



# Strateški plan razvoja turizma na području Općine Suhopolje

---

Naslov projekta: **Strateški plan razvoja turizma na području Općine Suhopolje**

Naručitelj: Turistička zajednica Općine Suhopolje

Za naručitelja: Predsjednik TZ Općine Suhopolje Siniša Horvat, struč. spec. ing. sec.

Izrada Strateškog plana: Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici

Voditelj projekta i urednik Strateškog plana: Juraj Randelj, mag.oec.

Suradnici: dr.sc. Dejan Tubić,

dr.sc. Irena Bosnić,

Rikard Bakan, mag.oec.

Božidar Jaković mag.oec.

**POPIS KRATICA**

<b>SPT Općine Suhopolje</b>	Strateški plan razvoja turizma na području Općine Suhopolje
<b>BBK</b>	Bodybuilding klub
<b>DHMZ</b>	Državni hidrometeorološki zavod
<b>DVD</b>	Dobrovoljno vatrogasno društvo
<b>DZS</b>	Državni zavod za statistiku
<b>EU</b>	Europska Unija
<b>HNK</b>	Hrvatski nogometni klub
<b>HTZ</b>	Hrvatska turistička zajednica
<b>HŽ</b>	Hrvatske željeznice
<b>JLRS</b>	Jedinica lokalne i regionalne samouprave
<b>KK</b>	Kinološki klub
<b>KrEdA</b>	KReativa, EDukativa, Aktiva
<b>KUD</b>	Kulturno-umjetničko društvo
<b>KUU</b>	Kulturno-umjetnička udruga
<b>LK</b>	Likovni klub
<b>LU</b>	Lovačka udruga
<b>NK</b>	Nogometni klub
<b>OPG</b>	Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo
<b>PSŽ</b>	Požeško-slavonska županija
<b>RA</b>	Razvojna agencija
<b>RH</b>	Republika Hrvatska
<b>SK</b>	Streljački klub
<b>SRK</b>	Sportsko ribolovni klub
<b>TU</b>	Tamburaška udruga
<b>TZ</b>	Turistička zajednica
<b>UMHU</b>	Udruga matice hrvatskih umirovljenika
<b>UNWTO</b>	United Nations World Tourism Organization
<b>VPŽ</b>	Virovitičko-podavska županija
<b>VZ</b>	Vatrogasna zajednica

## SADRŽAJ

1.	UVOD .....	1
1.1.	Svrha i ciljevi Strateškog plana .....	2
1.2.	Metodologija i pristup izradi .....	4
1.3.	Usklađenost SPT-a Općine Suhopolje sa strateškim dokumentima na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini .....	5
1.4.	Glavni dionici i organiziranost turizma .....	8
2.	ANALIZA POSTOJEĆEG STANJA .....	9
2.1.	Analiza turističke resursne osnove .....	9
2.2.	Analiza okruženja destinacije u svrhu razvoja turizma .....	25
2.2.1.	Izravni resursi.....	25
2.2.1.1.	Smještaj.....	25
2.2.1.2.	Turističko-ugostiteljski subjekti .....	27
2.2.1.3.	Događanja i manifestacije .....	28
2.2.1.4.	Ostali izravni resursi .....	29
2.2.1.5.	Analiza ostvarenih rezultata od turizma na području VPŽ .....	30
2.2.2.	Neizravni resursi .....	32
2.2.2.1.	Geografski položaj i prometna povezanost.....	33
2.2.2.2.	Demografska obilježja stanovništva .....	37
2.2.2.3.	Obrazovne institucije .....	39
2.2.2.4.	Klimatska obilježja .....	39
2.2.2.5.	Infrastruktura .....	40
2.3.	SWOT analiza .....	43
3.	ELEMENTI UPRAVLJANJA TURIZMOM OPĆINE SUHOPOLJE.....	45
3.1.	Vizija i misija.....	45
3.2.	Strateški ciljevi.....	46
4.	SUSTAV TURISTIČKIH PROIZVODA.....	47
4.1.	Kulturni turizam – turizam naslijeđa.....	48
4.2.	Zdravstveni turizam – turizam kulture zdravlja .....	50
4.3.	Eno i gastro turizam.....	52
4.4.	Sportsko-rekreacijski turizam .....	56
5.	UNAPRJEĐENJE PRODAJE I MARKETINŠKA KOMUNIKACIJA.....	59
5.1.	Tržišno pozicioniranje i elementi vizualnog identiteta .....	59
5.2.	Marketinška komunikacija .....	60
5.2.1.	Odnosi s javnošću.....	60
5.2.2.	Oglašavanje .....	61

5.2.3. Aktivnosti e-marketinga.....	61
5.2.4. Promocijski materijali .....	62
5.3. Aktivnosti unaprjeđivanja prodaje .....	62
5.4. Istraživanje tržišta i interni marketing.....	63
5.4.1. Aktivnosti istraživanja tržišta .....	63
5.4.2. Aktivnosti internog marketinga .....	63
6. AKCIJSKI PLAN I VREMENSKI OKVIR PROVEDBE .....	64
POPIS LITERATURE .....	72
POPIS ILUSTRACIJA.....	74

## 1. UVOD

Općina Suhopolje smještena je u Virovitičko-podravskoj županiji (u daljnjem tekstu VPŽ) na granici Slavonije i Podravine. Jedna je od većih općina u VPŽ s površinom od 166,70 km<sup>2</sup>, a prema broju stanovnika druga je po veličini s 6.683 stanovnika i gustoćom naseljenosti od 40,1 s/km<sup>2</sup>. Osnovna gospodarska djelatnost je poljoprivreda, a poljoprivredne površine čine najveći dio područja Općine s oko 65%, dok je pod šumama oko 35% površine. Općina, na svojim brojnim zelenim površinama, šumskom području i netaknutoj prirodi posjeduje velik no još uvijek neiskorišten potencijal za razvoj raznovrsne turističke ponude.

Prvi zapis u kojem se spominje Suhopolje datira iz 1763. godine, a sadrži podatke o gradnji vlastelinske zgrade 1750. godine. Oko ove zgrade ubrzo je izgrađeno i selo, a njegov razvoj koncem 18. i 19. stoljeća bio je vezan za vlastelinstvo Vućin. Ovo je vlastelinstvo sve do 1765. godine posjedovala grofovska obitelj Caraffa koja ga vraća carskoj komori na upravu. Godine 1771. godine Suhopolje mijenja ime u Terezovac, a u njemu prebiva prefekt. Krajem 18. stoljeća Vućinsko vlastelinstvo dopijeva u ruke plemićke obitelji Janković čiji nasljednici zadržavaju vlasništvo posjeda sve do 1931. godine kada ga prodaju Hrvatsko-slavonskoj banci za parcelaciju i kolonizaciju d.d. u Zagrebu, ujedno sa dvorcem i prekrasnim parkom. Svojom ljepotom posebno se ističe Crkva sv. Terezije izgrađena u klasicističkom stilu 1807.-1816. godine, a na lokalitetima Pepelana, Zvonimirovo i Orešac značajna su arheološka nalazišta iz pretpovijesnog doba kao i rimskog vremena. Mjesto je trgovačko središte, a razvijena je i poljoprivreda, posebice proizvodnja sjemenske robe.<sup>1</sup>

Temeljne prepreke za intenzivniji razvoj turizma na području Općine Suhopolje su nepostojanje strateškog dokumenta za razvoj turizma, nedovoljno razvijena turistička infrastruktura, nepostojanje kvalitetno osmišljenih turističkih sadržaja te nedovoljno jasna i prihvaćena vizija razvoja. Stoga se ovim projektom želi postići da se brojni turistički resursi i atrakcije ovoga područja stave u funkciju te time ubrza razvoj turizma, što će uvelike doprinijeti podizanju kvalitete života lokalnog stanovništva.

Strateški plan razvoja turizma na području Općine Suhopolje (u daljnjem tekstu SPT Općine Suhopolje) izrađen je u sklopu Javnog poziva Hrvatske turističke zajednice (u daljnjem tekstu HTZ) za dodjelu potpora turističkim zajednicama za programe/projekte na turistički nerazvijenim područjima u 2019. godini. Program/projekt je prijavljen na točku 4. Za programe/projekte unaprjeđenja djelovanja i aktivnosti turističkih zajednica na turistički nerazvijenim područjima, stavku b) Izrada i provedba razvojnih projekata za ključne turističke proizvode koji su od posebnog značaja za turistički razvoj i promociju u sklopu mjere B) programi/projekti TZ na turistički nerazvijenim područjima, javnog poziva. Financiranjem ovakvih projekata kojima se između ostalog potpomaže izrada strateških dokumenata, HTZ uvelike doprinosi razvoju turizma na turistički nerazvijenim područjima i direktno doprinosi razvoju turizma na području Republike Hrvatske.

S obzirom da Općina Suhopolje do sada nije imala strateške dokumente usmjerene razvoju turizma, što značajno doprinosi negativnom trendu razvoja, pretpostavka je da će izrada SPT značajno utjecati na razvoj turističke ponude kako Općine Suhopolje

---

<sup>1</sup> Službene stranice Općine Suhopolje, dostupno na: <https://www.suhopolje.hr/povijest/> (05.12.2019.)

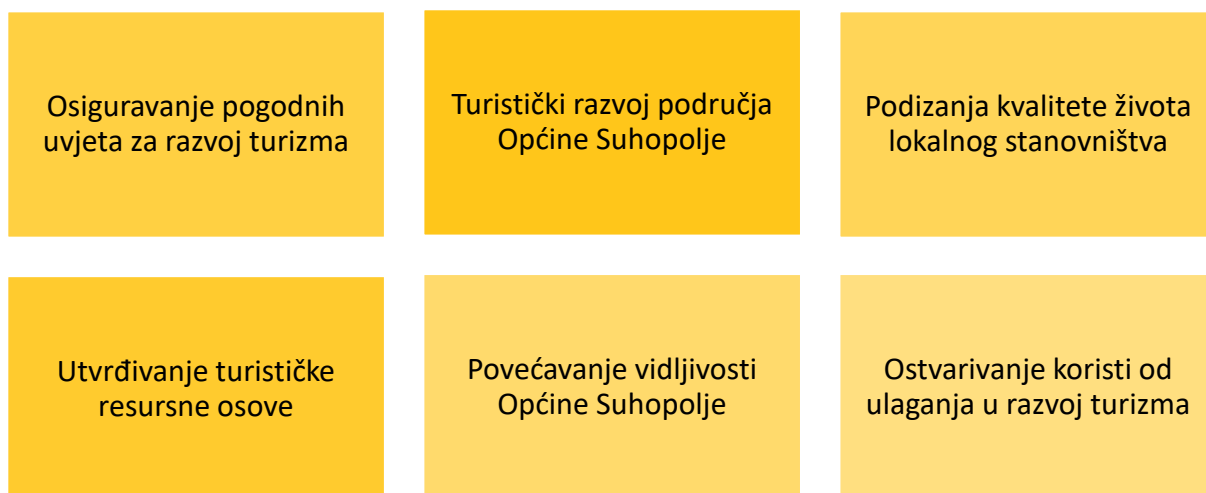
tako i VPŽ. Ovim dokumentom želi se odrediti smjer razvoja turizma osmišljavanjem primarnih turističkih proizvoda i oblikovanjem ciljeva koji se žele postići, odnosno definiranjem turističkih programa koji imaju perspektivu razvoja u gospodarski isplative programe. Također, želi se postaviti koncepcijski okvir za nositelje razvoja turizma na području Općine Suhopolje kako bi se Općina priključila trendu razvoja turizma u VPŽ. SPT će dati inovativna rješenja za razvoj turističke ponude na području Općine Suhopolje koja trenutno ima mali broj turističkih sadržaja. Time će se postići veliki napredak u odnosu na trenutno stanje jer jedino je strukturiranim planom moguće postići kvalitetan, konkurentan i održiv razvoj turizma. Valja naglasiti da je ovaj SPT u potpunosti usklađen sa razvojnim programom Općine Suhopolje za razdoblje do 2020. godine i ostalim strateškim dokumentima na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini što je detaljnije objašnjeno u poglavlju 1.3. Usklađenost strateškog plana sa strateškim dokumentima na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini. Vodstvo Općine Suhopolje unazad tri godine ozbiljno je počelo ulagati u razvoj turizma na svom području što su, osim ovim dokumentom, dokazali i osnivanjem turističke zajednice 2017. godine.

SPT Općine Suhopolje izrađen je za razdoblje od pet godina tj. od 2020. – 2024. godine.

### 1.1. Svrha i ciljevi Strateškog plana

Strateški plan razvoja turizma na području Općine Suhopolje izrađen je s osnovnom svrhom unaprjeđenja stanja turizma na području Općine te oblikovanja sustavnog razvoja turizma na ovom turistički nerazvijenom području. Ciljevi ovoga plana su osiguravanje pogodnih uvjeta za razvoj turizma, osmišljavanje turističkog razvoja područja Općine Suhopolje s naglaskom na proizvode/doživljaje koji će biti stavljeni u funkciju jačanja turističke ponude te podizanja kvalitete života lokalnog stanovništva, utvrđivanje turističke resursne osnove, povećavanje vidljivosti Općine Suhopolje i ostvarivanje koristi od ulaganja u razvoj turizma. U nastavku slijedi Slika 1. Ciljevi Strateškog plana razvoja turizma na području Općine Suhopolje

Slika 1: Ciljevi Strateškog plana razvoja turizma na području Općine Suhopolje



Izvor: Izrada autora

Ciljevi definirani za izradu SPT-a usklađeni su s ciljevima nacionalnih i regionalnih strateških dokumenata razvoja turizma (Strategija razvoja turizma RH do 2020., Master plan turizma VPŽ za razdoblje 2009.-2019. godine). Osim navedenog, iskazuju realno željeno stanje usklađeno s potrebama razvoja destinacije i s interesima lokalne zajednice i relevantnih zainteresiranih dionika.

Kako bi se doprinijelo realizaciji glavne svrhe dokumenta i ostvarenju definiranih ciljeva, u SPT-u su razrađeni strateški i operativni ciljevi razvoja turizma na području Općine Suhopolje koji će se postići kroz konkretne aktivnosti. Kao što je i prikazano u Tablici 1., strateški i operativni ciljevi usmjereni su na razvoj i kontinuirano unaprjeđenje turističkih proizvoda, izgradnju i opremanje turističke infrastrukture te na unaprjeđenje prodaje i marketinšku komunikaciju.

Tablica 1: Strateški i operativni ciljevi razvoja turizma na području Općine Suhopolje

Strateški cilj	Operativni cilj
<b>1. Razvoj i kontinuirano unaprjeđenje turističkih proizvoda</b>	1.1. Razvoj i unaprjeđenje Kulturnog turizma – turizam naslijeđa
	1.2. Razvoj i unaprjeđenje zdravstvenog turizma – turizam kulture zdravlja
	1.3. Razvoj i unaprjeđenje eno i gastro turizma
	1.4. Razvoj i unaprjeđenje sportsko-rekreacijskog turizma
<b>2. Izgradnja i opremanje turističke infrastrukture</b>	2.1. Građenje i uređivanje Centara za posjetitelje, interpretacijskih centara i turističkih informativnih centara
	2.2. Građenje i opremanje građevina i turističke infrastrukture za pružanje turističkih i ugostiteljskih usluga
	2.3. Trasiranje, obilježavanje i opremanje novih i postojećih tematskih staza, puteva i cesta
<b>3. Unaprjeđenje prodaje i marketinška komunikacija</b>	3.1. Tržišno pozicioniranje i elementi vizualnog identiteta
	3.2. Marketinška komunikacija
	3.3. Aktivnosti unaprjeđivanja prodaje
	3.4. Istraživanje tržišta i interni marketing

Izvor: Izrada autora

Ispunjenjem zadanih ciljeva direktno će se doprinijeti razvoju turizma na području Općine Suhopolje te VPŽ. Ishodi ostvarenja ciljeva biti će povećanje kvalitete turističke ponude, novi tržišno oblikovani turistički proizvodi, vidljivost i dostupnost proizvoda turističkoj potražnji te podizanje kvalitete života lokalnog stanovništva. Svi ovi učinci generalno trebaju dovesti do veće prepoznatljivosti Općine Suhopolje kao turističke destinacije na regionalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini.



## 1.2. Metodologija i pristup izradi

Analiza sadašnjeg stanja, željeni smjer razvoja, realne potrebe područja Općine Suhopolje te smjernice razvoja turizma definirane u lokalnim, regionalnim, nacionalnim i europskim strateškim dokumentima polazište su za izradu ovog SPT-a.

Primarni i sekundarni (kvantitativni i kvalitativni podaci) prikupljeni su kroz aktivnosti provedene u više faza i na više načina. Provedene su sljedeće aktivnosti:

- Opsežno prikupljanje, proučavanje i selekcija sekundarnih podataka prvenstveno istraživanjem interneta,
- Terenski obilazak područja Općine Suhopolje zajedno sa dionicima direktno uključenima u razvoj turizma,
- Prikupljanje primarnih podataka na radionicama i putem intervjua,
- Analiza razvojnih dokumenata.

### ***Opsežno prikupljanje, proučavanje i selekcija sekundarnih podataka prvenstveno istraživanjem interneta***

Provedena je analiza izvora sekundarnih podataka pretraživanjem dostupnih, postojećih podataka u strateškim dokumentima te relevantnim internet izvorima. Analizirani su internet izvori poput službenih stranica Općine Suhopolje i TZ Općine Suhopolje, Državnog zavoda za statistiku, Državnog hidrometeorološkog zavoda i slično.

### ***Terenski obilazak područja Općine Suhopolje zajedno sa dionicima direktno uključenima u razvoj turizma,***

Obilazak prirodnih i antropogenih turističkih atrakcija, te ostalih izravnih i neizravnih turističkih resursa na području Općine Suhopolje s ciljem utvrđivanja i procjene infrastrukture i komponenti za razvoj turističkog proizvoda projektnog područja.

### ***Prikupljanje primarnih podataka na radionicama i putem intervjua,***

Prikupljanje primarnih podataka provedeno je u dvije faze. Prva faza odnosila se na organiziranje radionice koja se održala u Općini Suhopolje, a na kojoj su sudjelovali članovi turističkog vijeća TZ Općine Suhopolje te ostali dionici uključeni u razvoj turizma Općine Suhopolje (predstavnicima ugostitelja, lokalni OPG-ovci, predstavnici udruga, predstavnici TZ-a, predstavnici JLRS-a). U drugoj fazi proveden je intervju s pojedincima, izravno uključenima u razvoj turizma, putem kojega su utvrđene temeljne pretpostavke za razvoj turizma te dani temelji za osmišljavanje sustava turističkih proizvoda.

### ***Analiza razvojnih dokumenata***

Provedena je analiza relevantnih planskih dokumenata na županijskoj i općinskoj razini što uključuje Strateški razvojni program Općine Suhopolje za razdoblje do 2020. godine, Master plan turizma VPŽ 2009. - 2019., Akcijski plan za razvoj cikloturizma u prekograničnom području (VPŽ i grad Barcs) te Županijsku razvojnu strategiju Virovitičko-podravске županije za razdoblje do kraja 2020. godine.

Analizom prikupljenih podataka utvrđeno je trenutno stanje turizma na području Općine Suhopolje, a na temelju kojeg se pristupilo izradi SPT-a. SPT je podijeljen u šest poglavlja. U uvodnom dijelu postavljeno je polazište problema, utvrđeni su svrha i ciljevi izrade SPT-a, pojašnjen je način izrade te prikupljanja i obrade podataka za potrebe izrade SPT-a, navedene su poveznice i usklađenost SPT-a sa strateškim dokumentima na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini te je dan pregled glavnih dionika i organiziranosti turizma na području Općine Suhopolje. Analizom postojećeg stanja utvrđena je turistička resursna osnova (prirodni i antropogeni resursi) tj. potencijalne i realne turističke atrakcije koje su polazna osnova razvoju turizma te predlaganju sustava turističkih proizvoda, analizirani su izravni (turističko-ugostiteljski objekti, prateći turistički sadržaji, turistička infrastruktura, kadrovi, događaji, manifestacije) i neizravni turistički resursi (geoprometni položaj, prometna povezanost, ostala infrastruktura, stanovništvo, ostali resursi), a na temelju navedenog izrađena je SWOT analiza koja daje pregled unutarnjih snaga i slabosti promatrane turističke destinacije te vanjskih prilika i prijetnji koje na istu utječu. SPT-om su određeni i osnovni elementi za upravljanje turizmom Općine Suhopolje, vizija i misija kao vodilje razvoja turizma te strateški ciljevi na kojima se temelji razvoj turizma Općine Suhopolje te je određen sustav turističkih proizvoda koji će se razvijati. U poglavlju Marketing destinacije dan je pregled trenutnog marketinga destinacije te prijedlozi za unaprjeđenje istog, a u posljednjem poglavlju izrađen je akcijski plan i vremenski okvir provedbe aktivnosti razvoja turizma Općine Suhopolje.

### **1.3. Usklađenost SPT-a Općine Suhopolje sa strateškim dokumentima na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini**

Općina Suhopolje, kao što je već navedeno, nema razvojni dokument usmjeren turizmu te se ponajviše iz tog razloga pristupilo izradi ovog SPT-a. Polazište za izradu ovog dokumenta bila je usklađenost sa razvojnim dokumentima sličnog tipa na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini kako bi razvoj turizma na području Općine Suhopolje pratio razvoj turizma na ostalim razinama.

U nastavku slijedi tabelarni prikaz usklađenosti Strateškog plana razvoja turizma na području Općine Suhopolje s razvojnim dokumentima na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini.

