

# Akcijski plan razvoja golf ponude u Hrvatskoj SAŽETAK - 2017.



Ministarstvo turizma  
REPUBLIKE HRVATSKE

# Akcijski plan razvoja golf ponude u Hrvatskoj

## Polazište

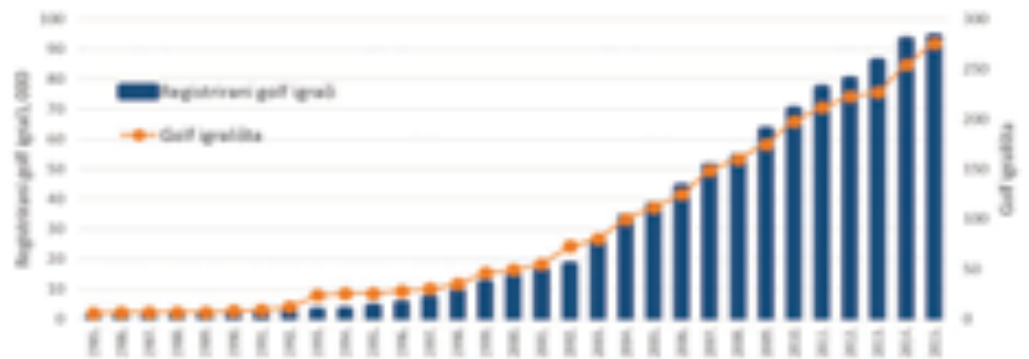
U skladu sa Strategijom razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine (NN 55/2013.), Ministarstvo turizma Republike Hrvatske izradilo je Akcijski plan razvoja golf ponude. U izradi Akcijskog plana su, osim nositelja, Ministarstva turizma Republike Hrvatske, Instituta za turizam i Golf services j.d.o.o., sudjelovali brojni dionici golfa i golf turizma u Hrvatskoj, od predstavnika državne administracije i jedinica lokalne samouprava, nevladinih udruga, sportskih klubova i saveza, investitora, do istaknutih pojedinaca. Ukupno je u procesu konzultacija sudjelovalo više od 60 osoba iz cijele Hrvatske.

## O golfu

Kao jedan od najstarijih sportova te stoljećima domena društvene elite, golf je danas globalno popularan s procijenjenih oko 60 milijuna igrača i 32.000 igrališta u svijetu. Golf igrališta su sastavni dio turističke ponude svih razvijenih zemalja, a nerijetko i onih koje su međunarodni turizam u većoj mjeri počele razvijati tek nedavno, kao što su, primjerice, Turska i Bugarska.



Golf destinacije na Mediteranu  
Izvor: www.dsgolf.hr



Golf ponuda i potražnja u središnjoj i istočnoj Europi  
Izvor: Regional golf market snapshot, Central & Eastern Europe, KPMG, 2016, str.4



Distribucija odigranih golf rundi u 2014. godini prema mjesecima u klasteru Belek (Turska)  
Izvor: KPMG (2015.). Turkey - The Rising Star of Golf.

# Golf u Strategiji razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine

Strategijom je predviđena izgradnja 30 novih visokokvalitetnih golf igrališta. Takvom intenzivnom izgradnjom predviđenom do kraja planskog razdoblja Strategije, Hrvatska bi uspostavila novu i vrlo kvalitetnu ponudu golfa na cijelom svom području. Kvaliteta bi se ogledala u ponudi 'grozdova' golf igrališta koja igračima, na relativno malim međusobnim udaljenostima, omogućuje zadovoljstvo igranja na različitim, vrhunski projektiranim i okolišno odgovornim igralištima, uz brendirane hotele i ponudu drugih pratećih sadržaja posebice eno-gastronomije, wellnessa i talasoterapije.

