezera i njegove okolice, kojom su definirane mjere za saniranje i unaprjeđenje stanja životnih zajednica jezera Palić<sup>2</sup>.

Poboljšanje je osobito uočljivo u domeni upravljanja i zaštite prirode.

Odlukom o proglašenju zaštićenog područja Park prirode „Palić“ (Sl. list Grada Subotice br. 15/2013 i 17/13-ispr.) urađena je revizija zaštite i prilagodba režima zaštite novim propisima, potrebama upravljanja i očuvanja kvalitete vode, pri čemu je kao upravitelj ostalo Javno poduzeće „Palić – Ludaš“.

Po međunarodnoj IUCN klasifikaciji Park prirode Palić spada u IV. kategoriju – zaštićeno područje upravljanja staništima i vrstama (Habitat and Species Management Area). Međunarodni status ovog zaštićenog područja je *područje od značaja za ptice* (IBA – Important Bird Areas) i u cjelini pripada IBA području „Subotička jezera i pustare“, kao i *značajno botaničko područje* (IPA – Important Plant Areas).

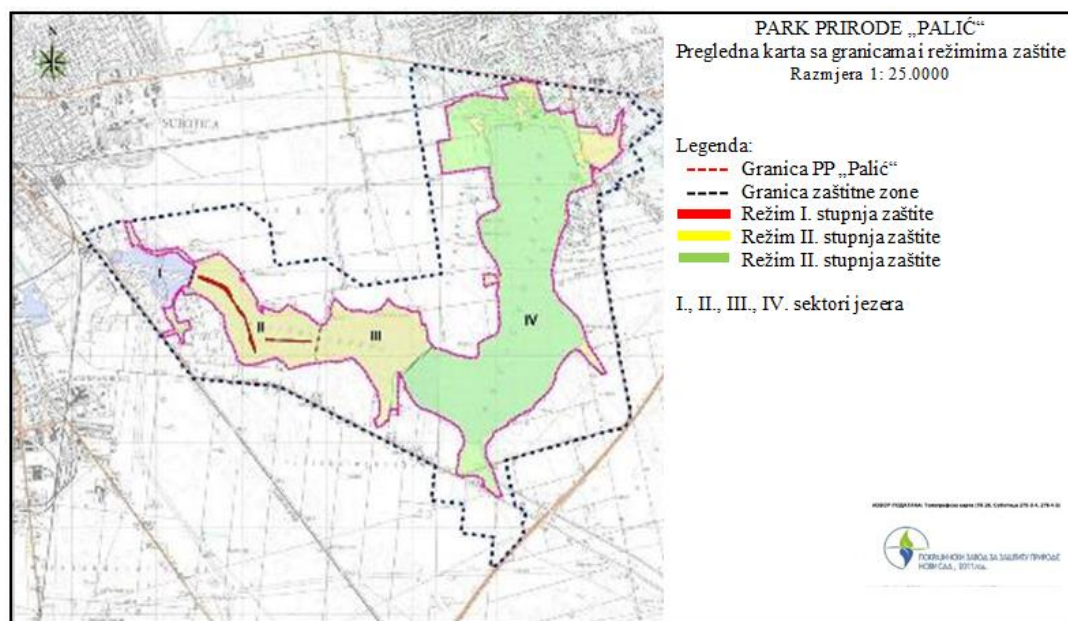
Park prirode „Palić“ predstavlja zaštićeno područje od lokalnog značaja – III. kategorije. Sukladno odredbama Zakona o zaštiti prirode (Sl. glasnik Republike Srbije br. 36/09, 88/10, 91/10), Park prirode Palić je područje dobro očuvanih prirodnih vrijednosti s pretežno očuvanim prirodnim ekosustavima i živopisnim pejzažima, namijenjeno očuvanju ukupne geološke, biološke i raznovrsnosti predjela, kao i zadovoljenju znanstvenih, obrazovnih, duhovnih, estetskih, kulturnih, turističkih, zdravstveno – rekreativnih potreba i ostalih djelatnosti usklađenih s tradicionalnim načinom života i načelima održivog razvitka“.

---

<sup>2</sup> Odluka o donošenju plana za unaprjeđenje ekološkog stanja Paličkog jezera i njegove okolice („Sl. list grada Subotice“, br. 24/14).



## Palić – režimi zaštite



Režim zaštite prvog stupnja – stroga zaštita, je propisana za tzv. „Ptičje otoke“ u okviru II. sektora jezera, u cilju očuvanja gnijezdećih populacija rijetkih i ugroženih vrsta ptica. Ukupna površina pod ovim režimom je 5 ha, odnosno 0,7% područja.

Režim zaštite drugog stupnja obuhvaća drugi sektor jezera, predviđen za trajno poboljšanje kvalitete vode koja stiže s pročistača, i treći sektor jezera, koji ima centralnu ulogu u očuvanju sukcesijskog niza životnih zajednica jezera. Pod ovim režimom zaštite su i izdvojeni dijelovi Velikog parka, koji su značajni za očuvanje rijetkih i ugroženih vrsta. Ekološki koridori (kanal Tapša, kanal između Palićkog i Omladinskog jezera, Omladinsko jezero do kanala Palić – Ludaš, kao i početna dionica kanala Palić-Ludaš) su također pod režimom zaštite drugog stupnja i oni su neophodni za očuvanje integralnosti zaštićenog područja. Ukupna površina pod ovim režimom zaštite je 216,24 ha, odnosno 30,4% područja.

Mjere za režim zaštite II. stupnja podrazumijevaju ograničenja za: sportski ribolov na 30% ukupne duljine linije obale, kretanje posjetitelja i vozila na za tu svrhu predviđene staze i ceste, kao i turističke aktivnosti u smislu prostorno i vremenski ograničenih vidova eko i seoskog turizma. Ograničena je i izgradnja rekreativnih staza, postavljanje infrastrukturnih vodova na zelenim površinama, moguće je obnavljanje postojećih, uz potrebnu infrastrukturu, izgradnju koja je sukladno potencijalima, vrijednostima, potrebama i kapacitetima zaštićenog prostora. Prilikom planiranja prostornog rasporeda aktivnosti, neophodno je primijeniti zonalni raspored turističkih i drugih sadržaja, u cilju zaštite integralnosti i funkcionalnosti ekosustava.

Razmjerno najveći dio Parka prirode „Palić“ je pod režimom zaštite trećeg stupnja (68,9%, ili 491,12 ha). U ovom režimu zaštite moguće je selektivno i ograničeno korištenje prirodnih resursa i prostora uz potrebnu infrastrukturu i drugu izgradnju, a što je usklađeno s vrijednostima, potencijalima kapacitetima i potrebama zaštićenog prostora. Turistički (IV.) sektor jezera je u ovom režimu zaštite, a u cilju zaštite integralnosti i funkcionalnosti jezerskog ekosustava, prilikom planiranja prostornog rasporeda aktivnosti, neophodno je primijeniti *zonalni raspored turističkih i drugih sadržaja*.

U pogledu obuhvata tzv. Srebrnog kruga Master plana Palić 2015., imajući u vidu potrebu za planiranjem adekvatnih sadržaja i objekata, u suradnji s nadležnim Zavodom za zaštitu prirode definirane su preporuke za poboljšanje stanja IV. (turističkog) sektora Palićkog jezera i zone oko Omladinskog (Krvavog) jezera:

- 1. Očuvanje priobalnih livada kod Krvavog jezera** – predloženo je moguće formiranje parkinga uz Ribarsku ulicu, a svaka druga izgradnja na sjevernom dijelu obale bi prouzrokovala nenadoknadiv gubitak za postojeći ekosustav. Krvavo (Omladinsko) jezero funkcionira kao samostalni ekosustav i pripada najosjetljivijim dijelovima Parka prirode. Vizualna atraktivnost jezera je znatno manja od jezera Palić - moguća uloga ovog dijela prostora je „mirni kutak“ u

blisko-prirodnom stanju, povoljan za šetnju i odmor u prirodi i to u neposrednoj blizini centralnog dijela lječilišnog prostora (u ovom smislu se ostvaruje i projekt uređenja obale koji je u tijeku);

- 2. Formiranje „otoka prirode“ u sjeverozapadnom zavoju obale, južno od ušća kanala Tapša** (u produžetku trokuta koje je u II. stupnju zaštite) – preporuka je da se rezervira prostor za revitalizaciju tršćaka i da se očuva dio priobalnih livada prema rasadniku (Prema važećem Master planu, potrebno je naći optimalnu lokaciju za jedriličarski klub i sadržaje veslačkog kluba). Preporučena je izgradnja objekata na većoj udaljenosti od obale. Napomena je da je postojeća šuma kod objekta sportskih ribolovaca manje vrijedna od livadske vegetacije, te da bi u tom smislu bilo moguće intenzivnije korištenje ove lokacije.
- 3. Rezerviranje prostora za podizanje zelenih pojaseva.** Preporuka je da se javne zelene površine iskoriste za rekreaciju, a svakako su veoma korisne za osiguravanje povoljne ekoklime i zaštitu od erozije.

U širini od 5 do 20 m uz obalu je potrebno osigurati površine pod travnatom vegetacijom i niskim raslinjem, bez obavljanja poljoprivrednih aktivnosti u tom prostoru. Unutar zaštitnog pojasa planirana je staza koja se može koristiti u rekreativne svrhe, za kretanje pješaka i biciklista. Zeleni pojas od 20 m - 50 m je rezerviran za zelene žbunaste i drvenaste biljke, gdje je moguće locirati određene rekreativne sadržaje. Na zapadnoj strani prema Subotici je potrebno osigurati mrežu pojaseva višekratnog zelenila u funkciji vjetrozaštitnih pojaseva.

U nastavku dajemo indikativni prikaz zona o kojima bi trebalo voditi računa u kontekstu planiranja sadržaja i objekata u obuhvatu Srebrnog kruga:

**Palić – označene zone s ostacima livada**



*Izvor: Pokrajinski zavod za zaštitu prirode*

## 2.3 EVALUACIJA RESURSNE I ATRAKCIJSKE OSNOVE

---

Kao atraktori destinacije najčešće se postavljaju dvije kategorije resursa, i to su prirodni resursi i izgrađeni resursi. Ključni doprinos, međutim, u oblikovanju turističkog iskustva i karaktera destinacije daju angažirani ljudi, pa su, u tom kontekstu, ljudski resursi Palića i Subotice također dragocjeni resurs s kojim ova destinacija može računati u budućnosti.

Pitanje održivosti i devastiranja prirodnih faktora je bitno ako je cilj njihovo optimalno i dugoročno korištenje. Antropogeni resursi nude posebne doživljaje ili se postavljaju kao komplementarni resurs prirodnim atrakcijama.

Na temelju gore navedenog, daje se kratki osvrt na glavne prirodne i izgrađene vrijednosti i resurse na području Parka Prirode „Palić“, danog u Planu upravljanja PP Palić za razdoblje od 2014. do 2023.

- Lječilište Palić, kao što je već istaknuto, nastalo je na temelju balneoloških karakteristika vode i mulja alkalnog stepskog karaktera. Prirodna vegetacija je očuvana samo u uskom pojasu uz obalu. Faunistični podaci ukazuju na činjenicu da mozaik antropogenih i izmijenjenih prirodnih staništa zaštićenog područja služi kao posljednje pribježište ugroženim vrstama, čija su staništa uništena uređivanjem voda i širenjem šumskih monokultura na području Subotičko-horgoške pješčare.
- Zbog postojanja starih hrastova i vrsta mezofilnih hrastovih šuma pješčare Veliki Park, podignut 1842. godine, bogat je vrstama šumskih staništa. Pored postojanja 4 vrste šišmiša, zabilježeno je gniježđenje 61 ptičje vrste. Zelenilo Zoo-vrta sadrži preko 270 vrsta drveća i žbunja i predstavlja bitan element biodiverziteta zaštićenog područja. Najvredniji elementi lokacije su preko 250 godina stara stabla hrasta lužnjaka, ostaci iskonske vegetacije.
- Jezero se nalazi na istočnom europskom migracijskom putu ptica i ima ulogu važnog staništa za odmaranje, prehranu i zimovanje vodenih ptica. Do sada je na ovom lokalitetu zabilježeno oko 210 vrsta ptica, a gnijezdi se preko 100 vrsta. Najvrednija staništa ptica su tzv. „Ptičji otoci“ drugog sektora, koji su podignuti od isušenog mulja prilikom sanacije jezera i predstavljaju jedino gnjezdilište crnoglavog galeba u Srbiji. Na zaštićenom području su zabilježene 176 strogo zaštićene vrste, 50 vrsta nalazi se na Dodatku i Direktive o pticama, što ih opredjeljuje kao vrste na temelju kojih se nominiraju Natura 2000 područja.
- Jezero i ostaci vlažnih staništa uz obalu omogućuju opstanak brojnim zaštićenim i strogo zaštićenim vrstama vodozemaca, gmizavaca i sisavaca, od kojih su najznačajniji šišmiši i vidra. Ekološki kompleks Palićkog i Ludaškog jezera ima ključnu ulogu u opstanku metapopulacije vidre na slivu Kireša.

S druge strane, Palić i Suboticu karakterizira postojanje velikog broja antropogenih atrakcija koje pridonose kreiranju ukupnog doživljaja u destinaciji.

Destinacije se odlikuju iznimnom arhitekturom secesije, a značajni broj zdanja koji oslikavaju ovo razdoblje i stil izražavanja je otvoren za posjetitelje. S poviješću i kulturom ovih destinacija posjetitelj se može upoznati u 5 muzeja koji rade na njihovom području. Od ukupnog broja muzeja, 4 su locirana u Subotici a jedan na Paliću. Na Paliću su locirane i 3 galerije, kao i veći broj izložbenih prostora. Značajni sakralni objekti također pridonose boljem istjecanju multikulturalnosti kao dijela turističkih resursa.

Značajni doprinos približavanju kulturnog naslijeđa i tradicije turističkom tržištu predstavlja i organiziranje manifestacija. Na području Palića i Subotice se gotovo svakog mjeseca organizira određeni događaj. Tradicija i kultura su važan tematski dio ovih događaja, ali i kategorija suvremenih događaja su također dio ukupne ponude. Najveći broj događaja se organizira u svibnju, lipnju, srpnju, kolovozu, rujnu i studenom.

Neophodno je spomenuti jednu od najvećih vrijednosti cijeloga prostora, a koja je, ujedno i jedan od ključnih čimbenika za razvitak turizma i realizaciju vizije razvitka Palića kao turističke destinacije – radi se o karakteru i strukturi raspoloživih ljudskih resursa. Postoji odlična baza kadrova koja može odgovoriti potrebama razvitka i funkcioniranja destinacije, koja uz adekvatne programe profesionalnog usavršavanja može postati bitna tržišna odrednica za njeno buduće pozicioniranje. Dobar i stručan kadar u domeni hotelijerstva i ugostiteljstva, kao posljedica duge tradicije Palića kao lječilišne

destinacije je važan resurs. Također, ovo se odnosi i na medicinsku praksu, koja u posljednje vrijeme sve više pronalazi relevantno tržište izvan granica Srbije. Stavljanje ovih ljudi u funkciju razvitka Palića predstavlja *condition sine qua non*.

Sljedeće tablice daju kratki pregled resursno - atrakcijske osnove Palića.

EVALUACIJA POSTOJEĆE ATRAKCIJSKE OSNOVE

Razina značaja i turistifikacije

Atrakcija	Opis	Nacionalni	Regionalni	Internacionalni
<b>Prirodni resursi i atraktori</b>				
<b>Jezero Palić</b>	Nekadašnje slano jezero. Zbog velikog broja algi i mulja, boja vode je izrazito zelena. Obala je dugačka 17 km, a temperatura vode je za vrijeme kupališne sezone 25 °C. Trenutačno se jezero može opisati kao nestabilni eko sustav.			Internacionalna razina atrakcije.  Napomena: Neophodno je rješeno pitanje eko sustava jezera
<b>Ludaško jezero</b>	Ludaško jezero je specijalni rezervat prirode internacionalnog značaja, zbog specifičnih biljnih i životinjskih vrsta.		Jezero ima regionalnu razinu značaja sa aspekta generalne turistifikacije.  Napomena: Neophodno uvezivanje	Jezero ima internacionalnu razinu značaja sa aspekta fokusa na tržište specijalnih interesiranja, i to prije svega promatrača ptica i eko turizma.
<b>Omladinsko jezero (Krvavo jezero)</b>	Omladinsko jezero je od Paličkog jezera razdvojeno cestom. Samo jezero i okolica se ne koriste u turističke svrhe, obala nije uređena, predstavlja međunarodni koridor ptica.	Atrakcija ima nacionalni, prije svega lokalni značaj  Osim samog prirodnog ambijenta nema elemenata turistifikacije		
<b>Termalni izvori</b>	Postojeći termalni izvori – bušotine imaju utvrđen svoj sastav i temperaturu pri kaptiranju, kao termalni vodni resurs na istražnom području Palić, i neophodno ih je uključiti kao sastavni dio iskustava destinacije.		imaju širi regionalni značaj  Napomena: Neophodno kreiranje odgovarajućih wellness i medicinski sadržaji	Sa razvojem sadržaja (aqua park, wellness, medicinski spa) termalni izvori će dobiti i veći, međunarodni značaj
<b>Park prirode Palić</b>	Obuhvaća samo jezero Palić i njegovu okolicu. Zaštićeno je područje od međunarodnog značaja za ptice i biljke, i dio je EMERALD mreže područja od međunarodnog značaja za očuvanje biološke raznovrsnosti.		Park ima regionalnu razinu značaja sa aspekta generalne turistifikacije  Napomena: Neophodno uvezivanje doživljaja sa jezerom	Park ima internacionalnu razinu značaja sa aspekta fokusa na tržište specijalnih interesiranja, i to prije svega eko turizma i promatranja i izučavanja ptica
<b>Subotička pješčara i Selevenske pustare</b>	Predjel iznimnih odlika Subotička pješčara i Specijalni rezervat prirode Selevenske pustare su sastavni dio turističkog doživljaja Palića	Nacionalna razina značaja sa aspekta generalne turistifikacije  Napomena: kao dodana vrijednost iskustvu oko Paličkog i Ludaškog jezera		

EVALUACIJA POSTOJEĆE ATRAKCIJSKE OSNOVE				
Atrakcija	Opis	Nacionalni	Regionalni	Internacionalni
<b>Izgrađeni resursi i atraktori</b>				
<b>Veliki park</b>	Veliki park karakterizira kombinacija uredenih zelenih površina i specifična arhitektura iz doba secesije. Ovaj park jedini je pejzažni park u Srbiji. U Velikom parku Paličkog jezera se nalazi najveći dio ostalih izgrađenih atrakcija. Nalazi se na sjeveru kraj obale jezera.		Regionalni značaj Velikog parka  Napomena: Neophodno dalje investirati u prezerviranje i unaprjeđenje zelenih površina i tipične arhitekture.	
<b>Vodotoranj</b>	Vodotoranj se nalazi na samom ulazu u Veliki park. Izgrađen u tipičnom stilu mađarske secesije, a karakterizira ga cvjetna dekoracija iz opusa mađarske secesije.	Nacionalni/lokalni značaj atrakcije		
<b>Velika terasa</b>	Višenamjenski objekt izgrađen početkom prošloga stoljeća. Prednja strana zgrade ima i dvije otvorene terase. Nakon popune rekonstrukcije, danas funkcionira kao prostor za organiziranje događaja, s kongresnom dvoranom. Dvorana se nalazi na drugom katu, dok je u prizemlju prostor predviđen za restoran, ali danas još nije u funkciji.	Nacionalni/lokalni značaj atrakcije	Regionalni značaj atrakcije  Napomena: Neophodno je integrirati Terasu u kongresnu ponudu i profesionalizirati	
<b>Glazbeni paviljon</b>	Nalazi se ispred Velike terase. Koristi se kao mjesto za koncerte.	Nacionalni/lokalni značaj atrakcije		
<b>Ljetna pozornica</b>	Ljetna pozornica je scena na otvorenom, namijenjena održavanju različitih kulturnih i zabavnih manifestacija i koncerata tijekom ljetnih mjeseci. Najčešće je prepoznata kao mjesto održavanja Paličkog filmskog festivala. Stilski i arhitektonski se uklapa u doživljaj Velikog parka.		Regionalni značaj atrakcije  Napomena: Neophodno je nastaviti na pozicioniranju kao multifunkcionalnog samostalnog otvorenog objekta.	
<b>Žensko kupalište (štrand)</b>	Ženski štrand je još jedan primjer mađarske secesije. Drvenu građevinu karakteriziraju detalji ornamentika mađarske secesije. Ženski štrand je u potpunosti restauriran u prethodnom razdoblju i priveden namjeni. U okviru kupališta funkcionira ugostiteljski kapacitet s unutarnjim i značajnim vanjskim kapacitetima s ležaljka za sunce.	Nacionalni/lokalni značaj atrakcije		
<b>Muško kupalište (štrand)</b>	Muški štrand svojom arhitekturom i konceptom različit je u donosu na Ženski štrand. Sastoji se od drvenog mola koji omogućuje prilaz ograđenim bazenima (u kojima je jezerska voda). Na lokaciji se nalazi i prostor za ljetne aktivnosti (obojka na plaži, otvoreni bazen, paintball). Muški štrand je u lošem stanju.	Nacionalni/lokalni značaj atrakcije		
<b>Vila Lujza</b>	Riječ je o objektu koji je u potpunosti renoviran čime pridonosi duhu i atmosferi destinacije. Objekt funkcionira kao smještajni kapacitet, koji nudi boravak u jedinstvenim sobama na komercijalnim osnovama. Nalazi se gotovo na samoj obali jezera i na šetalištu.	Nacionalni/lokalni značaj atrakcije		

<b>Sovin grad – Bagolyvár ljetnikovac</b>	Bagolyvár je jedan od najljepših objekata na Paliću. Objekt nije u funkciji. Djelomično je saniran, potrebno je nastaviti radove adaptacije.	Nacionalni/lokalni značaj atrakcije	
<b>Tramvajska postaja</b>	Predviđena je restauracija tramvajske postaje i pretvaranje u turistički informativni centar koji će funkcionirati i kao suvenirnica, centar za male gospodarstvenike, za neka kulturna događanja, promocije, specijalizirane večeri. Realizacija od strane TZ Subotica.	Nacionalni/lokalni značaj atrakcije	
<b>Zoo vrt</b>	Osnovan je 1949. godine, prostire se na 10 ha. Njegov koncept, ljepota, uređenost i tretman životinja čine ga interesantnim i svrstavaju ga u atrakciju. Ovdje posjetitelji mogu uživati u promatranju preko 60 životinjskih vrsta.	Nacionalni/lokalni značaj atrakcije	
<b>Aerodrom Bikovo</b>	Trenutačno u funkciji sportskog aerodroma, ali s razvitkom infrastrukture može biti značajan generator tražnje.	Nacionalni/lokalni značaj atrakcije	Regionalni značaj atrakcije  Napomena: Neophodno je integriranje turističkih sadržaja u ponudu
<b>Kino „Abazija“</b>	„Abazija“ (kapacitet 170 sjedala) kreira mogućnost projekcije filmova tijekom cijele godine, ali i razvika multifunkcionalnog kulturnog centra	Nacionalni/lokalni značaj atrakcije	

## 2.4 ANALIZA POSTOJEĆEG TURISTIČKOG SUSTAVA

### 2.4.1 Smještajni kapaciteti

#### 2.4.1.1 Turistički smještajni kapaciteti - Srbija i Vojvodina

- Ukupni smještajni kapaciteti Srbije<sup>3</sup> obuhvaćaju 43.603 sobe, od čega je 42% u kategoriziranim smještajnim kapacitetima;
- Od ukupnih kapaciteta, 20% predstavljaju nove objekte otvorene u razdoblju od 2006. do 2014. godine, pri čemu je ukupni rast broja smještajnih objekata u promatranom razdoblju porastao za 15%, a broj soba za 17%. Kvalitativna struktura je poboljšana s obzirom na to da najveći broj novootvorenih objekata pripada višim kategorijama;

Relativni udjel klastera u ukupnom smještajnom kapacitetu Srbije (2014. godina)				
	Beograd	Vojvodina	Zapadna Srbija	Istočna Srbija
Broj objekata	15.95%	24.46%	40.05%	19.54%
Broj soba	16.81%	18.51%	40.68%	24.00%
Broj ležajeva	13.74%	18.60%	43.32%	24.34%

Izvor: Zavod za statistiku Republike Srbije

<sup>3</sup> Podaci Zavoda za statistiku Republike Srbije

- Struktura smještajnog kapaciteta u Srbiji pokazuje da se najveći dio kapaciteta promatrano po broju soba nalazi u klasterima Zapadna i Istočna Srbija (dvije trećine). Vojvodina obuhvaća petinu smještajnog kapaciteta, ali, po pitanju kvalitativne strukture, Vojvodina i klaster Beograda imaju više standarde tj. veći udio smještajnog kapaciteta viših kategorija;
- Smještajna struktura u Srbiji još uvijek nije prilagođena internacionalnom tržištu s obzirom na to da hotelski kapaciteti čine svega 30% ukupnog smještajnog kapaciteta. U strukturi hotelskog kapaciteta dominantni su hoteli s 4\* (34%) i 3\* (30%), slijede hoteli s 2\* (20%), 1\* (9%) i 5\*(7%)<sup>4</sup>. Ostale značajne smještajne kategorije u Srbiji su privatni smještaj (21%), prenoćišta (10%), kampovi (10%), hosteli (6%) i kapaciteti u lječilištima i klimatskim lječilištima (6%);
- Slična situacija je i u Vojvodini gdje hoteli obuhvaćaju svega 25% ukupnog kapaciteta. Primjetno je značajan udio kampova (24%), što ne treba iznenaditi s obzirom na to da je u Vojvodini locirano 46% svih kamp kapaciteta u Srbiji. Slijede hosteli (13%), prenoćišta (11%) i privatni smještaj (9%).

#### 2.4.1.2 Turistički smještajni kapaciteti - Subotica i Palić

Subotica i Palić raspolazu sa preko 2.200 kreveta u turističkim smještajnim kapacitetima sa sljedećom smještajnom strukturom:

Smještajni kapaciteti Palić – Subotica (2014. godina)				
Subotica (2014.)				
	Objekata	Soba	Ležajeva	Objavljena cijena*
Hotel	5	308	665	40 - 75 EUR
Privatni smještaj	13	105	242	18 - 29 EUR
Prenoćište	7	79	182	10 - 15 EUR
<b>Ukupno Subotica</b>	<b>25</b>	<b>492</b>	<b>1.089</b>	

Palić (2014.)				
	Objekata	Soba	Ležajeva	Objavljena cijena*
Hotel	1	44	90	40 - 60 EUR
Hotel garni	3	100	173	40 - 60 EUR
Privatni smještaj	48	234	555	11 - 20 EUR
Prenoćište	8	77	202	11 - 20 EUR
Kamping odmoriste	2	70	140	10 EUR
<b>Ukupno Palić</b>	<b>62</b>	<b>525</b>	<b>1160</b>	
<b>Ukupno Palić – Subotica</b>	<b>87</b>	<b>1.017</b>	<b>2.249</b>	

\*Cijena je po osobi

Izvor: Turistička zajednica Subotice

- U odnosu na baznu godinu (2006.), došlo je i do kvantitativne i kvalitativne promjene strukture kapaciteta destinacije. Do 2006. godine Zavod za statistiku Republike Srbije je vodio evidenciju samo o smještajnim kapacitetima u hotelima. Od 2007. godine uvodi se službena evidencija i smještajnih kapaciteta u privatnom smještaju, tako da je 2007. godine registrirano 875 ležajeva u okviru Palića (u odnosu na 309 ležajeva koliko je bilo 2006. godine). U tom smislu, Palić doživljava promjene u brojnom stanju, dok je struktura kvalitete i dalje na istoj razini niže

<sup>4</sup> Prema podacima Ministarstva trgovine, turizma i telekomunikacija Republike Srbije.



kategorije. S druge strane, u Subotici su otvoreni novi hoteli i izvršene rekonstrukcije postojećih, i to sve u kategoriji 4\*. Ovo implicira da je došlo do poboljšanja strukture smještajnih kapaciteta u Subotici.

- U Subotici, 63% kapaciteta čine hoteli (po broju soba), i to prvenstveno hoteli u kategoriji 4\*. Imajući u vidu objektivnu ocjenu realnih karakteristika hotela i njihovih dodatnih sadržaja, možemo zaključiti da se smještajna osnova značajno približila zahtjevima stranog tržišta, pogotovo u kategoriji poslovnih gostiju;
- Međutim, analizirajući pojedinačno kapacitete Palića, sa 25% kapaciteta u hotelima, jasno je da struktura smještaja ne odražava karakter međunarodno prepoznate destinacije. U privatnom smještaju i prenoćistima je 61% kapaciteta (po broju soba) što čini da je ponuda izrazito fragmentirana, kreirajući izazov upravljanja i kontroliranja kvalitete koju ovi objekti pružaju u cjelokupnom lancu vrijednosti destinacije;
- U analizi nisu prikazani smještajni kapaciteti koji se nalaze u procesu gradnje u Omladinskom naselju, koji će u kategoriji omladinskih i studentskih odmarališta nuditi oko 800 ležajeva;
- Hotelski kapaciteti na Paliću pripadaju formalno kategoriji hotela i garni hotela od 4\*, ali koji su ograničeni po tipu/vrsti usluga koje pružaju, što dodatno pojačava argumentaciju da smještajna struktura Palića ne odgovara zahtjevima internacionalnog tržišta;

### 2.4.1.3 Detaljni prikaz hotelskih kapaciteta Palića

Struktura hotelskih kapaciteta na Paliću					
Naziv	Kategorija	Međunarodna kategorija*	Broj soba	Broj ležajeva	Dodatni sadržaj
Park i Jezero (garni hotel)	****	**	63	114	Ultimirane usluge saune; kongresne dvorane; restoran;
Prezident (hotel)	****	***	44	90	Fitnes centar, wellness centar; otvoreni bazen; restoran; kongresne dvorane;
Vila Lago (garni hotel)	****	****	15	28	Hidromasažni bazen; parno kupatilo; masažni centar; restoran; otvoreni bazen; tretmani za njegu lica i tijela;
Palić Resort (garni hotel)	****	***	22	45	Caffe – bar; fitnes centar; wellnes & spa centar; zatvoreni bazen;
<b>Ukupno</b>			<b>144</b>	<b>263</b>	

Izvor: Turistička zajednica Subotice; \*Horwath HTL stav sukladno međunarodnim standardima

- Strukturu hotelskih kapaciteta formalno čini hotel i garni hoteli (hotela s ograničenom uslugom) u kategoriji 4\*; analiza sadržaja pokazuje da hoteli nude i dodatne aktivnosti i doživljaje koji upotpunjuju boravak gostiju, ali njihova razina razvijenosti čini da ovi dodatni sadržaji nisu primarni razlog dolaska i boravka gostiju, već da predstavljaju jedan vid dodane vrijednosti njihovu boravku na Paliću.
- Hotel Park i Jezero: hoteli funkcioniraju kao sastavni dio kompanije Elite Palić. Djelomično renovirani u prethodnom razdoblju, svojim smještajnim i kongresnim kapacitetom zadovoljavaju zahtjeve postojećih gostiju i klijenata.
- Hotel Prezident: izgrađen 2000. godine, svojim gostima nudi usluge smještaja i korištenja wellness i spa usluga. Hotel radi pod stečajnom upravom, ali bez obzira na relativno ograničene

uvjete poslovanja, zadržan je adekvatni odnos prema gostima. Hotel ima odgovarajući prostor za organiziranje manjih događaja i sastanaka.

- Vila Lago i Palić Resort: su objekti u kategoriji garni hotela, svojim arhitektonskim rješenjima se uklapaju u ukupnu atmosferu destinacije; imajući u vidu da su otvoreni u skorije vrijeme, u usporedbi s prethodna dva hotelska objekta, jasno je da Vila Lago i Palić Resort nude kvalitetni smještajni kapacitet, kao i spa ponudu, iako su limitirani u kapacitetu (broj soba i ležaja).
- Vila Milord: iako registrirana pod kategorijom „sobe za izdavanje”, kvalitetom svog smještajnog i dodatnog kapaciteta, podiže ukupnu kvalitetu smještajne strukture Palića. Ukupni kapacitet Vile Milord iznosi 4 apartmana i 11 soba s francuskim ležajem. Spa centar gostima nudi zatvoreni bazen, hidromasažni bazen s toplom vodom, saunu i prostoriju za masažu. Na raspolaganju je i otvoreni bazen.

## 2.4.2 Ugostiteljski kapaciteti

Na području Palića i Subotice postoji značajni broj ugostiteljskih objekata, koji se međusobno razlikuju po vrsti hrane koje služe i razini usluge.

Ugostiteljski kapacitet na Paliću i Subotici (2014. godina)	
Tip restorana	Broj objekata
Nacionalni restorani	9
Internacionalni restorani	8
Pizzerije	7
Budget restorani	8
Slastičarnice	12
Vinarije	6
<b>Ukupno</b>	<b>50</b>

Izvor: Turistička zajednica Subotica

Restorani sa nacionalnom hranom su fokusirani na čuvanje lokalnih i tradicionalnih okusa, a pored tradicionalnih restorana obuhvaćaju i salaše i čarde, koji predstavljaju jedinstvene cjeline, koji pored hrane nude i doživljaje pastoralnog načina života. U okviru destinacije postoji 6 vinarija. U odnosu na prethodno razdoblje, dolazi do značajnog pomaka u ponudi gastronomskih sadržaja na Paliću i Subotici, što svakako predstavlja važan čimbenik u formiranju cjelovitog lanca vrijednosti destinacije.

Imajući u vidu fokus Master plana na lokacije na jezeru Palić i njegovoj okolini, smatramo da je neophodno i izolirano promatrati ugostiteljske kapacitete samo na Paliću:

Ugostiteljski kapaciteti na Paliću (2014. godina)		
Tip restorana	Broj objekata	Naziv
Nacionalni restorani	7	Abraham, Majkin salaš, Jelen salaš, Čarda Kapetanski rit, Riblja čarda, Fogadó i Vinski dvor
Internacionalni restorani	2	Mala gostiona, Vila Viktorija
Pizzerije	4	Pub Pizzerija, Omega, Don Corleone, Corsaro Uno
<i>Budget restorani</i>	2	Paprika čarda, Fehár Akác (Bijeli bagrem)
Slastičarnice	3	Elita, Paligo, Vila Milord
Vinarije	6	Zvonko Bogdan, Vinski dvor, Dibonis, Salaš Čuvarđić, Tonković, Maurer
<b>Ukupno</b>	<b>24</b>	

Izvor: Turistička zajednica Subotice; podjela na tipove je proizvoljna radi lakšeg tržišnog pristupa, te nije službena podjela

### 2.4.3 Ostala turistička infrastruktura

U prethodnom razdoblju značajna sredstva su uložena u podizanje kvalitete ostale turističke infrastrukture, kroz aktivnosti kao što su adaptacija, renoviranje, restauracija i izgradnja.

Rekonstrukcija Velikog parka, realizirana kroz fazni pristup, kreirala je osnovi resurs ukupnog dojma destinacije Palić. Rekonstrukcija Ženskog štranda je jedan od značajnih koraka u tržišnom orijentiranju destinacije, i kao takva oživljava duh i atmosferu destinacije, čemu pridonose i radovi na sanaciji mola na Muškom štrandu.

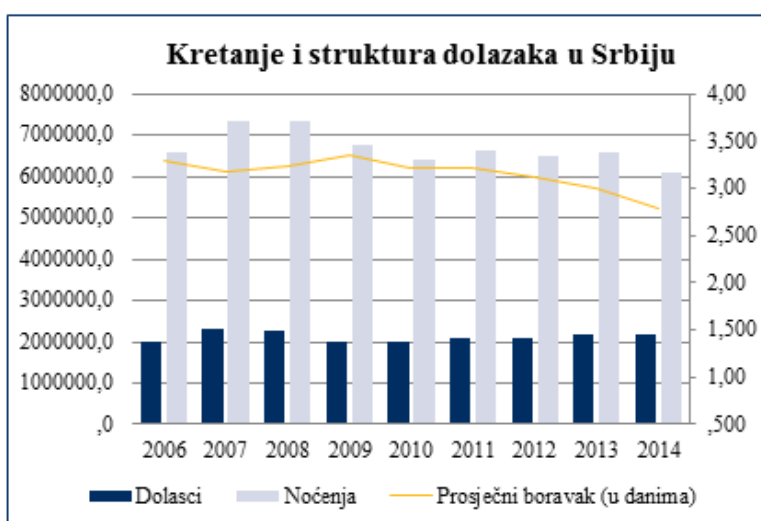
U okviru Palića funkcionira i Velika terasa. Velika terasa je jedna od specifičnih zdanja na Paliću, izgrađena u jedinstvenom stilu secesije i paličke arhitekture. Nedavno je u potpunosti renovirana, i danas predstavlja značajni kongresni centar, koji ima maksimalni kapacitet od 260 mjesta u kazališnom stilu. Kao takva, upotpunjuje ukupnu ponudu destinacije.

Pored turističke infrastrukture, aktivnosti i sredstva su bila usmjeravana na unaprjeđenje bazične infrastrukture i planske-regulatorne osnove. Ovdje je neophodno istaknuti plansku detaljnu regulaciju Vikend naselja, kao i izgradnju odgovarajuće kanalizacijske infrastrukture na Paliću.

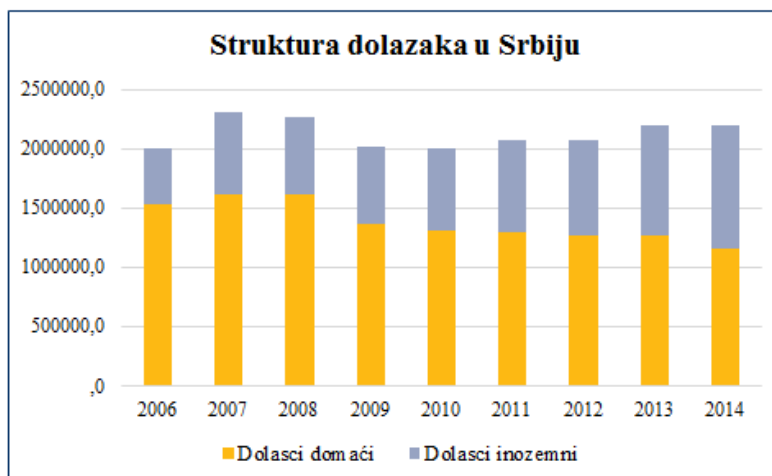
## 2.5 EVALUACIJA TRŽIŠTA TURISTIČKE DESTINACIJE PALIĆ I ŠIREG PODRUČJA S GRADOM SUBOTICA

### 2.5.1 Turističke performanse Srbije i Vojvodine

- U 2014. godini Srbija je ostvarila ukupno 2,2 milijuna dolazaka (ista razina u odnosu na 2013.) i 6,1 milijuna noćenja u 2014. godini (pad od 7,3% u odnosu na 2013.). Važno je napomenuti da je pad nastao na temelju značajnog smanjenja domaće tražnje, dok noćenja stranih turista imaju kontinuirani trend rasta (+8,7% - 2014/2013)<sup>5</sup>. Vojvodina je sudjelovala s 15% u ukupnim noćenjima;
- U razdoblju od 2010. godine dolazi do blagog rasta ukupnog broja dolazaka po prosječnoj godišnjoj stopi od 1.9%, dok se od 2011. godine bilježi pad broja noćenja po stopi od 2.2% na godišnjoj razini. Prosječna duljina boravka nakon 2012. godine se spušta ispod 3 dana.



Izvor: Zavod za statistiku Republike Srbije



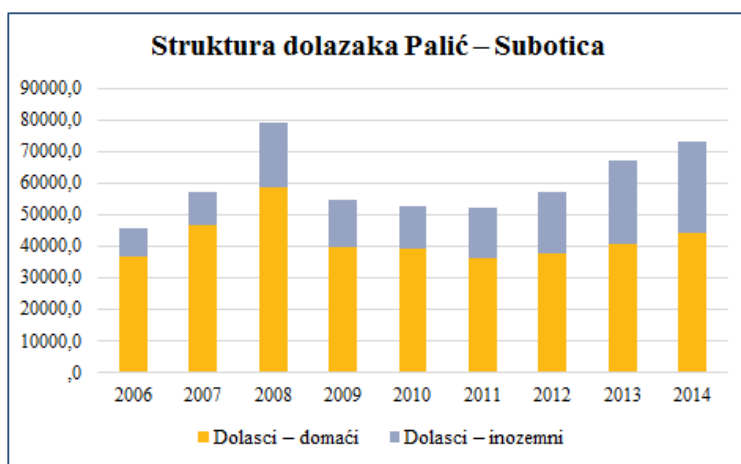
Izvor: Zavod za statistiku Republike Srbije

<sup>5</sup> Podaci Zavoda za statistiku Republike Srbije

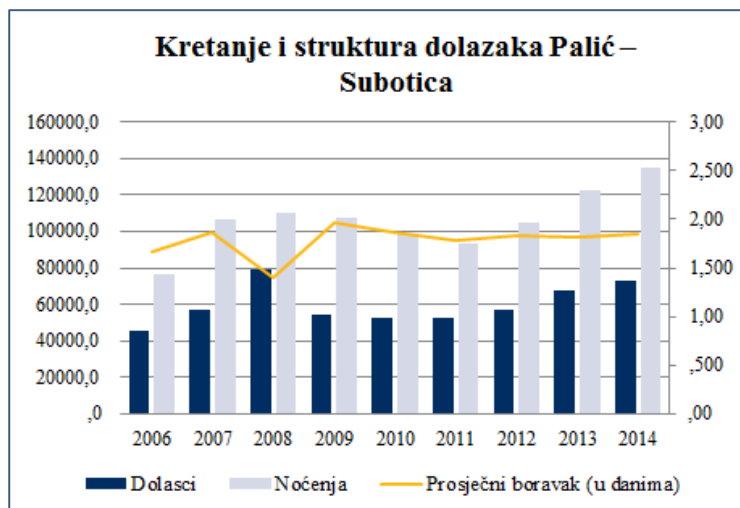
- U analiziranom razdoblju (2006.-2014.) Srbiju kao turističku destinaciju karakterizira trend blagog rasta ukupnog turističkog prometa, ali dinamično restrukturiranje turističke tražnje - povećanje udjela stranih gostiju u odnosu na tuzemne goste. Dolasci stranih gostiju su u prosjeku rasli po stopi od 8,26%, i u 2014. godini strani turisti su dostigli 47% ukupnog broja dolazaka;
- Slični trend turističkog prometa u istom razdoblju karakterističan je i za klaster Vojvodine. Dolazi do rasta ukupnog prometa koji je praćen restrukturiranjem turističke tražnje, ali za razliku od razine Srbije, Vojvodinu karakteriziraju manje oscilacije broja tuzemnih gostiju, koji je praktično konstantan (prosječna stopa rasta 0,6%). Također je primjetan značajni rast broja stranih gostiju (prosječna stopa rasta 10,26%) i dostizanje 45% od ukupnog broja dolazaka;
- U strukturi ukupnog prometa u Srbiji dominantni udio ostvaruju turizam u gradovima i lječilišni turizam. U analiziranom razdoblju (2006.-2014.) prosječni udjel lječilišta u ukupnim dolascima u Srbiju je 17%, dok se u njima ostvaruje gotovo 1/3 svih noćenja u Srbiji (uslijed dulje prosječne dužine boravka koja je u 2014. godini iznosila 4.7 dana). S druge strane, turizam u gradovima čini preko 1/3 dolazaka u Srbiju, 20% ukupnih noćenja u Srbiji, ali i 52% noćenja stranih gostiju.

## 2.5.2 Turističke performanse destinacije Palić-Subotica

- U 2014. godini destinacija Palić-Subotica ostvarila je ukupno 72.987 dolazaka (rast od 8.4% - 2014./2013.) i 134.971 noćenja (rast od 9.9% - 2014./2013.); U 2013. godini destinacija Palić – Subotica ostvarila je ukupno 67.319 (rast od 17% - 2013./2012.) dolazaka i 122.747 noćenja (rast od 17% - 2013./2012.).

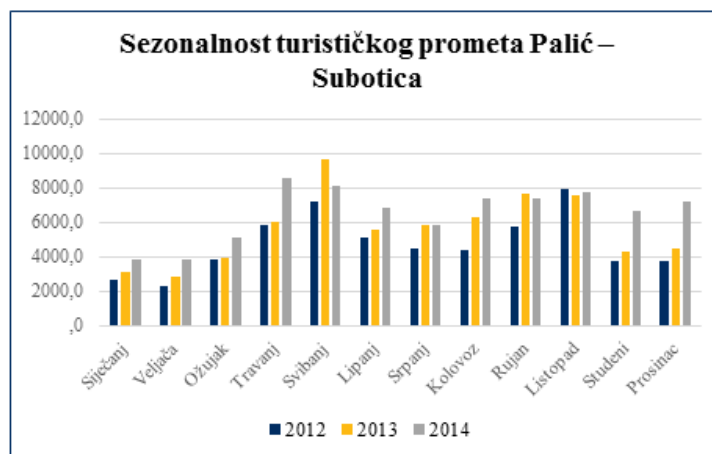


Izvor: Zavod za statistiku  
Republike Srbije



Izvor: Zavod za statistiku Republike  
Srbije

- U razdoblju 2006.-2014. destinaciju Palić-Subotica karakteriziraju tri razdoblja razvitka turističkog prometa. Razvitak u razdoblju do 2008. godine, zamjenjuje pad u razdobljima nakon ekonomske krize 2009.-2011., poslije čega dolazi ponovno do kontinuiranog povećanja ukupnog turističkog prometa u razdoblju do 2014. godine. Prosječna stopa rasta 2011.-2014. iznosi 8.5%. U 2013. godini dolazi do značajnog rasta i dolazaka i noćenja, i trend se poslije nastavlja i u 2014. godini.
- U ukupnom broju turista u lječilištima Srbije, Palić sudjeluje s u prosjeku 6%, (razdoblje 2006.-2014.) i zauzima 14. mjesto po prometu među lječilištima. Udio Subotice u prometu gradova Srbije čini u prosjeku 5% svih gostiju, ali je Subotica na četvrtom mjestu po broju ostvarenih noćenja i dolazaka u Srbiji;
- U pogledu strukture noćenja Palić-Subotica, dominantni su tuzemni gosti koji čine 60% u noćenjima u 2014. godini. Međutim, noćenja stranih turista u posljednjih šest godina imaju kontinuiran pozitivni trend rasta i jasno se uočava promjena strukture noćenja u korist stranih gostiju (sa 26% u 2009. godini na 40% u 2014. godini).
- Promatrano individualno, dinamičniji rast stranih gostiju se ostvaruje u Subotici. U Subotici je u 2013. godini ostvareno 29% više noćenja stranih turista u odnosu na 2012. godinu, dok je na Paliću broj stranih noćenja 21% veći u 2013. godini u odnosu na 2012. godinu. Trend se nastavlja i u 2014. godini kada je u Subotici bilo 9% više stranih noćenja u odnosu na 2013. godinu, a na Paliću 2.6%.
- Zadržavanje gostiju na destinaciji je kratko - ispod 2 dana;



Izvor: Zavod za statistiku Republike Srbije

- Izuzev u zimskim mjesecima kada je promet značajno umanjen, sezonalnost je ravnomjerna tijekom preostalog dijela godine na razini destinacije, ali dolazi do promjene tržišnih segmenata – na Paliću najveći promet ostvaruju odmorišni turisti tijekom letnjih mjeseci, dok u Subotici najveći promet ostvaruju poslovni gosti u proljeće i jesen; Ukupno promatrano dominantni mjeseci su travanj-svibanj i rujan-listopad, što se poklapa s tražnjom u segmentu kongresnog turizma;

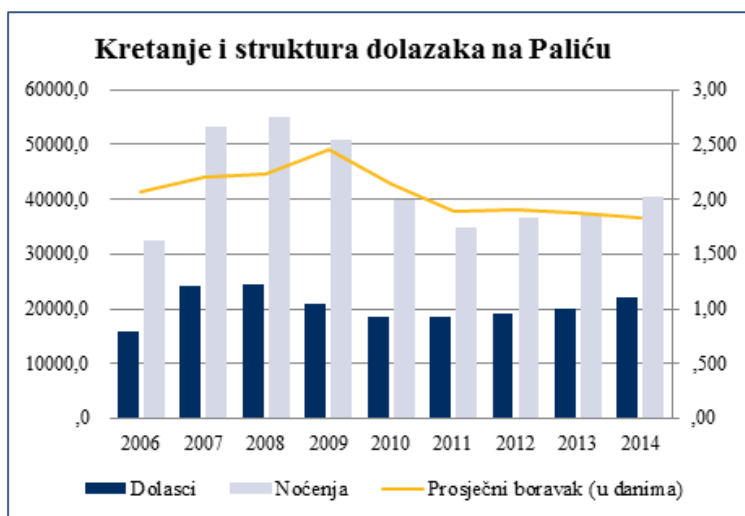
Izvori tražnje Palić – Subotica u 2014. godini (prema % tržišnog udjela)			
15–20% tržišnog udjela (2014.)	10–15% tržišnog udjela (2014.)	5–10% tržišnog udjela (2014.)	do 5% tržišnog udjela (2014.)
Mađarska (17.5%)	Hrvatska (14.2%)	BiH (7.1%)	Turska (4.7%)
Poljska (16.4%)	Nemačka (10.1%)	Slovenija (7.1%)	Rusija (4.3%)
		Makedonija (5%)	Bugarska (4.3%)
<b>Ukupno: 33.9%</b>	<b>Ukupno: 24.3%</b>	<b>Ukupno: 19.2%</b>	<b>Ukupno: 13.3%</b>

Izvor: Zavod za statistiku Republike Srbije

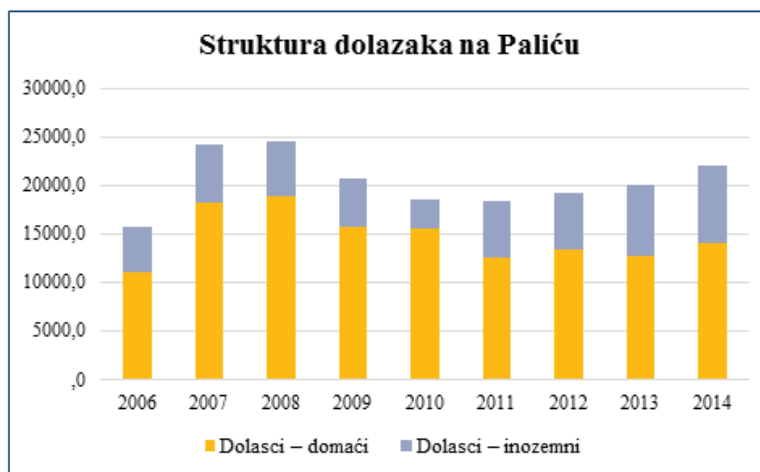
- Dva dominantna tržišta u destinaciji Palić-Subotica su gosti iz Mađarske i Poljske. Ova dva tržišta čine 34% ukupnog broja dolazaka i 25% noćenja stranih dolazaka (2014.). Tržište Mađarske je tradicionalno tržište, koje pokazuje kontinuiran pozitivni trend rasta po prosječnoj godišnjoj stopi od 14.6% (2006.-2014.), bez naglih promjena. Tržište Poljske karakterizira umjeren rast do 2012. godine, praćen eksponencijalnim rastom u 2013. godini, kada je ostvareno preko 3 puta više gostiju u odnosu na 2012. godinu; značajni segment ovih turista spada u kategoriju tranzitnih turista, na proputovanju do primorskih destinacija, koji dolaze posredstvom agencija;
- Tržište Hrvatske bilježi umjeren rast do 2012. godine, praćen eksponencijalnim rastom u 2014. godini, kada je ostvareno 2 puta više dolazaka u odnosu na 2013. godinu. Tržište Njemačke karakterizira kontinuirani rast prometa;
- Tržišta BiH, Slovenije i Makedonije, kao segment regionalnog tržišta, kontinuirano rastu u promatranom razdoblju i čine 20% ukupnih dolazaka stranih gostiju na Palić – Subotica.