Tablica 2: Usklađenost Strateškog plana razvoja turizma na području Općine Suhopolje s razvojnim dokumentima na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini

RAZVOJNI DOKUMENT	STRATEŠKI CILJ	PRIORITET
<b>Strateški razvojni program Općine Suhopolje za razdoblje do 2020.godine</b>	2. Ojačati potencijal turizma	1. Razvoj i unaprjeđenje turističkog identiteta i sadržaja 2. Poticanje tradicijskih obrta 3. Izgradnja turističke infrastrukture
	1. Aktivirati turističke resurse	1. Razviti atraktivne turističke lokacije u županiji 2. Razviti nove turističke proizvode 3. Održivi razvoj postojećih turističkih lokacija 4. Horizontalno povezati sve dionike turističkog sektora
<b>Master plan turizma Virovitičko-podravске županije 2009.-2019.</b>	2. Razviti ljudske resurse u turizmu	5. Razviti obrazovni sustav za turizam 6. Razviti institucionalnu podršku sektoru turizma 7. Poticati poduzetništvo u turizmu
	3. Promovirati regiju kao turističko odredište	8. Provoditi suvremene marketinške i promocijske modele za turizam
<b>Akcijski plan za razvoj cikloturizma u prekograničnom području (VPŽ i grad Barcs)</b>	1. Pобољшanje kvalitete cikloturističke infrastrukture	2. Uređenje ostalih biciklističkih ruta VPŽ i područja Grada Barcsa 3. Uređenje biciklističkih prometnica 4. Opremanje postojećih i/ili novih biciklističkih ruta potrebnim servisnim i informativnim sadržajima 5. Opremanje postojećih i/ili novih biciklističkih ruta ujednačenom biciklističkom i informativno-turističkom signalizacijom
	2. Razvoj i unaprjeđenje kvalitete usluga	1. Poticanje povećanja broja specijaliziranih smještajnih objekata za cikloturiste 2. Pобољшanje ugostiteljske usluge i poticanje jačanja zastupljenosti lokalne gastronomije
	4. Pобољшanje organizacije, suradnje i edukacije za potrebe razvoja cikloturizma	1. Uspostavljenje koordinirane organizacije cikloturizma 2. Provođenje edukacije lokalne zajednice s ciljem uključivanja u razvoj cikloturizma
<b>Županijska razvojna strategija Virovitičko-podravске županije za razdoblje do kraja 2020. godine</b>	2. Očuvanje okoliša i održivo upravljanje prostorom i resursima	2. Stvaranje uvjeta za razvoj održivog turizma u ruralnim prostorima

**Strategija razvoja turizma  
Republike Hrvatske do 2020.  
godine**

5.2.1.3. Zdravstveni turizam	2. Uspostavljanje sustava minimalnih standarda za wellness centre, centre lječilišnog turizma i centre medicinskog turizma, uključujući standarde opremanja, sigurnosti, kvalitete usluge i okolišno odgovornog 'zelenog' poslovanja
5.2.1.4. Kulturni turizam	2. Ulaganje u prepoznatljivost niza visokoatraktivnih pojedinačnih kulturnih atrakcija (npr. UNESCO lokaliteti, arheološki nalazi, dvorci) 4. Identifikacija mogućnosti razvoja novih događanja s potencijalom međunarodne prepoznatljivosti i gradnje imidža destinacija 5. Poticanje razvoja kulturnih tematskih cesta i putova (npr. povijesne ceste, putovi UNESCO baštine, vjerski putovi), a što podrazumijeva i jasne razvojne kriterije i sustave upravljanja
5.2.1.7. Cikloturizam	3. Nove i postojeće staze opremaju se adekvatnom turističkim signalizacijom i interpretacijom (npr. putokazi, informacijski punktovi) te uobičajenim pratećim sadržajima (npr. odmorišta, vidikovci, servisi za popravak opreme) 4. Daljnji razvoj smještajnih kapaciteta prema 'bed & bike' standardima (npr. mali hoteli, pansioni, kampovi, seoska gospodarstva, planinarski domovi) s visokom razinom 'osjećaja za lokalno mjesto', 'atmosfera', ugone i okolišne odgovornosti 5. Daljnji razvoj natjecanja i manifestacija, uključujući i onih međunarodnog karaktera.
5.2.1.8. Eno i gastroturizam	2. Brendiranje nacionalne i regionalnih gastro ponuda 4. Poticanje povezivanja lokalnih proizvođača poljoprivrednih proizvoda s ugostiteljskim sektorom 6. Poticanje razvoja gastro-enoloških tematskih cesta i putova (npr. vinske ceste, ceste maslinovog ulja, ceste sira, ceste bučinog ulja i sl.), uključujući i kriterije i sustav upravljanja
5.2.1.10. Pustolovni i sportski turizam	2. Daljnji razvoj natjecanja i manifestacija, uključujući i ona međunarodnog karaktera

Izvor: Izrada autora prema istraživanju s interneta

Za analizu usklađenosti Strateškog plana razvoja turizma na području Općine Suhopolje s razvojnim dokumentima na lokalnoj razini odabran je dokument Strateški

razvojni program Općine Suhopolje za razdoblje do 2020. godine, na regionalnoj razini Master plan turizma Virovitičko-podravske županije 2009.-2019. kao zadnji važeći dokument za razvoj turizma u VPŽ, Akcijski plan za razvoj cikloturizma u prekograničnom području (VPŽ i grad Barcs) te Županijska razvojna strategija Virovitičko-podravske županije za razdoblje do kraja 2020. godine, a na nacionalnoj razini Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine. Gledajući strateške ciljeve za razvoj turizma na području Općine Suhopolje postavljene u ovom Planu, a koji služe kao temelj za ulaganje svih sadašnjih i budućih resursa, može se zaključiti da je Strateški plan razvoja turizma na području Općine Suhopolje usklađen sa svim navedenim dokumentima tj. izdvojenim ciljevima prikazanima u tablici.

#### 1.4. Glavni dionici i organiziranost turizma

Kako bi se turizam nekog područja sustavno i nesmetano razvijao prvenstveno je potrebno organizirano i detaljno osmišljeno koordinirano djelovanje svih dionika koji direktno ili indirektno utječu na razvoj turizma. Osim koordiniranosti, potrebno je organizirano upravljanje prostornim komponentama, infrastrukturom, suprastrukturom i svim turističkim resursima. Da bi navedeno funkcioniralo, potrebna je potpora nadležnih tijela na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini te uključivanje svih potencijalnih dionika u razvoj turizma kako bi se ponuda turističkih proizvoda i usluga objedinila te samim time kvalitetnije razvijala.

Nositelji razvojnih aktivnosti turizma na području Općine Suhopolje su Općina Suhopolje, mjesni odbori, Turistička zajednica Općine Suhopolje, obrazovne institucije, razvojne agencije, turističko-ugostiteljski subjekti, Župe s područja Općine, razne udruge te Savjet mladih Općine Suhopolje. Pregled dionika značajnih za razvoj turizma na području Općine Suhopolje prikazan je u sljedećoj tablici.

Tablica 3: Značajni dionici u razvoju turizma na području Općine Suhopolje

Značajne skupine	Pojedinačni dionici
<b>JLRS</b>	Općina Suhopolje (jedinствени upravni odjel sa tri odsjeka: Odsjek za društvene djelatnosti i imovinsko pravne poslove, Odsjek za financije i računovodstvo, Odsjek za gospodarstvo i komunalne poslove), Mjesni odbori, VPŽ
<b>TZ-i</b>	TZ Općine Suhopolje, TZ VPŽ
<b>Razvojne agencija</b>	RA VIDRA
<b>Udruge</b>	<b>Udruge u kulturi:</b> KrEdA, KUU Suhopolje, LK Paleta, TU Suhopoljski tamburaši, Udruga Contesse <b>Sport i rekreacija:</b> NK Suhopolje, NK Borova, NK Tehničar, Karate klub Mladost, KK Suhopolje, LU Suhopolje, SRK Brežnica, SK Mladost, HNK Orešac, NK Plavi, BBK Olymp <b>Ostalo:</b> UMHU Suhopolje, Udruga hrvatskih branitelja iz Domovinskog rata, DVD Suhopolje, VZ Općine Suhopolje
<b>Obrazovne institucije</b>	Dječji vrtić Suhopolje, Osnovna škola Suhopolje, Glazbena škola Jan Vlašimsky Virovitica Dislocirani Odjel Suhopolje
<b>Ostali</b>	Župa Sv. Terezije Avilske Suhopolje, Župa Kraljice Sv. Krunice Cabuna, Savjet mladih Općine Suhopolje, Turističko-ugostiteljski subjekti (ugostitelji i OPG-i: Tablica 16)

Izvor: Izrada autora prema informacijama TZ Općine Suhopolje

## 2. ANALIZA POSTOJEĆEG STANJA

Kako bi se razvoj turističke destinacije mogao uspješno planirati ključno je napraviti sustavnu analizu potencijalnih i realnih turističkih atrakcija, odnosno temeljnih turističkih resursa koji su osnovni razlog zbog kojeg turisti posjećuju tu turističku destinaciju. Na samom početku izrade svih dugoročnih planova usmjerenih razvoju turizma potrebno je osigurati odgovarajuće podatke o atrakcijskoj osnovi turističke destinacije. Suvremena pretpostavka razvoja turizma u svakoj turističkoj destinaciji trebala bi biti prikupljanje, sistematiziranje i vođenje podataka o turističkim atrakcijama jer se, samo na taj način može vrednovati njezina turistička atrakcijska osnova i kreirati sustav turističkih proizvoda. Osim o turističkoj resursnoj osnovi, poznato je da turistički razvoj ovisi o nekoliko ključnih faktora: geoprometnom položaju i prometnoj povezanosti s glavnim emitivnim tržištima, postojećem stupnju turističkog razvoja, organiziranosti turizma, gospodarskom razvoju, ekonomskim učincima turizma destinacije te demografskim karakteristikama stanovništva. Navedene komponente možemo okarakterizirati kao potencijalne i realne turističke atrakcije (prirodni i antropogeni resursi) te ostale izravne i neizravne resurse koji čine turizam u destinaciji. Kao izravni turistički resursi izdvajaju se turističko-ugostiteljski objekti, prateći turistički sadržaji, ljudski resursi, turističke agencije, organiziranost turizma (turističke zajednice i sl.), informacije i promidžbeni materijali, atraktivnost susjednih destinacija i slično, a kao neizravni turistički resursi, očuvan okoliš, geoprometni položaj, prometna povezanost, ostala infrastruktura, ostali resursi i slično. Slijedom navedenog, u ovom poglavlju donosi se analiza sadašnjeg stanja na području Općine Suhopolje s naglaskom na turizam.

### 2.1. Analiza turističke resursne osnove

Turističke atrakcije su temeljni turistički resursi svake turističke destinacije koji određuju i uvjetuju njezinu turističku ponudu i razvoj turizma uopće. Razvoj integralnog turističkog proizvoda destinacije na tragu održivog razvoja, ovisi o cjelovitoj identifikaciji, vrednovanju i zaštiti svih potencijalnih i realnih turističkih atrakcija u postojećoj ili potencijalnoj turističkoj destinaciji. Osnovni cilj izrade funkcionalne klasifikacije turističkih atrakcija jest osigurati cjelovitost i transparentnost podataka o turističkim atrakcijama, kako bi se omogućilo njihovo optimalno korištenje u procesu planiranja razvoja turizma te djelotvorna zaštita turističke atrakcijske osnove od degradacije i neracionalnog korištenja.

Funkcionalna klasifikacija turističkih atrakcija treba osigurati ostvarivanje osnovnoga cilja kroz slijedeće zadaće:

- Jasno razlučiti turističke atrakcije od ostalih vrsta turističkih resursa,
- Dati prilog funkcionalnoj sistematizaciji turističkih motiva i aktivnosti s aspekta korištenja turističkih atrakcija,
- Utvrditi ovisnost pojedinih vrsta turizma o pojedinim vrstama turističkih atrakcija,
- Sagledati gospodarsku važnost turističkih atrakcija,
- Potvrditi i obrazložiti važnost prostora kao medija na kojemu se razvija i događa turizam,
- Promicati turističku destinaciju sa stanovišta njezine atraktivnosti kao prostora intenzivnijeg okupljanja turista,

- Predložiti konkretan višedimenzionalni funkcionalni model klasifikacije turističkih atrakcija,
- Predložiti način razvojne i marketinške valorizacije turističkih atrakcija,
- Pokazati kako se potencijalne turističke atrakcije mogu najracionalnije koristiti u planiranju turističkog razvoja i kako ih je važno štititi od degradacije i neracionalnog korištenja.

U nastavku je prikazana detaljna klasifikacija turističkih atrakcija Općine Suhopolje<sup>2</sup> prema metodologiji E. Kušena (2002).

---

<sup>2</sup> Sustav turističkih atrakcija definiran je kroz radionice koje su autori dokumenta održali s dionicima s područja Općine Suhopolje. Brojevi tablica definirani su redosljedom u dokumentu, a dodatni broj (npr. 1. Geološke značajke prostora) dodijeljen je u svrhu klasifikacije atrakcija.



Tablica 4: 1. Geološke značajke prostora

Vrsta atrakcija/Lokalni naziv	Motivi/aktivnosti	Kratki opis	Boravišno/izletničke značajke	Pripadnost širem sustavu atrakcija	Turistička dostupnost
<b>1.1. Sjeverne padine Bilogore</b>	Pješačke ture, <i>trekking</i> , sakupljanje gljiva i samoniklog bilja, lov	Gorski kraj s visinama do 250 m n/v, šumska vegetacija i kultivirane površine vinograda	Pretežito izletničke		Prilaz s javnih cesta, šumski putevi, ne postoji turistička signalizacija niti opremljenost
<b>1.2. Jugozapadni obronci Papuka</b>	Pješačke ture, <i>trekking</i> , sakupljanje gljiva i samoniklog bilja, lov, brdski biciklizam, piknici u prirodi	Razveden gorsko-planinski kraj s lancima gorskih dolina duž vodotoka, proplancima i gorskim livadama	Pretežito izletničke	Park prirode Papuk, brdske biciklističke staze VPŽ i PSŽ	Prilaz s javnih cesta, šumski putevi, ne postoji turistička signalizacija niti opremljenost
<b>1.3. Vidikovac u Bukovoj</b>	Uživanje u krajoliku, piknici u prirodi	Vidikovac na Papuku u blizini naselja Bukova	Pretežito izletničke		Prilaz s javne ceste Suhopolje – Borova pa šumskim putevima, ne postoji turistička signalizacija niti opremljenost
<b>1.4. Naftna bušotina kraj Levinovca *</b>		Zatvorena bušotina za potencijalnu eksploataciju nafte te izvor termalne vode			

- Potencijalna turistička atrakcija ukoliko se će se u budućnosti moći koristiti termalna voda

Izvor: Izrada autora



Tablica 5: 2. Vode

Vrsta atrakcija/Lokalni naziv	Motivi/aktivnosti	Kratki opis	Boravišno/izletničke značajke	Pripadnost širem sustavu atrakcija	Turistička dostupnost
<b>2.1. Jezero „Berek“ u Orešcu</b>	Ribolov, piknici, manifestacije	Umjetni ribnjak kraj naselja Orešca, pogodan za rekreacijski ribolov, piknike u prirodi i održavanje manifestacija	Pretežito izletničke	Ribolovne vode VPŽ, Biciklističke staze VPŽ te Eurovelo 13,	Vrlo dobra, smještaj uz regionalnu prometnicu Suhopolje-Sopje-Čađavica, opremljeno nadstrešnicom, stolovima i klupama
<b>2.2.. Ribnjak kraj dvorca Janković u Cabuni *</b>	Opuštanje, rehabilitacija, spoznavanje povijesti grofova Janković, piknici i manifestacije	Umjetni ribnjak u sada zapuštenome stanju, uz mogućnost čišćenja i poribljavanja mogao bi predstavljati atrakciju u okviru budućeg „Centra zdravlja“	Izletničko/boravišne	Plemička ruta obitelji „Janković“	Za sada nedostupno

- Potencijalna turistička atrakcija koja se može vrednovati u sklopu projekta obnove cjelokupnoga kompleksa dvorca u „Centar zdravlja“ kojeg planira VPŽ

Izvor: Izrada autora

Tablica 6: 3. Biljni svijet (prirodni i uzgojeni)

Vrsta atrakcija/Lokalni naziv	Motivi/aktivnosti	Kratki opis	Boravišno/izletničke značajke	Pripadnost širem sustavu atrakcija	Turistička dostupnost
<b>3.1. Šume na Bilogori i Papuku</b>	Šetnje, brdski biciklizam, sakupljanje gljiva i samoniklog bilja, kontemplacija i meditacija	Šume bukve, hrasta i graba gušćega sklopa na razvedenom reljefu, premrežene šumarskim putevima i stazama	Pretežito izletničke	Sustav šumskih <i>trekking</i> i biciklističkih staza VPŽ i PSŽ	Pojedini dijelovi ograničeno su dostupni zbog upravljačke politike Hrvatskih šuma
<b>3.2. Šumske prosjeke i livade</b>	Odmor, relaksacija, piknici	Pitoreskne gorske i šumske livade i proplanci pogodni za uređenje izletišta i postaja na <i>trekking</i> i biciklističkim stazama	Pretežito izletničke	Sustav šumskih <i>trekking</i> i biciklističkih staza VPŽ i PSŽ	Dostupno uz određena ograničenja, nije opremljeno za prihvat turista
<b>3.3. gljive i samoniklo bilje (vrganji, smrčci, medvjedi luk)</b>	Branje, šetnje, edukacija i gastro radionice u prirodi	U sezoni postoji niz lokacija sa samoniklim jestivim biljem i gljivama, uz korištenje lokalnih vodiča mogu se organizirati obilasci i branje te različite edukativne radionice	Pretežito izletničke	Mogućnost umrežavanja u pustolovno-gastronomске turističke ture	Dostupno uz određena ograničenja
<b>3.4. Kockavica</b>	Znanstveni monitoring, edukativne radionice	Biljka iz porodice ljiljana, uvrštena je u Crvenu knjigu vaskularne flore Hrvatske, a strogo je zaštićena Zakonom o zaštiti prirode, njen monitoring se vrši na 5 polja na području Općine (od Pepelane do Pčelića)	Pretežito izletničke	Poučne staze zaštićenih dijelova prirode, biljnih i životinjskih vrsta VPŽ	Dostupno uz ograničenja i pratnju rendžera Javne ustanove, minimalna opremljenost informacijskim pločama

Izvor: Izrada autora

Tablica 7: 4. Životinjski svijet (divlje i domaće životinje)

Vrsta atrakcija/Lokalni naziv	Motivi/aktivnosti	Kratki opis	Boravišno/izletničke značajke	Pripadnost širem sustavu atrakcija	Turistička dostupnost
<b>4.1. Pčelarica</b>	Promatranje i fotografiranje, edukacija	Jedna od najšarenijih europskih ptica spada u strogo zaštićenu NATURA vrstu, u Cabuni se nalazi jedno od najvećih staništa u RH	Izletničke uz intenciju da postanu boravišno/izletničke	Promatranje ptica kao širi destinacijski proizvod na području VPŽ	Dostupno uz ograničenja i pratnju rendžera Javne ustanove, lokacija opremljena informacijskim pločama
<b>4.2. Visoka divljač (jelen, košuta, srna, divlja svinja)</b>	Lov, foto safari	Lovište obuhvaća ukupno 2.489 ha šuma i šumskog zemljišta	Boravišne	Lovišta VPŽ	Dostupno uz organizirani lov od strane LU; ne postoji specijalizirani smještaj niti agencija
<b>4.3. Pernata divljač (fazan, prepelica, jarebica, šljuka)</b>	Lov, promatranje, fotografiranje	Cijeli sjeverni, nizinski dio Općine prema rijeci Dravi	Boravišne	Turistički paketi za inozemne lovce (najzastupljeniji Talijani)	Dostupno uz organizirani lov od strane LU; ne postoji specijalizirani smještaj niti agencija

Izvor: Izrada autora

Tablica 8: 5. Prirodna baština

<b>Vrsta atrakcija/Lokalni naziv</b>	<b>Motivi/aktivnosti</b>	<b>Kratki opis</b>	<b>Boravišno/izletničke značajke</b>	<b>Pripadnost širem sustavu atrakcija</b>	<b>Turistička dostupnost</b>
<b>5.1. Park oko dvorca u Suhopolju</b>	Odmor, razgledavanje, edukacija, manifestacije, likovne i kiparske kolonije	Zaštićeni spomenik parkovne arhitekture u samome centru naselja uokolo dvorca Janković površine 7,99 ha	Boravišno/izletničke	Zaštićeni dijelovi prirode VPŽ, Plemićka ruta	Vrlo dobra s magistralne ceste D2; turistička signalizacija, info ploče, komunalna oprema

Izvor: Izrada autora

Tablica 9: 6. Kulturno-povijesna baština

Vrsta atrakcija/Lokalni naziv	Motivi/aktivnosti	Kratki opis	Boravišno/izletničke značajke	Pripadnost širem sustavu atrakcija	Turistička dostupnost
<b>6.1. Dvorac Janković u Suhopolju</b>	Razgledavanje, odmor, relaksacija, edukacija,	Dvorac s parkom/perivojem u samome središtu naselja Suhopolje, obnovom (2020.) postat će suvremeni „Centar za posjetitelje“ sa smještajnim i ugostiteljskim kapacitetima, 5D kinom i multimedijalnim interpretacijskim sadržajima	Pretežito boravišne	Plemićka ruta VPŽ	Vrlo dobra s magistralne ceste D2; turistička signalizacija, info centar, parkiralište za osobne automobile i autobuse
<b>6.2. Dvorac Janković u Cabuni</b>	Rehabilitacija, odmor, edukacija	Dvorac s perivojem koji zahtjeva temeljitu rekonstrukciju i obnovu. Predviđen je projekt pod nazivom „Centar za kulturu zdravlja – Dvorac Janković Cabuna“ – centar za promicanje zdravog načina života, prevenciju kardiovaskularnih bolesti, dijabetesa očuvanje tradicijske medicine...	Boravišno/izletničke	Plemićka ruta VPŽ, Odredišta zdravstvenog i rehabilitacijskog turizma regije Slavonija	Za sada nedostupno za turiste
<b>6.3. Crkva Sv. Terezije Avilske u Suhopolju</b>	Razgledavanje, manifestacije vjerskog turizma	Jedna od najljepših klasicističkih crkava u kontinentalnoj Hrvatskoj, zaštićeni spomenik kulture os 1969. Dao ju je izgraditi grof Janković a u njoj kriпти nalaze se i posmrtni ostaci obitelji Janković	izletničke	Ruta znamenitih sakralnih građevina regije Slavonija; Plemićka ruta	Dostupno, omogućen prihvrat posjetitelja
<b>6.4. Crkva Sv. Krunice u Cabuni</b>	Razgledavanje	Jedan od rjeđih primjera crkava sagrađene fasadnom ciglom, smještena u samome središtu mjesta uz magistralnu prometnicu D2	izletničke	Ruta znamenitih sakralnih građevina regije Slavonija	Dostupno, omogućen prihvrat posjetitelja