## Zašto je golf u Strategiji razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020.?

- Golf je dodatni sadržaj kojeg imaju sve nama konkurentne turističke zemlje
- Golf privlači novi segment gostiju više platežne moći koji do sada kod nas nije zastupljen
- Iskustva drugih zemalja na Mediteranu koje imaju golf turizam pokazuju znatan utjecaj te potražnje na produljenje turističke sezone i povećanje prihoda od turizma te na zaposlenost (izravnu i neizravnu)
- Hrvatska je vrlo pogodna za razvoj golf turizma zbog blizine emitivnih tržišta te mogućnosti cjelogodišnjeg igranja na priobalnim dijelovima teritorija na kojima je i turistička potražnja najveća
- Izgradnja golf igrališta na kontinentu mogla bi biti zamašnjak turističkog razvoja pojedinih regija

## Što imamo danas?

- Tri golf igrališta s 18 ili više polja (Zagreb, Umag, Brijuni) i jedno izvan funkcije
- Dva igrališta s 9 polja
- Dva sa 6 polja
- Dva s 3 polja
- 7 vježbališta
- 18 golf klubova i 4 udruge u Hrvatskom golf savezu
- Oko 1.000 registriranih i još oko 500 neregistriranih igrača golfa

## Golf u Hrvatskoj

Hrvatska je tek na početku razvoja ovoga sporta. Zbog malog broja igrališta i njihove prostorne raspršenosti, postojeća ponuda golfa u Hrvatskoj nije atraktivna pa Hrvatska danas nije golf destinacija, što nije u skladu s opće prihvaćenim opredjeljenjem o tržišnom repozicioniranju Hrvatske prema višoj kvaliteti turističke usluge i produljenju turističke sezone.

U prostornim planovima hrvatskih županija, gradova i općina ucrtano je gotovo 100 novih lokacija za izgradnju golf igrališta. Neke od planiranih lokacija još nisu u prostornim planovima, ali je postupak izmjena prostornih planova u tijeku, neke se lokacije iz prostornih planova planiraju ukinuti, a neke se vjerojatno nikad neće realizirati. Planirane lokacije su različite veličine (od 30-tak do gotovo 200 ha površine) i odnose se na vježbališta, manja golf igrališta te golf igrališta s 18 i više polja, dio je bez smještajnih kapaciteta, a na nekima je predviđena izgradnja smještajnih kapaciteta. Od svih navedenih lokacija u prostornim planovima, aktivnosti na realizaciji projekata započele su na manje od 20%. Te su aktivnosti u različitim fazama gotovosti - od gotove projektne dokumentacije ili tek njezine izrade do važeće građevinske dozvole.

Analiza stupnja spremnosti za izgradnju golf igrališta u Hrvatskoj pokazala je da se mogu formirati dvije grupe projekata koji bi se, pod određenim uvjetima, mogli realizirati ili bi barem mogli započeti realizaciju u planskom razdoblju Strategije, odnosno neposredno iza toga (do 2022. godine). Radi se ukupno o 14 golf igrališta (od 30 Strategijom predviđenih):

(1) Projekti za koje postoje investitori koji su spremni odmah započeti s izgradnjom (osigurano je financiranje), čim prikupe sve potrebne (preostale) dozvole ili se postignu još nezavršeni pregovori s državom oko pojedinih pitanja projekta: Srđ (DNŽ), Baštijunski Brig (ZŽ), Matalda (PGŽ), Stancija Grande - Vrsar, San Marco - Rovinj, i Porto Mariccio (IŽ);

(2) Projekti za koje postoji gotova potrebna dokumentacija (građevinska dozvola, ili lokacijska dozvola, ili prihvaćena SUO, ili navedena dokumentacija u postupku prihvaćanja), koji bi se mogli realizirati odmah, pod uvjetom da se nađe zainteresirani investitor: Fratarska šuma (Biska), Larun, Zelena i Plava laguna Poreč, Marlera, Stancija Negrin, Stancija Grande (Umag), sva u Istarskoj županiji te Zaprešić u Zagrebačkoj i Prukljan u Šibensko-kninskoj županiji.

# Akcijski plan razvoja golf ponude

Da bi se vizija razvoja golf igrališta, golfa kao sporta te golf turizma u Hrvatskoj, koja je usvojena od Vlade i Sabora Republike Hrvatske, ostvarila, potrebno je prepoznati neopravdana ograničenja zbog kojih se golf igrališta ne grade željenom brzinom te predložiti mjere da se takva ograničenja uklone ili minimiziraju. To je cilj ovog Akcijskog plana. Pri tome se ne propituje opravdanost broja ili okvirnih lokacija izgradnje pojedinih golf igrališta navedenih u Strategiji, nego je to prihvaćeno kao polazište za predlaganje programa i mjera za njihovu realizaciju.

