

INFORMATIVNI SAŽETAK DIO C
1.- Kako bi postao konkurentnijom turističkom destinacijom, Poreč bi trebao povećati svoje poslovne javne prostore i površinu za 60%

Prema našoj polazišnoj studiji, turističke destinacije slične turističke strukture i karakteristika kao grad Poreč pokazuju prosječni omjer od 0,5 komercijalnih m² po krevetu, dok je za Poreč taj omjer 0,3 komercijalnih m² po krevetu.

Tablica 1: Predložena ukupna komercijalna površina u m² po području

Područja	Trenutačno komercijalnih m ²	Procjena povećanja u m ²	Ukupno komercijalnih m ²	% Povećanje
Povijesna jezgra	7.230	2.990	10.220	41.4%
Riva	2.470	1.730	4.200	70%
Proširenje	13.500	2.360	15.860	17.5%
Marina	300	7.200	7.500	2.400%
UKUPNO	23.500	14.280	37.800	60,90%

Izvor: THR

Tablica 2: Usporedba komercijalne mješavine po grupama Trenutačno nasuprot predložene situacije

	H & P	Moda & modni dodaci	Slobodno vrijeme	Maloprodaja & veleprodaja	Pokloni & suveniri	Profesionalne usluge	Prazno	UKUPNO
Trenutno	3.430 (15%)	2.048 (9%)	5.475 (23%)	7.803 (33%)	1.803 (8%)	2.249 (10%)	720 (3%)	23.500
Predloženo	9.453 (25%)	7.563 (20%)	6.428 (17%)	5.659 (15%)	5.672 (15%)	3.025 (8%)	-	37.800
								60,7%

Izvor: THR

2.- Ovo sveukupno 60%-tno povećanje komercijalne površine rezultat je povećanja m² u određenim sektorima te smanjenja u drugima

Primjenom komercijalnog miksa Poreča koji predlaže THR u tablici 4 u nastavku, pokazujemo različita povećanja i smanjenja komercijalnih površina za svaku pojedinu različitu kategorijsku skupinu.

Tablica 3: Sažetak trenutačne nasuprot ciljane komercijalne površine u m² po skupinama

Skupine	Situacija	Komercijalna površina m ²	Razlika
Skupina 1 - Maloprodaja & veleprodaja	Trenutno	7.803	- 2.133
	Cilj	5.670	
Skupina 0 - "Prazni prostori"	Trenutno	721	-721
	Trenutno	0	
Skupina 6 - Profesionalne usluge	Trenutno	2.249	+ 775
	Cilj	3.024	
Skupina 3 – Slobodno vrijeme	Trenutno	5.474	+ 952
	Cilj	6.426	
Skupina 4 - Moda	Trenutno	2.048	+ 5.512
	Cilj	7.560	
Skupina 5 – Pokloni/suveniri	Trenutno	1.803	+ 3.867
	Cilj	5.670	
Skupina 2 – Hrana & piće	Trenutno	3.431	+ 6.019
	Cilj	9.450	
UKUPNO	Trenutno	23.500	+ 14.300
	Cilj	37.800	



Izvor: THR

Poreč treba značajnije povećati kategorijske skupine hrane i pića, mode i modnih dodataka, te poklona i suvenira, zbog činjenice da turisti i posjetitelji tijekom svog boravka koriste centar Grada za šetnju, kupovanje i uživanje u gastronomiji. S druge strane, trebalo bi značajno smanjiti udjel maloprodaje i veleprodaje, dok bi slobodno vrijeme i profesionalne usluge trebale ostati gotovo nepromijenjene.

Komercijalna mješavina poslovnog Poreča koju predlaže THR temelji se na referentnim obilježjima sličnih turističkih destinacija kao i trgovačkim centrima u turističkim mjestima. Popis površina poslovnih prostora po kategorijskim skupinama u Poreču kako predlaže THR je sljedeći:

Tablica 4: Predložen komercijalni miks Poreča po kategorijskim skupinama

Kategorijske skupine	Referentna točka ¹ turističke destinacije	Referentna točka ² trgovačkog centra	Trenutni komercijalni miks Poreča	Predloženi komercijalni miks Poreča
Hrana i piće	25%	15%	15%	25%
Moda & modni dodaci	20%	23%	9%	20%
Slobodno vrijeme	15%	30%	23%	17%
Maloprodaja & veleprodaja	20%	14%	33%	15%
Pokloni & suveniri	12%	15%	8%	15%
Profesionalne usluge	8%	3%	10%	8%
Prazno	-	-	3%	-
UKUPNO	100%	100%	100%	100%

Izvor: THR

Referentna točka¹ turističke destinacije– Turistička destinacija iz referentne studije (Sitges, Tossa de Mar, L'Estariit (Španjolska) i Rovinj (Hrvatska).

Referentna točka² trgovačkog centra- Referentna studija španjolskih trgovačkih centara (GP Resort: Business opportunity, THR April 2003))

3.- Svaki dio centra Grada Poreča zahtijeva drugačiji i specifičan komercijalni miks

 Tablica 9: Predloženi komercijalni miks u m² po području i po grupi

	Hrana i piće (G2)	Moda & modni dodaci (G4)	Slobodno vrijeme (G3)	Maloprodaja & veleprodaja (G1)	Pokloni & suveniri (G5)	Profesionalne usluge (G6)	Prazno	UKUPNO
Povijesna jezgra	2.060	3.031	737	1.230	2.129	1.034	0	10.220
Riva	946	801	638	324	995	483	0	4.200
Površina proširenja	3.663	3.010	3.274	3.800	1.262	884	0	15.880
Marina	2.785	720	1.780	305	1.286	624	0	7.500
UKUPNO	9.550	7.560	6.426	5.670	5.670	3.024	0	37.800

Izvor: THR

3.1.- Povijesna jezgra

Optimalan komercijalni miks za povijesnu jezgru prikazan je u donjoj tablici, pri čemu treba obratiti pozornost na potrebu za povećanjem površine poslovnih prostora u sljedećim kategorijama: hrana i piće, moda i modni dodaci, pokloni i suveniri, te profesionalne usluge. To je zbog činjenice da posjetitelji i turisti uživaju u povijesnoj jezgri zbog turističkih aktivnosti, kao što su, među ostalima, kupovanje i gastronomija.

S druge strane, kategorije slobodnog vremena i maloprodaje i veleprodaje trebalo bi smanjiti radi održavanja optimalnog komercijalnog miksa koji predlaže THR. Razlog je uglavnom u činjenici što bi mjesno stanovništvo i turisti povijesnu jezgru trebali koristiti kao dio Grada za uživanje u miru i povijesnoj baštini.

Povećanje površine poslovnih prostora bit će moguće zahvaljujući izgradnji novih zgrada i dijelova koji bi se mogli koristiti u komercijalne svrhe, kao što je predloženi projekt na trgu M. Gupca, uz izgradnju nove zgrade i otvorene tržnice.