<b>6.5. Arheološko nalazište u Zvonimirovu</b>	Razgledavanje, edukacija, škole u prirodi	Jedno od najvećih nalazišta keltske kulture u Hrvatskoj. Arheološka iskapanja sa sistematizacijom građe su u tijeku. Resurs za razvoj kulturnih turističkih proizvoda s tematikom keltske kulture	Pretežito izletničke	Ruta keltske kulture u Panoniji	Nije turistički dostupno
<b>6.6. Arheološko nalazište Lug</b>	Razgledavanje, edukacija, škole u prirodi	Prapovjesno naselje starčevačke kulture u blizini današnjeg naselja Pepelana, datira iz 6250. p.n.e do 2600. p.n.e.	Pretežito izletničke		Nije turistički dostupno
<b>6.7. Mrtvi jarak</b>	Razgledavanje, edukacija	Obilježje stradanja nakon 2. svjetskoga rata, Središnje mjesto obilježavanja žrtava totalitarnih režima na području VPŽ	Izletničke		Dostupno, interpretirano
<b>6.8. Zgrada bivšeg Zadrurnog mlina u Suhopolju *</b>	Razgledavanje, edukacija, kreativne i gastro radionice	Napuštena zgrada nekadašnjeg zadrurnog mlina u ulici V. Nazora, temeljitom obnovom mogao bi postati središnjim mjestom tzv. „mlinarskog puta“ (uvezivanje u jedinstveni turistički proizvod s poznatijom atrakcijom „Dedin mlin“ iz Cabune)	Izletničke	Moguće uvezivanje u širi turistički proizvod radnoga naslova „Mlinarski put“	Lokacija fizički dostupna ali turistički nije

Izvor: Izrada autora

Tablica 10: 7. Kultura života i rada

Vrsta atrakcija/Lokalni naziv	Motivi/aktivnosti	Kratki opis	Boravišno/izletničke značajke	Pripadnost širem sustavu atrakcija	Turistička dostupnost
<b>7.1. Dedin mlin Cabuna</b>	Razgledavanje, upoznavanje proizvodnje, edukacija, kupovina	Tradicijski mlinarski obrt, jedini mlin na potezu od Zagreba do lloka koji proizvodi brašno na tradicionalan način mljevenja kamenom	Izletničke	Moguće uvezivanje u širi turistički proizvod radnoga naslova „Mlinarski put“ s mogućnošću stvaranja zaokruženog gastro-kulturnog turističkog proizvoda s temom proizvodnje brašna te proizvoda od brašna	Dostupno, informacijski dostupno i donekle brendirano
<b>7.2. OPG Apis Cabuna</b>	Razgledavanje, upoznavanje proizvodnje, edukacija, kupovina	Pčelarski obrt, proizvodnja i pakiranje meda, kolača i sladila za ugostiteljstvo	Izletničke	„Medene staze VPŽ“	Dostupno, informacijski dostupno i donekle brendirano
<b>7.3. Predrag Momčilović Suhopolje</b>	Razgledavanje, upoznavanje proizvodnje, edukacija, kupovina	Proizvodnja meda, uzgoj pčelinjih matica	Izletničke	„Medene staze VPŽ“	Dostupno, informacijski dostupno i donekle brendirano
<b>7.4. Obrt Agro Batat Suhopolje</b>	Razgledavanje, upoznavanje proizvodnje, edukacija, gastro radionice kupovina	Proizvodnja batata, kiwana, bazge i paulownie	izletničke		Dostupno
<b>7.5. DIBA - Suhopolje</b>	Razgledavanje, kušanje vina, vinske edukacije i radionice, upoznavanje proizvodnje	Vinogradarstvo, vinarija, restoran, vrlo interesantna atrakcija za eno gastro turiste je i stari podrum grofa Jankovića koji se nalazi u sklopu vinarije, najpoznatije vino bijeli pinot	Izletničke	Vinske ceste VPŽ	Prometno dostupno s glavnih prometnica, informacijski dostupno i donekle brendirano

<b>7.6. Omamina kuharica</b>	Edukacije, gastro radionice	Tradicijski recepti suhopoljskoga kraja	Izletničke	Gastro ikone tradicijske gastronomije VPŽ	Informativno dostupno, temelj za osmišljavanje inovativnih turističkih proizvoda s tematikom gastro nasljeđa Suhopolja i okolice
<b>7.7. OPG Čimin</b>	Razgledavanje, upoznavanje proizvodnje, edukacija, gastro radionice kupovina	Proizvodnja aronije i proizvoda od aronije	Izletničke		Dostupno, informacijski dostupno i donekle brendirano
<b>7.8. OPG Josip Doležal</b>	Razgledavanje, upoznavanje proizvodnje, edukacija, gastro radionice kupovina	Proizvodnja kupine i proizvoda od aronije	Izletničke		Dostupno, informacijski dostupno i donekle brendirano
<b>7.9. OPG Melisa</b>	Razgledavanje, upoznavanje proizvodnje, edukacija, gastro radionice kupovina	Proizvodnja ljekovitog bilja	Izletničke		Dostupno, informacijski dostupno i donekle brendirano

Izvor: Izrada autora



Tablica 11: 8. Znamenite osobe i povijesni događaji

Vrsta atrakcija/Lokalni naziv	Motivi/aktivnosti	Kratki opis	Boravišno/izletničke značajke	Pripadnost širem sustavu atrakcija	Turistička dostupnost
<b>8.1. Grofovi Janković</b>	Upoznavanje s poviješću, legende	Znamenita obitelj koja je obilježila povijest Suhopolja, oko njihovoga nasljeđa mogu se stvarati „light motivi“ za brendiranje destinacije		Plemićka ruta VPŽ	

Izvor: Izrada autora

Tablica 12: 9. Manifestacije

Vrsta atrakcija/Lokalni naziv	Motivi/aktivnosti	Kratki opis	Boravišno/izletničke značajke	Pripadnost širem sustavu atrakcija	Turistička dostupnost
<b>9.1. Aleja slikovnica</b>	Edukacija	Održava se u kolovozu u parku dvorca Janković, različite edukativne radionice za sve dobne skupine	Izletničke		
<b>9.2. Grofov cvjetni bal</b>	Sudjelovanje, kreativne radionice, promatranje	„cvjetni korzo“ namijenjen prvenstveno djeci školske dobi, održava se u lipnju	Izletničke	Mogao bi se proširiti na regionalnu razinu uz sudjelovanje ostalih OŠ s područja županije i susjednih županija	
<b>9.3. Grofovska ljubav</b>	Sudjelovanje, kreativne radionice, promatranje	Natjecanje i manifestacija s temom ljubavi u književnosti, zabavni program	izletničke	Mogao bi se proširiti na regionalnu razinu uz sudjelovanje ostalih OŠ s područja županije i susjednih županija	
<b>9.4. Dani Općine Suhopolje</b>	Sudjelovanje, Promatranje, zabava,	Različite manifestacije, proštenje i koncerti povodom Dana Općine u razdoblju od 05. do 15. kolovoza	Izletničko/boravišne		
<b>9.5. Međunarodna smotra folklor „Golubica bijela“</b>	Sudjelovanje, Promatranje, zabava	Međunarodna smotra folklor a i tradicijskih običaja	Izletničko/boravišne		
<b>9.6. Suhopoljska KUL plaža</b>	Edukacija, kreativne radionice, opuštanje	Trodnevna manifestacija u kolovozu vezana uz legendu o tome kako su grofovi Janković obećali svom sinu plažu, na Trgu Sv. Terezije navoženjem pijeska uprizoruje se plaža	Izletničko/boravišne	Legende o grofovima Janković	

<b>9.7. Suhopoljski kotlić</b>	Sudjelovanje, gastro radionice, promatranje, zabava	Gastro manifestacija s natjecanjem u spravljanju paprikaša, održava se u sklopu Dana Općine u kolovozu	Izletničke	Gastro manifestacije VPŽ	
<b>9.8. Revija pasa</b>	Sudjelovanje, promatranje, edukacija	Izložba i ocjenjivanje pasa koje se održava u suhopoljskome parku u sklopu Dana Općine u kolovozu. Sudjeluje u prosjeku 50 pasa	Izletničke		
<b>9.9. Dani arheologije</b>	Sudjelovanje, promatranje, edukacija	Manifestacija temeljena na brojnim arheološkim nalazima na području Općine. Za sada namijenjena djeci osnovnoškolskog uzrasta. Edukacijske radionice te uprizorenje života i rada kultura u prošlosti. Održava se u rujnu	Izletničke	Mogućnost uvezivanja u „keltsku rutu“ uz međunarodni karakter s intencijom prerastanju u višednevnu manifestaciju	
<b>9.10. BuB – biciklom u Bukovu</b>	Sportska rekreacija	Rekreativna biciklijada u dužini od 15-ak km Osiguravaju se nagrade	Izletničke	Biciklističke staze VPŽ	Obilježena ruta, za sada ne postoje karte za individualce
<b>9.11. Dani Župe Cabuna</b>	Sudjelovanje, promatranje, zabava	Trodnevna manifestacija u listopadu	Izletničke	Mogućnost proširivanja tematskim manifestacijama vezanim uz npr. plodove jeseni i proizvode OPG-ova te mlinarske proizvode	

Izvor: Izrada autora

Tablica 13: 10. Sportsko-rekreacijske građevine i tereni

Vrsta atrakcija/Lokalni naziv	Motivi/aktivnosti	Kratki opis	Boravišno/izletničke značajke	Pripadnost širem sustavu atrakcija	Turistička dostupnost
<b>10.1. Sportski kompleks NK Suhopolje</b>	Sportska rekreacija, sportski susreti, pripreme sportaša	Kompleks od 1 velikog i 3 pomoćna igrališta, ispod tribina nalazi se teretana. Lokacija neposredno uz centar za posjetitelje Dvorac Janković i perivoj. Postoje planovi proširivanja s dodatnim sportskim terenima (tenis, odbojka)	Izletničko/boravišne	Početak rada centra za posjetitelje u dvorcu Janković koji će imati i smještaj postoji mogućnost stvaranja višednevnih paketa vezanih uz sportsku rekreaciju i kulturu zdravlja	Vrlo dobra dostupnost s glavnih prometnica, informacijska vidljivost je zadovoljavajuća
<b>10.2. Streljana Suhopolje</b>	Sportska rekreacija, sportski susreti	Osmerostazna streljana za zračnu pušku i pištolj	Izletničke		Postoji mogućnost otvaranja sadržaja za posjetitelje
<b>10.3. Dječje igralište</b>	Rekreacija	Dječje igralište u sklopu restorana „Park“ u samome kompleksu perivoja oko dvorca Janković	Izletničko/boravišne	Dodatni sadržaji uz centar za posjetitelje Dvorac Janković važni za segment obitelji s djecom	Dostupno i opremljeno
<b>10.4. Odbojka na pijesku</b>	Rekreacija, natjecanja	Odbojkaško igralište na pijesku u naselju Cabuna	Izletničke		Dostupno, zahtjeva dodatno opremanje sa sadržajima i turističkom infrastrukturom (klupe, stolovi, tribine...)

Izvor: Izrada autora

Tablica 14: 11. Turističke staze, putovi, ceste

Vrsta atrakcija/Lokalni naziv	Motivi/aktivnosti	Kratki opis	Boravišno/izletničke značajke	Pripadnost širem sustavu atrakcija	Turistička dostupnost
<b>11.1. Poučna staza ptica pčelarica</b>	Edukacija, opuštanje	Poučna staza s informacijskim pločama vezanim uz stanište pčelarice u Cabuni	Izletničke	Mogućnost uvezivanja u širi proizvod vezan uz staništa pčelarice u RH i susjednim zemljama, te tematske proizvode destinacije Suhopolje vezane uz proizvodnju meda	Zahtjeva dodatno opremanje turističkom infrastrukturom i bolju informacijsku vidljivost
<b>11.2. Vinska cesta</b>	Rekreacija, šetnje, biciklizam, eno-gastro događanja, edukacija	Perspektiva za ustrojavanje i organizaciju vinske ceste sa središnjom atrakcijom suhopoljske vinarije DIBA preko koje bi se povezali i integrirali ostali „mali“ proizvođači na području Općine Suhopolje	Izletničke	Vinske ceste VPŽ, Slavonije	Prometno dostupno – turistički nedostupno. Potreba za osmišljavanjem, trasiranjem, integriranjem dionika, označavanjem i marketingom
<b>11.3. „Mlinarska staza“</b>	eno-gastro događanja, edukacija, kupnja	Prijedlog za tematski turistički proizvod brendiran na temu proizvodnje žitarica i brašna na tradicionalan način. Središnje točke proizvoda trebale bi biti „Dedin mlin“, obnovljen zadružni mlin u Suhopolju te lokalni proizvođači ekoloških žitarica	izletničke	Gastro ture VPŽ, Slavonije	Za sada potencijalna atrakcija

Izvor: Izrada autora

## 2.2. Analiza okruženja destinacije u svrhu razvoja turizma

Analiza okruženja destinacije u svrhu razvoja turizma uključuje analizu izravnih i neizravnih resursa. Pod izravnim resursima analizirat će se smještaj, ugostiteljstvo, događanja, manifestacije, ostali izravni resursi i educiranost kadrova, dat će se pregled ostvarenih rezultata od turizma na području VPŽ, a pod neizravnim resursima, geografski položaj, prometna povezanost, demografska obilježja stanovništva, obrazovne institucije, infrastruktura te okoliš.

### 2.2.1. Izravni resursi

Kako bi se što jednostavnije mogli utvrditi izravni resursi za turizam na području Općine Suhopolje, u nastavku slijedi analiza istih, tj. analiza smještajnih objekata, turističko-ugostiteljskih subjekata, događanja i manifestacija, ostalih izravnih resursa (internetske stranice, promotivni materijali, ostali oblici promocije i educiranost kadrova u turizmu) te analiza ostvarenih rezultata od turizma na području VPŽ.

#### 2.2.1.1. Smještaj

Na području Općine Suhopolje trenutno nema registriranih smještajnih objekata. Postoji samo jedan smještajni objekt koji se nalazi u sklopu Osnovne škole Cabuna i okarakteriziran je kao hostel. Ovaj objekt nije u sustavu e-Visitor, funkcionira na način ugovornog iznajmljivanja kroz Odluku o najmu školskog prostora, ne ostvaruje profit, ciljana skupina su školska djeca koja mogu ostvariti noćenja kroz školu u prirodi i temeljem ostalih oblika suradnje između osnovnih škola. Objekt ima 3 smještajne jedinice sa ukupno 20 smještajnih kapaciteta. S obzirom na navedeno, ovaj objekt ne može se okarakterizirati kao komercijalni smještaj.

Valja napomenuti kako će početkom 2020. godine na području Općine Suhopolje biti otvoren Centar za posjetitelje Suhopolje, Dvorac Janković. Dvorac će imati 15 smještajnih jedinica, a osim smještaja u ponudi će imati i wellness, vinski podrum, multimedijalnu izložbenu dvoranu, 5D kino i kreativni laboratorij. Također, spominje se i uređenje Dvorca Janković u Cabuni (područje Općine Suhopolje) kao centra za kulturu zdravlja no sadržaj istog još uvijek nije poznat.

S obzirom na navedeno, u sljedećoj tablici, izrađena je analiza smještajnih objekata na području Virovitičko-podravske županije kojoj Općina Suhopolje pripada, a sa svrhom sagledavanja mogućnosti povezivanja u širi turistički proizvod, tj. korištenja smještajnih objekata na području VPŽ za potrebe potencijalnih turista koji posjete Općinu Suhopolje.

Tablica 15: Smještajni objekti na području VPŽ

Naziv objekta	Vrsta	Smještajni kapacitet
<b>VIROVITICA</b>		
Sobe „Šulentić“	Sobe	30
Sobe „KTC“	Sobe	8
Prenočište „Slavonska kuća“	Sobe	11
Sobe „Vila Magnolia“	Sobe	9
Sobe „Vebel“	Sobe	11

Sobe „Smiljanec“	Sobe	6
Mario Pavelić, sobe u domaćinstvu	Sobe	4
Jasna Frank, sobe u domaćinstvu	Sobe	7
Apartman „Braja“	Apartman	6
Sobe „Mila“	Sobe	4
Prenočište „Zrinski“	Sobe	10
Prenočište „Seka“	Sobe	8
<b>SLATINA</b>		
Business Club, Uslužni obrt LM-PROM	Sobe	15
Sobe Ugostiteljstvo „Repić“	Sobe	10
Obiteljska kuća Repić	Sobe	6
Sobe i kuća za odmor – Jošavac d.o.o.	Sobe Kuća za odmor	20
Sobe „PINTA“	Sobe	8
Lovački dom „Fazanerija Kozice“	Sobe	16
Apartmani „Ana“	Apartman	6
<b>ORAHOVICA</b>		
Sobe za iznajmljivanje Marbo d.o.o.	Sobe	16
Hotel „Dukat“ (***)	Hotel	36
Sobe – gostionica „Sport“	Sobe	6
Apartman „Šimatić“	Apartman	6
OPG „Odmor u zelenom“	Kuća za odmor	5
Resort Merkur <sup>3</sup>	Sobe	n/a
<b>PITOMAČA</b>		
Prenočište „Zlatni klas Otrovanec“	Sobe	10
Seljačko domaćinstvo „Dravska lža“	Sobe	12
Seljačko domaćinstvo „Profuntar“	Kuća za odmor	4
Prenočište „Luka“	Sobe	8
Hotel „Divino“	Hotel	39
<b>ČAČINCI</b>		
Planinarski dom „Jankovac“	Sobe Spavaonice	55
Buga – obrt za ugostiteljstvo i usluge	Sobe	12
Krajna – Ruralna kuća za odmor	Kuća za odmor	6
<b>ŠPIŠIĆ BUKOVICA</b>		
Hotel „Mozart“ (****)	Hotel	27
<b>ČAĐAVICA</b>		
Sobe „Vlatko Horvat“	Sobe	4
Informativno edukativni centar-hostel Dravska priča	Hostel	34
Sobe „Slavonski dvori“ ****	Sobe	7
<b>VOĆIN</b>		
Lovački dom „Đedovica“	Sobe	6
<b>SOPJE</b>		
Hotel Višnjica (***)	Hotel	78
<b>LUKAČ</b>		
Heritage hotel KURIJA JANKOVIĆ (****)	Hotel	31
<b>CABUNA</b>		
Osnovna škola Cabuna <sup>4</sup>	Hostel	20

Izvor: Prilagođeno prema Akcijskom planu za razvoj cikloturizma u prekograničnom području (VPŽ i grad Barcs), ažurirano prema podacima TZ VPŽ

<sup>3</sup> Resort Merkur – noćenje je moguće samo uz člansku iskaznicu Hrvatskog crvenog križa; nisu u evidenciji sustava eVisitor; podaci o smještajnim kapacitetima nisu dostupni.

<sup>4</sup> Osnovna škola Cabuna – nije u sustavu e-Visitor; funkcionira na način ugovornog iznajmljivanja kroz odluku o najmu školskog prostora; nije i ne smije biti profitabilno; noćenja mogu ostvariti školska djeca (škole u prirodi, ostala suradnja).

Smještajni objekti raspoređeni su po cijeloj VPŽ, a svi su smješteni u neposrednoj blizini Općine Suhopolje. Imajući u vidu razvoj turizma na području Općine, smještajni objekti na području VPŽ uvelike mogu unaprijediti sustav turističkih proizvoda Općine Suhopolje. Iz tablice možemo zaključiti da je ponuda smještaja na području VPŽ relativno skromna no treba naglasiti da je primjerena u odnosu na opseg i kvalitetu turističke ponude. Trenutno, na kraju 2019. godine na području VPŽ, aktivan je 41 smještajni objekt (od privatnog smještaja do hotela s četiri zvjezdice), a u ponudi je 617 ležajeva.

### **2.2.1.2. Turističko-ugostiteljski subjekti**

Osim prirodnih i antropogenih resursa, potencijalnih i realnih turističkih atrakcija, smještaja te događanja i manifestacija, turističku ponudu Općine Suhopolje upotpunjuju i turističko-ugostiteljski subjekti koji su važan čimbenik turizma na području Općine Suhopolje. Turističko-ugostiteljski subjekti jedan su od već spomenutih potencijalnih dionika koje je potrebno uključiti u razvoj turizma sa svrhom objedinjavanja i kvalitetnijeg razvoja ponude turističkih proizvoda i usluga.

U nastavku slijedi tabelarni prikaz turističko-ugostiteljskih subjekata na području Općine Suhopolje.

Tablica 16: Turističko-ugostiteljski subjekti na području Općine Suhopolje

<b>Subjekt</b>	<b>Vrsta</b>	<b>Područje djelovanja</b>
Park Suhopolje	Restoran	Ugostiteljstvo, Hrana i piće
Lana	Pizzerija	Ugostiteljstvo, Hrana i piće
Al Capone	Pizzerija	Ugostiteljstvo, Hrana i piće
Diba d.o.o.	Vinarija	Enologija, Piće
Predrag Momčilović	OPG med	Pčelarstvo, Proizvodnja meda i medarskih proizvoda
OPG Apis	OPG med	Pčelarstvo, Proizvodnja meda i medarskih proizvoda
Melisa	OPG proizvodnja ljekovitog bilja	Proizvodnja, dorada i prerada ljekovitog bilja
Dedin mlin	Obrt za preradu žitarica	Prerada žitarica, Proizvodnja brašna
OPG Čimin	OPG aronija	Proizvodnja, dorada i prerada Aronije
OPG Josip Doležal	OPG proizvodi od kupina	Proizvodnja, dorada i prerada Kupine
OPG Maras	OPG batat	Proizvodnja rasade i prodaja batata
Obrt Agro Batat	OPG batat	Proizvodnja, dorada i prerada Batata i ljekovitog bilja

Izvor: Izrada autora prema istraživanju s internet stranica i prema podacima TZ Općine Suhopolje

Iz tablice je vidljivo da Općina Suhopolje ne raspolaže sa velikim brojem turističko-ugostiteljskih subjekata, no s obzirom da su na području Općine tek započeli sa razvojem turizma (što dokazuje i izrada ovog plana) iste je potrebno uključiti u ponudu te također potaknuti stanovništvo na otvaranje novih turističko-ugostiteljskih subjekata. Na području Općine Suhopolje nalaze se tri ugostiteljska objekta (jedan restoran i dvije pizzerije), jedna vinarija, sedam OPG-a i jedan obrt za preradu žitarica.