### 2.5.2.1 Detaljni prikaz turističkih performansi Palića

- U 2014. godini na Paliću je ostvareno ukupno 22.030 dolazaka (rast od 9.4% - 2014./2013.) i 40.356 noćenja (rast od 7.2% - 2014./2013);



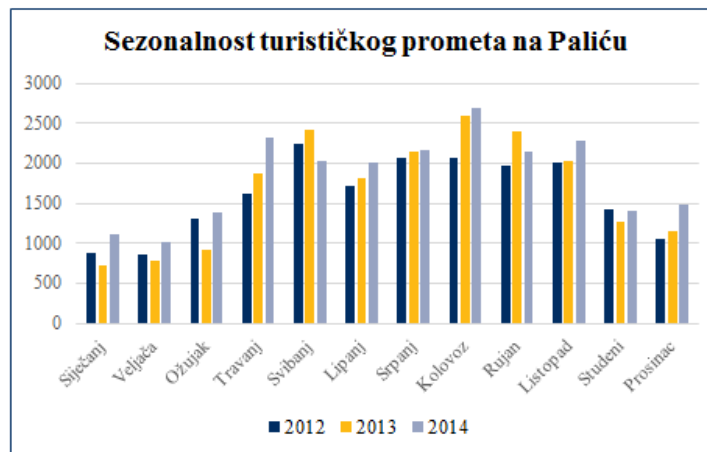
Izvor: Zavod za statistiku Republike Srbije



Izvor: Zavod za statistiku Republike Srbije

- U razdoblju 2006.-2014. Palić karakterizira tri razdoblja razvitka turističkog prometa. Razvitak u razdoblju do 2008. godine, zamjenjuje pad u razdobljima nakon ekonomske krize 2009.-2011., poslije čega dolazi ponovno do blagog rasta prometa u razdoblju 2011.-2014. po stopi od 4.6%, i noćenja 3.7%.
- U pogledu strukture noćenja na Paliću, dominantni su domaći gosti koji čine 64% u noćenjima u 2014. godini. Udio stranih turista u dolascima se tijekom ekonomske krize, točnije 2010. godine, spustilo na 17%, da bi u posljednjih 5 godina ostvarila kontinuirani rast, i 2014. godine čine 36%. Ukupni broj stranih gostiju je u 2014. godini je povećan za 70% u odnosu na 2006. godinu, ali apsolutno promatrano, broj stranaca je povećan za 3.289.
- U promatranom razdoblju prosječna duljina boravka tuzemnog gosta je gotovo konstantna, i iznosi 2.1 dana. Kod stranih gostiju primjetan je trend smanjenja duljine boravka od 2010. godine (2.9 dana), i u 2014. godini iznosi 1.5 dana. Ukupna prosječna duljina boravka je ispod 2 dana.





Izvor: Zavod za statistiku Republike Srbije

- Sezonu tijekom travnja i svibnja, kada su dominantni poslovni i kongresni gosti, zamjenjuje odmorišni segment koji ostvaruje i najveći promet tijekom kolovoza. Rujan i listopad su ponovno tradicionalni mjeseci za poslovne goste. Najmanji promet se ostvaruje tijekom zimskih mjeseci.

Izvori tražnje na Paliću u 2014. godini (prema % tržišnog udjela)			
10–15% tržišnog udjela (2014.)	5–10% tržišnog udjela (2014.)	3–5% tržišnog udjela (2014.)	2–3% tržišnog udjela (2014.)
Poljska (15.8%)	Slovenija (5.8%)	Rusija (3.8%)	Bugarska (3%)
Hrvatska (14.3%)	Nemačka (5.7%)	Makedonija (3.7%)	Slovačka (2.8%)
Mađarska (12.1%)	BiH (5.3%)	Rumunija (3.7%)	Crna Gora (2.6%)
<b>Ukupno: 42.2%</b>	<b>Ukupno: 16.8%</b>	<b>Ukupno: 11.2%</b>	<b>Ukupno: 8.4%</b>

Izvor: Zavod za statistiku Republike Srbije

- Tri dominantna tržišta čine gosti iz Mađarske, Hrvatske i Poljske. Ova tržišta zajedno čine 42.2% ukupnog broja stranih gostiju, i 37.2% ukupnog broja stranih noćenja na Paliću u 2014. godini.
- Tržište Poljske karakterizira značajni rast u 2013. godini, kada je ostvareno preko 4.5 puta više gostiju u odnosu na 2012. godinu. Određeni broj ovih turista spada u kategoriju tranzitnih. Umjereniji rast ostvaruje tržište Hrvatske, koje je u 2014. godini ostvarilo 2 puta više dolazaka u odnosu na 2013. godinu. Tržište Mađarske je tradicionalno tržište, koje pokazuje pozitivni trend rasta (2006.-2014.), bez naglih promjena. Prosječno razdoblje boravka za ova tržišta je 1.6 dana.
- Tržišta Slovenije, Njemačke, Slovenija i BiH zajedno čine 16.8% ukupnog broja stranih dolazaka na Palić 19.3% stranih noćenja u 2014. godini. Tipično je za sva tri tržišta, da od 2006. godine bilježe kontinuirani pad broja dolazaka i udjela u strukturi, koji je kod Slovenije i Njemačke umjereniji, a kod BiH drastičniji. Prosječno razdoblje boravka za ova tržišta je 1.7 dana, uz skraćenje duljine boravka u prethodnom razdoblju.
- Tržišta Rusije, Makedonije i Rumunjske zajedno čine 11.82% dolazaka i 12.2% noćenja u 2014. godini. Tržište Rumunjske ostvaruje u prosjeku 2.1 dan u destinaciji, a Makedonije 1.6 i Rusije 1.9 dana.
- Tržište Bugarske, Slovačke i Crne Gore zajedno čine 8.4% dolazaka i 8.2% noćenja u 2014. godini. Crna Gora bilježi kontinuirano smanjenje tržišnog udjela.

### 2.5.3 Performanse hotelskog tržišta Palić-Subotica

- Ukupni smještajni kapacitet tržišta Palić – Subotica čini 87 objekata, 1.017 soba i 2.249 kreveta prema službenim podacima (detaljniji prikaz ranije u Planu dijelu „Smještajni kapaciteti”). Strukturu čine 44% soba i 41% ležajeva u kategoriji hotela i garni hotela, 33% soba i 35% ležajeva u kategoriji privatnog smještaja i 15% soba i 17% ležajeva u kategoriji prenoćišta;
- Prema raspoloživim podacima za prethodne tri godine najveći promet ostvaruje se u hotelima (hoteli i garni hoteli). U 2012. hoteli sudjeluju sa 67% prometa, u 2013. sa 60%, a u 2014. godini sa 59% prometa gostiju. Opadanje u prometu ostvaruju i prenoćišta koja su u 2012. godini činila 17% prometa, a u 2014. godini 13%. Smanjenje prometa hotela i prenoćišta se nadoknadio kroz rast prometa u privatnom smještaju, koji je donekle kompenzirao ovaj pad. Privatni smještaj u prethodne tri godine pokazuje trend rasta prometa sa 17% u 2012. godini, na 26% u 2013. godini i konačno 28% u 2014. godini;
- Neophodno je istaknuti da formalna kategorizacija objekata za smještaj u određenim slučajevima ne odgovara situaciji na terenu. O određenom broju slučajeva kvaliteta komplementarnih objekata za smještaj, prije svega privatnog smještaja, je na višoj razini od usluga pojedinih hotela;
- Hotelsko tržište na Paliću se sastoji od manjih hotela i apartmana kojima upravljaju sami vlasnici;
- Ukupni hotelski kapaciteti na Paliću su ograničeni na hotele i garni hotele (Park i Jezero - Elitte Palić, Palić Resort, Prezident i Vila Lago), i osim restorana, dodatne sadržaje gostima nude, prije svega, kroz korištenje kongresnih kapaciteta. Usluge wellnessa postoje, ali su ograničene (uglavnom se odnose na saune i manje vanjske bazene) i svakako su nedovoljne za generiranje tražnje, već se nude kao dodana vrijednost samom boravku;
- Hotelsko tržište Subotice čini 5 hotela, pri čemu je dominantna ponuda kapaciteta u okviru dva objekta, hotel Patria i Galleria. Usluge wellnessa javljaju se u značajnoj mjeri. Kongresni kapaciteti imaju najveći značaj, jer upravo poslovni gosti predstavljaju glavni segment poslovanja. Udruživanje hotela omogućuje i organiziranje većih događaja;
- Na temelju vlastitoga istraživanja Horwath HTL, i imajući u vidu transparentnost iznesenih podataka tijekom procesa osobnog intervjuiranja, a vodeći računa o obvezi čuvanja poslovne tajne, slijedi prikaz poslovnih performansi hotela koji po svojoj strukturi i opsegu predstavljaju noseće kapacitete Palića i Subotice;

Poslovne performanse nosećih hotelskih kapaciteta Palić – Subotica (2014. godina)				
	Stopa popunjenosti soba	Prosječna ostvarena neto cijena sobe (u EUR)	% udjela individualnih gostiju	% udjela inozemnih gostiju
<b>Hotel A</b>	30%	26	30%	40%
<b>Hotel B</b>	32%	24	15%	38%
<b>Hotel C</b>	25%	26	10%	38%

Izvor: Horwath Consulting Zagreb

- Stupanj popunjenosti nosećih kapaciteta kreće se u rasponu 25-32%, a prosječna ostvarena neto cijena sobe 24-26 eura;
- Udio stranih gostiju u ukupnom broju hotelskih gostiju je sve značajnije i u 2014. je dostiglo 38-40%;

- Najveći promet u hotelima u destinaciji se ostvaruje u razdoblju travanj-lipanj, kao i rujan-studeni, kada su dominantni poslovni gosti koji borave na u destinaciji iz razloga prisustvovanja seminarima i kongresima. U ovom razdoblju popunjenost kapaciteta ide i do 80%. U slučaju većih događaja, dolazi do zajedničkog pristupa klijentu većeg broja hotela. Tijekom ljeta dominantni su individualni gosti, ali uslijed nedostatka destinacijskog sadržaja, ostvaruju kratko vrijeme boravka, ispod 2 dana. Najveći izazov predstavlja zima, kada je broj gostiju ujedno i najmanji;
- U pojedinim hotelima, uslijed velikih kapaciteta, menadžment je primoran okrenuti se različitim segmentima tržišta, kao što su đačke ekskurzije i tranzitni gosti; u ovom slučaju, primjenom ekonomije opsega se nastoje poboljšati ili barem održati razina performansi hotela.

## 2.6 SWOT ANALIZA

SWOT analiza je alat strateškog planiranja koji na sažet i jezgrovit način sumira ključne aspekte razvitka pojedinog projekta, ekonomskog sektora ili nekog područja. U procedurama planiranja, SWOT analiza služi kao sublimacija svih analitičkih nalaza u svrhu određenja strateških polazišta, vizije i vodećih strategija daljnjeg razvitka. Sukladno značenju akronima (eng. SWOT – Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats - Snage, Slabosti, Prilike, Prijetnje) ključni analitički nalazi razvrstani su u:

- Snage – aspekte koji u suštini znače prednost nad konkurentima;
- Slabosti – brane i otežavajuće okolnosti za razvitak koje je nužno poboljšati i prevladati (ukoliko je moguće) ili zaobići na način da se usvoje strateški razvojni pravci za koje ovi elementi nisu toliko relevantni;
- Prilike – elementi i nadolazeći trendovi, u prvom redu iz vanjskog okruženja, koji se mogu iskoristiti u izgradnji konkurentske prednosti;
- Prijetnje – elementi i nadolazeći trendovi, u prvom redu iz vanjskog okruženja, koji mogu otežati ili dugoročno čak i onemogućiti razvitak.

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistički kompleks koji se nalazi na zaštićenom području, a čiji se obuhvat nalazi na listama zaštićenih područja od međunarodnog značaja;</li> <li>• Status „<i>prioritetnog projekta</i>“ od značaja za razvitak turizma, a koji je prepoznat od strane Vlade Srbije, AP Vojvodina i grada Subotice;</li> <li>• Razumijevanje ukupnog potencijala razvitka Palić i potpora implementaciji od strane lokalne samouprave;</li> <li>• Privatne investicije u smještajne objekte (limitiranih kapaciteta) i dodatnu ponudu kreirale su sadržaje za dodavanje vrijednosti boravku gostiju;</li> <li>• Regionalno prepoznatljiv turistički brend Palića – tradicija destinacije kao osnova za izgradnju turističkog brenda;</li> <li>• Kontroliran razvitak turizma Palića kroz postavljenu viziju razvitka /Master plan razvitka turizma/ urbanističku regulaciju područja;</li> <li>• Porast atraktivnosti područja za privatne investicije / lokalnu zajednicu / goste, na temelju provedenih javnih investicija u rekonstrukciju/saniranje ključnih atrakcija na Paliću (Velika terasa, Ženski štrand, Veliki Park, pročišćavanje jezera);</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kašnjenje destinacije u procesu tržišnog restrukturiranja turističke industrije i zaostajanje za konkurentima;</li> <li>• Poboljšanje i održavanje zadovoljavajućeg kvalitete vode zahtijeva dodatna javna ulaganja;</li> <li>• Kratko vrijeme zadržavanja gostiju na destinaciji;</li> <li>• Struktura smještajne ponude primjerena lokalnom, ali ne i internacionalnom tržištu;</li> <li>• Skromne performanse turističke i hotelske industrije;</li> <li>• Nizak proračun za marketing Subotice i Palića i model upravljanja destinacijskim marketingom onemogućavaju proaktivni nastup prema ciljnim tržištima;</li> <li>• Nejasna podjela odgovornosti (razvitak / marketing) između TZ Subotica i Park Palić;</li> <li>• Događaji, kao dodana vrijednost destinacije, i dalje su usmjereni na lokalnog gosta;</li> <li>• Vlasnička struktura prostora (podijeljenost čestica na veliki broj vlasnika) onemogućava</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pripremljene pojedine lokacije za privatne investitore kroz infrastrukturno opremanje i regulaciju;</li> <li>• Lokacija Palića (dostupnost, tranzitna pozicija, povoljna udaljenost od tržišta);</li> <li>• Blizina Grada Subotice s ponudom komplementarnog proizvoda i osnove za kreiranje cjelokupnog lanca vrijednosti;</li> <li>• Postojanje termalnih bušotina – osnova za razvitak spa proizvoda;</li> <li>• Raznovrsni prirodni i umjetni turistički resursi i atrakcije – osnova za cjeloviti lanac vrijednosti turizma destinacije;</li> <li>• Ljudski resursi (multikulturalnost, urođena gostoljubivost, otvorenost);</li> <li>• Ljudski resursi u smislu komplementarnih znanja i vještina neophodnih za razvitak Palića kao destinacije (npr. stručni medicinski kadar);</li> <li>• Kontinuirani pozitivni trend rasta stranih turista u Srbiji i na Paliću i promjena tržišne strukture;</li> </ul>	<p>razvitak pojedinih projekata;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nezadovoljavajuća kvaliteta vode u jezeru, za kupanje i sportove, destimulira dolazak turista;</li> <li>• Pojedini događaji nisu sukladni željenom pozicioniranju destinacije;</li> </ul>
MOGUĆNOSTI	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Politički trenutak i potpora projektu od strane javne vlasti;</li> <li>• Planirane daljnje investicije u poboljšanje kvalitete vode na Paliću;</li> <li>• Formiranje multifunkcionalnih zaštitnih pojaseva, kao važan korak u unaprjeđenju ekološkog stanja Palićkog jezera, predstavlja i potencijal za kasniju turističku valorizaciju priobalja;</li> <li>• Profesionalna priprema i potpuno otvaranje destinacije ka investicijskom tržištu;</li> <li>• Stimulativna investicijska politika i unaprjeđenje modela privlačenja privatnih investitora;</li> <li>• Potencijal za značajni rast internacionalne tražnje;</li> <li>• Kreiranje različitih događaja kao turističkih proizvoda, radi poticanja za dodatnu tražnju i standardizacija procesa upravljanja i kvalitete, kao poticaja za dodatnu tražnju;</li> <li>• Nedostatak konkurentskih turističkih proizvoda u Srbiji;</li> <li>• Potencijal cestovnog i željezničkog pravca iz Budimpešte – dostup do stranih gostiju;</li> <li>• Potencijal za razvitak destinacije kroz programe prekogranične suradnje i regionalne razvojne inicijative (Strategija EU za regiju Dunava, bilateralni razvojni programi, programi tehničke pomoći, itd.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nепostizanje dogovora oko ključnih pitanja daljnjeg razvitka Palića;</li> <li>• Odsustvo kontrole razvitka i opasnost trajnoga degradiranja kvalitete prostora;</li> <li>• Ekonomska i financijska kriza u Europi kao faktor smanjenog diskrecijskog dohotka za turističke usluge;</li> <li>• Ograničene javne investicije za daljnju potporu razvitku projekta;</li> <li>• Nedostatak investitora/financijskih sredstava na tržištu kapitala;</li> <li>• Neadekvatno pozicioniranje i diversifikacija Palića u odnosu na konkurenciju;</li> </ul>

## 2.7 ZAKLJUČAK

Ekonomsku situaciju Srbije karakterizira stabilizacija ekonomije i priljev inozemnih izravnih investicija. Ovome pridonosi i smanjenje percepcije rizika investitora u prva dva mjeseca 2015.

godine, uslijed potpisivanja aranžmana s MMF. Izvoz i investicije će i u narednom razdoblju pozitivno utjecati na kretanje BDP-a. Udjel potrošnje u strukturi BDP-a se smanjuje, uz istodobni rast udjela neto izvoza i investicija, što daljnji rast BDP-a čini održivijim u odnosu na pretkrizno razdoblje, kada je domaća potrošnja bila najznačajniji generator rasta. Možemo zaključiti da opća ekonomska kretanja idu u prilog aktualiziranju razvitka Palića kao jedinstvenog resorta.

Sam turistički kompleks se nalazi na sjeveru Vojvodine, južno od granice s Mađarskom. Zauzima površinu od 712,36 ha sa zaštitnom zonom od 1.698,13 ha. Osnovu zaštićenog dobra predstavlja Paličko jezero. Karakterizira ga umjereno kontinentalna klima i prosječna ljetna temperatura od 20°C. Palić karakterizira dobra prometna povezanost zahvaljujući razvijenoj cestovnoj infrastrukturi, i u kombinaciji sa zračnim i željezničkim prometom. Stanje opće infrastrukture odgovara inicijalnim zahtjevima budućeg razvitka, posebno imajući u vidu napore koji se čine u posljednjih nekoliko godina u kontekstu rješavanja tretmana otpadnih voda i smanjenja zagađenosti samog jezera.

Ljudski resursi (razina obrazovanosti, stručnosti i diferencijiranost) su važan faktor daljnjeg uspješnog razvitka. Kao takvi pridonose lakšoj valorizaciji i tržišnom prepoznavanju lokalne kulture i povijesti, ostvarivanju sigurnijeg boravka, i konačno istjecanju biodiverziteta, jedinstvenog miksa kulturnih i prirodnih vrijednosti i jedinstvene atmosfere destinacije Palić-Subotica.

Palić i Suboticu karakterizira postojanje velikog broja antropogenih atrakcija koje pridonose ukupnom doživljaju destinacije, pored jezera koji predstavlja jedinu prirodnu atrakciju s internacionalnim značajem (uz uvjet poboljšanja ekološkog stanja jezera). Ostale uočene atrakcije mahom imaju nacionalni i regionalni značaj, ali izostaje uvezivanje doživljaja i iskustva kroz organizirane programe suradnje i marketinga.

Subotica i Palić raspolažu sa preko 2.200 kreveta u turističkim smještajnim kapacitetima, a u prethodnom razdoblju dolazi do kvantitativne i kvalitativne promjene strukture kapaciteta destinacije, prije svega zahvaljujući novim hotelima otvorenim u samoj Subotici.

Analizirajući pojedinačno kapacitete Palića jasno je da struktura smještaja ne odražava karakter međunarodno prepoznate destinacije. Ponuda je fragmentirana, zbog čega se nameće, kao veliki budući izazov, kontrola kvalitete cjelokupnog lanca vrijednosti destinacije. Za Elite Palić potrebno je u daljnjem razvitku čitave destinacije, kreirati mogućnost unaprjeđenja i proširenja kapaciteta ove kompanije.

Na području Palića i Subotice postoji značajni broj ugostiteljskih objekata, koji se međusobno razlikuju po vrsti hrane koje služe i razini usluge.

U prethodnom razdoblju izravno je uloženo preko 6 milijuna eura iz javnih sredstava u podizanje kvalitete ostale turističke infrastrukture, kroz aktivnosti kao što su adaptacija, renoviranje, restauracija i izgradnja.

Turistički sustav čine interesni subjekti (stakeholderi) koji na izravnim i neizravnim osnovama utječu na razvitak turizma Palića i Subotice, odnosno koji imaju posredne ili neposredne koristi od turizma. Pored sadašnjih i potencijalnih gostiju, čije potrebe i zahtjevi moraju biti u fokusu svih aktivnosti, kao i lokalnog stanovništva, koje mora biti uključeno u donošenje politike održivog socijalnog i ekonomskog razvitka destinacije, stakeholderi koji sudjeluju u provedbi postojećeg turističkog sustava su:

- Izravni: Grad Subotica, Turistička zajednica Subotice (TZ Subotica), Park Palić, Palić Ludaš, predstavnici privatnog sektora (smještaja i ugostiteljstva), vlasnici zemljišta u okviru prostornog obuhvata projekta.
- Neizravni: AP Vojvodina, Turistička zajednica Srbije (TO Srbije), TO Vojvodina, Ministarstvo turizma, trgovine i telekomunikacija.

U razdoblju 2006.-2014. destinaciju Palić-Subotica karakteriziraju tri razdoblja razvitka turističkog prometa. Snažni razvitak u razdoblju do 2008. godine, zamjenjuje značajni pad u razdobljima nakon ekonomske krize 2009.-2011., poslije čega dolazi ponovno do povećanja ukupnog turističkog prometa u razdoblju do 2014. godine. U pogledu strukture noćenja Palić-Subotica, noćenja stranih turista u posljednjih šest godina imaju kontinuiran pozitivni trend rasta. Zadržavanje gostiju na destinaciji je kratko - ispod 2 dana, s trendom blagog pada. Ukupno promatrano dominantni mjeseci su travanj-

svibanj i rujan-listopad što se poklapa s tražnjom u segmentu kongresnog turizma. Dva dominantna tržišta u destinaciji Palić-Subotica su gosti iz Mađarske i Poljske, slijede Hrvatska i Njemačka.

U pogledu strukture segmenata koji posjećuju destinacije, jasan je udio poslovnog gosta (kongresni turizam) koji su dominantni u razdoblju travanj-svibanj i rujan-listopad, kada se dominantno opredjeljuju za usluge hotelskog smještaja. Tijekom ljetne sezone, ovaj segment mijenjaju odmorišni gosti, ali koji se mahom opredjeljuju za kapacitete u privatnom smještaju.

Ukupni hotelski kapaciteti na Paliću su ograničeni, i osim restorana, dodatni sadržaji koji se nude gostima je, prije svega, korištenje kongresnih kapaciteta. Usluge wellnesa postoje, ograničeno i nedovoljno za generiranje tražnje, nude se kao dodatna vrijednost.

Na temelju vlastitog istraživanja Horwath HTL, utvrđeno je da su ostvarene performanse hotelskog tržišta u padu u posljednjih nekoliko godina. Pored popunjenosti, veliki izazov je cijena po kojoj se sobe prodaju, kao i kratko zadržavanje uslijed nepostojanja povezanih sadržaja i snažnih atraktora.

Neophodno je zaključiti da u narednom razdoblju, set ljudskih, izgrađenih i prirodnih resursa kreira dobru platformu za kompleksne turističke doživljaje i razloge zbog kojih bi se turisti vraćali. Postojeća turistička infrastruktura može podmiriti trenutne potrebe, ali za daljnji rast neophodno je raditi na unaprjeđenju ukupne ponude i primjeni zahtjeva standarda.



## POGLAVLJE 3

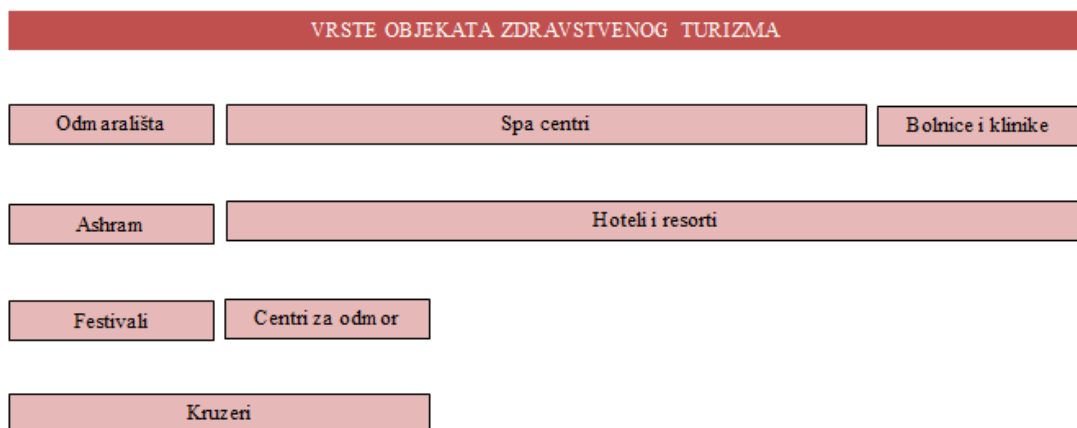
### Trendovi razvitka relevantnih tržišta i benchmark analiza

# 3 TREND OVI RAZVITKA RELEVANTNIH TRŽIŠTA I BENCHMARK ANALIZA

## 3.1 TREND OVI RAZVITKA RELEVANTNIH TRŽIŠTA

### 3.1.1 Trendovi razvitka zdravstvenog turizma

Zdravstveni turizam se, uopćeno, može podijeliti na dvije potkategorije: wellness turizam i medicinski turizam. Slijedi strukturalni pregled ovog turističkog proizvoda:



Izvor: Spectrum of Health Tourism, Melanie Smith & Laszlo Puczko



Wellness turizam se odnosi na goste koji su dobrog zdravlja i dolaze radi tretmana koji će im omogućiti održavanje dobrog fizičkog, psihičkog i duhovnog zdravstvenog statusa.

Medicinski turizam obuhvaća rehabilitaciju koja je vezana za liječenje određene bolesti i kompleksnije medicinske procedure koje podrazumijevaju određene operativne zahvate, kako u cilju liječenja određene bolesti tako i u cilju kozmetičkih intervencija.

U nastavku predstavljamo glavne globalne trendove spa industrije, koja u velikoj mjeri obuhvaća i zdravstveni turizam, odnosno poboljšanje zdravlja tretmanima u kojima se voda koristi kao glavni resurs.

- Prema podacima Agencije CBI, koja radi pri Ministarstvu inozemnih poslova Nizozemske, Europska unija ima najveći udjel na tržištu spa/wellnessa u svijetu – 39% svih wellness putovanja realizira se u Europi.
- Istraživanja SRI International (2014.) pokazuju da od ukupno 5 putovanja u Europi, 2 su motivirana wellnessom.
- Prognozirani godišnji rast tržišta wellnessa je na razini od 7,3% do 2017. godine.
- U Europi, države s najvećim brojem aktivnih posjetitelja wellness / spa centara (u % od ukupnog broja stanovnika) su Austrija (42%), Italija (39%), Španjolska (37%), Njemačka (30%) i Velika Britanija (25%);
- Aktivni posjetitelji wellness / spa centara su uglavnom osobe ženskog spola (70%+), dok je udio osoba muškog pola u spa centrima u porastu u posljednjih nekoliko godina;
- Tržišni segment obitelji s djecom je dominantni tržišni segment u globalnoj spa industriji – 60% posjetitelja u spa centrima pripada dobnoj kategoriji od 30 do 49 godina;
- Udio starijih osoba u ukupnom broju posjetitelja u spa centrima u posljednjim godinama bilježi opadajući trend;
- Udio mladih (mlađih od 30 godina) u ukupnom broju posjetitelja bilježi rastući trend;
- Glavni motivi za odlazak u spa centar su: stres, želja za kratkotrajnim potpunim ugađanjem (*pampering*), želja za poboljšanjem zdravstvenog stanja, odmorom i relaksacijom;
- Najpopularnije usluge i tretmani među aktivnim posjetiteljima u spa centrima na globalnom tržištu su masaže, tretmani ljepote (tijelo), meditacija i aktivnosti harmonizacije uma, duha i tijela, tretmani ljepote (lice), programi vježbanja, mršavljenja, hidroterapije i drugo.

Novi i inovativni koncepti, proizvodi i inicijative u svezi sa zdravstvenim / medicinskim i wellness turizmom na koje je potrebno obratiti pozornost su:

- Holistički, integrirani koncepti i oni orijentirani na stil života, koji naglašavaju potragu za balansiranim stilom života (uključujući holističke resorte, spa i wellness centre);
- Regionalni / cross-country marketing i branding inicijative koje udružuju zemlje sa sličnim karakteristikama i resursima poput nordijskog Wellbeinga, alpskog Wellnessa, i medicinskog / zdravstvenog turizma zasnovanog na dobrobitima mora, kao što je thalassoterapija;
- Koncepti i proizvodi aktivnog odmora i (npr. sport i pustolovni turizam), koji se sve više kombiniraju s wellness turizmom;
- Održivi i ekološki koncepti i proizvodi, uključujući „eco-spas“, „slow“ i hranu organskog porijekla, kao i prirodnu i mineralnu kozmetiku;
- Rastući segment na europskom wellness tržištu je „obiteljski wellness“, sa zabilježenim rastom od 25% u 2012. godini samo na Njemačkom tržištu.

### 3.1.2 Trendovi razvitka kongresnog turizma

Dva osnovna segmenta tražnje na tržištu kongresnog turizma su korporativno i nekorporativno tržište. U nekorporativno tržište spadaju asocijacije, nevladine i vladine organizacije i institucije. Osnovni proizvod u kongresnom tržištu se obrazlaže kroz MICE akronim: sastanci (meetings), poticajna putovanja (incentives), congresses (kongresi), događaji i izložbe (events and exhibitions). Uspješni razvitak kongresne destinacije temelji se na kreiranju jake mreže svih čimbenika u procesu zadovoljavanja gosta: nosećih kapaciteta, komplementarnih kapaciteta i dodatnih sadržaja.

MICE proizvod ima blago izraženu sezonalnost, a najveći broj događanja u kongresnom turizmu se upravo odigrava tijekom svibnja, lipnja, rujna, listopada, gdje je najveći broj događaja.

Prosječna duljina trajanja događaja pokazuje trend smanjivanja, ali se povećava frekvencija održavanja događaja. Odnosno, događaji postaju kraći ali se održavaju češće.

Primjetan je trend smanjivanje prosječne veličine događaja. Događaji postaju fokusiraniji na konkretne probleme. Uslijed smanjivanja veličine događaja, hoteli s kongresnim kapacitetima, postaju dominantni pružatelj usluge. Neophodno je imati u vidu da se organizatori odlučuje prije za hotele koji mogu smjestiti sve delegate, jer u slučaju da koriste veći broj smještajnih jedinica postavlja se pitanje pružanje iste razine usluga i tretiranje svih delegata na identični način. Iznimku predstavlja kada grupu u najvećem dijelu čine delegati iste razine, a samo manji broj ljudi su delegati na višim pozicijama koji se mogu smjestiti neovisno o ostatku grupe.

Također, povećava se značaj specijalnih prostora (muzeji, dvorci...) kao kongresnih prostora. Pitanje adekvatnog upravljanja specijalnim prostorima je od iznimne važnosti za adekvatno pozicioniranje i prostora i destinacije. Značaj kongresnih centara se ne dovodi u pitanje, jer iako imamo trend smanjivanja događaja, i dalje postoji značajno tržište velikih događaja koji imaju isključivo potrebe za velikim kongresnim centrima.

Osim velikih gradskih centara, primjetan je trend porasta značaja sekundarnih, pa čak i tercijarnih destinacija, i to u segmentu organiziranja regionalnih i međunarodnih događaja. Njihov značaj raste iz dva razloga. Prvi se ogleda u težnji da se događajima da dodana vrijednost kroz korištenje novih, i neistraženih destinacija. Drugi je ekonomski razlog. Polazi se od toga da sekundarne destinacije mogu pružiti odgovarajuću kvalitetu po povoljnijim uvjetima i poštujući princip „vrijednost za novac“. Imajući u vidu sezonski karakter kongresnog turizma, sekundarne destinacije mogu cjenovnom politikom izaći iz okvira glavne sezone, i targetirati skupove asocijacija i korporacija za razdoblje kolovoza, kao i veljače i ožujka.

Sekundarne kongresne destinacije se dominantno razvijaju u okviru urbanih sredina (u samom gradu ili u neposrednoj blizini grada), a samo malim dijelom u okviru planinskih destinacija. Također, sekundarne kongresne destinacije se razvijaju i na razini jezerskih destinacija. Neophodno je istaknuti da značajni broj spa i obiteljskih destinacija, kako bi smanjili utjecaj sezone, razvijaju kongresne kapacitete, i svoje sadržaje prilagođavaju kongresnom gostu.

Da bi bile konkurentne na međunarodnom tržištu, sekundarne destinacije moraju investirati u poboljšanje infrastrukture i podizanju kapaciteta prodaje destinacije.

Prosječna veličina međunarodnog događaja u Europi je 365 delegata.<sup>6</sup> U posljednjih nekoliko godina, kao što je napomenuto, događaji postaju manji, ali se organiziraju češće. Ovo kreira priliku da se sa istom klijentelom realizira serija događaja, da bi se smanjili troškovi dodatnog marketinga i nastupa na tržištu.

Najveći broj organiziranih događaja spada u kategoriju 50-500 delegata, i to 64% je kategorija do 250 delegata, a 20% je kategorija 250-500 delegata. Prethodno navedeno, govori u prilog činjenici da se u Europi događa restrukturiranje ponude, i stavljanje u prvi plan kongresnih hotela, s dovoljno kapaciteta i za sastanke i za prateće sajmove i izložbe.

Prosječna duljina trajanja događaja u Europi je 3.6 dana, pri čemu je duljina boravka uvjetovana temom samog događaja. Primjetno je da destinacije koje imaju razvijen sustav turističkih doživljaja i dodatnih sadržaja ostvaruju i duže razdoblje trajanja događaja. Osim produljenja trajanja događaja, osim produljenja trajanje događaja (koje se manifestira kroz broj noćenja), razvitkom dodatnih

---

<sup>6</sup> Prema podacima Međunarodne kongresne asocijacije ICCA.

aktivnosti i paketa doživljaja, broj sudionika se može povećati u rasponu 5-10%, jer destinacija postaje atraktivna i za prateće posjetitelje (kao što su članovi obitelji).

Ako se uzme u obzir da je prosječna veličina događaja 365 delegata, i da u prosjeku ostaju 3.6 dana u destinaciji, dobije se da prosječni događaj generira 1.314 noćenja. Imajući u vidu da troškove boravka ne plaća sam gost, odnosno delegat, jer su troškovi skoncentrirani na poslovni entitet koji organizira skup, jasno je da potrošnja u destinaciji poslovnog gosta viša od odmorišnog gosta.

Pozicioniranje destinacije kao kongresne za preduvjet ima jasno određenog nositelja poslova destinacijskog menadžmenta i implementaciju principa suradnje svih nositelja kapaciteta na destinaciji. Na ovaj način kreira se integrirani sustav prodaje kapaciteta prema tuzemnim, regionalnim i međunarodnim klijentima.

### 3.1.3 Trendovi u turizmu obiteljskih odmora

Ovaj turistički proizvod podrazumijeva obiteljska putovanje izvan uobičajenog mjesta stalnog stanovanja, s motivom odmora, rekreacije i razonode za sve članove obitelji. Na ovim putovanjima, često su prisutne tri generacije jedne obitelji. Osnovni preduvjet usmjeravanja destinacije ili resorta ovom segmentu je postojanje aktivnosti za djecu (kids friendly activities), kako bi kvalitetno proveli vrijeme.

Kategorije turista obiteljskih odmora mogu biti značajni segment, kako za osnovne tako i za komplementarne kapacitete. U razdobljima niske tražnje drugih primarnih segmenata (recimo kongresni gost, ili lječilišni gost) kapaciteti se mogu okrenuti ovom tržišnom segmentu, uz određene prilagodbe njihovim posebnim zahtjevima. Prilagodbe ne podrazumijevaju promjenu infrastrukture i kapacitet samih objekata, ili njihovu dopunu, već se odnose na komunikaciju, već se odnose na komunikaciju posebno oblikovanih sadržaja koji ovaj segment može iskusiti na razini destinacije.

Karakteristika ove ciljne skupine je prethodno dobro upoznavanje destinacije, dobra priprema putovanja, prije nego što se donese odluka o rezerviranju odmora. Prioritet se daje destinacijama koje imaju dovoljni broj posebnih aktivnosti za djecu i usluge prilagođene dječjim potrebama (posebni obroci u restoranu, posebne šoping zone, posebni dijelovi aqua parka...).

Za ovaj turistički proizvod je potrebno imati animatore i posebno obučene vodiče kako bi se dječje aktivnosti organizirale na najbolji mogući način, sigurnost, u uvjetima kontrolirane sredine. U ovom slučaju, roditeljima ostaje slobodno vrijeme da se posvete zadovoljavanju vlastitih potreba (odmor, spa, wellness...).

Sezona je uvjetovana godišnjim odmorima roditelja, dok u slučaju djece u osnovnim školama, školskim raspustima tijekom i izvan ljetne sezone, za djecu u školske dobi.

Roditelji preferiraju destinacije gdje cijela obitelj može imati zajedničke aktivnosti, osobito ako djeca pohađaju srednju školu.

Kao ključni faktor destinacije ističe se faktor lokacije. Destinacija /resort/ hotel mora biti lako dostupan, pri čemu sve aktivnosti moraju isto biti na dohvata ruke. U planiranju strukture smještajnih jedinica, neophodno je osigurati dovoljno velike sobe, ili značajni broj spojenih soba. Bitan faktor su i posebno planirane aktivnosti za djecu.

## 3.2 BENCHMARK ANALIZA

---

### 3.2.1 Pregled odabranih benchmark projekata

U planiranju razvitka Palića moguće je uzeti u razmatranje primjere dobre prakse destinacija kojima se Palić može približiti po svojim resursima i atrakcijama. U analizi odabranih destinacija, korišćeni su sljedeći kriteriji:

- vizija i struktura destinacije / resorta
- nivo atraktivnosti (resursi i atrakcijske osnove)

- vrste i struktura smještajnih kapaciteta,
- struktura turističkog proizvoda
- opći nivo kvaliteta usluge

U nastavku dajemo pregled odabranih benchmark projekata:

- Villach (Austrija)
- Neusiedler See (Austrija)
- Balaton (Mađarska)
- Bled (Slovenija)
- Karlovy Vary (Češka)


<b>Destinacija:</b> Villach (Austrija)			
			
<b>Vrsta kompleksa</b>	Destinacija poznata po dva jezera Faaker i Ossiacher, pogodna za aktivni i obiteljski dulji odmor, wellness aktivnosti i cjelogodišnju rekreaciju	<b>Vrste sadržaja:</b>	
<b>Lokacija:</b>	Destinacija se nalazi u južnom dijelu Austrije, u blizini Italije i Slovenije. Koristi zračne luke Klagenfurta, Graza, Salzburga, Ljubljane i Trsta. Dobra cestovna infrastruktura i željeznička. Destinacija zaokružuje ponudu većeg broja mjesta, među kojima su najveća Klagenfurt i Villach. Villach se nalazi na jezerima Faaker i Ossiacher. Jezera su dubine do 30 m. Ljetna temperatura do 23 stupnja. Destinacija je dio regije Carinthia.	<b>SMJEŠTAJ</b>	<p>Ukupni kapacitet je 1.427 objekata</p> <p>Hotel ****: 39 objekata</p> <p>Hotel ***: 47 objekata</p> <p>Hotel **: 2 objekta</p> <p>Prenoćišta: 80 objekata</p> <p>Privatni smještaj: 133 objekta</p> <p>Apartmani i stanovi: 572 jedinice</p> <p>Kuće za odmor, brvnare i bungalovi: 86 jedinica</p> <p>Kamp: 20 kampova</p> <p>Privatne sobe: 368 jedinica</p> <p>Seosko kućanstvo: 75 objekta</p> <p>Hosteli: 5 objekata</p> <p>Ukupni kapacitet se procjenjuje na preko 55.000 kreveta</p>
<b>Pozicioniranje:</b>	Destinacija obiteljskog odmora, aktivni odmor, uživanje u multikulturalnom ambijentu	<b>GOLF</b>	1 golf teren sa 18 rupa Dodatni sadržaji: shooting range, treninzi, klub, prodaja opreme, restoran. Golf teren je pod menadžmentom privatne kompanije i posluje komercijalno. Dio „Alpe Adria Golf“ programa
<b>Ciljna tržišta:</b>	Odmor s obitelji u prirodi Rekreacija i aktivni odmor Wellness paketi Grupna putovanja Specijalna interesiranja i sportaši Poslovni gosti	<b>GASTRONOMIJA</b>	Tradicionalni restorani Internacionalni restorani Seoska radinost (seoske gostionice) Slastičarnice
<b>Aktivnosti:</b>	<p>Vanjske:</p> <p>Promatranje ptica</p> <p>Istraživanje prirode</p> <p>Staze za pješčenje i nordijsko skijanje</p> <p>Zabavni i aqua park</p> <p>Podrumi vina, vinarije i vinogradi</p> <p>Nacionalni park</p> <p>Programi za obitelji</p> <p>Tematske staze</p> <p>Kids friendly sadržaji</p> <p>Vožnja bicikla</p> <p>Surfanje, jedrenje, kite surfing</p> <p>vožnja čamaca i pedalina</p> <p>Najam čamaca i glisera</p> <p>Plivanje</p> <p>Bazeni</p> <p>Zimske:</p> <p>klizanje, zimske aktivnosti, bazeni</p> <p>Događaji: naglašavaju kulturu; veliki broj festivala kao modernih događaja</p>	<b>SPA</b>	Značajni broj hotela u okviru svog sadržaja nudi spa usluge, bazene i saune. Wellness i spa ponuda je temeljena na komercijalnim tretmanima za odmor, i njegu tijela i lica. Koristi se termalna voda u svim objektima, kao i tretmani ljekovitim blatom. Nema klasične primjene medicinskih spa tretmana. Određeni broj hotela nudi određenu vrstu aqua parkova s termalnom vodom. Termalna voda se koristi i za zimske otvorene bazene.
		<b>KONGRESNI KAPACITET</b>	<p>Kongresni centri:</p> <p>Villach: 20 dvorana, maks. kapacitet 2.000</p> <p>Kongresni kapaciteti u hotelima:</p> <p>eduCare: 4*, 8 dvorana, maks kapacitet 300</p>

<http://www.neusiedler-see.at/>

<http://www.vilach.at/>

<b>Destinacija:</b> Neusiedler See (Austrija)			
<b>Vrsta kompleksa:</b>	Destinacija pogodna za obiteljski odmor, aktivnosti u prirodi, upoznavanje kulture i tradicije	<b>Vrste sadržaja:</b>	
<b>Lokacija:</b>	Destinacija se nalazi na samoj granici Austrije i Mađarske, pri čemu je jezero najvećim dijelom u Austriji. Jezero se nalazi na 40 km od Bratislave i 50 km od Beča, pa je servisirano i od strane dvije zračne luke. Dobra cestovna infrastruktura jamči laku dostupnost. Jezero je maksimalne dubine od 2 m, a prosječna dubina je 1 m, karakterizira ga postojanje taloga i mulja.	<b>SMJEŠTAJ</b>	<p>Ukupni kapacitet je 3.356 kreveta</p> <p>Hotel ****: 5 objekata, 533 soba, 810 kreveta</p> <p>Hotel ***: 12 objekata, 330 soba, 670 kreveta</p> <p>Hotel **: 3 objekta, 35 soba, 74 kreveta</p> <p>Prenočišta: 24 objekta, 259 soba, 584 kreveta</p> <p>Seoska kućanstva: 6 objekata, 33 sobe, 68 kreveta</p> <p>Kuće za odmor: 117 jedinica, 1.150 kreveta</p> <p>Kamp: 1 kamp, 180 kamping mjesta</p>
<b>Pozicioniranje:</b>	Destinacija aktivnog odmora, odmor i relaksacija u dodiru s prirodom, interesantno kulturno nasljeđe, obiteljski aktivni odmor	<b>GOLF</b>	<p>1 golf teren s 18 rupa</p> <p>Dodatni sadržaji: shooting range, treninzi, klub, prodaja opreme, restoran. Golf teren je pod menadžmentom privatne kompanije i posluje komercijalno.</p>
<b>Ciljna tržišta:</b>	<p>Specijalna interesiranja</p> <p>Wellbeing</p> <p>Vinski turizam</p> <p>Obiteljski odmor</p> <p>Kultura i kulturni događaji</p> <p>Sportaši (amateri i profesionalni)</p>	<b>GASTRONOMIJA</b>	<p>Lokalni specijaliteti i tradicionalno pripremljena hrana</p> <p>Nacionalni restorani</p> <p>Internacionalni restorani</p> <p>Vinske kuće i vinski podrumi</p>
		<b>SPA</b>	<p>Wellness i spa ponuda je temeljena na komercijalnim tretmanima za odmor, i njegu tijela i lica. Koristi se termalna voda različitog sastava i temperatura.</p> <p>Nema klasične primjene medicinskih spa – lječilišnih tretmana, ali se ističe da je voda ljekovita za kronična reumatska oboljenja, oporavak mišićnog sustava i kičme, kao i da potiče cirkulaciju</p>
<b>Aktivnosti:</b>	<p><b>Vanjske:</b></p> <p>Promatranje ptica</p> <p>Istraživanje prirode</p> <p>Staze za pješaćenje i nordijsko</p> <p>Zabavni i aqua park</p> <p>Podrumi vina, vinarije i vinogradi</p> <p>Nacionalni park</p> <p>Programi za obitelji</p> <p>Tematske staze</p> <p>Kids friendly sadržaji</p> <p>Vožnja bicikla</p> <p>Surfanje, jedrenje, kite surfing</p> <p>vožnja čamaca i pedalina</p> <p>Najam čamaca i glisera</p> <p>Plivanje</p> <p>bazeni</p> <p><b>Zimske:</b></p> <p>klizanje, zimske aktivnosti, bazeni</p> <p>Događaji: naglašavaju kulturu; veliki broj festivala kao modernih događaja</p>	<b>KONGRESNI KAPACITET</b>	<p>Kongresni kapaciteti se nalaze u hotelima, ali su limitiranog kapaciteta:</p> <p>St. Martins: 4*, 8 dvorana, maks. kapacitet 300 (kazališni stil)</p> <p>The Birkenhof: 4*, 6 dvorana, maks. kapacitet 180</p> <p>Check in: 4*, 1 dvorana, maks. kapacitet 35</p> <p>National Part: 4*, 6 dvorana, maks. kapacitet 200</p>

<http://www.neusiedler-see.at/>

Destinacija: Balaton (Mađarska)	
	
<b>Vrsta kompleksa:</b>	Spa i wellness destinacija pogodna za odmor, relaksaciju i obiteljski odmor.
<b>Lokacija:</b>	Destinacija se nalazi u zapadnom dijelu Mađarske. Povezana je odličnim cestovnim pravcima. Udaljenost od glavnog grada je 100 km. Dubina jezera je 12 m. Duljina obale je 236 km. Jezero je najveće u centralnoj Europi. Temperatura vode ljeti je u prosjeku 26 stupnjeva. Udaljenost vožnje od Beča i Graza je 2.5 sata.
<b>Pozicioniranje:</b>	Destinacija idealna za odmor i rekreaciju na vodi, i obiteljski odmor, kao i ljetnu zabavu.
<b>Ciljna tržišta:</b>	Odmor s obitelji Omladinski turizam Rekreacija i aktivni odmor Grupna putovanja Poslovni gosti
<b>Aktivnosti:</b>	<p>Vanjske:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Jedrenje i vožnja čamaca</li> <li>Kanu, kajak i pedalina</li> <li>Ostala zabava na vodi</li> <li>Skijanje na vodi</li> <li>Pecanje</li> <li>Plivanje</li> <li>Ronjenje</li> <li>Jahanje konja</li> <li>Vožnja bicikala i rolera</li> <li>Tenis i squash</li> <li>Lov</li> <li>Paintball i adrenalinski sportovi</li> <li>Aventura park</li> <li>Unutarnji bazeni</li> <li>Escape igre</li> <li>Sportovi na plaži</li> <li>Dječje igraonice i zanimacije</li> </ul> <p>Unutarnje:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Teretana</li> <li>Bazeni</li> <li>Igraonice</li> </ul> <p>Događaji: naglašavaju kulturu i tradiciju</p>
<b>Vrste sadržaja:</b>	
<b>SMJEŠTAJ</b>	<p>Ukupni kapacitet je 24.872 kreveta.</p> <p>Hotel *****: 1 objekt, 232 sobe, 445 kreveta</p> <p>Hotel *****: 29 objekata, 3.813 soba, 8.025 kreveta</p> <p>Hotel ***: 38 objekata, 3.005 soba, 6.443 kreveta</p> <p>Hotel **: 1 objekt, 40 soba, 100 kreveta</p> <p>Apartmani: 15 objekata, 624 sobe, 1.716 kreveta</p> <p>Privatni smještaj: 224 objekta, 2.721 soba, 5.814 kreveta</p> <p>Kuće za odmor: 34 objekta</p> <p>Hosteli i dječja odmarališta: 17 objekata, 269 soba, 729 kreveta</p> <p>Seoska kućanstva: 1.017 objekata, 2.230 kreveta</p>
<b>GOLF</b>	<p>1 golf teren</p> <p>19 rupa</p> <p>Dodatni sadržaji: shooting range, treninzi, klub, prodaja opreme, restoran. Golf teren je pod menadžmentom privatne kompanije i posluje komercijalno.</p>
<b>GASTRONOMIJA</b>	<p>Tradicionalni restorani</p> <p>Internacionalni restorani</p> <p>Slastičarnice</p> <p>Brza hrana</p>
<b>SPA</b>	<p>Voda i ljekovito blato se koristi za terapiju modernih bolesti, kao što su nervoza, anemija i anksioznost.</p> <p>Wellness i spa ponuda je temeljena na komercijalnim tretmanima za odmor. Značajni broj hotela u okviru svojega sadržaja nudi spa usluge, bazene i saune.</p>
<b>KONGRESNI KAPACITET</b>	<p>Kongresni kapaciteti su skoncentrirani u 9 hotela:</p> <p>Anna Grand : 4*, 6 dvorana, maks. kapacitet 270 (kazališni stil)</p> <p>Danubius Health Spa: 4*, 11 dvorana, maks. kapacitet 230</p> <p>Flamingo Wellness: 4*, 3 dvorane, maks. kapacitet 300</p> <p>Azur Hotel: 4*, 14 dvorana, maks. kapacitet 600</p> <p>Hotel Karos Spa: 4*, 8 dvorana, maks. kapacitet 300</p> <p>Kolping Hotel: 4*, 5 dvorana, maks. kapacitet 110</p> <p>Lotus Therme: 4*, 3 dvorane, maks. kapacitet 80</p> <p>NaturMed: 4*, 3 dvorane, maks. kapacitet 320</p> <p>Ramada Hotel: 4*, 9 dvorana, maks. kapacitet 550</p>

[http://gotohungary.com/?utm\\_source=www.gotohungary.com&utm\\_medium=referral&utm\\_campaign=redirects](http://gotohungary.com/?utm_source=www.gotohungary.com&utm_medium=referral&utm_campaign=redirects)

