

## **STRATEGIJA– Situacijska analiza**

Radna skupina Grada Korčule u subotu 25. ožujka 2017. prihvatila je *Situacijsku analizu turizma Grada Korčule*, dokument čijom izradom je završila prva faza *Strategije razvoja turizma Grada Korčule*. *Situacijska analiza* koja daje sliku i analizu sadašnjeg stanja turizma Grada Korčule predstavljena je Radnoj skupini, koju čine lokalni dionici turizma, u Gradskoj vijećnici.

Ovom prilikom prezentirane su opće informacije o Gradu i njegovom okruženju – prostor i njegova klimatska obilježja, karakteristike stanovništva, te postojeća gradska infrastruktura i trenutno stanje u gospodarstvu. Opisana je i povijest Korčule, kao i naslijeđena prirodna i kulturna baština.

Prva faza strategije definirala je dionike (institucije, grupe i pojedince) koji su ključni za budući turistički razvoj te su analizirane njihove pozicije na matrici interesa i utjecaja tih dionika na turistički razvoj. U istom dijelu analizirani su važeći postojeći strateški i planski dokumenti, koji određuju kriterije za razvoj turizma.

Analiza turističkih trendova u svijetu i specifično na Mediteranu jasno je pokazala nekoliko dominantnih trendova: starenje turista, skraćivanje boravaka, skraćivanje razdoblja između rezervacije i dolaska u destinaciju, zahtjeve za višom kvalitetom usluga, snažan rast važnosti digitalne tehnologije i društvenih mreža u turizmu. Analiza turističkih trendova u Hrvatskoj ukazala je na snažan rast turističkog prometa i skraćivanje boravaka, kao i na poznate probleme našeg turizma: nedostatak raznovrsnih, novostvorenih atrakcija, premalen broj globalno brendiranih destinacija i još uvijek visoku sezonalnost. U analizi turističkih trendova Dubrovačko-neretvanske županije, kao šire destinacijske regije kojoj pripada Grad Korčula, ukazano je da drugi dijelovi županije ne ostvaruju dostatnu sinergiju od turističkog brenda Dubrovnika, te da u njima dominira proizvod sunca i mora i visoka sezonalnost.

Analiza turističkog tržišta ukazala je na dominaciju privatnog smještaja u ukupnim kapacitetima Grada Korčule, te trend rasta udjele ove kategorije unutar hotela i kampova. Iako dolasci i noćenja turista u gradu bilježe rast posljednjih godina, u svom intenzitetu rast turističkog prometa u Gradu Korčuli znatno zaostaje za rastom na razini cijele županije, ali i na razini Hrvatske. Korčula ima slabiju popunjenost, a dulji prosječan boravak od makroregije. U analizi je primjetan rast nautičkog i cruising turizma u Gradu Korčuli.

Analiza je pokazala i kako turizam Korčule obilježava jaka sezonalnost jer se gotovo polovica turističkog prometa odvija se u dva ljetna mjeseca. Istraživanje Tomas ljetu 2014 pokazalo je kako je prosječni turist

Dubrovačko-neretvanske županije srednje dobi, a većinom su to obitelji s djecom ili parovi bez djece. stranci više kupovne moći koji uglavnom dolaze na preporuku, a prosječno dnevno potroše 93 eura (uključen i trošak smještaja).

U sklopu Situacijske analize provedena je i anketa lokalnih dionika o cijelom nizu elemenata turističke konkurenosti, koju su u cijelini ocijenili ocjenom 3,1 (skala od 1-5). Lokalni dionici najbolje su ocijenili resurse i atrakcije, a najkritičniji su bili spram marketinga destinacije i infrastrukture.

Situacijska analiza sadrži i detaljan popis i kategorizaciju svih atrakcija Grada Korčule te njihovu evaluaciju na temelju kriterija njihovog značaja i tržišne spremnosti. Ocjena konkurentnosti Korčule kao destinacije i analiza konkurentskih destinacija pokazala je kako resursno-atrakcijsku osnovu Korčule u najvećoj mjeri čine ljepota pejzaža i prirode, čistoća mora, klima, karakterističan reljef, mir i tišina, te kulturno-povijesni spomenici.

Analiza snaga, slabosti, mogućnosti i prijetnja s kojima se Grad Korčula kao destinacija suočava (tzv. SWOT analiza) pokazala je kako su ključne snage destinacije bogata povijesno-kulturna i prirodna baština, blizina Dubrovnika, ugodna klima, miran odmor i sigurnost. Istovremeno analiza je pokazala i brojne slabosti destinacije, među koje spadaju nedovoljna razvijenost destinacije, nedostatak strateškog promišljanja o turizmu, sezonalnost te udaljenost i slaba prometna povezanost. Produžetak sezone, repositioniranje destinacije prema gostima veće platežne moći i jačanje digitalnog marketinga neke su od mogućnosti koje na vidjelo donijela analiza, a među prijetnjama se ističe stagnacija i brži razvoj susjednih destinacija.

Dokument je predstavila mr.sc. Aleksandra Kolarić, direktorica konzultantske tvrtke Quadrans, koja priprema Strategiju razvoja turizma Grada Korčule.

Cijeli dokument se nalazi na sljedećoj [poveznici](#), a građani su i dalje pozvani da svoje prijedloge šalju na e-poštu: [strategijakorcula@quadrans.hr](mailto:strategijakorcula@quadrans.hr)