**2.2.1.3. Događanja i manifestacije**

Događanja i manifestacije često su osnovni motiv za dolazak turista u neku destinaciju posebno ukoliko su jedinstvene i karakteristične za neko područje. Osim što služe kao sredstvo zadovoljavanja potreba posjetitelja (turista), uloga događanja i manifestacija ima i neke druge karakteristike koje su u funkciji ekonomskog razvoja zajednice. Događanja i manifestacije stoga mogu biti atrakcije same po sebi, mogu stvarati imidž destinacije, mogu služiti za promociju destinacije, a mogu služiti i kao izvor ostvarivanja profita za lokalnu zajednicu. Važan su faktor razvoja turizma na području Općine Suhopolje te, kao i do sada svi navedeni resursi, upotpunjuju turističku ponudu Općine. U Tablici 17. prikazana su događanja i manifestacije povezane s turizmom koje se odvijaju na području Općine Suhopolje.

Tablica 17: Događanja i manifestacije na području Općine Suhopolje

Naziv manifestacije	Vrijeme održavanja	Organizator	Ciljne skupine
Aleja slikovnica	Kolovoz	Kulturna udruga KrEdA, Općina Suhopolje, Suhopoljska općinska knjižnica i čitaonica Matija Gubec	Sve zainteresirane skupine
Bub - biciklom u Bukovu	Rujan	TZ Općine Suhopolje, Savjet mladih Općine Suhopolje	Biciklisti rekreativci
Dani Općine Suhopolje	Kolovoz	Općina Suhopolje, TZ Općine Suhopolje	Sve zainteresirane skupine
Foto natječaj "Volim svoje Suhopolje"	Rujan, listopad	TZ Općine Suhopolje	Sve zainteresirane skupine
Grofov cvjetni bal	Lipanj	OŠ Suhopolje, TZ Općine Suhopolje	Sve zainteresirane skupine
Grofovska ljubav	Veljača	Kulturna udruga KrEdA, TZ Općine Suhopolje	Učenici viših razreda Osnovnih škola
Izbor za najuređeniju okućnicu	Lipanj	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje	Mještani Općine Suhopolje
Međunarodna smotra folklor "Golubica bijela"	Kolovoz	Kulturno-umjetnička udruga „Suhopolje“	KUD-ovi, Sve zainteresirane skupine
Noć kazališta	Studenj	TZ Općine Suhopolje	Sve zainteresirane skupine
Suhopoljska KUL. plaža	Kolovoz	Kulturna udruga KrEdA, Školska knjiga, TZ Općine Suhopolje	Sve zainteresirane skupine
Suhopoljske maškare za djecu	Veljača	TZ Općine Suhopolje	Djeca
Suhopoljske maškare za odrasle	Veljača	TZ Općine Suhopolje	Odrasli
Suhopoljski kotlić	Kolovoz	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje	Kuhari amateri
Sv. Terezija Avilska	Listopad	Općina Suhopolje, Župa Suhopolje	Mještani Općine Suhopolje
Revija pasa	Kolovoz	Kinološki klub Suhopolje, TZ Općine Suhopolje	Sve zainteresirane skupine

Dani arheologije	Rujan	Kulturna udruga KrEdA, OŠ Suhopolje, Muzej Virovitica, TZ Općine Suhopolje	Djeca
Dani župe Cabuna	Listopad	Mjesni odbor Cabuna, TZ Općine Suhopolje	Mještani Općine Suhopolje
Likovna izložba Likovnog kluba „Paleta“	Kolovoz	Likovni klub „Paleta“, UMHU Suhopolje, TZ Općine Suhopolje	Sve zainteresirane skupine
Dani oraha	Svibanj	Kulturna udruga KrEdA, OŠ Suhopolje, TZ Općine Suhopolje	Sve zainteresirane skupine

Izvor: Izrada autora prema istraživanju s internet stranica i prema podacima TZ Općine Suhopolje

Iz tablice je vidljivo da se na području Općine Suhopolje održava 19 događanja i manifestacija što je za općinu s relativno nerazvijenim turizmom vrlo dobro. Najaktivniji u organizaciji događanja i manifestacija su TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje i kulturna udruga KrEdA, a termini održavanja su gotovo tijekom cijele godine. Događanja i manifestacije na području Općine Suhopolje pretežno nemaju određenu ciljanu skupinu već su namijenjene svim zainteresiranima za prisustvovanje, a nekolicina događanja i manifestacija za ciljane skupine ima bicikliste rekreativce, KUD-ove, učenike osnovnih škola, kuhare amatere, djecu i odrasle. Većina manifestacija i događanja kulturnog su karaktera. Manifestacije i događanja koja se održavaju u kolovozu dio su manifestacije Dani Općine Suhopolje no za potrebe izrade tablice izdvojene su kao pojedinačne zbog svoje teme i jedinstvenosti.

#### **2.2.1.4. Ostali izravni resursi**

##### *Internetske stranice, promotivni materijali i ostali oblici promocije*

Promocija Općine Suhopolje kao turističke destinacije većinom se odvija putem internet stranica Općine Suhopolje ([www.suhopolje.hr](http://www.suhopolje.hr)), na kojoj se mogu pronaći sve bitne informacije o Općini, i TZ Općine Suhopolje ([www.tz-suhopolje.hr](http://www.tz-suhopolje.hr)) koja sadrži sve informacije o turizmu na navedenom području. Osim internetskih stranica, Općina Suhopolje i TZ Općine Suhopolje za promociju koriste i društvene mreže Facebook i Instagram. Potrebno je napomenuti da turističko-ugostiteljski subjekti, odnosno nekolicina njih također imaju internet stranice, a prisutni su i na društvenim mrežama. Vidljiva je suradnja sa medijima na području VPŽ koji redovno objavljuju vijesti i najave događanja i manifestacija te na taj način promoviraju Općinu Suhopolje.

Promotivnih materijala (letci, brošure), sadržajno vezanih samo za područje Općine Suhopolje, nema, no prema informacijama TZ Općine Suhopolje isti su u planu. Postoje promotivni materijali koji se odnose na područje cijele VPŽ u kojima je uključena i Općina Suhopolje, a većinom su to brošure i vodiči poput Neodoljivo privlačna... i Panonske biciklističke staze u izradi TZ VPŽ, te Dječji vodič kroz Virovitičko-podravsku županiju u izradi Kulturne udruge KrEdA.

Od ostalih oblika promocije Općine Suhopolje postoji i brend naziva Panonske biciklističke staze. Ovim brendom objedinjene su biciklističke staze na području VPŽ od kojih neke prolaze područjem Općine Suhopolje. Brend Panonske biciklističke staze dokaz je suradnje turističkih dionika na području VPŽ i ustrajanja na promociji VPŽ kao jedinstvene destinacije.

## Edukacija

Do sada se na području Općine Suhopolje nisu provodile edukacije usmjerene specifičnim oblicima turizma niti su nositelji razvoja turizma i potencijalni dionici sudjelovali na bilo kakvim edukacijama usmjerenim turizmu. Samim time, može se zaključiti da na području Općine nema specijaliziranih turističkih vodiča, cikloturističkih vodiča, vodiča po zaštićenim područjima prirode niti išta slično. Potrebno je napomenuti da na području VPŽ postoje specijalizirani turistički vodiči, cikloturistički vodiči i vodiči po zaštićenim područjima VPŽ te se navedeni, kroz razne oblike suradnje, mogu iskoristiti i na području Općine Suhopolje.

Nositelji turizma Općine Suhopolje u planu imaju organizirati edukacije te sudjelovati na edukacijama koje im u budućnosti budu ponuđene i na iste slati članove lokalne zajednice kako bi imali educirane kadrove za potrebe turizma na svom području, što je i jedna od aktivnosti ovog Plana.

### **2.2.1.5. Analiza ostvarenih rezultata od turizma na području VPŽ**

Statistička praćenja u turizmu Općine Suhopolje su onemogućena u pravom smislu riječi, budući da ista doslovno ne postoje. Stoga će se prikazati ona na području Virovitičko-podravske županije te će se na temelju istih donijeti indikativni zaključci, temeljeni na trenutno jedinim postojećim i recentnim statističkim podacima. U današnje vrijeme opće je poznata činjenica u širem društvenom okruženju da turizam, kao jedna od najpropulzivnijih djelatnosti, na svjetskoj razini bilježi rast međunarodnih turističkih dolazaka, shodno tome i prihoda od međunarodnog turizma. Ovdje treba istaknuti činjenicu, kako navodi Tubić (2019), da je u vremenskom razdoblju od 67 godina samo četiri puta zabilježen manji pad međunarodnih turističkih dolazaka, što mu je i doprinijelo titulu *par excellence* globalne pojave modernog doba. Prema kratkoročnim i dugoročnim predviđanjima UNWTO-a, svjetskom turizmu predstoji daljnja ekspanzija, kao i turizmu Hrvatske, što se može iščitati iz dostupnih projekcija i publikacija UNWTO-a i DZS RH. S obzirom na tematiku ovog SPT-a daljnji fokus rasprave usmjeren je, kako je i navedeno na područje VPŽ.

Iz Tablice 18. vidljiv je neznatan pad broja dolazaka i noćenja na razini Županije u promatranom razdoblju od 2018. do 2019. godine. Promatrano na godišnjoj razini zabilježen je pad ukupnog broja dolazaka po stopi od 4%. Iz podataka za 2019. godinu, može se zaključiti kako je ostvareno ukupno 14.449 turističkih dolazaka za razliku od prethodne 2018. godine kad je ostvareno njih 15.116. Ista situacija je vidljiva pri analizi ostvarenih noćenja u 2019. godini, kada ih je ostvareno 36.308, što je u odnosu na 2018. godinu kvantitativni pad od 1.600 noćenja. Treba naglasiti, kako je domaći turistički potrošač dominantan, što se ne može reći za Republiku Hrvatsku, posebice za najposjećenije i najpopularnije destinacije, prije svega zbog cjenovne nedostupnosti hrvatskom turistu.

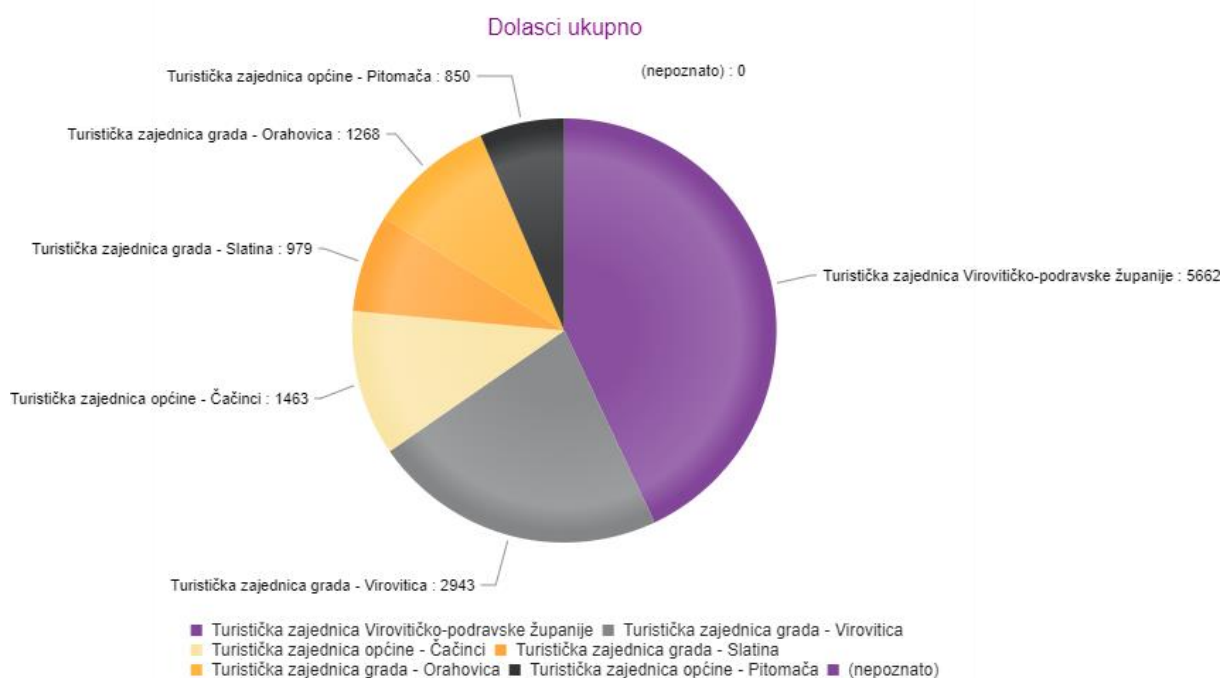
Tablica 18: Turistički promet na području VPŽ

	01.01.19.-01.12.19.		01.01.18.-01.12.18.		Godišnji indeks	
	godišnji		godišnji		indeks	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
<b>Domaći</b>	9.881	23.758	10.284	24.704	96.08%	96.17%
<b>Strani</b>	4.568	12.55	4.832	13.218	94.54%	94.95%
<b>Ukupno:</b>	14.449	36.308	15.116	37.922	95.59%	95.74%

Izvor: TZ VPŽ

Prije analize turističkog prometa po turističkim zajednicama treba naglasiti kako se broj ostvarenih turističkih dolazaka i noćenja, a koji je označen ljubičastom bojom u grafičkim prikazima na slikama 2. i 3., odnosi na područja u VPŽ koja nemaju ustrojenu turističku zajednicu. Najveći broj ostvarenih turističkih dolazaka (2.943) i noćenja (8.959) zabilježen je na području Grada Virovitice. S obzirom na neposrednu blizinu, dobru prometnu povezanost i sadržajno nadopunjavanje (povijesno-kulturna materijalna i nematerijalna baština itd.) Grada Virovitice i Općine Suhopolje, predstavlja se temelj za povezivanje u integriranu destinaciju te se na taj način mogu anulirati nedostaci smještajnih kapaciteta u samom Suhopolju, ali i postići održiv i konkurentan položaj na sve zasićenijem turističkom tržištu.

Slika 2: Broj ostvarenih turističkih dolazaka po turističkim zajednicama

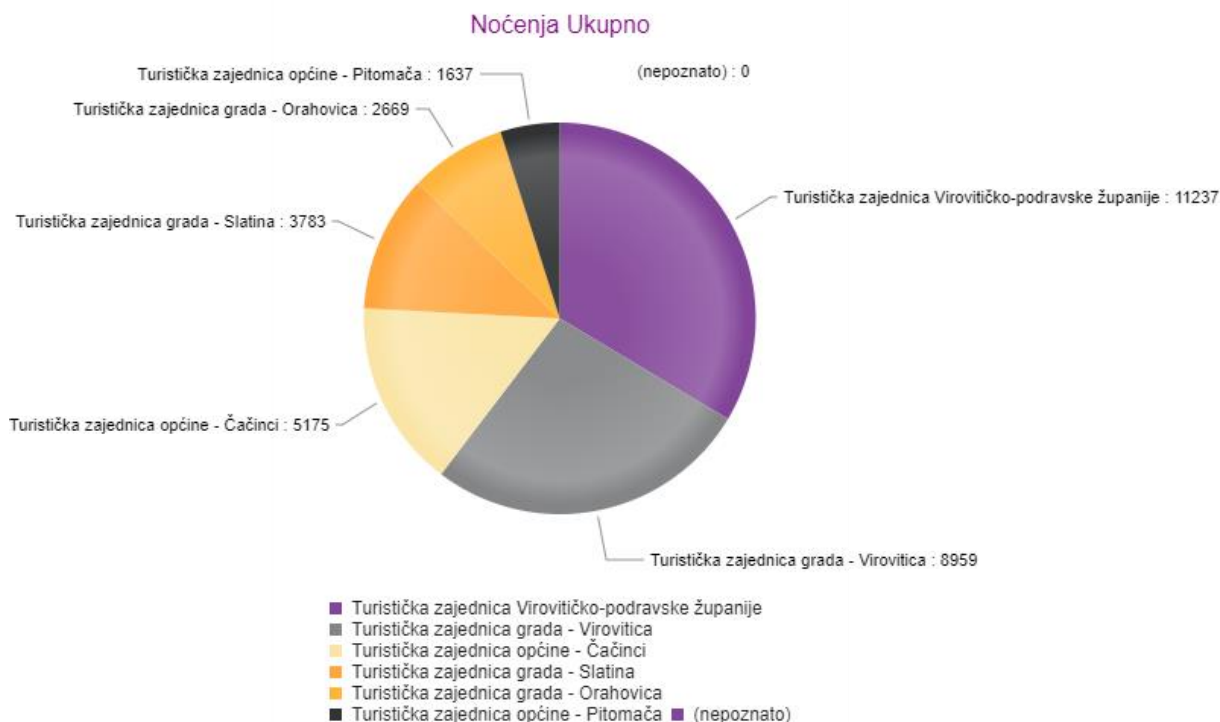


Izvor: TZ VPŽ

Prema dostupnim statističkim podacima iz izvještaja *Turistički promet po turističkim zajednicama* za 2017. godinu vidljivo je da Grad Viroviticu posjećuju pretežito turistički potrošači iz RH. Preciznije rečeno, u omjeru prikazano, 80:20 u korist domaćeg turista. Potvrđni čimbenik rečene teze dan je u *Strategiji razvoja turizma grada Virovitice*

2015.-2025., za ranije godine, odnosno za razdoblje od 2011. do 2014. godine. Indikativno se može zaključiti, da turističku ponudu Općina Suhopolje treba temeljiti na kulturnom, sportsko-rekreacijskom i gastro doživljaju, baš kao i grad Virovitica.

Slika 3: Broj ostvarenih turističkih noćenja po turističkim zajednicama



Izvor: TZ VPŽ

Kako je već rečeno, ograničavajući faktor detaljne analize turizma Općine Suhopolje je nedostatak statističkih praćenja, kvantitativnog i kvalitativnog tipa. Dostupna znanstveno-stručna literatura svakako može pomoći kreatorima i sukreatorima turističke politike te nositeljima ponude Općine Suhopolje. Današnji megatrendovi na turističkom tržištu ponude i potražnje u značajnoj mjeri pridonose razvojnom putu turističke djelatnosti u svijetu. Najočitiiji učinci tih globalnih promjena vidljivi su u promijenjenoj preferenciji i afinitetima turističkih potrošača. Turist današnjice, kako navodi ilustrativno Tubić (2019:39) ne želi biti „kazališna publika, već glumac“, odnosno želi aktivno sudjelovati u izravnoj isporuci iskustva, za njega ključnog elementa turističkog putovanja. Ne ulazeći u daljnju raspravu, dionici u turizmu promatrane Općine moraju isporučiti integrirani turistički proizvod sa potpunom sadržajnom komponentom, odnosno autentičnom pričom prezentiranom kroz načela *storytellinga*.

### 2.2.2. Neizravni resursi

Nakon utvrđivanja i analize izravnih resursa, potrebno je isto napraviti i sa neizravnim resursima. U nastavku slijedi analiza neizravnih resursa na području Općine Suhopolje, tj. analiza geografskog položaja, prometne povezanosti, demografskih obilježja stanovništva, obrazovnih institucija, infrastrukture i okoliša.