<b>Destinacija:</b> Bled (Slovenija)			
<b>Vrsta kompleksa:</b>	Jezerska destinacija poznata po prirodnim ljepotama planinskog predjela, jezeru i bogatstvu voda	<b>Vrste sadržaja:</b>	
<b>Lokacija:</b>	Destinacija se nalazi u blizini granice s Italijom i Austrijom. Povezana je odličnim cestovnim pravcima. Od glavnog grada je udaljena 50 km, gdje se nalazi međunarodna zračna luka. Najbliži grad u inozemstvu je udaljen 80 km (Klagenfurt), a najbliža druga zračna luka je Trst (170 km). Destinacija ima 5.476 stanovnika. Nadmorska visina je 501 m. Površina je 144 ha. Dubina jezera je 30.6 m, a maksimalna temperatura vode 26 stupnjeva.	<b>SMJEŠTAJ</b>	<p>Ukupni kapacitet je 3.000 kreveta.</p> <p>Hotel *****: 1 objekt, 87 soba, 168 kreveta</p> <p>Hotel *****: 7 objekata, 638 soba, 1.203 kreveta</p> <p>Hotel ***: 6 objekata, 468 soba, 910 kreveta</p> <p>Carni hotel: 9 objekata, 85 soba, 198 kreveta</p> <p>Prenočišta: 10 objekata, 102 sobe, 236 kreveta</p> <p>Seoska kućanstva (farme): 3 objekta, 22 sobe, 71 krevet</p> <p>Privatni smještaj: 70 objekata, 310 soba, 757 kreveta</p> <p>Hosteli: 4 objekta, 28 soba, 119 kreveta</p> <p>Kamp: 280 kamping mjesta</p>
<b>Pozicioniranje:</b>	Destinacija idealna za wellness odmor od svakodnevnih gužve, rekreaciju, ali i poslovne goste.	<b>GOLF</b>	<p>1 golf teren</p> <p>19 rupa, na površini 70 ha</p> <p>Dodatni sadržaji: shooting range, treninzi, klub, prodaja opreme, restoran. Golf teren je pod menadžmentom privatne kompanije i posluje komercijalno.</p>
<b>Ciljna tržišta:</b>	Wellbeing. Aktivni odmor i rekreacija Poslovni ljudi	<b>GASTRONOMIJA</b>	<p>Tradicionalni restorani domaće kuhinje</p> <p>Slastičarnice</p> <p>Kućanstva i farme</p>
<b>Aktivnosti:</b>	<p>Vanjske:</p> <p>Alpsko i sportsko uspinjanje</p> <p>Vožnja kajaka i kanua</p> <p>Vožnja čamaca i pedalina</p> <p>Snalaženje u prirodi</p> <p>Pješaćenje i staze zdravlja</p> <p>Razne vožnje brzacima</p> <p>Skakanje s padobranom</p> <p>Jahanje</p> <p>Istraživanje špilja i kanjona</p> <p>Vožnja bicikala</p> <p>Mini golf</p> <p>Adrenalin park</p> <p>Tenis i squash</p> <p>Kupanje, veslanje i ronjenje</p> <p>Ljetni bob i tubing</p> <p>Skijanje, sanjkanje, nordijsko skijanje</p> <p>Klizanje</p> <p>Turistički vlak i razgledanja</p> <p>Unutaranje: bazeni, fitness, teretana</p> <p>Događaji: naglašavaju kulturu i tradiciju destinacije; moderni događaji</p>	<b>SPA</b>	<p>Fokus je na wellness tretmane koji pomažu u liječenju bolesti modernog doba, kao što su stres i iscrpljenost, te poremećaj pažnje. Tretmani su temeljeni na korištenju termalne vode koja je na konstantnoj temperaturi od 23 stupnja.</p>
		<b>KONGRESNI KAPACITET</b>	<p>Kongresni centar: 4 dvorane, maks. kapacitet 500 delegata (kazališni stil).</p> <p>Značajni kapaciteti po hotelima. 11 hotela nudi kongresne kapacitete:</p> <p>Golf: 4*, 9 dvorana, maks. kapacitet 350</p> <p>Toplice: 5*, 7 dvorana, maks. kapacitet 270</p> <p>Park: 4*, 8 dvorana, maks. kapacitet 120</p> <p>Kompas: 4*, 5 dvorana, maks. kapacitet 200</p> <p>BW Lovec: 5*, 4 dvorane, maks. kapacitet 140</p> <p>Triglav: 4*, 2 dvorane, maks. kapacitet 30</p> <p>Vila Bled: 4*, 2 dvorane, maks. kapacitet 120</p> <p>Astoria: 3*, 3 dvorane, maks. kapacitet 150</p> <p>Jelovica: 3*, 3 dvorane, maks. kapacitet 150</p> <p>Ribino: 4*, 4 dvorane, maks. kapacitet 45</p> <p>Krim: 3*, 2 dvorane, maks. kapacitet 100</p>

<http://www.bled.si/en/>



Destinacija: Karlovy Vary (Češka)	
	
<b>Vrsta kompleksa:</b>	Spa destinacija posvećena zdravlju i relaksaciji.
<b>Lokacija:</b>	Destinacija se nalazi u zapadnom dijelu Češke. Površina destinacije je 59 km <sup>2</sup> . Broj stanovnika je 50.594. Nadmorska visina 370–600 m. Najbliži gradski centar je udaljen 50 km, a glavni grad 120 km. Prvi veliki grad u inozemstvu je udaljen 320 km (München).
<b>Smještaj:</b>	<p><b>SMJEŠTAJ</b></p> <p>Ukupni kapacitet je 10.000 kreveta.            Hotel *****: 6 objekata, 450 soba, 900 kreveta            Hotel *****: 53 objekta, 2.680 soba, 5.350 kreveta            Hotel ***: 37 objekata, 1.120 soba, 2.250 kreveta            Hotel **: 18 objekata, 450 soba, 920 kreveta            Prenosišta: 22 objekta, 50 soba, 100 kreveta            Privatni smještaj: 480 kreveta</p>
<b>Posicioniranje:</b>	Destinacija za wellness i spa odmor, poznata po kvaliteti lječilišnih (medical spa) tretmana, tradiciji u liječenju i relaksaciji.
<b>Ciljna tržišta:</b>	<p>Medical spa</p> <p>Wellbeing, aktivni odmor i rekreacija</p> <p>Golf</p> <p>Starije osobe</p> <p>Poslovni ljudi</p>
<b>Aktivnosti:</b>	<p>Vanjske:</p> <p>Pješačke staze i staze zdravlja (22)</p> <p>Tenis</p> <p>Bazeni i plivanje</p> <p>Hokej i klizanje na ledu</p> <p>Skijanje (30 km od destinacije)</p> <p>Roleri</p> <p>Paintball</p> <p>Vožnja bicikala</p> <p>Konjičke utrke</p> <p>Jahanje konja</p> <p>Unutarnje:</p> <p>Bazeni</p> <p>Teretana i fitness</p> <p>Kuglanje</p> <p>Događaji: naglašavaju kulturu i tradiciju destinacije; moderni događaji</p>
<b>GOLF</b>	<p>10 golf terena u neposrednoj blizini destinacije (3 terena sa 9 rupa, 7 terena sa 19 rupa).</p> <p>Dodatni sadržaji: shooting range, treninzi, klub, prodaja opreme, restoran. Golf tereni su pod menadžmentom različitih klubova (kompanija) i posluju komercijalno.</p>
<b>GASTRONOMIJA</b>	<p>Tradicionalni restorani domaće kuhinje</p> <p>Internacionalni restorani</p> <p>Slastičarnice</p> <p>Pivnice</p> <p>Ekskluzivni restorani</p>
<b>SPA</b>	<p>Usluge lječilišnog spa (medical spa) su dominantne; Poznata po tretmanima protiv: bolesti digestivnog trakta, poremećaja metabolizma, dijabetesa, bolesti lokomotornog sustava, bolesti jetre i pankreasa, neuroloških bolesti;</p> <p>Balneoterapija i korištenje toplih izvora (79 izvora za liječenje, i 13 za vodu koja se pije)</p> <p>Ponuda komercijalnih wellness tretmana, i tretmana za njegu lica i tijela (6 wellness studija, pored hotela).</p> <p>Medicinski turizam: plastična kirurgija, stomatološki centar, centar za reprodukciju.</p>
<b>KONGRESNI KAPACITET</b>	<p>Hoteli s kongresnim kapacitetima: 2 objekta. Ukupno 6 kongresnih dvorana, maksimalni kapacitet je 800 delegata u jednoj dvorani ali (kazališni tip sjedenja), a 1.000 za organizaciju koktela. Glavni kapacitet u okviru hotela Grandhotel Pupp de Luxe (4 dvorane), dodatni kapacitet u hotelu Imperial. Destinacija nema klasični kongresni centar.</p>

### 3.2.2 Zaključak

Tržišni trendovi pokazuju jasno opredjeljivanje destinacija i resorta prema konkretnim tržišnim segmentima, i prilagodbu ponude njihovim potrebama i zahtjevima. Segmenti wellness i medicinskog turizma, obiteljskih putovanja i kongresnog tržišta su međusobno komplementarni. U razdobljima niske tražnje jednog segmenta, destinacija se može usmjeriti na drugi segment, jer tržište kongresnog turizma ima sezonu u razdobljima niske tražnje wellness i obiteljskih odmora, i obratno, zbog različitih potreba ciljnih skupina.

Da bi se destinacija mogla uspješno pozicionirati, neophodna je prilagodba i proširivanje ponude. U ovisnosti o stupnju trenutačnog razvitka i postojeće infrastrukture, ovisit će i razina neophodnih novih ulaganja. Neophodno je sve sadržaje prilagoditi zahtjevima konkretnog ciljanog segmenta, vodeći računa da se oni mogu iskoristiti kao dodana vrijednost za druge segmente.

Prikazani primjeri iz prakse kroz benchmark analizu, upravo pokazuju na koji način su unaprijeđeni osnovni resursi i atraktori kroz dodatne sadržaje i aktivnosti, kreirajući kompleksni turistički doživljaj za različite segmente, a prije svega za segment odmorišnog turizma (s djecom), kongresnog turizma kao i putovanja s potrebama wellnessa i spa.

Uvijek mora postojati i jedan dominantni resurs / atraktor koji svojom kvalitetom i karakteristikama kreira osnovu generalnog turističkog proizvoda i turističkog doživljaja. Ovaj resurs se u najvećem broju slučajeva temelji na prirodnom resursu (jezero, termalna voda ili kombinacija), koji je zatim kroz sustav turističkih aktivnosti i doživljaja razvijen kroz veliki broj individualnih i komplementarnih aktivnosti (medicinski tretmani, wellness tretmani, sportske aktivnosti, specijalna interesiranja). Ovaj sustav pojedinačnih doživljaja se planira u prirodnom okruženju, omogućavajući jedinstven doživljaj prirode. Na ovo su dodane i izgrađene atraktivnosti koji upotpunjuju doživljaj, ali u isto vrijeme kreiraju i snažnu iskustvenu osnovu (golf tereni, staze za pješaćenje i biciklizam, tereni za sport i rekreaciju...). Pažljivom kombinacijom ovih elemenata dobivaju se turistički proizvodi kojima se targetiraju segmenti obitelji s djecom, segmenti turista koji putuju iz razloga očuvanja zdravlja ili zdravstvenih razloga, kao i MICE gosti. Glavni doživljaji destinacija su voda, priroda, aktivni odmor, relaksacija.

Doživljaj vode (jezera ili termalne vode) je osnova izgradnje glavnog turističkog doživljaja promatranih destinacija, a koji se potom prožima kroz veliki broj dodatnih aktivnosti.

Na doživljaj vode se pridodaje krug doživljaja koji je u svezi prirode: pješaćenje, biciklizam, uspinjanje, promatranje ptica i druge. Gotovo sve aktivnosti su prilagođene i potrebama djece, a postoje i posebne aktivnosti samo za djecu.

Da bi se ukupni set aktivnosti proširio, sukladno potrebama ciljnih skupina, grade se dodatni kapaciteti za golf, dvorana za sport, teretana, otvorenih i zatvorenih bazena.

S aspekta kapaciteta, možemo zaključiti da uvijek mora postojati vodeći smještajni kapacitet, najčešće hotel (razina 4\* češće, ali i 5\*). On je vodeći s određenom kvalitetom usluga, broja soba i dodatnih sadržaja. Osim toga, prisutni su i smještajni kapaciteti ostalih kategorija pored hotela, kao što su privatne sobe, apartmani i kampovi. Neophodno je istaknuti da se svaki od ovih kapaciteta svojom kvalitetom usluge mora postaviti kao sastavni dio iskustvenog lanca vrijednosti, da ne naruši ugled čitave destinacije.

Vodeći kapaciteti imaju i vlastite dodatne sadržaje, među kojima se prije svega ističu wellness i medicinske usluge. Termalna voda je osnova za usluge balneologije. Samo u destinacijama gdje je dokazano da voda ima terapijske elemente, razvijene su i balneološke usluge, u smislu posebnih medicinskih tretmana. U ostalim destinacijama, termalna voda je osnova velikog broja različitih wellness tretmana za njegu lica i tijela.

Kongresni kapaciteti su najčešće smješteni u okviru hotela, i samo u pojedinim destinacijama postoje manji kongresni centri. Pojedinačni kapaciteti za organiziranje kongresa su limitirani, ali postoji dobra suradnja na razini destinacije, čime se povećava i ukupni kapacitet koji se nudi klijentima. Glavna tržišta MICE gostiju koji se targetiraju su regionalna, domaća, i manjim dijelom međunarodna.

Destinacije diverzificiraju svoju ponudu, putem jačanja gastronomije. Pojavljuju se restorani čija je ponuda temeljena na lokalnim tradicionalnim receptima. Sustavno se izgrađuje doživljaj mjesta, seoske farme i vinarije se uključuju kao prepoznatljiv simbol.

Organiziranje festivala aktivno je u najvećem broju slučajeva tijekom glavne sezone, i predstavlja vid animiranja gostiju. Festivali su u svezi s lokalnom poviješću i kulturom, ali postoje i kategorije modernih događaja (moderna i popularna glazba i drugo). Prilikom organiziranja modernih događaja sve destinacije vode računa o ukupnom iskustvu koje se predstavlja, načinu kako se svaki događaj uklapa u viziju destinacije, kako se ne bi narušila ukupna slika.

Predstavljeni primjeri pokazuju uspješnu suradnju javnog i privatnog sektora u razvitku, marketingu destinacije i operativnom menadžmentu. U tom smislu, kreirane su odgovarajuće platforme za suradnju – počevši od klubova konkurentnosti do integriranih destinacijskih menadžment organizacija.



**POGLAVLJE 4**  
**Strateški okvir master plana i**  
**koncept razvitka**

## 4 STRATEŠKI OKVIR I KONCEPT RAZVITKA

### 4.1 STRATEŠKI KONTEKST

---

#### 4.1.1 Strateške prednosti

##### 1. *Strateški projekt Srbije, Vojvodine i Subotice*

Projekt Palić je strateški „*break-through*“ projekt i kao takav ima snažnu potporu od svih razina vlasti. Značajne javne investicije u reguliranju prostora, opće infrastrukture (vodovod, kanalizacija, prometnice) i rekonstrukciji / saniranju ključnih atrakcija na Paliću u posljednjih 10 godina imale su za rezultat porast atraktivnosti destinacije za ulaganja privatnog sektora, lokalnu zajednicu, posjetitelje;

##### 2. *Ekološke karakteristike Palićkog jezera*

Palićko jezero, iako pod jakim antropogenim utjecajem, zadržalo je određene jedinstvene prirodne vrijednosti. Područje „Subotička jezera i pustare“ su od međunarodnog značaja za ptice. Naime, u II. sektoru se nalaze „ptičji otoci“ snajvećom kolonijom galebova, koje je ujedno i jedino mjesto u Srbiji na kome se gnijezdi crnoglavi galeb. Zelenilo Velikog parka predstavlja bitan element biodiverziteta zaštićenog područja. Područje Zoo vrta sadrži preko 270 vrsta drveća i žbunja, a najvredniji elementi lokacije su preko 250 godina stara stabla hrasta lužnjaka, ostaci iskonske vegetacije.

##### 3. *Čvrsta osnova za razvitak turizma*

Lokacija Palića, diverzificirani prirodni i kulturni resursi i atrakcije, odgovarajuća baza ljudskih resursa, naslijeđena turistička infrastruktura i regionalno prepoznatljiv turistički imidž Palića, s jedne strane, i tržišni impulsi s druge strane, predstavljaju čvrsta uporišta za razvitak turizma destinacije;

##### 4. *Zaštićen prostor destinacije kroz usmjeravanje i kontrolu razvitka*

Palić se planski i kontrolirano razvijao u posljednjih 10 godina kroz odgovarajuću regulaciju prostora, čime je sačuvana i unaprijeđena kvaliteta prostora i stvorene pretpostavke za profesionalni razvitak turističkih proizvoda. Projekt Palić je među rijetkim projektima Srbije koji ima svoje razvojno poduzeće (*developer*) koje je osnovano isključivo u cilju implementacije master plana i pripremu investicijskih projekata.

#### 4.1.2 Strateški nedostaci

##### 1. *Ekonomska neizvjesnost*

Ekonomska neizvjesnost izazvala je zastoj investicijskih aktivnosti i otežala procese privlačenja interesa privatnih investitora. I pored napora Park Palića d.o.o. kao odgovornog entiteta za implementaciju master plana i potpore od strane Grada, Vojvodine i Srbije, razvitak projekta se nije odvijao željenom dinamikom, zbog odsustva interesa privatnog kapitala;

##### 2. *Kvaliteta vode jezera Palić*

Od ekoloških karakteristika, problematična je kvaliteta vode. Kvaliteta vode nije nezadovoljavajuća za uporabu vode u turističko – rekreativne svrhe, zbog visoke razine nutrijenata (dušika i fosfora), povremenog prisustva koliformnih bakterija, prenamnožavanja fitoplanktona i visokog udjela cijanobakterija (modrozelenih algi) u fitoplanktonu.

##### 3. *Vlasnička struktura zemljišta u obuhvatu projekta*

Zemljišne transakcije koje su uslijedile nakon usvajanje prethodnog master plana na području obuhvata projekta imale su za rezultat „disperziju“ zemljišta u pogledu vlasničke strukture. Takva situacija je dovela do nemogućnosti implementacije pojedinih ključnih investicijskih projekata (prvenstveno na zapadnoj obali Palića) i traženje alternativnih rješenja.

### 4.1.3 Strateška uporišta

#### 1. *Snažno vodstvo, usmjeren i kontroliran razvitak destinacije*

Palić se razvija kroz jasno postavljenu viziju razvitka, koja je pretočena u master plan i reguliranje prostora, s ciljem profesionalnog oblikovanja i komercijalizacije turističkih proizvoda na domaćem i internacionalnom tržištu. Kritični faktor uspjeha razvitka Palića je i nadalje kontrola. Zbog kratkoročnih interesa koji nisu u harmoniji s dugoročno održivim razvitkom destinacije ne smije se popustiti u kontroli;

#### 2. *Fokus na ključne investicijske projekte kao motor razvitka*

Projekt Palić je približen tržištu privatnih investitora, u tijeku je proces koji se završava stavljanjem ključnih investicijskih projekata na tržište kapitala. Ograničeni javni financijski resursi i kompleksni procesi privlačenja investitora i strateških partnera, zahtijevaju faznu i fokusiranu investicijsku strategiju. U cilju dinamičnog razvitka destinacije, neophodno je staviti fokus na ključne investicijske projekte koji će predstavljati dodanu vrijednost cjelokupnom području u pogledu sadržaja i pozicioniranja i predstavljati motor daljem razvitku područja. Pored uspostavljanja snažnog vodstva, neophodno je ulaganje dodatnih napora u proces profesionalne pripreme projekata za investicijsko tržište i kreiranja investicijske klime, kao i pružanje potpore u daljnjoj implementaciji projekata.

#### 3. *Korištenje geotermalnih resursa, obnovljivih izvora energije i koncept energetske efikasnosti*

Postojanje geotermalnih i drugih obnovljivih izvora energije (npr. biomase iz poljoprivredne djelatnosti) pridonosi cjelogodišnjem održivom funkcioniranju turističkih kapaciteta (posebno spa kapaciteta).

## 4.2 VIZIJA I TRŽIŠNO POZICIONIRANJE

---

Polazeći od dinamičnih i promjenljivih uvjeta na turističkom tržištu, uočljivih promjena u uzrocima ponašanja posjetitelja, kao i od konstantnog pritiska koji vrši konkurencija na destinaciju, vizija i tržišno pozicioniranje predstavljaju kompleksne i jedinstvene cjeline u današnjem globalnom turističkom svijetu.

Vizija se kreira za buduće tržište i zajedno s pozicioniranjem čini jedinstvenu cjelinu, odnosno predstavlja okvir za uspostavljanje jedinstvene emotivne veze sa tržištem. Tržišno pozicioniranje, s druge strane, naglašava koji fizički, ali i emocionalni aspekti destinacije moraju da budu integrirani u prostoru i usuglašeni s aktivnom ulogom lokalne zajednice, kako bi razvitak bio uspješan, odnosno, prepoznat i realiziran na turističkom tržištu.

Zato se razmatra razvitak šireg prostora oko jezera Palić, koga treba usuglasiti s naporima u području razvitka gospodarstva, ruralnog područja, turizma koji se čine i na razini Vojvodine i Srbije. Od ključne važnosti je prenošenje primjera dobre prakse i mogućnost integriranog turističkog razvitka s destinacijama u Mađarskoj, kroz korištenje programa prekogranične suradnje.

### 4.2.1 Vizija

Vizija koja se ovdje predlaže predstavlja objektiviziranu sliku budućnosti i njen zadatak je da uspostavi sinergiju između lokalne slike Palića – ljudi, nasljeđa, mogućnosti iskorištenja prostora i turističkih proizvoda – i globalnih pravila igre turističke industrije (standardi usluge, razvitak ljudskih resursa kroz obrazovanje i obuku, upravljanje poslovnim subjektima, marketing, itd.). Vizija koja je

formulirana za regiju Palića je rezultat višemjesečnog rada Radne skupinu koji je prethodio izradi Master plana Palić 2015. U razgovorima s ključnim subjektima destinacije, u nizu radnih sastanaka i radionica, usuglašen je prijedlog izjave o viziji budućeg smjera razvitka turizma Palića, a koji se temelji na sljedećem:

- Tradicija lječilišnih toplica koje postoje preko 150 godina s bogatom prošlošću;
- Autentičnost arhitekture i kulturnog nasljeđa prostora, romantika;
- Ugodnost boravka u parku prirode i doživljaj jezera, mira;
- Karakter, kultura, obrazovanje i gostoprимljivost ljudi;
- Inovativni razvojni projekti za izgradnju zaokruženog spleta iskustva i doživljaja.

### **Izjava o viziji**

*Palić je visoko vrijedan prostor koji u sebi integrira prirodne i kulturološke atrakcije, naslijedeno i moderno. Svojim specifičnim sadržajem i kvalitetom usluge privlači različite posjetitelje tijekom cijele godine: mlade i stare, obitelji i parove, poslovne i odmorišne goste. Set iskustava koji se nudi na Paliću potiče na zdrav, aktivni život i harmoniju s prirodom, a kulturni sadržaji i tradicija mondenskog lječilišnog resorta oplemenjuju.*

*Bogatstvo prirodnog i kulturnog nasljeđa, stručnost i gostoprимljivost ljudi, Palić koristi za izgradnju vlastitog imidža i za razvitak malih i srednjih turističkih i povezanih biznisa, usmjerenih da svojim gostima isporuče vrhunsku kvalitetu proizvoda i usluga.*

*Kontroliranim razvitkom sadržaja i izgradnjom lanca specifičnih turističkih doživljaja, Palić osigurava iskustvo kojim se, s jedne strane, kod posjetitelja kreira osjećaj sreće, kao vrhunskog oblika izražavanja zdravlja, a s druge strane, osigurava stabilni izvor blagostanja lokalnog stanovništva, kao i zaštite i održivosti prirodnog i kulturnog nasljeđa.*

*Palić je jedinstveno mjesto gdje se ljudi iznova vraćaju u traganju za srećom i zdravljem.*

### **4.2.2 Tržišno pozicioniranje**

Palić je specifična Panonska lječilišna destinacija i pozicionira se kao mjesto aktivne relaksacije, zdravlja i sreće.

Svojom ponudom, primarno pridonosi povećanju zadovoljstva, omogućavajući održavanje tjelesno-duhovne ravnoteže putem raznih aktivnosti. Međunarodno je prepoznat kao cjelogodišnja lječilišna (toplička) destinacija zdravlja i ljepote, aktivnosti i zabave, dostupna i otvorena.

Dodatno, Palić usporedo nudi i kapacitete kojima se pozicionira kao destinacija za održavanje sastanaka, insentiv boravaka i događaja, osobito uzimajući u obzir razvitak dodatnih sadržaja kojima se kreira osjećaj luksuza i načina života vrhunske kvalitete.

U izgradnji željene tržišne pozicije, Palić osobito vodi računa o sljedećem:

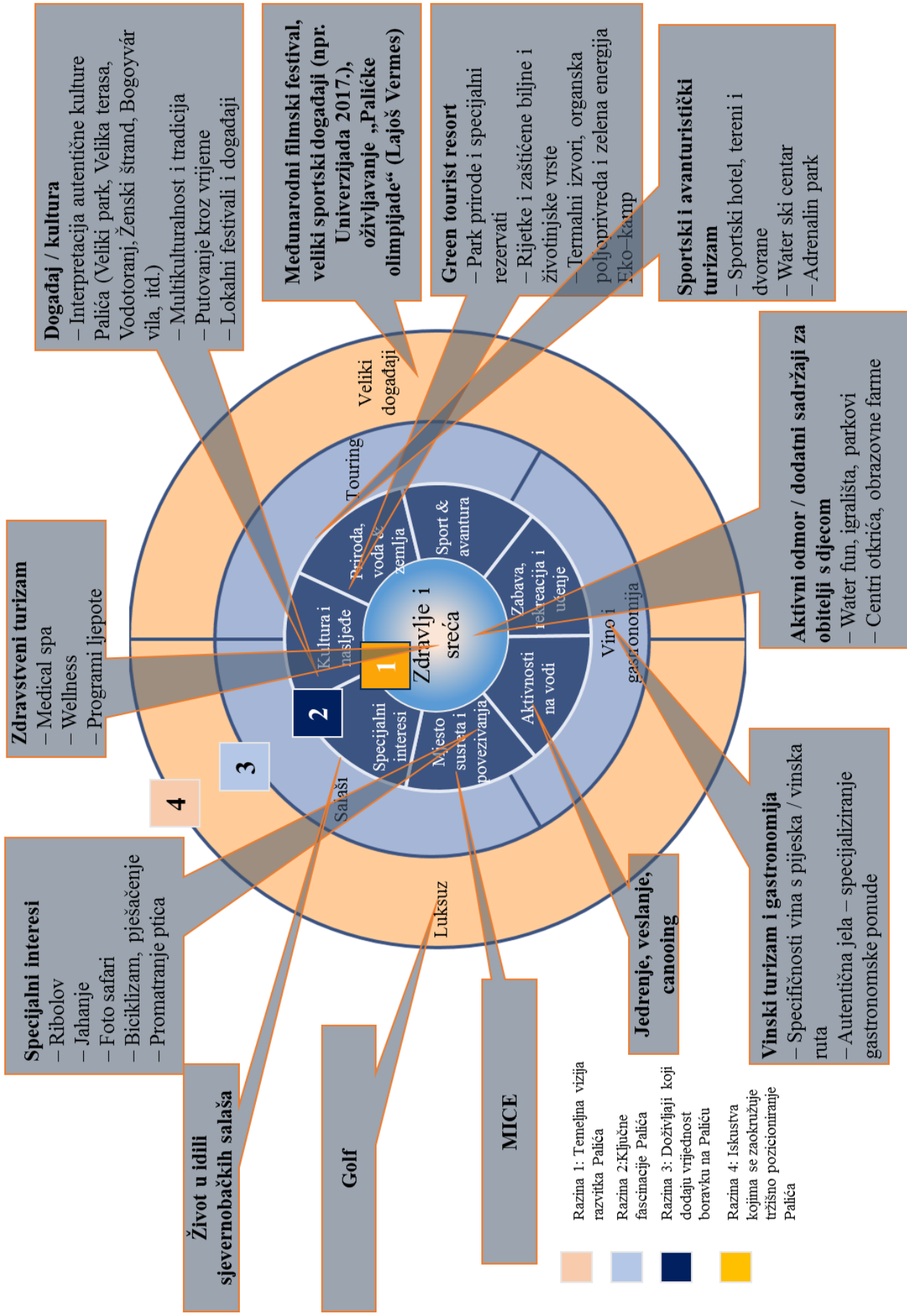
- Profesionalnoj specijalizaciji – kreiranju zaokruženog seta iskustava, usmjerenih na ostvarenje definirane vizije, kroz različite razine kojima se definira cjelokupni lanac vrijednosti u destinaciji;
- Kreiranju različitih područja iskustava, koji predstavljaju odvojene cjeline, a sukladno raspoloživim prostorom u obuhvatu Zlatnog i Srebrnog kruga;
- Specifičnoj interakciji različitih elemenata i koncepata / područja iskustava, povezivanjem ključnih elemenata kroz promenu i pješačko-biciklističku stazu oko jezera – „lungo lago“;

- Kreiranju osjećaja zadovoljstva i sreće, duševnog mira, lagodnosti, sigurnosti i uživanja – emotivnog naboja koji će osigurati lojalnost gostiju – stalno vraćanje u destinaciju.

Dakle, pozicioniranje Palića kao destinacije oslanja se na iskustvenu tematizaciju prostora i izgradnju integralnog turističkog resorta, koji će, uz specifičnu kombinaciju naslijeđenih i razvijenih sadržaja, atrakcija i atributa, biti u stanju isporučiti obećanje određeno vizijom.

Na sljedećoj ilustraciji prikazane su razine iskustvene tematizacije Palića, koji služe kao okosnica za definiranje proizvoda i razvojnih projekata u procesu izgradnje integralnog turističkog resorta, kao i tematizacije šireg područja Palića (Brončani krug):





**Specijalni interesi**

- Ribolov
- Jahanje
- Foto safari
- Biciklizam, pješčenje
- Promatranje ptica

**Život u idili sjevernobackih salaša**

**Golf**

**MICE**

**Jedrenje, veslanje, canoing**

**Vinski turizam i gastronomija**

- Specifičnosti vina s pijeska / vinska ruta
- Autentična jela – specijalizirane gastronomske ponude

**Zdravstveni turizam**

- Medical spa
- Wellness
- Programi ljepote

**Događaj / kultura**

- Interpretacija autentične kulture Palića (Veliki park, Velika terasa, Vodotoranj, Ženski štrand, Bogoyvár vila, itd.)
- Multikulturalnost i tradicija
- Putovanje kroz vrijeme
- Lokalni festivali i događaji

**Međunarodni filmski festival, veliki sportski događaji (npr. Univerzijada 2017.), oživljavanje „Paličke olimpijade“ (Lajoš Vermes)**

**Green tourist resort**

- Park prirode i specijalni rezervati
- Rijetke i zaštićene biljne i životinjske vrste
- Termalni izvori, organska poljoprivreda i zelena energija
- Eko-kamp

**Sportski i avanturistički turizam**

- Sportski hotel, tereni i dvorane
- Water ski centar
- Adrenalin park

**Aktivni odmor / dodatni sadržaji za obitelji s djecom**

- Water fun, igrališta, parkovi
- Centri otkrića, obrazovne farme

- Razina 1: Temeljna vizija razvika Palića
- Razina 2: Ključne fascinacije Palića
- Razina 3: Doživljaji koji dodaju vrijednost boravku na Paliću
- Razina 4: Iskustva kojima se zaokružuje tržišno pozicioniranje Palića

## 4.3 KONCEPT RAZVITKA

---

Na temelju prethodne ilustracije jasno je da se mora osigurati odgovarajuća ravnoteža između ključnih elemenata u razvitku Palića kao integralnog turističkog resorta, kao i sadržaja u kontaktnim zonama i širem okruženju (Brončani krug), i to:

1. ključnih atrakcija i atributa koji privlače gosta u resort;
2. usluga koje se pružaju u resortu (smještaj, hrana i piće, zdravstvene usluge, trgovine, zabava, itd.);
3. aktivnosti i doživljaji koji okupiraju goste koji borave u resortu.

Ova ravnoteža se postiže kontroliranim fizičkim razvitkom i načinom povezivanja i usklađivanja sadržaja i funkcija resorta za različite kategorije turista / posjetitelja. Drugim riječima, bitno je kreirati i upravljati konceptom koji će osigurati da su interesi različitih skupina klijenata u prostoru i vremenu adekvatno zadovoljeni.

S druge strane, predloženim konceptom razvitka se osigurava snažna poluga za dugoročno očuvanje i unaprjeđenje prostora, s obzirom na značajno prirodno i kulturno nasljeđe koje se nalazi u obuhvatu plana. Plan je neophodna pretpostavka. Uz izgrađen plan neophodno je uvesti i podržati mehanizme upravljanja i kontrole razvitka, jer je to jedina garancija dugoročnog opstanka destinacije i njenog pravilnog razvitka – izgradnje i tržišne afirmacije, njene interpretacije i očuvanja autentičnog identiteta.

Pod pretpostavkom kontroliranog razvitka turizma, koji je dobro isplaniran i kojim se dobro upravlja, turizam u zaštićenim područjima kakvo je Palić, donosi sredstva i motivaciju da odgovorni entiteti (u ovom slučaju poduzeća Palić Ludaš i Park Palić) nastave brinuti, održavati i unaprjeđivati svoje prirodno nasljeđe i kulturu.

### 4.3.1 Razvitak proizvoda

Portfolio turističkih proizvoda Palića temelji se na sljedećim osnovama:

- Palić kao turistička destinacija, svoju prepoznatljivost temelji se statusu lječilišta i tradiciji dugoj gotovo 200 godina. Tada je prvi put ukazano na ljekovita svojstva jezerske vode (1820. godine).
- Situacijskoj i benchmark analizi, koje su sublimirane u izjavi o pozicioniranju i iskustvenoj tematizaciji prostora Palića.

Razvitak Palića i njegova šireg okruženja, kao suvremene topličko-jezerske destinacije definira sljedeće turističke proizvode:

Za prostor Zlatnog i Srebrnog kruga:

1. Zdravstveni turizam;
2. MICE;
3. Odmori;
4. Sportski turizam;
5. Golf;
6. Događaji i kultura;

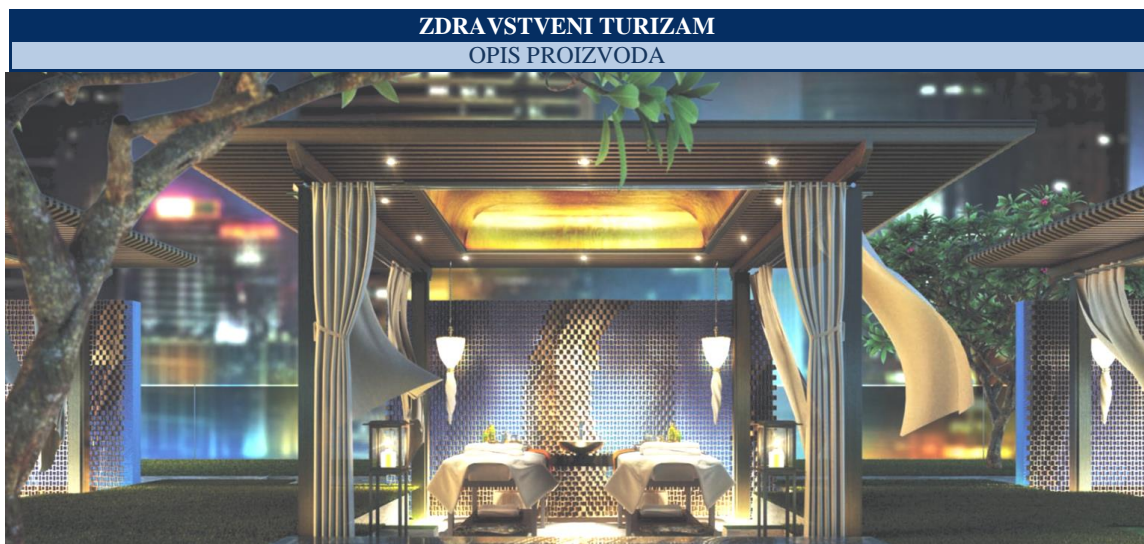
Za prostor u kontaktnim zonama i obuhvatu Brončanog kruga predlažu se dodatni turistički proizvodi:

7. Rekreacija u prirodi;
8. Vino i gastronomija.

Uz ove proizvode Palić svakako mora iskoristiti i potencijal proizvoda Specijalnih interesiranja, pri čemu on predstavlja sastavni dio problematike integralnog upravljanja resortom i naporima razvitka turizma u širem području.

### 4.3.2 Opis ključnih proizvoda za Palić

U nastavku, dajemo opise proizvoda, uz nešto detaljniji opis proizvoda Zdravstveni turizam, uzimajući u obzir temeljnu viziju Palića i orijentiranost lokalne zajednice ka razvitku ovog vida turizma:



U Europi, koncept zdravstvenog turizma se povijesno temelji na uporabi prirodnih resursa i ljekovitih faktora u cilju relaksacije i rehabilitacije, i to: termalnim vodama i thalassoterapiji u Zapadnoj Europi, ljekovitim mineralnim i termalnim vodama u Centralnoj i Istočnoj Europi, aktivnostima i rekreaciji na otvorenom u Sjevernoj Europi, te mediteranskoj klimi i thalassoterapiji u Južnoj Europi. U odnosu na povijesni razvitak zdravstvenog i wellness turizma i tradicionalnim praksama koje se primjenjuju, kod nas je ostala uporaba termina „lječilište“ za područja u kojima postoje ljekoviti prirodni faktori (termalna i mineralna voda, zrak, gas i ljekovito blato – peloid, čija su ljekovita svojstva znanstveno ispitana i dokazana) i koja imaju organiziranu zdravstvenu praksu, odgovarajuće smještajne kapacitete i ostale sadržaje.

Zdravstveni turizam se, generalno, može podijeliti na wellness i medicinski turizam.

Medicinski (lječilišni) turizam podrazumijeva praksu koja se vezuje za liječenje, odnosno različite intervencije – od blažih do invazijskih (terapije, rehabilitacije, operacije, plastična kirurgija, stomatologija, itd.). U medicinskom turizmu, usluge koje su donekle prepoznate kao međunarodno konkurentne, osobito u regionalnom kontekstu su uglavnom u području dijagnostike, stomatologije i oftalmologije, dok se u posljednje vrijeme, barem za tržište Srbije, razvija ponuda i u plastičnoj kirurgiji. Sofisticiranije medicinske intervencije, iako postoji relativno velika baza liječnika specijalista i Institucija s dugom tradicijom, još uvijek nisu ozbiljnije komercijalizirane na inozemnom tržištu, djelomično i zbog sustavno neuređenog prostora za djelovanje (internacionalni standardi kvalitete i pitanje odgovornosti) i konzekventno malog broja privatnih praksi koje rade kompleksnije intervencije.

S druge strane, wellness (wellness) kao (blago)stanje predstavlja suštinsku suprotnost bolesti (illness) i duboko je ukorijenjen i počiva na tradiciji očuvanja zdravlja i iscjeljenja – još su se u starim civilizacijama koristile različite prakse: termalna kupatila u starom Rimu, uporaba ljekovitih trava i minerala u arapskoj i kineskoj medicini, kao i ayurveda prakse u indijskoj. U konceptu suvremenog razumijevanja zdravstvenog turizma, čiji je sastavni dio wellness, promiče se holistički pristup, koji podrazumijeva kontinuitet samospoznaje, osobne odgovornosti prema vlastitoj dobrobiti.

Termini spa i wellness turistički proizvodi još nisu definirani i usvojeni u tuzemnoj turističkoj terminologiji. Na međunarodnom turističkom tržištu, pod wellness aktivnostima podrazumijeva se širok spektar aktivnosti koje su usmjerene ka kreiranju harmonije u tjelesnom, mentalnom i duhovnom smislu, te se vezuju u najvećoj mjeri s promjenama u načinu života i životnim navikama.

U cilju otklanjanja nedoumica u shvaćanju različitih koncepata, značajni doprinos dalo je Međunarodno udruženje spa centara (ISPA) koje pod spa centrima podrazumijeva „mjesto koja su namijenjena unaprijeđenju cjelokupnog zdravstvenog stanja kroz uporabu različitih profesionalnih usluga za regeneraciju uma, tijela i duha.“

Imajući u vidu tržišne trendove ka usvajanju obrazaca zdravog života, kao i proklamirano opredjeljenje Svjetske zdravstvene organizacije da je prevencija zdravstvena strategija za budućnost, smatramo da Palić može razviti prioritetnog turističkog proizvoda i poziciju na tržištu, utemeljiti na zdravlju, kao najvećoj vrijednosti pojedinca, odnosno prvenstveno na prevenciji bolesti, otklanjanju lakših zdravstvenih problema i rehabilitaciji, a ne na intervencijama i liječenju kako je to slučaj u drugim tradicionalnim lječilišnim destinacijama u Srbiji i okruženju.

#### OBLICI PROIZVODA

- **Club Spa** – spa centri čija su primarna svrha fitnes aktivnosti, ali imaju u ponudi i široki spektar profesionalno vođenih spa usluga na dnevnoj osnovi;
- **Day Spa** – spa centri koji imaju u ponudi profesionalno vođene spa usluge na dnevnoj osnovi. Uglavnom su locirani u zasebnim objektima i nisu povezani s hotelom ili resortom. Najčešće u ponudi sadržavaju širok spektar tretmana za lice i tijelo.
- **Destination Spa** – spa centri čija namjena nije samo ponuda spa usluga, već pružanje klijentima cjelokupnog spektra usluga za razviti zdravih životnih navika – za cjelokupnu promjenu životnog stila. U ponudi sadržavaju sveobuhvatne programe koji uključuju spa usluge, fitnes aktivnosti, edukativne tečajeve, zdravu kuhinju i različite aktivnosti specijalnih interesa.
- **Medical Spa** – spa centri čija je primarna uloga pružanje kompletnih lječilišnih-medicinskih usluga u kojima je zaposlen profesionalni i stručni medicinski kadar. Fokus je na komponenti liječenja i pružanja svih potrebnih tretmana, među ostalim i spa tretmane u svezi prevencije zdravlja kao dodatne usluge. U ponudi sadržavaju tretmane/terapije za klijente sa zdravstvenim problemima.
- **Mineral Spring Spa** – spa centri koji u ponudi imaju termalne, mineralne i druge izvore koji se koriste u svrhu hidroterapijskih tretmana.
- **Resort/Hotel Spa** – spa centar u sklopu hotela ili resorta koji pruža profesionalne spa usluge, fitnes aktivnosti i druge wellness aktivnosti.
- **Bolnice i klinike** – specijalizirane ustanove koje, u ovisnosti o tipu terapija i intervencija mogu biti različito organizirane. Za potrebe razvitka turizma Palića, u cilju zaokruživanja ponude lječilišnog turizma, kao još jedne oblasti razvitka, predlaže se osnivanje centra-sanatorija-institutu za tretmane rehabilitacije i regeneracije, koji bi koristio prednosti ambijentalne cjeline Palića. Centar-sanatorij-institut bi se bavio integralnom mobilizacijom bioloških potencijala organizma, primjenom najsuvremenijih programa revitalizacije organizma. Radi se o aplikacijama fizikalnih procedura u rehabilitaciji i širokoj lepezi priznatih metoda liječenja alternativnim postupcima. Korisnici ovakvog centra bi mogli biti svi bolesnici sa stanjima nakon značajnih i težih kirurških intervencija (lokomotorni organi, mišićna i koštana tkiva), kao i bolesnici s oštećenjima cirkulacije, vitalnosti i funkcionalne sposobnosti. Dodatno, imajući u vidu karakter Palića kao destinacije, mogu se razviti i tretmani povreda, sportskih povreda i oštećenja, a imajući u vidu povijesni karakter Lječilišta Palić, svakako bi trebalo razviti programe za kronične bolesti reumatizma.

#### SADRŽAJI I USLUGE – KLJUČNI FAKTORI USPJEHA

- Svi ključni kapaciteti i sadržaji moraju biti dobro isplanirani i usklađeni, kako bi izrada specifičnih programa zdravlja bila uspješna;
- Posebno bi trebalo voditi računa o udobnosti korištenja kapaciteta i laganom / neprimjetnom prelasku u korištenju sadržaja (kako unutarnjih tako i vanjskih) sukladno definiranom programu, kako bi korisnici mogli izvući maksimum;
- Razvoj sadržaja i usluga treba slijediti princip održivosti – energetske efikasnosti, korištenje obnovljivih izvora energije, lokalnih prirodnih materijala, itd.
- Korištenje wellness paketa obično podrazumijeva smještaj, tri obroka dnevno, spa usluge i pristup wellness kapacitetima, kao što su termalni bazenu i kupališni sadržaji;
- Na operativnoj razini, vrši se plasman paketa programa a ne prodaja noćenja u smještajnim kapacitetima; profitni potencijal se nalazi u turističkim programima zdravlja, kao turističkim paketima. Time se programi ne bi ugrozili s aspekta njihove reputacije;
- Potrebna je sinergija između turističkih proizvoda, smještajnih kapaciteta, spa sadržaja, usluga gastronomije i izbalansiranih iskustava u pogledu zdravlja;
- Najveći potencijal povećanja prosječne potrošnje po gostu leži u kombinaciji opisanih turističkih proizvoda, putem optimiziranja iskustava;
- Ljudski resursi angažirani na realizaciji paketa programa moraju biti upoznati s kompletnom

ponudom i trebaju proći kompleksnu obuku.

#### ELEMENTI DIFERENCIRANJA

- Svoju poziciju korištenja potencijala zdravstvenog turizma, Palić mora graditi na kreiranju programskih paketa koji će biti usmjereni na cjelogodišnje poslovanje a ne samo na jednu sezonu;
- Neophodno je provoditi procese specijalizacije, procese standardiziranja usluga, procese osiguranja stalne kvalitete usluga u cilju uspješnog tržišnog pozicioniranja;
- Iskorištavanje prednosti koncepta segmentacije tržišta – neophodno je osigurati adekvatno koordiniranje i vodstvo u ovoj domeni, kako bi se potencijal Palića za razvitak zdravstvenog turizma u potpunosti iskoristio;
- Potrebno je napraviti okvir za realizaciju programskih paketa „po mjeri korisnika“ za turističke proizvode prevencije i posebnog liječenja za određene ciljne skupine;
- Razvitkom aplikacije za mobilne telefone postiže se stalna interakcija s korisnicima u svrhu „podsjetnika“ za aktivnosti koje korisnik treba obaviti u okviru paketa programa (režim prehrane, propisane vježbe, terapija medikamentima i suplementima).

## KONGRESNI TURIZAM I MICE (sastanci, insentivi, konferencije i događanja)

### OPIS PROIZVODA



Poslovno putovanje i MICE se mogu definirati kao putovanja motivirana profesionalnim i poslovnim razlozima, koji uključuju aktivnosti kao što su rješavanje problema, zadataka, edukacije i / ili prisustvovanje određenim događajima. Prosječno vrijeme zadržavanje je dvije do tri noći.

Procjenjuje se da je u Europi gotovo svako drugo putovanje motivirano poslovnim razlozima i prisustvovanju na različitim sastancima, kongresima, ili sajmovima. Na strani ponude nalaze se kongresni biro, profesionalni organizatori kongresa (PCO), destinacijske menadžment kompanije (DMC), kongresni prostori, hoteli s kongresnim kapacitetima i ostali ponuđači (kao što je AV oprema).

Svaki EUR potrošen u destinaciji od strane MICE gosta, generira dodatnih 8 do 12 EUR. Razina lojalnosti gostiju motiviranih ovim oblikom putovanja je veoma visoka, pa se često vraćaju u destinaciju na odmor. Razvitak ovog proizvoda ima veoma snažni utjecaj na razvitak dodatnih turističkih i trgovačkih sadržaja i direktno potiče razvitak drugih turističkih proizvoda u destinaciji.

### OBLICI PROIZVODA

- **Sastanci** – Jednodnevni ili višednevni, organizirani najčešće na ad-hoc principu za rješavanje konkretnih izazova i problema, i cilja točno određen broj sudionika; programi obrazovanja i treninga
- **Insentivi** – Oblik nagrađivanja zaposlenih za postignute rezultate u kompaniji;
- **Kongresi i konferencije** – Redoviti događaj fokusiran na točno određeno područje ili temu, koji privlači značajni broj ljudi;
- **Izložbe i korporativni događaji** – promocije novih proizvoda, poslovni sajmovi, različite proslave, itd.

### SADRŽAJI I USLUGE – KLJUČNI FAKTORI USPJEHA

- Adekvatni kongresni i dugi prostori za sastanke;
- Kvalitetan hotelski smještaj, komplementaran s kongresnom infrastrukturom;
- Zračna i cestovna dostupnost prema međunarodnom tržištu;
- Jaka lokalna potpora;
- Posebna internetska stranica prilagođena prodaji i planerima događaja
- Efikasni lokalni transport
- Prepoznatljivost destinacije i očuvanje imidža, diferencirana ponuda usluga, bogatstvo sadržaja, dobra izvanpansionska ponuda, korištenje kulturnih i zabavnih resursa

### ELEMENTI DIFERENCIRANJA

- Palić ima veoma dobar prometni položaj i dostupnost;
- Postojeći rekonstruirani i kapaciteti planirani ovim Master planom jamče solidni fizički kapacitet za razvitak ovog proizvoda;
- Blizina smještajnih kapaciteta u Subotici i dominantni udjel ovog proizvoda u performansama šireg područja Palića ukazuju na jaku osnovu za budući uspjeh MICE proizvoda na Paliću.

## ODMORI

### OPIS PROIZVODA



Promjene u navikama i potrebama turista, kao i izmijenjeni globalni uvjeti poslovanja, utjecali su na to da se turistički centri na jezerima razvijaju na način da prostor adekvatno tematizira i razviju sadržaje koji će osiguravati dolazak turista u kontinuitetu, tijekom cijele godine. Programi se sastoje uglavnom od različitih odmorišno-rekreativnih aktivnosti, u ovisnosti o godišnjem dobu. Proizvod se može definirati kao odmor s ciljem uživanja i stjecanja novih iskustava.

Pretpostavlja se da godišnje više od 90 milijuna Europljana kreće na ljetni odmor. Opseg prihoda se kreće oko 75 milijardi € s prosječnom potrošnjom po putovanju od 900 €.

Karakteristika ovog proizvoda je vrlo spor rast tržišta, a pod utjecajem ulaska novih ponuđača i all inclusive koncepata, zabilježen je i blagi pad prosječne potrošnje po putovanju.

Kratki odmori traju između jednog i četiri dana, samo ponekad nešto dulje, predstavljaju drugi, treći ili četvrti odmor u godini. Glavni motivi odlaska na kratke odmore su: isključenje iz svakodnevnice, posjet događajima, posjet kulturnim manifestacijama, poslovni put povezan s kratkim odmorom, šoping i sl. Kratki odmori nisu sezonalnog karaktera i veliku ulogu u odabiru destinacije igra cijena.

### OBLICI PROIZVODA

- *Odmori* – tjedan i više dana;
- *Kratki odmori* – do tjedan dana, najčešće od 1 do 4 dana.

### SADRŽAJI I USLUGE – KLJUČNI FAKTORI USPJEHA

- Laka dostupnost destinaciji, dobra lokalna prometna povezanost
- Raspoloživi smještajni kapaciteti
- Kategorizirani objekti privatnog smještaja, visoka kvaliteta usluge
- Raspoloživi programi i sadržaji u smještajnim objektima
- Adekvatne sportske i rekreacijske aktivnosti
- Uređena obala i pristup vodi
- Dodatni sadržaji u prirodi u interakciji s vodom
- Aktivnosti u zatvorenom prostoru tijekom zimske sezone

### ELEMENTI DIFERENCIRANJA

- Povoljni klimatski uvjeti osiguravaju Paliću mogućnost za razvitak cjelogodišnje ponude;
- Odmor uz jezero predstavlja dobru alternativu odmoru na moru, osobito u uvjetima razvitka predloženih dodatnih sadržaja i u kombinaciji s drugim turističkim proizvodima;
- Kvalitetni integralni programi aktivnog odmora utječu na elemente diferenciranja.