Iako je država u proteklom razdoblju riješila neke od problema koji su kočili ili barem usporavali izgradnju golf igrališta u Hrvatskoj, kao što je, primjerice, mogućnost prenamjene poljoprivrednog i šumskog zemljišta u građevinsko, odnosno davanje prava građenja za potrebe golfa i pratećih objekata, zatim je omogućila golf projektima dobivanje statusa 'državne/regionalne važnosti' i 'strateškog

značaja za RH' radi ubrzanja postupka dobivanja dozvola, također i mogućnost izvlaštenja pojedinih čestica koje onemogućuju realizaciju projekta i drugo, još je ostao niz problema koje treba riješiti kako bi se razvoj golfa u Hrvatskoj ubrzao u skladu s važećim planskim dokumentima.

Neki od tih problema su: negativan imidž golfa u javnostima, što rezultira problemima podrške na lokalnim razinama, zatim troma administracija i velika normiranost što za posljedicu ima višegodišnje prikupljanje potrebnih dokumenata za izgradnju, također nesređene zemljišne knjige (imovinsko-pravni odnosi) produljuju razdoblje pripreme projekata kao i sporost pravosuđa, pri tome visina različitih naknada otežava isplativost projekata, a spori oporavak tržišta nekretnina ne potiče investiranje u golf igrališta itd. Hotelijerske kuće i lokalne zajednice rijetko su spremne same investirati u golf igrališta (čast izuzecima!), a država još manje, suprotno iskustvima nekih drugih europskih zemalja, primjerice Francuske i Austrije.

Zadatak Akcijskog plana je biti vodič državnoj i lokalnim administracijama u realizaciji plana razvoja golfa kakav je predviđen Strategijom razvoja turizma Hrvatske do 2020. Nositelj provedbe svih aktivnosti navedenih u ovom Akcijskom planu je Ministarstvo turizma Republike Hrvatske.

Budući da je realizacija Akcijskog plana cilj Vlade Republike Hrvatske, njegova se provedba ostvaruje putem suradnje nadležnih ministarstava u Međuministarskom stručnom vijeću za provedbu Strategije.

Mjere i akcije koje se predlažu poduzeti ovim Akcijskim planom dijele se na opće i posebne. Opće mjere odnose se na sve vrste investicija u Hrvatskoj, i nisu specifične samo za golf, iako imaju velik utjecaj na njegov razvoj. To su eliminiranje tromosti administracije u državnoj i lokalnim upravama i samoupravama te ubrzanje pravnih postupaka u slučaju žalbi, zatim egzaktno definiranje i primjenjivanje rokova ishoda potrebne dokumentacije, uz sankcije za neizvršenje, sređivanje zemljišnih knjiga (imovinsko-pravne odnose), unapređenje investicijske klime u Hrvatskoj (smanjiti prenormiranost, poticati izvrsnost rada, brže stavljati u funkciju državno zemljište i devastirana područja ....) te usklađivanje fiskalnih i parafiskalnih davanja za sportske usluge u skladu s nama konkurentnim zemljama.



Golf ponuda i potražnja u središnjoj i istočnoj Europi  
Izvor: Regional golf market snapshot, Central & Eastern Europe, KMPG, 2016, str.4