 Tablica 11: Trenutna situacija nasuprot predloženoj situaciji po m² poslovnih prostora

Centar	G2	G4	G3	G1	G5	G6	G0	UKUPNO
Trenutna situacija	1.245	562	1.920	1.991	1.046	220	249	7.230
Predložena situacija	2.060	3.031	737	1.230	2.129	1.034	-	10.220

Izvor: THR

3.2.- Područje rive

Optimalan komercijalni miks za područje rive prikazan je u donjoj tablici, pri čemu treba obratiti pozornost na potrebu za povećanjem površine poslovnih prostora u sljedećim kategorijama: hrana i piće, moda i dodaci, slobodno vrijeme, pokloni i suveniri. To je zbog činjenice da posjetitelji i turisti uživaju u području rive u aktivnostima slobodnog vremena, na primjer u zalazu sunca dok sjede na terasi ili uživaju u lokalnoj/međunarodnoj gastronomskoj ponudi, kupuju poklone i suvenire i zanimljive predmete.

S druge strane, kategorije maloprodaje i veleprodaje te profesionalnih usluga trebalo bi smanjiti radi održavanja optimalnog komercijalnog miksa koji predlaže THR. Razlog je uglavnom u činjenici što bi mjesno stanovništvo i turisti rivu trebali koristiti kao aktivni dio Grada, dakle kao mjesto susreta, pogodno za šetnju i uživanje u ozračju Mediterana.

Tablica 12: Trenutna situacija nasuprot predloženoj situaciji po m2 poslovnih prostora na rivi

Riva	G2	G4	G3	G1	G5	G6	G0	UKUPNO
Trenutna situacija	741	26	578	427	70	625		2.470
Predložena situacija	946	801	638	324	995	483		4.200

Izvor: THR

3.3 - Površina proširenja

Optimalan komercijalni miks za područje proširenja prikazan je u donjoj tablici, pri čemu treba obratiti pozornost na potrebu za povećanjem površine poslovnih prostora u većini definiranih kategorija: hrana i piće, moda i dodaci, slobodno vrijeme, pokloni i suveniri. To je zbog činjenice da posjetitelji i turisti uživaju u području Proširenja kao dijelu povijesne jezgre te posjećuju Grad zbog blizine i veličine središta Grada Poreča. Stoga ovaj dio Grada treba uglavnom koristiti za uživanje u gastronomiji, kupovini i drugim aktivnostima slobodnog vremena.

S druge strane, kategorije maloprodaje i veleprodaje te profesionalnih usluga trebalo bi smanjiti radi održavanja optimalnog komercijalnog miksa koji predlaže THR. Razlog je uglavnom u činjenici što bi mjesno stanovništvo i turisti područje Proširenja trebali koristiti kao aktivni dio Grada, između ostalog, za uživanje u zabavnim sadržajima, poput koncerata, kazališta i drugih događanja na glavnim gradskim trgovima.

Tablica 13: Trenutna situacija nasuprot predloženoj situaciji proširenja po m2 poslovnih prostora

Proširenje područje	G2	G4	G3	G1	G5	G6	G0	UKUPNO
Trenutna situacija	1445	1.460	2.976	5.385	387	1.404	472	13.500
Predložena situacija	3.663	3.010	3.274	3.800	1.262	884		15.880

Izvor: THR

3.4.- Područje marine

Predloženi komercijalni miks za područje marine prikazan u gornjoj tablici razmatra mogućnost izgradnje novih građevina kao dio predloženog projekta sa svrhom poboljšanja trenutačne situacije, i to u urbanističkom, arhitektonskom i estetskom smislu, kao i u smislu trenutačne društveno-ekonomske aktivnosti. Tako će otvorena tržnica povećati komercijalnu površinu te doprinijeti većoj privlačnosti ovog dijela Grada.

Stoga se predlaže stvaranje nove gastronomske ponude, te nove ponude sadržaja za slobodno vrijeme i kupovanje, kao i poslovnih prostora za profesionalne usluge u zgradama čija izgradnja je predviđena na području marine.

Tablica 14: Trenutna situacija nasuprot predloženoj situaciji u području marine po m2 komercijalne površine

Marina	G2	G4	G3	G1	G5	G6	G0	UKUPNO
Trenutna situacija					300			300
Predložena situacija	2.785	720	1.780	305	1.286	624		7.500

Izvor: THR

4.- Grad Poreč mogao bi utjecati na konfiguraciju optimalnog komercijalnog miksa i njegove kvalitativne standarde putem nekoliko javnih politika

Grad Poreč može utjecati na konfiguraciju komercijalne površine koju predlaže THR putem sljedećih politika:

- Definiranje komercijalne namjene jedinica u javnom vlasništvu
- Politika novih dozvola za komercijalne djelatnosti
- Promocija novih poslovnih zgrada
- Stjecanje ili najam novih poslovnih jedinica od strane Grada Poreča
- Financijske mjere i prihodi od poreza

Osim navedenog, grad Poreč treba imati stroge propise o kvaliteti i estetici poslovnih jedinica. THR snažno podupire ideju da su navedene kvalitativne mjere najvažniji i ključni faktori uspjeha koji će jamčiti održiv i uspješan srednjoročni i dugoročni razvoj turizma u Poreču.

5.- Kratkoročne aktivnosti i dugoročni prijedlozi za komercijalne javne površine

Preporuka THR-a u pogledu povećanja ili smanjenja komercijalnih površina, odnosno poslovnih prostora, proizlazi iz razlike između ciljne i trenutačne situacije. Navedena preporuka za povećanje, odnosno, smanjenje zatim se uspoređuje s prostorima u javnom vlasništvu Gradskog vijeća Poreča. Na primjer, u slučaju zlatarnica, nalazimo da predloženo smanjenje komercijalne površine iznosi oko 630 m² i da na raspolaganju ima tek 313 m² javne površine (koja se u kratkom roku može redistribuirati između drugih komercijalnih kategorijskih skupina).

Komercijalna površina navedena u sljedećim tablicama u stupcima nazvanima "privatna imovina" i "novogradnja" odnosi se na dugoročne preporuke kako bi se postigla predložena ciljna situacija. Na taj način, uzimajući isti primjer, ako je cilj smanjiti komercijalnu površinu zlatarnica na 630 m² (16 jedinica) a samo 313 m² (11 jedinica) odgovara komercijalnoj površini u javnom vlasništvu, kratkoročne aktivnosti Gradskog vijeća neće dostajati za postizanje ciljne situacije.

Budući da Grad Poreč ne računa na više komercijalne površine za zlatarnice, a nama je potrebno dodatno smanjenje komercijalne površine, dodatna je preporuka da se definiraju poticaji i mjere kako bi se privatne vlasnike uvjerilo da promjene namjenu zlatarnice u neku drugu komercijalnu kategorijsku skupinu. Ove dugoročne preporuke prikazane su i nazvane u sljedećoj tablici kao "privatna imovina". U primjeru zlatara, "privatna imovina" procijenjena je na dodatnih 317 m² dugoročnog smanjenja površine (potrebnih za postizanje ciljne situacije) što će proizaći iz redistribucije komercijalne površine u privatnom vlasništvu.

Komercijalna površina prikazana u stupcu nazvanom "novogradnja" odgovara novim komercijalnim površinama koji će se izgraditi predloženim projektima THR-a (nove zgrade na trgu, marina, itd...) ali će se distribuirati u skladu s definiranim optimalnim miksom kategorije proizvoda.