## SPORTSKI TURIZAM

### OPIS PROIZVODA



Sportski turizam je oblik putovanja uvjetovan prije svega motivima bavljenja određenim sportskim aktivnostima, individualno ili timski, amaterski ili profesionalno. Dodatno, osim bavljenja sportom, u ovu kategoriju ulaze i aktivnosti prisutnosti, učenja i promatranja. Sportski turizam obuhvaća sljedeće oblike: aktivno sudjelovanje, pasivno sudjelovanje i promatranje, organizirano sudjelovanje, neorganizirano sudjelovanje, poslovne aktivnosti u svezi sporta, dakle, široku lepezu putovanja motiviranih sportom.

U sportski turizam se svrstava i organiziranje sportskih kampova, za kategoriju sportaša mlađe dobi, koji putuju grupno i organizirano, s iznimkom individualnih sportaša. Također, u ovu skupinu se svrstava i organiziranje sportskih kampova, prije svega za kategorije sportaša mlađe dobi. Ova kategorija turista u najvećem broju slučajeva putuju grupno i organizirano, s iznimkom individualnih sportova.

Tražnja za ponudom sportskog turizma je osobito povećana u ljetnim i zimskim mjesecima. Velika sponzorska sredstva se troše na sportske događaje, sportske udruge i timove. Značajno je i oglašavanje, promocija i aktivnosti u svezi sa sportskim događajima i natjecanjima.

Posebno mjesto na Paliću zauzimaju sportovi na vodi – jedrenje, veslanje i u budućnosti skijanje na vodi.

Imajući u vidu primarnu orijentaciju Palića kao mjesta na kojem se isporučuju zdravlje i sreća, sa porastom diskrecijskog dohotka za slobodne aktivnosti, povećavaju se i prilike za privlačenje amaterskih sportaša i koncipiranje programa za ovaj tržišni segment.

### OBLICI PROIZVODA

- **Aktivni sportski turizam** – aktivno i profesionalno bavljenje sportom;
- **Aktivnosti na vodi** – jedrenje, veslanje i skijanje na vodi;
- **Sportski događaji** – natjecatelji, drugi sudionici, promatrači;
- **Blagi (soft) proizvod** – sport kao dio redovitog turističkog putovanja;

### SADRŽAJI I USLUGE – KLJUČNI FAKTORI USPJEHA

- Odgovarajući broj i kapacitet otvorenih i zatvorenih terena za različite grupe sportova;
- Dodatni sadržaji – teretane, staze
- Odgovarajući smještajni kapacitet – sportski hoteli i apartmani uz korištenje kapaciteta omladinskih i studentskih odmarališta (Omladinsko naselje na Paliću);
- Posebno prilagođena prehrana
- Raspoloživost dodatnih usluga kao što su pranje i peglanje
- Adekvatni zabavni sadržaji

### ELEMENTI DIFERENCIRANJA

- Sportske aktivnosti su oduvijek bile integralni dio ponude na Paliću;
- Tradicija organiziranja sportskih događaja je počela prije 135 godina, organiziranjem Palićkih sportskih igara – „Palićke olimpijade“;
- Palić ima šansu razviti sportski turistički proizvod, kako zbog postojećih kapaciteta, sportskih terena, tako i zbog sadržaja planiranih ovim Master planom, kao i kapaciteta u izgradnji (Omladinsko naselje);
- Palić je dostupan glavnim urbanim centrima, posjeduje svu potrebnu medicinsku i stručnu potporu za bolju pripremu sportaša;
- U perspektivi, jednostavno će se prilagoditi zahtjevima u pogledu smještaja i prehrane.

### GOLF

### OPIS PROIZVODA





Golf kao turistički proizvod i generator tražnje postaje sastavni dio dodane vrijednosti značajnog broja destinacija, pri čemu kod tržišne niše pasioniranih golfera, golf je i ključan razlog dolaska. Riječ je o kompleksnom proizvodu, koji prihoduje na temelju same igre, ali i od rada dodatnih sadržaja (prodavaonica, kluba) i organiziranja turnira, kao i od integriranja različitih smještajnih sadržaja.

Kvaliteta terena i dodatnih sadržaja opredjeljuje i ukupnu kvalitetu ovog turističkog proizvoda. Golf je proizvod koji omogućava pozicioniranje destinacije, ali i proizvod koji smanjuje negativan sezonski utjecaj na poslovanje.

Golf je kompatibilan s razvitkom turizma obiteljskih odmora, ali i kongresnim turizmom zbog konteksta umrežavanja i neformalnog druženja. Golf kao proizvod je namijenjen i lokalnom tržištu, ali je najčešće orijentiran na inozemne goste.

U prosjeku, golf turista je muškarac, u dobi od 40 do 64 godine. On putuje češće, ostaje dulje u destinaciji i troši više novca od gostiju iz odmorišnog segmenta. Golf turista u bližim destinacijama ostaje 3-4 dana a u prekomorskim i do dva tjedna. Postoji nekoliko kategorija turista: prva se odnosi na ljude kojima je osnovni razlog putovanja golf. Kod njih je golf način i stil života i ne promatra se kao turistička aktivnost. U najvećem broju slučajeva oni kupuju gotove golf aranžmane.

Druga kategorija turista, golf vidi kao dodatnu vrijednost boravka u destinaciji i kao aktivnost koja upotpunjuje boravak, ili kongresnu aktivnost. Ovdje je naglasak na akademijama golfa, rad sa trenerima, insentiv elementima.

Treću kategoriju čine turisti koji su došli kao promatrači i navijači na golf turnir. Ova kategorija je prisutna u najprestižnijim destinacijama, i i nove destinacije ne mogu računati na ove ciljne grupe.

Specijalizirani touroperateri, kao i Međunarodna udruga golf touroperatera prodaju 80% aranžmana ovoj ciljnoj skupini. Aranžman od 7 dana ima cijenu u rasponu od 1200-1700 eura.

#### OBLICI PROIZVODA

- Najčešće organiziran u obliku aranžmana koji obuhvaća sljedeće usluge: avio prijevoz sa transferom zračna luka – hotel – zračna luka, noćenje (s odabranom razinom usluge hrane i pića), korištenje glavnog terena za igru (green fee), prilagođen termin početka korištenja terena (tee time), pristup pomoćnim sadržajima (driving range, putting green), besplatni satovi golfa (za turiste koji nemaju iskustva). Paket od 7 dana po pravilu sadrži 7 noćenja, 5 dana pristupa terenu i ostale odabrane usluge.

#### SADRŽAJI I USLUGE – KLJUČNI FAKTORI USPJEHA

- Teren jedinstvenog rješenja, ali kompatibilan s neposrednim okruženjem – u slučaju Palića, planiran je razvitak golf terena sa 18 rupa, par 72, 2 seta tee box-ova (žene i muškarci)
- Jednostavna prometna dostupnost – prednost Palića
- Dodatni golf sadržaji – vježbalište (driving range, putting green, chipping green i bunker)
- Klupska kuća – na dvije razine, s terasama i okolicom. Predviđene svlačionice, ostave i trgovina opreme za golf.
- Kvalitetni smještaj
- Prijatni klimatski uvjeti
- Integracija s destinacijom kroz dodatne aktivnosti i sadržaje
- Vrhunska razina usluge

#### ELEMENTI DIFERENCIRANJA

- Pored dva terena na Adi Ciganliji u Beogradu i u Žablju (po devet rupa), Palić ima šansu da razvije prvi profesionalni golf teren;
- Moguće je umrežavanje s terenima u susjedstvu – Slovenija, Rumunjska i Mađarska u cilju kreiranja jedinstvenih paketa;
- Opredijeljenost Palića ka održivom razvitku destinacije i zaštiti prirodnog područja upućuje na potrebu eko certificiranja golf terena;
- Usmjerenje ka mladima putem održavanja golf edukacija, programa treninga i turnira je faktor diferenciranja

#### DOGAĐAJI I KULTURA

##### OPIS PROIZVODA



Događaji su kontinuirane aktivnosti koje se uglavnom događaju jednom godišnje, a koje promiču turizam određene destinacije putem autonomne privlačne snage samog događaja, ali i potiču goste na izravno sudjelovanje i aktivnu uključenost. Da bi postali dio turističke ponude neke destinacije, događaji, po pravilu, moraju privlačiti sudionike i / ili promatrače koji nisu dio lokalne zajednice. Događaji imaju neobično jak utjecaj na kreiranje imidža o nekoj destinaciji. Sve razvijene turističke destinacije intenzivno rade na kreiranju cjelogodišnjeg kalendara različitih događaja kako bi svoju ponudu učinile što atraktivnijom i u svim ostalim mjesecima u godini odlazak na događaj za turiste predstavlja obično treće ili četvrto putovanje u godini i traje od jednog do tri dana.

Ključni element ovog proizvoda su festivali i svečanosti, koje i danas imaju važnu ulogu u predstavljanju turističke destinacije Palić turističkom tržištu i u kreiranju imidža destinacije.

Turistički proizvod događaja i kulture predstavlja heterogeni sklop koji uključuje nasljeđe (posjete kulturno-povijesnim spomenicima i atrakcijama), a gosti su uglavnom motivirani potragom za dalekom prošlošću koju često romantiziraju. U ovo područje spadaju i putovanja motivirana suvremenim događajima kreativne industrije. Za destinaciju Palić postoji međusobna uvjetovanost i potreba zajedničkog razvitka sa Suboticom. Ovaj turistički proizvod obuhvaća i putovanja motivirana prisustvom na događajima-festivalima, koncertima, izložbama, ceremonijama i sl.

OBLICI PROIZVODA
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Festivali, karnevali, vjerske proslave, parade, komemoracije</i></li> <li>▪ <i>Koncerti, javne izložbe, ceremonije</i></li> <li>▪ <i>Sportska natjecanja</i></li> <li>▪ <i>Godišnjice, proslave, i sl.</i></li> <li>▪ <i>Posjeti muzejima, izložbama, kazalištima</i></li> <li>▪ <i>Interpretacija kulturno-povijesnog nasljeđa / obilasci kulturno povijesnih atrakcija</i></li> </ul>
SADRŽAJI I USLUGE – KLJUČNI FAKTORI USPJEHA
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dobar pristup i mobilnost</li> <li>▪ Informativna dokumentacija, brošure, vodiči</li> <li>▪ Raznolika komplementarna ponuda</li> <li>▪ Sustav turističke signalizacije i označavanja</li> <li>▪ Raspoloživost seta različitih aktivnosti u sklopu događaja</li> <li>▪ Mogućnost kupovine lokalnih suvenirna i proizvoda</li> <li>▪ Osigurani prostori za parkiranje</li> <li>▪ Kvalitetni smještaj u blizini mjesta održavanja događaja (hoteli, hosteli, privatni smještaj, kampovi)</li> <li>▪ Mogućnosti za kupnju</li> <li>▪ Restorani, barovi</li> <li>▪ Raznovrsna gastronomska ponuda s lokalnim specijalitetima</li> <li>▪ Uređeni prilazi i interpretacija najznačajnijih atrakcija</li> </ul>
ELEMENTI DIFERENCIRANJA
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Obilasci ključnih kulturno–povijesnih atrakcija na Paliću i njihova interpretacija;</li> <li>▪ Korištenje prostora za realiziranje događaja;</li> <li>▪ Kreiranje velikih događaja – Međunarodni filmski festival, sportski događaji – Univerzijada 2017., oživljavanje „Paličke olimpijade“;</li> <li>▪ Programi „putovanja kroz vrijeme“ u cilju da se dočara autentičnost arhitekture na Paliću</li> </ul>

Za potrebe razvitka turizma u Brončanom krugu, imajući u vidu temeljno usmjerenje destinacije ka aktivnom i zdravom životu, sukladno prirodi, kao i već postojeće kapacitete vinarija i salaša, preporučamo razvitak i promociju dodatna dva turistička proizvoda:

REKREACIJA U PRIRODI	
OPIS PROIZVODA	
	
<p>Polazeći od bitne orijentacije Palića, kao destinacije u kojoj se preferira i promiče zdravlje i sreća, uzimajući u obzir činjenicu da se radi o zaštićenom prirodnom području, smatramo da bi bilo iznimno dragocjeno koncipirati širok varijetet programa rekreacije u prirodi, koji bi se mogao ponuditi turistima sa ili bez stručnog nadzora i vođenja. Boravkom u prirodi, na otvorenom, udisanjem čistog zraka i aktivnostima koje pružaju zadovoljstvo, najbolje se ostvaruje vizija razvitka-osjećanje sreće kod posjetitelja.</p> <p>Rekreacija u prirodi sastoji se od nekoliko segmenata koji su identificirani na temelju postojeće resursno-atraktivne osnove. Prema tomu, ovdje će se razvijati i dodatno profesionalno oblikovati oni segmenti koji se danas u manjoj mjeri komercijaliziraju, a uz razvitak prioritarnih projekata kako se predlaže u ovom Planu, turistički proizvod rekreacije u prirodi uključuje: aktivnosti na jezeru, pješčenje, jahanje, biciklizam, lov, ribolov, kajaking, kanuing, jedrenje, veslanje, skijanje na vodi, adrenalinski park, kao i posjete Zoološkom vrtu Palić. Osim rekreacija u prirodi razvija se i rekreacija u zatvorenom prostoru (tenis, košarka, rukomet, odbojka, nogomet) i mnoge druge aktivnosti.</p>	
OBLICI PROIZVODA	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Posjet Zoo Palić</i></li> <li>▪ <i>Pješčenje, biciklizam, šetnja, jahanje, itd.</i></li> <li>▪ <i>Aktivnosti na jezeru i uz jezero (jedrenje, veslanje, skijanje na vodi, canoing, ribolov<sup>7</sup>, pješčenje, biciklizam, itd.)</i></li> <li>▪ <i>Golf</i></li> <li>▪ <i>Adrenalinski park</i></li> <li>▪ <i>Obiteljski izleti</i></li> <li>▪ <i>Organizirani i individualni izleti</i></li> <li>▪ <i>Team building aktivnosti u prirodi</i></li> <li>▪ <i>Treninzi i natjecanja</i></li> <li>▪ <i>Dječji izleti i radionice</i></li> </ul>	
SADRŽAJI I USLUGE – KLJUČNI FAKTORI USPJEHA	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sadržaji i oprema za sportske / rekreativne aktivnosti</li> <li>▪ Mogućnost najma / kupovine opreme potrebne za sportske aktivnosti</li> <li>▪ Unutarnji i vanjski sportsko-rekreativni sadržaji i oprema</li> <li>▪ Medicinska i spasilačka potpora</li> <li>▪ Škole, tečajevi, natjecanja, manifestacije</li> <li>▪ Animacija, programi, koncerti s temom</li> <li>▪ Ugostiteljski sadržaji</li> <li>▪ Odgovarajuća gastronomska ponuda zdrave hrane</li> <li>▪ Turistička infrastruktura / atrakcije povezane sa sportsko-rekreativnim aktivnostima</li> </ul>	
ELEMENTI DIFERENCIRANJA	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Palićki zoološki vrt je ujedno i botanički vrt u kojem se može aktivnom šetnjom vidjeti preko 60 vrsta životinja i preko 260 vrsta drveća i žbunja.</li> </ul>	

<sup>7</sup> Na području Parka prirode „Palić“, ribolov je ograničen na planske aktivnosti s ciljem održavanja povoljnog stanja ekosustava jezera i na rekreativni ribolov s obale.

- Mogućnost sudjelovanja skupina različitih sposobnosti i mogućnosti (mladi, profesionalci, početnici, djeca, i slično);
- Tematizacija Palića kroz iskustvene zone i cjeline
- Mogućnost širenja i korištenja šireg prostora u Brončanom krugu, uključujući i jezero Ludaš.

## VINO I GASTRONOMIJA

### OPIS PROIZVODA



Palić je već dugo prepoznat kao destinacija s koje dolaze specifična vina – vina s pijeska. Potencijal za razvitak i iskorištavanje vinskog turizma u širem okruženju Palića je razmjerno veliki, posebno ako se ima u vidu da je ovaj segment, u kombinaciji s autentičnom gastronomijom područja, jedan od rastućih na globalnom tržištu.

Tema i doživljaj ovog proizvoda se razvija oko kulture gajenja grožđa i proizvodnje vina, a bit je da turist nauči više o vinima, kulturi, tradiciji, da degustira vina, kao i da sudjeluje u samoj berbi grožđa. Vino je odličan resurs za umrežavanje elemenata poput tradicije i kulture. Da bi destinacija bila prepoznata po ovom proizvodu neophodno je kreirati mrežu proizvođača vina, koja trebaju imati zajedničku viziju na unaprjeđenju cesta vina. Radi ostvarenja zajedničke vizije, treba nastaviti procese standardizacije, označavanja autohtonog geografskog porijekla i marketinga.

Osobito je važna integracija lokalnih vina i gastronomije – u Vojvodini, pa tako i na području Palića na tradicionalan način se proizvode kvalitetna vina.

Gastronomija je turistički proizvod, koga karakterizira bogatstvo kulinarskih vještina i međusobnih utjecaja lokalnih kuhinja/ mađarske, srpske, bunjevačke, njemačke i kuhinja iz šire regije. Gastronomska ponuda objedinjava specijalitete mikroregije i dobra je osnova za kreiranje posebne tržišne marke.

### OBLICI PROIZVODA

- *Vinske ceste, vinski podrumi i kuće degustiranja vina*
- *Salaši*
- *Dani posvećeni određenoj vrsti jela, pića, voću, povrću*

### SADRŽAJI I USLUGE – KLJUČNI FAKTORI USPJEHA

- Prostor za prihvat skupina
- Posebno oblikovani itinerari i rute s temom gastronomije u širem području Palića / Sjeverne Bačke
- Aktivnosti / tečajevi povezani s procesom pripreme hrane
- Certifikati geografskog porijekla (oznake)
- Sustav sigurnosti
- Mogućnost kupovine tipičnih proizvoda izravno od proizvođača
- Mogućnost uzimanja pripremljenih specijaliteta
- Kvalitetno dizajnirane trgovine
- Tematski muzeji, izložbe, manifestacije, i slično
- Sustav označavanja i turističke signalizacije

- Mogućnost naručivanja i dostave proizvoda telefonom, internetom
- Mogućnost plaćanja kreditnim karticama

#### ELEMENTI DIFERENCIRANJA

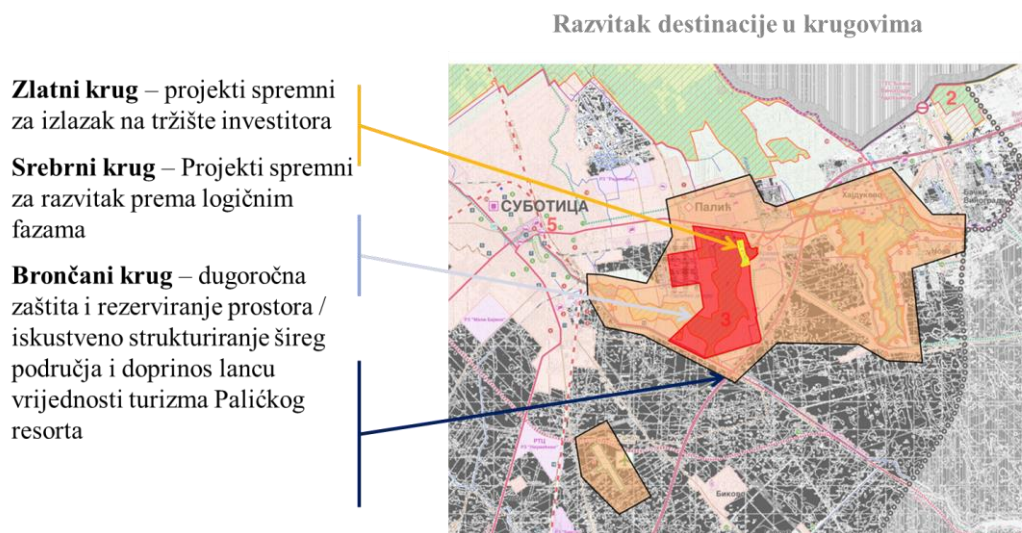
- Vinska cesta Palića
- Kuće degustiranja – vinski podrumi; Vinski dvor, Vinarija Zvonko Bogdan, Podrum Palić, itd.
- Gastro ponuda na salašima
- Gastro ponuda u čardama
- Katalog / brošura najboljih gastronomskih specijaliteta destinacije
- Manifestacije i događaji povezani s lokalnim tradicijama



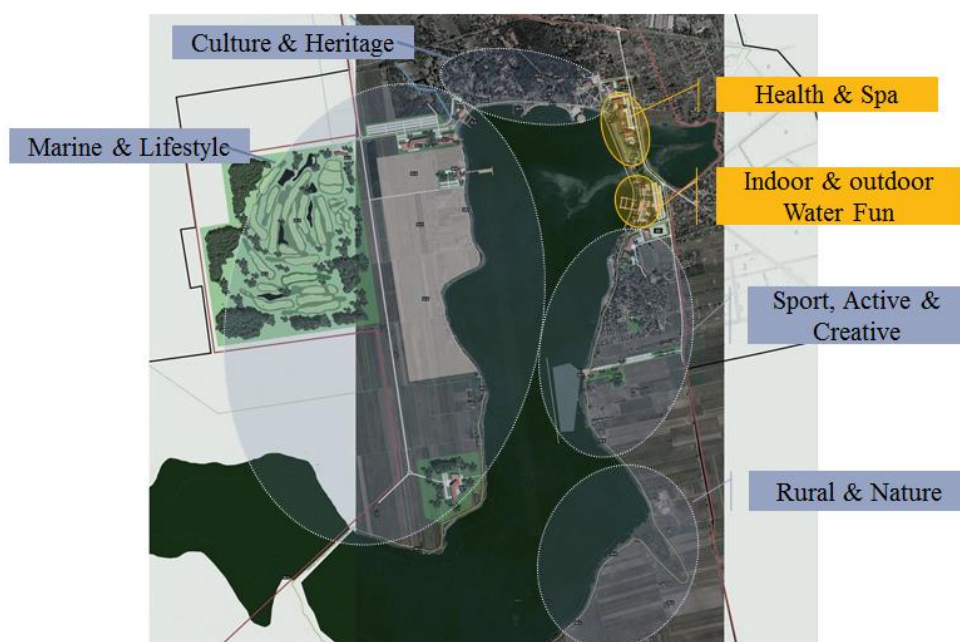
**POGLAVLJE 5**  
**Fizički master plan –**  
**namjena površina**

## 5 FIZIČKI MASTER PLAN

### 5.1 OBUHVAT

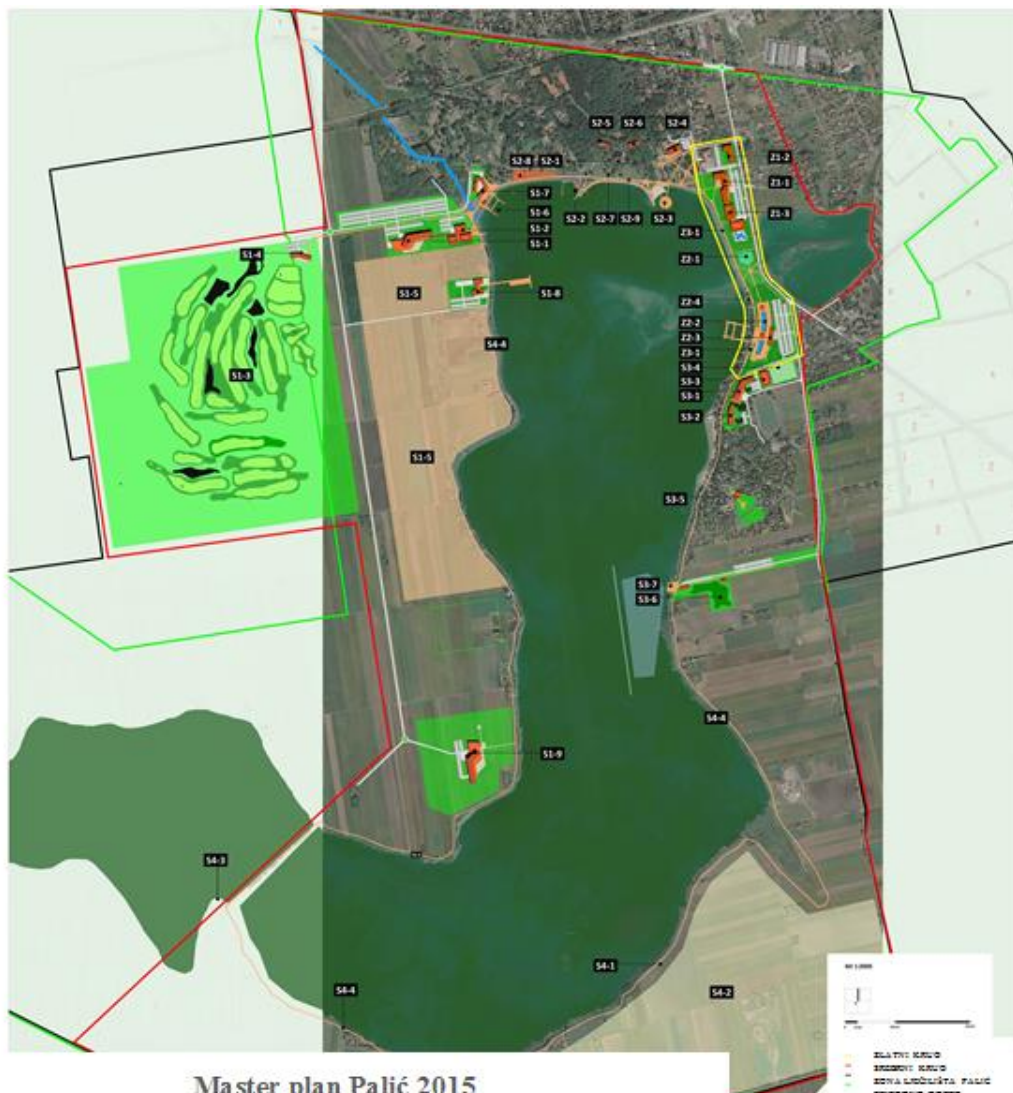


### 5.2 FIZIČKI MASTER PLAN – ZLATNI I SREBRNI KRUG – ISKUSTVENE ZONE





## 5.3 PREGLED SADRŽAJA U ZLATNOM I SREBRNOM KRUGU – INDIKATIVNA KARTA NAMJENE POVRŠINA



Master plan Palić 2015

### Plan namjene površina

Z1-1 Palić Spa Resort – hotel  
 Z1-2 Palić Spa Resort – apartmani  
 Z1-3 Palić Spa Resort – Medical Spa centre  
 Z2-1 Zeleni zabavni park  
 Z2-2 Kompleks bazena  
 Z2-3 Kabine, svlačionica, paviljoni  
 Z2-4 Trgovine, hrana i pića  
 Z3-1 Lido  
 S1-1 Palić MICE & Spa hotel  
 S1-2 Kongresni centar Palić  
 S1-3 Golf teren sa 18 rupa  
 S1-4 Palić Golf klub

S1-5 Palić obiteljski boutique, hoteli i vile  
 S1-6 Marina  
 S1-7 Jedriličarski klub & Tourist Point  
 S1-8 Veslački klub  
 S1-9 Medical centre  
 S2-1 Velika terasa  
 S2-2 ženski strand  
 S2-3 Koncertna terasa na jezeru  
 S2-4 Palić hotel Mala gostiona  
 S2-5 Palić jezero apart depadansa  
 S2-6 Palić Park apart depadansa  
 S2-7 Esplanada

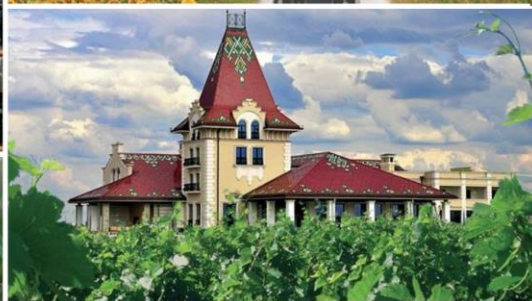
S2-8 Shopping arkada  
 S2-9 Promenada  
 S3-1 Palić Sport hotel  
 S3-2 Sport apartmani  
 S3-3 Sportska dvorana  
 S3-4 Teniski tereni  
 S3-5 Retail centar u vikend naselju  
 S3-6 Adrenalinski park  
 S3-7 Centar za skijanje na vodi  
 S4-1 Čarda  
 S4-2 Prostor za salaše  
 S4-3 Promatračnice za bird watching  
 S4-4 Lungo Lago – Biciklistička /pješačka staza

*Napomena: Indikativnom kartom namjene površina su dane indikativne pozicije - makrolokacije i gabariti planiranih sadržaja u kontekstu potrebe razvika turizma na predmetnom području, a ne*

*njihove točne lokacije. U tom smislu, za razvitak turizma je od značaja da navedeni sadržaji ostanu u okviru odgovarajuće zone, poštujući naznačene makrolokacije.*

*Precizne lokacije i primijenjena planska i građevinska rješenja je neophodno razraditi u postupku prostornog planiranja, kao i izrade projektne i tehničke dokumentacije sukladno pozitivnim propisima i važećim drugim pravilima u trenutku otpočinjanja razvitka pojedinačnih projekata.*

*Uvjeti koje izdaju nadležne institucije su conditio sine qua non za uspješnu realizaciju projekata. Eventualni konflikti / neusuglašenosti (npr. u dijelovima u kojim grafički prilog nije usuglašen s režimima zaštite) se mogu rješavati drukčijim prostornim rasporedom elemenata unutar bloka, ili manjim pomicanjima pojedinačnih sadržaja.*



## POGLAVLJE 6

### Ključni investicijski i razvojni projekti

## 6 KLJUČNI INVESTICIJSKI I RAZVOJNI PROJEKTI

### 6.1 UVOD

---

Koncipiranje razvitka svake destinacije, osobito onih koje se nalaze u zaštićenim prirodnim/pejzažnim područjima s dominantnim atraktorom (kakav je Paličko jezero), karakteriziraju bogati ekosustavi. Izravni utjecaj razvitka turizma se ogleda u degradiranju takvih ekosustava, ukoliko razvitak nije koncipiran na održivim osnovama.

Ključno opredjeljenje obrađivača plana, Horwath HTL-a, kao i Radne skupine za izradu Master plana koju je oformio kabinet gradonačelnika Subotice, bilo je da se predloženim mjerama maksimalno zaštite točke od interesa za zaštitu postojećeg ekosustava jezera, te da se inteligentnim dizajnom omogući dugoročni i stabilni izvor prihoda za zaštitu i unaprjeđenje šireg prostora Palića.

Takav pristup je u potpunosti ispoštovan u postupku usuglašavanja vizije i tržišnog pozicioniranja, kao i prijedloga proizvoda. Planiranje i strateški razvitak svake destinacije pretpostavljaju i ključne aktivnosti, odnosno projekte koje postavljenu strategiju realiziraju.

U kontekstu ovog Plana, a na temelju intervjua sa najvažnijim čimbenicima, rezultata s radionice, obilaska terena, kao i našeg stručnog mišljenja, ključni projekti koji će graditi konkurentsku poziciju Palića kao destinacije na turističkom tržištu uključuju ključne investicijske projekte privatnog i javnog sektora (koji su predmet fizičkog Master plana u okviru ovog projekta), kao i one projekte koji privatnim i/ili javnim inicijativama podupiru razvitak kompletnog turističkog lanca vrijednosti šireg područja Palića (Brončani krug), a mogu poslužiti kao solidna osnova za razvitak malih i srednjih poduzetničkih inicijativa.

Tijekom procesa izrade Master plana Palić 2015. revidirani su projekti koji su prethodno predloženi i razvijani, a uzimajući u obzir to da su pojedine inicijative već u tijeku, one nisu predmet naše daljnje razrade. Međutim, u prijedlozima razvojnih projekata na ovom području, a koji su detaljno obrađeni u sljedećoj točki ovoga poglavlja, izvršeno je usklađivanje postojećih inicijativa s novim prijedlozima projekata.

Ovakav pristup u potpunosti omogućava koncept formiranja zaokruženih iskustvenih zona / malih univerzuma za sebe, kojima će se osigurati kvalitetni sadržaj i isporuka iskustva svim zainteresiranim kategorijama gostiju za koje se ponuda na Paliću priprema.

Poštujući zahtjeve Projektnog zadatka na temelju kojeg je izrađen ovaj Master plan, fizički master plan je izrađen za potrebe identifikacije i pozicioniranja projekata u Zlatnom i Srebrnom krugu.

Razvojni projekti koji se daju opisno, se primjenjuju u kompletnom obuhvatu plana, ali je njihovo usmjerenje ka razvitku dodatnih sadržaja i pretvaranju komparativnih u konkurentске prednosti Palića kao destinacije. Dakle, ovi projekti se mogu shvatiti kao svojevrsni programi konkurentnosti, pa je, u tom smislu, neophodno pokloniti podjednaku pozornost i njihovoj realizaciji, jer su oni put do bržeg dostizanja željene tržišne pozicije, a i donose značajne koristi u pogledu razvitka malih i srednjih poduzetničkih inicijativa.

## 6.2 PROJEKTI ZLATNOG KRUGA

Zlatni krug je podijeljen prema iskustvenim zonama, u okviru kojih su formirani ključni projekti.

<b>Zona ZLATNI KRUG1 (health &amp; spa)</b>		
Z1	1	Palić Spa Resort - hotel
Z1	2	Palić Spa Resort - apartmani
Z1	3	Palić Spa Resort - Medical Spa Centre
<b>Zona ZLATNI KRUG2 (indoor &amp; outdoor water fun)</b>		
Z2	1	Zeleni zabavni park
Z2	2	Kompleks bazena
Z2	3	Kabine, svlačionice, paviljoni
Z2	4	Trgovine, hrana i piće
<b>Zona ZLATNI KRUG3 (promenada)</b>		
Z3	1	Lido

U nastavku dajemo pregled projekata Zlatnog kruga, sukladno njihovim oznakama danim u prethodnim tablicama prema korespondirajućim zonama.

### 6.2.1 Zona Zlatni krug 1 – health & spa:

#### 6.2.1.1 Palić Spa Resort – hotel, apartmani i medical spa centar (Z1-1, Z1-2 i Z1-3)

Pozicionira se kao cjelogodišnji Spa resort koji klijentima pruža cjelokupni spektar sadržaja i usluga za rekreaciju, opuštanje i oslobađanje od stresa, unaprjeđenje zdravlja i razvitak zdravih životnih navika.

Palić Spa resort obuhvaća sljedeće sadržaje:

- hotel na razini četiri internacionalne zvjezdice;
- potpuno opremljen *spa & wellness* centar za dobro zdravlje i lječilišni sadržaji sa širokim spektrom terapija i tretmana;
- punktove hrane i pića s naglaskom na zdravu prehranu;
- multifunkcionalne dvorane;
- prateće sadržaje.

#### **Palić Spa resort - program sadržaja**

##### **Smještajni kapacitet**

Struktura smještajnih jedinica je sljedeća:

- 150 soba u hotelu od čega 100 standard dvokrevetnih soba (prosječne neto površine od 28 m<sup>2</sup>), 40 dvokrevetnih superior soba (prosječne neto površine od 32 m<sup>2</sup>), 8 junior apartmana (prosječne neto površine od 40 m<sup>2</sup>) i 2 senior hotelska apartmana (prosječne površine od 45 m<sup>2</sup>);
- 50 kondo apartmana (prosječne neto površine od 50 m<sup>2</sup>) na prodaju po *sell-and-lease back* modelu;

Ukupna bruto razvijena površina smještajnog dijela iznosi 6.681,50 m<sup>2</sup> u hotelu i 3.255 m<sup>2</sup> u apartmanima.

## Objekti hrane i pića

Punktovi hrane i pića obuhvaćaju 5 objekata hrane i pića u hotelu i spa & wellness centru, uključujući:

- 4 objekta hrane i pića u hotelu sa oko 400 mjesta, uključujući glavni restoran (218 mjesta), *A la carte* restoran (94 mjesta), *Green line* restoran (60 mjesta) i *lobby bar* (47 mjesta);
- *Poolside* „pokretni“ bar uz bazene (za uslugu pića i užinu);

Ukupna bruto razvijena površina objekata hrane i pića (u hotelu) iznosi 1.069,78 m<sup>2</sup>.

## Spa & wellness centar sa medical spa sadržajima:

Spa i wellness centar planiran je kao centar „opuštanja, harmonije i zdravlja“ opremljen prema najsuвременijim svjetskim standardima, a obuhvaća:

- Svijet sauna i vodeni svijet za rekreaciju i opuštanje;
- Široki spektar terapija i tretmana;
- *Medical spa* – terapije i tretmani liječenja;
- *Beauty corner* – tretmani lica i tijela za uljepšavanje;
- Suvremeno opremljen fitness centar s raznovrsnim programima fizičke aktivnosti;
- Ostale prateće sadržaje;

Spa & wellness centar prostire se na unutarnjih 6.213 m<sup>2</sup> bruto razvijene građevinske površine i vanjskih 2.490 m<sup>2</sup>.

### PALIĆ SPA RESORT

#### SPA I WELLNESS CENTAR

<b>Svijet sauna:</b>	<b>Vodeni svijet</b>	<b>Tretmani:</b>
- fínska sauna	- unutarnji bazeni	- hidrotterapije
- parna (bio) sauna	- podvodni hidromasažeri	- masaže
- infra-crvena sauna	- jacuzzi/whirlpool	- shiatsu
- parno kupatilo (hamam)	- vodene kaskade	- limfna drenaža
- tepidarij	- vanjski bazen	- refleksologija
- ledeni bazen	- masažerski tuševi	- akupresura/akupunktura
- slana soba	- dječji bazeni	- aromaterapija
- prostor za relaksaciju		- fitoterapija
		- tretmani blatom

<b>Fitness:</b>	<b>Medical corner (Medicinski kutak):</b>	<b>Beauty corner (Kutak ljepote):</b>
- kardio/aerobik/step programi	- medical check-up	- salon za uljepšavanje
- joga/pilates	- antistres terapije	- frizerski salon
- laka gimnastika	- programi dijeta/zdrave prehrane	- kozmetički tretmani lica i tijela
- stretching	- programi tjelesne aktivnosti	
- teretana	- antidepresivni programi	
- spinning	- zdravstveni edukativni programi	
- vježbe u vodi	- programi za jačanje imuniteta	
	- opći tjelesni oporavak	
	- programi detoksikacije	

### **Funkcionalni prostori**

Funkcionalni prostori u okviru Palić Spa resorta obuhvaćaju:

- Multifunkcionalnu dvoranu površine 250 m<sup>2</sup> (djeljivu u tri manje dvorane) – za sadržaje tipa MICE (kongrese / sastanke / insentiv – po potrebi uzimajući u obzir trenutačno dostupne ograničene kapacitete), prijame i bankete, uključujući i razne seminare / radionice na temu „zdravog života“;
- Igraonicu za djecu (120 m<sup>2</sup>).

Ukupna bruto razvijena površina funkcionalnih prostora iznosi 586,5 m<sup>2</sup>.

### **Vanjski sadržaji za opuštanje i rekreaciju i uređene zelene površine**

- Vanjski bazen za odrasle i djecu (podvodni masažeri, vodene kaskade, dječji bazeni);
- Uređena platforma za sunčanje;
- Uređene zelene površine.

### **Parkiralište**

Uređeni vanjsko parkiralište s 150 parkirališnih mjesta za goste hotela i dodatnih 150 mjesta za vanjske goste spa & wellness centra i ostalih sadržaja u okviru resorta.

### **Specifikacija površina Palić Spa resorta**

Specifikacija površina Palić Spa resorta dana je u tablicama u nastavku:

## PALIĆ SPA RESORT

hotel

Prostor	Broj ključeva	Broj mjesta	Broj kreveta	Neto m <sup>2</sup>	Ukupno neto m <sup>2</sup> unutarnje	Ukupno neto m <sup>2</sup> vanjske	Ukupno BRP (bruto razvijena površina) m <sup>2</sup>
<b>Smještajni blok</b>							
<b>Smještajne jedinice</b>							
dvokrevetne sobe - standard	100		200	28,0	2.800,00	600,00	
dvokrevetne sobe - superior	40		80	32,0	1.280,00	320,00	
hotelski apartmani - junior	8		32	40,0	320,00	64,00	
hotelski apartmani - senior	2		8	45,0	90,00	16,00	
servisni prostori i komunikacije					1.320,00		
<b>ukupno</b>	<b>150</b>		<b>312,00</b>		<b>5.810,00</b>	<b>1.000,00</b>	<b>6.681,50</b>
<b>Javne površine (repcija, lobby i pomoćni prostori)</b>							
összesen					240,00		276,00
<b>Objekti hrane i pića</b>							
glavni restoran		218			393,12	117,94	
restoran 2		94			187,20	131,04	
restoran 3		60			120,00	36,00	
lobby bar		47			74,88	29,95	
komunikacije					155,04		
<b>ukupno</b>		<b>418,80</b>			<b>930,24</b>	<b>314,93</b>	<b>1.069,78</b>
<b>Funkcionalni prostori</b>							
ukupno					510,00		586,50
<b>Administracija (kancelarije, pomoćni prostori)</b>							
ukupno					78,00		89,70
<b>Back of house (BOH)*</b>							
ukupno					1.649,02	150,00	1.896,37
<b>Hotel ukupno</b>					<b>9.217,26</b>	<b>1.464,93</b>	<b>10.599,84</b>
Ukupno m <sup>2</sup> po ključu							70,67
Ukupno m <sup>2</sup> BRP + neto vanjske površine po ključu							80,43
<b>Izdvojene vanjske površine</b>							
prilazna prometnica, ulaz						500,00	
hortikultura						2.000,00	
vanjsko parkiralište		150		25,00		3.750,00	
<b>ukupno</b>						<b>6.250,00</b>	

\*BOH = skladišta barova i opreme, prostori osoblja, garderobe, sanitarije, održavanje, bazenska tehnika – ukupno, tehničke prostorije, dostava/otpad, komunikacije

## PALIĆ SPA RESORT

Apartmani

Prostor	Broj ključeva	Broj kreveta	Neto m <sup>2</sup>	Ukupno neto m <sup>2</sup> unutarnje	Ukupno neto m <sup>2</sup> vanjske	Ukupno BRP (bruto razvijena površina) m <sup>2</sup>
smještajne jedinice	50		50	2.500		2.875
terase smještajnih jedinica	50		8		400	0
komunikacije				250		288
tehničke prostorije				80		92
vanjski prostori/pješačke površine					200	
hortikultura					500	
parkiralište/prilaz	50		25		1.250	
<b>Apartmani ukupno</b>	<b>50</b>	<b>0</b>		<b>2.830</b>	<b>2.350</b>	<b>3.255</b>



**PALICS SPA RESORT**

MEDICAL SPA vodeni centar

Prostor	Broj ključeva	Broj mjesta	Neto m <sup>2</sup>	Ukupno neto m <sup>2</sup> unutarne	Ukupno neto m <sup>2</sup> vanjske	Ukupno BRA m <sup>2</sup> – unutarne
<b>Javne površine (recepcija, lobby i pomoćni prostori)</b>						
ukupno				210,00		241,50
<b>Garderobe sa sanitarijama</b>						
ukupno				288,00		331,20
<b>Beauty corner</b>						
kozmetički tretman lica i tijela	2		15	30,00		
frizerski salon	1		20	20,00		
salon za uljepšavanje	1		20	20,00		
shop	1		5	5,00		
komunikacije				15,00		
ukupno				90,00		103,50
<b>Medical check up</b>						
funkcionalni prostori	8		20	160,00		
komunikacija				32,00		
ukupno				192,00		220,80
<b>Fitness</b>						
funkcionalni prostori joga/ pilates/ teretana	3		50	150,00		
spinning fitness	1		80	80,00		
spremište rekvizita	1		80	80,00		
komunikacije				40,00		
ukupno				70,00		483,00
<b>Svijet sauna</b>						
saune	5		15	75,00		
tursko kupatilo - hamam	2		20	40,00		
slana soba	1		20	20,00		
whirlpool i ledeni bazen	2		20	40,00		
tuševi	6		4	24,00		
relax	2		40	80,00	20,00	
tehnički prostori				30,00		
prostori za osoblje				20,00		
komunikacije				55,80		
ukupno				384,80	20,00	442,52
<b>Tretmani</b>						
funkcionalni prostori	8		20	160,00		
komunikacija				32,00		
ukupno				192,00		220,80
<b>Vodeni svijet</b>						
bazeni i vodene atrakcije				1.200,00	900,00	
prostor oko bazena				800,00	1.200,00	
tuševi				60,00	40,00	
külső medencék vizesblokkjai				50,00		
ukupno				2.110,00	2.140,00	2.426,50
<b>Administracija (uredi, pomoćni prostori)</b>						
ukupno				72,00		82,80
<b>Hrana i piće</b>						
pool bar - unutarne		80		128,00		
pool - bar vanjski		150		20,00	270,00	
komunikacije				29,60		
ukupno				177,60	270,00	204,24
<b>Back of house*</b>						
ukupno				1.266,96	60,00	1.457,00
<b>Ukupno MEDICAL SPA vodeni centar</b>						
				5.403,36	2.490,00	6.213,86
<b>Izdvojene vanjske površine</b>						
pješačke površine					400,00	
hortikultura					2.000,00	
Vanjsko parkiralište i prometnice		150	25,00		3.750,00	
ukupno					6.150,00	

\*BOH = skladišta barova i opreme, prostori osoblja, garderobe, sanitarije, održavanje, bazenska tehnika – ukupno, tehničke prostorije, dostava/otpad, komunikacije

## 6.2.2 Zona Zlatni krug 2 – indoor & outdoor water fun

### 6.2.2.1 Zeleni zabavni park (Z2-1)

#### Zeleni Zabavni park

Prostor	Broj ključeva	Neto m <sup>2</sup>	Ukupno neto m <sup>2</sup> unutarne	Ukupno neto m <sup>2</sup> vanjsko	Ukupno BRA m <sup>2</sup> – unutarne
<b>Vanjske površine</b>					
pješačke površine				400,00	
igrališta				1.000,00	
hortikultura				1.000,00	
ukupno				<b>2.400,00</b>	
<b>Ukupno Zabavni park</b>				<b>2.400,00</b>	

### 6.2.2.2 Water fun centar – kompleks bazena (Z2-2); kabine, svlačionice, paviljoni (Z2-3) i punkтови hrane i pića (Z2-4)

Water fun centar bi trebalo razviti na temelju konkretnog projekta i studije opravdanosti; mogući vodeni sadržaji i atrakcije su sljedeći:

#### Bazeni za djecu – manji i veći uzrast:

- Dječji bazen s prskalicama, malim toboganima i manje vodene atrakcije;
- Bazeni za srednje uzraste s toboganima, kišnim tuševima i vodenim atrakcijama (vodena pećurka, slapovi i sl.);
- Laguna bazen sa umjetnim valovima.

#### Bazeni za odrasle – moguće varijante:

- Bazeni za plivanje – razmotriti mogućnost / isplativost izgradnje olimpijskog bazena;
- Bazeni sa masažnim gezirima, masažnim ležaljka i sl.;
- Bazeni za uzvodno plivanje (protiv strujanja vode).

Water fun centar imat će otvorene prostore i zatvorene prostore. Zatvoreni i otvoreni dio water fun centra dimenzionirati na temelju ukupnog smeštajnog kapaciteta Palića kao i na temelju potencijalnih posjeta građana Subotice i okolice.

#### Zeleni park:

- Zelene zatravljene površine;
- Dječje igralište – sprave za uspinjanje, tobogani, klackalice, itd. s prilagođenom podlogom (tartan);
- Šetnice s klupama;
- Fontana;
- Ostala urbana galanterija i infrastruktura – usklađeno sa lidom i promenadom.

### 6.2.3 Zona Zlatni krug 3 – Lido / promenada

#### Lido / promenada

Prostor	Broj ključeva	Neto m <sup>2</sup>	Ukupno neto m <sup>2</sup> unutarnje	Ukupno neto m <sup>2</sup> vanjsko	Ukupno BRA m <sup>2</sup> – unutarnje
<b>Vanjske površine</b>					
pješačke površine				15.000,00	
hortikultura				10.000,00	
ukupno				<b>25.000,00</b>	
<b>Ukupno Lido / promenada</b>				<b>25.000,00</b>	

## 6.3 PROJEKTI SREBRNOG KRUGA

Srebrni krug je podijeljen prema iskustvenim zonama, u okviru kojih su definirani ključni projekti i njihova realizacija po fazama.

Neki od navedenih projekata su u završnoj fazi realizacije (posebno se odnosi na Zonu Srebrni krug 2 – kultura i nasljeđe), pa nisu predmet obrade ovog Master plana.

<b>Zona SREBRNI KRUG 1 (Marine &amp; Lifestyle)</b>		
S1	1	Palić MICE & Spa hotel
S1	2	Kongresni centar Palić
S1	3	Golf teren s 18 rupa
S1	4	Palić Golf klub
S1	5	Palić obiteljski boutique hoteli i vile
S1	6	Marina
S1	7	Jedriličarski klub sa turističkim info centrom
S1	8	Veslački klub
S1	9	Medical centar
<b>Zona SREBRNI KRUG 2 (Culture &amp; Heritage)</b>		
S2	1	Velika terasa
S2	2	Ženski štrand
S2	3	Koncertna terasa na jezeru
S2	4	Palić Hotel Mala gostiona
S2	5	Palić Jezero apart depadans
S2	6	Palić Park apart depadans
S2	7	Esplanada
S2	8	Šoping arkada
S2	9	Promenada
<b>Zona SREBRNI KRUG 3 (Sport, Active &amp; Creative)</b>		
S3	1	Palić Sport hotel
S3	2	Sport apartmani
S3	3	Sportska dvorana
S3	4	Teniski tereni
S3	5	Retail park i Creative hub u vikend naselju
S3	6	Adrenalinski park
S3	7	Centar za skijanje na vodi
<b>Zona SREBRNI KRUG 4 (Rural &amp; Nature)</b>		
S4	1	Čarda
S4	2	Prostor za salaše
S4	3	Promatračnice za promatranje ptica
S4	4	Lungo Lago - Biciklistička / pješačka staza


U nastavku dajemo pregled ključnih investicijskih projekata, sukladno njihovim oznakama danim u prethodnim tablicama prema korespondirajućim zonama.

### 6.3.1 Zona Srebrni krug 1 (Marine & Lifestyle)


#### 6.3.1.1 Palić MICE & Spa Hotel (S1-1)

Palić MICE & Spa Hotel		
Lokacija		
<b>Pozicija na MP</b>	Sjeverozapadna obala, između jezera i golf terena, južno od lokacije Zoo vrta	<b>S1-1</b>
<b>Opis lokacije</b>	Lokacija se nalazi uz novoformirani ulaz u turistički prostor / Lječilište Palić, što omogućava dobru prometnu dostupnost; sam hotel se nalazi u produžetku centralne povijesne zone Palića	
Opis projekta		
<b>Pozicioniranje</b>	MICE Spa Hotel, s ambicijom da postane jedan od vodećih na lokalnom i regionalnom tržištu	
<b>Kategorija</b>	4 plus internacionalnih zvjezdica (upscale/ upperscale) s brendom	
<b>Ciljna tržišta i segmenti</b>	Poslovno kongresne skupine iz zemlje regije, odmorišni segment – parovi; srednje visoka i viša platežna kategorija gostiju iznad 35 godina	
<b>Ključni faktori uspjeha</b>	Veza s kongresnim centrom, visoko kvalitetni sadržaji, prilagođeni svim vrstama događanja, jasna tržišna orijentacija, lokacija uz jezero, imidž Palića	
		
Smještajni kapaciteti		
Cca 150 smještajnih jedinica, od kojih je oko 20% hotelskih apartmana; smještajne jedinice inventivnim enterijerom prilagođene potrebama različitih ciljnih segmenata; prosječna veličina standardna soba oko 30 m <sup>2</sup>		
Sadržaji hrane i pića		Prostor za sastanke i konferencije
Centralni restoran / blagovaonica; a carte/gourmet restoran s bio linijom; vinoteka; hotelski bar; wellness bar; kapacitet kuhinje je opremljen za banketing servis kongresnog centra.		Hotel je spojen toplim prolazom s odvojenom zgradom kongresnog centra, koji je planiran na način da udovoljava tražnju za događajima različitog tipa i opsega – predstavlja glavni generator tražnje za hotel
Ostali sadržaji		
Hotel će imati poslovni centar, wellness / spa centar na prostoru oko 1.8000–2.000 m <sup>2</sup> s unutarnjim i vanjskim bazenom i svim važnijim sadržajima za opuštanje; različite tretmane relaksacije i usluga za ljepotu (beauty corner). U okviru hotela će biti formirani minimalni trgovački sadržaji: suvenirnica/ novine/ cigare/ cigarete/ cvijeće i sl.; imajući u vidu prelazak na organsku proizvodnju, predvidjeti prostor za prodaju lokalnih proizvoda (med/ vino/ rakije/ i sl.)		
Razvitak i investicija		
<b>Bruto razvijena površina (m<sup>2</sup>)</b>	12.000	Međunarodni građevinski standard za ovakav hotel je oko 80 m <sup>2</sup> po sobi
<b>Procijenjena investicija (EUR)</b>	18.750.000	Međunarodni investicijski standard za ovaj tip hotela je 125.000 eura po sobi
<b>Rang prioriteta i realizacija (godina)</b>	Početak II. b faze (6. – 8. god.)	Izgradnja hotela je optimalna u drugoj investicijskoj fazi, u razdoblju od 4 do 5 godina, nakon realizacije Zlatnog kruga, podizanja kvalitete destinacije i uspješnog tržišnog pozicioniranja.