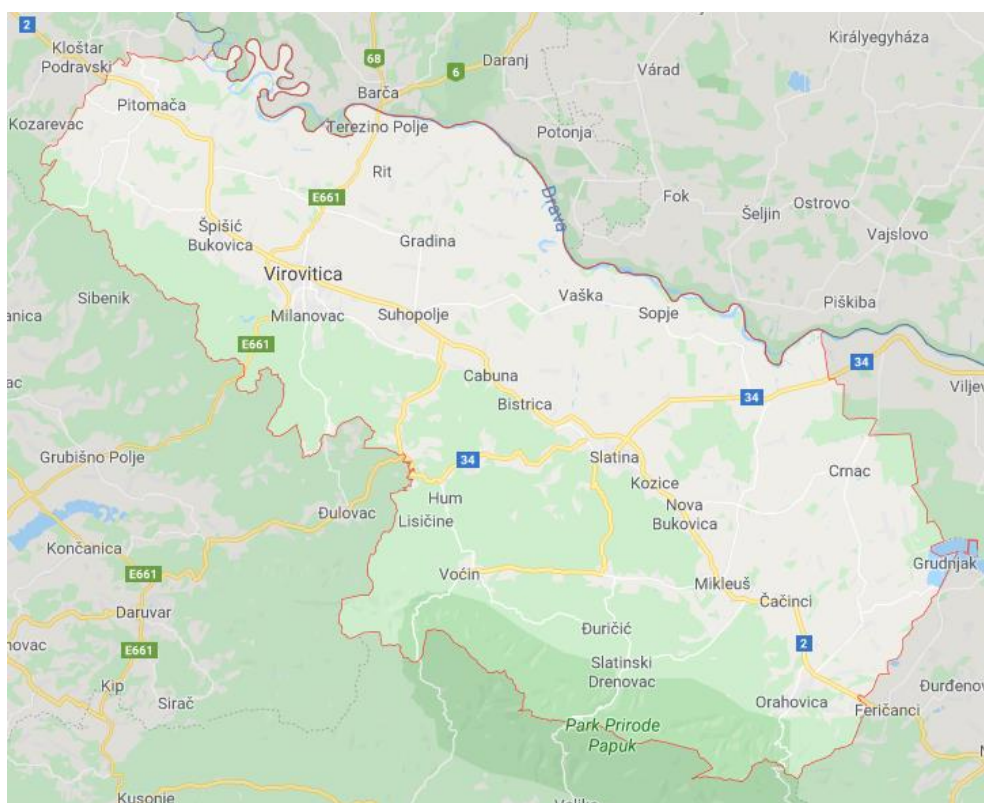


### **2.2.2.1. Geografski položaj i prometna povezanost**

#### *Geografski položaj*

Općina Suhopolje smještena je u središnjem dijelu Virovitičko – podravske županije. Nalazi se u kontinentalnom dijelu Republike Hrvatske na točki dodira središnje i istočne Hrvatske te je po svom zemljopisnom položaju poveznica Slavonije i Podravine. Reljefno je podijeljena na sjeverni prostor podravske nizine i južni brdsko planinski prostor koji obuhvaća sjeverne padine Bilogore, Papuka i Krndije. Na spoju Podravine i Slavonije križaju se dva važna prometna koridora: transverzalni, primarnog značaja, jer je najkraća i prometno najpogodnija veza Srednjeg Podunavlja i srednjeg Jadrana i longitudinalni, sekundarnog značaja, koji slijedi tok rijeke Drave i povezuje Republiku Hrvatsku sa zapadnim i istočnim susjedima.<sup>5</sup>

Slika 4: Položaj Općine Suhopolje u Virovitičko-podravskoj županiji

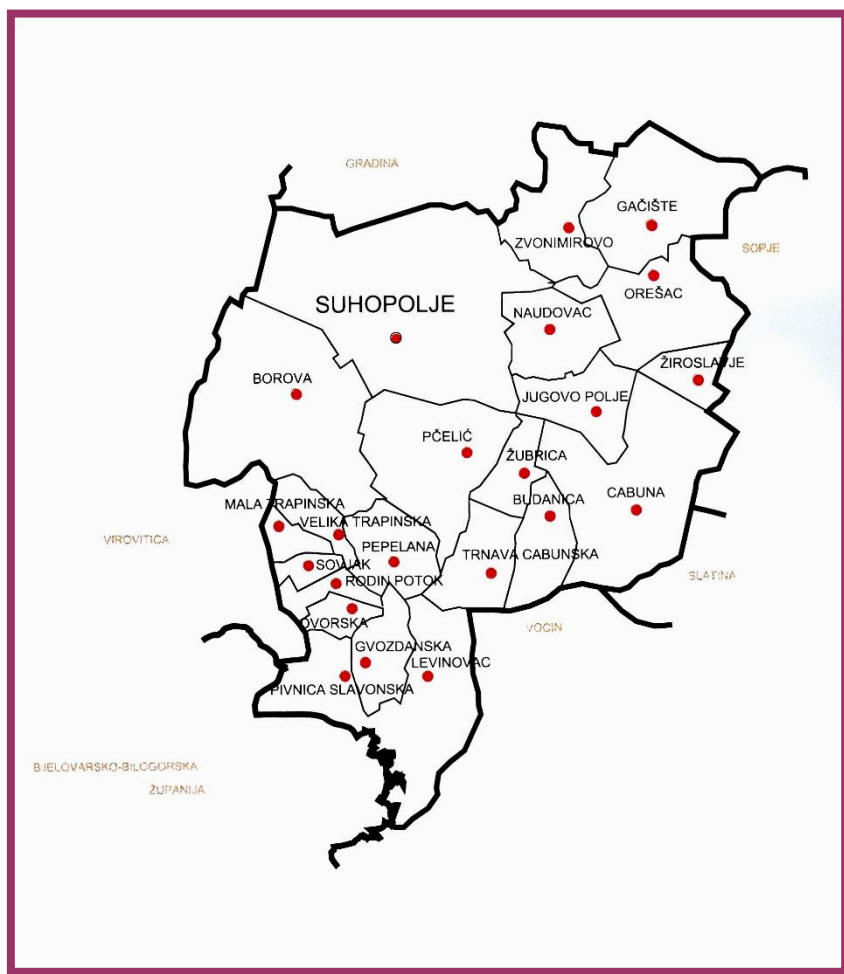


Izvor: Google karte, dostupno na: <https://goo.gl/maps/58mbp3g2dqsAJFU8> (05.12.2019).

Na sjeveru graniči s Općinom Gradina, na zapadu s Gradom Virovitica i na istoku s Općinom Sopje i Gradom Slatina, na jugoistoku s Općinom Voćin, a na jugozapadu s Općinom Đulovac, koja se nalazi u Bjelovarsko – bilogorskoj županiji. Općina je povezana državnom cestom D – 2 Varaždin – Osijek.

<sup>5</sup> Strateški razvojni program Općine Suhopolje za razdoblje do 2020.godine, str. 6

Slika 5: Općina Suhopolje s pripadajućim naseljima



Izvor: Prostorni plan Općine Suhopolje, 2005. (Tekstualni dio – 1. Polazišta, str. 6)

Općina Suhopolje sastoji se od 22 naselja: Borova, Budanica, Cabuna, Dvorska, Gačište, Gvozdanska, Jugovo Polje, Levinovac, Mala Trapinska, Naudovac, Orešac, Pčelić, Pepelana, Pivnica Slavonska, Rodin Potok, Sovjak, Suhopolje, Trnava Cabunska, Velika Trapinska, Zvonimirovo, Žiroslavlje, Žubrica.<sup>6</sup> Na području Općine Suhopolje organiziran je rad 16 mjesnih odbora.

#### *Prometna povezanost – cestovni promet*

Prema Strateškom razvojnom programu Općine Suhopolje za razdoblje do 2020. godine, cestovna razvijenost i povezanost među naseljima je dobra, međutim dio cesta je potrebno urediti i rekonstruirati, a potrebno je urediti i poljske i šumske putove. Najvažniji prometni pravac na području Općine Suhopolje je državna cesta D-2 Varaždin – Osijek. Ova trasa ima veliki prometni značaj za povezivanje sa sjevernim dijelom kontinentalne Hrvatske te za prometno povezivanje podravskog i podunavskog prostora u kome se nalazi niz gradova te velik broj stanovnika istočne Hrvatske. To je jedan od najvažnijih prometnih pravaca kontinentalnog dijela RH.

<sup>6</sup> Strateški razvojni program Općine Suhopolje za razdoblje do 2020. godine, str.7

U prosincu 2017. godine u promet je puštena i trasa buduće Podravske brze ceste Ormož - Varaždin - Virovitica – Ilok, od Suhopolja do Virovitice. Također, najavljena je i nova dionica Od Suhopolja do Slatine.

U nastavku slijedi prikaz cestovne udaljenosti Općine Suhopolje od gradova na području VPŽ, većih gradova na području RH i najbližeg graničnog prijelaza.

Tablica 19: Cestovna udaljenost Općine Suhopolje od gradova na području VPŽ, većih gradova na području RH i najbližeg graničnog prijelaza

<b>Općina Suhopolje</b>		
<b>Gradovi u VPŽ</b>	<b>Udaljenost</b>	<b>Okvirno trajanje puta (cca)</b>
Virovitica	9,5 km	12 min
Slatina	21,0 km	22 min
Orahovica	50,6 km	47 min
<b>Gradovi na području RH</b>	<b>Udaljenost</b>	<b>Okvirno trajanje puta (cca)</b>
Zagreb	160,0 km	2 h 21 min
Osijek	116,0 km	1 h 40 min
<b>Najbliži granični prijelaz</b>	<b>Udaljenost</b>	<b>Okvirno trajanje puta (cca)</b>
Mađarska – Barcs	26,1 km	30 min

Izvor: Izrada autora prema podacima preuzetim s Google karti, dostupno na: [www.google.hr/maps](http://www.google.hr/maps) (10.12.2019.)

Analizom tablice može se utvrditi da Općina Suhopolje ima odličnu cestovnu povezanost s gradovima na području VPŽ, prvenstveno sa županijskim središtem Gradom Virovitica te sa ostala dva grada na području Županije, Slatinom i Orahovicom. Od ostalih gradova RH za analizu prometne povezanosti odabrani su Grad Zagreb kao glavni grad RH i jedno od glavnih turističkih središta RH, te Grad Osijek kao grad sa najbližom zračnom lukom u odnosu na Općinu Suhopolje. Također, za analizu je odabran i Grad Barcs (Mađarska) s obzirom da je u Barcsu najbliži granični prijelaz i pristup inozemnom tržištu.

#### *Prometna povezanost – željeznički promet*

Područjem Općine Suhopolje prolazi željeznička regionalna pruga R202, Varaždin – Koprivnica – Osijek – Dalj u duljini 14,5 km i lokalna pruga L204, Pčelić – Banova Jaruga u duljini od 10,4 km.

U nastavku slijedi prikaz voznog reda vlakova iz smjera Osijeka i Zagreba prema Općini Suhopolje i iz Općine Suhopolje prema navedenim gradovima.



Slika 6: Vozni red izravnih vlakova na relaciji Suhopolje → Osijek na datum 11. prosinca 2019. godine

Polazak	Vlak		Dolazak	Trajanje
03:57	6011	▼	06:23	02:26
09:37	783	▼	11:37	02:00
10:29	2313	▼	12:58	02:29
12:38	703	▼	14:46	02:08
14:08	6013	▼	16:44	02:36
16:13	6001	▼	18:40	02:27
19:44	6015	▼	22:13	02:29

Izvor: HŽ putnički prijevoz, <https://prodaja.hzpp.hr/hr/Ticket> (11.12.2019.)

Slika 7: Vozni red izravnih vlakova na relaciji Osijek → Suhopolje na datum 11. prosinca 2019. godine

Polazak	Vlak		Dolazak	Trajanje
01:06	980	▼	03:09	02:03
04:03	6010	▼	06:28	02:25
09:24	6012	▼	12:33	03:09
12:02	702	▼	14:05	02:03
15:37	6014	▼	17:59	02:22
16:18	782	▼	18:19	02:01
19:54	6016	▼	22:19	02:25

Izvor: HŽ putnički prijevoz, <https://prodaja.hzpp.hr/hr/Ticket> (11.12.2019.)

Slika 8: Vozni red izravnih vlakova na relaciji Suhopolje → Zagreb na datum 11. prosinca 2019. godine

Polazak	Vlak	Dolazak	Trajanje
14:05	702	16:45	02:40
18:19	782	21:05	02:46

Izvor: HŽ putnički prijevoz, <https://prodaja.hzpp.hr/hr/Ticket> (11.12.2019.)

Slika 9: Vozni red izravnih vlakova na relaciji Zagreb → Suhopolje na datum 11. prosinca 2019. godine

Polazak	Vlak	Dolazak	Trajanje
06:52	783	09:37	02:45
09:49	703	12:37	02:48

Izvor: HŽ putnički prijevoz, <https://prodaja.hzpp.hr/hr/Ticket> (11.12.2019.)

Iz tablica je vidljivo da je Općina Suhopolje željezničkim prometom, izravnim linijama vlakova, povezana sa gradovima Osijek i Zagreb. Navedeni gradovi uzeti su za analizu zbog istih razloga kao i kod cestovne povezanosti (Grad Zagreb kao glavni grad RH i jedno od glavnih turističkih središta RH, te Grad Osijek kao grad sa najbližom zračnom lukom u odnosu na Općinu Suhopolje).

#### **2.2.2.2. Demografska obilježja stanovništva**

Prostor Općine Suhopolje kroz povijest je imao relativno velike fluktuacije stanovništva, uvjetovane raznim povijesno ekonomskim faktorima. Prema službenim podacima Državnog zavoda za statistiku, 1991. godine Općina Suhopolje imala je 8.962 stanovnika, 2001. godine imala je 7.524 stanovnika te na posljednjem popisu iz 2011. godine, 6.683 stanovnika. Usporedimo li broj stanovnika iz 1991. godine i broj stanovnika iz 2011. godine možemo primijetiti da ukupni pad broja stanovnika iznosi 25,43%. Većinski uzročnik ovakvog stanja je Domovinski rat. Navedeno je prikazano u sljedećoj tablici.

Tablica 20: Broj stanovnika na području Općine Suhopolje prema popisima stanovništva iz 1991., 2001. i 2011. godine

	1991.	2001.	2011.
<b>Broj stanovnika</b>	8.962	7.524	6.683

Izvor: Državni zavod za statistiku, dostupno na: [www.dzs.hr](http://www.dzs.hr) – objavljeni podaci – popisi (11.12.2019.)

U sljedećoj tablici prikazana su obilježja stanovnika na području Općine Suhopolje i Virovitičko-podravske županije prema popisu stanovništva iz 2011. godine.

Tablica 21: Obilježja stanovnika na području Općine Suhopolje i Virovitičko-podravске županije prema popisu stanovništva iz 2011. godine

2011.						
	Ukupan broj stanovnika	Spol: muški	Spol: ženski	Gustoća naseljenosti	Prosječna starost	Broj kućanstava
Općina Suhopolje	6.683	3.213	3.470	40,1 s/km <sup>2</sup>	43,7 godina	2.317
VPŽ	84.836	41.017	43.819	42 s/km <sup>2</sup>	41,2 godina	29.622

Izvor: Državni zavod za statistiku, dostupno na: [www.dzs.hr](http://www.dzs.hr) – objavljeni podaci – popisi (11.12.2019.)

Iz tablice je vidljivo da na području Općine Suhopolje, prema zadnjem popisu stanovništva iz 2011. godine ima 6.683 stanovnika od čega 3.213 muškaraca i 3.470 žena. Ukupan udio stanovnika Općine Suhopolje u ukupnom broju stanovnika VPŽ iznosi 7,88%. Ako se pogleda gustoća naseljenosti stanovništva, ona za područje Općine Suhopolje iznosi 40,01 stanovnika po kilometru kvadratnom, dok je na razini Županije gustoća naseljenosti 42 stanovnika po kilometru kvadratnom, dakle, Općina Suhopolje se relativno uklapa u standard Županije. Gledajući prosječnu starost stanovništva, na području Općine Suhopolje prosječna starost je 43,7 godina dok je na razini Županije 41,2 godine. Zaključak je da se i po ovom parametru Općina Suhopolje relativno uklapa u standard Županije.

U nastavku, u Tablici 22. slijedi prikaz starosne strukture stanovništva Općine Suhopolje.

Tablica 22: Stanovništvo Općine Suhopolje prema starosti i spolu prema popisu stanovništva iz 2011. godine

Ukupno	0-6	0-14	0-17	0-19	Radno sposobno stanovništvo (15-64)	60 i više	65 i više	75 i više	Prosječna starost	Indeks starenja	Koeficijent starosti
6.683	414	951	1.192	1.377	4.309	1.846	1.423	703	43,7	134,1	27,6
3.213	224	493	616	709	2.232	688	488	210	41,1	97,0	21,4
3.470	190	458	576	668	2.077	1.158	935	493	46,1	173,4	33,4

Izvor: Državni zavod za statistiku, dostupno na: [www.dzs.hr](http://www.dzs.hr) – objavljeni podaci – popisi (11.12.2019.)

Udio stanovništva na području Općine Suhopolje starih od 0 do 19 godina iznosi 20,6%, a radno sposobnog stanovništva 64,48%. Indeks starenja pokazuje odnos broja stanovnika odnosno udio (%) starih 60 i više godina prema broju stanovnika starih od 0 do 19 godina života. Indeks starenja za Općinu iznosi 134,5 što znači da ima više stanovnika iznad 60 godina u odnosu na mlade do 19 godina za 34,5%. Koeficijent starosti pokazuje odnos broja stanovnika odnosno udio (%) starih 60 i više godina prema ukupnom broju stanovnika. Koeficijent starosti za Općinu iznosi 27,62 što znači da je od 6.683 stanovnika 27,62% starih iznad 60 godine.

Slijedeća tablica prikazuje obrazovnu strukturu stanovništva na području Općine Suhopolje prema zadnjem popisu stanovništva iz 2011. godine.

Tablica 23: Obrazovna struktura stanovništva starog 15 i više godina prema popisu stanovništva iz 2011. godine

Spol	Ukupno	Bez škole	1-3 razreda osnovne škole	4-7 razreda osnovne škole	Osnovna škola	Srednja škola	Više i visoko obrazovanje				Nepoznato
							Svi	Stručni studij	Sveučilišni studij	Doktorski studij	
Svi	5.372	238	183	1.182	1.593	2.270	247	137	109	1	19
M	2.720	52	50	442	753	1.314	108	44	63	1	1
Ž	3.012	186	133	740	840	956	139	93	43	0	18

Izvor: Državni zavod za statistiku, dostupno na: [www.dzs.hr](http://www.dzs.hr) – objavljeni podaci – popisi (11.12.2019.)

Obrazovna struktura stanovništva starog 15 i više godina prema popisu stanovništva iz 2011. godine prikazuje da je tada 4,4% stanovništva, njih 238, bilo bez školske spreme, 29,65% su imali završenu osnovnu školu (1.593), 42,25% imali su završenu srednju školu (2.270) te ih je bilo 4,6% s višim i visokim obrazovanjem (247).

### **2.2.2.3. Obrazovne institucije**

U Općini Suhopolje od obrazovnih institucija postoje Dječji vrtić Suhopolje, Osnovna škola Suhopolje s pripadajućim područnim školama te Glazbena škola Jan Vlačimsky Virovitica Dislocirani Odjel Suhopolje pri Osnovnoj školi Suhopolje.

Srednje škole na području Općine nema, no postoji više njih na području Županije (Orahovica, Slatina, Virovitica, Pitomača) koje su pristupačne djeci sa područja Općine Suhopolje. Gledajući iz perspektive turizma i potrebe za stručnim kadrovima u turizmu, učenici na području Županije mogu upisivati razne smjerove prilagođene potrebama turizma (Kuhar, Konobar, Ekonomija i trgovina, Agroturistički tehničar, Turističko-hotelijerski komercijalist i slično).

Što se tiče višeg i visokog obrazovanja, na području VPŽ postoji Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici koja nudi pet smjerova na preddiplomskom stručnom studiju i dva smjera na specijalističkom diplomskom stručnom studiju. Potrebno je naglasiti da su po jedan smjer sa preddiplomskog (Menadžment ruralnog turizma) i jedan smjer sa diplomskog studija (Destinacijski menadžment) usmjereni obrazovanju kadrova u turizmu. Od ostalih mogućnosti, već je spomenuta prometna povezanost sa Osijekom i Zagrebom koji na svojim sveučilištima nude brojne mogućnosti.

### **2.2.2.4. Klimatska obilježja**

Na području Općine Suhopolje prevladava klima kontinentalnog tipa koju karakterizira nepostojanje sušnih razdoblja tijekom godine uz cjelogodišnju prisutnost padalina. Tijekom godine nema većih oscilacija u temperaturama koje se godišnje prosječno kreću od 10°C do 10,7°C. Maksimalna temperatura na području Općine zabilježena je, naravno, u ljetnim mjesecima, a iznosila je 39,9°C, a minimalna temperatura zabilježena je u zimskim mjesecima i iznosila je - 27,5°C. U nastavku slijede tabelarni prikazi temperaturnih obilježja Općine Suhopolje.

Tablica 24: Srednja mjesečna i godišnja temperatura zraka u°C

Mjesec	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	god.
Temp.	-1,4	1,9	5,8	9,9	14,9	18,5	20,1	19,0	15,6	9,4	6,1	0,3	10,1

Izvor: Prostorni plan Općine Suhopolje, 2005. (Tekstualni dio – 1. Polazišta, str. 19)

U sljedećoj tablici prikazane su apsolutne maksimalne i minimalne temperature zraka.

Tablica 25: Apsolutne maksimalne i minimalne temperature zraka

Mjesec	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	god.
Max	15,2	19,4	25,5	26,5	31,9	36,0	39,9	37,8	35,1	28,2	24,2	18,6	39,9
Min	-21,3	-27,5	-19,3	-9,1	-1,2	2,4	5,4	5,5	-0,2	-3,3	-11,9	-7,3	-27,5

Izvor: Prostorni plan Općine Suhopolje, 2005. (Tekstualni dio – 1. Polazišta, str. 19)

Iz sljedeće tablice vidljivo je da je prosječna godišnja količina oborina 839 mm. Minimum padalina javlja se u kasno ljeto, početak jeseni i u toku zime. Raspored padalina u toku vegetacijskog razdoblja pogoduje većini poljodjelskih kultura. Podaci o klimatskim obilježjima za Općinu Suhopolje, dobivaju se iz hidrometeorološke postaje Virovitica.

Tablica 26: Srednja mjesečna i godišnja količina oborina u mm po godišnjim dobima i u vrijeme vegetacijskog razdoblja:

Mjesec	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	god.
mm	53	42	45	74	82	83	98	100	57	61	77	67	839

Izvor: Prostorni plan Općine Suhopolje, 2005. (Tekstualni dio – 1. Polazišta, str. 19)

U Općini Suhopolje uočene su karakteristike koje upućuju na to da su jeseni u pravilu toplije od proljeća koje traje relativno kratko i naglo prelazi u ljeto. Zime znaju biti relativno oštre, no prosječne mjesečne temperature kreću se u granicama koje omogućuju ugodan boravak u gotovo svim razdobljima godine.