5.1.- Povijesna jezgra

U ovom području Grada, na primjer, u konvencionalnim restoranima, potrebno povećanje od 287 m² radi postizanja ciljne, odnosno, željene situacije može se pokriti raspoloživim javnim komercijalnim prostorom (imamo 287 m² predloženog povećanja koje se može pokriti s 491 m² raspoloživog javnog prostora). Međutim, u slučaju specijaliziranih restorana, budući da je trenutačni prostor u javnom vlasništvu (34 m²) manji od potrebnog povećanja (172 m²), radi postizanja željene situacije, potrebno je (osim korištenja i promjene kategorije za tih 34 m² prostora u javnom vlasništvu) nastaviti s povećanjem m² za ovu komercijalnu kategoriju i to dugoročno pomoću nove izgradnje (138 m²). Poticaji privatnim vlasnicima za promjenu kategorije također su se mogli koristiti, samo što u povijesnoj jezgri nema specijaliziranih restorana u privatnim prostorima.

Kategorijske skupine	Razlika cilj nasuprot Trenutno	Prostori u javnom vlasništvu	Povećanje po preporuci Grada Poreča (kratkoročno)	Smanjenje po preporuci Grada Poreča (kratkoročno)	Javna imovina (dugoročno)	Novogradnja
Maloprodaja i veleprodaja						
Prehrana	0	87				
Oprema za kućanstvo	0	36				
Osobne usluge i usluge za kućanstvo	-100	290		↓100		
Zlatari/urari	-630	313		↓313	↓317	
Ostalo	0					
Trgovci na veliko	0					
Građevina i javne službe	-30				↓30	
Ukupno	-760			↓413	↓414	
Hrana i piće						
Restorani s gastronomskom ponudom	206					↑206
Specijalizirani restorani	172	34	↑34			↑138
Konvencionalni restorani	287	491	↑287			
Restorani brze prehrane	47					↑47
Smještaj/hotelijerstvo	105					↑105
Ukupno	817		↑321			↑496
Odmor i rekreacija						
Barovi	-222	276		↓222		
Slastičarnice	-617	473		↓473	↓144	
Mali poduzetnici	-					
Gostionice	-					
Disko klubovi	-					
Internet kutak:	-					
Kina	-					
Prostori za odmor i rekreaciju	-					
Ostale usluge za zabavu i slobodno vrijeme	-343				↓343	
Ukupno	-1182			↓695	↓487	

Moda i modni dodaci						
Franšize i brandovi	556					↑556
Trgovine odjećom, općenito	464	107	↑107			↑357
Trgovine obućom	740	18	↑18			↑722
Torbe i modni dodaci	708					↑708
Ukupno	2468		↑125			↑2343
Pokloni/suvenirni						
Suvenirni	128	264	↑128			
Umjetnost/obrt	103	251	↑103			
Regionalni proizvodi	319					↑319
Parfumerije	319					↑320
Cvjećarnice	213					↑213
Ukupno	1082		↑231			↑852
Profesionalne usluge						
Financijske usluge	111					↑111
Usluge u poslovima nekretninama	52					↑52
Putničke agencije	308					↑308
Javna uprava	208					↑208
Udruge & građanska tijela	135					↑135
Ukupno	814					↑814
Prazni prostori	-249	249			↓249	
Ukupno	-249				↓249	
UKUPNO	2.990					2.990

Predložena redistribucija u povijesnoj jezgri znači povećanje od 2.990 m² (s trenutačnih 7.230 m² na 10.220 m² željene situacije). Prikazana ukupna površina redistribucije savršeno odgovara navedenim kratkoročnim preporukama (povećanja ili smanjenja površina u javnom vlasništvu) kao i dugoročnim preporukama (smanjenja privatne imovine i povećanja putem novogradnje). Štoviše, ovakvo savršeno podudaranje događa se za svako navedeno područje, odnosno dio Grada (riva, proširenje i marina) kao što je prikazano na sljedećim stranicama.

5.2.- Područje rive

Kategorijske skupine	Razlika cilj nasuprot Trenutno	Prostori u javnom vlasništvu	Povećanje po preporuci Grada Poreča	Smanjenje po preporuci Grada Poreča	Privatna imovina	Novogradnja
Maloprodaja i veleprodaja						
Prehrana	0					
Oprema za kućanstvo	0					
Osobne usluge i usluge za kućanstvo	13					↑13
Zlatari/urari	-40				↓40	
Ostalo	-26				↓26	
Trgovci na veliko	-50				↓50	
Građevina i javne službe	0					
Ukupno	-103				↓116	↑13
Hrana i piće						
Gastronomski restorani	48	142	↑48			
Specijalizirani restorani	95					↑95
Konvencionalni restorani	-1				↓1	
Restorani brze prehrane	31					↑31
Smještaj/hotelijerstvo	33					↑33
Ukupno	206		↑48		↓1	↑159
Odmor i rekreacija						
Barovi	33	63	↑33			
Slastičarnice	27					↑27
Mali poslovni prostori						
Gostionice						
Disko klubovi						
Internet kutak:						
Kina						
Prostori za rekreaciju						
Ostale usluge za zabavu i slobodno vrijeme						
Ukupno	60		↑33			↑27

Moda i modni dodaci						
Franšize i brandovi	201					↑201
Trgovine odjećom, općenito	175					↑175
Trgovine obućom	201					↑201
Torbe i dodaci	201					↑201
Ukupno	778					↑778
Pokloni/suveniri						
Suveniri	229					↑229
Umjetnost/obrt	199					↑199
Regionalni proizvodi	199					↑199
Parfumerije	199					↑199
Cvjećarnice	99					↑99
Ukupno	925					↑925
Profesionalne usluge						
Financijske usluge	31					↑31
Usluge u poslovima nekretninama	32					↑32
Putničke agencije	29					↑29
Javna uprava	-78				↓78	
Udruge & građanska tijela	-157	230	↓157			
Ukupno	-143		↓157		↓78	↑92
Prazni prostori						
Ukupno						
UKUPNO	1.730					1.730

Predložena ukupna redistribucija u području rive, za poslovne prostore u javnom vlasništvu, kao i za poslovne prostore u privatnom vlasništvu, zajedno s novogradnjom iznosi ukupno 1.730 m², što je jednako iznosu od 1.730 m² ukupnog povećanja potrebnog za postizanje željene situacije (4.200 m²) u odnosu na trenutačnu situaciju (2.470 m²).

5.3. - Područje proširenja

Kategorijske skupine	Razlika cilj nasuprot Trenutno	Prostori u javnom vlasništvu	Preporuka povećanja Grada Poreča	Preporuka smanjenja Grada Poreča	Privatna imovina	Novogradnja
Maloprodaja i veleprodaja						
Prehrana	-200	207		↓200		
Oprema za kućanstvo	-91	31		↓31	↓60	
Osobne usluge i usluge za kućanstvo	-506	334		↓334	↓172	
Zlatari/urari	-101	155		↓101		
Ostalo	-3				↓3	
Trgovci na veliko	-221				↓221	
Građevina i javne službe	-461				↓461	
Ukupno	-1583			↓666	↓917	
Hrana i piće						
Gastronomski restorani	366					↑366
Specijalizirani restorani	366					↑366
Konvencionalni restorani	299	325	↑299			
Restorani brze prehrane	495					↑495
Smještaj/hotelijerstvo	691					↑691
Ukupno	2217		↑299			↑1918
Odmor i rekreacija						
Barovi	-733	96		↓96	↓637	
Slastičarnice	58	451	↑58			
Mali poslovni prostori						
Gostionice	164					↑164
Disko klubovi	114					↑114
Internet kutak:	114					↑114
Kina	491					↑491
Prostori za rekreaciju	-73				↓73	
Ostale usluge za zabavu i slobodno vrijeme	164					↑164
Ukupno	299		↑58	↓96	↓710	↑1047