### 6.3.1.2 Palić kongresni centar (S1-2)

<b>Palić kongresni centar</b>		
<b>Lokacija</b>		
<b>Pozicija na MP</b>	Sjeverozapadna obala, orijentirana prema jezeru	S1-2
<b>Opis lokacije</b>	Lokacija se nalazi uz lokaciju predviđenu za izgradnju Palić MICE & Spa hotela, predstavlja nastavak centralne povijesne zone Palića	
<b>Opis projekta</b>		
<b>Pozicioniranje</b>	Vodeći kongresni centar zemlje i regije	
<b>Kategorija</b>	Visoka razina kvalitete, usklađena s MICE & Spa hotelom	
<b>Ciljna tržišta i segmenti</b>	Korporacije i institucije zemlje i regije: srednja i veća poslovna događanja, izložbe, sajmovi, prezentacije	
<b>Ključni faktori uspjeha</b>	Visoko kvalitetni sadržaji i oprema, fleksibilnost prostora, lokacija s pogledima na jezero, imidž i kongresna tradicija Palića	
		
<b>Funkcionalni prostori</b>		
Ukupni kapacitet centra za poslovna događanja je od 1.000 delegata u theatre seating, glavna dvorana s pogledom na jezero, djeljiva na tri do četiri dijela koja zadovoljava potrebe i poslovnih događanja ali i banketa, sa 3–4 manje dvorane za sastanke (meeting rooms, 60–80 m <sup>2</sup> ), 5–7 soba za manje sastanke (board room), 25–30 m <sup>2</sup> ). Posebna pozornost bit će posvećena odgovarajućem prostoru za izlaganje koji je condition sine qua non za održavanje suvremenih kongresa.		
<b>Ostali sadržaji</b>		
Kongresni centar će imati reprezentativni ulazni dio, kao i ostale prateće prostore i sadržaje (ulaz i recepcija, garderoba, sanitarni prostori, skladišta i tehnički prostori)		
<b>Razvitak i investicija</b>		
<b>Bruto razvijena površina (m<sup>2</sup>)</b>	4.000	Procjena potrebne površine odgovara strukturi i kapacitetu predloženih funkcionalnih prostora i pratećih sadržaja
<b>Procijenjena investicija (EUR)</b>	4.800.000	Procjena investicije određuje se prema važećim uvjetima na tržištu, na temelju investicije po metru kvadratnom (cca. 1200 eur/m <sup>2</sup> )
<b>Rang prioriteta i realizacija (godina)</b>	Početak II. a faze (4. – 6. god.)	Izgradnja kongresnog centra mora biti planirana usporedo s MICE & Spa hotelom, nakon realizacije projekata Zlatnog kruga.

### 6.3.1.3 Palić Golf teren i Palić Golf Club (S1-3 i S1-4)

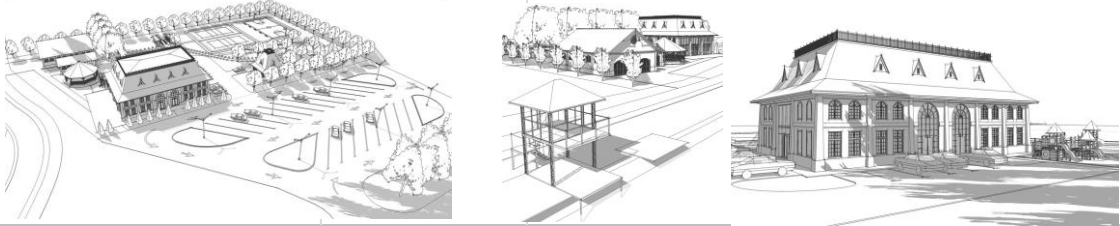
Palić Golf Course i Palić Golf Club		
Lokacija		
<b>Pozicija na MP</b>	Lokacija zapadno od jezera /resorta/ i zapadno od Palić MICE & Spa hotela	S1-3 i S1-4
<b>Opis lokacije</b>	Lokacija se nalazi zapadno od prometnice novog ulaza u prostor Palića, s predviđenom ukupnom površinom za razvitak od cca 75 hektara.	
Opis projekta		
<b>Pozicioniranje</b>	Prvi profesionalni lifestyle championship golf teren u Srbiji	
<b>Kategorija</b>	Links golf course – teren sa 18 rupa, sa školom golfa, vježbalištem i klupskom kućom	
<b>Ciljna tržišta i segmenti</b>	500 registriranih golfera u Beogradu, Novom Sadu, Zrenjaninu i Subotici; predstavnici veleposlanstava, predstavnici inozemnih kompanija, povratnici iz inozemstva, stranci koji traže lifestyle pomak (uz kupnju vila na obali); turisti (višednevni i tranzitni)	
<b>Ključni faktori uspjeha</b>	Adekvatni broj bunara, kvalitetna drenaža, apprentice center / vježbalište za udarce, škola golfa.	
		
Funkcionalni prostori		
Golf teren sa 18 rupa, par 72, 2 seta tree boxova (žene, muškarci) ; prosječna veličina green-a – 250 m <sup>2</sup> (ukupna površina igrališta cca 50 ha); vježbalište (ukupno cca 3,5 ha): driving range – 33.000 m <sup>2</sup> , putting green – 200 m <sup>2</sup> , chipping green i bunker – 1.600 m <sup>2</sup> ; Palić Golf Klub (klupska kuća): 1.5000 m <sup>2</sup> unutra + 500 m <sup>2</sup> uređene vanjske površine		
Ostali sadržaji		
Pored samog golf terena i Palić Golf Club klupske kuće, bit će uređena vježbališta i odgovarajući prostor za školu golfa		
Razvitak i investicija		
<b>Bruto razvijena površina (ha)</b>	75 ha	Definiranim prostorom bi trebali biti obuhvaćeni svi neophodni i dodatni sadržaji koji će se razvijati uz Golf Championship Course, uključujući i Klupsku kuću.
<b>Procijenjena investicija (EUR)</b>	7 mil	Investicija je procijenjena prema standardima za izvođenje ovakvog tipa projekta, prilagođenim lokalnim uvjetima i kontekstu – raspon je uzet kao rezerva zbog eventualnih dodatnih troškova akvizicije zemljišta.
<b>Rang prioriteta i realizacija (godina)</b>	I. b – II. a faza	Razvitak golf terena s klupskom kućom bi trebalo realizirati čim se za to steknu uvjeti, u ovisnosti o dinamici drugih projekata optimalno u I.b fazi, ali i ranije ako se javi zainteresirani developer/ investitor – prethodno riješiti imovinsko–pravne odnose.

### 6.3.1.4 Palić obiteljski boutique hoteli i Palić vile (S1-5)

Palić obiteljski boutique hoteli i vile		
Lokacija		
<b>Pozicija na MP</b>	Uvučeno uz zapadnu obalu jezera, istočno od golf terena i prometnice	<b>S1-5</b>
<b>Opis lokacije</b>	Lokacija se nalazi u pojasu između jezera i golf terena, južno od lokacije Palić MICE & Spa hotela, na atraktivnom zemljištu uglavnom u privatnom vlasništvu.	
Opis projekta		
<b>Pozicioniranje</b>	Atraktivni smještajni kapaciteti, dizajnirani sukladno nasljeđu Palića, u duhu nastavka centralne zone	
<b>Kategorija</b>	Smještaj više kategorije (upscale)	
<b>Ciljna tržišta i segmenti</b>	Individualni gosti, parovi, poslovni gosti, vikend gosti, golferi	
<b>Ključni faktori uspjeha</b>	Stil, posebnost, topline i intimna atmosfera predstavljaju ključne odrednice dizajna ove zone, koja privlači goste koji su u potrazi za posebnim i drugačijim	
		
Smještajni kapaciteti		
Predlaže se razvitak i izgradnja maksimalno 4 obiteljska boutique hotela s ukupno 120 ključeva (140 kreveta) i maksimalno 30 vila visoke razine uređenja sa po 2 do 4 jedinice po vili na česticama od po 1.500–2.000 m <sup>2</sup>		
Sadržaji hrane i pića	Koncept	
<p>Centralni restoran/ dvorana za zajuttrak koja je i a la carte restoran; hotelski bar.</p> <p>Vile su standardno opremljene za samostalno uživanje i samostalno organiziranje boravka u resortu.</p>	<p>Boutique hoteli nisu dizajnirani prema krutim standardima – definiranje i prikaz određene teme su ključne odrednice za uspješni razvitak ovakvih objekata. Svaka prostorija u boutique hotelu se može urediti i dizajnirati na poseban način, što gostima boravak čini jedinstvenim. Vile su interesantan proizvod za segment koji je u potrazi za luksuznim načinom života (uzimajući u obzir blizinu golfa), ali je ključno uspostaviti mehanizam za lease back kapaciteta i zajedničku recepciju, a u cilju maksimalnog iskorištavanja potencijala smještajnih objekata (izbjegavanja „hladnih“ kreveta).</p>	
Ostali sadržaji		
U principu, svaki boutique hotel bi trebao imati hotelski bar i a la carte restoran. Poželjan je i razvitak dodatnih sadržaja – bazena i mini-spa objekata, u ovisnosti o ostatku ponude. Moguć je i razvitak posebnih kompetencija za svaki od objekata. Svaki od hotela se može specijalizirati za neki od tretmana, kako bi upotpunio ukupnu ponudu Palića kao destinacije koja skrbi o zdravlju. Poželjno je umrežavanje s drugim pružateljima usluga u resortu.		
Razvitak i investicijaja		
<b>Bruto razvijena površina (m<sup>2</sup>)</b>	9.000 (hoteli) 6.000 (vile)	Cca 2.250 m <sup>2</sup> BRP po obiteljskom hotelu i cca 200 m <sup>2</sup> BRP po jednoj vili; ukupna površina zauzetosti za vile i hotele
<b>Procenjena investicija (EUR)</b>	15.600.000	Procjena za obiteljske boutique hotele je investicija od 80.000 eura po sobi, a investicija u luksuznu vilu je oko 200.000 eura.
<b>Rang prioriteta i realizacija (godina)</b>	II. b – III. Faza	Razvitak ovog dijela resorta je moguć počevši od II. b faze (nakon izgradnje Golf terena i Palić MICE & Spa hotela), kako bi vrijednost projekata bila maksimalna.




### 6.3.1.5 Palić veslački klub (S1-8)

<b>Veslački centar Palić</b>		
<b>Lokacija</b>		
<b>Pozicija na MP</b>	Zapadna obala jezera, južno od Kongresnog centra	<b>S1-8</b>
<b>Opis lokacije</b>	Smješten na zapadnoj strani jezera, šire područje lokacije, u perspektivi, obuhvaća Palić Mice & Spa hotel, Kongresni centar i područje obiteljskih hotela i vila	
<b>Opis projekta</b>		
<b>Pozicioniranje</b>	Jedinstveni regatni i veslački centar sa zaokruženom infrastrukturom za organiziranje različitih natjecanja međunarodnog karaktera, priprema i treninga	
<b>Namjena</b>	Prostor namijenjen za razvitak i unaprjeđenje veslačkog i drugih sportova na vodi	
		
<b>Kapaciteti</b>		
Objekt regatnog centra, nadstrešnica, veslački otoci i radionica, hangar za čamce, kuća za domara; sudački toranj i plato za dodjelu medalja		
Sadržaji	Koncept	
Regatni centar je zamišljen da ima sve neophodne sadržaje za normalno funkcioniranje i pripremu sportaša, ali i sadržaje za potporu organiziranju sportskih događaja: recepcija, restoran / kafić s kuhinjom, teretana, ured i dvorana za sastanke, soba za reprezentativce.	Planirana izgradnja Regatnog/veslačkog centra je od ključne važnosti za isticanje imidža Palića, s jakim nasljedem u domeni organiziranja sportskih događaja i manifestacija. Izgradnja veslačkog centra predstavlja jedan od faktora izgradnje lifestyle karaktera cijele zone i sasvim sigurno pridonosi ukupnoj marketinškoj sinergiji Palića kao jezerskog resorta. Dodatno, najavljeno natjecanje Univerzijada 2017. predstavlja sjajnu priliku za predstavljanje ne samo sporta, nego i novog lica Palića.	
<b>Ostali sadržaji</b>		
Pored ključnog i pratećih objekata, planiran je i prostor za parkiralište, prateće sadržaje – sportski tereni, staze za trčanje, prostor za tuševe i kabine, kao i dječje igralište. Predviđen je i adekvatni prostor za zelene površine.		
<b>Razvitak i investicija</b>		
<b>Bruto razvijena površina (m<sup>2</sup>)</b>	9.000	Ukupna površina Regatnog centra je 682 m <sup>2</sup> , s dodatnih oko 500 m <sup>2</sup> za potrebe hangara. Predviđeni su i adekvatni vanjski sadržaji.
<b>Procijenjena investicija (EUR)</b>	1,2 mil	Procijenjena je data prema idejnom rješenju koje je urađeno za Veslački / Regatni centar
<b>Rang prioriteta i realizacija (godina)</b>	I. a faza	Od ključne važnosti je krenuti s razvitkom ovog projekta bez odgađanja, imajući u vidu značaj organiziranja međunarodnih događaja, prije svega Univerzijade 2017.

## 6.3.2 Zona Srebrni krug 2 (culture & heritage)

### 6.3.2.1 Elite Palić Apart hoteli (S2-4, S2-5 i S2-6)

Elite Palić Apart hoteli		
Lokacija		
<b>Pozicija na MP</b>	Centralna zona – zona Velikog parka	S2-4, S2-5 i S2-6
<b>Opis lokacije</b>	Lokacije postojećih objekata hotela Park i jezero, kao i Male gostione, predstavljaju najekskluzivniji dio resorta – zaštićenu zonu Velikog parka; ukoliko postoji i mogućnost akvizicije lokacije blizu Ženskog štranda.	
Opis projekta		
<b>Pozicioniranje</b>	Apart hoteli koji oslikavaju mondenski karakter i nasljeđe Palića	
<b>Kategorija</b>	4 plus internacionalnih zvjezdica (upscale/ upper upscale)	
<b>Ciljna tržišta i segmenti</b>	Viša i visoka platežna kategorija gostiju iznad 45 god. – tzv. „full nester“ i „empty nester“; komercijalno tržište: domaće jugoistočna i zapadna Europa	
<b>Ključni faktori uspjeha</b>	Povijesna lokacija u užoj zoni Velikog parka, scenografija, jedinstveni spoj doživljaja izlaska na jezero i autentične arhitekture secesije, intima	
		
Smještajni kapaciteti		
Ukupno oko 100 soba, luksuznog karaktera		
Sadržaji hrane i pića		Prostor za sastanke i konferencije
Centralni restoranu objektu Male gostione, hotel bar u centralnom ulaznom objektu (Mala gostiona)		Nije predviđeno da hotel ima posebno rezerviran prostor za sastanke i konferencije, predlaže se korištenje ostalih raspoloživih kapaciteta na Paliću (Velika terasa), ali je moguće prilagoditi dio Male gostione po potrebi za određene skupove
Ostali sadržaji		
Male priručne kuhinje za pripremu doručka, consierge system, čitaonica i mogućnost posluživanja u sobi. Ostali sadržaji bi morali biti dostupni gostima hotela u suradnji s drugim objektima u resortu (prije svega medical spa u Palić Spa Resortu)		
Razvitak i investicija		
<b>Bruto razvijena površina (m<sup>2</sup>)</b>	6.000	Predviđena je dogradnja objekta Mala gostiona / eventualna akvizicija lokacije kod Ženskog štranda.
<b>Procijenjena investicija (EUR)</b>	5-6 miliona	Navedeni iznos se odnosi na dogradnju apartmana u objektu Mala gostiona i neophodne adaptacije u hotelima Park i jezero.
<b>Rang prioriteta i realizacija (godina)</b>	I. Faza	Neophodno je bez odgađanja početi s izradom projekta – ispitati mogućnost akvizicije lokacije u neposrednoj blizini ženskog štranda i eventualno priključivanje – formiranje jedinstvenog paketa s postojećim hotelom.


OSTALI PROJEKTI ZONE SREBRNI KRUG 2 – CULTURE & HERITAGE

S2	1	<p><b>Velika terasa</b></p> <p>Objekt najvećim dijelom rekonstruiran. Predstavlja jedinstven prostor za organiziranje događaja.</p> <p>Predlaže se daljnji razvitak objekta u prestižni centar događanja, izložbi i zatvorenih koncerata kao svečanih i plenarnih skupova (prvi kat objekta). U desnom krilu prizemlja predlaže se Park 1840 Loža s malom ponudom hrane i slatkiša, a koji bi opsluživao bogato opremljenu i atraktivnu terasu.</p> <p>U kulturnom pogledu kao i pogledu ponude usluga, ovaj prostor bi mogao postati kulturno okupljalište otvorenog tipa, budući da to po svojoj jedinstvenoj centralnoj lokaciji, parku i arhitekturi zaslužuje.</p>
S2	2	<p><b>Ženski štrand</b></p> <p>Zbog tradicije ovaj sadržaj je potrebno zadržati i insistirati na redovitom održavanju – usprkos temeljitom renoviranju objekta, neophodno je vršiti stalne popravke kako bi objekt uvijek bio u dobrom stanju. Dobrim menadžmentom objekta trebalo bi osigurati sadržaj / klub koji bi ostao u svezi s njegovom prvobitnom funkcijom.</p> <p>Ovdje se ne preporuča projekt eventualne izgradnje bazena za kupanje i to zbog sljedećih razloga:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- opterećenje infrastrukture (promet, opskrba i sl.)</li> <li>- gubljenje osjećaja mira centralnog dijela naselja tijekom dana;</li> <li>- ugrožavanje ostalih projekata i njihovih poslovnih misija koje se ne smiju miješati s eventualnim stvaranjem osjećaja javnog kupališta na najkvalitetnijem dijelu resorta.</li> </ul> <p>Mada je smisao je ovog prijedloga da isti sadržaj u nešto jače komercijaliziranoj verziji bude dostupan posjetiteljima, on se nikako ne smije pretvoriti u masovno okupljalište, s obzirom na to da se ta namjena otvara na području revitaliziranog muškog štranda.</p>
S2	3	<p><b>Koncertna terasa na jezeru</b></p> <p>Predložimo izgradnju novog objekta koji je u funkciji cjelovite tematizacije ove zone. Riječ je o drvenoj građevini na jezeru koja ima dvostruku funkciju. Po danu je ona sunčalište, a u popodnevnim satima i navečer mjesto za koncerte ozbiljne glazbe, modne revije i druge vrste nenametljivih i ne previše bučnih događanja.</p> <p>Sa ženskim štrandom ova građevina čini vizualnu ravnotežu sjeverne promenade jezera kao glavnog mjesta okupljanja.</p>
S2	7	<p><b>Esplanada</b></p> <p>Predlaže se rekonstrukcija i nov način predstavljanja okalnog dijela Zone parka, između Ženskog štranda i koncertne terase na jezeru. Pretpostavlja se vrhunski pejzažni dizajn, rasvjeta, otvaranje esplanade prema jezeru uklanjanjem današnjeg zidića.</p>
S2	8	<p><b>Šoping arkada</b></p> <p>Predložimo da se na potezu od ženskog štranda prema centru za</p>


		<p>vodene sportove izgradi nova manja šoping arkada u elegantnoj drvenoj izvedbi. Budući se iz prostora parka moraju ukloniti današnje improvizacije i kiosci, korisno je zadržati ovaj prostor kao mjesto okupljanja i druženja. S jedne strane - prema unutra postavljaju se specijalizirane trgovine, a prema jezerskoj strani - s terasama nekoliko modernih i diferenciranih barova / kafića. Planirani građevinski opseg ovog centra jest maksimalno do 900 m<sup>2</sup> bez terasa. Točnu lokaciju bi trebalo uskladiti s drugim planiranim sadržajima, kao i s projektom revitalizacije infrastrukture za potrebe Paličke olimpijade.</p>
<b>S2</b>	<b>9</b>	<p><b>Promenada</b></p> <p>Promenada je element koji spaja različite doživljaje / zone oko jezera Palić, i ona se izvodi na način da služi pješacima kao i biciklistima. Inteligentno uređenje sa zelenilom i osvjetljenjem, kao i postavljanje potrebne infrastrukture i info punktova sa označavanjem mjesta od interesa. Obvezno je usklađivanje s važećim režimima zaštite i uvjetima koje izdaju nadležne institucije.</p>

### 6.3.3 Zona Srebrni krug 3 (sport, active & creative)

#### 6.3.3.1 Palić Sport hotel sa sportskom dvoranom i sport apartmani (S3-1, S3-2 i S3-3)

Palić sport hotel sa sportskom dvoranom + sport apartmani		
Lokacija		
Pozicija na MP	Istočna obala, Zona S – 3 (sport, active & creative)	S3-1, S3-2 i S3-3
Opis lokacije	Lokacija se nalazi u zoni južno od Zlatnog kruga - water fun centra (Muški štrand) u pojasu koji je i danas u funkciji sporta.	
Opis projekta		
Pozicioniranje	Sportski hotel s dvoranom i pratećim apartmanskim sadržajem, prilagođen za potrebe profesionalnih sportaša	
Kategorija	3 plus internacionalnih zvjezdica (midscale)	
Ciljna tržišta i segmenti	Profesionalni sportski timovi, individualni sportaši, rekreativci i drugi gosti (u izvansezoni)	
Ključni faktori uspjeha	Hotel s prilagođenim sadržajem za sportaše, povezan toplim prijelazom s multifunkcionalnom sportskom dvoranom u nastavku	
		
Smještajni kapaciteti		
80 soba u hotelu + 40 soba u dodatnom apartmanskim objektu		
Sadržaji hrane i pića		Prostor za sastanke i konferencije
Centralni restoran / dvorana za doručak, aperitiv bar, wellness - sport lounge bar s terasom usmjerenom prema jezeru.		Manja multifunkcionalna dvorana (djeljiva na dva - tri dijela, pogodna za balove, dodjele sportskih nagrada i slične događaje).
Ostali sadržaji		
Sportska dvorana spojena toplim prolazom s hotelom; profesionalni fitness prostor i teretana, prostor za specijalizirane preglede sportaša (medical check-up). Izgradnja apartmanskog objekta bi trebala biti pomoć sportskom kompleksu i imao bi za cilj služiti kao dopunski sadržaj. Razvitak apartmana bi mogao biti povjeren investitoru / developer-u sportskog hotela i dvorane, a sam objekt sportske dvorane bi se mogao razviti po principu javno–privatnog partnerstva.		
Razvitak i investicija		
Bruto razvijena površina (m <sup>2</sup> )	4.500 (hotel); 3.500 (dvorana) 1.800 (apartmani)	Građevinski standard za ovaj hotel jest do 60 m <sup>2</sup> po sobi; dvorana ima prateće sadržaje sa cca 1.100 m <sup>2</sup> površine igrališta i zadovoljava standarde za natjecanja u rukometu, košarci, odbojci i nogometu;
Procijenjena investicija (EUR)	6 mil. (hotel) 2 mil. (dvorana) 1,3 mil. (apartm).	Investicijski standard za ovakav hotel je 75.000 eura po sobi.
Rang prioriteta i realizacija (godina)	II. Faza	Izgradnja hotela je optimalna u drugoj investicijskoj fazi, počevši od dvorane, a u razdoblju od 4 do 5 godina, nakon realizacije Zlatnog kruga i podizanja kvalitete destinacije – u međuvremenu, koriste se kapaciteti Omladinskog naselja.


### 6.3.3.2 Palić Retail & Creative Plaza (S3-5)

Palić Retail & Creative Plaza		
Lokacija		
<b>Pozicija na MP</b>	Središnji dio Vikend naselja	S3-5
<b>Opis lokacije</b>	Lokacija se nalazi u središnjem dijelu vikend naselja, na istočnoj obali jezera, blizu ulaza u naselje s glavne ceste.	
Opis projekta		
<b>Pozicioniranje</b>	Kreativni centar Palića, mjesto okupljanja i zabave	
<b>Kratki opis</b>	Retail park s maloprodajnim objektima različitih površina (modularno) u duhu arhitekture i nasljeđa Palića; inkubator kreativnih industrija – sastajalište mladih, kreativnih ljudi Subotice i šireg okruženja.	
<b>Ciljna tržišta i segmenti</b>	Mladi kreativni ljudi, turisti i posjetitelji Palića, stanovnici Palića i Subotice	
<b>Ključni faktori uspjeha</b>	Visoko kvalitetni sadržaji, mini-događaji, kreiranje imidža kreativnog centra Palića	
		
Predviđeni kapaciteti		
cca 600 m2 neto površine za retail i ugostiteljske sadržaje, s dodatnih 1.000 m2 za kreativni inkubator		
Mogući sadržaji		Prostor za creative
Prodavaonice s autentičnim proizvodima šireg područja Palića, galerije i suvenirnice, ugostiteljski sadržaji – caffeei, restorani, barovi; prodavaonice robe široke potrošnje		Imajući u vidu tradiciju i kulturu Palića, predlažemo formiranje prostora za pokretanje hub-a kreativnih industrija, kojim bi se pojačao sadržaj cijelog resorta i oplemenio prostor vikend naselja. Time bi se stvorila dodatna turistička tražnja i kreirao svojevrsni „urbani doživljaj“ kao ključni faktor završetka urbaniziranja nekada divljeg naselja. Dodatno, ovim sadržajem bi se pojačala privlačnost lokacije.
Dizajn sadržaja		
Dizajn retail & creative plaze je takav da se ostavi prostor za mini trgove na kojima će biti moguća realizacija ugostiteljskih sadržaja i održavanja manjih događaja na otvorenom, a posebno onih koji su povezani s projektima / proizvodima Palić kreativne industrije. U suradnji sa sveučilištima, uz korištenje kapaciteta Omladinskog naselja, moguće su edukacije iz područja kreativnih industrija, ljetne škole i obrazovni kampovi, uz korištenje prostora creative hub-a. Planirati adekvatni parkirališni prostor.		
Razvitak i investicija		
<b>Bruto razvijena površina (m2)</b>	8.500 - 9.000	Raspored površina prema prethodnom sagledavanju mogućeg tenant mix-a (uključivanje stanara). Važno je voditi računa o modularnosti površina, zbog kasnije fleksibilnosti u odnosu sa zakupnicima 8.500 – 9.000
<b>Procijenjena investicija (EUR)</b>	6 mil.	Standard za razvitak, izgradnju i opremanje ovakvog sadržaja je 650–700 EUR/m2
<b>Rang prioriteta i realizacija (godina)</b>	III. Faza	Predviđa se razvitak ovog sadržaja u III. fazi; moguća izgradnja kapaciteta za creative hub iz javnih sredstava / donacije i početkom II. faze, čime se podiže atraktivnost zemljišta za strateškog partnera

### 6.3.3.3 Palić avantura (S3-6)

Avantura Park Palić		
Lokacija		
<b>Pozicija na MP</b>	Istočna obala	S3-6
<b>Opis lokacije</b>	Lokacija se nalazi na istočnoj obali jezera, južno od Vikend naselja na gradskom zemljištu u „adrenalin“ zoni.	
Opis projekta		
<b>Pozicioniranje</b>	Palić avantura – iskustvo adrenalina na kopnu i vodi. Prvi profesionalno dizajnirani avantura park u Srbiji.	
<b>Kratki opis</b>	Avantura park je predviđen za razvitak zajedno s Water Ski centrom, u adrenalin zoni. Radi se o kombinaciji konstrukcija umjetnih prepreka na različitim visinama: 8–12 m (high*ropes), 4–8 m (adventure park–poles), na zemlji (low rope elements i vježbe za osobe s posebnim potrebama). Predviđen je i sadržaj za djecu i osobe s invaliditetom. Omogućava vrhunsku i sigurnu zabavu za najšire kategorije posjetitelja.	
<b>Ciljna tržišta i segmenti</b>	Osobe od 5 do 85 godina bez značajnih zdravstvenih problema – posjetitelji i turisti, studenti i mladež, stanovnici šireg područja Subotice i Palića.	
<b>Ključni faktori uspjeha</b>	Profesionalni dizajn – jedinstveni adrenalinski doživljaj u Srbiji – kombinacija različitih sprava, prepreka i poligona za različite kategorije korisnika – početnike, srednje, napredne i posebni dio izdvojen za decu	
		
Predviđeni kapaciteti		
Četiri odvojene zone za različite kategorije korisnika: visoke prepreke (high ropes) na visini od 8–12 m, avantura park na stupovima (4–8 m), kombinacija platformi i niskih prepreka (low ropes elements) i sadržaji / vježbe za osobe s posebnim potrebama. Visinski poligoni s kombinacijom prepreka / elemenata od užeta i drveta.		
Mogući sadržaji		Dodatne informacije
Pored sadržaja predviđenih planiranim kapacitetom parka, moguće je planirati i dodatne sadržaje – paintball, umjetne stijene za uspinjanje, posebni programi za kompanije – team building avanture (roping, viteške igre, penjanje, itd.). Neophodno je uređenje pristupne ceste i parkirališta na samoj lokaciji, kao i dovođenje neophodne infrastrukture – voda i*struja.		Svaki korisnik/gost dobiva adekvatnu zaštitnu opremu i nakon završetka uvodnog tečaja, nastavlja korištenje sadržaja u parku; Osoblje za pomoć mora u svakom trenutku biti na raspolaganju korisnicima; Sadržaji avantura parka moraju biti dostupni svima i oni ne zahtijevaju neke posebne sposobnosti ili fizičku spremnost; Avantura park ima minimalno 30 različitih prepreka za vježbe, prepreke su u ovisnosti o njihovoj težini savladavanja rasporedene u krugove.
Dizajn sadržaja		
Profesionalni dizajn sadržaja prema konceptu/opisu projekta i predviđenim kapacitetima je od ključnog značaja. Bitno je prilagoditi konceptualni dizajn konfiguraciji terena / obliku i zahtjevima čestice, definirati detaljne sadržaje u odnosu na ciljne skupine i pripremiti projektno–tehničku dokumentaciju. Neophodno je poštovati standard sigurnosti i planirati izgradnju avantura parka prema Europskim standardima (EN 15567–1 i 15567-2). Predvidjeti opremanje cjelokupnog avantura parka adekvatnim oznakama i uputama za uporabu # planirati obuku osoblja koje će biti angažirano pružanju usluga prema uputama.		
Razvitak i investicija		
<b>Bruto razvijena površina (m2)</b>	8.000	Predviđena površina omogućava razvitak visoko kvalitetnog sadržaja za sve kategorije budućih korisnika prema detaljno razrađenom projektu
<b>Procijenjena investicija (EUR)</b>	cca 300.000	Procjena investicije dana je na temelju usporedivih primjera u regiji.
<b>Rang prioriteta i realizacija (godina)</b>	I. Faza	Preporuča se razvitak ovog sadržaja zajedno s Water Ski Parkom u I. fazi razvitka resorta, jer će odmah donijeti dodatni zabavni sadržaj i povećati privlačnu moć Palića – poželjno korištenje modela javno–privatnog partnerstva.

### 6.3.3.4 Palić Water Ski (S3-7)

Palić Water Ski Park		
Lokacija		
<b>Pozicija na MP</b>	Istočna obala	S3-7
<b>Opis lokacije</b>	Lokacija se nalazi na istočnoj obali jezera, južno od Vikend naselja na gradskom zemljištu u „adrenalin“ zoni.	
Opis projekta		
<b>Pozicioniranje</b>	Palić avantura – iskustvo adrenalina na kopnu i vodi.	
<b>Kratki opis</b>	Water ski Park Palić u zoni „adrenalina“ na Paliću – dodatni zabavni sadržaj koji omogućava izlazak na vodu / doživljaj vode. Ekološki projekt – crpi kisik u jezero i oživljava ga.	
<b>Ciljna tržišta i segmenti</b>	Zdrave osobe od 5 do 85 godina koje znaju plivati – posjetitelji i turisti, studenti i mladež, stanovnici šireg područja Subotice i Palića.	
<b>Ključni faktori uspjeha</b>	Water ski park prema svjetski standardima, održavanje međunarodnih natjecanja; broj dana bez kiše u sezoni.	
		
Predvideni kapaciteti		
Dvije žice promjera 10 mm, s ukupnom dužinom od 700 m (površina parka na vodi – cca 310m x 50m) koje pokreće motor od 60 KS. Žica kruži oko četiri ili pet stupova 10 m iznad vode i ima 10 nosača koji su prilagođeni da vuku skijaške kanape; mini – tribine i club – house (ugostiteljski dio).		
Mogući sadržaji		Dodatne informacije
Water Ski Park – infrastruktura za skijanje; tribine, caffè–restoran kapaciteta do 100 mjesta, svlačionice, toaleti, skijašnica, alatnica, prodavaonica sportske opreme; opcijski – postavljanje kamera i video zida (video wall) za mogućnost snimanja i prikazivanja vožnje. Predvidjeti sadržaj škole skijanja na vodi.		Osim Ski Parka na Adi Ciganliji u Beogradu, u Srbiji nema water ski sadržaja; primjera radi, u Njemačkoj ih ima preko 100. Pored toga što predstavlja vrhunski oblik zabave za najširi segment stanovništva, Ski park je potpuno ekološka instalacija: nema emisije štetnih plinova, nema buke, ne zagađuje vodu i ne ugrožava obalu i biljke. Najvažnije je to što Ski park crpi oko 10 tona kisika u vodu tijekom jedne sezone i izravno utječe na oživljavanje jezera.
Dizajn sadržaja		
Pozicija predviđena master planom je povoljna, potrebni su manji zahvati za ispunjavanje tehničkih uvjeta za postavljanje Water ski parka. Startna platforma bi trebala biti na dijelu obale i, za te svrhe, napravljene plaže. Potrebno je osigurati priključke na infrastrukturu, a na čestici je na ulazu planiran zajednička cesta i parkiralište za Water Ski Park i Palić Adventure Park. Park treba imati izgled peterokuta, koji je standardni oblik za korištenje. Time bi se osigurala mogućnost organiziranja međunarodnih natjecanja u slalomu i wakeboard-u.		
Razvitak i investicija		
<b>Bruto razvijena površina (m<sup>2</sup>)</b>	cca 16.000 (voda) 1.500 (ostalo)	Water Ski Park će zauzeti oko 16.000 m <sup>2</sup> vodene površine; svojom pozicijom ne ometa realizaciju drugih aktivnosti na vodi. Procjenjuje se da je za ostale sadržaje dovoljno oko 1.500 m <sup>2</sup> , uključujući ugostiteljske i prateće sadržaje
<b>Procenjena investicija (EUR)</b>	cca 650.000	Procena je data na osnovu uporednih primera iz melje i regiona
<b>Rang prioriteta i realizacija (godina)</b>	I faza	Preporuča se razvitak ovog sadržaja s adrenalinskim parkom u I. fazi razvitka resorta, jer će odmah donijeti dodatni zabavni sadržaj i povećati privlačnu moć Palića.



#### **6.3.3.5 *Palić teniski tereni (S3-4)***

U pozadini sportskog hotela se predlaže izgradnja tzv. centralnog terena s malim tribinama, s četiri pomoćna terena. Razlog prijedloga jest da se nadogradi dugogodišnja tradicija tenisa na Paliću. Uz izgradnju terena predlažemo i osnutak međunarodnog teniskog turnira na Paliću (challenger) koji će pojačati opći imidž Palića kao turističke destinacije.

## 6.4 REKAPITULACIJA KLJUČNIH INVESTICIJSKIH PROJEKATA

U narednoj tablici je dana rekapitulacija ključnih investicija predloženih za turistički prostor Palića. Projekti koji nisu detaljno opisani u prethodnom izlaganju zahtijevaju razradu kroz odgovarajuću projektno-tehničku dokumentaciju; procjene investicija su dane na temelju relevantnih usporednih primjera iz regije.

Master Plan 2015.		PROCIJENJENA INVESTICIJA	TIP INVESTICIJE			RAZDOBLJE REALIZACIJE*					
			JAVNA	PRIV..	JPP	Ia	Ib	IIa	IIb	III	
<b>Zona ZLATNI KRUG 1 (Health &amp; Spa)</b>											
ZI	1	Palić Spa Resort - hotel	10.295.000								
ZI	2	Palić Spa Resort - apartmani	2.382.000								
ZI	3	Palić Spa Resort - Medical Spa Centre	8.523.000								
ZI		Dokumentacija i project management	2.171.917								
			<b>23.371.917</b>								
<b>Zona ZLATNI KRUG 2 (Outdoor Water Fun)</b>											
Z2	1	Zeleni Zabavni Park	340.000								
Z2	2	Kompleks bazena	3.502.000								
Z2	3	Kabine, svlačionice, paviljoni	3.611.208								
Z2	4	Trgovine, hrana i piće									
			<b>7.453.208</b>								
<b>Zona ZLATNI KRUG 3 (Lido &amp; Promenada)</b>											
Z3	1	Lido/ Promenada (zajedno sa S2-9)	2.550.000								
			<b>2.550.000</b>								
<b>Zona SREBRNI KRUG 1 (Marine &amp; Lifestyle)</b>											
S1	1	Palić MICE & Spa hotel	18.750.000								
S1	2	Kongresni centar Palić	4.800.000								
S1	3	Golf teren sa 18 rupa	7.000.000								
S1	4	Palić Golf klub									
S1	5	Palić obiteljski boutique hoteli i vile	15.600.000								
		Boutique hoteli	9.600.000								
		Vile	6.000.000								
S1	6	Marina	510.000								
S1	7	Jedrilčarski klub & Tourist Point	1.600.000								
S1	8	Veslački klub	3.145.000								
S1	9	Medical centar	18.300.000								
			<b>69.705.000</b>								
<b>Zona SREBRNI KRUG 2 (Culture &amp; Heritage)</b>											
S2	1	Velika terasa	100.000								
S2	2	Ženski štrand	150.000								
S2	3	Koncertna terasa na jezeru	200.000								
S2	4	Palić hotel Mala gostiona	3.600.000								
S2	5	Palić jezero apart depadansa	960.000								
S2	6	Palić park apart depadansa	1.200.000								
S2	7	Esplanada	500.000								
S2	8	Shopping arkada	500.000								
S2	9	Promenada	1.500.000								
			<b>8.710.000</b>								
<b>Zona SREBRNI KRUG 3 (Sport &amp; Active)</b>											
S3	1	Palić Sport hotel	6.000.000								
S3	2	Sport apartmani	2.600.000								
S3	3	Sportska dvorana	2.000.000								
S3	4	Teniski tereni	300.000								
S3	5	Retail centar u vikend naselju	5.500.000								
S3	6	Adrenalinski park	300.000								
S3	7	Centar za skijanje na vodi	650.000								
			<b>17.350.000</b>								
<b>Zona SREBRNI KRUG 4 (Rural &amp; Nature)</b>											
S4	1	Čarda	500.000								
S4	2	Prostor za salaše	5.000.000								
S4	3	Promatračnice za bird watching	100.000								
S4	4	Lungo Lago - Biciklistička/ pješačka staza	1.600.000								
			<b>7.200.000</b>								
			<b>136.340.125</b>								

\*Svaka faza traje ukupno 4 godine; prve dvije faze su podijeljene u po dva dijela (a i b)

**Napomena:** U kolonama „Tip investicije” su razvrstane odgovarajuće investicije prema iskustvu usporedivih destinacija i one služe isključivo kao generalna odrednica za opredjeljivanje mogućeg izvora financiranja. U tom smislu, ne bi trebalo da predstava ograničenje da neka od javnih investicija bude realizirana kao javno – privatno partnerstvo ili čisto privatna investicija, u ovisnosti o konkretnoj studiji izvodljivosti i stupnju rizika investicije.

## 6.5 PRIJEDLOG MOGUĆIH PROJEKATA BRONČANOG KRUGA

U nastavku dajemo pregled mogućih projekata u Brončanom krugu, uz napomenu da će neki od predstavljenih programa biti detaljnije razrađeni i objašnjeni u okviru sljedećeg poglavlja – Razvojni projekti. Ovdje se, dakle, radi o projektima koji na postojećoj resursnoj osnovi, uz relativno male intervencije, osiguravaju dodatna iskustva za posjetitelje Palića kao turističke destinacije. Osnovna ideja prijedloga Brončanog kruga je dugoročna zaštita i kontrola razvitka šireg okruženja destinacije, kako bi se osigurao neometani razvitak i adekvatne performanse samog Palića kao resorta i spriječila neopravdana i prekomjerna gradnja u kontaktnim zonama Srebrnog kruga.

Naziv projekta	Objašnjenje	Vodeća institucija	Partnerska institucija
Sustav promatračnica i staza za promatranje ptica s interpretacijom i opremanje vizitor centra opremom (Ludaš)	Unaprjeđenje postojeće i izgradnja nove infrastrukture, radi lakše turistifikacije prema nišama tržišta ali i prema odmorišnom segmentu	JP Palić Ludoš	Lokalne nevladine organizacije i udruge za područje ekologije i biologije
Sustav edukativnih staza s pratećom interpretativnom infrastrukturom na jezeru Ludaš	Unaprjeđenje postojećih staza i mapiranje novih putanja kontroliranog kretanja ljudi, sa sustavom interpretacije i odgovornog ponašanja, na cijelom području Brončanog kruga	JP Palić Ludoš	Lokalne nevladine organizacije i udruge (ekologija, promatranje ptica, biologije...)
Eko kamp	Razvitak i opremanje eko kampa prema međunarodnim standardima i opremom i sadržajima; određivanje lokacije u dogovoru s upraviteljem prostora.	JP Palić Ludoš	Kamping asocijacija Srbije
Edukativni centar	U okviru započete investicije Omladinskog naselja, namijeniti objekt koji bi služio kao edukativni centar, sustav učionica s opremom za učenje i predavanje	Grad Subotica	Studentske asocijacije Otvoreno sveučilište
Standardiziranje ponude tradicionalne gastronomije i zaštita.	Definiranje unikatnih recepata i njihovo dodatno standardiziranje, kao i razvitak edukativnih programa uključivanja salaša i lokalnih proizvođača.	Grad Subotica	Profesionalne udruge kao nositeljce procesa edukacije.
Salaši kao muzeji kulture i povijesti.	Prezerviranje i unaprjeđenje sadržaja kojima se vrši prikaz tradicionalnog načina života i kultura	Grad Subotica	Lokalne nevladine organizacije i udruge (stari obrti, kulturna i umjetnička društva).
Sustav staza za pješčenje, trčanje i vožnju bicikala s pratećim mobilijarom i infrastrukturom unutar zaštitnog pojasa oko jezera.	Unaprjeđenje postojećih i izgradnja izgradnja predviđenih staza unutar zaštitnog pojasa po PDR.	Park Palić JP Palić Ludoš	Lokalne nevladine organizacije i udruge (ekologija, sport, rekreacija)
Sustav mobilijara za vježbanje na otvorenom	Opremanje neophodnim mobilijarom za teretane i fitness na otvorenom	Park Palić JP Palić Ludoš	Lokalne nevladine organizacije i udruge (ekologija, sport, rekreacija, priroda)

## 6.6 PRIJEDLOG PROJEKATA POBOLJŠANJA INFRASTRUKTURE

Polazeći od zadatka izrade Master plana Palić 2015., nije predviđena detaljnija razrada u pogledu analiza i planiranja infrastrukturnih projekata u obuhvatu plana. Međutim, usporedni primjeri razvitka sličnih destinacija ukazuju na to da je za privlačenje privatnih investicija neophodna odgovarajuća

razina infrastrukturne opremljenosti, polazeći od same dostupnosti destinacije, preko odgovarajućih elemenata komunalne, elektroenergetske i telekomunikacijske infrastrukture.

Na razini pojedinačnih investicijskih projekata koji su predloženi ovim planom, u navedene projekcije investicija su uključena samo ulaganja za komunalne priključke na predviđenim lokacijama.

Predloženi ključni investicijski i razvojni projekti u obuhvatu Zlatnog i Srebrnog kruga zahtijevaju odgovarajući stupanj intervencija u pogledu neophodne infrastrukture. U tom smislu, u nastavku dajemo pregled ovih zahtjeva, s napomenom da je u daljnjoj razradi potrebno utvrditi konkretne projekte, procijenjene iznose investicija i dinamiku njihove realizacije.

- Prilagodba / izrada prostorne i planske dokumentacije odgovarajuće razine razrade;
- Izgradnja prometnica (novih, rehabilitacija starih, pločnici, biciklističke staze i parkirališni prostori);
- Izgradnja neophodne / dodatne elektroenergetske i plinske infrastrukture;
- Izgradnja neophodne / dodatne vodovodne i infrastrukture za tretman otpadnih voda;
- Izgradnja neophodne / dodatne telekomunikacijske mreže.

### 6.6.1 Prometna infrastruktura

Sukladno predloženim rješenjima u Master planu Palić 2015., predviđeno je otvaranje novog ulaza u prostor resorta sa zapadne strane i prateće infrastrukture. Ovo podrazumijeva izgradnju nove prometnice i prijelaza preko željezničke pruge Subotica-Horgoš. Predviđen je odgovarajući prostor za parkiralište, da bi se na temelju ovoga rješenja rasteretio ulaz u turistički prostor Palića. Ovo rješenje omogućava olakšan pristup glavnim atrakcijama i predviđenim lokacijama (Palić MICE & Spa, Kongresni centar, Golf klub i teren, Medical centar, Veslački centar, novi ulaz u zooški vrt, itd.).

U razgovoru s ključnim privatnim interesnim subjektima u postupku izrade Master plana Palić 2015., iznesena su još dva prijedloga za poboljšanje dostupnosti i atraktivnosti destinacije:

1. Izmještanje postojeće trase lokalne ceste Subotica-Kanjiža (Kanjiška cesta) u dijelu između Palićkog i Krvavog jezera. Prema mišljenju Pokrajinskog zavoda za zaštitu prirode, rasterećenje Kanjiške ceste je moguće preusmjerenjem prometa iz smjera Šupljak prema Abrahamu unaprjeđenjem stanja Ludaške ulice (put do centra Palića je samo 300 metara dulji preko Ludoške ulice u odnosu na Kanjišku cestu), a razvojem Barske ulice bi trebalo jačati vezu prema M22 i petlji autoceste. Formiranjem novih prometnica između Kanjiške ceste i Ludaške ulice, odnosno Kanjiške ceste i Barske ulice, južno od Omladinskog naselja je moguće rasteretiti oba jezera od utjecaja prometa. Rješenje bi trebalo pridonijeti poboljšanju ekološkog stanja jezera Palić i priobalja, pa se u daljnjoj razradi savjetuje suradnja s JP „Palić Ludaš” i Pokrajinskim zavodom za zaštitu prirode.

Na ovaj način se Zlatni krug u potpunosti rasterećuje od tranzitnog prometa i povećava se njegova atraktivnost za potencijalne investitore, jer se omogućava neposredni izlaz i korištenje obale oba jezera. Uz to višestruko se povećava sigurnost budućih korisnika predviđenih sadržaja (turista i posjetitelja), jer se područje pretvara u pješačku zonu i omogućava njegova konverzija sukladno duhu i nasljeđu cjelokupnog prostora (posebno Velikog parka).

2. Kao dodatna intervencija u sklopu predložene izmjene trase Kanjiške ceste, predlaže se da se razmotri mogućnost otvaranja izravnog ulaza u resort s autoceste E-75. Prijelaz preko autoceste već postoji ali je potrebno izgraditi izlazne prometnice za koje postoji adekvatni prostor. Ovim bi se dobio izravni pristup resortu Palić i u velikoj mjeri olakšao pristup ključnim sadržajima.

Ova tri prijedloga: pristup Paliću nadvoznjakom iza Lukoil crpke; izmještanje dijela Kanjiške ceste i izgradnja posebno odvojenja / izlaza s autoceste bi kreirala jedinstvenu zonu Zlatnog kruga i učinila postojeću lokaciju atraktivnijom i značajno efikasnijom u pogledu infrastrukturne potpore razvojnom konceptu.

3. Mogućnost izmještanja pruge – sadašnja trasa pruge dijeli naselje Palić na dva dijela i time ograničava razvitak Palića. Ona je izgrađena u drukčijim urbanističkim uvjetima, pa bi u novom sagledavanju prostora trebalo razmotriti mogućnost izmještanja pruge na alternativni pravac u daljnjem postupku prostornog planiranja.

## 6.6.2 Energetska infrastruktura

Preliminarno procijenjene potrebe turističko-zdravstvenih objekata na Paliću su reda veličine 22 MW, od čega 12 MW toplinske energije (spa centar, termalni bazeni, funkcioniranje objekata u zimskim uvjetima – grijanje, itd.), a 10 MW električne energije.

Imajući u vidu da se radi o zaštićenom prirodnom području, smatramo da bi energetska strategiju Palića trebalo koncipirati tako da Palić postane „zeleni“ (green) resort.

Strategija energetike za potrebe razvitka Palića je od iznimne važnosti, s obzirom na predloženu orijentaciju ka „zelenim“ rješenjima. U tom smislu, predlažemo ostvarenje sljedećih ciljeva:

1. Osiguravanje energetske sigurnosti po održivim cijenama;
2. Osiguravanje visokog standarda energetske efikasnosti;
3. Orijentacija ka „zelenoj“ energiji.

Osiguravanje energetske sigurnosti po održivim cijenama je od ključnog značaja, jer je evidentno da Palić u domeni turizma mora temeljiti svoju ponudu na radu tijekom cijele godine, što, s obzirom na klimatske uvjete, znači osiguravanje (relativno) jeftine i pouzdane energije tijekom zimskog razdoblja.

Dosadašnji izvori energije su bili prije svega zasnovani na prirodnom plinu, električnoj energiji, uglju i ložnom drvetu. I pored toga što na području Subotice, odnosno Palića postoje tri hidrotermalne bušotine (dvije na Paliću i jedna u Subotici), korištenje geotermalne energije je (neopravdano) bilo zapostavljeno.

Imajući u vidu procijenjene potrebe za energijom na Paliću, u sadašnjim uvjetima, postojeći geotermalni izvori mogu dati oko 2,5 MW toplinske energije, putem intenziviranja korištenja ovog oblika energije, za manje potrošače se može osigurati dobar i ekonomični izvor potrebne toplinske energije.

Konkretno, korištenjem termalnih crpki bi se snaga sadašnjih bušotina (približna dubina je oko 700 metara, a temperatura vode 48 stupnjeva C) povećala na preko 5 MW toplinske energije, a bušenjem novih izvora (u pitanju su dvije bušotine, od kojih je jedna na 1100 metara, za što su već urađeni potrebni elaborati) se očekuje da se dosegne razinu od preko 10 MW ekonomski povoljne geotermalne energije.

Korištenje bio mase u svrhe zagrijavanja je marginalno. U posljednjih nekoliko godina (počevši od 2011.) počinje intenzivnije korištenje biomase, ali je to daleko ispod mogućnosti kojima Palić i Subotica raspolažu.