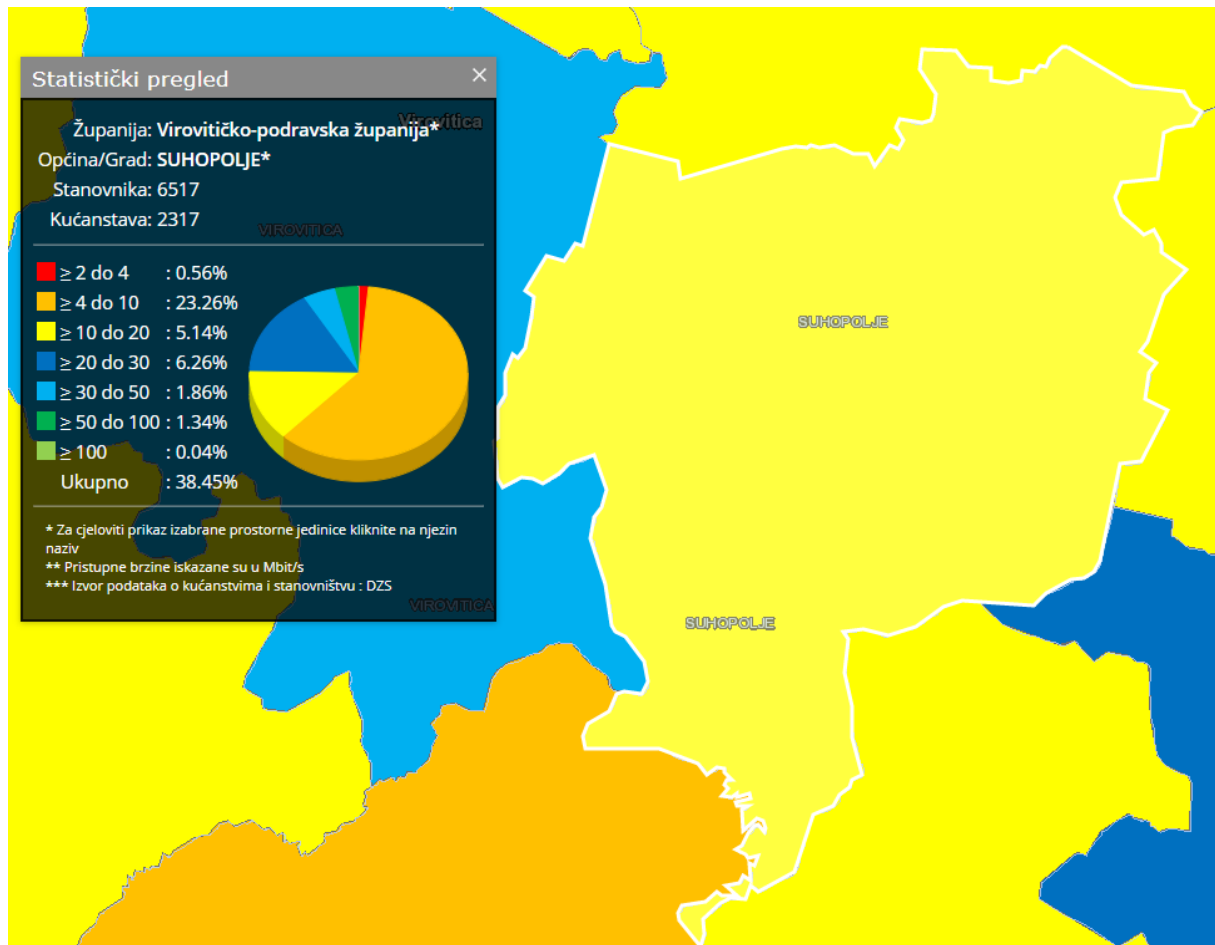
### **2.2.2.5. Infrastruktura**

#### *Telekomunikacije*

Prema istraživanju provedenom na stranicama HAKOM-a, područje Općine Suhopolje većinom je pokriveno pristupom širokopojasnom internetu, no na nekim područjima signal je nešto slabiji. Dostupne brzine interneta su od 2 do 100 Mbit/s. No, bez obzira na pokrivenost, samo 38,45 % kućanstava ima pristup internetu.

U nastavku slijedi prikaz podataka o postocima korištenja brzina širokopojasnog interneta kućanstava na području Općine Suhopolje.

Slika 10: Prikaz korištenja brzina pristupa širokopojasnom internetu kućanstava s područja Općine Suhopolje



Izvor: HAKOM, dostupno na:  
<http://bbzone.hakom.hr/hr-HR/StatistickiPrikaz#sthash.xouQQc1R.dpbs> (11.12.2019.)

Iz prikaza se može zaključiti da samo 38,45% kućanstava na području Općine Suhopolje ima pristup internetu, te da je najčešća brzina pristupa internetu od 4 do 10 Mbit/s.

Potrebno je napomenuti da je Općina Suhopolje putem projekta “WiFi4EU” kojim se podupire uvođenje besplatnih javnih Wi-Fi hot spotova u lokalnim zajednicama diljem Europske unije na javnim mjestima kao što su trgovci, parkovi, knjižnice, bolnice i drugi javni prostori, dobila 15.000 € za omogućavanje besplatne, sigurne i brze internetske veze na svom prostoru. Projekt još nije do kraja proveden, no planira se završetak istog u 2020. godini.

### Zbrinjavanje otpada

Na području Općine Suhopolje ovlaštenu isporučitelju usluga sakupljanja komunalnog i tehnološki neopasnog otpada te glomaznog otpada je Flora VTC d.o.o. Virovitica., a sakupljanjem i odvozom komunalnog otpada obuhvaćena su sva domaćinstva i pravne osobe. Sakupljanje i odvoz komunalnog otpada obavlja se jednom tjedno te se isti odlaže na virovitičko odlagalište otpada kojim gospodari i upravlja Flora VTC d.o.o.

Za napomenuti je da je vodstvo Općine prijavilo projekt iz domene upravljanja otpadom, Izgradnja reciklažnog dvorišta u Općini Suhopolje i podnijela Zahtjev za nabavu spremnika za odvojeno prikupljanje komunalnog otpada. I projekt i zahtjev su im odobreni. Uspostavom reciklažnog dvorišta unaprijediti će se odvojeno prikupljanje otpada na području Općine Suhopolje, a kroz brojne promidžbene aktivnosti stanovništvo Općine Suhopolje informirati će se o prednostima reciklaže, zaštiti i očuvanju okoliša, a šira javnost educirati će se informativno-obrazovnim aktivnostima s ciljem motiviranja građana da u što većoj mjeri u svojim kućanstvima odvajaju otpad. Nabavom spremnika građanima će se olakšati odvojeno prikupljanje otpada za papir i plastiku jer će se istima zamijeniti postojeće vreće u kojima se trenutno sakuplja papir i plastika.

### *Električna energija*

Električna energija dostupna je na području cijele Općine, a opskrbljivač Općine električnom energijom je Elektra Virovitica koja se ujedno brine i o potrebnoj infrastrukturi. Na području Općine 2016. godine evidentirano je 3.490 priključaka isporuke električne energije.

### *Vodoopskrba i odvodnja*

Vodoopskrbna mreža u Općini Suhopolje obuhvaća sva naselja Općine, no kanalizaciju ima samo naselje Suhopolje. Otpadne vode iz ostalih naselja kontrolirano se ispuštaju u postojeći kanalizacijski sustav.

### *Okoliš*

Prostor Općine može se podijeliti na dva tipa reljefa, nizinski na sjeveroistoku i brdski na jugozapadu (utjecaj Papuka i Bilogore). Vegetaciju čine šume, livade i obradive površine, a ostali prostor čine vode, izgrađena površina, ceste, putovi, željeznice i ostalo. U uvodnom dijelu napomenuto je kako najveći dio Općine čine poljoprivredne površine (65%), a pod šumama je oko 35% površine. Općina je poprilično bogata florom i faunom te je pogodna i za lov. Lovište obuhvaća cjelokupno područje Općine Suhopolje, a postoje i dva lovišta u vlasništvu države. Dio Općine Suhopolje (cca 15 ha) nalazi se na području regionalnog parka Mura – Drava. Svrha zaštite ekosustava Regionalnog parka Mura – Drava je očuvanje prirodnih tipova staništa ugroženih na državnoj i europskoj razini, svih vrsta koje na njima obitavaju, očuvanje izuzetnih krajobraznih vrijednosti, geološke baštine te kulturno – tradicijske baštine. Na području Općine Suhopolje registriran je i pod zaštitu stavljen Spomenik parkovne arhitekture "Suhopolje – park oko dvorca".

Sa svrhom upravljanja okolišem, Kulturna udruga KrEdA, u suradnji sa Općinom Suhopolje i Osnovnom školom Suhopolje, prijavila je projekt „Sinergija tradicije i baštine za održivu zelenu budućnost“. Cilj projekta je podizanje svijesti stanovništva o održivom razvoju kroz partnerstva organizacija civilnog društva, škola i lokalne zajednice s ciljem poticanja i planiranja održivog razvoja, zaštite okoliša, održive zajednice, odgovorne potrošnje energije, očuvanje kulturne i tradicijske baštine. Projektom će se stanovnicima pružiti informacije i omogućiti konkretne akcije u svrhu ostvarivanja održivog razvoja lokalne zajednice. Kako bi projektom osigurali održivost održivog razvoja oblikovat će se i provoditi Program izobrazbe za održivi razvoj za



učitelje i učenike (osnovnih i srednjih škola) koji će usvojenim znanjem moći nastaviti razvijati održivi razvoj na lokalnoj razini.

Također, Općini Suhopolje odobren je i projekt prijavljen prema Fondu za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost, Razvoj pametnih tehničkih rješenja i povezivanja sustava tehničke zaštite imovine korisnika u Općini Suhopolje. Projekt obuhvaća opremanje klupa info mjernim jedinicama i oglasnim panoima koje će se koristiti u svrhu opreme za informiranje i oglašavanje. Navedeni objekti imaju višestruku ulogu zasnovanu na obnovljivim izvorima energije u svrhu učinkovitih pametnih općina koji inovativnim tehnologijama nastoje poboljšati kvalitetu života svojih građana. Kroz projekt će se osigurati i nabava sustava video nadzora oko područja nogometnog stadiona „Park“ Suhopolje koji će se koristiti za otkrivanje i sprječavanje protupravnih radnji usmjerenih prema imovini – zaštiti od krađe, oštećenja i uništenja te u svrhu otkrivanja počinitelja. Provedbom ovog projekta Općina Suhopolje postaje „pametnom općinom“.

### **2.3. SWOT analiza**

Izradom detaljne analize postojećeg stanja, istraženi su svi značajni unutarnji i vanjski čimbenici koji obilježavaju ovo područje, a u okviru kojih se odvija turizam na području Općine Suhopolje. Dobivene spoznaje poslužile su kao osnova u izradi SWOT analize koja sažeto daje kvalitativnu ocjenu snaga i slabosti te prilika i prijetnji bitnih za daljnji razvoj turizma. U osnovi samih snaga turizma su komparativne prednosti na koje se treba osloniti ili ih koristiti u svom daljnjem razvoju, pored kojih se uvažavanjem vlastitih slabosti može detektirati i definirati izbor najboljeg smjera razvoja. U svakom slučaju, potrebno je vlastitim snagama, uz korištenje prilika koje se pružaju, umanjiti efekte slabosti koji mogu utjecati na željeni ishod razvoja turizma. Pored toga, potrebno je uvažiti i prijetnje koje mogu ugroziti razvojne planove i projekte te se odgovarajuće i na vrijeme pripremiti i uvažavati ih jer su izvan obuhvata djelovanja područja, ali utječu na sve aktivnosti, a time i ostvarenje ciljeva i vizije. Generalno, prilike predstavljaju faktore unutar kojih se mogu dokapitalizirati odnosno povećati snage i/ili ublažiti slabosti, dok su prijetnje faktori koji se mogu negativno odraziti na iskorištenje snaga odnosno na realizaciju razvojnih projekata i aktivnosti i/ili na povećanje slabosti ako se ne prepoznaju, niti im se prilagodi u što kraćem vremenskom periodu.

Izrađena SWOT analiza korištena je kao pomoć i oblik smjernica u izradi ciljeva i pratećih aktivnosti za razvoj turizma u Općini Suhopolje za period od 2020-2024. godine. SWOT analizu izradila je Radna skupina za izradu SPT analiziranjem dobivenih podataka u analizi stanja, segmentu trendova, odnosno razvojnih pokazatelja, podataka prikupljenih iz literature i nadležnih institucija te podataka direktno prikupljenih na terenu.



Tablica 27: SWOT analiza turizma Općine Suhopolje

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> <li>• povoljna klima za razvoj cjelogodišnjeg turizma</li> <li>• dobar geoprometni položaj u regiji Kontinentalna Hrvatska</li> <li>• zadovoljavajuća prometna infrastruktura (cestovna i željeznička povezanost)</li> <li>• krajobrazna i biološka raznolikost nizinsko brdskog krajolika</li> <li>• očuvan okoliš i bogatstvo netaknute prirode</li> <li>• pripadnost Regionalnom parku Mura-Drava</li> <li>• blizina Parka prirode Papuk (UNESCO Geopark)</li> <li>• veliki broj OPG-a i poljoprivrednih površina pogodne za turističke aktivnosti</li> <li>• tradicija proizvodnje lokalnih proizvoda i spremanja lokalnih tradicionalnih jela</li> <li>• visoka razina osobne sigurnosti</li> <li>• stručni i iskusni kadrovi za dobivanje sredstava iz EU fondova - RAVIDRA</li> <li>• prekogranična suradnja i institucionalno povezivanje, zajednička priprema projekata</li> <li>• gostoljubivost stanovništva</li> <li>• kvalitetna obrazovna infrastruktura za potrebe turizma (srednjoškolski i visokoškolski programi u Virovitici)</li> <li>• dostupnost radne snage u turizmu</li> <li>• postojanje i aktivan rad udruga</li> <li>• zadovoljavajuća komunalna i komunikacijska infrastruktura</li> <li>• održavanje tradicijskih i manjih lokalnih događaja</li> <li>• tradicija lovstva</li> <li>• raznovrsnost kulturno-povijesne baštine</li> <li>• povijest i baština grofovske obitelji Janković</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• neodređenost smjera razvoja turizma i nepostojanje strategije</li> <li>• nepostojanje jasnih i prepoznatljivih turističkih proizvoda</li> <li>• neizgrađena turistička infrastruktura i nedovoljno iskorišten turistički potencijal</li> <li>• nedostatak brzih cesta i autocesta koje povezuju najbliže zračne luke s Općinom</li> <li>• nepostojanje turističkih agencija, posebice receptivnih</li> <li>• nepostojanje smještajnih objekata</li> <li>• nedovoljan broj pružatelja usluga u turizmu</li> <li>• nepostojanje sustavne ponude lokalne kuhinje</li> <li>• nepostojanje tradicije bavljenja turizmom</li> <li>• nedostatak financijskih sredstava i odlučnosti ulaganja pojedinaca u turizmu</li> <li>• nedovoljna svijest i spoznaje o mogućnostima uključivanja u turizmu te znanja i vještina lokalnih stanovnika za sudjelovanje u turizmu</li> <li>• nedovoljno korištenje statistike i marketinga (analize, istraživanja, praćenje trendova, stvaranje novih vrijednosti u turizmu i sl.)</li> <li>• nepostojanje kontinuirane promocije turizma</li> <li>• slaba interpretacija resursa i atrakcija</li> <li>• starije stanovništvo i iseljavanje rubnih dijelova Općine (u manjim mjestima)</li> <li>• nedostatak visoko obrazovnih kadrova za potrebe turizma</li> <li>• problemi u koordinaciji između raznih institucija i subjekata</li> <li>• sporost administracije na svim razinama</li> <li>• niska razina informacija i informativnih materijala za turiste</li> <li>• slabe mogućnosti korištenja javnog prijevoza (željeznica, autobusi, taksiji)</li> <li>• ograničeni resursi sustava turističkih zajednica (financijski i ljudski)</li> </ul>
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> <li>• financijske prilike kroz status turistički nerazvijenog područja</li> <li>• financiranje projekata u turizmu kroz EU fondove</li> <li>• Strategija turizma RH usmjerena na turizam tijekom cijele godine te „decentralizacija“ turističkog prometa i potrošnje</li> <li>• dio je regije koja ima status neotkrivene turističke destinacije</li> <li>• Europska ekološka mreža NATURA 2000 i Rezervat biosfere Mura - Drava - Dunav</li> <li>• povećana potražnja za posebnim oblicima turizma na ruralnom području (ekoturizam, pustolovni turizam, cikloturizam, enogastro turizam, kulturni turizam)</li> <li>• uspostavljanje autentičnih ruralnih smještajnih objekata u nesmetanoj prirodi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• slaba dostupnost značajnih sredstava za ulaganja u razvoj turističke ponude kroz privatne inicijative</li> <li>• afirmiranost globalne konkurencije i konkurentnost drugih županija</li> <li>• depopulacija rubnih dijelova, niske stope nataliteta te migracija mladih i obrazovanih osoba</li> <li>• zakonska regulativa podložna učestalim promjenama i djelomična neusklađenost iste</li> <li>• rizičnost ulaganja</li> <li>• konflikti javnog i privatnog interesa koji utječu na turizam u Općini</li> <li>• problemi s nadležnostima raznih institucija koje uvjetuju razvoj turizma</li> <li>• olakšano djelovanje inozemnih subjekata (strani proizvodi, gubitak autentičnosti i</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"><li>• razvoj novih, jedinstvenih i prepoznatljivih turističkih proizvoda te popularizacija zasebnih atrakcija</li><li>• suradnja sa susjednim i ostalim JLS iz regije</li><li>• prekogranična suradnja s partnerima iz susjednih i drugih država u pripremi i provedbi zajedničkih projekata te prijenosu znanja i iskustava.</li><li>• suradnja sa VŠMTI (edukacije, znanstvena i stručna podrška u razvoju turizma)</li><li>• nove tehnologije u stvaranju ponude i privlačenju potražnje</li><li>• cjelogodišnje turističko poslovanje</li><li>• koordinirani razvoj turizma cijele destinacije putem formalnom ili neformalnog interesnog udruživanja</li></ul>	<p>prepoznatljivosti, iskorištavanje prostora, resursa i atrakcija, nezadovoljstvo i opstruiranje takvog razvoja turizma)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• neuvažavanje budućih potreba u turizmu od strane nadležnih tijela i akata koji uvjetuju razvoj (prostorni planovi, urbanistički planovi, planovi komunalne i komunikacijske infrastrukture, zaštita i zoniranje područja)</li><li>• prioritetiziranje drugih djelatnosti te sukobi turizma s ostalim djelatnostima (poljoprivreda i šumarstvo uglavnom imaju prednost)</li></ul>
---	--

Izvor: Izrada autora

### 3. ELEMENTI UPRAVLJANJA TURIZMOM OPĆINE SUHOPOLJE

Analizom turističke atrakcijske osnove, izravnih i neizravnih turistički resursa te SWOT analizom utvrđeno je stanje turizma na području Općine Suhopolje. Na temelju navedenog, za potrebe upravljanja turizmom destinacije, potrebno je odrediti viziju (pozicija prema kojoj se ide tj. želja koja se treba ostvariti) i misiju (ono što se očekuje da će se postići) kojima se dionici uključeni u razvoj turizma na području Općine Suhopolje trebaju voditi kako bi se turizam Općine sustavno razvijao. Osim vizije i misije, za potrebe upravljanja razvojem turizma, potrebno je odrediti strateške i operativne ciljeve koji predstavljaju krajnje rezultate koji se u budućnosti žele postići, a pri tome voditi računa da su u potpunosti usklađeni s vizijom i misijom.

#### 3.1. Vizija i misija

##### *Vizija*

Predstavlja filozofiju destinacije koja vodi ka njenoj idealnoj, željenoj tržišnoj poziciji u budućnosti. Ona je inspirirajuća i nadahnjujuća za sve dionike u turističkoj destinaciji, dostižna i konzistentna i rezultat je zajedničkog promišljanja svih ključnih dionika u razvoju turizma destinacije.

Općina Suhopolje je regionalno i nacionalno prepoznatljiva turistička destinacija autentičnih turističkih doživljaja temeljenih na jedinstvenom kulturno-povijesnom naslijeđu obitelji Janković, tradicionalnom životu i radu lokalnoga stanovništva, kulturi zdravlja te zdravom i očuvanom okolišu.

##### *Misija*

Predstavlja svrhu turističke destinacije, odnosno bit upravljanja turističkom destinacijom i razvojem turizma na nekome području. Mora počivati na onim elementima turističke atrakcijske osnove koji čine ključne komparativne i konkurentne

prednosti destinacije te dati odgovore na to koji su to sadržaji i aktivnosti koje turisti očekuju doživjeti dolaskom u turističku destinaciju.

Misija turističke destinacije Suhopolje u svim svojim sastavnicama je biti integrativni faktor zaokruživanja turističke ponude na području općine s ciljem stvaranja konkurentnog turističkog proizvoda i to prvenstveno u segmentu kulturnog turizma-turizma naslijeđa te turističkih proizvoda koji slave kulturu zdravlja i zdravoga načina života. Destinacija Suhopolje okuplja sve ključne dionike važne za razvoj integralnog turističkog proizvoda, razvija i nadograđuje ključne elemente ponude iz turističke atrakcijske osnove te brine o održivome razvoju turizma na cjelokupnom svojem prostoru. Glavni je promicatelj razvoja turizma među lokalnim stanovnicima u svrhu podizanja svijesti o turizmu kao važnome segmentu gospodarstva koji pridonosi podizanju kvalitete života lokalnog stanovništva i slike Općine Suhopolje kao mjesta iznimnih i jedinstvenih turističkih doživljaja u ovome dijelu kontinentalne Hrvatske.

### 3.2. Strateški ciljevi

Kako bi se doprinijelo realizaciji glavne svrhe izrade SPT-a Općine Suhopolje u nastavku slijedi prikaz strateških i operativnih ciljeva razvoja turizma na području Općine Suhopolje koji će se postići kroz konkretne aktivnosti. Strateški i operativni ciljevi za razvoj turizma na području Općine Suhopolje usmjereni su na razvoj i kontinuirano unaprjeđenje turističkih proizvoda, izgradnju i opremanje turističke infrastrukture te na unaprjeđenje prodaje i marketinšku komunikaciju.