Moda i modni dodaci						
Franšize i brandovi	151					↑151
Trgovine s odjećom, općenito	145	128	↑128			↑17
Trgovine obućom	552	187	↑187			↑365
Torbe i modni dodaci	703					↑703
Ukupno	1551		↑315			↑1236
Pokloni/suveniri						
Suveniri	208	44	↑44			↑164
Umjetnost/obrt	108					↑108
Regionalni proizvodi	252					↑252
Parfumerije	217	36	↑36			↑181
Cvjećarnice	89					↑89
Ukupno	874		↑80			↑794
Profesionalne usluge						
Financijske usluge	-220	22		↓22	↓198	
Usluge u poslovima nekretninama	-59	20		↓20	↓39	
Putničke agencije	-143	71		↓71	↓72	
Javna uprava	-19				↓19	
Udruge & građanska tijela	-80	155		↓80		
Ukupno	-521			↓193	↓328	
Prazni prostori	-472	406		↓406	↓66	
Ukupno	-472			↓406	↓66	
UKUPNO	2.380					2.380

Predložena redistribucija u području proširenja pokrivena poslovnim prostorima u javnom vlasništvu, kao i poslovnim prostorima u privatnom vlasništvu te novom izgradnjom daje ukupno 2.380 m², što je jednako predloženom iznosu od 2.380 m² povećanja potrebnog za postizanje željene situacije (15,880 m²) u odnosu na trenutnu situaciju (13.500 m²).

5.4.- Područje marine

Kategorijske skupine	Razlika cilj nasuprot Trenutno	Prostori u javnom vlasništvu	Preporuka povećanja Grada Poreča	Preporuka smanjenja Grada Poreča	Privatna imovina	Novogradnja
Maloprodaja i veleprodaja						
Prehrana	198					↑198
Oprema za kućanstvo	30					↑30
Osobne usluge i usluge za kućanstvo	0					
Zlatari/urari	0					
Ostalo	27					↑27
Trgovci na veliko	50					↑50
Građevina i javne službe	0					
Ukupno	305					↑305
Hrana i piće						
Gastronomski restorani	139					↑139
Specijalizirani restorani	278					↑278
Konvencionalni restorani	1.253					↑1.253
Restorani brze prehrane	1.114					↑1.114
Smještaj/hotelijerstvo						
Ukupno	2.784					↑2.784
Odmor i rekreacija						
Barovi	534					↑534
Slastičarnice	356					↑356
Mali poslovni prostori	89					↑89
Gostionice	89					↑89
Disko klubovi	89					↑89
Internet kutak:	89					↑89
Kina	267					↑267
Prostori za rekreaciju	89					↑89
Ostale usluge za zabavu i slobodno vrijeme	178					↑178
Ukupno	1.780					↑1.780

Moda i modni dodaci						
Franšize i brandovi	72					↑72
Trgovine s odjećom, općenito	288					↑288
Trgovine obućom	216					↑216
Torbe i dodaci	144					↑144
Ukupno	720					↑720
Pokloni/suveniri						
Suveniri	214					↑214
Umjetnost/obrt	129					↑129
Regionalni proizvodi	257					↑257
Parfumerije	257					↑257
Cvjećarnice	129					↑129
Ukupno	986					↑986
Profesionalne usluge						
Financijske usluge	187					↑187
Usluge u poslovima nekretninama	62					↑62
Putničke agencije	62					↑62
Javna uprava	125					↑125
Udruge & građanska tijela	187					↑187
Ukupno	623					↑623
Prazni prostori						
Ukupno						
UKUPNO	7.200				7.200	

6.- Odabir optimalnog modela upravljanja

Postoje tri glavne strategije ili modela upravljanja kada je riječ o upravljanju javnim komercijalnim prostorima u turističkim destinacijama poput Poreča, a THR preporučuje opciju br. 3. Sastoji se u poboljšanju trenutnog sustava javnih natječaja/dražbi koji je na snazi u Poreču.

6.1. Privatno upravljanje poslovnim jedinicama od strane javnog trgovačkog društva;

Navedena opcija podrazumijeva osnivanje javnog trgovačkog društva posvećenog isključivo upravljanju poslovnim jedinicama, to znači društva u cijelosti u vlasništvu Grada koje bi bilo poduprto ili kapitalizirano sa svim poslovnim jedinicama kao imovinom. Radi se o osnivanju gradskog tijela ili agencije za promet nekretninama koje bi upravljalo svojim poslovnim jedinicama.

Upravno tijelo tog novog društva bilo bi autonomno a njegove odluke donosile bi se samostalno. Glavna prednost ovog modela upravljanja je diskrecija u odlučivanju o cijeni najma, trajanju ugovora o najmu, kriterijima dodjele, obnavljanju itd.

Cilj tog novog javnog trgovačkog društva bio bi maksimalno uvećati i iskoristiti koristi gradskih jedinca, a njegova filozofija upravljanja bila bi identična filozofiji drugih privatnih društava za upravljanje imovinom. Veći dio kapitala novog društva pripadao bi Gradu, iako se mogu pridružiti i druga javna tijela Grada Poreča i njegovog područja nadležnosti.

6.2. 10-15 godina koncesije privatnom društvu za upravljanje nekretninama;

Ova opcija podrazumijeva ustupanje jednom privatnom društvu za upravljanje nekretninama i 10-15 godina upravljanja svim poslovnim prostorima u javnom vlasništvu u Gradu Poreču.

6.3. Sustav javnog natječaja/dražbe:

Provođenje novog poboljšanog modela upravljanja na temelju javnog natječaja, temeljenog na postojećom, kako je detaljno objašnjeno u sljedećem poglavlju.

7.- Provođenje novog poboljšanog modela javnih natječaja za upravljanje, inovativnog i profitabilnog, srednjoročno i dugoročno, koji definira prioritetnu namjenu i grupira jedinice u pakete

THR smatra da su 3 ključna pokretača poboljšanja aktualnog sustava natječaja sljedeći:

- Definiranje vrlo inovativnog sustava, koji se može izdati u srednjoročnom i dugoročnom okviru, koji je jasno orijentiran na poboljšanje kvalitete komercijalnog iskustva u Poreču i koji tako konsolidira Grad kao vodeću turističku destinaciju u Istri. Drugim riječima, radi se o stvaranju sustava u kojem je vrlo važno da se komercijalni prihodi maksimalno povećaju i iskoriste u kratkom roku, ali to ne bi smio biti jedini kriterij ovog novog sustava javnih natječaja/dražbi.
- Svakoj komercijalnoj jedinici dodjeljuje se jedna prioritetna namjena; tako da sustav natječaja/dražbe koji će se definirati omogućuje Poglavarstvu Poreča da odabere kandidate koji bolje odgovaraju definiranom optimalnom komercijalnom miksu.
- Grupirati specifične poslovne jedinice koje će se komercijalizirati kao jedan paket; glavni kriterij bio bi grupiranje u isti paket najatraktivnije poslovne jedinice s manje atraktivnima. Navedeno grupiranje omogućilo bi smanjenje praznih jedinica, a osnivalo bi se na specifičnim osobinama pojedine jedinice kao i na njejoj dotadašnjoj situaciji u svezi najma. Dakle, važno je istaknuti da navedeno grupiranje treba biti mješavina 75-80% atraktivnih jedinica i 25-20% komercijalno manje atraktivnih jedinica.