U novoj strategiji energetike grada (koja je u izradi), velika pozornost se posvećuje održivim energetske rješenjima:

- Korištenju geotermalnih izvora;
- Korištenju biomase;
- Korištenju bioplina (u pogonu je uređaj za proizvodnju električne energije iz digestora u tretmanu otpadnih voda Subotice na dva agregata snage 250 KW električne energije) i deponijskog plina sa sadašnjeg smetlišta (500 kubičnih metara na sat);
- Korištenje bioplina iz digestiranih biljnih otpada (djelomično i iz planiranih hidroponskih bio-filtara koji su namijenjeni smanjenju nutrijenata u prvom sektoru Palićkog jezera).

U elektrodistributivnom sustavu Subotice su stvoreni uvjeti da i Subotica i Palić imaju tzv. „smart grid“ sustave u funkcioniranju, što distributivni sustav čini iznimno efikasnim. Opskrba električnom energijom iz prijenosnog sustava je veoma pouzdano jer Subotica ima mogućnost tzv. „otočnog rada“, odnosno neovisnog napajanja na visokom naponu sa dvije strane, što praktično jamči sigurnost u opskrbi strujom.

### 6.6.3 Ostala infrastruktura

Pored učinjenih značajnih intervencija u domeni infrastrukture za tretman otpadnih voda, svakako bi trebalo računati na potrebu dodatnih rješenja za potrebe realizacije predloženog koncepta razvitka, osobito u kontekstu izgradnje golf terena i objekata u zapadnoj zoni turističkog prostora. Zaštita kvalitete vode, kao jednog od osnovnih čimbenika turističke ponude, zahtijeva apsolutni prioritet razvitka kanalizacije u okruženju jezera. Pojava koliformnih bakterija ukazuje na izravno dospijevanje fekalnih voda u 4. sektor jezera, i to iz objekata koje se nalaze neposredno uz obalu. Bez obzira na činjenicu da tijela uprave grada prepoznaju ovaj problem, zbog vremenskog razdoblja obuhvaćenog Master planom, značaj razvitka sustava vodovoda i kanalizacije mora biti tretiran na adekvatni način.

Premda je bez adekvatne verifikacije nezahvalno davati procjene ulaganja u infrastrukturu, izvan svake sumnje je da će cjelovita opremljenost područja obuhvata, iziskivati značajna sredstva u predstojećem razdoblju, pogotovu uzimajući u obzir opisani standard opremanja lokacija.

Okvirna procjena za cjelokupno ulaganje u infrastrukturu prema predloženim rješenjima (bez izmještanja dijela Kanjiške ceste i otvaranja izravnog ulaza u resort s autoceste E-75) je na razini oko 15 milijuna eura (u prve dvije faze realizacije plana).

## 6.7 RAZVOJNI PROJEKTI

### 6.7.1 REGIONALNI INSTITUT ZA ZDRAVLJE I SREĆU – EUDAIMONIA INTEGRATED MEDICAL & WELLNESS COMPETENCE CENTER<sup>8</sup>

#### OPIS KONTEKSTA PROJEKTA



Imajući u vidu temeljnu viziju, kao i prijedlog razvitka turističkog proizvoda Zdravstvenog turizma za Palić, jedan od ključnih razvojnih projekata za uspješnu diferencijaciju destinacije, njeno tržišno pozicioniranje i osiguranje dugoročne prepoznatljivosti i opstanka na tržištu jest osnutak Regionalnog instituta za zdravlje i sreću – Eudaimonia Integrated Medical & Wellness Competence Center.

Radi se o tomu da Palić svoju tržišnu poziciju mora temeljiti na uspješnoj kombinaciji ponude i medicinskih i wellness programa, odnosno u sinergijskom djelovanju koncepta *destination* i *medical spa*.

Bit medicinskih programa čine integrirani anti stres, anti aging, tretmani gojaznosti i druge procedure usmjerene ka preventivnom pristupu, temeljene na suvremenim medicinskim stavovima i tehnologijama u cilju rane dijagnostike, korekcije, ili uklanjanja postojećih faktora zdravstvenog rizika.

U tom smislu, misija Instituta je *sačuvati i unaprijediti zdravlje* (odnosno, prevencija bolesti).

Jedna od polaznih točaka osnivanja ovakve institucije je utemeljenje da se održavanje kvalitete života, vitalnosti i dobrog subjektivnog osjećaja može ostvariti komuniciranjem i isporukom takvih programa, kojima će se usvojiti aktivni životni stil – pravilna prehrana, redovito vježbanje, suplementacija prirodnim dodacima, detoksikacija, kontrolirani / aktivni odmor, kvalitetno spavanje i, najvažnije, preuzimanje vlastite odgovornosti za zdravlje, sreću i perspektivu.

U opisu razvitka turističkog proizvoda za Palić, jasno je naznačeno da je ključ uspjeha **razvitak specifičnih, jedinstvenih, lako primjenljivih, tržišno prepoznatljivih programa** kojima se postiže cilj samospoznaje i usmjerenja ka dostizanju stanja sreće, kao vrhunskog oblika zdravlja svakog pojedinca.

Kao ključni globalni faktor rizika po zdravlje pojedinca, identificirana je hipokinezija (nedovoljna tjelesna aktivnost), koja je postala dominirajuća konstanta suvremenog životnog stila. U pitanju je „skriveni“ faktor rizika za zdravlje i podjednako pogađa djecu, odrasle i starije. Glavni je krivac lošije kvalitete života, suvišnog razbolijevanja i preranog umiranja.

Prema podacima Svjetske zdravstvene organizacije, više od polovice europske populacije ne dostiže osnovne preporuke zdravih navika tjelesne aktivnosti. Čak 41% Europljana se ne bavi ni rekreacijom ni sportom (istraživanje iz 2013.).

Dodatno, postoji prepreka za privlačenje ogromne tražnje – osiguranika stranih osiguravajućih kuća za zdravstveno osiguranje. Ovo je posebno problematično kada se radi o razvitku usluga u domeni medicinskog

<sup>8</sup> Horwath HTL je koncept Instituta razvio na radionici s predstavnikom Radne skupine Naručitelja Master plana Palić 2015., gospodinom Miljanom Vuksanovićem i stručnim suradnikom prof. dr. Radosavom Dragojevićem, a sukladno njegovoj prezentaciji „Medical Spa centar Palić“. Koncept podrazumijeva ostvarivanje misije Instituta prema suvremenim trendovima u zdravstvenom turizmu i osigurava infrastrukturu za efikasne odgovore na izazove razvitka ovog specifičnog i osjetljivog turističkog proizvoda.

turizma - u medicinskom turizmu, usluge koje su donekle prepoznate kao međunarodno konkurentne, osobito u regionalnom kontekstu su uglavnom u području dijagnostike, stomatologije i oftalmologije, dok se u posljednje vrijeme, za tržište Srbije, razvija ponuda i u plastičnoj kirurgiji. Sofisticiranije medicinske intervencije, iako postoji relativno velika baza liječnika specijalista i državnih institucija s dugom tradicijom, još uvijek nisu ozbiljnije komercijalizirane na inozemnom tržištu. Razlozi nedovoljne komercijalizacije navedenih lječilišnih usluga su: mali broj specijaliziranih privatnih ambulanti i klinika, neuređen zakonski okvir, visoki standardi kvalitete u ovom području, zaštita ino pacijenta, skupa sofisticirana oprema. Istodobno, država se vrlo pasivno postavlja prema mogućnosti izlaska ovih usluga na međunarodno tržište, što se najviše ogleda kroz nepostojanje strategija ili planova orijentiranih na internacionalizaciju zdravstvenih usluga. Imajući navedeno u vidu, možemo zaključiti da osim u slučajevima najjednostavnijih procedura poput dijagnostike, stomatologije, a djelomično i oftalmologije i plastične kirurgije, trenutno ne postoji adekvatna ponuda koja bi mogla biti konkurentna na svjetskom ili europskom tržištu i u smislu međunarodno standardiziranih usluga. Kada se promatra regionalno tržište, može se konstatirati da postoji određena razina konkurentnosti dijela ovih usluga, s obzirom na postojanje određenih razlika u razini, kvaliteti i cijeni ovih usluga u državama regije. Također, postoje određene specifičnosti koje treba posebno imati u vidu, poput činjenice da građani Republike Srpske imaju pravo liječenja u svim državnim medicinskim ustanovama u Srbiji koje pokriva osnovno zdravstveno, ili vrlo restriktivnih zakona u Republici Hrvatskoj kada je u pitanju npr. izvantjelesna oplodnja. U tim segmentima, moguće je imati značajniji rast penetracije na regionalnim tržištima koristeći konkurentne prednosti i navedene distorzije.

Postojeći sustav nacionalnog zdravstvenog osiguranja u značajnoj mjeri limitira rast ovog tržišta, imajući u vidu da ni jedna od država nije omogućila pokrivanje, odnosno refundiranje troškova liječenja u drugim državama po izboru korisnika zdravstvenih usluga, osim u slučaju pružanja hitne medicinske njege, koju opet prati relativno komplicirana administrativna procedura, propisana međudržavnim sporazumima koji reguliraju ovo područje.

Na kraju, važno je napomenuti da većina zemalja u Europi posjeduje prirodne potencijale za razvitak zdravstvenog turizma, ali da njihov uspjeh ovisi o njihovoj sposobnosti i kapaciteta da odgovore zahtjevima tržišta i razviju međunarodno konkurentne proizvode zdravstvenog turizma.

## KONCEPT



Početni korak u dugoročno održivom razvitku proizvoda zdravstvenog turizma na Paliću u njegova tržišnog priznavanja je osnivanje Regionalnog instituta za zdravlje i sreću, kao svojevrsnog centra izvrsnosti / competence center-a koji se bavi suštinskom izradom inovativnih programa za potrebe ciljnih skupina, a na temelju resursa Palića.

Cilj je da se kroz rad ovakve organizacije isporučuje ne samo programi, već i prateći standardi, otvore mogućnosti za razvitak mreže pružatelja usluga u domeni medical spa i wellness-a, ali i da se osiguraju institucionalne pretpostavke i kanali distribucije za dobro utemeljene i definirane programe zdravlja i sreće.

Imajući u vidu da postoji solidna resursna osnova za razvitak jednog ovakvog instituta: profesionalni medicinski kadar, veći broj privatnih ordinacija i klinika, zdravstvene državne institucija, potrebno je udružiti snage, znanje i resurse u cilju uspješne artikulacije interesa svih zainteresiranih strana i osiguravanja jasnog nastupa na međunarodnom tržištu ovih usluga.

Institut treba okupiti vodeće stručnjake iz područja medicine, industrije zdravlja, wellness i spa turizma, kao i iz drugih srodnih djelatnosti, a koji svojim iskustvom i znanjem žele izgraditi osnovu za razvitak proizvoda zdravstvenog turizma na Paliću.

U fokusu rada Instituta u početnoj fazi bi trebali biti:

- 1. Inovativni programi za očuvanje i unaprjeđenje zdravlja**, temeljenih na resursno-atraktivskoj osnovi Palića i okolice, a na temelju raspoloživih kapaciteta. Rad s pojedincima u definiranju „tailor made“ programa za postizanje ciljeva samospoznaje i usmjerenja ka jačanju vlastitog zdravlja i



dostizanja sreće – ogledni primjeri za identifikaciju i postavljanje različitih tipova programa;

2. **Razvitak resursnog centra** za potrebe jačanja znanja u domeni zdravstvenog turizma, know-how-a za standardizaciju kvalitete, za uspostavljanje veza i suradnje sa sličnim organizacijama i institucijama u Europi i svijetu, kao i za praćenje suvremenih trendova na globalnom tržištu u domeni zdravstvenog turizma;
3. **Certifikacija tipova usluga, akreditiranje pružatelja usluga** sukladno relevantnoj europskoj i svjetskoj praksi – u komparativnoj praksi standardizaciju kvalitete vrše različite asocijacije koje razvijaju vlastite „pečate kvalitete“ (u Njemačkoj je to „Die Kur“, u Britaniji postoji sustav akreditacije za spa centre s pečatom kvalitete „Wave of Excellence“), pri čemu je za potrebe razvitka Instituta najznačajnija praksa Europske udruge spa centara, koja je razvila međunarodne certifikate kvalitete *EUROPESPA med* za medical spa centre i *EUROPESPA wellness* za spa hotele, wellness hotele, termalne spa centre i dnevne spa centre.

U drugoj fazi, bilo bi iznimno važno da se osigura dugoročno održiva koordinacija između različitih stakeholdera koji pružaju usluge u zdravstvenom turizmu na Paliću, kao i da se kontinuirano prati i podiže kvalitet usluga koje se nude tržištu:

4. **Formiranje klastera pružatelja usluga u medicinskom turizmu** u odnosu na koji bi institut djelovao kao facilitator procesa osnivanja, ključni resursni centar i, u kasnijoj fazi, jamac očuvanja kvalitete u pružanju usluga;
5. **Uspostavljanje sustava osiguranja kvalitete usluga u zdravstvenom turizmu** kroz različite dopunske sustave certifikacije i draogovljnog označavanja kvalitete (quality labeling);
6. **Zaštita interesa pružatelja usluga u zdravstvenom turizmu** – priprema prijedloga i lobiranje za izmjene i dopune postojeće zakonske regulative i otvaranje mogućnosti suradnje s osiguranicima stranih kuća za zdravstveno osiguranje u tuzemstvu i inozemstvu;
7. **Kontinuirano obrazovanje i obuka** – u cilju postizanja izvrsnosti u pružanju usluga u domeni usluga zdravstvenog – medicinskog i wellness turizma.

## PRETPOSTAVKE

- Neophodna raspoloživost medicinskih i drugih stručnih kadrova za pokretanje osnivanja Instituta;
- Odgovarajući prostor na Paliću;
- Tehnička pomoć i potpora Grada Subotice i pokrajinskih i nacionalnih institucija / organizacija koje se bave razvitkom turizma

## PRIMJER AKTIVNOSTI / SEGMENTATA

- Kreiranje i razvitak programa za zdravstvene i spa i wellness proizvode i strategija za prevenciju i rehabilitaciju za stanovnike Srbije i regije;
- Razmjena znanja, primjera najbolje prakse i know-how-a;
- Praćenje i analiza stanja zdravstvenih i spa centara u komparativnoj praksi;
- Uspostavljanje, promicanje i unaprjeđenje standarda u zdravstvenim i spa centrima na području djelovanja;
- Definiranje i usklađivanje trening programa i tečajeva i uspostavljanje osnove za profesionalnu strukturu u isporuci željenog proizvoda;
- Uspostavljanje okvira za zajedničke marketinške aktivnosti članova medicinskog klastera
- Certifikacija u suradnji s relevantnim europskim i svjetskim asocijacijama na temelju definiranih kriterija za: sustav upravljanja i usklađenost, opskrba lokalnim ljekovitim faktorom, terapije, tretmane, bazene i wellness; smještaj, kuhinja, sadržaje aktivnosti i rekreacije, kao i opće okruženje.

## KLJUČNI TRŽIŠNI SEGMENTI

- Najširi mogući spektar korisnika – djeca, odrasli i stariji – svi imaju potrebu za dugoročnim očuvanjem zdravlja;

- Programi su prvenstveno usmjereni ka pružateljima usluga u zdravstvenom turizmu – hotelima, spa centrima, specijalnim bolnicama / sanatorijima, privatnoj medicinskoj praksi, centrima za holističku i istočnjačku medicinu, itd.

#### **SADRŽAJI**

- Savjetodavni centar za certificirane programe očuvanja i unaprjeđenja zdravlja (programi mogu biti opći ili „tailor made“ za specifičnog korisnika);
- Centar za standardizaciju i pomoć pri internacionalnoj certifikaciji;
- Centar za osiguranje kvalitete i označavanje kvalitete (u ovisnosti o primijenjenom razvijenom programu);
- Resursni centar;
- Centar za edukaciju i trening;
- Zajednički marketing Instituta i članica klastera medicinskog turizma (u suradnji s destinacijskim menadžment / marketinškim organizacijama).

#### **REDOSLIJED AKTIVNOSTI**

- Osnivanje Instituta od strane pojedinaca i organizacija / institucija
- Priprema i donošenje programa rada
- Početak realizacije

#### **TIP JAVNE POTPORE PROJEKTU**

- Poticajna sredstva za razvitak konkurentnosti u turizmu iz tuzemnih javnih fondova
  - Programi prekogranične suradnje
  - Programi potpore unaprjeđenju javnog zdravlja iz EU fondova i fondova bilateralnih donatora
  - Europski programi potpore jačanju konkurentnosti turizma
-

## 6.7.2 EKO – TURISTIČKI PARK PALIĆ - LUDAŠ

### OPIS KONTEKSTA

Pitanje odgovornog i održivog turističkog razvitka podrazumijeva razvitak turizma koji ne remeti prirodnu sredinu i okoliš. Održivi razvitak omogućava stavljanje prirodnih resursa u funkciju turizma kroz različite aktivnosti, programe edukacije, radionice za zaštitu i unaprjeđenje okoliša i posebno visoko vrijednih zaštićenih prirodnih prostora. Bit ovih programa je da se na dugoročno stabilnoj osnovi osiguraju izvori financiranja za zaštitu i unaprjeđenje prostora na kojemu se razvija turizam, kroz razvitak turističke infrastrukture i suprastrukture, kao i odgovarajućih sadržaja i programa. Svi naponi destinacijskog menadžmenta trebaju biti orijentirani ka doživljaju, nezaboravnom iskustvu boravka u destinaciji.

Jedan od zadataka izrade Master plana Palić 2015. bio je da se osmisle sadržaji i daju preporuke za tzv. Brončani krug. Uz prethodno navedene programe, razvojne projekte, imajući u vidu karakter područja, ovaj program daje mogućnost za kvalitativno unaprjeđenje ponude u obuhvatu Master plana. Mora se naglasiti već postojeće zalaganje i orijentiranost upravitelja zaštićenih područja da bogatstva predstavi najširoj javnosti organiziranjem odgovarajućih događaja i vođenih tura.

Imajući u vidu ukupne površine na području Općine Subotice koje su označene kao specijalni rezervati prirode, kao i zone zaštite na samom jezeru Palić, jasno je da se daljnje očuvanje prirodnih resursa (flore i faune) ne smije dovesti u pitanje, ali da ih je u daljnjem razvitku neophodno uzeti u obzir kao bitne resurse koji se stavljaju u funkciju turizma. Ovaj proces predstavljanja prirodnih resursa, relevantnim tržišnim nišama, u svakom trenutku se temelji na principima održivosti okoliša, ekonomske i socijalne.

SRP Ludaško jezero stavljeno je pod zaštitu radi očuvanja ekosustava vlažnih staništa pješčarskog i stepskog prostora sa visokim predionim i specijskim diverzitetom, reliktnom stepskom zajednicom i biotopom rijetkih vrsta flore i faune. Teritorija Ludaškog jezera je mjesto okupljanja i boravka migracijskih vrsta ptica, zbog čega ima međunarodni značaj. Vlažne poplavljenе livade i samo jezero, na proljeće su mjesto razmnožavanja brojnih vodozemaca, kao što su: mali i veliki mrmoljak, barska žaba, obična češljarka, zelene žabe i zaštićena barska kornjača. Najpoznatija riba Ludaškog jezera bila je zlatni karaš. U jezeru živi oko dvadeset vrsta riba od kojih i zaštićeni čikov. Što se tiče ptica, najpoznatiji predstavnici su ptice močvarice, zbog čijeg prisustva je ovo područje upisano na listu močvarnih područja od međunarodnog značaja. SRP Selevenjske pustare stavljen je pod zaštitu kao posebna prirodna vrijednost koju čini visoka raznolikost staništa ravničarskog tipa predjela sa mozaičko raspoređenim životnim zajednicama stepskog, slatinskog, pješčarskog i močvarnog karaktera koje su specifične za ovo područje, kao i iznimno visoki stupanj florističkog diverziteta sa značajnim brojem najugroženijih vrsta izvorne panonske flore i faune.



### KONCEPT

Eko-turistički park predstavlja zaokruženu turističku cjelinu, koja kombinira pojedinačna iskustva – promatranje ptica, ribolov, pješačke staze, edukativne staze, eko kamp, škole prirode, aktivni odmor – u jedinstven paket. Kao cjelovit i kompleksni turistički doživljaj, eko park cilja i najširi segment tržišta, i to posjetitelje koji dolaze u Suboticu i na Palić (uključujući i obitelji s djecom, mlade, školske skupine i sl.), ali i najuže tržišne niše ljubitelja flore i faune. Osnovna vrijednost i doživljaj se temelje na kontaktu s prirodom, odgovorno ponašanje i boravku u prirodi, kao i na programe edukacije.

Bit eko-turističkog parka je da se na zabavni i interaktivni način posjetitelji educiraju o prirodi, flori, fauni, kao i o nastanku i evoluciji ove regije. Uvažavajući današnje trendove, posjetitelji, ali i lokalno stanovništvo, podižu razinu svijesti i znanja o održivosti, ekologiji, značaju područja Paličkog i Ludaškog jezera, kao značajnim resursima i njihovoj zaštiti. U fizičkom smislu, park može imati i dijelove koji izravno promiču odgovorno i održivo ponašanje pojedinaca i društva u cjelini (solarni paneli, tankovi 'sive vode', reciklaža), pored već postojećih objekata za interpretaciju i edukaciju (vizitorski centri).

Postojeća razina infrastrukture se nalazi na početnoj razini, ali daje odličnu osnovu za daljnja unaprjeđenja. Sadržaje oko Ludaškog i Paličkog jezera je poželjno proširiti, u cilju produbljivanja eko-turističkog iskustva i bolje interpretacije resursa.

Eko-turistički park bi trebao sadržavati one zone za istraživanje, igru i zabavu, koje su tematski podijeljene, kao i sve potrebne sadržaje: komercijalne sadržaje ('tržnicu domaće hrane', prodavaonicu lokalnih suvenira i rukotvorina, prodavaonicu s materijalima o parku / kombinirati sa sadržajem salaša i Kućama okusa Palića), ugostiteljske sadržaje (restorane sa zdravom hranom, restorane s lokalnim specijalitetima), kao i sve potrebne servisne sadržaje (parkiralište, sanitarne objekte, i sl.). Osim navedenog, neophodno je uključiti pješačke staze, platforme za sportski ribolov, promatračnice ptica i edukativne staze.

## PRETPOSTAVKE / UVJETI

Razrada prijedloga projekta bi trebala obuhvatiti sljedeće stavke:

- Studiju opravdanosti:
  - Plan investicija: proračun, financiranje, struktura operativnih troškova, kalkulacija novčanog toka, itd.
  - Identifikacija izvora financiranja (javni i privatni sektor) po potrebi
- Master plan (eksterni i interni), uzimajući u obzir tradicionalni stil arhitekture na Paliću (secesija):
  - Pregled osjetljivih zona i utjecaj Eko-turističkog parka na ove zone (I. i II. stupanj zaštite) – kreiranje izbalansiranog prostornog razmještaja i sadržaja koji ne smiju narušavati osjetljive zone;
  - Definiranje i dizajniranje konačnog izgleda Eko-turističkog parka - dimenzije, komponente, tehnički i logistički zahtjevi, zone aktivnosti, pristup različitim transportnim sredstvima (pješače, biciklom, motociklom, automobilom, itd.), parkirališni prostor, interna mobilnost, unutarnja i vanjska oprema, itd.
  - Kreiranje osnovne infrastrukture: opskrba vodom i električnom energijom, tretman otpadnih voda, po održivim / 'zelenim' principima itd.
- Arhitektonski dizajn:
  - Eksterni: parkirališni prostori, označavanje i informacije, ured za prodaju karata, kao i opća mobilnost u okviru centra (prihvatni kapacitet)
  - Interni: dekoracija, oprema, namještaj, osvjetljenje, označavanje, itd.

## PRIMJER AKTIVNOSTI / SEGMENTA

Primjeri zona i aktivnosti koje se mogu kreirati u okviru parka su:

### Zona povijesti i evolucije

- Dio površine parka s pričom o evoluciji područja, s najvažnijim činjenicama koje se vezuju za jezera i zaštićena područja
- Priča o flori i fauni, s posebnim naglaskom na zaštićene vrste, kao i na razloge i činjenicu da se radi o području od međunarodnog značaja za ptice
- Priča o proizvodnji hrane, zdravoj hrani i sl.
- Informativne ploče, edukativne ploče, video prikazi, slike i karte koje prikazuju socio-ekonomski razvitak, i lociraju područja ljudskih aktivnosti, tradiciju, itd.

## Zona prirode

1. Biljni i životinjski svijet: jezera, životinjski i biljni svijet zaštićenih područja
2. Geografija i geologija u trodimenzionalnom prikazu
3. Zaštićena područja
  - a. *Pravila zaštite*: tiskane informacije s općim pravilima zaštite, kao i pravilima ponašanja u tim područjima, pravilima kretanja
  - b. *Specifične karte područja*: staze, itinerari, izletni punktovi, mjesta za odmor, mjesta za aktivnosti, kontakt s prirodom, itd.
4. Održivost i briga o prirodi
  - a. *Priroda i ljudi*: način održive uporabe prirodnih resursa, odgovorno ponašanje
  - b. *Prirodno okruženje* – karakteristike eko sustava, značaj za prirodnu ravnotežu

## Zona aktivnosti

1. Tradicija i obrti - poljoprivreda, ribolov, stari zanati (obrti), itd.
2. Lokalna tradicija – gastronomija, tradicionalni načini proizvodnje, manufaktura, folklor i običaji
3. Tržnica lokalne hrane
4. Kreiranje piknik zone u Eko parku
  - a. Informacije i prodavaonica s hranom, pićem i ostalim potrepštinama za piknik
  - b. Punktovi sa stolovima i stolicama i mjestima za piknik

## KLJUČNI TRŽIŠNI SEGMENTI

Eko-turistički park je atraktivan za sve posjetitelje destinacije i predstavlja nezaobilaznu točku posjeta, a posebno je fokusiran na obitelji, djecu, mlade, školske skupine, studente, studentske skupine, kampere, skupine promatrača ptica, sportske ribolovce i slično. Jasno je da postoje dva glavna segmenta. Prvi se odnosi na usko profilirane segmente kao što je promatranje ptica. Oni su kvantitativno promatrano mali, ali ih karakterizira dulje zadržavanje i veća potrošnja. Imaju specifične potrebe, ali glavni motiv putovanja im je jedinstven kontakt s prirodom. Druga kategorija turista je znatno masovnija, ali ih karakterizira kraće radzoblje zadržavanja.

## SADRŽAJI I KAPACITETI

### 1. Područja

- **Prostor za parkiranje automobila i autobusa**
- **Vizitorski centar (sa prodavaonicom):**
  - Prodaja ulaznica
  - Prodaja specijaliziranih izdanja knjiga, magazina, novina, itd.
  - Izlaganje besplatnih brošura i karta
  - Prodavaonica lokalnih suvenira, kao i modernih suvenira
  - Prodajna izložba lokalnih ruktvorina
  - Prodaja tuzemnih gastronomskih proizvoda
- **Prostor s različitim zonama parka (otvoreni i zatvoreni prostori):**
  - Predvorje i recepcija s informacijama, uslugama vodiča, garderobom, itd.
  - Različite zone:
    - Zona evolucije
    - Zona prirode
    - Zona aktivnosti
  - Sobe za radionice, prezentacije, seminare, itd.
  - Sanitarne prostorije
  - Prodavaonica
  - Osvježenje i hrana

## 2. Usluge

- a. Posjeti s vodičem na različitim jezicima (srpski, mađarski, talijanski, njemački, engleski, itd.)
- b. Kratki tečajevi o jezerima, biodiverzitetu, održivosti, zdravoj hrani, itd.
- c. Tržnica domaće hrane – s lokalnim, organskim proizvodima
- d. Restoran i bar s raznovrsnom ponudom jela i pića

## 3. Primarna i sekundarna signalizacija i označavanje

- a. Primarno označavanje od glavne prometnice pri ulasku na područje Palića i Ludaša s oznakama glavnih atrakcija i aktivnosti destinacije
- b. Sekundarno označavanje na prometnicama pri ulasku u područje općine (u ovisnosti o lokaciji parka), s jasnim znakovima za segmente Eko-turističkog parka

### REDOSLIJED AKTIVNOSTI

Sve aktivnosti bi trebao koordinirati JP Palić Ludaš kao upravitelj zaštićenih prirodnih područja, ali bi organiziranje aktivnosti / doživljaja trebalo prepustiti destinacijskim menadžment kompanijama.

Redoslijed aktivnosti se odnosi na:

- Pripremu planske dokumentacije;
- Pripremu projektne i tehničke dokumentacije za pojedine dijelove eko-turističkog parka;
- Odgovarajuću administrativnu proceduru – dobivanje dozvola;
- Početak realizacije;
- Menadžment resursa.

### TIP JAVNE POTPORE PROJEKTU

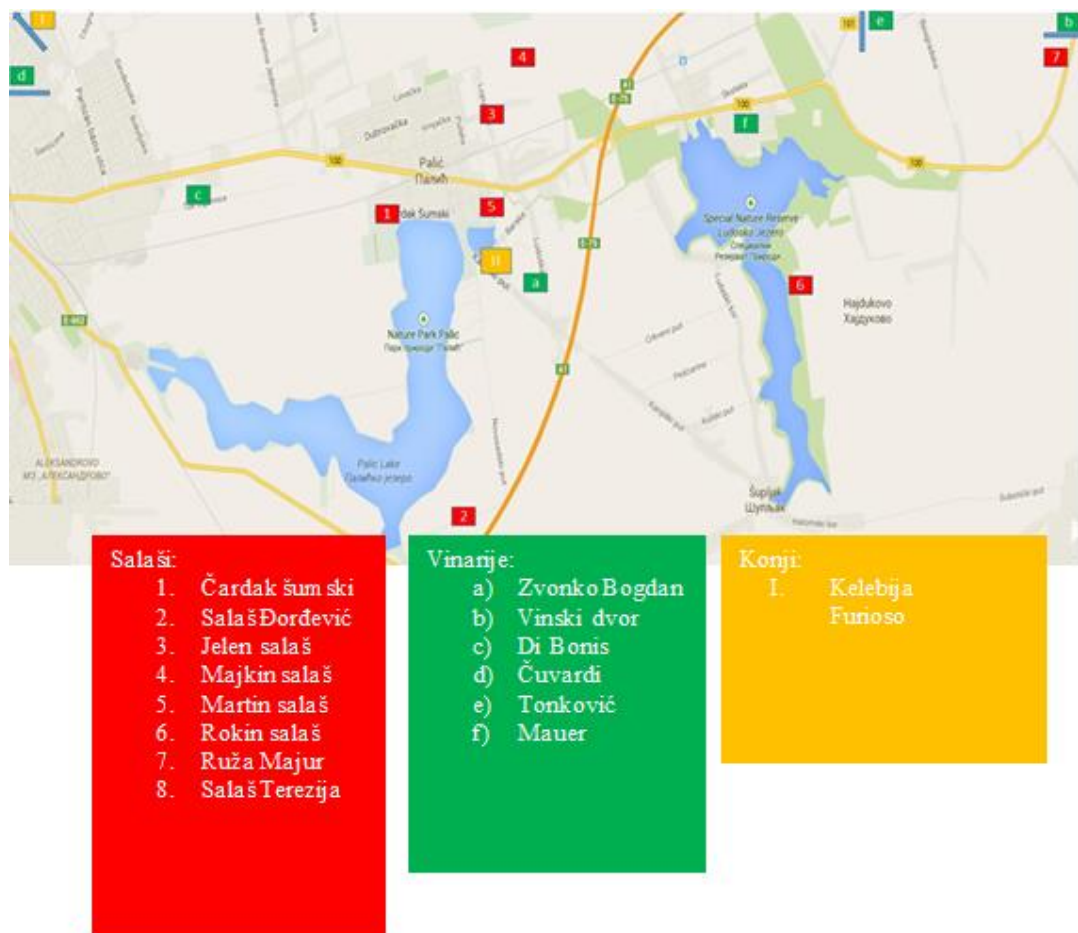
- Različiti programi poticaja, kreditne linije za unaprjeđenje eko infrastrukture i sl.
  - Partnerstvo u prekograničnim i međunarodnim projektima (prekogranična suradnja s Hrvatskom i Mađarskom, projekti Dunavske strategije, Jadransko-jonske inicijative, sredstva bilateralnih donatora i sl.).
-

## 6.7.3 PALIĆ SALAŠI

### OPIS KONTEKSTA

Tradicionalni život Vojvodine se danas najbolje može iskusiti na salašima. U prethodnom razdoblju, jedan od segmenata turističke ponude koji se dobro razvijao i u velikoj mjeri obogatio turističku ponudu je segment salaša u okolici Palića. Salaši su se razvijali u širem okruženju Palića i Subotice i oni svojom ponudom u velikoj mjeri podižu turističku atraktivnost cijelog područja.

Raspored salaša, i vinarija i ergela danas:



Na gornjoj karti je prikazan raspored postojećih salaša, vinarija i ergela. Ovi centri su razvili adekvatni sadržaj i otvoreni su za posjetitelje i turiste, pa samim tim predstavljaju i iznimno važan element turističke ponude šireg područja Palića. Imajući ovo u vidu, u nastavku dajemo pregled tipičnih sadržaja i mogućih načina na koji se objekti postojeće ponude mogu uklopiti u lanac vrijednosti u turizmu.

Salaši predstavljaju jedinstven set turističkog iskustva temeljenog na ruralnom i pastoralnom doživljaju panonske ravnice i tradicionalne atmosfere vojvođanskog doma. Svojim jedinstvenim arhitektonskim rješenjem, koji čine stambena zgrada i ekonomski objekti, salaši predstavljaju vrijedan resurs, čija revitalizacija i valorizacija u turizmu omogućava lokalnom stanovništvu da ostvaruje dodatni izvor prihoda. U okolici Subotice i Palića već funkcioniра određeni broj salaša, koji tržištu nude različite proizvode i doživljaje. U narednom razdoblju neophodno je raditi na dodatnom jačanju kvalitete ponude, kroz zaštitu i unaprjeđenje tradicionalnih gastronomskih recepata i kulturne interpretacije.

Jedna od mjera unaprjeđenja rada salaša je revitalizacija poljoprivredne proizvodnje na samim salašima, čime se dodaje karika u ukupnom lancu vrijednosti koji se pruža turistima. Integracija u turistički sustav na Paliću je posebno poželjna, imajući u vidu preporuku prelaska na organsku poljoprivrednu proizvodnju u buhvalu Master plana Palić 2015. i kontaktnim zonama. Koncept agroturizma su implementirale sve uspješne destinacije ruralnog turizma (Italija, Austrija, Hrvatska, Japan, itd.).

Dodatno, salaši predstavljaju još jedan kanal za plasman tradicionalnih proizvoda, kroz integriranje u cjelokupni turistički razvitak ovog kraja. Naime, poticanjem udruživanja sitnih proizvođača na području općine Subotica, stvaraju se uvjeti za održivu revitalizaciju proizvodnje tradicionalnih proizvoda, a salaši mogu posjetiteljima ponuditi proizvode iz tradicionalne proizvodnje, čime se podiže ukupni kvaliteta ponude i povećava dostupnost ovih proizvoda turistima. Kritični faktori su dizajn i brendiranje tradicionalnih i organskih proizvoda.



## KONCEPT

Imajući u vidu svjetsku praksu, agroturizam je koncept koji treba usvojiti jer obuhvaća set turističkih usluga koje obuhvaćaju smještaj i servisiranje gostiju u ruralnom (seoskom) okruženju, u okviru kućanstva čija je osnovna aktivnost (djelatnost) poljoprivredna proizvodnja, dok dodatnu aktivnost čine turističke usluge smještaja i prehrane gostiju. Pored osnovnih ugostiteljskih usluga smještaja i prehrane, u kućanstvu se mogu organizirati i ostale turističke usluge (aktivnosti, paket usluga) koje imaju za cilj pružiti gostima mogućnost doživljaja ruralnog i tradicionalnog načina života. Vlasnik salaša, poljoprivrednog kućanstva živi sa svojom obitelji u posebnoj objektu, dok se za receptivne usluge u turizmu koristi višak prostora u okviru salaša. Na ovaj način gost je tijekom svog boravka u permanentnoj i direktnoj interakciji s domaćinom i njegovom obitelji, i ima se priliku iz prve ruke upoznati s običajima, tradicijom, načinom i kulturom života, kao i poljoprivrednom proizvodnjom, tipičnim proizvodima i lokalnom gastronomijom.

Usluge smještaja mogu se nuditi u sobama, apartmanima, ili posebnim objektima. U ovisnosti o razvijenosti, gosti se mogu uključiti u svakodnevne poslove oko održavanja salaša i poljoprivredne proizvodnje, čime se pravi korak dalje u uključivanju gostiju / isporuci kompletnog turističkog iskustva.



## PRETPOSTAVKE / UVJETI

Iskorištavanje postojećih objekata, čiji kapaciteti se privode namjeni, tako da se ne vrši pritisak na predjel, gradnjom novih struktura. Ovim načinom se kreira osnovni element turističke ponude na salašu, smještajni



kapaciteti.

- Poželjno je da je riječ o poljoprivrednom kućanstvu (usmjerenog ka proizvodnji tradicionalnih / tipičnih proizvoda), ili je, tamo gdje ne postoji, potrebno (djelomično) revitalizirati segment poljoprivredne proizvodnje na samom salašu;
- Plasiranje vlastitih proizvoda (ili proizvoda manjih lokalnih proizvođača u susjedstvu) kroz turističke usluge: usluge prehrane, i/ili direktna prodaja u okviru kućanstva;
- Uređenje i očuvanje kućanstva sukladno povijesti i baštini (ambijentalna arhitektura i opremanje), kao i prilagodba turistima (kroz različite oblike interpretacije i vođenja);
- Uređena okolina salaša, kako bi se omogućio autentični doživljaj pastoralnog načina života;
- Konfekcioniranje proizvoda proizvedenih na kućanstvu („turistička“ pakiranja) i prodajni punkt proizvoda proizvedenih u kućanstvu (poseban prostor u kućanstvu uređen kao prodajni punkt s proizvodima iz vlastite proizvodnje);
- Ukoliko kućanstvo nudi usluge prehrane za goste izletnike (skupine koje se u kućanstvu zadržavaju par sati) potrebno je organizirati posebni prostor za usluživanje obroka;
- Osigurano parkiralište.

### PRIMJER AKTIVNOSTI / SEGMENTA

Paketi tradicije – kreiranje paket programa koje pored noćenja obuhvaćaju i lokalne aktivnosti, kao što su spremanje zimnice, pravljenje kolača, branje lokalnog voća i povrća, itd.;

- Lokalne slave, festivali i razne kreativne radionice počevši od gastronomije do izrade raznih proizvoda
- Stari obrti – u suradnji s lokalnim udrugama i kulturnim društvima;
- Dodatne aktivnosti za goste u obliku turističkih tura: - organiziranje tematskih itinerera za goste: pješaćenje, biciklizam, sportovi u prirodi, kulturni itinereri, ceste vina, ergela konja, itd.

### KLJUČNI TRŽIŠNI SEGMENTI

- obitelji s djecom (30 - 55 godina);
- bračni parovi (35 - 75 godina);
- poslovni gosti;
- vrtići, škole, (u cilju edukacije);
- udruge (ljubitelji prirode, udruge za aktivnosti na otvorenom, gastro udruge, ljubitelji starina, ribolovci, itd.);
- dnevni izletnici (zadržavaju se u mikrodestinaciji od 4 do 8 sati);
- vikend posjetitelji.

### SADRŽAJI I KAPACITETI

- smještajne jedinice mogu biti organizirane kao zasebne sobe, apartman, kuća ili kamp (u zavisnosti od veličine prostora i ciljnim grupama kojima su namijenjene);
- smještajni kapacitet apartmana ne veći od 5 osoba; smještajni kapacitet kuće ne veći od 8 osoba;
- jednokrevetna soba ne manja od 10 m<sup>2</sup>, ne računajući površinu kupatila (poželjno 15 m<sup>2</sup>); dvokrevetna soba ne manja od 15 m<sup>2</sup>, ne računajući površinu kupatila (poželjno 20 m<sup>2</sup>);
- svaka soba mora imati svoju kupanicu (na svakih 4 osobe u apartmanu i kući potrebno je jedno kupatilo);
- arhitektura i vanjsko uređenje sukladno tradicionalnoj arhitekturi okolice Subotice;
- bazen (ukoliko je dvorište kućanstva veća od 1.000 m<sup>2</sup>)
- smještajne jedinice, sanitarni prostori kao i prostori za usluživanje jela i pića su prilagođeni i osobama sa specijalnim potrebama.

## REDOSLIJED AKTIVNOSTI

Za postojeće salaše:

- Programi obuke / radionice za specijalizaciju ponude na salašima;
- Programi obuke za animaciju i rad s djecom.

Za nove salaše koji se uključuju u turističku ponudu, rekonstrukcija objekata za turističku namjenu:

- Izrada studije izvodljivosti;
- Priprema arhitektonskih projekata po standardima definiranim za ovakvu vrstu objekata;
- Dobivanje potrebnih dozvola;
- Početak realizacije.

## TIP JAVNE POTPORE PROJEKTU

Poticaj razvitku poljoprivredne djelatnosti;

Poticaji za razvitak malog poduzetništva;

Programi poticajnih mjera:

- Krediti za ulaganja u obnovu starih (postojećih) salaša sagrađenih sukladno izvornoj, tradicionalnoj i ambijentalnoj arhitekturi;
  - Krediti za ulaganja u manje objekte za smještaj;
  - Programi kreditiranja seoskog turizma.
-

## 6.7.4 OKUSI PALIĆA – VINO I HRANA

### OPIS KONTEKSTA

Subotica i Palić su već prepoznati kao destinacije s razvijenom ponudom vinskog turizma. Vinska cesta je dobro označena i određeni broj proizvođača je izravno uključen u ukupnu ponudu, a TZ Subotica je u značajnoj mjeri uključena u aktivnosti razvitka, vođenja i promocije ovog turističkog resursa. U daljnjoj razradi koncepta, jedan od ključnih faktora uspjeha ovog turističkog proizvoda je prilagodba postojećih kapaciteta novim zahtjevima tržišta. Načini prilagodbe su prikazani u nastavku.

Neophodno je da destinacija dalje radi na uvođenju, standardizaciji i unaprjeđenju ponude **Okusa Palića**, kako bi se jedinstvenost destinacije jasno iskomunicirala, i kako bi destinacija u duljem vremenskom razdoblju očuvala svoju poziciju na tržištu. Ovakvim inicijativama je svakako potrebno pružiti dodatnu potporu u smislu poticaja kao i u smislu eventualne edukacije / smjernica za bolje organiziranje i usklađivanje sa standardima strukturiranja ovakve ponude.



### KONCEPT

Kuća okusa Palića predstavlja kućanstvo gdje je proizvodnja vina / poljoprivredna proizvodnja osnovna djelatnost, a koja je usmjerena ka profesionalizaciji proizvodnje jednog ili najviše dva tipična proizvoda. U najvećem broju slučajeva, riječ je o usitnjenim proizvođačima. Kućanstvo je specijalizirano za konkretnu proizvodnju nekog proizvoda (vina, rakije, med, sir, suhomesnati proizvodi, voće, tradicionalne slastice, itd.). Proizvodi se konfekcioniraju (pakiraju), pa se pored izravne prodaje na mjestu proizvodnje organizira i turistička usluga degustiranja proizvoda koja se naplaćuje u za to organiziranom prostoru. Prodaja se može raditi i preko salaša i vizitornih centara destinacije. U kućanstvu ne postoje smještajni kapaciteti već se nude isključivo usluge degustacije i prodaje tradicionalnih proizvoda. Degustacija se može organizirati za do maksimalno 50 osoba odjednom i ne mogu im se nuditi topla jela (kuhana jela kao u agroturizmu) već samo naresci. Osim degustiranja, ukoliko uvjeti dopuštaju, iskustvo spremanja tradicionalnih proizvoda se također može ponuditi turistima.

Kuće okusa stvaraju mrežu punktova raznih tipičnih proizvoda u destinaciji koji se mogu pribaviti izravno od proizvođača.

Prosječni boravak posjetitelja - izletnika: 1 - 2,5 sati

### PRETPOSTAVKE / UVJETI

- Specijalizirana poljoprivredna proizvodnja;
- Neposredna prodaja proizvoda u mjestu proizvodnje (prodajni punkt) - proizvedeno i prodano u kućanstvu;
- Pakiranje proizvoda;
- Organiziranje turističkog paketa (prezentacija, upoznavanje s tradicijom, degustacija, kupovina);
- Autentičnost objekta i bliskost s prirodnim okruženjem;
- Očuvanost okoliša;
- Parkiralište;
- Radno vrijeme - otvoreno za sve goste (nije neophodno najaviti dolazak);

- Odgovarajući tehnički i sanitarno - higijensko uvjeti;
- Standardi čuvanja hrane i pića.

#### PRIMJER AKTIVNOSTI / SEGMENTA

- Upoznavanje s procesom proizvodnje i kapacitetima;
- Obilazak vinograda, voćnjaka ili mjesta proizvodnje hrane;
- Upoznavanje s karakteristikama proizvoda;
- Mali tečaj degustacije za skušine;
- Profesionalni tečajevi degustacije za manje skupine – do 10 osoba;
- Etno zbirka;
- Bio (ekološka) proizvodnja – obvezna organska proizvodnja i primjena agro-ekoloških mjera u obuhvatu master plana.

#### KLJUČNI TRŽIŠNI SEGMENTI

- Gosti koji već borave u destinaciji (neophodno postojanje marketinškog alata u samoj destinaciji koji bi upućivali goste);
- Vinski turisti (profesionalni gosti);
- Poslovni gosti (kao dio insentiv i prije/post kongresnih aktivnosti);
- Grupe (studijske, prijatelji, itd.);
- Gosti koji dolaze zbog tura;
- Individualni gosti;
- Dnevni izletnici (zadržavaju se u destinaciji oko 8 sati).

#### SADRŽAJI I KAPACITETI

- Uređen okoliš i pristup prostorima za degustaciju;
- Posebni prostor organiziran za degustiranje, uređen prema ambijentalnim i elementima tradicionalne arhitekture;
- Adekvatni pribor i oprema za degustiranje (osobito za vino);
- Prostor prilagođen osobama s posebnim potrebama;
- Stolovi i stolice umjesto klupa;
- Osigurano parkiralište;
- Mokri čvor.

#### REDOSLIJED AKTIVNOSTI

Za postojeće salaše:

Standardizacija i uspostavljanje sustava osiguranja kvalitete proizvoda;

Kreiranje brenda *Okusi Palića – Tastes of Palić* (ili Taste Palić – ovo shvatiti samo kao jednu ideju, neophodno je uraditi detaljni koncept i uputu).

Za nove sadržaje / prenamjene prostora:

Priprema arhitektonskih projekata po standardima definiranim za ovakvu vrstu objekata;

Dobivanje potrebnih dozvola;

Početak realizacije.

#### TIP JAVNE POTPORE PROJEKTU

- Poticaji za razvitak malog poduzetništva
- Programi poticajnih mjera, npr.:
  - Krediti za ulaganja u obnovu starih (postojećih) salaša sagrađenih sukladno izvornoj, tradicionalnoj i ambijentalnoj arhitekturi

- Krediti za ulaganja u manje objekte za smještaj
  - Programi kreditiranja ruralnog turizma / mjere diversifikacije ruralne ekonomije iz programa IPARD
  - Pomoć pri izradi prostorno planske dokumentacije / projektno-tehničke dokumentacije:
    - geodetska podloga
    - pravna potpora
    - financijska potpora pripremi projekta
-

## 6.7.5 DJEČJI, OMLADINSKI I OBRAZOVNI TURIZAM

### OPIS KONTEKSTA

Kategorije dječjeg i omladinskog turizma u Srbiji su dobile svoje značenje tek kroz angažiranje Klastera obrazovnog turizma, kao i prethodno definiranih programa u okviru projekta *Održivi turizam za ruralni razvitak*. Opisani programi su koncipirani i predstavljeni u suradnji s Klasterom obrazovnog turizma Srbije, a trebalo bi da ponude dodatne programe i sadržaje u odnosu na već postojeću turističku infrastrukturu i suprastrukturu i sadržaje<sup>9</sup>.

Palić posjeduje imidž destinacije za dolazak obitelji, jer ima ponudu sadržaja za djecu i mladež. Djeca i mladi su ti koji za vrijeme posjeta određenoj destinaciji stječu i šire znanja i iskustva, osobne vještine, uspostavljaju kontakte sa svojim vršnjacima. Turizam je sektor koji dodatno unaprjeđuje proces saznanja i učenja, kao novu kvalitetu u obrazovanju.

Ovo je osobito značajno, imajući u vidu postojeće i buduće kapacitete Palića koji su prilagođeni boravk u djece i mladeži (Omladinsko naselje), a koji otvaraju mogućnost razrade i provođenja kvalitetnih

programa koji će kombinirati zabavu i edukaciju (tzv. edutainment) za potrebe izvođenja nastave u prirodi, ekskurzije, kao i druge forme boravka djece i mladeži (obrazovni i sportski kampovi, i sl.). Predložene aktivnosti imaju osobito veliki značaj ukoliko se provode u suradnji s obrazovnim ustanovama u Subotici i na Paliću, jer tako djeca upoznaju područje Palića i Ludaša (kao i drugih zaštićenih prirodnih područja), njihovu povijest, značaj i potencijal. Na taj način se stvara odnos i percepcija ovog iznimnog prostora u svijesti djece i stvara temelj za budućnost turističke destinacije.

U nastavku navodimo neke od mogućih programa koji svoje utemeljenje imaju u dugogodišnjoj praksi.



### Centar otkrića

Vrsta aktivnosti: pasivne, zabava, učenje

Sezona: zima, proljeće, ljeto, jesen

Opis i koncept:

- Centar za otkrića je glavno mjesto gdje je skoncentrirano područje za otkrivanje. Fokusira se na različite vrste obrazovnih objekata i objekata za zabavu u cilju edukacije posjetitelja i buđenja želje u njima za otkrivanjem destinacije
- Pored obrazovnih, ključnu komponentu ovog centra predstavljaju zabavne aktivnosti
- Centar može imati jedan ili više objekata, a opremljen je tehnikom i tehnologijom za provedbu aktivnosti kojima se bavi
- Organizira različite aktivnosti istraživanja prirode, povijesti i kulture, istraživanja iz područja prirodoslovnih znanosti a i izvođenje pokusa
- Jedna od formi je, na primjer, interaktivni muzej vezan za kulturno ili prirodno nasljeđe, ili određena ambijentalna cjelina (npr. Veliki park)
- Cilj centra je da prenese osjećaj nasljeđa;
- Centar predviđa izložbe rađene u metodi scenografije radi poticanja posjetitelja kao i aktivnosti

<sup>9</sup> Za daljnju razradu programa, predlažemo suradnju s Klasterom obrazovnog turizma Srbije (obrazovniturizam.rs). Ilustracije su korištene uz prethodnu suglasnost Klastera obrazovnog turizma Srbije.

prilagođene korisniku i multimedijalne aktivnosti

Moguće aktivnosti:

- Video snimka u 3D ili 4D tehnologiji
- Interaktivne igre
- Igre izgradnje i manipulacije
- Iskustva za djecu
- Izložbe s aktivnim sudjelovanjem posjetitelja rađene u metodi scenografije
- Suvremena umjetnost kao aktivnosti u muzeju

### Začarano jezero

Vrste aktivnosti: pasivne, zabava, učenje

Sezona: proljeće, ljeto, jesen

Opis i koncept:

- Zabavne šetnje i potrage kroz prirodno okruženje da bi se potaknula mašta
- Ovaj koncept nudi avanturističke, zabavne i obrazovne aktivnosti u prirodnom okruženju Paličkog i Ludaškog jezera
- U parku, suradnja s umjetnicima u aktivnostima zabave
- Dio realizacije aktivnosti u Zoo vrtu
- Uporaba prirodnih materijala prilikom izrade

Aktivnosti:

- Scenografije koje potiču djecu da razmišljaju o određenoj temi (legende područja, povijesne osobe)
- Zabavne aktivnosti integrirane u prirodno okruženje (objekti u šumi, konopac, stijena, blato...)
- Uspinjanje uz drvo gdje se otkriva raslinje i pronalaze životinjske vrste / korištenje platformi
- Pojednostavljanje umjetnosti na način da može igrati
- Palić avantura za djecu: orijentacija u prirodi, istraživanje biljnog i životinjskog svijeta koji se može iskoristiti za opstanak u prirodi, orijentiring, potraga za određenim predmetom do kojeg se dolazi rješavanjem unaprijed postavljenih zagonetki, itd.