# Posebne akcije i mjere, specifične za golf, su sljedeće:

1. Informiranje javnosti o obilježjima golfa, što ima za cilj senzibilizirati javnost na važnost golf turizma za Hrvatsku i njegovim učincima na okoliš, društvo i gospodarstvo, eliminirati negativni imidž koji golf ima u Hrvatskoj, povećati broj domaćih golf igrača (posebno djece i mladih) i stvoriti bolje ozračje za razvoj golf turizma/izgradnju golf igrališta. Mjera uključuje istraživanje percepcije golfa u javnostima, analizu primjera najbolje prakse i iskustva zemalja s razvijenim golf turizmom, osmišljavanje strategije komunikacije i ciljeva komunikacije prema ciljnim skupinama, odabir sredstava komunikacije, definiranje sadržaja poruka, pripremu materijala za novinare s relevantnim i aktualnim informacijama, izradu priloga za pojedine vrste medija te mjerenje učinaka informacijsko-promocijskih aktivnosti.
2. Podrška države, regionalne i lokalne samouprave razvoju golfa, što uključuje izradu vodiča za investicije u golf igrališta (s detaljnim, relevantnim i vjerodostojnim uputama o procesu ishođenja svih potrebnih dozvola i potvrda, uvjetima za stjecanje statusa strateškog projekta ili projekta od državnog značaja i sl.), izradu smjernica za razvrstavanje golf igrališta s obzirom na složenost građevinskih radova potrebnih za njihovu izvedbu (radi pravilnog pozicioniranja golf igrališta u pravnom okviru iz područja prostornoga uređenja i gradnje), imenovanje stalnog povjerenstva za ocjenu Studije utjecaja na okoliš (sastavljeno od stručnih osoba), osiguranje investitorima kreditne linije po povoljnim uvjetima (HABOR), aktivnije uključivanje države u realizaciju javnih golf igrališta (u ovom trenutku Zelena i Plava Laguna Poreč i Zaprešić), ubrzanje postupka realizacije golf igrališta na zemljištu u većinskom državnom vlasništvu, svođenje raznih naknada na razumnu mjeru, definiranje aktivnosti praćenja provedbe i kontrole kvalitete golf projekata ('monitoring') te pokretanje postupka certificiranja golf igrališta s obzirom na njihov utjecaj na okoliš.
3. Edukacija administrativnog osoblja u državnim i lokalnim tijelima, budući da administracija često nije odgovarajuće educirana o pojedinim aspektima golfa i to negativno utječe na njihove odluke, odnosno usporava proces izdavanja potrebnih rješenja i dozvola. Mjera uključuje kreiranje programa edukacije, izradu i tiskanje priručnika te edukaciju administrativnog osoblja u državnim i lokalnim tijelima putem predavanja, seminara, radionica, diskusija.
4. Izrada projekta dugoročnog razvoja golfa u Hrvatskoj, što uključuje definiranje načela i koncepta dugoročnog razvoja golfa i golf turizma, određivanje kriterija za lociranje golf igrališta i golf resorta, analizu i reviziju lokacija predviđenih za golf igrališta u prostornim planovima županija s gledišta razvojnog koncepta (gospodarski, okolišni i društveni aspekt) te vlasništva zemljišta, definiranje konkretnih lokacija od interesa za državu, regiju i lokalne zajednice, uz postizanje koncensusa uključivanjem lokalne zajednice u proces planiranja, te formiranje klastera koji se trebaju realizirati u planskom razdoblju, definiranje modela sudjelovanja države u realizaciji dugoročnog razvoja golfa i golf turizma (uključujući lokanu samoupravu i lokalno poduzetništvo), procjenu učinaka planiranog razvoja na gospodarstvo, društvo i okoliš, izradu plana aktivnosti s rokovima i zaduženjima te izradu Strateške procjene utjecaja plana na okoliš.
5. Ustrojstvo obrazovanja za potrebe golfa, budući da svako novo golf igralište stvara potrebu za novim radnim mjestima. Neka od njih su usko vezana uz golf kao sport, ali i gospodarsku aktivnost kakva je golf turizam i održavanje igrališta. Radi se o tri vrste nedostajućih kadrova: menadžer golf igrališta, voditelj održavanja golf igrališta i učitelj golfa. Mjera uključuje ispitivanje mogućnosti ustrojstva obrazovanja za određenu vrstu kadra na nekom od fakulteta te mogućnost ustrojstva Golf akademije.
6. Unapređenje informacijske osnovice, što uključuje definiranje skupa pokazatelja neophodnog za praćenje, planiranje i razvoj aktivnosti golf turizma u Hrvatskoj sa strane ponude i potražnje, određivanje načina prikupljanja podataka i nositelja odgovornosti, formiranje baze podataka i načina diseminacije podataka, uspostavu kontinuiranog istraživanja obilježja potražnje i gospodarskih učinaka golf turizma u okviru izrade satelitskog računa turizma (TSA) prema metodologiji Svjetske turističke organizacije.
7. Marketing, koji uključuje kreiranje proizvoda golf destinacije i izradu plana promocije.