8.- Osnova za novi sustav javnih natječaja/dražbi za poslovne jedinice u javnom vlasništvu

8.1. Raspisivanje natječaja i poziv na podnošenje ponuda

Jedinstveni natječaj nasuprot različitih istovremenih natječaja

THR smatra da je moguće raspisati jedinstveni natječaj koji bi uključivao 138 jedinica, imovinu i prostore Grada. Bilo bi zanimljivo analizirati mogućnost raspisivanja u isto vrijeme i simultano tri ili četiri paralelna natječaja. U svakom natječaju bile bi različite jedinice grupirane u skladu s više ili manje homogenim kategorijama proizvoda (što bi trebalo utvrditi).

Budući da bi natječaji/dražbe bili raspisani simultano, da bi koristili istu terminologiju, ista natječajna pravila i kriterije ocjenjivanja, svaki rizik dupliciranja i preopterećivanja uredskog posla koji bi ova opcija predstavljala, bili bi svedeni na najmanju mjeru. S druge strane, kad se govori o prednostima, raspisivanje tri ili četiri simultana natječaja omogućilo bi da se porečkim trgovcima priopći koliko, odsada ubuduće, proizvodi važna kategorija.

Subjekti sudionici i uvjeti natječaja

Sazivajući subjekt ili tijelo:	- Poglavarstvo Poreča
Sazivajući subjekt ili tijelo:	- Međunarodna revizijska tvrtka / konzultantske usluge sjedištem u Zagrebu
Sazivajući subjekt ili tijelo:	- Međunarodna revizijska tvrtka / konzultantske usluge sa sjedištem u Zagrebu
Datum raspisivanja:	- siječanj 2005
Uvjeti dostave i ocjenjivanja:	- dvomjesečni rok dostave od datuma službenog objavljivanja natječaja/dražbe - petomjesečni rok za ocjenjivanje ponuda od datuma službenog objavljivanja natječaja/dražbe

8.2. Glavne smjernice za bodovanje ponude.

THR prijedlog u svezi s kriterijima ocjenjivanja i sustavom bodovanja za dodjelu natječaja je sljedeći:

Sažeta tablica kriterija ocjenjivanja za javni natječaj ili dražbu

Kriteriji ocjenjivanja		Ponderiranje
A.-	Prioritetni "kategorijski proizvod"	Negativna diskriminacija (diskvalificirati)
B.-	Cijena i razdoblje	60%
C.-	Kvaliteta i estetika	30%
D.-	Proširiti sezonsko otvaranje)	15%
E.-	Plan poslovanja	15%

A.- Prioritetni "kategorijski proizvod"

Za svaki pojedini lokalni komercijalni prostor koji je odabran na natječaju, tvrtka/organizacija odgovorna za plasiranje proizvoda definirat će cilj ili glavnu namjenu, druge dopuštene namjene i namjene koje izričito nisu dopuštene za pojedinu jedinicu:

Jedinice	Glavna ciljna namjena	Ostale dopuštene namjene	Nedopuštene namjene
Jedinica br.1	-	-, -, -, ,	-, -, -, ,
Jedinica br.2	-	-, -, -, ,	-, -, -, ,
..itd...	-	-, -, -, ,	-, -, -, ,

Za svaku poslovnu jedinicu (odlučuje se od slučaja do slučaja) definirat će se jedan glavni cilj, zajedno s jednim ili više dodatnih dopuštenih namjena, kao i popis nedopuštenih namjena.

Navedeni kriterij ocjenjivanja po namjeni je diskvalificirajući. To znači da se u nastavak postupka ocjenjivanja biraju samo one ponude koje zadovoljavaju kriterij definirane glavne ciljne namjene.

Samo u "nerealnom" slučaju da nijedna od prvoodabranih ponuda ne predstavi razumnu ponudu u smislu cijene, kvalitete i estetike, otvorenosti u sezoni i plana poslovanja, postupak ocjenjivanja pokrenuo bi se ispočetka s onim ponudama koje predlažu jednu od drugih dopuštenih poslovnih namjena.

U slučaju da nijedna od ponuda u ovoj drugoj grupi ponuda ne predstavi razumnu ponudu u smislu cijene, kvalitete i estetike, otvorenosti u sezoni i plana poslovanja, onda bi se takva situacija smatrala nedvojbenom naznakom da Poglavarstvo Grada Poreča treba ponovno razmotriti poslovnu namjenu za dotičnu poslovnu nekretninu odnosno prostor. ,

B.- Cijena i trajanje (40%)

Minimalna zajamčena cijena

THR smatra odgovarajućim sadašnji sustav određivanja najamnina koji se temelji na različitim zonama, ulicama i kategorijama proizvoda.

Međutim, THR smatra da bi se najamnina za 138 jedinica u vlasništvu Grada Poreča trebala povećati za 15% u svim slučajevima.

Najamnina za svaku poslovnu jedinicu kao rezultat ovog 15%-tnog povećanja bila bi minimalna cijena koja će se utvrditi u svim ponudama.

S druge strane, važno je napomenuti da, čak i bez povećanja sadašnjih najamnina, novi komercijalni miks koji predlaže THR bi doprinio povećanju sadašnjih prihoda od najamnina nekretnina u javnom vlasništvu.

Navedena minimalna cijena po pojedinoj poslovnoj jedinici u ponudi će se periodično aktualizirati (po mogućnosti svake godine) uz referentni indeks rasta cijena nekretnina u Istri (u turističkim destinacijama posebice ako postoji, ili, općenito u pripadajućoj regiji).

THR smatra da je glavni razlog koji opravdava povećanje cijene za 15% važnost samog položaja Poreča kao atraktivne turističke destinacije velikog potencijala na međunarodnoj razini i potreba za izbjegavanjem rizika trivijaliziranja Poreča (trivijaliziranje trgovačkog i poslovnog središta Grada može pokrenuti dramatičan “začarani krug” i uništiti turistički potencijal bilo koje turističke destinacije).

Osim navedenog, povećanje cijene za 15% također je opravdano iz sljedećih razloga (sažetih i detaljno objašnjenih u nastavku ovog izvješća):

- Troškovi postupaka raspisivanja i ocjenjivanja ponuda (*vidjeti u nastavku u ocjenjivanju kvalitete i estetike ponude*)
- Trošak za Poglavarstvo Grada Poreča za subvencioniranje fasada i unutrašnjeg uređenja koje ponuđači trebaju ponuditi (*vidi detalje o načinu ocjenjivanja kvalitete i estetike ponuda*)
- Troškovi izobrazbe i usavršavanja (*vidi detalje o načinima ocjenjivanja kvalitete i estetike ponuda*)

U slučaju da na dražbi ili natječaju nitko ne ponudi minimalnu zajamčenu cijenu, raspisat će se 2. poziv na natječaj ili dražbu uz reviziju prvotno predložene cijene.

U slučaju da na 2. pozivu na natječaj nitko ne ponudi ovu 2. smanjenu minimalnu cijenu, onda će se raspisati novi privatni natječaj (postupak pojedinačnog pregovaranja).