### Palički centar za reciklažu i umjetnost

Vrste aktivnosti: pasivne, zabava, učenje

Sezona: zima, proljeće, ljeto, jesen

Opis i koncept:

- Održivost u kontekstu okoliša stup je temeljac održivog razvitka turizma na Paliću
- Centar za reciklažu je mjesto koje će okupiti i inicirati reciklažu na širem području Palića
- U njemu se reciklaža i obrazovanje vezano za prirodu prepliću na kreativan način
- Centar za recikliranje je način da se očuva priroda, instrument da se podigne razina svijesti u javnosti i način za umjetničko izražavanje
- Recikliranjem uporabljenih proizvoda, odrasli i djeca, uz pomoć umjetnika, mogu naučiti kako napraviti prava umjetnička djela i kako sačuvati svoj okoliš
- Predmeti za reciklažu uključuju plastiku, papir, boce... sve do drvenih predmeta, željeza
- Mogući načini za reciklažu mogu se pokazati kroz praktične primjere putem kojih se ilustrira briga za okoliš na svakodnevnoj razini

- Mogu se organizirati izložbe umjetničkih predmeta izrađenih od recikliranog materijala, a to mogu biti izložbe u zatvorenom i na otvorenom prostoru (npr. park reciklaže)

Aktivnosti:

- Centar za reciklažu bi trebalo organizirati u suradnji s općim i umjetničkim školama
- To bi mogao biti manji prostor povezan s glavnim objektom vizitorskog centra

### Centar u prirodi za obrazovanje i zabavu za djecu i mladež

Vrste aktivnosti: aktivne, pasivne, zabava, učenje

Sezona: zima, proljeće, ljeto, jesen

Opis i koncept:

- Ova aktivnost je kompatibilna s eko turističkim kampom i provodi se u isto vrijeme
- Radi se o centru za djecu i mladež, u okviru kojeg se organiziraju zabavni programi dok djeca uče o životu u ruralnom okruženju Subotice i Palića
- Ciljna skupina ove destinacije su obitelji, školski razredi i skupine djece
- Sve aktivnosti su interaktivne i koristi se tehnika učenja kroz praksu (rekreativno učenje)

Ovaj centar bi kao aktivnosti mogao ponuditi:

- Obrađivanje vrta, da se nauči kako se uzgaja voće i povrće
- Pokaznu farmu / salaš gdje se uči o životu životinja i na koji način se o njima brinemo
- Interaktivne izložbe vezane za prirodu, salaš, proizvodnju voća, povrća, sira i meda
- Centre za jahanje na konjima i ponijima
- Radionice za ručni rad i slikanje
- Ljetne kampove za školarce i djecu
- Istraživanja šume i neba (popularna astronomija)
- Kako sagraditi kolibu
- Pravljenje alatki od drveta
- Preživljavanje u šumi

### Obrazovni salaš

Vrste aktivnosti: aktivne, pasivne, zabava, učenje

Sezona: zima, proljeće, ljeto, jesen

Opis i koncept:

- Škola na salašu predstavlja mjesto na kojem djeca uče i zabavljaju se i gdje mogu pobjeći od ograničenja u gradu i iskusiti osjećaj slobode i avanture u ambijentu salaša
- Djeca će iskusiti život na salašu i naučiti nešto o osnovnim aktivnostima, kroz obavljanje nekih aktivnosti s farmerima dok u isto vrijeme pohađaju redovite školske aktivnosti
- Ovaj koncept je temeljen na aktivnostima na farmi i praktičnom učenju (Rekreativnom učenju)
- Djeca su grupirana u školi na farmi i sudjeluju u izletima u autentična sela i lokalne farme (salaše) u tom području
- Posebna vrsta farme koja se koristi u obrazovanju naziva se Obrazovna farma (u konkretnom slučaju Palića i okruženja – Obrazovni salaš); njena osnovna svrha je obrazovanje: ona prima djecu iz grada (predškolske dobi i djecu iz osnovne škole) zajedno s njihovim učiteljima radi obrazovanja i zabave. Ove farme pružaju mogućnost smještaja i hrane za djecu (proizvodi sa farme), kao i prostor za učenje i druge aktivnosti za djecu.

Edukativna farma, u principu, sadržava:



### Na farmi

- Jednu pogodnu školsku zgradu:
  - Ona je centar svakodnevnih aktivnosti.
  - Osigurane su učionice za skupine
  - Za djecu iz grada koja su u posjetu, osigurane su rekreativne i, donekle, redovite obrazovne aktivnosti
- Objekt farme je nalik na ambar sa životinjama (živad, krave...):
  - Djeca se mogu igrati u ovom objektu
  - Mogu naučiti kako skrbiti o životinjama
  - Rade u vrtu s povrćem
  - I pripremaju svoj obrok sa sastojcima koje su nabavili iz vrtia i s farmi.

### U području škole na farmi:

Lokalne farme (salaši) i sela u okolici pružaju seoske aktivnosti i iskustva za djecu

- Druge farme: Farma za proizvodnju mlijeka, voća, povrća, meda, tržnica
    - Djeca posjećuju svaku farmu i sudjeluju u aktivnostima na njoj
    - Ona također sakupljaju voće i sudjeluju u proizvodnji sira, meda...
  - Posjet selu
    - Zajedničke aktivnosti za djecu iz grada i djecu sa sela iz obližnjih škola (učenje, zabava, itd.)
    - Radionica za ručni rad i aktivnosti s tradicionalnim obrtnicima u selu: kovač, grnčar, stolar...
-

## 6.7.6 POTICANJE ORGANSKE POLJOPRIVREDNE PROIZVODNJE U OBUHVATU MASTER PLANA PALIĆ 2015.

### OPIS KONTEKSTA

Agro-ekološka potpora je ključni element europske politike ruralnog razvitka. To je jedno od glavnih sredstava za integraciju briga o okolišu u poljoprivrednu politiku. Implementacija efektivnih agro-ekoloških programa ima kapacitete da umanjí, ili u nekim slučajevima i da zaustavi degradaciju biodiverziteta i prirodnih resursa izazvanih intenziviranjem i napuštanjem poljoprivrednih praksi.

U ranijem izlaganju je već detaljno obrazložena potreba zaštite prirodnog nasljeđa u obuhvatu Master plana Palić 2015., kao i potreba za primjenom odgovarajućih agroekoloških mjera koje će osigurati dugoročnu zaštitu i unaprjeđenje stanja Paličkog i Ludaškog jezera. Također, u izradi ovog programa, krenulo se od činjenice da je urađen Akcijski plan razvitka organske proizvodnje na području grada Subotice od 2015. do 2020. godine. Neke od prednosti koje su u spomenutom dokumentu naznačene u korist uvođenja organske poljoprivredne proizvodnje su sljedeće: ne koriste se kemijski – sintetizirani pesticidi; poboljšán je uzgoj životinja u interaktivnom odnosu stočarstva i ratarstva, kao i uzgoj autohtonih rasa i sojeva; nema primjene umjetnih gnojiva; sav nastali stajski gnoj se koristi za gnojenje – smanjena je mogućnost zagađenja podzemnih voda i time zagađenja jezera; restriktivna uporaba dopuštenih sredstava sprječava zagađenje voda; proizvodnja organskih proizvoda višeg stupnja prerade povećava prihode farme – daje proizvode koji se mogu uključiti u turistički lanac vrijednosti; organska proizvodnja stvara pretpostavke za održavanje malih kućanstava i ostanak mladih u ruralnom ambijentu; stvara se osnova za razvitak agro-eko turizma (mjere već opisane u prethodnim projektima), čime se potiče obnova tradicionalnog ruralnog načina života, konzerviranje i rekonstrukcija autentične seoske arhitekture, a obnavljaju se i stari tradicionalni obrti, običaji i vrijednosti.

Prema podacima JP „Palić – Ludaš“, oko 12% područja obuhvaćaju zaštićena prirodna područja na području grada Subotice (oko 12.000 ha). Dio ovoga područja zahtijeva organsku proizvodnju kao režim zaštite.



### KONCEPT

Zona Srebrni krug 4 (rural & nature) je rasterećena od razvitka gustih turističko – rekreativnih sadržaja i planom je predviđeno zadržavanje njenog ruralnog karaktera. Ovo se odnosi i na zapadnu zonu (Zona Srebrni krug 1) i na kontaktne zone Master plana. Preporuka za uvođenje organske poljoprivredne proizvodnje bi trebala vrijediti za cijeli Brončani krug, ali u svakom slučaju za prostor oko Paličkog i Ludaškog jezera i kontaktne zone. Korištenje resursa zemljišta i podzemnih voda u organskoj poljoprivrednoj proizvodnji ne narušava prirodnu ravnotežu. Time se štite staništa rijetkih biljaka i životinja, a zemljište i voda će biti očuvani u svojoj prirodnoj kvaliteti.

Već je ranije napomenuto u okviru programa revitalizacije salaša da je od iznimne važnosti pokretanje organske poljoprivredne proizvodnje, posebno povrtlarstva i voćarstva, a imajući u vidu kontekst predloženog turističkog razvitka Palića. Zdrava organski proizvedena hrana je jedan od ključnih elemenata za dostizanje željene vizije Palića kao turističke destinacije i ispunjavanje obećanja koje se daje relevantnim tržištima. Razvitak organske proizvodnje na salašima omogućava i formiranje dodatne ponude / programa za turiste na salašima, a kako je već prethodno opisano, uključujući i izravnu prodaju proizvoda na salašima.

Trebalo bi voditi računa o stupnju primjene organskih gnojiva, budući da su i ona bogata nutrijentima – korištenje gnojiva bi moralo biti kontrolirano, ali je nepovoljni utjecaj na jezersku vodu svakako manji nego što

je to slučaj s mineralnim gnojivima, jer prisustvo humusnih materija umanjuje difuziju nutrijenata u površinske i podzemne vode.

Provedbom ovog programa, bila bi osigurana opskrba resorta zdravom hranom, imajući u vidu orijentaciju destinacije ka isporuci zdravlja i sreće, kao primarnog iskustva boravka.

## PRETPOSTAVKE / UVJETI SUDJELOVANJA U AGROEKOLOŠKOJ SHEMI (ORGANSKA PROIZVODNJA)

Uvođenje organske poljoprivredne proizvodnje predstavlja jednu od agro-ekoloških mjera koja je prepoznata kao mjera održivog ruralnog razvitka. U pitanju je napor da se kroz višegodišnju potporu potaknu proizvođači da primjenjuju planirane mjere očuvanja agrobiodiverziteta i razvitka organske proizvodnje. U tom smislu, mjere potpore su povezane i s drugim mjerama IPARD programa – investicijskim mjerama, mjerama tehničke pomoći i mjerama potpore uspostavljanja lokalnih akcijskih skupina (tzv. LAG-ova). Sve ove mjere bi trebale pridonijeti održivom upravljanju prirodnim resursima i smanjenju negativnog utjecaja poljoprivrede na okoliš. U tom kontekstu, cilj uspostavljanja jedne ovakve sheme bi bio usmjeren na potporu tradicionalnim i održivim poljoprivrednim sustavima i metodama koje pridonose očuvanju biodiverziteta i organskoj poljoprivrednoj proizvodnji. Pretpostavka je da se vrši kontinuirana izgradnja kapaciteta i dobivanje praktičnog iskustva za implementaciju, monitoring i kontrolu agro-ekoloških plaćanja u organima administracije i kod savjetodavaca, ali i kod poljoprivrednih proizvođača i udruga proizvođača.

Standardni uvjeti sudjelovanja u shemi (ostvarivanje prava na dobivanje financijske potpore) se odnose na korisnike i minimalni opseg proizvodnje, kao i na karakter proizvodnje. U tom smislu, pravo sudjelovanja imaju:

- Poljoprivredni proizvođači (fizičke osobe) koji su registrirani u Registru poljoprivrednih gospodarstava i koji imaju aktivni status
- Mikro i mala poduzeća, zadruge i udruge (pravne osobe) koji su registrirani u Agenciji za gospodarske registre i klasificirani kao mikro i mala poduzeća prema odgovarajućim propisima
- Sudionici moraju ispunjavati minimalne uvjete u pogledu minimalne površine zemljišta
- Korisnici se ugovorom obvezuju da će se baviti organskom proizvodnjom u minimalnom razdoblju od 5 godina
- Korisnici moraju pripremiti odgovarajući plan za svoje gospodarstvo koje će detaljno opisati sve aktivnosti koje će se poduzimati po godinama korištenja potpore
- Korisnici se moraju obvezati da će voditi dnevnik gospodarstva u kojem će opisati svaku provedenu aktivnost prema fazama (npr. kosidba, oranje, gnojenje, itd.)
- Neophodno je i poštovanje odgovarajućih standarda propisanih nacionalnim propisima za provedbu odgovarajuće agro-ekološke sheme (u ovom slučaju organske poljoprivredne proizvodnje).

## PRIMJER SJEME – OPIS I OPSEG<sup>10</sup>

<b>Obrazloženje</b>	<p>Organska proizvodnja unaprjeđuje prirodni balans biljnih nutrijenata korištenjem plodoreda i integriranjem ratarske i stočarske proizvodnje. Zbog ograničene uporabe gnojiva i pesticida, organska proizvodnja igra pozitivnu ulogu u očuvanju biodiverziteta i doprinosi održivom upravljanju zemljištem, usjevima i stokom.</p> <p>Kao što je već napomenuto, grad Subotica je već donio Akcijski plan razvitka organske proizvodnje na području grada Subotice od 2015. do 2020. godine, kojim su predviđene odgovarajuće aktivnosti i mjere, te bi ih u budućem razdoblju trebalo u potpunosti integrirati u ukupni program potpore. U narednom razdoblju je, u suradnji s pokrajinskim i nacionalnim tijelima, neophodno osigurati odgovarajuće fondove za potporu implementaciji sheme potpore uvođenju organske poljoprivredne proizvodnje. Također, od iznimnog značaja je i primjena drugih navedenih mjera IPARD programa, a koje u velikoj mjeri mogu pridonijeti efikasnijoj implementaciji organske proizvodnje kao ključne agro-</p>
---------------------	---

<sup>10</sup> Prilagođeno prema: *Priprema za provedbu aktivnosti koje se odnose na IPARD mjere u području okoliša, Zajednički program UN Održivi turizam u funkciji ruralnog razvitka, Vjara Stefanova i Sergej Ivanov, Beograd 2011.*

	ekološke mjere za zaštitu područja obuhvaćenog Master planom Palić 2015.
<b>Ciljevi zaštite okoliša</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Smanjiti unošenje umjetnog gnojiva i pesticida na poljoprivredno zemljište;</li> <li>• Pridonijeti održivom gospodarenju zemljištem, usjevima i stokom;</li> <li>• Povećati površinu poljoprivrednog zemljišta i broj gospodarstava kojima se gospodari po standardima organske proizvodnje;</li> </ul>
<b>Pilot opseg</b>	Potpora će se osigurati za proizvodnju žitarica (uključujući krmno bilje i travnjake), povrća, voća, grožđa i ljekovitog, začinskog bilja koja je certificirana kao organska ili je u procesu konverzije.
<b>Specifični uvjeti podobnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poljoprivredni proizvođači (fizičke osobe) trebaju posjedovati najmanje 0,2 ha za proizvodnju žitarica (uključujući krmno bilje i travnjake), povrća, voća ili grožđa, ili ljekovitog bilja;</li> <li>• Mala poduzeća ili zadruge (pravne osobe) trebaju posjedovati najmanje 2 ha za proizvodnju žitarica (uključujući krmno bilje i travnjake), povrća, voća ili grožđa, ili ljekovitog bilja.</li> </ul>
<b>Minimum obveznih standarda</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stajsko gnojivo i gnojnica ne smiju se primjenjivati tijekom zime i u ranu jesen između 15. listopada i 15. ožujka budući da ih zemljište ne može apsorbirati.</li> <li>• Organsko stajsko gnojivo ne smije se rasturati na zamrznutom zemljištu, zemljištu zasićenom vodom, poplavljenom zemljištu ili zemljištu koje je prekriveno snijegom.</li> <li>• Organska stajska gnojiva ne smiju se koristiti na tlu koje je bliže od 10 metara od vodotokova odnosno površinskih voda ili 50 metara od izvora i bunara.</li> </ul>
<b>Zahtjevi u pogledu gospodarenja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gospodariti zemljištem sukladno Pravilniku o metodama organske biljne proizvodnje i o sakupljanju divljih biljnih i životinjskih vrsta iz prirodnih staništa metodom organske proizvodnje;</li> <li>• Potpisati ugovor o kontroli i certificiranju organske proizvodnje s ovlaštenim Kontrolnim tijelom prema Zakonu o organskoj proizvodnji i organskim proizvodima.</li> </ul>
<b>Razina plaćanja</b>	<p>Primjer / preporučena razina plaćanja:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Organske žitarice – 250 eura/ha</li> <li>- Organski travnjaci – 150 eura/ha</li> <li>- Organsko povrće – 350 eura/ha</li> <li>- Organsko voće i vinogradi – 450 eura/ha</li> <li>- Organsko ljekovito i začinsko bilje (kultivirano) – 250 eura/ha</li> </ul>

## 6.8 OSTALI RAZVOJNI PROJEKTI OD ZNAČAJA ZA DESTINACIJU

### 6.8.1 Ostali razvojni projekti

	PROJEKT	OPIS
1	<b>Specijalizacija gastronomske ponude</b>	<p>Mnoge destinacije se natječu na turističkom tržištu da bi ponudile što raznovrsnija iskustva/doživljaje svojim posjetiteljima. Lokalna gastronomija (hrana i vino) integralni su dio iskustva/doživljaja destinacije. Osim toga, identitet lokalnog stanovništva reflektira se i jača kroz gastronomska iskustva koja destinacija nudi svojim gostima.</p> <p>Destinacija Palić-Subotica već je započela profiliranje u smislu gastronomske ponude lokalnih i tradicionalnih proizvoda, što se vidi i iz pozicije nekih restorana i njihove kvalitetne ponude.</p> <p>Specijalizacija podrazumijeva i rad s lokalnim restoranima, salašima i vinarijama kako bi se pronašli jedinstveni recepti, unaprijedili (u smislu racionalizacije spremanja i posluživanja) i kao takvi ponudili kao zaštitni znak destinacije.</p> <p>Ovo je projekt privatne inicijative uz potporu javnog sektora.</p>
2	<b>Koncept pješačkih i biciklističkih staza u Brončanom krugu</b>	<p>Razvitak koncepta pješačkih i biciklističkih staza za destinacije Palić-Subotica temelji se na poboljšanju postojećih staza, kao i razvitku novih u Brončanom krugu.</p> <p>Rekreacija u prirodi je jedan od ključnih proizvoda za destinaciju. U tom smislu, od kritične je važnosti da se projekt izvede prema standardima međunarodnih institucija koji su propisani za pješačke i biciklističke staze. Dobro je planirati staze na način da se one međusobno spajaju i povezuju, polazeći od predviđene staze oko jezera (lungo lago).</p> <p>Ovaj koncept također podrazumijeva rute s punktovima na ključnim točkama interesa koji u blizini nude salaše, lokalne gastronomske specijalitete i mjesto za kratki predah.</p> <p>Ovo je projekt javnog sektora.</p>
3	<b>Jačanje kapaciteta kroz koncipiranje i realizaciju programa edukacije i treninga</b>	<p>Cilj ovog projekta je izgradnja modela kontinuirane edukacije i treninga za zaposlene i angažirane u sektoru turizma i ugostiteljstva. Neophodno je napraviti programe u suradnji s lokalnim stručnim školama i Ekonomskim fakultetom, a poštujući standarde za koncipiranje programa osposobljavanja i profesionalnog usavršavanja / cjeloživotnog učenja koje propisuju najbolje obrazovne ustanove u ovom segmentu (npr. Obrazovni institut Američke udruge hotelijera i ugostitelja, relevantni europski programi, itd.).</p> <p>Imajući u vidu kulturu i karakter lokalnog stanovništva, postoji odlična osnova za realizaciju ovakvih programa. Isporuka doživljaja u destinaciji se vezuje za kvalitetu usluge, a kvaliteta usluge je ključ zdravog i kvalitetnog razvitka turizma.</p> <p>Ovo je projekt javnog sektora.</p>
4	<b>Integrirani sustav turističkog označavanja</b>	<p>Trenutačna situacija na području destinacije u smislu turističkog označavanja je na solidnoj razini. Međutim, neophodno je kontinuirano raditi na unaprjeđenju turističke signalizacije sukladno novim sadržajima i objektima.</p> <p>Sustav turističkog označavanja kritičan je u razvitku turizma, jer osim što pruža informacije o turističkim atrakcijama, resursima, uslugama, tematskim turama i itinerarima, itd., on posjetiteljima i gostima ulijeva povjerenje. Prema tomu, cilj ovog programa je nastaviti s aktivnostima definiranja i organiziranja koherentnog i homogenog sustava turističkog označavanja, koji uključuje glavne</p>

		<p>gradske centre, resurse, atrakcije i turističke usluge (hrana i piće, smještaj, kupovina, itd.). Ovo je javni projekt.</p>
5	<b>Sustav mobilnih platformi na jezeru i prikladnih molova (izlazak na jezero)</b>	<p>U cilju podizanja atraktivnosti Palića kao jezerskog resorta, predlaže se postavljanje mobilnih platformi na jezeru (floating decks) i prikladnih molova. Konkretni dizajn i fizičku lokaciju ovih platformi / molova bi trebalo utvrditi u suradnji s pejzažnim arhitektima, a prema uvjetima zaštite jezera; jedna od mogućnosti je da one budu postavljene oko koncertne terase na jezeru, čime se omogućava da se program prati i s jezera, a tijekom dana se platforme mogu koristiti za realizaciju različitih programa medical spa centra (yoga, vježbe, itd.).</p> <p>Analizom usporednih primjera, moguće je postavljanje platformi promjera oko 12 m, a smatramo da je dovoljno postaviti do 10 ovakvih platformi koje bi bile međusobno i povezane s obalom. Okvirna cijena jedne platforme je oko 10.000 EUR. Ovo je javni projekt.</p>
6	<b>Palić iz zraka - rehabilitacija aerodroma u Bikovu i sportskog aerodroma na Paliću</b>	<p>Predložene iskustvene zone Palića se temelje na atrakcijama i iskustvima koja su vezana za vodu i zemlju. Smatramo da bi, u srednjem roku, uvođenje dodatnih programa koje bi omogućile doživljaj Palića i Subotice iz zraka dodatno obogatili ponudu i zaokružili set iskustava koja se na Paliću nude.</p> <p>U tom smislu, ključni projekt, a koji je sastavni dio Brončanog kruga, je rehabilitacija aerodroma u Bikovu. U širem okruženju postoji dobra baza organizacija koje se bave zrakoplovnim sportovima i svim suvremenim oblicima letenja: jedriličarstvo, paraglajding, ultra lake letjelice, motorno letenje, padobranstvo, balonarstvo.</p> <p>Pored neophodne projektne i tehničke dokumentacije i neposrednih radova na revitaliziranju aerodroma i sportskog aerodroma na Paliću (razmotriti mogućnost korištenja dijela prostora sjeverno od predložene pozicije terena za golf, zapadno od nove prometnice za ulazak na Palić), od iznimne važnosti je sagledati potencijal za uporabu balona i ultralakih zrakoplova, te koncipirati programe s kompetentnim organizacijama / udrugama. Ovo je javni projekt, u suradnji sa letaćkim organizacijama.</p>
7	<b>Propisivanje arhitektonsko – građevinskih standarda / uvjeta za gradnju objekata u obuhvatu Master plana Palić 2015. u cilju zaštite autentičnosti ambijenta i njegova imidža</b>	<p>Jedno od tipičnih obilježja Palića kao destinacije je autentična arhitektura, koja cijelom području daje specifični karakter i predstavlja bitno obilježje imidža. Kulturno bogatstvo Palića krasi šaroliki objekti s dominacijom secesije i švicarskog stila, korištenih za izgradnju Palićkih vila.</p> <p>Preporuča se izrada odgovarajućih arhitektonsko–građevinskih standarda, kojima bi se propisao minimum uvjeta koje projektanti moraju ispuniti u razradi koncepta novih i prilagodbe / rekonstrukcije postojećih objekata u obuhvatu Master plana Palić 2015. Na taj način se štiti autentičnost cjelokupnog ambijenta i imidža destinacije.</p> <p>Kao logični početak realizacije ovog projekta, predlaže se kompletna revitalizacija Vikend naselja na istočnoj obali. Dodatno, neophodno je izraditi odgovarajuće rješenje za revitaliziranje centra naselja Palić, kako bi se isti uklopio u rang vrijednosti / ambicija karakterističnih za resort. Ovo je javni projekt.</p>

9	<b>Razvitak i jačanje imidža Paličke olimpijade (Paličkih sportskih igara)</b>	<p>Sportska udruga „Olimpija“ Palić njeguje tradiciju Paličkih sportskih igara, nazvanih „Palička olimpijada“. Paličke predolimpijske igre bile su organizirane u razdoblju od 1880. do 1914., a na inicijativu sportskih djelatnika obnavljane su 1982. i, kasnije, 2000. godine pod imenom „Palička olimpijada“. Od 2000. godine do danas organizirane su zimske, ljetne, biciklističke i berbanske olimpijade, kao i tri olimpijske konferencije.</p> <p>Događaji su organizirani na mjestu nekadašnjeg poprišta, uz sudjelovanje oko 20.000 natjecatelja s tri kontinenta i iz dvadesetak zemalja.</p> <p>Za daljnji razvitak ovog događaja od velike važnosti je rekonstrukcija nekadašnjeg poprišta „Ahileona“, tj. kompleksa Doma i arene za sportaše, koji se sastojao od kule Bagolyvár i kružne biciklističke i atletske staze s raznim spravama i gledalištem (staza je bila treća u Europi, nakon Londona i Leipziga).</p> <p>Ovaj projekt realizira Sportska udruga „Olimpija“, kao vlasnik zaštićenog imena „Palička olimpijada“, uz potporu javnog sektora.</p>
---	--	--

## 6.8.2 Kreiranje baze za doživljaj Palića tijekom zimske sezone

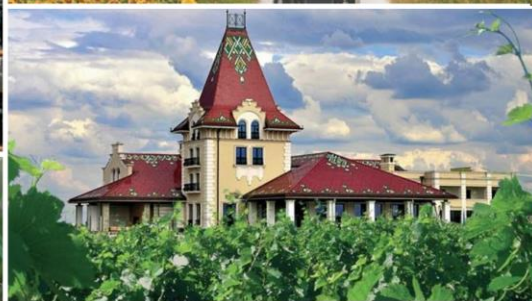
Palić se pozicionira kao cjelogodišnja destinacija. Zdravstveni turizam, turizam obiteljskih odmora i kongresni turizam, kreiraju set osnovnih i nosećih turistički proizvoda koji su atraktivni tijekom cijele godine. Set proizvoda dodanih vrijednosti, kao što su boravak i aktivnosti u prirodi, događaji i gastronomija i vino, svojom atraktivnošću, pridonose i doživljaju Palića kao zimske destinacije.

U kreiranju slike i pozicije Palića kao zimske destinacije, neophodno je izvršiti prilagodbu već obrazloženih proizvoda uvjetima zimskih mjeseci. U tom kontekstu, radi se o poslu kreiranja turističkog proizvoda, što je više pitanje menadžmenta, nego što je problematika kojom se konkretno bavi Master plan razvitka turizma. No, u cilju ukazivanja na mogući smjer razvitka proizvoda kojima će se osigurati zimski doživljaj Palića i njegove ljepote, u nastavku dajemo listu mogućnosti koju bi, svakako, trebalo obogatiti. Na ovaj način kreiraju se posebni proizvodi, aktivnosti i doživljaji, koji obuhvaćaju, ali se ne ograničavaju na sljedeće:

- Otvoreni bazen s termalnom vodom
- Opredijeliti mjesto za postavljanje klizališta / ledene dvorane u Zoni Sport & Active (postavljanje polivalentnih dvorana korištenjem energetski efikasnih rješenja – tipa: <http://www.sprung.com>, odnosno: <http://www.sprung.com/structures/sports-recreation-buildings/arenas-stadiums-0> )
- Staze za pješaćenje u zimskom razdoblju, uz odgovarajuće održavanje, postaju staze za nordijsko skijanje
- Posebno označenim, ali neodržanim stazama, neophodno je omogućiti gostima da kroz „Snowshoeing“ šetnje dožive prirodu u zimskim mjesecima
- Ukoliko debljina leda jezera dopusti, dio uz Ženski i Muški štrand pretvoriti u jedinstveni doživljaj klizanja, pri čemu pored klasične staze, neophodno je označiti i staze za klizanje koje formiraju neobične oblike
- Ukoliko debljina leda jezera dopusti, organizirati i „ice surfing“, odnosno jedrenja na ledu, čime se kreira osnova rada i aktivnosti jedriličarske udruge, ali i posebna aktivnost za turiste
- Zimske (božićne) tržnice, kao mjesto susreta i druženja, uz lokalne specijalitete hrane i vina, bi se mogle organizirati uz staze za klizanje i glavnu pješačku aleju, čime se dobiva potpuno novi i drukčiji dug turističkog centra
- Zimska vožnja bicikala podrazumijeva najam bicikala sa zimskim gumama, čime se omogućava da uz određeno održavanje, staze za bicikliste bude aktivne tijekom cijele godine
- Zimski foto safari

- Tubing podrazumijeva uređen sustav za sanjkanje, najčešće na gumenim sanjkama, i kao takav je aktivan i tijekom zimskih mjeseci, ali i ljetnih
- Organiziranje događaja tijekom zimskih mjeseci, kao što su „snježno kino na otvorenom“
- Vožnja saonica je aktivnost koja je pandan vožnji kočijama tijekom ljetnih mjeseci
- Zimski avantura park
- Tijekom zimskih mjeseci neophodno je nastaviti s provedbom i svih aktivnosti koje se obavljaju u unutarnjim i zatvorenim prostorima.





**POGLAVLJE 7**  
Ekonomsko – financijska ocjena  
projekta

# 7 EKONOMSKO – FINANCIJSKA OCJENA

## 7.1 UVOD

---

Sukladno predloženom planu razvitka, u okviru Zlatnog kruga su urađene procjene investicija za sve predložene projekte, dok su za projekt Palić Spa Resorta, kao nosećeg projekta, urađene detaljne financijske projekcije.

Za predloženih 15 pozicija u Srebrnom krugu prema fizičkom master planu, grupiranih u 10 projekata, urađene su projekcije poslovanja u stabiliziranoj godini, a na temelju standarda poslovanja u industriji, prilagođenih lokalnom kontekstu Palića.

Predložene investicijske iznose koji su navedeni uz odgovarajuće projekte je potrebno promatrati isključivo kao okvirne, jer u ovom trenutku nije moguće sagledati cjeline razvojnih projekata i razinu detalja razrade svakog od njih pojedinačno. Tek nakon izrade odgovarajuće projektne – tehničke dokumentacije je moguće procijeniti neophodna investicijska sredstva, a njihov pravi iznos tek po ispostavljanju troškova izvođača.

Napominjemo da je ovdje dan isključivo pregled prioriternih razvojnih projekata koji bi trebali potaknuti razvitak ostalih projekata, a što također u ovom trenutku nije moguće predvidjeti.

U nastavku dajemo pregled pretpostavki razvitka, investiranja i poslovanja za predložene prioritretne projekte:

### A. INVESTICIJE

- procjena potrebnog investicijskog iznosa potrebnog za izgradnju svih planiranih sadržaja temelji se na uobičajenim troškovima gradnje objekata sličnih karakteristika u Jugoistočnoj Europi, korigiranim za specifičnosti lokalnog tržišta;
- predložene investicije se temelje na benchmark analizi sličnih projekata u regiji, uvažavajući lokalne standarde, a za potrebe procjene investicija korišteni su iznosi po m<sup>2</sup> izgrađene površine odnosno po smještajnoj jedinici u ovisnosti o vrsti objekta;
- investicije ne uključuju vrijednost zemlje;
- u obzir su uzeti opisi i sadržaji svakog od prioriternih projekata navedeni ranije u ovom dokumentu;
- oko 35-40% planiranih smještajnih jedinica (vile, rezidencije, apartmani) povezuju se s poslovanjem nekretninama, a zbog boljeg upravljanja rizicima i time lakšeg pribavljanja investitora u uvjetima još uvijek ograničenog tržišta;
- planiraju se sadržaji dodate vrijednosti - golf teren, marina, sportsko-rekreativni centri, kulturni centri, uslužno-komercijalni sadržaji i drugo, a čija je realizacija povezana i s jakom ulogom javnog sektora, odnosno postojećih i institucija koje je potrebno osnovati;
- djelomično su procijenjene i investicije u javnu infrastrukturu prema benchmark analizi uređenja resorta u sličnom okruženju.

### B. PRIHODI

- prosječno realizirane cijene po vrstama smještajnih kapaciteta planirane su na temelju usporedivih performansi na području srednjeg i jugoistočnog europskog okruženja projekta i umanjene su za 15% do 20%;
- zauzetost smještajnih jedinica je planirana također na temelju usporedivih performansa i umanjena je za 15%;

- procjena odnosa smještajnih prihoda i ostalih prihoda planirana je za svaki objekt posebno, a na temelju uobičajene međunarodne prakse i standarda unutar predloženih tipova i kategorija objekata;
- prodajne cijene u poslovanju nekretninama planirane su na temelju analize tržišta sličnih projekata u širem okruženju, pri čemu se cijene jedinica razlikuju u ovisnosti od njihovoj kvaliteti i sadržaju;
- u dijelu smještajnih objekata predložena je prodaja jedinica privatnim vlasnicima po principu sale & lease back (prodaja i ponovni najam za komercijalno turističko korištenje). Vlasnici koriste jedinice oko 60 dana godišnje u ovisnosti o tipu smještajnog objekta, a preostali dio godine jedinice su u komercijalnom korištenju;
- projekcija prihoda golfa je učinjena na temelju analize sličnih projekata u okruženju, prilagođeno lokalnom kontekstu.

### C. TROŠKOVI

- uvažavanje troškovnih standarda međunarodne smještajne industrije;
- uvažavanje udjela troškovnih kategorija u odgovarajućim prihodima prema poslovanju lokalne turističke industrije;
- primjena metodologije USALI (jedinstveni sustav računovodstva za smještajnu industriju);
- primjena standarda zapošljavanja prema kategoriji smještajnih kapaciteta koji su internacionalno prihvatljivi i uvećanih do 10% za prilike Srbije;
- u primijenjenom sale & lease back modelu, vlasnicima jedinica se plaća godišnja naknada koja se svake godine obračunava u iznosu od 40% operativnog prihoda minus dio troškova komercijalne uporabe smještajnih jedinica koji se prevaljuju na vlasnike. Obuhvat troškova koji se prevaljuju na vlasnike jedinica je u ovisnosti o vrsti sadržaja koje objekt nudi.

Uz pretpostavku da se poslovanje stabilizira u razdoblju od 3. do 5. godine nakon otvaranja objekata, bilancirali smo detaljno poslovanje objekata za prvu godinu nakon razdoblja uvođenja projekata na tržište tzv. stabiliziranu godinu.

Sve financijske projekcije se temelje na postojećim makroekonomskim uvjetima u Srbiji, kao i na tržišnim pretpostavkama koje uključuju aktualni tržišni status i predviđene trendove na tržištu bez većih tržišnih turbulencija.

Prihodi i troškovi su u bilancama uspjeha prikazani u neto iznosima i ne uključuju porez na dodanu vrijednost. Financijski iznosi su svi prikazani u eurima i stalnim (neinflatornim) cijenama.

## 7.2 ZLATNI KRUG

### 7.2.1 Pregled investicija za Palić Spa Resort

#### PROCJENA ULAGANJA

##### Palić Spa Resort

KOMPONENTA	BRP	€/m <sup>2</sup>	Ukupno €
<b>HOTEL</b>			
Hotel – unutarnji prostori – BRP	10.600	900	9.539.860
Hotel – vanjski prostori – neto	1.465	300	439.478
Hotel – vanjsko uređenje – hortikultura	2.000	30	60.000
Hotel – vanjsko uređenje, parkiralište, prilaz	4.250	60	255.000
<b>Total</b>	<b>18.315</b>		<b>10.294.338</b>
Ukupna investicija po ključu			68.629
Ukupna investicija po ukupnom m <sup>2</sup>			562
<b>MEDICAL SPA vodeni centar</b>			
Vodeni centar – unutarnji prostori – BRP	6.214	1.000	6.213.858
Vodeni centar – vanjski prostori – neto	2.490	800	1.992.000
pješačke površine	400	80	32.000
hortikultura	2.000	30	60.000
vanjsko parkiralište i prometnice	3.750	60	225.000
<b>Total</b>	<b>14.854</b>		<b>8.522.858</b>
<b>APARTMANI</b>			
Apartmani – unutarnji prostori – BRP	3.255	650	2.115.425
Apartmani – vanjski prostori – neto	400	400	160.000
Apartmani – vanjski prostori, pješačke površine	200	80	16.000
Apartmani – hortikultura	500	30	15.000
Apartmani – parkiralište/prilaz	1.250	60	75.000
<b>Total</b>	<b>5.605</b>		<b>2.381.425</b>
Ukupna investicija po ključu			47.629
Ukupna investicija po m <sup>2</sup>			425
<b>UKUPNA INVESTICIJA SPA RESORT</b>			<b>21.198.622</b>
<b>DODATNI TROŠKOVI</b>			
Projektna dokumentacija i menadžment			1.271.917
Preopening i obrtna sredstva			900.000
<b>UKUPNO DODATNI TROŠKOVI</b>			<b>2.171.917</b>
<b>UKUPNA INVESTICIJA</b>			<b>23.370.539</b>

*Napomena: Procjena ulaganja ne obuhvaća trošak akvizicije lokacije, odnosno cijenu infrastrukturno opremljenog zemljišta*

## 7.2.2 Pregled investicija za Palić Water Fun, Lido i Zeleni zabavni park

### Water fun centar

Procjena investicije	m <sup>2</sup>	€/m <sup>2</sup>	Total €
Unutarnji prostori - BRP	3.089	800	2.471.208
Bazeni	2.000	1.000	2.000.000
Vanjski prostor	7.510	200	1.502.000
Pješačke površine	3.000	80	240.000
Hortikultura	10.000	30	300.000
Vanjsko parkiralište i prometnice	10.000	60	600.000
<b>Ukupno</b>	<b>35.599</b>		<b>7.113.208</b>
Investicija po m <sup>2</sup> – ukupne površine			200

### Lido (uključujući dio promenade)

Procjena investicije	m <sup>2</sup>	€/m <sup>2</sup>	Total €
Pješačke površine	15.000	150	2.250.000
Hortikultura	10.000	30	300.000
<b>Ukupno</b>	<b>25.000</b>		<b>2.550.000</b>
Investicija po m <sup>2</sup> – ukupne površine			102

### Zeleni Zabavni park

Procjena investicije	m <sup>2</sup>	€/m <sup>2</sup>	Total €
Pješačke površine	400	150	60.000
Igrališta	1.000	250	250.000
Hortikultura	1.000	30	30.000
<b>Ukupno</b>	<b>2.400</b>		<b>340.000</b>
Investicija po m <sup>2</sup> – ukupne površine			142



## 7.2.4 Prihod od prodaje apartmana – Palić Spa Resort

### PRODAJA APARTMANA

#### Palic Spa Resort

	total					
Broj apartmana	50					
Prodajna površina (m <sup>2</sup> )	2.700					
Investicija ('000 €)	2.524					
Prodajna provizija	2%					
	neto tekuće cijene	invest	1	2	3	total
Prodate jedinice	8	17	17	8	50	
Dinamika prodaje	16,0%	34,0%	34,0%	16,0%	100,0%	
Prosječna neto cena po m <sup>2</sup> (€)	1.250	1.300	1.350	1.400	1.325	
Prodana površina (m <sup>2</sup> )	432	918	918	432	2.700	
<b>Prihod od prodaje apartmana ('000 €)</b>	<b>540</b>	<b>1.193</b>	<b>1.239</b>	<b>605</b>	<b>3.578</b>	
Prodajna provizija ('000 €)	11	24	25	12	72	
Write off prodane jedinice ('000 €)		1.262	858	404	2.524	
<b>Troškovi prodaje apartmana ('000 €)</b>	<b>11</b>	<b>1.286</b>	<b>883</b>	<b>416</b>	<b>2.596</b>	
<b>PROFIT OD PRODAJE APARTMANA ('000 €)</b>	<b>529</b>	<b>-93</b>	<b>356</b>	<b>189</b>	<b>982</b>	
<b>Deprecijacija i amortizacija ('000 €)</b>		<b>76</b>	<b>24</b>	<b>0</b>	<b>100</b>	

## 7.2.5 Projekcija troškova rada u stabiliziranoj godini – Palić Spa Resort

### PROJEKCIJA TROŠKOVA RADA U STABILIZIRANOJ GODINI

#### Palic Spa Resort

4. god

Odjel / Sektor	Prosječni broj zaposlenih prema satima rada	Prosječna mjesečna bruto plaća po zaposlenom (€)	Ukupni godišnji troškovi rada (u '000 €)
Smještaj	30	750	270,0
Spa i medical	30	800	288,0
Hrana i piće	44	800	422,4
Menadžment / administracija	6	2.100	151,2
Marketing i prodaja	6	1.700	122,4
Održavanje	8	700	67,2
<b>UKUPNO</b>	<b>124</b>	<b>888</b>	<b>1.321,2</b>

## 7.2.6 Projekcija EBITDA za Palić Spa Resort

EBITDA PROJEKCIJA Palić Spa Resort	neto tekuće cijene u tisu. Eura										Godina 4 str. (%)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Prinoh od smještaja	2.048,6	2.548,6	2.909,1	3.190,3	3.254,1	3.319,2	3.385,6	3.453,3	3.522,3	3.592,8	43,0%
Prinoh H&P	985,5	1.206,3	1.367,1	1.510,6	1.540,8	1.571,7	1.603,1	1.635,2	1.667,9	1.701,2	20,4%
Prinoh od spa	1.984,7	2.270,5	2.461,0	2.619,8	2.672,2	2.725,6	2.780,1	2.835,7	2.892,5	2.950,3	35,3%
Ostali operativni prihodi	61,5	76,5	87,3	95,7	97,6	99,6	101,6	103,6	105,7	107,8	1,3%
<b>Ukupno operativni prihodi</b>	<b>5.080,2</b>	<b>6.101,8</b>	<b>6.824,4</b>	<b>7.416,4</b>	<b>7.564,7</b>	<b>7.716,0</b>	<b>7.870,4</b>	<b>8.027,8</b>	<b>8.188,3</b>	<b>8.352,1</b>	<b>100,0%</b>
Direktni troškovi - smještaj	41,0	51,0	58,2	63,8	65,1	66,4	67,7	69,1	70,4	71,9	2,0%
Direktni troškovi - H&P	315,4	386,0	437,5	483,4	493,1	502,9	513,0	523,2	533,7	544,4	32,0%
Direktni troškovi - spa	198,5	227,0	246,1	262,0	267,2	272,6	278,0	283,6	289,2	295,0	10,0%
Direktni troškovi - ostali odjeli	3,1	3,8	4,4	4,4	4,8	5,0	5,1	5,2	5,3	5,4	5,0%
<b>Ukupno - CoS</b>	<b>557,9</b>	<b>667,8</b>	<b>746,1</b>	<b>814,0</b>	<b>830,3</b>	<b>846,9</b>	<b>863,8</b>	<b>881,1</b>	<b>898,7</b>	<b>916,7</b>	<b>11,0%</b>
Troškovi rada - smještaj	266,0	267,3	268,7	270,0	275,4	280,8	286,2	291,6	297,0	302,4	8,5%
Troškovi rada - H&P	416,1	418,2	420,3	422,4	430,8	439,3	447,7	456,2	464,6	473,1	28,0%
Troškovi rada - spa	283,7	285,1	286,6	288,0	293,8	299,5	305,3	311,0	316,8	322,6	11,0%
<b>Ukupno direktni troškovi rada</b>	<b>965,7</b>	<b>970,6</b>	<b>975,5</b>	<b>980,4</b>	<b>1.000,0</b>	<b>1.019,6</b>	<b>1.039,2</b>	<b>1.058,8</b>	<b>1.078,4</b>	<b>1.098,0</b>	<b>13,2%</b>
Ostali op. troškovi - smještaj	204,9	254,9	290,9	319,0	325,4	331,9	338,6	345,3	352,2	359,3	10,0%
Ostali op. troškovi - H&P	93,6	114,6	129,9	143,5	146,4	149,3	152,3	155,3	158,4	161,6	9,5%
Ostali op. troškovi - spa	396,9	454,1	492,2	524,0	534,4	545,1	556,0	567,1	578,5	590,1	20,0%
<b>Ukupno ostali op. troškovi odjela</b>	<b>695,4</b>	<b>823,6</b>	<b>913,0</b>	<b>986,5</b>	<b>1.006,2</b>	<b>1.026,3</b>	<b>1.046,9</b>	<b>1.067,8</b>	<b>1.089,2</b>	<b>1.111,0</b>	<b>13,3%</b>
<b>Profit odjela</b>	<b>2.861,2</b>	<b>3.639,8</b>	<b>4.189,8</b>	<b>4.635,5</b>	<b>4.728,3</b>	<b>4.823,2</b>	<b>4.920,5</b>	<b>5.020,0</b>	<b>5.122,0</b>	<b>5.226,4</b>	<b>62,5%</b>
Troškovi rada - administracija	148,9	149,7	150,4	151,2	154,2	157,2	160,3	163,3	166,3	169,3	2,0%
Troškovi rada - marketing i prodaja	120,6	121,2	121,8	122,4	124,8	127,3	129,7	132,2	134,6	137,1	1,7%
Troškovi rada - održavanje	66,2	66,5	66,9	67,2	68,5	69,9	71,2	72,6	73,9	75,3	0,9%
Neraspoređeni troškovi plaća	335,7	337,4	339,1	340,8	347,6	354,4	361,2	368,1	374,9	381,7	4,6%
Ostali op. troškovi - administracija	152,4	183,1	204,7	222,5	226,9	231,5	236,1	240,8	245,6	250,6	3,0%
Ostali op. troškovi - marketing i prodaja	203,2	213,6	204,7	222,5	226,9	231,5	236,1	240,8	245,6	250,6	3,0%
Ostali op. troškovi - održavanje	127,0	152,5	170,6	185,4	189,1	192,9	196,8	200,7	204,7	208,8	2,5%
Neraspoređeni ostali op. troškovi	482,6	549,2	580,1	630,4	643,0	655,9	669,0	682,4	696,0	709,9	8,5%
Troškovi energije	401,6	422,0	436,5	448,3	451,3	454,3	457,4	460,6	463,8	467,0	6,0%
<b>Neraspoređeni izdaci</b>	<b>1.219,9</b>	<b>1.308,6</b>	<b>1.355,7</b>	<b>1.419,5</b>	<b>1.441,9</b>	<b>1.464,6</b>	<b>1.487,6</b>	<b>1.511,0</b>	<b>1.534,7</b>	<b>1.558,7</b>	<b>19,1%</b>
<b>Ukupni op. troškovi prije GOP-a</b>	<b>3.438,9</b>	<b>3.770,6</b>	<b>3.990,3</b>	<b>4.200,4</b>	<b>4.278,4</b>	<b>4.357,4</b>	<b>4.437,5</b>	<b>4.518,7</b>	<b>4.601,0</b>	<b>4.684,3</b>	<b>56,6%</b>
<b>GOP (Gross operating profit)</b>	<b>1.641,3</b>	<b>2.331,2</b>	<b>2.834,2</b>	<b>3.216,0</b>	<b>3.286,3</b>	<b>3.358,6</b>	<b>3.432,8</b>	<b>3.509,1</b>	<b>3.587,4</b>	<b>3.667,7</b>	<b>43,4%</b>
<i>GOP % u uk. prihodu</i>	32,3%	38,2%	41,5%	43,4%	43,4%	43,5%	43,6%	43,7%	43,8%	43,9%	
Fiksni troškovi (w/o amortizacija i kamata)	400,8	411,0	418,2	424,2	425,6	427,2	428,7	430,3	431,9	433,5	5,7%
Zajamčena dobit vlasnicima apartmana	33,5	60,4	76,7	78,2	79,7	81,3	83,0	84,6	86,3	88,0	1,1%
<b>OPERATIVNA EBITDA</b>	<b>1.207,0</b>	<b>1.859,8</b>	<b>2.339,3</b>	<b>2.713,7</b>	<b>2.780,9</b>	<b>2.850,1</b>	<b>2.921,2</b>	<b>2.994,2</b>	<b>3.069,2</b>	<b>3.146,2</b>	<b>36,6%</b>
Prihod od prodaje apartmana	540,0	1.193,4	1.239,3	604,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0%
Troškovi prodaje apartmana (w/o write off)	10,8	23,9	24,8	12,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0%
<b>Prodaja apartmana EBITDA</b>	<b>529,2</b>	<b>1.169,5</b>	<b>1.214,5</b>	<b>592,7</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0%</b>
<b>EBITDA ukupno</b>	<b>529,2</b>	<b>2.376,5</b>	<b>3.074,4</b>	<b>2.713,7</b>	<b>2.780,9</b>	<b>2.850,1</b>	<b>2.921,2</b>	<b>2.994,2</b>	<b>3.069,2</b>	<b>3.146,2</b>	<b>36,6%</b>



## 7.2.7 Ekonomsko – financijska ocjena projekta Palić Spa Resort

PROJEKCIJE NOVČANOG TOKA												
Palić Spa Resort												
neto tekuće cijene u tisuć Euro	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Neto EBITDA	449,8	2.020,0	2.492,2	2.306,6	2.363,8	2.422,6	2.483,0	2.545,0	2.608,8	2.674,3	2.741,5	2.810,5
- investicije	-23.370,5											
Godišnja neto optima	0,0	-61,0	-136,5	-148,3	-226,9	-331,5	-314,8	-321,1	-327,5	-334,1	-340,8	-347,6
<b>NOVČANI TOK ZA FINANCIRANJE</b>	<b>-22.920,7</b>	<b>2.552,2</b>	<b>2.355,7</b>	<b>2.158,3</b>	<b>2.156,9</b>	<b>2.191,1</b>	<b>2.168,2</b>	<b>2.223,9</b>	<b>2.281,3</b>	<b>2.340,2</b>	<b>2.400,7</b>	<b>2.462,9</b>
KUMULIRANI NOVČANI TOK	-22.921	-16.349	-15.993	-13.835	-11.698	-9.507	-7.538	-5.114	-2.833	-493	1.908	4.571
KALKULACIJA INTERNE STOPE PRINOSA (IRR)												
Palić Spa Resort												
Neto EBITDA	449,8	2.020,0	2.492,2	2.306,6	2.363,8	2.422,6	2.483,0	2.545,0	2.608,8	2.674,3	2.741,5	2.810,5
<b>BRUTO NOVČANI TOK</b>	<b>449,8</b>	<b>2.020,0</b>	<b>2.492,2</b>	<b>2.306,6</b>	<b>2.363,8</b>	<b>2.422,6</b>	<b>2.483,0</b>	<b>2.545,0</b>	<b>2.608,8</b>	<b>2.674,3</b>	<b>2.741,5</b>	<b>2.810,5</b>
- godišnja neto optima	0,0	-61,0	-136,5	-148,3	-226,9	-331,5	-314,8	-321,1	-327,5	-334,1	-340,8	-347,6
- investicije	-23.370,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>SILOBODNI NOVČANI TOK</b>	<b>-22.920,7</b>	<b>2.552,2</b>	<b>2.355,7</b>	<b>2.158,3</b>	<b>2.156,9</b>	<b>2.191,1</b>	<b>2.168,2</b>	<b>2.223,9</b>	<b>2.281,3</b>	<b>2.340,2</b>	<b>2.400,7</b>	<b>2.462,9</b>
ostatak vrijednosti												
UKUPNI NOVČANI TOK	-22.920,7	2.552,2	2.355,7	2.158,3	2.156,9	2.191,1	2.168,2	2.223,9	2.281,3	2.340,2	2.400,7	2.462,9
Napomena: IRR kalkulacija ne uključuje vrijednost zemljišta												
POVRAT INVESTICIJE												
Palić Spa Resort												
neto tekuće cijene	1,9%	8,6%	11,2%	10,7%	9,9%	10,4%	10,6%	10,9%	11,2%	11,4%	11,7%	12,0%
ROI												

Pod danim pretpostavkama, projekt pokazuje internu stopu prinosa od 10,8%, dok se povrat na investiciju očekuje u desetoj godini poslovanja.