Tablica 28: Strateški i operativni ciljevi razvoja turizma na području Općine Suhopolje

Strateški cilj	Operativni cilj
<b>1. Razvoj i kontinuirano unaprjeđenje turističkih proizvoda</b>	1.1. Razvoj i unaprjeđenje Kulturnog turizma – turizam naslijeđa
	1.2. Razvoj i unaprjeđenje zdravstvenog turizma – turizam kulture zdravlja
	1.3. Razvoj i unaprjeđenje eno i gastro turizma
	1.4. Razvoj i unaprjeđenje sportsko-rekreacijskog turizma
<b>2. Izgradnja i opremanje turističke infrastrukture</b>	2.1. Građenje i uređivanje Centara za posjetitelje, interpretacijskih centara i turističkih informativnih centara
	2.2. Građenje i opremanje građevina i turističke infrastrukture za pružanje turističkih i ugostiteljskih usluga
	2.3. Trasiranje, obilježavanje i opremanje novih i postojećih tematskih staza, puteva i cesta
<b>3. Unaprjeđenje prodaje i marketinška komunikacija</b>	3.1. Tržišno pozicioniranje i elementi vizualnog identiteta
	3.2. Marketinška komunikacija
	3.3. Aktivnosti unaprjeđivanja prodaje
	3.4. Istraživanje tržišta i interni marketing

Izvor: Izrada autora

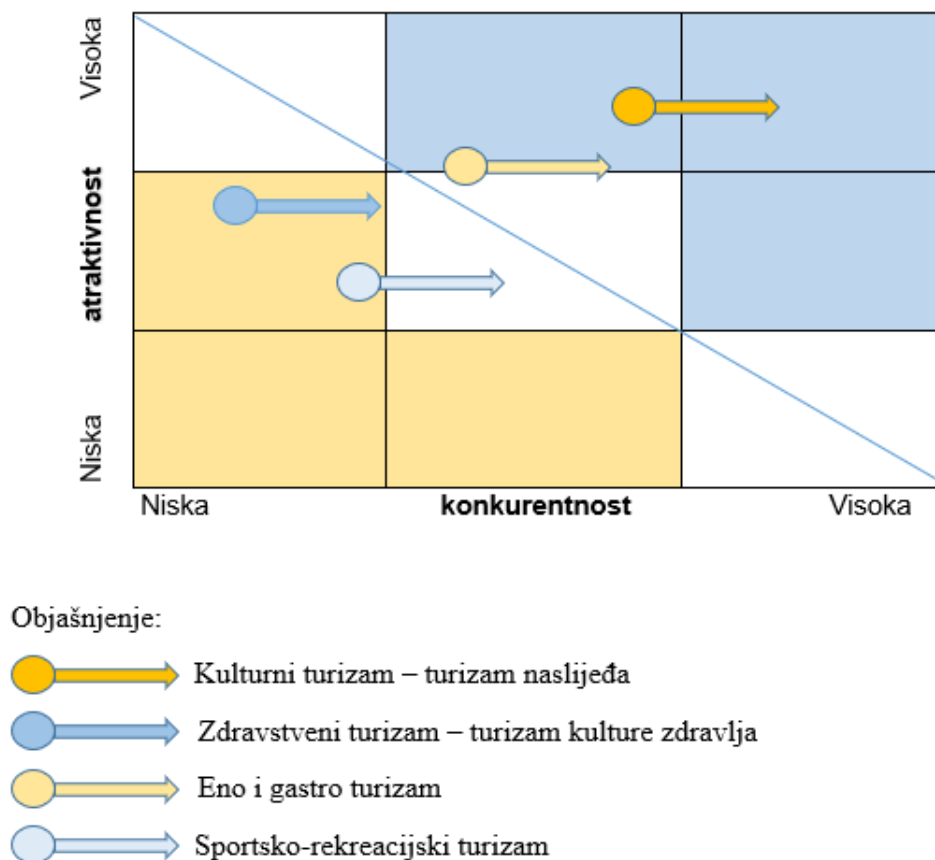
Kao što je ranije već navedeno, ispunjenjem zadanih ciljeva direktno će se doprinijeti razvoju turizma na području Općine Suhopolje, a također i razvoju turizma VPŽ. Ishodi ostvarenja ciljeva biti će povećanje kvalitete turističke ponude, novi tržišno oblikovani turistički proizvodi, izgrađena i opremljena turistička infrastruktura, povećana vidljivost i dostupnost proizvoda turističkoj potražnji te naposljetku, podizanje kvalitete života lokalnog stanovništva. Svi ovi učinci generalno trebaju dovesti do veće prepoznatljivosti Općine Suhopolje kao turističke destinacije na regionalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini.

U sljedećim poglavljima razrađen je prijedlog sustava turističkih proizvoda koji bi se trebali razvijati na području Općine Suhopolje, aktivnosti unaprjeđenja prodaje i marketinška komunikacija te akcijski plan kao završni dio ovog SPT-a u kojemu su prikazane konkretne aktivnosti i dionici zaduženi za provedbu, kao i vremenski okvir provedbe istih.

#### 4. SUSTAV TURISTIČKIH PROIZVODA

S obzirom na turističku atrakcijsku osnovu, izravne i neizravne resurse, SWOT analizu te viziju i misiju destinacije Općine Suhopolje, definiran je portfelj ključnih turističkih proizvoda koji je prikazan u sljedećoj slici.

Slika 11: Portfelj ključnih turističkih proizvoda



Izvor: Izrada autora

#### 4.1. Kulturni turizam – turizam naslijeđa

##### *Opis proizvoda*

Kulturni turizam, općenito, obuhvaća putovanja koja su u cijelosti ili djelomično motivirano upoznavanjem materijalne (muzeji, galerije, kazališta, koncerti, spomenici i povijesni lokaliteti) i nematerijalne (tradicija, običaji, obrti, način života) kulturne baštine pojedinog lokaliteta, regije i zemlje.

Važan element u kulturnom turizmu i turizmu naslijeđa (baštine) je neopipljivo autentično iskustvo na putovanju tijekom kojeg pojedinci imaju mogućnost uključiti se u zajednicu, razgovarati s lokalnim stanovnicima, kušati autohtonu hranu, boraviti u tradicionalnom okruženju i upoznati stvarnu kulturu mjesta<sup>7</sup>, kakvo je danas i kakvo je bilo u prošlosti. Može se reći da suvremeni kulturni turizam objedinjuje edukativne elemente i zabavno iskustvo s ciljem stvaranja sadržaja koji će posjetiteljima omogućiti aktivno sudjelovanje u interpretaciji i prezentaciji istih. Motiv promatranja i razgledavanja povijesnih elementa kulturne baštine pretvara se u težnju za novim iskustvima, uživanjem i aktivnim uključivanjem u kulturne događaje, kreativne radionice i u interpretaciju lokalnih pučkih običaja i pučkog stvaralaštva.

Upravo, sve brojnija starija populacija s dovoljno slobodnog vremena i dobrim prihodima te sve obrazovanija mlađa populacija koja posjeduje kulturni kapital kreiraju rastuću potražnju za proizvodima kulturnog turizma. Prema procjenama, oko 40% svih međunarodnih odmorišnih putovanja sadrži komponentu kulture, a za četvrtinu Europljana kulturna baština ima presudnu ulogu u izboru destinacije.<sup>8</sup>

S obzirom da, prema Glavnom planu i strategiji razvoja turizma RH (Izveštaj 9), jedan od ključnih pristupa oblikovanju ponude kulturnog turizma uključuje inovaciju i kreativnost s naglaskom na manja mjesta i manje poznate atrakcije koje posjetiteljima nude iznenađujuće doživljaje temeljene na autentičnoj lokalnoj kulturi<sup>9</sup>, Općina Suhopolje ima šanse da angažiranjem autentičnog kulturno-povijesnog naslijeđa postane područje od turističkog interesa. Konkurentnost kulturnog turističkog proizvoda će se temeljiti, prije svega, na značenju i posebnosti naslijeđa obitelji Janković (dvorac Janković, Crkva sv. Terezije Avilske, oživljavanje života i rada te legendi vezanih uz obitelj Janković) koja snažno obilježava Suhopolje kao turističku destinaciju te čini ključan atribut za razvoj brend koncepta cijele destinacije. Također, u doseganju konkurentnog položaja na tržištu ključnu ulogu odigrati će kvalitetna prezentacija i interpretacija komponenata materijalne i nematerijalne baštine, odnosno spomenika, događanja, lokaliteta te kulture života i rada.

##### *Uporišta u turističkoj atrakcijskoj osnovi*

Oko budućeg brenda grofova Janković niže se niz najistaknutijih realnih i potencijalnih turističkih atrakcija:

- Centar za posjetitelje „Dvorac Janković“ u Suhopolju s parkom i perivojem;

<sup>7</sup> Prema Mintel (2011), Cultural and Heritage Tourism International - 2010, Mintel, <https://reports.mintel.com/display/525393/> (12.12.2019.)

<sup>8</sup> Institut za turizam (2012) Glavni plan i strategija razvoja turizma RH, Izveštaj 9, Zagreb

<sup>9</sup> Institut za turizam (2012) Glavni plan i strategija razvoja turizma RH, Izveštaj 9, Zagreb



- Dvorac Janković u Cabuni,
- Crkva sv. Terezije Avilske,
- Podrum sadašnje vinarije Diba d.o.o.,
- Manifestacije koje imaju ishodište u naslijeđu, životu i radu te legendama vezanim uz obitelj Janković ( Suhopoljska KUL plaža, Grofov cvjetni bal, Grofovska ljubav...).

Nadalje zbog velikoga broja arheoloških nalazišta na području Općine Suhopolje ona mogu predstavljati snažan resurs za razvoj tematiziranih turističkih proizvoda koji se mogu vezati uz već postojeću manifestaciju „Dani arheologije“. Zbog mogućnosti povezivanja u širi turistički proizvod međunarodnog značaja posebno se ističe tema „*naslijeđe Kelta*“, njihova kultura života i rada, arhitektura, glazba, pjesme i plesovi. Detaljnijim istraživanjem i povezivanjem s ključnim dionicima (arheolozi, etnolozi, glazbeni pedagozi, povjesničari...) mogla bi se stvoriti originalna turistička manifestacija po uzoru na slične „*living history*“ manifestacije u Hrvatskoj i u svijetu.

#### *Aktivnosti razvoja proizvoda do 2024. godine*

- Kreirati turistički proizvod pod nazivom „Plemićka ruta kroz Virovitičko-podravsku županiju“ unutar kojega će glavna atrakcija i središnja točka biti Centar za posjetitelje „Dvorac Janković“ sa svim svojim sadržajima uključujući smještajne i ugostiteljske kapacitete te multimedijski i interpretacijski sadržaj,
- Kreirati portfelj turističkih događanja (manifestacija) od lokalne, regionalne i nacionalne važnosti povezanih s lokalnom kulturom i brendom grofova Janković te umrežiti ga sa proizvodom „Plemićka ruta kroz Virovitičko-podravsku županiju“ i ravnomjerno ih vremenski i prostorno rasporediti,
- Redizajnirati i nadograditi postojeću manifestaciju „Dani arheologije“ po principu „*living history*“ te ju povezati u širi sustav turističkih proizvoda s tematikom povijesnog naslijeđa Kelta (kultura života i rada, arhitektura, glazba, pjesme i plesovi, gastronomija),
- Poticati razvoj kulturno-edukativnih tematskih cesta i putova kojima će se povezati određene kulturne turističke atrakcije Općine Suhopolje (prijedlog: *Putevima grofa Jankovića; Putevima Kelta, Kulturna pustolovina kroz Suhopolje*),
- Poticati razvoj novih događanja (manifestacija) s potencijalom za gradnju imidža destinacije grofa Jankovića,
- Poticati primjenu minimalne razine turistifikacije kulturnih objekata (primjerice: radno vrijeme prilagođeno turistima, info ploče pokraj glavnih atrakcija, osnovna interpretacija na svjetskim jezicima),
- Stvoriti portfelj visoko atraktivnih proizvoda kulture života i rada (prijedlog: kreativne radionice i igre za djecu poput: *Potruga za blagom kroz Suhopolje*).

#### *Potrošački segmenti*

- Obitelji s djecom, zrela dob (50-65), treća dob (65+),
- Učeničke grupe (osnovnoškolci i srednjoškolci),
- Studenti arheologije i povijesti,
- Ljubitelji umjetnosti i kreativnosti, zainteresirani za scensku umjetnost, glazbu i fotografiju,

- Geografska tržišta: Hrvatska, Mađarska, Slovenija, BiH, Srbija, Austrija, Njemačka, Italija, Francuska.

#### 4.2. Zdravstveni turizam – turizam kulture zdravlja

##### *Opis proizvoda*

Zdravlje je jedan od najčešćih, najjačih i najstarijih motiva turista za poduzimanje dužih ili kraćih turističkih putovanja. Danas je kultura zdravlja i zdravoga načina života postala „mainstream“ jer zdravlje nije samo odsutnost bolesti i iznemoglosti nego je isto tako opće fizičko i mentalno i socijalno blagostanje. Turizam uvijek u svim svojim oblicima manje-više ima zdravstvenu funkciju. Posjetiteljima zdravstvenih i spa/wellness destinacija i centara podjednako su važni kako „vanjski“ (tjelesni), tako i „unutarnji“ (psihički) tretmani. Svima im je zajedničko da se žele osjećati dobro, pri čemu je način na koji to postižu različit.

Neki od specifičnih motiva onih koji posjećuju centre zdravstvenog turizma jesu:

- Oslobođanje od stresa ili njegovo umanjivanje – za osobe koje u zdravstvene i spa/wellness centre dolaze da bi se rekuperirale, „napunile baterije“, odnosno privremeno pobjegle iz stresne svakodnevnice,
- Želja da se postigne holističko/cjelovito zdravlje – za osobe koje traže unutarnji mir, razumijevanje i prihvaćanje sebe,
- Želja da se održi dobro zdravlje putem rada na sebi – za osobe koje žele otkriti kako odabir određenog životnog stila može voditi do boljeg zdravlja i kvalitetnijeg načina života,
- Dobivanje stručnih savjeta o njezi, ljepoti i prehrani te o tehnikama koje će moći primijeniti kod kuće kako bi, po potrebi, mogli simulirati doživljaj boravka i tretmana u zdravstvenim i spa/wellness centrima.

Rekonstrukcijom dvorca Janković u Cabuni te njegovim ustrojavanjem u „Centar za kulturu zdravlja i zdravoga života“ Općina Suhopolje dobit će iznimnu turističku atrakciju s različitim sadržajima za pozicioniranje u poželjnu destinaciju zdravstvenoga turizma, odnosno pod segmenta wellness turizma orijentiranog prvenstveno na holistički pristup zdravlju, odnosno životnim promjenama koje bi trebale rezultirati podizanjem kulture zdravlja i zdravijem načinu života. Specifični turistički proizvod kojim bi Općina Suhopolje mogla imati značajne konkurentske prednosti u ovome segmentu ponude trebao bi se temeljiti prvenstveno na:

- Na specijalizaciji sadržaja Centra u Cabuni usmjerenog na podizanje kulture zdravog načina prehrane te mijenjanja životnih navika u svrhu prevencije kardiovaskularnih bolesti i dijabetesa kao najvećih javnozdravstvenih problema razvijenih zemalja današnjice,
- Prirodnog i zdravog okruženja za provođenje odmora sa sadržajima za relaksaciju i rekreaciju u prirodi, uz podizanje svijesti o potrebi kretanja i vježbanja na otvorenom u koju će se svrhu urediti perivoj dvorca s aromatičnim, ljekovitim i eteričnim biljem tzv. „inhalatornim parkom“ te opremom i sadržajima za fitness i wellness na otvorenom,
- U okviru centra ne nužno (može to biti u okviru nekog od OPG-ova koji se bave proizvodnjom meda u Cabuni) trebalo bi se otvoriti nekoliko tzv. „api komora“ u kojima se posjetitelji inhaliraju ljekovitim zrakom iz košnica. Ovi

sadržaji tako postaju izravna poveznica s pčelarstvom kao jednim od jačih turističkih atrakcija na području Općine Suhopolje,

- Udruživanju s lokalnim dionicima, prvenstveno s proizvođačima meda i ekoloških proizvoda te razvoj specijaliziranih tematskih turističkih proizvoda kao što su na primjer „med i pčelinji proizvodi u prevenciji bolesti“; „promatranje pčelarica uz audio meditaciju“; „zdrava prehrana temeljena na pražitaricama“; „vino u prevenciji kardiovaskularnih bolesti“ i sl.,
- Pozicioniranjem na tržište team buildinga namijenjenoj „detoksikaciji“ od svakodnevnoga ritma i stresnog načina života poslovnih ljudi.

#### *Uporišta u turističkoj atrakcijskoj osnovi*

Za razvoj ovoga specifičnog oblika turizma postoje slijedeći elementi (resursi) utvrđeni u turističkoj atrakcijskoj osnovi:

- Budući Centar za kulturu zdravlja – dvorac Janković Cabuna,
- Perivoj oko dvorca u Cabuni s inhalatornim dvorištem, wellnessom i fitnessom na otvorenom,
- Obronci Bilogore i Papuka za šetnje, trekking i bicikliranje,
- Samoniklo i ljekovito bilje na obroncima Bilogore i Papuka,
- Dedin mlin Cabuna,
- OPG Apis Cabuna,
- Predrag Momčilović Suhopolje,
- Obrt Agro Batat Suhopolje,
- OPG Melisa – proizvodnja ljekovitog bilja,
- OPG Čimin – proizvodnja aronije i proizvoda od aronije,
- OPG Josip Doležal – proizvodnja maline i proizvoda od maline.

#### *Aktivnosti razvoja proizvoda do 2024.*

- Realizacija projekta za obnovu dvorca Janković u Suhopolju te ustrojavanje Centra za kulturu zdravlja,
- Organizacija inicijalnih sastanaka i komunikacija s ključnim dionicima koji bi trebali biti uključeni u budući integralni proizvod zdravstvenog turizma,
- Ustrojstvo „udruge“ ili nekog drugog oblika povezivanja dionika za promicanje kulture zdravlja i zdravog načina života (mogu biti i poželjno bi bilo da dionici budu iz širega okruženja te različiti stručnjaci s područja ekološke poljoprivrede, nutricionizma, zdravstva, fitness stručnjaci, stručnjaci za tradicionalnu i alternativnu medicinu...),
- Osmišljavanje i izrada specifičnih turističkih proizvoda s temom zdrave prehrane, prevencije zdravlja, rekreacije na otvorenom, aromaterapije, apiterapije i sl.

#### *Potrošački segmenti*

- Posjetitelji u potrazi za mirom

Za ove su posjetitelje zdravlje i dobro psihofizičko stanje („wellbeing“) način svakodnevnog života. Svjesni su sebe i svog fizičkog, emocionalnog i mentalnog stanja. Normalno prakticiraju meditaciju, jogu, tai chi ili slične vježbe. Privlače ih



spa/wellness centri koji odražavaju njihove životne vrijednosti te koji razumiju da su zdravije i wellness životne filozofije, a ne tek povremeni dodatak životu.

- Posjetitelji koji traže pomoć

Ovi posjetitelji, bez obzira žele li se osjećati bolje psihički, mentalno ili fizički, žele na neki način promijeniti svoj život ili neke njegove aspekte. Tretmani koje traže su različiti savjeti i metode vezane uz očuvanje/poboljšanje vlastitog zdravlja.

- Posjetitelji u potrazi za opuštanjem

Primarna potreba ovih posjetitelja je da uživaju u odmoru i opuštanju, provedu neko vrijeme sami sa sobom. U zdravstvenim i spa/wellness centrima žele se osloboditi svakodnevnih pritisaka, uspostaviti unutrašnju ravnotežu te završiti svoj boravak s obnovljenim osjećajem za smisao vlastitog života. Uživaju u tretmanima, ali im je još važnije da uživaju u miru i ugodaju potpune opuštenosti.

- Team building segmenti:
  - Posjetitelji koji povremeno žele ugoditi sebi. Riječ je o neredovitim posjetiteljima koji u zdravstvene i spa/wellness centre odlaze u trenutku kada im tempo života postane previše brz ili previše stresan. Od posjete centru traže bijeg od svakodnevnice rutine i uobičajenog životnog ritma. S obzirom da imaju osjećaj kako su ovakav predah zaslužili, vole luksuz i puno pažnje, te biraju destinacije poznate po izuzetnoj visokoj kvaliteti tretmana i usluge,
  - Posjetitelji u potrazi za zabavom. Ovi posjetitelji, u pravilu, putuju s grupom prijatelja, a posjet zdravstvenom i spa/wellness centru predstavlja dio cjelokupnog doživljaja koji uključuje golf/tenis, uživanje u restoranima, noćni život i kupovinu. Odlazak u centar tek je jedna od aktivnosti tijekom boravka u destinaciji. Privlače ih one destinacije koje nude široku ponudu atrakcija i aktivnosti.

### 4.3. Eno i gastro turizam

#### *Opis proizvoda*

Hall i Sharpless ( 2003,11) gastroturizam i eno turizam definiraju kao „*putovanje u destinaciju motivirano gastronomijom i enologijom i s njom povezanim rekreacijskim ili zabavnim aktivnostima koje uključuju posjete proizvođačima hrane i vina, festivalima gastronomije ili drugom manifestacijama povezanim s proizvodnjom vina i pripremom hrane, kušanje proizvoda te svaka druga aktivnost ili doživljaj motiviran gastronomijom i enologijom*“.

Na globalnom turističkom tržištu zamjetan je porast interesa turista za autentičnim i novim doživljajima usko povezanim s lokalnom kulturom i načinom života u destinacijama koje posjećuju. Lokalna gastronomija, i enologija, autohtona i prepoznatljiva jela i pića mogu biti izvrsna poveznica s ostalim elementima turističke ponude po kojoj određena destinacija može biti specifična, odnosno snažno sredstvo za pozicioniranje i podizanje konkurentskih prednosti. Danas već veliki broj turističkih

destinacija koristi gastronomiju i enologiju kao učinkovito sredstvo za marketinšku komunikaciju i brendiranje svoje ponude (Fields, 2002), odnosno pozicioniranje destinacije kao poželjnog lifestyle odredišta (Sharim A.K., and Geng-Quing Chi K., 2010; Bessiere, 2013; Ruiz de Lera, 2012.). Lifestyle kao izraz u turizmu najčešće se koristi kako bi naglasio *posebne, izvorne turističke doživljaje povezane s opuštenim načinom života različitim u potpunosti od života u stalnim mjestima boravka turista te konzumacijom kvalitetnih proizvoda proizvedenih u okruženju destinacije i prepoznatljivih na tržištu upravo zbog lokalnih karakteristika.* (Herrera, 2012)

Općina Suhopolje ima dobru resursnu osnovu za pozicioniranje na tržištu kao zanimljiva i autohtona eno gastro turistička destinacija zbog gastronomskog naslijeđa sačuvanog u obliku „Omamine kuharice“, poveznice s naslijeđem obitelj Janković, tradicionalnoj proizvodnji vina, meda te brašna i pekarskih proizvoda preko brenda „Dedin mlin“ koji već sada ima dobru prepoznatljivost na tržištu i distribuira svoja brašna u specijalizirane trgovine zdrave hrane u Hrvatskoj.

Poznato je da gastro turisti bez obzira na dostupnost pojedinih proizvoda i vina na tržištu pa i u mjestima svojega stalnoga boravka, vole uživati u hrani, vinu i drugim pićima na mjestu njihova nastanka te iskusiti potpuni gastro i eno turistički doživljaj kroz upoznavanje značajki proizvodnje, edukaciju o načinima proizvodnje, ambijentu, legendama i pričama.