Trajanje ugovora

Trajanje ugovora bit će obavezan preduvjet koji moraju prihvatiti svi ponuđači.

THR smatra da je važno značajno povećati trajanje ugovora o najmu koji su trenutačno na snazi i to je razlog zbog kojeg predlaže da Poglavarstvo Poreča definira 8, 12 i 20-godišnje trajanje ugovora, u skladu (između ostalog) sa sljedećim kriterijem:

iznos investicije potreban obzirom na vrstu djelatnosti koja će se obavljati u pojedinoj jedinici;

- razina interesa koji bi Poglavarstvo moglo imati u plasiranju određene kategorije proizvoda (komercijalna namjena) za određenu poslovnu jedinicu ili određenu ulicu;
- troškovi održavanja jedinice obzirom na njenu veličinu, vrstu opreme, materijale, itd.;
- izravno i neizravno stvaranje radnih mjesta;
- dimenzije i veličina jedinice.

Što su potrebna veća ulaganja i što je veći interes Poglavarstva za određenu kategoriju proizvoda u nekom dijelu grada ili ulici, to veći su izgledi za dodjelu 20-godišnjeg ugovora.

Međutim, za otprilike 80% poslovnih jedinica prosječno trajanje ugovora bit će 12 godina. Na sljedećoj stranici prikazan je preliminarni prijedlog THR-a u svezi s trajanjem ugovora o najmu po kategoriji proizvoda.

Odredba o automatskom obnavljanju

THR predlaže, u smislu stvaranja povjerenja i motivacije kod odabranih ponuđača, da se u ugovor o najmu uključi odredba o automatskom obnavljanju u slučaju da obje strane na to pristaju i ne iskazuju bilo kakvo protivljenje.

U slučajevima kada odredba o automatskom obnavljanju treba stupiti na snagu, nova cijena najma utvrdit će se u svakom trenutku u skladu s pojedinačnim dogovorom između strana, a na osnovu trenutačnih tržišnih uvjeta i inflacije indeksa cijena nekretnina.

Sustav kriterija i ocjenjivanja ponuđenih cijena – 3 metode

THR predlaže 3 sustava ocjenjivanja u svezi s cijenama najma ponuđenima na natječaju/dražbi:

Postoji više mogućih formula za ocjenjivanje financijske ponude različitih kandidata. Odabir formule može imati vrlo značajan učinak na broj bodova koji će dobiti pojedina ponuda. Kao primjer, predložimo četiri mogućnosti kako bismo naglasili kako će određena formula utjecati na rezultat. Formule su predstavljene od najneutralnije do najosjetljivije za "cijenu"

U donjem opisu, vrijede sljedeće vrijednosti:

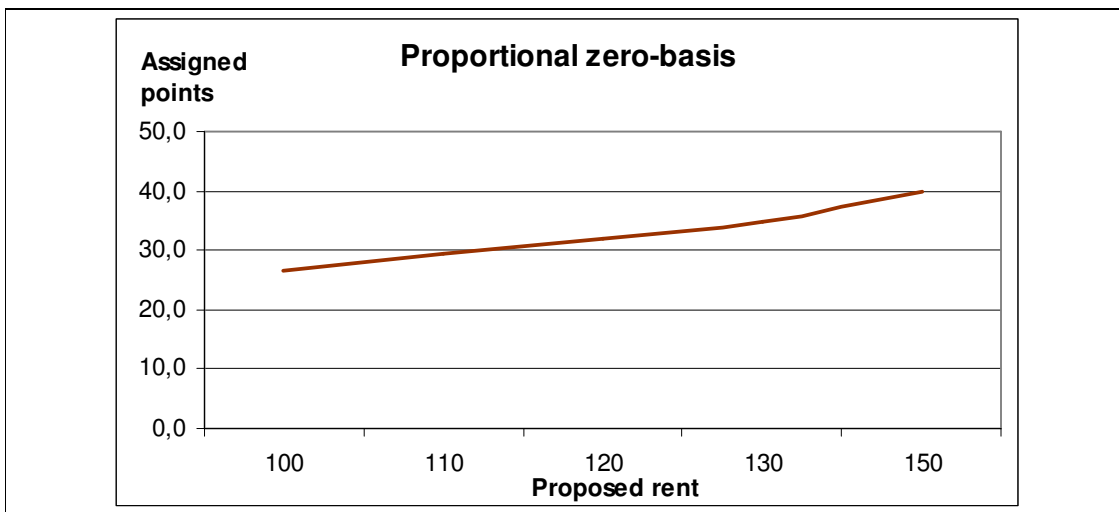
Pb Osnovna cijena (minimalna zahtijevana)	Vb Ekonomska vrijednost boda
Pn Cijena koju nudi ponuđač n	Vn Bodovi koji se daju ponuđaču n
Px Najbolja ponuđena cijena	Vx Maksimalan broj bodova
Pa Prosječna cijena	

U primjerima koji slijede, koriste se sljedeće vrijednosti:

Pb Osnovna cijena (minimalna zahtijevana) =	100
P1 100 P2 110 P3 120 P4 130 P5 150	
Px Najbolja ponuđena cijena =	150
Pa Prosječna cijena =	122

1. Metoda 1: Proporcionalna – osnovica je nula

Ovo je najčešća formula za dodjelu bodova financijskim ponudama. Ovom formulom bodovi se dodjeljuju u datom izravnom razmjeru pri čemu se kao osnovica smatra "nula" a najviša ponuda kao 100% bodova. Grafički se može prikazati na sljedeći način:



Dodijeljeno bodova Proporcionalna- osnovica je nula
 Predložena najamnina

Matematička formula izgledala bi ovako:

$Vp = Px / Vx$
 $Vn = Pn / Vp$

Primjer:

$Vp = 150 / 40 = 3.75$
 $V1 = 100 / 3.75 = 26.7$ $V2 = 29.3$ $V3 = 32.0$ $V4 = 34.7$ $V5 = 40.$

2. Metoda 2: Proporcionalna – minimalna cijena kao osnovica

Ovom formulom bodovi se dodjeljuju u datom izravnom razmjeru pri čemu se minimalna tražena cijena u natječaju uzima kao osnovica a najviša ponuda kao 100% bodova. Posljedica je ta što one ponude koje bi ponudile cijenu koja se smatra osnovicom ne bi dobile nijedan bod. U ovom konceptu, samo bi ponude s povećanim cijenama zaslužile bodove. Grafički se može prikazati na sljedeći način:



Dodijeljeno bodova Proporcionalna – osnovica je minimalna
cijena Predložena najmanina