## 7.3 SREBRNI KRUG

Za projekte Srebrnog kruga dane su projekcije bilance uspjeha u stabiliziranoj godini.

### Palić MICE & Spa Hotel i Palić Kongresni Centar

S1-1 i S1-2

PROJEKCIJA BILANCE USPJEHA U STABILIZIRANOJ GODINI	HOTEL +KONGRESNI
broj jedinica	150
broj kreveta	300
godišnja zauzetost smještajnih jedinica (%)	65,0%
prosječna cijena smještajne jedinice (ADR u EUR)	95,00
prosječna cijena noćenja (EUR)	59,38
prodane smještajne jedinice	35.588
faktor višestruke zauzetosti (DOF)	1,60
noćenja	56.940
<b>PRIHOD SMJEŠTAJA (EUR)</b>	<b>3.380.813</b>
<b>OSTALI OPERATIVNI PRIHODI (EUR)*</b>	<b>2.766.119</b>
<b>UKUPNI PRIHOD (EUR)</b>	<b>6.146.932</b>
<i>Dnevni prihod smještaja po rasp. smještajnoj jedinici (RevPAR u EUR)</i>	61,75
<i>Ukupni prihod po raspoloživoj smještajnoj jedinici (EUR)</i>	40.980
<i>Udio prihoda smještaja u ukupnom prihodu</i>	55%
<b>UKUPNI OPERATIVNI TROŠKOVI (EUR)</b>	<b>3.688.159</b>
Od toga, ukupne plaće (EUR)	1.229.386
<i>Udio plaća u ukupnom prihodu</i>	20,0%
<i>Broj zaposlenih po smještajnoj jedinici</i>	0,75
<i>Prosječni broj zaposlenih prema satima rada</i>	113
<b>BRUTO OPERATIVNA DOBIT (GOP u EUR)</b>	<b>2.458.773</b>
<i>Udio GOP-a u ukupnom prihodu</i>	40%
<b>Fiksni troškovi (osim kamata i amortizacije, EUR)</b>	<b>215.143</b>
<b>DOBIT PRIJE AMORTIZACIJE, KAMATA I POREZA (EBITDA u EUR)</b>	<b>2.243.630</b>
<i>INVESTICIJA po smještajnoj jedinici (EUR)</i>	157.000
<b>UKUPNA INVESTICIJA (EUR)</b>	<b>23.550.000</b>

\* uz pretpostavku zajedničkog upravljanja kongresnim kapacitetima na Pali u (uključujući i Veliku terasu)

<b>PROJEKCIJA BILANCE USPJEHA U STABILIZIRANOJ GODINI</b>		<b>GOLF(teren, klub, akademija)</b>
mogući broj članova kluba		150
prosječna godišnja članarina (EUR)		1.000
<b>PRIHOD ČLANARINA (EUR)</b>		<b>150.000</b>
maksimalni kapacitet (broj rundi dnevno)		120
mogući broj dana igranja golfa		215
prosječna zauzetost terena (%)		35%
godišnji broj rundi		9.030
prosječna cijena (prosjeak cijena za članove i ostale, EUR)		25,00
<b>PRIHOD NAKNADA ZA IGRANJE GOLFA (EUR)</b>		<b>225.750</b>
<b>OSTALI OPERATIVNI PRIHODI (EUR)</b>		<b>22.575</b>
<b>UKUPNI PRIHOD (EUR)</b>		<b>398.325</b>
<b>UKUPNI OPERATIVNI TROŠKOVI (EUR)</b>		<b>179.246</b>
Od toga, ukupne plaće (EUR)		139.414
	<i>Udio plaća u ukupnom prihodu</i>	35,0%
	<i>Prosječni broj zaposlenih prema satima rada</i>	13
<b>BRUTO OPERATIVNA DOBIT (GOP u EUR)</b>		<b>219.079</b>
	<i>Udio GOP-a u ukupnom prihodu</i>	55%
<b>Fiksni troškovi (osim kamata i amortizacije, EUR)</b>		<b>13.941</b>
<i>DOBIT PRIJE AMORTIZACIJE, KAMATA I POREZA (EBITDA u EUR)</i>		<i>205.137</i>
<b>UKUPNA INVESTICIJA (EUR)</b>		<b>7.000.000</b>

**Palić obiteljski boutique hoteli i vile**

S1-5

<b>PROJEKCIJA BILANCE USPJEHA U STABILIZIRANOJ GODINI</b>		<b>HOTELI x 4</b>
broj jedinica		<b>120</b>
broj kreveta		240
godišnja zauzetost smještajnih jedinica (%)		55,0%
prosječna cijena smještajne jedinice (ADR u EUR)		75,00
prosječna cijena noćenja (EUR)		39,47
prodane smještajne jedinice		24.090
faktor višestruke zauzetosti (DOF)		1,90
noćenja		45.771
<b>PRIHOD SMJEŠTAJA (EUR)</b>		<b>1.806.750</b>
<b>OSTALI OPERATIVNI PRIHODI (EUR)</b>		<b>451.688</b>
<b>UKUPNI PRIHOD (EUR)</b>		<b>2.258.438</b>
<i>Dnevni prihod smještaja po rasp. smještajnoj jedinici (RevPAR u EUR)</i>		<i>41,25</i>
<i>Ukupni prihod po raspoloživoj smještajnoj jedinici (EUR)</i>		<i>18.820</i>
<i>Udio prihoda smještaja u ukupnom prihodu</i>		<i>80%</i>
<b>UKUPNI OPERATIVNI TROŠKOVI (EUR)</b>		<b>1.242.141</b>
Od toga, ukupne plaće (EUR)		496.856
<i>Udio plaća u ukupnom prihodu</i>		<i>22,0%</i>
<i>Broj zaposlenih po smještajnoj jedinici</i>		<i>0,35</i>
<i>Prosječni broj zaposlenih prema satima rada</i>		<i>42</i>
<b>BRUTO OPERATIVNA DOBIT (GOP u EUR)</b>		<b>1.016.297</b>
<i>Udio GOP-a u ukupnom prihodu</i>		<i>45%</i>
<b>Fiksni troškovi (osim kamata i amortizacije, EUR)</b>		<b>79.045</b>
<b>DOBIT PRIJE AMORTIZACIJE, KAMATA I POREZA (EBITDA u EUR)</b>		<b>937.252</b>
<i>INVESTICIJA po smještajnoj jedinici (EUR)</i>		<i>80.000</i>
<b>UKUPNA INVESTICIJA (EUR)</b>		<b>9.600.000</b>
<b>PROJEKCIJA BILANCE USPJEHA U STABILIZIRANOJ GODINI</b>		<b>VILE x 30</b>
broj jedinica		<b>60</b>
broj kreveta		120
godišnja zauzetost smještajnih jedinica (%)		40,0%
prosječna cijena smještajne jedinice (ADR u EUR)		125,00
prosječna cijena noćenja (EUR)		41,67
prodane smještajne jedinice		8.760
faktor višestruke zauzetosti (DOF)		3,00
noćenja		26.280
<b>PRIHOD SMJEŠTAJA (EUR)</b>		<b>1.095.000</b>
<b>OSTALI OPERATIVNI PRIHODI (EUR)</b>		<b>57.632</b>
<b>UKUPNI PRIHOD (EUR)</b>		<b>1.152.632</b>
<i>Dnevni prihod smještaja po rasp. smještajnoj jedinici (RevPAR u EUR)</i>		<i>50,00</i>
<i>Ukupni prihod po raspoloživoj smještajnoj jedinici (EUR)</i>		<i>19.211</i>
<i>Udio prihoda smještaja u ukupnom prihodu</i>		<i>95%</i>
<b>UKUPNI OPERATIVNI TROŠKOVI (EUR)</b>		<b>403.421</b>
Od toga, ukupne plaće (EUR)		172.895
<i>Udio plaća u ukupnom prihodu</i>		<i>15,0%</i>
<i>Broj zaposlenih po smještajnoj jedinici</i>		<i>0,25</i>
<i>Prosječni broj zaposlenih prema satima rada</i>		<i>15</i>
<b>BRUTO OPERATIVNA DOBIT (GOP u EUR)</b>		<b>749.211</b>
<i>Udio GOP-a u ukupnom prihodu</i>		<i>65%</i>
<b>Fiksni troškovi (osim kamata i amortizacije, EUR)</b>		<b>40.342</b>
<b>DOBIT PRIJE AMORTIZACIJE, KAMATA I POREZA (EBITDA u EUR)</b>		<b>708.868</b>
<i>INVESTICIJA po smještajnoj jedinici (EUR)</i>		<i>100.000</i>
<b>UKUPNA INVESTICIJA (EUR)</b>		<b>6.000.000</b>

**Elitte Palić Apart hoteli**

S2-4, S2-5 i S2-6

<b>PROJEKCIJA BILANCE USPJEHA U STABILIZIRANOJ GODINI</b>		<b>HOTEL</b>
broj jedinica		<b>50</b>
broj kreveta		100
godišnja zauzetost smještajnih jedinica (%)		55,0%
prosječna cijena smještajne jedinice (ADR u EUR)		80,00
prosječna cijena noćenja (EUR)		44,44
prodane smještajne jedinice		10.038
faktor višestruke zauzetosti (DOF)		1,80
noćenja		18.068
<b>PRIHOD SMJEŠTAJA (EUR)</b>		<b>803.000</b>
<b>OSTALI OPERATIVNI PRIHODI (EUR)</b>		<b>432.385</b>
<b>UKUPNI PRIHOD (EUR)</b>		<b>1.235.385</b>
<i>Dnevni prihod smještaja po rasp. smještajnoj jedinici (RevPAR u EUR)</i>		<b>44,00</b>
<i>Ukupni prihod po raspoloživoj smještajnoj jedinici (EUR)</i>		<b>24.708</b>
<i>Udio prihoda smještaja u ukupnom prihodu</i>		65%
<b>UKUPNI OPERATIVNI TROŠKOVI (EUR)</b>		<b>741.231</b>
Od toga, ukupne plaće (EUR)		296.492
<i>Udio plaća u ukupnom prihodu</i>		24,0%
<i>Broj zaposlenih po smještajnoj jedinici</i>		0,55
<i>Prosječni broj zaposlenih prema satima rada</i>		28
<b>BRUTO OPERATIVNA DOBIT (GOP u EUR)</b>		<b>494.154</b>
<i>Udio GOP-a u ukupnom prihodu</i>		40%
<b>Fiksni troškovi (osim kamata i amortizacije, EUR)</b>		<b>43.238</b>
<b>DOBIT PRIJE AMORTIZACIJE, KAMATA I POREZA (EBITDA u EUR)</b>		<b>450.915</b>
<i>INVESTICIJA po smještajnoj jedinici (EUR)</i>		72.000
<b>UKUPNA INVESTICIJA (EUR)</b>		<b>3.600.000</b>
<b>PROJEKCIJA BILANCE USPJEHA U STABILIZIRANOJ GODINI</b>		<b>APART DEPADANSE</b>
broj jedinica		<b>50</b>
broj kreveta		120
godišnja zauzetost smještajnih jedinica (%)		50,0%
prosječna cijena smještajne jedinice (ADR u EUR)		85,00
prosječna cijena noćenja (EUR)		38,64
prodane smještajne jedinice		9.125
faktor višestruke zauzetosti (DOF)		2,20
noćenja		20.075
<b>PRIHOD SMJEŠTAJA (EUR)</b>		<b>775.625</b>
<b>OSTALI OPERATIVNI PRIHODI (EUR)</b>		<b>15.829</b>
<b>UKUPNI PRIHOD (EUR)</b>		<b>791.454</b>
<i>Dnevni prihod smještaja po rasp. smještajnoj jedinici (RevPAR u EUR)</i>		<b>42,50</b>
<i>Ukupni prihod po raspoloživoj smještajnoj jedinici (EUR)</i>		<b>15.829</b>
<i>Udio prihoda smještaja u ukupnom prihodu</i>		98%
<b>UKUPNI OPERATIVNI TROŠKOVI (EUR)</b>		<b>316.582</b>
Od toga, ukupne plaće (EUR)		55.402
<i>Udio plaća u ukupnom prihodu</i>		7,0%
<i>Broj zaposlenih po smještajnoj jedinici</i>		0,10
<i>Prosječni broj zaposlenih prema satima rada</i>		5
<b>BRUTO OPERATIVNA DOBIT (GOP u EUR)</b>		<b>474.872</b>
<i>Udio GOP-a u ukupnom prihodu</i>		60%
<b>Fiksni troškovi (osim kamata i amortizacije, EUR)</b>		<b>27.701</b>
<b>DOBIT PRIJE AMORTIZACIJE, KAMATA I POREZA (EBITDA u EUR)</b>		<b>447.172</b>
<i>INVESTICIJA po smještajnoj jedinici (EUR),</i>		43.200
<b>UKUPNA INVESTICIJA (EUR)</b>		<b>2.160.000</b>

## Palić sport hotel sa sportskom dvoranom + sport apartmani

S3-1, S3-2 i S3-3

PROJEKCIJA BILANCE USPJEHA U STABILIZIRANOJ GODINI		HOTEL + DVRANA
broj jedinica		80
broj kreveta		160
godišnja zauzetost smještajnih jedinica (%)		65,0%
prosječna cijena smještajne jedinice (ADR u EUR)		55,00
prosječna cijena noćenja (EUR)		27,50
prodane smještajne jedinice		18.980
faktor višestruke zauzetosti (DOF)		2,00
noćenja		37.960
<b>PRIHOD SMJEŠTAJA (EUR)</b>		<b>1.043.900</b>
<b>OSTALI OPERATIVNI PRIHODI (EUR)</b>		<b>447.386</b>
<b>UKUPNI PRIHOD (EUR)</b>		<b>1.491.286</b>
<i>Dnevni prihod smještaja po rasp. smještajnoj jedinici (RevPAR u EUR)</i>		<i>35,75</i>
<i>Ukupni prihod po raspoloživoj smještajnoj jedinici (EUR)</i>		<i>18.641</i>
<i>Udio prihoda smještaja u ukupnom prihodu</i>		<i>70%</i>
<b>UKUPNI OPERATIVNI TROŠKOVI (EUR)</b>		<b>924.597</b>
Od toga, ukupne plaće (EUR)		328.083
<i>Udio plaća u ukupnom prihodu</i>		<i>22,0%</i>
<i>Broj zaposlenih po smještajnoj jedinici</i>		<i>0,35</i>
<i>Prosječni broj zaposlenih prema satima rada</i>		<i>28</i>
<b>BRUTO OPERATIVNA DOBIT (GOP u EUR)</b>		<b>566.689</b>
<i>Udio GOP-a u ukupnom prihodu</i>		<i>38%</i>
<b>Fiksni troškovi (osim kamata i amortizacije, EUR)</b>		<b>52.195</b>
<b>DOBIT PRIJE AMORTIZACIJE, KAMATA I POREZA (EBITDA u EUR)</b>		<b>514.494</b>
<i>INVESTICIJA PO SMJEŠTAJNOJ JEDINICI</i>		<i>100.000</i>
<b>(EUR) UKUPNA INVESTICIJA (EUR)</b>		<b>8.000.000</b>
PROJEKCIJA BILANCE USPJEHA U STABILIZIRANOJ GODINI		APARTMANI
broj jedinica		50
broj kreveta		150
godišnja zauzetost smještajnih jedinica (%)		45,0%
prosječna cijena smještajne jedinice (ADR u EUR)		60,00
prosječna cijena noćenja (EUR)		27,27
prodane smještajne jedinice		8.213
faktor višestruke zauzetosti (DOF)		2,20
noćenja		18.068
<b>PRIHOD OD SMJEŠTAJA (EUR)</b>		<b>492.750</b>
<b>OSTALI OPERATIVNI PRIHODI (EUR)</b>		<b>10.056</b>
<b>UKUPNI PRIHOD (EUR)</b>		<b>502.806</b>
<i>Dnevni prihod smještaja po rasp. smještajnoj jedinici (RevPAR u EUR)</i>		<i>27,00</i>
<i>Ukupni prihod po raspoloživoj smještajnoj jedinici (EUR)</i>		<i>10.056</i>
<i>Udio prihoda smještaja u ukupnom prihodu</i>		<i>98%</i>
<b>UKUPNI OPERATIVNI TROŠKOVI (EUR)</b>		<b>201.122</b>
Od toga, ukupne plaće (EUR)		50.281
<i>Udio plaća u ukupnom prihodu</i>		<i>10,0%</i>
<i>Broj zaposlenih po smještajnoj jedinici</i>		<i>0,10</i>
<i>Prosječni broj zaposlenih prema satima rada</i>		<i>5</i>
<b>BRUTO OPERATIVNA DOBIT (GOP u EUR)</b>		<b>301.684</b>
<i>Udio GOP-a u ukupnom prihodu</i>		<i>60%</i>
<b>Fiksni troškovi (osim kamata i amortizacije, EUR)</b>		<b>17.598</b>
<b>DOBIT PRIJE AMORTIZACIJE, KAMATA I POREZA (EBITDA u EUR)</b>		<b>284.085</b>
<i>INVESTICIJA PO SMJEŠTAJNOJ JEDINICI</i>		<i>52.000</i>
<b>(EUR) UKUPNA INVESTICIJA (EUR)</b>		<b>2.600.000</b>

**Palić Retail & Creative Plaza, Avantura Park Palić i Palić Water Ski Park**

S3-5, S3-6 i S3-7

<b>PROJEKCIJA BILANCE USPJEHA U STABILIZIRANOJ GODINI</b>		<b>RETAIL</b>
ukupna površina za najam (m2)		6.000
prosječna mjesečna cijena najma po m2 (EUR)*		7,00
<b>PRIHOD NAJMA (EUR)</b>		<b>504.000</b>
<b>UKUPNA INVESTICIJA (EUR)</b>		<b>5.400.000</b>
<b>PROJEKCIJA BILANCE USPJEHA U STABILIZIRANOJ GODINI</b>		<b>ADRENALNSKI PARK</b>
kapacitet posjetitelja istodobno		<b>110</b>
broj dana godišnje		365
korištenje (%) - broj dana poslovanja		35,0%
prosječna cijena karte (EUR)		8,00
broj posjetitelja		14.053
<b>PRIHOD KARATA (EUR)</b>		<b>112.420</b>
<b>OSTALI OPERATIVNI PRIHODI (EUR)</b>		<b>19.839</b>
<b>UKUPNI PRIHOD (EUR)</b>		<b>132.259</b>
	<i>Udio prihoda karata u ukupnom prihodu</i>	85%
<b>UKUPNI OPERATIVNI TROŠKOVI (EUR)</b>		<b>46.291</b>
Od toga, ukupne plaće (EUR)		42.323
	<i>Udio plaća u ukupnom prihodu</i>	32,0%
	<i>Prosječni broj zaposlenih prema satima rada</i>	4
<b>BRUTO OPERATIVNA DOBIT (GOP u EUR)</b>		<b>85.968</b>
	<i>Udio GOP-a u ukupnom prihodu</i>	65%
<b>Fiksni troškovi (osim kamata i amortizacije, EUR)</b>		<b>4.629</b>
<b>DOBIT PRIJE AMORTIZACIJE, KAMATA I POREZA (EBITDA u EUR)</b>		<b>81.339</b>
<b>UKUPNA INVESTICIJA (EUR)</b>		<b>300.000</b>
<b>PROJEKCIJA BILANCE USPJEHA U STABILIZIRANOJ GODINI</b>		<b>WATER SKI CENTAR</b>
broj prodanih sati vožnje / ski pass-ova dnevno		<b>120</b>
broj dana godišnje		365
korištenje (%) - broj dana poslovanja		33,0%
prosječna cijena karte (EUR)		10,00
broj posjetitelja		14.454
<b>PRIHOD KARATA (EUR)</b>		<b>144.540</b>
<b>OSTALI OPERATIVNI PRIHODI (EUR)</b>		<b>96.360</b>
<b>UKUPNI PRIHOD (EUR)</b>		<b>240.900</b>
	<i>Udio prihoda karata u ukupnom prihodu</i>	60%
<b>UKUPNI OPERATIVNI TROŠKOVI (EUR)</b>		<b>132.495</b>
Od toga, ukupne plaće (EUR)		65.043
	<i>Udio plaća u ukupnom prihodu</i>	27,0%
	<i>Prosječni broj zaposlenih prema satima rada</i>	6
<b>BRUTO OPERATIVNA DOBIT (GOP u EUR)</b>		<b>108.405</b>
	<i>Udio GOP-a u ukupnom prihodu</i>	45%
<b>Fiksni troškovi (osim kamata i amortizacije, EUR)</b>		<b>8.432</b>
<b>DOBIT PRIJE AMORTIZACIJE, KAMATA I POREZA (EBITDA u EUR)</b>		<b>99.974</b>
<b>UKUPNA INVESTICIJA (EUR)</b>		<b>650.000</b>

## 7.4 ZAKLJUČAK EKONOMSKO – FINANCIJSKE OCJENE

Na ovoj razini razrade razvitka Palića, koji je predstavljen u jednokratnom pregledu ostvarenih ključnih performansi, vidljivo je da projekt ima vrlo ozbiljan makroekonomski učinak. Prije svega, riječ je o sljedećem:

- Projekt ima dugoročno stabilni potencijal generiranja prihoda; s konzervativnim projekcijama najveći dio investicija ima povrat u prvih deset godina razvitka i stabilizacije;
- Novostvorena vrijednost čini oko 56% ostvarenih prihoda, što je odlični pokazatelj za ovakav tip projekta i što dalje ukazuje na neophodnost efikasnog menadžmenta u provedbi predviđenog plana;
- Projekt daje snažni poticaj lokalnom zapošljavanju, jer osim zapošljavanja u predloženim projektima (direktno) potiče i dodatni razvitak ostaloga gospodarstva, a time i novo indirektno zapošljavanje;
- Razvitak šireg okruženja (Brončani krug) i predloženih dodatnih razvojnih programa potiče tradicionalne vrijednosti i očuvanje prirodnog i kulturnog nasljeđa;
- U kalkulacije nisu uključeni projekti razvitka društvenih djelatnosti koji se dodatno financiraju iz proračuna Grada, pokrajine i države;
- Udio javnih / infrastrukturnih investicija je iskazano na procijenjenom razini, a određeni dio je i prikazan kao integralni dio projekata koji su predstavljeni. Činjenica je da su u obuhvatu Master plana Palić 2015. realizirani značajni projekti uređenja i infrastrukturnog opremanja u prethodnom razdoblju, kao i da će se u narednom razdoblju kroz razradu planske i projektne – tehničke dokumentacije i realizaciju javnih projekata dodatno unaprijediti status destinacije.

U sljedećoj tablici je dan pregled ključnih ekonomskih efekata projekta:

<b>MAKROEKONOMSKA BILANCA</b>	
<b>A. PRIHODI (euro)</b>	
operativni	22.270.823
prodaja imovine	3.577.500
PROJEKTI	25.848.323
OSTALI PROJEKTI	
<b>UKUPNO</b>	<b>25.848.323</b>
<b>B. NOVOSTVORENA VRIJEDNOST (euro)</b>	
PROJEKTI	14.392.524
OSTALI PROJEKTI	
<b>UKUPNO</b>	<b>14.392.524</b>
<b>C. ZAPOŠLJAVANJE</b>	
PROJEKTI	382
OSTALI PROJEKTI	344
INDIREKTNO ZAPOSLENI	726
<b>UKUPNO</b>	<b>1.452</b>
<b>D. INVESTICIJE (euro)</b>	
PROJEKTI	136.340.125
INFRASTRUKTURA	15.000.000
<b>UKUPNO</b>	<b>151.340.125</b>
<b>Ključni indikatori:</b>	
Investicije po zaposlenom (euro)	104,257
Investicije / prihod	5,85
Investicije / novostvorena vrijednost	10,52





**POGLAVLJE 8**  
Poslovno – upravljački  
model projekta

# 8 POSLOVNO UPRAVLJAČKI MODEL PROJEKTA

## 8.1 UVOD

---

Intenziviranje turističkih razvojnih aktivnosti na širem području Palića podrazumijeva korištenje postojećih, ali i definiranje i uvođenje novih mehanizama kojima bi se stvorila adekvatna osnova za realizaciju ključnih zadataka i definirala odgovornost za ostvarivanje razvojne misije Palića sukladno predloženom dinamičkom planu.

U cilju osiguravanja adekvatne osnove za efikasnu realizaciju predloženih ključnih razvojnih rješenja, potrebno je osposobiti odgovarajuću menadžment i ustrojbenu strukturu, s neophodnim stručnim i financijskim kapacitetom za provedbu aktivnosti. U tom kontekstu, potrebno je prethodno sagledati opseg i sadržaj aktivnosti, kako bi se prijedlogom daljnjeg razvitka mehanizma upravljanja na Paliću omogućila nesmetana realizacija projekta u cjelini. Struktura koja će biti razrađena kroz predloženi koncept poslovno – upravljačkog modela mora preuzeti odgovornost za uloge i pitanja od ključnog značaja za upravljanje projektom. Radi se o sljedećim ulogama:

- Rezervaciji, zaštiti, regulaciji i kontroli razvitka (izgradnje) prostora, obuhvaćajući redefiniranje i prilagodbu urbanističkog okvira - prostorno planske dokumentacije neophodne za implementaciju predloženog koncepta razvitka turizma;
- Zaštiti prirodnog bogatstva i kulturno – povijesnog nasljeđa i identiteta područja;
- Prioritetizaciji, koordinaciji i realizaciji projekata osiguravanja potrebnih objekata javne, komunalne i informatičko-komunikacijske infrastrukture, prvenstveno projekata infrastrukturnog opremanja lokacija ključnih turističkih investicijskih projekata;
- Kreiranju i implementaciji politike privlačenja i potpore investitorima – promicanje investicijskog potencijala Palića kao destinacije (resorta) i privlačenje investitora na tržištu kapitala sukladno predloženoj dinamici realizacije investicija, kao i maksimalna potpora i tehnička pomoć u procesu realizacije identificiranih turističkih investicijskih projekata;
- Razradi projektne i tehničke dokumentacije i predloženih urbanističkih i arhitektonskih idejnih rješenja;
- Uspostavljanju suradnje i harmonizaciji razvojnih i marketinških aktivnosti s ključnim interesnim subjektima u turizmu Subotice, Vojvodine i Srbije;
- Jačanju uvjeta konkurentnosti područja u suradnji sa susjednim općinama u Mađarskoj – koordiniranje pripreme projekata prekogranične suradnje s Mađarskom, jačanje poduzetničke kulture, sektorska specijalizacija, stvaranje kapaciteta za inovacije, podizanje kapaciteta upravljačkih entiteta i struktura u domeni lokalnog ekonomskog i turističkog razvitka, osiguravanje povoljnih uvjeta za privlačenje kapitala;
- Izgradnji sustava za stručno osposobljavanje i profesionalno usavršavanje ljudskih resursa neophodnih za realizaciju predloženih mjera, osobito u kontekstu planiranja i realizacije razvojnih projekata – osiguravanje adekvatnih znanja i vještina za lokalne inicijative.

Daljnji razvitak turizma i efikasno upravljanje razvitkom prvenstveno ovisi o mogućnosti stavljanja u funkciju trenutačnih ključnih interesnih subjekata i korištenja prednosti činjenice da je Palić proglašen turističkim prostorom, a da je u Odluci o proglašenju turističkim prostorom<sup>11</sup> naveden i upravitelj – gospodarsko društvo „Park Palić” d.o.o.

Pored sadašnjih i potencijalnih gostiju, čije potrebe i zahtjevi moraju biti u fokusu svih aktivnosti, kao i lokalnog stanovništva, koje mora biti uključeno u donošenje politike održivog socijalnog i

---

<sup>11</sup> Odluka o proglašenju Turističkog prostora „Palić” („Sl. Glasnik RS”, br. 37/2012).

ekonomskog razvitka destinacije, stakeholderi koji sudjeluju u provedbi postojećeg turističkog sustava su:

- **Direktni:** Grad Subotica, Turistička zajednica Subotice (TZ Subotica), Park Palić, Palić Ludaš, predstavnici privatnog sektora (smještaja i ugostiteljstva), vlasnici zemljišta u okviru prostornog obuhvata projekta
- **Indirektni:** AP Vojvodina, Turistička zajednica Srbije (TO Srbije), TO Vojvodina, Ministarstvo turizma, trgovine i telekomunikacija (ministarstvo zaduženo za poslove turizma)

U odnosu na postojeće nadležnosti i značaj za razvitak turizma na Paliću i Subotici, u nastavku dajemo pregled ključnih interesnih subjekata u svezi s projektom Master plan Palić 2015.:

1. Nositelji turističke politike razvitka (kreiranje uvjeta i pravnih okvira razvitka turizma):
  - Nacionalna razina: Ministarstvo turizma, trgovine i telekomunikacija
  - Regionalna razina: Vlada AP Vojvodine
  - Lokalna razina: Grad Subotica
2. Nositelji promotivne turističke politike (aktivnosti marketinga ka krajnjem gostu)
  - Nacionalna razina: Turistička zajednica Srbije
  - Regionalna razina: Turistička zajednica Vojvodine
  - Lokalna razina: Turistička zajednica Subotice, privatni vlasnici kapaciteta
3. Nositelji razvojnih aktivnosti (aktivnosti unaprjeđenja i investiranja u destinaciju)  
Regionalna razina: Vojvodina *investment promotion*  
Lokalna razina: Grad Subotica, Park Palić, privatni vlasnici zemljišta
4. Nositelji aktivnosti održavanja  
Lokalna razina: JP Palić Ludaš

#### *Grad Subotica*

Grad (općina) Subotica ima najizravniji interes za razvitak i implementaciju projekta, i u aktivnostima razvitka projekta mora preuzeti aktivnu ulogu. Uloga Grada je primarna u sljedećim aktivnostima:

- urbanistička regulacija
- kreiranje uvjeta za izgradnju i financiranje opće infrastrukture
- poticaji i subvencije za buduće investitore projekta.

#### *Park Palić d.o.o.*

Park Palić d.o.o. osnovali su Republika Srbija, AP Vojvodina i Grad Subotica s ciljem razvitka Palića u prepoznatu turističku destinaciju na međunarodnom tržištu. Odlukom o proglašenju Turističkog prostora „Palić” (*Sl. glasnik RS, br. 37/2012*), ovo gospodarsko društvo je imenovano za upravitelja turističkim prostorom. Osnovni cilj proglašenja Turističkog prostora „Palić” je „organiziranje, uređenje, opremanje, zaštita turističkog prostora i upravljanja njime u cilju povećanja mogućnosti plasmana na tržištu, boljeg korištenja raspoloživog turističkog potencijala sukladno principima održivog razvitka i postizanja socioekonomskih ciljeva prostora i šire regije, kao i zemlje u cjelini”.

#### *Turistička zajednica Subotice*

Turistička zajednica Subotice, osnovana 2010. godine, usmjerena je svojim aktivnostima na marketing i promociju Subotice i Palića. Obavlja poslove marketinga na tuzemnom i međunarodnom tržištu, i okuplja predstavnike privatnog sektora oko zajedničkih marketinških aktivnosti.

#### *JP Palić Ludaš*

Ključne aktivnosti se odnose na upravljanje zaštićenim područjima, zaštitu i održavanje nepokretnih kulturnih dobara, kulturno povijesnih lokacija, zgrada i sličnih turističkih spomenika. Pored ove djelatnosti, JP Palić Ludaš obavlja komunalnu djelatnost održavanja javnih zelenih površina i održavanje čistoće na površinama javne namjene na području Grada koje se nalaze na zaštićenom području.

#### *Privatni vlasnici kapaciteta i zemljišta*

Privatni sektor predstavlja jednog od ključnih stakeholdera u razvitku destinacije Palić. Privatni sektor je nositelj glavnih smještajnih i ugostiteljskih kapaciteta, i nalazi se u izravnom odnosu s finalnim gostima. Kao takav, privatni sektor ima ključnu ulogu u kreiranju vrijednosti za gosta. Iz tog razloga neophodno je uključiti privatni sektor u aktivnosti razvitka i marketinga destinacije.

Palić je, kao turistička destinacija, otišao korak dalje u razvitku modela upravljanja turističkim razvitkom, jer je, kao što je već naglašeno, Vlada Republike Srbije proglasila turistički prostor i imenovala upravitelja. U tom smislu, pitanje efikasne realizacije projekta se, zapravo, svodi na identifikaciju i artikuliranje misije gospodarskog društva „Park Palić” d.o.o. i korištenje statusa proglašenog turističkog prostora.

## **8.2 UPRAVLJANJE I RAZVITAK TURISTIČKOG PROSTORA „PALIĆ“**

---

Zakon o turizmu („Sl. glasnik RS“, br. 36/2009, 88/2010, 99/2011 – dr. zakon, 93/2012 i 84/2015) u II. dijelu – Planiranje i razvitak turizma člancima 14 – 21 definira proglašenje i održivo korištenje turističkog prostora.

Pošto je na Paliću već proglašen turistički prostor, posao koji predstoji je uređenje odnosa i koordiniranje aktivnosti između ključnih interesnih subjekata.

U kontekstu održivog upravljanja i razvitka turističkog prostora, Zakon definira sljedeće:

1. Jedinica lokalne samouprave (u ovom slučaju Grad Subotica) može ugovorom povjeriti upravitelju turističkog prostora poslove osiguranja uvjeta za uređivanje, korištenje, unaprjeđenje i zaštitu građevinskog zemljišta i poslove koordinacije na održavanju komunalnog reda i čistoće u turističkom prostoru (Članak 17).
2. Upravitelj turističkog prostora donosi programe i druge akte kojima se regulira bliži okvir režima, razvitka i korištenja, kao i mjere zaštite turističkog prostora.

Upravitelj turističkog prostora:

- 1) osigurava uvjete za uređivanje, korištenje, unapređivanje i zaštitu građevinskog zemljišta;
- 2) koordinira aktivnosti pravnih i fizičkih osoba koje obavljaju poslove u području turizma i pratećih djelatnosti;
- 3) koordinira razvitak projekata turističke infrastrukture i turističke suprastrukture na principima održivog razvitka;
- 4) brine se o namjenskoj uporabi državne imovine radi kvalitetne valorizacije resursa;
- 5) gospodari građevinskim zemljištem i brine se o nekretninama koje su mu dane na korištenje;
- 6) brine se o mjestu postavljanja i načinu istjecanja turističke signalizacije;
- 7) donosi programe i akte koji se odnose na vršenje poslova upravljanja;
- 8) obavlja i druge poslove, sukladno zakonu i aktu o proglašenju turističkog prostora.

U pogledu korištenja turističkog prostora Zakon definira sljedeće:

1. Nekretnine u državnom vlasništvu na kojima je nositelj prava korištenja upravitelj turističkog prostora mogu se, radi izgradnje objekata turističke infrastrukture i turističke suprastrukture, dati u najam drugoj osobi javnim nadmetanjem ili prikupljanjem pismenih ponuda (Članak 20).

Ovaj članak Zakona omogućuje zaobilaženje kompliciranih Vladinih procedura kada je u pitanju raspolaganje imovinom odnosno otuđenje imovine u vlasništvu Republike Srbije i daje mogućnost Upravitelju da može samostalno dati u najam nekretninu (zemljište) radi izgradnje objekata turističke suprastrukture (smještajni kapaciteti, atrakcije, atraktori ...).

2. Mogućnost prikupljanja naknade za korištenje turističkog prostora – za korištenje posebno uređenih terena za pojedine namjene korištenja (parkiranje, rekreacija, sport, postavljanje reklama, postavljanje zabavnih objekata i drugo); postavljanje privremenih objekata za turizam i trgovinu; ulazak u turistički prostor. Prikupljena sredstva predstavljaju prihod upravitelja turističkim prostorom, a visinu i način plaćanja određuje upravitelj uz suglasnost Vlade.

Iz prethodnog pregleda relevantnih zakonskih odredbi se može vidjeti da ne postoje regulatorne prepreke za ostvarivanje misije gospodarskog društva „Park Palić“ d.o.o. u pogledu realizacije projekata razvitka turizma na Paliću, kao i u pogledu održivog upravljanja turističkim prostorom.

Da bi gospodarsko društvo „Park Palić“ d.o.o. moglo ispuniti misiju zbog kojeg je osnovano i odgovoriti na ključne izazove u razvitku Palića kao resorta – dakle, raditi na privlačenju privatnih investicija u daljnji razvitak resorta, kao i osigurati upravljanje destinacijom, ono mora preuzeti dvije uloge:

- Ulogu master developera;
- Ulogu destinacijskog menadžera.

### **8.2.1 Poslovna misija Master developer-a**

U strogo kontroliranom procesu implementacije Master plana Palić 2015., uz inovativne ideje u s novim politikama razvitka osigurati razvitak Palića kao lječilišno – jezerskog resorta u najatraktivniji centar u regiji.

Strategija investicija, sustav planiranja i upravljanja razvitkom bi morali osigurati održivost poslovanja Palića i kreiranje vrijednosti za sve ključne interesne subjekte. Radi se, dakle, o striktnoj implementaciji predviđenih projekata, arhitektonskoj kontroli, osiguravanju potpore razvitku u kritičnim fazama, jasnom definiranju ponude – poslovnih mogućnosti za investitore i kontinuiranom razvitku turističkog proizvoda.

U tom kontekstu, ključne odgovornosti gospodarskog društva „Park Palić“ kao Master developer-a su:

- Provedba Master plana Palić 2015.
- Stvaranje uvjeta za izlazak projekta na tržište kapitala
- Postavljanje i kontrola pravila igre
- Rješavanje odnosa s lokalnim interesnim subjektima na dugoročno održivoj osnovi / Gradom Subotica, JP „Palić Ludaš“
- Briga o izradi i donošenju regulacijskih planova
- Ugovaranje i nadzor projekata infrastrukture u turističkom prostoru
- Ugovaranje realizacije projekata s investitorima
- Inženjering

## 8.2.2 Poslovna misija destinacijskog menadžera

Kao destinacijski menadžer, „Park Palić“ d.o.o razvika turističku ponudu Palića s fokusom na izgradnju adekvatnog iskustva, sukladno predloženim projektima i turističkim proizvodima u Master planu Palić 2015., i na taj način gradi poziciju Palića kao lječilišno – jezerske destinacije aktivne relaksacije, zdravog načina života i sreće. Imajući u vidu startnu poziciju Palića, potrebno je postaviti novi benchmark lječilišno – jezerskog resorta, s kontinuiranim razvitkom ponude i programa za cijelu godinu i tako postati vrhunska cjelogodišnja destinacija usmjerena na pružanje probranih doživljaja – iskustava u očuvanju zdravlja, rekreaciji, zabavi i aktivnom odmoru.

Ključne odgovornosti gospodarskog društva „Park Palić“ kao destinacijskog menadžera su:

- Kontinuirani razvitak turističkih proizvoda u suradnji s ostalim interesnim subjektima u razvitku resorta
- Osiguravanje zajedničkog marketinga
- Ugovaranje i nadzor projekata turističke infrastrukture
- Upravljanje resortom ili provedba izbora profesionalnog menadžmenta
- Razvitak ljudskih resursa.

Dakle, centralni entitet u predstojećoj fazi razvika Palića kao turističke destinacije je poduzeće „Park Palić“. U tom smislu, u cilju osiguranja neometanog i efikasnog razvika, odnosno implementacije Master plana Palić 2015., neophodno je u neposredno predstojećem razdoblju poduzeti sljedeće korake:

- Izraditi detaljni plan upravljanja Turističkim prostorom „Palić“ i, na temelju toga, predložiti optimalnu ustrojbenu strukturu poduzeća „Park Palić“ d.o.o. s jasnim odgovornostima;
- Osigurati tehničku pomoć – coaching i transfer odgovarajuće dobre prakse u cilju efikasnog osposobljavanja ljudskih resursa u poduzeću „Park Palić“ u realizaciji prethodno definirane poslovne misije.

U perspektivi, po završetku faze intenzivnog razvika resorta, „Park Palić“ bi trebao presrati u resort (destinacijsku) menadžment kompaniju, u kojoj će, pored grada, pokrajine i države, biti adekvatno predstavljen i interes privatnih investitora; odnosno, gdje će se na temelju objektivnih parametara (visine investiranih sredstava, sposobnosti zarađivanja) steći i odgovarajući vlasnički udjeli i na toj osnovi pravo udjela u donošenju odluka. Ovo se može uraditi ili transformacijom i inkorporiranjem privatnih investitora u vlasničku strukturu samog gospodarskog društva „Park Palić“, ili osnutkom novog entiteta za resort menadžment.

U svakom slučaju, takav entitet obavlja poslove strateškog planiranja, zaštite i unaprjeđenja turističkog prostora, razvika proizvoda, implementacije sustava osiguranja kvalitete, istraživanja tržišta, marketinga i prodaje, kao i poslove organizacije i koordinacije članova (dioničara, suvlasnika) – brine se da resort funkcionira efikasno i na eksternom i na internom planu.

## 8.3 AKCIJSKI PLAN

Br.	Mjera – aktivnost	Odgovornost	Vremenski okvir
<b>8.3.1 Pripremne i aktivnosti potpore</b>			
1.	Usvajanje Master plana Palić 2015.	Kabinet gradonačelnika, Skupština grada Subotice	Do rujna 2015.
2.	Promicanje i predstavljanje Master plana prema stakeholderima u cilju osiguravanja potpore za implementaciju (pokrajinska, nacionalna i regionalna razina)	Kabinet gradonačelnika, Park Palić	2015. i 2016.
3.	Priprema i realizacija programa javne komunikacije za potporu realizaciji projekata iz Master plana (s promocijom Master plana na lokalnoj razini)	Kabinet gradonačelnika	Do kraja 2015.
4.	Organiziranje sastanaka u svezi s realizacijom razvojnih projekata i korištenjem eksternih izvora financiranja (prekogranična suradnja, bilateralne donacije, programi tehničke pomoći, itd.)	Kabinet gradonačelnika	Do kraja 2015.
5.	Usklađivanje planske dokumentacije s razvojnim konceptom Master plana Palić 2015., usklađivanje s planovima upravljanja i drugim propisima iz područja zaštite prirode	Park Palić, JP Palić Ludaš	Do kraja 2015.
6.	Definiranje statusa zemljišta potrebnog za realizaciju razvojnih projekata na lokacijama predviđenim razvojnim konceptom – reguliranje odnosa između ključnih interesnih subjekata	Kabinet gradonačelnika / Grad Subotica, Park Palić, JP Palić Ludaš	Do kraja 2015.
7.	Definiranje i provedba postupka izbora strateških partnera za identificirane investicijske projekte (sa izradom investicijskog promotivnog materijala i naknadom za uspjeh za investicijsko savjetovanje)	Park Palić, Grad Subotica	2015. – 2023. (po prioritetnim projektima)
8.	Predkvalifikacijski postupak za izvođače radova, investitore i ostale sudionike u realizaciji programa i projekata iz Master plana	Park Palić, Grad Subotica	2015. – 2023. (po prioritetnim projektima)
9.	Izrada Programa razvitka turizma Subotice, uzimajući u obzir koncipiranje ekoturističkih programa	Grad Subotica, TZ Subotica, JP Palić Ludaš	2016. – 2017.

10.	Izrada operativnog marketinškog plana s programom brendiranja Palića kao destinacije (mogućnost za prijavu cross border projekta)	Park Palić, TZ Subotica, JP Palić Ludaš	2017.
11.	Razvitak ljudskih resursa u područjima razvitka i komercijalizacije turističkih proizvoda, primjene novih tehnologija, marketinga i promocije	Park Palić, TZ Subotica	2016. – 2025.
12.	Razvitak ljudskih resursa u području unaprjeđenja stručnog obrazovanja / obrazovanja odraslih u cilju rješavanja potreba za kadrovima u turizmu	Park Palić	2017. – 2023.
13.	Jačanje svijesti lokalne zajednice o potencijalu razvitka i značaju Palićkog jezera („povratak Subotičana na Palić“)	Kabinet gradonačelnika, TZ Subotica, Park Palić, lokalni mediji, škole i fakulteti, JP Palić Ludaš	2015. na dalje
14.	Edukacija stanovništva Subotice i Palića u području ekologije i zaštite jezera („Sačuvajmo Palić“)	JP Palić Ludaš, lokalni mediji, Kabinet gradonačelnika, fakulteti, škole	2015. na dalje
15.	Izrada projektne i tehničke dokumentacije za infrastrukturne projekte (prometnice, vodoopskrba i tretman otpadnih voda, projekti zelene energije, zaštitni pojas oko jezera)	Grad Subotica, Park Palić, JP Palić Ludaš	2015. – 2018.
16.	Izrada projektne i tehničke dokumentacije za javne i projekte javno-privatnog partnerstva po definiranim zonama (od idejnih rješenja do glavnih projekata, prema definiranim prioritetima, uključujući i projekte rekonstrukcije / revitalizacije pojedinih zona)	Park Palić, Grad Subotica, JP Palić Ludaš	2015. – 2020.



### 8.3.2 Realizacija projekata i razvojnih programa

#### Infrastrukturni radovi

1.	Izgradnja nove pristupne ceste na zapadnoj strani jezera	Grad Subotica	2016.-2017.
2.	Rješenja s ciljem rasterećenja Kanjiške ceste	Grad Subotica	2016. – 2018.
3.	Završetak kanalizacijskog sustava Palića	Grad Subotica	2016.-2020.
4.	Kompletiranje tehnološke linije postrojenja za pročišćavanje otpadnih voda	Grad Subotica	2016.-2019.
5.	Izgradnja hidrološkog sustava jezera Palić – Ludaš (kao dio ukupnog hidrološkog sustava Subotice)	Grad Subotica	2016. – 2018.
6.	Kompletiranje postrojenja za preradu biomase	Grad Subotica	2018. – 2020.
7.	Rekonstrukcija postojećih i izgradnja novih geotermalnih bušotina	Grad Subotica, Park Palić	2016. – 2020.
8.	Izgradnja zaštitnog pojasa oko jezera	Grad Subotica, JP Palić Ludaš	2016. – 2018.
9.	Sustav javnih parkirališta na Paliću	Park Palić, JP Palić Ludaš, Grad Subotica	2016. – 2020.
10.	Postavljanje sustava za kontinuirani monitoring voda na Paliću i Ludašu	Grad Subotica, JP Palić Ludaš	2017. – 2019.

### 8.3.3 Realizacija investicijskih projekata – rekapitulacija

		Master Plan 2015.	TIP INVESTICIJE			RAZDOBLJE REALIZACIJE*				
			JAVNA	PRIV..	JPP	Ia	Ib	IIa	IIb	III
<b>Zona ZLATNI KRUG 1 (Health &amp; Spa)</b>										
ZI	1	Palić Spa Resort - hotel								
ZI	2	Palić Spa Resort - apartmani								
ZI	3	Palić Spa Resort - Medical Spa Centre								
ZI		Dokumentacija i project management								
<b>Zona ZLATNI KRUG 2 (Outdoor Water Fun)</b>										
Z2	1	Zeleni Zabavni Park								
Z2	2	Kompleks bazena								
Z2	3	Kabine, svlačionice, paviljoni								
Z2	4	Trgovine, hrana i piće								
<b>Zona ZLATNI KRUG 3 (Lido &amp; Promenada)</b>										
Z3	1	Lido/ Promenada (zajedno sa S2-9)								
<b>Zona SREBRNI KRUG 1 (Marine &amp; Lifestyle)</b>										
S1	1	Palić MICE & Spa hotel								
S1	2	Kongresni centar Palić								
S1	3	Golf teren sa 18 rupa								
S1	4	Palić Golf klub								
S1	5	Palić obiteljski boutique hoteli i vile								
		Boutique hoteli								
		Vile								
S1	6	Marina								
S1	7	Jedričarski klub & Tourist Point								
S1	8	Veslački klub								
S1	9	Medical centar								
<b>Zona SREBRNI KRUG 2 (Culture &amp; Heritage)</b>										
S2	1	Velika terasa								
S2	2	Ženski štrand								
S2	3	Koncertna terasa na jezeru								
S2	4	Palić hotel Mala gostiona								
S2	5	Palić jezero apart depadansa								
S2	6	Palić park apart depadansa								
S2	7	Esplanada								
S2	8	Shopping arkada								
S2	9	Promenada								
<b>Zona SREBRNI KRUG 3 (Sport &amp; Active)</b>										
S3	1	Palić Sport hotel								
S3	2	Sport apartmani								
S3	3	Sportska dvorana								
S3	4	Teniski tereni								
S3	5	Retail centar u vikend naselju								
S3	6	Adrenalinski park								
S3	7	Centar za skijanje na vodi								
<b>Zona SREBRNI KRUG 4 (Rural &amp; Nature)</b>										
S4	1	Čarda								
S4	2	Promatračnica za bird watching								
S4	3	Promatračnice za bird watching								
S4	4	Lungo Lago - Biciklistička/ pješačka staza								

\*Svaka faza traje ukupno 4 godine; prve dvije faze su podijeljene u po dva dijela (a i b)

### 8.3.4 Razvojni projekti i programi konkurentnosti

1.	Regionalni institut za zdravlje i sreću	Fond turistički klaster mikroregije Subotica – Palić, Park Palić, partnerske organizacije	2015.-2017.
2.	Eko – turistički park Palić Ludaš	JP Palić Ludaš, partnerske organizacije	2016. – 2018.
3.	Palić Salaši	Park Palić, Grad Subotica, TZ Subotica	2016. – 2020.
4.	Okusi Palića	TZ Subotica, Park Palić	2016. – 2018.
5.	Dječji, omladinski i obrazovni turizam	JP Palić Ludaš, TZ Subotica, Klaster obrazovnog turizma Srbije	2016. – 2018.
6.	Potpora organskoj poljoprivrednoj proizvodnji	JP Palić Ludaš, Grad Subotica, pokrajinske i nacionalne institucije (korištenje IPARD fondova)	2016. na dalje
7.	Specijalizacija gastronomske ponude	Park Palić, Fond turistički klaster mikroregije Subotica – Palić, TZ Subotica	2016. – 2018.
8.	Pješačke i biciklističke staze u Brončanom krugu	Grad Subotica	2018. – 2020.
9.	Integrirani sustav turističkog označavanja	Park Palić, Grad Subotica, JP Palić Ludaš	2016. – 2020.
10.	Sustav mobilnih platformi na jezeru i prikladnih molova (izlazak na jezero)	Park Palić, Grad Subotica, JP Palić Ludaš	2017. – 2020.
11.	Palić iz zraka – rehabilitiranje aerodroma u Bikovu i sportskog aerodroma na Paliću	Grad Subotica, Park Palić	2017. – 2023.
12.	Oživljavanje Paličke olimpijade (Palićkih sportskih igara)	Grad Subotica, TZ Subotica	2015. – 2016.

### 8.3.5 Monitoring i kontrola realizacije

1.	Implementacija predloženog modela upravljanja	Grad Subotica, Park Palić, JP Palić Ludaš, TZ Subotica, Fond turistički klaster mikroregije Subotica – Palić, privatni investitori i pružatelji usluga	2016. – 2021.
2.	Standardizacija usluga na razini resorta	Destinacijski menadžment	2016. – 2021.
3.	Definiranje i provedba programa „safety & security“	Destinacijski menadžment	2016. – 2021.
4.	Program i koordiniranje rada komunalnih služba	Destinacijski menadžment	2016. – 2021.
5.	Razvoj proizvoda i destinacijski marketing	Destinacijski menadžment	Kontinuirano