# KLJUČNI FAKTORI USPJEHA GOLF TURIZMA (sa stajališta golf turista)

- Dostupnost golf destinacije automobilom i/ili izravnim letovima;
- Kvaliteta, atraktivnost i prepoznatljivost golf igrališta, ali i vježbališta; minimum 3 do 5 igrališta u destinaciji;
- Zeleni pristup u izgradnji i održavanju golf igrališta;
- Kvaliteta golf kuća i ostalih pratećih sadržaja;
- Kvaliteta smještaja (u blizini golf igrališta) uz mogućnost različitih vrsta i standarda kvalitete (od kampa do luksuznog hotelskog resorta);
- Atraktivnost destinacije, slijedom prepoznatljivosti, očuvanosti prirodnih i društvenih značajki lokacije, sigurnosti te ponude sadržaja u destinaciji;
- Kvaliteta ugostiteljske ponude, uključujući lokalne (regionalne) specijalitete i pića;
- Raspon kulturnih, zabavnih, sportskih i trgovačkih sadržaja u destinaciji.

## TRENDOVI U GOLF PONUDI

- Grade se manja igrališta jer se, uslijed urbanizacije i ubrzanog tempa života, igranje i vježbanje golfa s četiri i više sati skraćuje na sat do dva sata;
- Golf postaje cjenovno prihvatljiviji i pristupačniji široj populaciji pa se uvodi se u školske programe;
- Golf postaje obiteljski sport i razonoda, uključuje se ponuda za cijelu obitelj;
- Igrališta se prilagođavaju 'turističkom golferu';
- Sve se više vodi računa o ekološkoj održivosti golf igrališta i uklopljenosti u krajolik;
- Digitalne tehnologije pomažu u treningu i igri, a vrhunska tehnologija podiže kvalitetu održavanju igrališta, smanjuje cijene održavanja i pridonosi ekološkoj održivosti golfa.

www.golfholidays-online.com; www.birdieable.com /five emerging golf trends for 2015; www.golfprofitbuilders.com /trends; www.hsbc.com /Golf's 2020 Vision, The HSBC Report 2012; www.thegolftravelguru.com /10 Travel trends; www.cbi.eu /Golf Tourism from Europe, Netherlands Ministry of Foreign Affairs; www.fgolf.org / The Plan for 100 Compact Urban Golf Courses in 10 Years (2009-2018); Golf Advisor (2016). Deegan, J.C. Looking back: The 10 encouraging golf trends that caught our attention in 2016. (<http://www.golfadvisor.com/articles/2016-golf-trends-16189.htm>)

## TRENDOVI U GOLF POTRAŽNJI (2014.)

- Kontinuirani porast potražnje od 2011. godine i oporavak tržišta nakon kriznih godina;
- Najčešće golf putovanja i dalje je ono između 4 i 7 dana; u 2014. je zabilježen porast dužih putovanja;
- I dalje su najvažniji faktori za odabir destinacije: dostupnost izravnim letovima, cijene paketa, kvaliteta golf igrališta, kvaliteta smještaja i golf kuća, kao i ostalih pratećih sadržaja;
- Dok su i dalje najpopularnije golf destinacije Španjolska i Portugal, pojavile su se i nove 'hot spot' destinacije: Južnoafrička Republika, Maroko, UAR, Tajland, Vijetnam, Turska i Bugarska; zauvijek popularne ostaju tradicionalno SAD i Škotska;
- Najčešći svjetski golf putnici su i dalje iz Velike Britanije i SAD-a, mada oni vrlo često putuju i unutar svojih zemalja; u međunarodnim putovanjima ih slijede Šveđani, Nijemci i Danci;
- Rezervacije se najčešće rade preko telefona (46%), interneta (32%) ili u agenciji (22%); 50% rezervacija se napravi 1 do 6 mjeseci prije putovanja, 40% više od 6 mjeseci (najčešće grupna putovanja), a 10% unutar mjesec dana;
- Golf turisti sve više istražuju nove, netradicionalne destinacije;
- Raste ekološka osviještenost igrača golfa koji zahtijevaju da 'zeleno bude zeleno';
- Sve je više žena i mladih golfera;
- Očekuje se daljnji pozitivan trend u golf turizmu i slijedećih godina.

KPMG-a: Golf Tourism Growth Trends (2015.); Golf's 2020 Vision: The HSBC Report, HSBC 2012., str. 45.  
Preuzeto sa stranice: [http://golfnetworkadmin.gamznhosting.com/site/\\_content/document/00017543-source.pdf](http://golfnetworkadmin.gamznhosting.com/site/_content/document/00017543-source.pdf).