Matematička formula izgledala bi ovako:

$$V_p = (P_x - P_b) / V_x$$

$$V_n = (P_n - P_b) / V_p$$

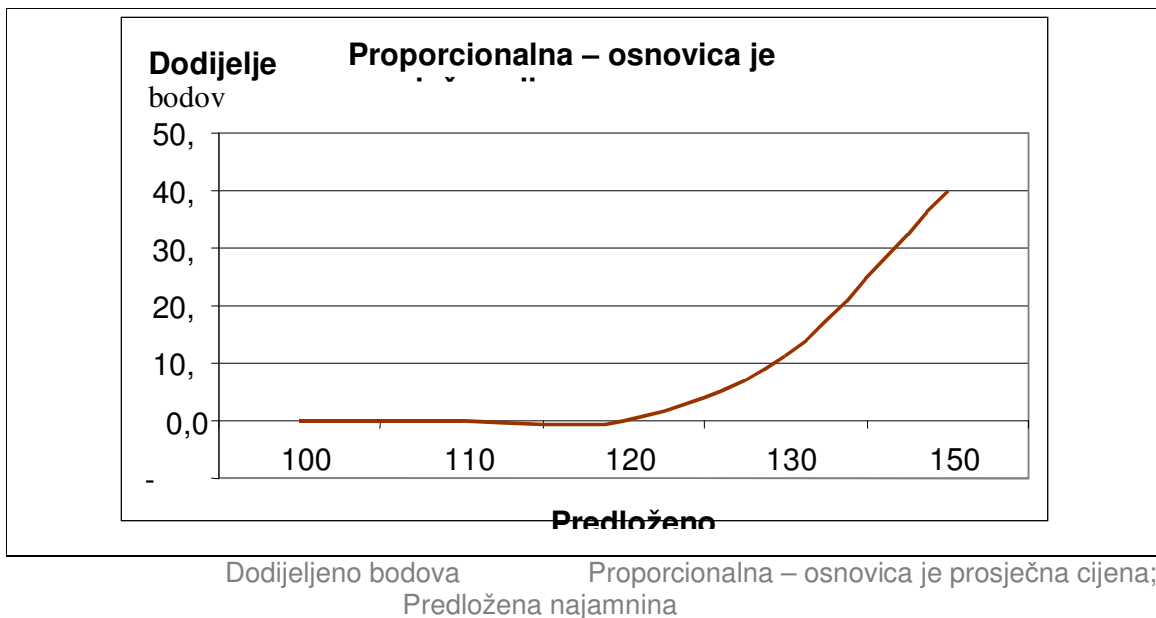
Primjer:

$$V_p = (150 - 100) / 40 = 1.25$$

$$V_1 = (100 - 100) / 1.25 = 0.0 \quad V_2 = 8.0 \quad V_3 = 16 \quad V_4 = 24 \quad V_5 = 40$$

3. Metoda 3: Proporcionalna – prosječna cijena kao osnovica

Ovom formulom bodovi se dodjeljuju u datom izravnom razmjeru pri čemu se prosječna ponuđena cijena na natječaju uzima kao osnovica a najviša ponuda kao 100% bodova. Posljedica je ta što one ponude koje bi ponudile cijenu manju od prosječne ne bi dobile nijedan bod. U ovom konceptu, samo bi ponude s najboljim cijenama dobile bodove, a u praksi to znači da kad je relativna važnost cijene visoka, samo dobre financijske ponude imaju šansu. Grafički se može prikazati na sljedeći način:



Matematička formula izgledala bi ovako:

$$V_p = (P_x - P_a) / V_x$$

$$V_n = (P_n - P_a) / V_p$$

Primjer:

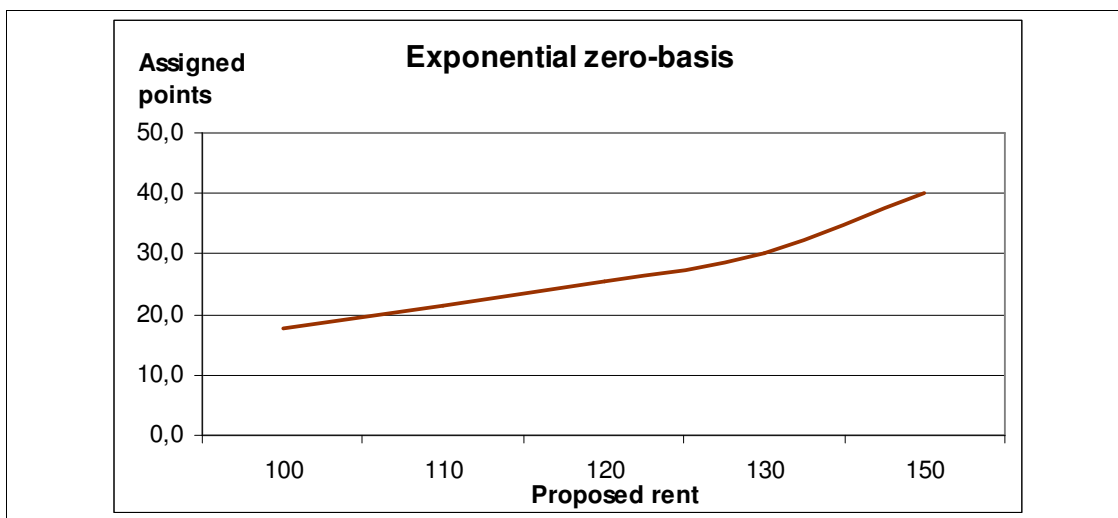
$$V_p = (150 - 122) / 40 = 0.7$$

$$V_1 = (100 - 122) / 0.7 = 0.0 \quad V_2 = 0.0 \quad V_3 = 0.0 \quad V_4 = 11.4 \quad V_5 = 40$$

4. Metoda 4: Eksponecijalna – različiti sustavi osnovica

Učinak tri upravo opisane formule može se dodatno naglasiti pomoću eksponecijalne formule. U sljedećim primjerima, slučajevi 1 i 3 gore modificirani su po ovom načelu kako bi se prikazao rečeni učinak.

4 a) Eksponecijalna. Nula kao osnovica



Dodijeljeno bodova Eksponecijalna – osnovica je nula
 Predložena najamnina

Matematička formula izgledala bi ovako:

$$V_p = P_x^2 / V_x$$

$$V_n = P_n^2 / V_p$$

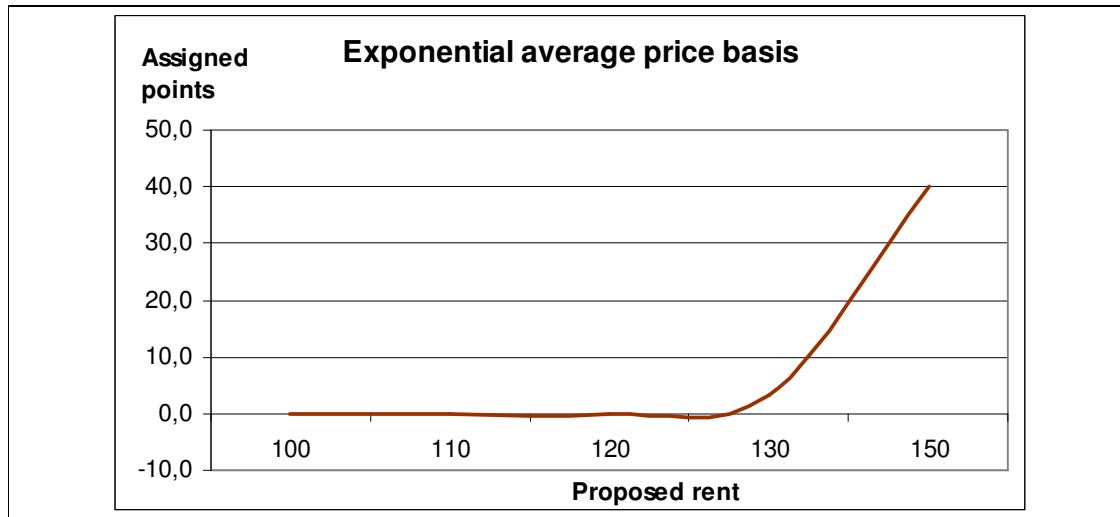
Primjer:

$$V_p = 150^2 / 40 = 562.5$$

$$V_1 = 100^2 / 562.5 = 17.8 \quad V_2 = 21.5 \quad V_3 = 25.6 \quad V_4 = 30.0 \quad V_5 = 40.0$$

4 b) Eksponencijalna. Prosječna cijena kao osnovica

Ova formula daje najveću vrijednost varijabli cijene



Dodijeljeno bodova Eksponecijalna – osnovica je prosječna cijena
Predložena najamnina

Matematička formula izgledala bi ovako:

$$V_p = (P_x - P_a)^2 / V_x$$

$$V_n = \text{if } P_n - P_a < 0 = 0 \quad \text{if } <P_n - P_a > 0 \quad (P_n - P_a)^2 / V_p$$

Primjer:

$$V_p = (150 - 122)^2 / 40 = 19.6$$

$$V_1 = 0.0 \quad V_2 = 0.0 \quad V_3 = 0.0 \quad V_4 = 3.3 \quad V_5 = 40$$

Primjer ocjenjivanja 5 ponuda prema različitim metodama

Metoda	Ponuda 1	Ponuda 2	Ponuda 3	Ponuda 4	Ponuda 5
Ponuđena cijena (Osnovna cijena 100)	100	110	120	130	150
Proporcionalna					
1.- Osnovica je nula	26.7	29.3	32.0	34.7	40.0
2.- Osnovna cijena b	0.0	8.0	16.0	24.0	40.0
3.- Prosječna b	0.0	0.0	0.0	11.4	40.0
Eksponecijalna					
4a) Osnovica je nula	17.8	21.5	25.6	30.0	40.0
4b) Prosječna b	0.0	0.0	0.0	3.3	40.0

Po našem mišljenju, varijabla cijene je prenaglašena u sustavu ocjenjivanja koji koristi bilo koju osnovicu koja nije nula. Ako je to namjera, izgleda da je jasnije ako se da relativnija važnost varijabli cijene u formuli ocjenjivanja

Ipak, također je važno stimulirati ponude iznad cijene osnovice. U tom smislu, čini se da je eksponencijalni sustav prikladniji.

Razmatrajući oba aspekta, za ocjenjivanje financijskih prijedloga preporučujemo **eksponencijalni sustav s osnovicom nula** kao što je gore opisan.

C.- Kvaliteta i estetika (30%)

Projekt uređivanja

THR predlaže, kao glavni dokument za ocjenjivanje kvalitete i estetike, obavezno predočavanje "Projekta uređivanja" koji bi uglavnom trebao sadržavati sljedeće:

- ilustraciju ili nacrt idejnog rješenja vanjskih pročelja te izloga
- deskriptivnu tehničku memoriju obrade vanjskog pročelja i izloga (materijali, oprema, kvalitete, itd..)
- ilustraciju ili nacrt idejnog rješenja unutrašnjeg uređenja jedinice
- deskriptivnu tehničku memoriju unutrašnjeg uređenja (materijali, oprema, kvalitete, itd..)

Troškove "Projekta uređivanja" Poglavarstvo Poreča u potpunosti će vratiti ponuđačima svrstanim na 2. i 3. mjesto. Cilj navedene mjere je osigurati da barem neki od sudionika u natječaju ulože određeno vrijeme i novac u pripremu natječajnih projekata.

Provest će se i dodatno ocjenjivanje svih dodatnih poboljšanja koja omogućuju bolje vrednovanje kvalitete projekta i njegove estetske razine, kao na primjer:

- dizajn odjeće djelatnika,
- postojanje ili nepostojanje noćnog osvjetljenja u izlozima kao i vrijeme (sat) do kada su osvijetljeni
- ostalo

Za ocjenjivanje kvalitete i estetske razine projekta, postojat će različita specifična vijeća (žiri) u skladu s vrstom djelatnosti. Žiri će se uglavnom sastojati od mjesnih stručnjaka kao i stručnjaka iz Zagreba s međunarodnim ugledom. THR očekuje osnivanje barem 2 ili 3 različita žirija.

Alati i program kvalitete

THR predlaže da u osnovama ponude, a i kasnije prilikom potpisivanja službenog dokumenta o dodjeli natječaja/dražbe, pobjednik bude obavezan potpisati i aktivno sudjelovati u programu kvalitete koji se temelji na dva utvrđena programa:

- pristanku na buduću upotrebu alata kvalitete koje predlaže THR
- pristanku na organiziranje 50 sati tečaja usavršavanja za najmanje jednog djelatnika po jedinici, tijekom mrtve sezone, tijekom prve dvije godine aktivnosti jedinice. Tečajeve će financirati Poglavarstvo Poreča a odnosit će se, između ostalog, na poduku iz uređivanja izloga, komunikacije s kupcima i klijentima, i tehnika prodaje.

Raskid ugovora o najmu / alati za ocjenjivanje zadovoljavanja klijenta

THR također predlaže da se od pobjednika na natječaju traži upisivanje u sljedeće programe za zadovoljavanje klijenata, ili barem u jedan od njih:

- Poglavarstvo će realizirati 2/3 puta godišnje 200 anketa, koje će financirati zajednički svi zakupci, kojima će se ispitati kupci i klijenti koji izlaze iz trgovina kako bi se odredila razina njihovog zadovoljstva. Minimalni potreban rezultat ocjenjivanja je 7 od 10. Ako pojedina poslovna jedinica tijekom razdoblja od dvije godine održava rezultat ispod 7, takav nizak rezultat bit će razlogom da Poglavarstvo prekine ugovor o najmu.
- Zakupci bi kupcima koji su obavili kupnju trebali dijeliti "čestitku ili zahvalnicu" (na blagajni prilikom plaćanja) koju mogu ispuniti i ubaciti u posebno dizajnirane i obojene "sandučice" po čitavom centru Poreča.

D.- Proširenje poslovne sezone (15%)

THR predlaže sustav ocjenjivanja koji prednost daje onim ponuđačima koji se obvezuju na proširenje poslovne sezone održavajući jedinicu otvorenom duže nego je uobičajeno za njen sektor. Nakon što se definira prosječna sezona u tjednima za svaku kategorijsku skupinu ili poslovni sektor, THR predlaže da se maksimalan broj bodova da onim ponuđačima koji nude otvorenost svojih poslovnih jedinica 4 tjedna duže od prosječne sezone (spomenutih 4 tjedna je maksimum), te dajući bolje ocjene onima koji ponude da će raditi jedan, dva ili tri tjedna duže.

E.- Plan poslovanja (15%)

Konačno, THR predlaže da se od ponuđača zatraži kratki prikaz ili sažetak plana poslovanja na 5, 10 i 15 stranica. Potreban broj stranica utvrdit će se na osnovu trajanja ugovora (8, 12 ili 15 godina).

Sadržaj navedenog sažetka plana poslovanja treba uključivati, između ostalog, sljedeće aspekte:

- Vrstu djelatnosti sa specifičnim detaljima o glavnom proizvodu koji će se prodavati
- Vrstu usluga koje će se nuditi klijentima;
- Plan ljudskih resursa;
- Ulaganja i različiti izvori planiranog financiranja