U sklopu ovoga dokumenta dan je prijedlog za dva moguća eno gastro turistička proizvoda:

- „Mlinarev put“<sup>10</sup>

Zaokruženi kulturno-gastronomski turistički proizvod sa središnjom temom tradicijske proizvodnje brašna te proizvoda od brašna. Nositelj središnje priče i brenda ovoga proizvoda je tradicijski obrt „Dedin mlin“ iz Cabune ali za tržišno vrednovanje ovoga proizvoda nužno je interesno udruživanje više dionika poput OPG-ova koji bi uzgajali žitarice na ekološki način, pekara, slastičarnica i ostalih ugostiteljskih objekata koji bi od tako proizvedenoga brašna pod jedinstvenom oznakom kvalitete proizvodili i/ili gostima nudili krajnje proizvode. Obnovljeni stari zadružni mlin u Suhopolju trebao bi postati središnji interpretacijsko-edukativni centar vezan uz baštinu tradicijske proizvodnje žitarica, brašna, kruha i ostalih pekarskih proizvoda. Unutar interpretacijsko-edukativnog centra ustrojiti stalni interaktivni postav s tematikom mlinarstva i pekarstva, prostore opremiti opremom i uređajima za pečenje kruha i pekarskih proizvoda na tradicionalan način, organizirati različite gastro radionice, izložbe i manifestacije s navedenom tematikom te suvenirnicu i prodaju brendiranih brašna i pekarskih proizvoda.

Za cijeli proizvod nužno je uvesti sustav integralnog upravljanja kvalitetom zajedno sa standardizacijom i označavanjem proizvoda kao izvornog i jedinstvenog za destinaciju. Brašana i proizvodi od brašna te med proizvedeni i označeni oznakom izvornosti i kvalitete trebali bi postati originalni suhopoljski

---

<sup>10</sup> Naziv je samo prijedlog autora dokumenta i on ne mora nužno biti takav

suvenir, dostupan u svim ugostiteljskim objektima i manjim trgovinama na području Općine te u županijskom središtu Virovitici.

- Vinske ceste Suhopolja ( „Grofove vinske ceste“<sup>11</sup>)

Nositelj projekta i „vinskih doživljaja“ trebala bi biti vinarija tvrtke DIBA d.o.o iz Suhopolja sa svojim najistaknutijim brendom vina „Suhopoljski bijeli pinot“. Vinarija odnosno stari grofov podrum predstavlja središnje mjesto enogastro doživljaja, mjesto za prijem grupa posjetitelja, interpretacijski centar i suvenirnica. Polazno je to mjesto „Grofove vinske ceste“ kojom bi trebalo povezati sve renomiranije i zainteresirane vinare suhopoljskoga kraja. U ugostiteljskim objektima, vinarijama, kušaonicama i izletištima uključenim u „Grofovnu vinsku cestu“ trebala bi se posluživati jela pripravljena po recepturama iz „Omamine kuharice“. Isto tako u sklopu objekata na vinskoj cesti trebali bi se organizirati različiti edukativni i zabavni sadržaji vezani uz upoznavanje tradicije uzgoja vinove loze, proizvodnje vina, organizirati rekreativne tematske ture kroz vinograde, panoramski letovi balonom iznad vinograda, vožnja konjskim zapregama kroz vinograde i slične aktivnosti. Korisno bi bilo proučiti naslijeđe grofova Janković vezano uz vinogradarstvo i vinarstvo, legende i anegdote ukoliko takve postoje te to iskoristiti kao polazište za stvaranje jedinstvenih i prepoznatljivih priča, odnosno „storytelling“ kao iznimno važan element suvremenog turističkog doživljaja.

#### *Uporišta u turističkoj atrakcijskoj osnovi*

Za razvoj ovoga specifičnog oblika turizma postoje sljedeći elementi (resursi) utvrđeni u turističkoj atrakcijskoj osnovi:

- Dedin mlin Cabuna,
- OPG Apis Cabuna,
- Obrt Agro Batat Suhopolje,
- DIBA – Suhopolje,
- Omamina kuharica,
- Zgrada bivšeg Zadružnog mlina u Suhopolju,
- Gljive i samoniklo bilje (vrganji, smrčci, medvjedi luk),
- Suhopoljski kotlić,
- Enološko i gastronomsko naslijeđe obitelji Janković .

#### *Aktivnosti razvoja proizvoda do 2024.*

- Osnovati interesnu udruhu, klaster ili zadrugu dionika u enogastroturizmu (OPG-ovi, tvrtke, obrti, pojedinci...),
- Izraditi plan integralnog upravljanja proizvodom,
- Napraviti detaljan dizajn pojedinog proizvoda,
- Ustrojiti i uvesti standarde kvalitete i označavanja,
- Trasirati i obilježiti tematske puteve te objekte odnosno sadržaje unutar njih

---

<sup>11</sup> Naziv je samo prijedlog autora dokumenta i on ne mora nužno biti takav

### *Potrošački segmenti*

- Srednja i zrela dob (35-65)

Ovisno o pretežitoj temi turističkog proizvoda varira odnos muškaraca i žena. Kod gastro proizvoda prevladavaju žene 60% : 40%, a kod proizvoda s pretežitom tematikom eno ponude prevladavaju muškarci 70% : 30%. Putuju cijele godine, izbjegavaju ekstremne vrućine i školske praznike. Preferiraju vikend putovanja. Putovanje doživljavaju kao priliku da učine nešto novo za sebe, iskuse nova iskustva, usvoje nova znanja, posvete se hobijima, pobjegnu od stresa svakodnevice. Preferiraju ugostiteljske objekte s prepoznatljivom ponudom, udobnim i autentičnim interijerom, odsjedaju u kvalitetnijim smještajnim objektima. Prema prihodima pripadaju u višem srednjem sloju a po obrazovnom statusu su obrazovaniji segment (većina ima najmanje višu školu). Cjenovno su manje osjetljivi. Informiraju se prvenstveno putem specijaliziranih časopisa pa potom preko interneta. Rjeđe kupuju on-line.

- Mladi (20 – 35)

Putuju pretežito ljeti, preferiraju vikend putovanja. Glavna aktivnost putovanja je „akcija“ i provod. Cjenovno su osjetljiviji. Manje im je važna udobnost i visoka kvaliteta, no cijene autentičnost i originalnost. Informiraju se putem interneta i mobilnih aplikacija, a cijene i usmene preporuke. Često kupuju on-line.

- Treća dob (65+)

Putuju u proljeće i jesen. Cijene tradiciju, autentičnost i aktivno sudjelovanje u turističkom doživljaju. Vole posjećivati sve atrakcije u okruženju. Zahtijevaju udoban smještaj i dobru pristupačnost turističkim atrakcijama. Cjenovno su osjetljiviji. Najvažnija im je usmena preporuka te vlastita prijašnja pozitivna iskustva.

- Ljubitelji enologije i gastronomije

Putuju tijekom cijele godine. Glavni motiv i interes im je upoznavanje gastronomske i enološke ponude, no vole posjećivati i ostale atrakтивности u destinaciji. Bitan element proizvoda je interpretacija i informiranje te dostupnost lokalnih proizvoda u obliku suvenirskih pakiranja. Preferiraju kraća putovanja i jednodnevne ture. Cjenovno su manje osjetljivi. Kod prikupljanja informacija o odredištu važna im je usmena predaja tj. preporuke, specijalizirani novinski članci, specijalizirane internetske stranice te forumi i blogovi.

- Poseban segment za proizvod „Mlinarev put“ čine školska djeca osnovnoškolske do srednjoškolske dobi za koje bi se mogli organizirati jednodnevni ili višednevni turistički paketi sa svrhom upoznavanja proizvodnje brašna, kruha i ostalih pekarskih proizvoda uz edukativne i kreativne radionice.

- U početku uvođenja proizvoda na tržište regionalno tržište je primarno, no u kombinaciji sa sadržajima proizvoda kulturnog i sportsko-rekreacijskog turizma mogu se privući i posjetitelji s nacionalne ali i tržišta zemalja EU.

#### 4.4. Sportsko-rekreacijski turizam

##### *Opis proizvoda*

Suvremeni turistički trendovi pokazuju da se tradicionalni motivi odmora sve više zamjenjuju s motivima i sadržajima aktivnog odmora, a sport i sportska rekreacija imaju značajan utjecaj na sadržaje i kvalitetu provođenja aktivnog odmora u nekoj turističkoj destinaciji. Prema Glavnom planu i strategiji razvoja turizma RH (Izveštaj 9) proizvodi sportskog, rekreacijskog i pustolovnog turizma obuhvaćaju izrazito širok skup aktivnosti čija su zajednička obilježja odvijanje na otvorenom prostoru i doživljaj uzbuđenja, odnosno aktivan odmor na otvorenom. Zadnjih nekoliko godina evidentiran je kontinuirani rast interesa turista za ovim oblikom odmora (čak do 30% godišnje) prvenstveno poradi njihove orijentacije prema zdravom životu, boravku u prirodi i „odgovornim“<sup>12</sup> putovanjima.

Ključni elementi svih sportskih, rekreacijskih i pustolovnih putovanja su fizička aktivnost, boravak u prirodi i interakcija s lokalnom kulturnom baštinom. S obzirom na navedeno i uvažavajući turističku atrakcijsku resursnu osnovu kraja, na području Općine Suhopolje moguće je oblikovati konkurentne proizvode sportsko-rekreacijskog turizma koji će se temeljiti na odgovarajućoj sportskoj infrastrukturi i pratećim uslugama, raznolikosti i očuvanosti okoliša te autentičnosti lokalne materijalne i nematerijalne kulturne baštine, ali i udovolji trendu „*kombiniranih putovanja*“ (primjerice „*biciklizam i vino*“). Podoblici sportsko-rekreacijskog turizma prema kojima se Općina Suhopolje treba orijentirati su:

- Cikloturizam,
- Lovni i ribolovni turizam,
- Rekreacijsko-edukacijski turizam.

Cikloturizam<sup>13</sup> kao poseban oblik turizma bilježi uspon na turističkom tržištu,<sup>14</sup> na koji ponajprije utječu aktualni trendovi turističke potražnje za aktivnim odmorom i boravkom u prirodi. zatim trend sve češće zastupljenosti bicikala tijekom boravka u destinaciji, ali i trend povećane brige za zdravlje i očuvanje okoliša. Stoga, destinacije očuvane prirode i okoliša te vrijedne kulturno-povijesne baštine imaju šanse kapitalizirati prilike ubrzanog širenja cikloturizma, pod uvjetom, da se adekvatno prilagode potrebama cikloturističkog tržišta (infrastrukturno, suprastrukturno, marketinški, a posebno stvaranjem atraktivnih cikloturističkih proizvoda). Konkurentnost cikloturizma na području Općine Suhopolje temeljiti će se, prije svega, na implementaciji brenda „Panonske biciklističke staze“ i sadržajnom unaprjeđenju postojećih staza te njihovom povezivanju sa ostalim elementima turističke ponude poradi kreiranja proizvoda

<sup>12</sup> odgovornim u smislu da ne zagađuju okoliš

<sup>13</sup> Prema Akcijskom planu za razvoj cikloturizma rekograničnog područja Virovitičko-podravske županije i grada Barcsa, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, Virovitica, 2019.

<sup>14</sup> Cikloturizam pokazuje pozitivne pomake u ekonomskom, društvenom i ekološkom smislu. Detaljnije na stranici Europskog biciklističkog leksikona, dostupno na:

<https://www.eesc.europa.eu/glossaries/glossary/european-cycling-lexicon/page/some-cycling-statistics> (26.10.2018.)

„kombiniranih putovanja“. Upravo se biciklom najbolje može povezati rekreacija, obilazak i upoznavanje znamenitosti, povijesti, kulture života i rada te prirodnih bogatstva neke zemlje.

Lovni i ribolovni turizam je poseban oblik turizma u kojem svoje slobodno vrijeme ljudi koriste u lovu i ribolovu te se stoga smatraju specifičnim dijelom turističke potražnje.<sup>15</sup> Zbog elitnog karaktera lovnog turizma, lovci turisti su dobri potrošači. Primjerice, više od 50% njemačkih lovaca potroši između 1 250 – 3 000 EUR po lovu<sup>16</sup>. Najveći broj lovaca dolazi iz Španjolske, Francuske, Italije i Velike Britanije.<sup>17</sup> Kao vrlo značajna podvrsta lovnog turizma je ribolovni turizam čije se aktivnosti odvijaju na vodenim površinama na kojima turisti u skladu sa zakonskom regulativom mogu uživati u svojim sportsko – ribolovnim aktivnostima.<sup>18</sup>

Konkurentnost lovnog turizma Općine Suhopolje proizlazi iz prirodne resursne osnove, ljepote i bogatstva lovnog fonda te odgovarajućih popratnih sadržaja koje je uz djelotvornu lovočuvarsku službu potrebno uspostaviti.

Rekreacijsko-edukacijski turizam podrazumijeva kombinaciju rekreativnih aktivnosti uz učenje o prirodnoj i kulturnoj baštini kraja. Na području Općine Suhopolje ga je moguće oblikovati vezano uz aktivnosti promatranja ptica i učenja o istima, zatim formiranje poučnih i *trekking* staza vezanih uz primjerice branje samoniklog bilja ili sakupljanje gljiva. Opisani proizvod je prikladan za različite tržišne segmente, od zaljubljenika u prirodu, istraživača pa do učeničkih grupa za koje se može organizirati škola u prirodi.

Dopuna ponudi rekreacijskog turizma, biti će svakako i budući rekreacijski centar u sklopu Centra za posjetitelje dvorca Janković koji će obuhvatiti dva teniska terena, bazen, teretanu na otvorenom i odbojkaško igralište.

#### *Uporišta u turističkoj atrakcijskoj osnovi*

- Od cikloturističkih staza na području Općine Suhopolje izdvajaju se dvije staze, „Virovitički krug“ i Dravski krug“, koje djelom prolaze kroz područje Općine, a dio su brenda „Panonske biciklističke staze“. Također, od značaja za razvoj cikloturističke ponude je i manifestacija BuB – biciklom u Bukovu koju je moguće proširiti i kombinirati s ostalim turističkim proizvodima, naročito enologijom i gastronomijom,
- Lovišta na području Općine Suhopolje obuhvaćaju ukupno 2.489 ha šuma i šumskog zemljišta. Od visoke divljači tu su zastupljeni jelen, košuta, srna i divlja svinja, dok se od pernate divljači izdvajaju fazan, prepelica, jarebica, šljuka. Lov je moguće organizirati zahvaljujući postojećom Lovačkim udrugama,
- Za potrebe organizacije ribolova tu je Jezero „Berek“, odnosno ribnjak kraj naselja Orešaca, pogodan za rekreacijski ribolov, piknike u prirodi i održavanje vezanih manifestacija,

<sup>15</sup> Vukonić, B., Čavlek, N. (ur.) (2001): Rječnik turizma. Zagreb: Masmedia, str. 195

<sup>16</sup> cijena uključuje pristojbe za lov i trofeje, putne i dodatne troškove. Potražnju za lovnim turizmom čine želje i motivi lovaca turista koji imaju potrebu otputovati u inozemstvo i ostvariti poseban lovački doživljaj

<sup>17</sup> Kovačević, B., Kovačević, M., (2006): Lovni turizam. U: Čorak, S., Mikačić, V. (ur.) (2006): Hrvatski turizam plavo bijelo zeleno. Zagreb: Institut za turizam

<sup>18</sup> Geić, S. (2011): Menadžment selektivnih oblika turizma. Split: Sveučilišni studijski centar za stručne studije



- Mogućnosti za razvoj rekreativno-edukacijskog turizma proizlaze iz geoloških značajki prostora te očuvanog biljnog i životinjskog svijeta. Na sjevernim padinama Bilogore i jugozapadnim obroncima Papuka mogu se organizirati atraktivne pješačke ture i *trekking* staze uz sakupljanje gljiva i samoniklog bilja (vrganji, smrčci, medvjedi luk) te učenje o istima. Na području Općine Suhopolje nalazi se i biljka kockavica (iz porodice ljiljana) koja je uvrštena u Crvenu knjigu vaskularne flore Hrvatske što otvara mogućnost kreiranja tematske poučne staze (dvije info-edukativne table već postoje). Vezano uz životinjski svijet, u Cabuni se nalazi jedno od najvećih staništa ptica pčelarica, strogo zaštićene vrste i jedne od najšarenijih europskih ptica, što predstavlja polazište za razvoj aktivnosti promatranja ptica.

#### *Aktivnosti razvoja proizvoda do 2024. godine*

- Nove i postojeće biciklističke staze opremiti adekvatnom turističkim signalizacijom i interpretacijom (primjerice putokazi, informacijski punktovi) te uobičajenim pratećim sadržajima (primjerice. odmorišta, vidikovci, servisi za popravak opreme, turističko-ugostiteljski sadržaji),
- Redizajnirati postojeću manifestaciju BuB – biciklom u Bukovu na način da se osmisle integrirani proizvodi (kombinirana putovanja) u okviru brenda „Panonske biciklističke staze“ koji povezuju cikloturizam sa kulturnim i enogastronomskim turizmom (primjer mogućih tematskih staza i vezanih manifestacija: *Bike&Vine Tour; Bike&Honey Tour*),
- Poticati razvoj smještajnih kapaciteta prema „bed &bike“ standardima,
- Osmisliti tematske *trekking* staze i poučne staze (prijedlog mogućih tema: *Trekking* uz berbu samoniklog bilja; Staza ptica pčelarica),
- Opremiti lovišta prikladnim gospodarskim, tehničkim, smještajnim i ugostiteljskim objektima,
- Educirati lokalno stanovništvo o vrijednosti, iskoristivosti i nužnoj zaštiti prirode i lovnih destinacija te o mogućnosti uključivanja u ponudu za lovce (primjerice eko-enogastronomskih domaćih proizvoda),
- Organizirati međunarodna lovačko-streljačka natjecanja i lovno-turističke manifestacije namijenjene popularizaciji lovnog turizma.

#### *Potrošački segmenti*

##### Za cikloturizam:

- Srednja i zrela dob (35-65), dolaze vlastitim biciklom, a koriste i mogućnost najma bicikla, te zahtijevaju udoban smještaj (odmorišni turisti koji preferiraju aktivan odmor),
- Jednodnevni posjetitelji (izletnici i rekreativci), učenici škole u prirodi, obitelji s djecom,
- Individualni sportaši i rekreativci te sportski klubovi i društva,
- Geografska tržišta: Hrvatska, Mađarska, Slovenija, BiH, Austrija, Njemačka.

##### Za lovni i ribolovni turizam:

- Pretežito muškarci srednje i zrelije životne dobi (35-65), više platežne moći,
- Geografska tržišta: Italija, Francuska, Španjolska, Velika Britanija.

Za rekreativno – edukacijski turizam

- Obitelji s djecom, zrela dob (50-65), treća dob (65+),
- Učeničke grupe (osnovnoškolci i srednjoškolci),
- Istraživači i znanstvenici,
- Geografska tržišta: Hrvatska, Mađarska, Slovenija, Austrija, Njemačka.

## 5. UNAPRJEĐENJE PRODAJE I MARKETINŠKA KOMUNIKACIJA

Osnovni cilj komunikacijskih i prodajnih aktivnosti je pozicionirati se na turističkom tržištu i povećati broj posjetitelja (izletnika i turista) putem:

- Redizajna vizualnog i verbalnog identiteta te implementacije brenda temeljenog na nasljeđu obitelji Janković i atmosferi prirodnog okruženja,
- Unaprjeđivanja osnovnih komunikacijskih aktivnosti (odnosa sa javnošću, oglašavanja) te e-marketing aktivnosti ,
- Uspostavljanja sustavnog istraživanja tržišta (posjetitelja) i internog marketinga kako bi se podigla ukupna svijest lokalnog stanovništva i poduzetnika o turističkoj ponudi,
- Unaprjeđivanja prodaje kojom se želi potaknuti kupnja odnosno prodaja proizvoda ili usluge (razvoj suradnje s specijaliziranim turističkim posrednicima i organizacija studijskih putovanja za iste).

### 5.1. Tržišno pozicioniranje i elementi vizualnog identiteta

Cilj tržišnog pozicioniranja je istaknuti sve prednosti i vrijednosti koje čine identitet destinacije, a relevantne su ciljanim skupinama potrošača. Redizajnom vizualnog i verbalnog identiteta želi se pridonijeti stvaranju pozitivnog imidža Općine Suhopolje, povećati njezinu prepoznatljivost na turističkom tržištu te posredno utjecati na rast broja turističkih posjetitelja. Vizualni i verbalni identitet čine osnove marketinške konstante kojima će se koristiti u svim oblicima marketinške komunikacije, a uključuju logo (znak), slogan, paletu boja i poruke temeljem kojih se želi steći prepoznatljivost na turističkom tržištu.

Na temelju provedene analize turističke resursne osnove i razgovara sa ključnim dionicima razvoja turizma prepoznati su sljedeći ključni atributi za pozicioniranje Općine Suhopolje kao turističke destinacije:

- Kultura: nasljeđe obitelji Janković, dvorac Janković (budući Centar za posjetitelje), arheološka nalazišta - keltska kultura, gastronomija, vinarstvo, mlinarstvo, pčelarstvo,
- Priroda: obronci Bilogore i Papuka, vinogradi, samoniklo bilje, biljka kockavica, zajednica ptica pčelarice,
- Sport: biciklizam, lov, ribolov, *trekking*.

U tom smislu pozicioniranje treba graditi oko sljedećih jednostavnih i kratkih poruka:

- ...putevima grofa Jankovića,
- ...gdje plemstvo živi,
- ...plemićka oaza između UNESCO destinacija,
- ...kultura na dlanu,
- ...zdravo i prirodno,
- ...odmor za dušu.



Pri redizajnu i izradi novih elemenata vizualnog identiteta potrebno je voditi računa da znak i slogan budu jednostavni i upečatljivi, lako pamtljivi i prikladni za reprodukciju u različitim medijima. Za paletu boja preporuka je koristiti plavu, zelenu, ljubičastu i zlatnu boju koje će najbolje prenijeti željenu poruku i emociju o tome što Suhopolje kao destinacija je. Fotografije kojima se prezentira ponuda moraju biti dinamične te osim fizičkih elemenata ponude prikazivati osobe kao konzumente proizvoda te njihove osjećaje.

Elemente vizualnog identiteta potrebno je koristiti na svim tiskanim i elektronskim promocijskim materijalima.

## **5.2. Marketinška komunikacija**

Odgovarajućim komunikacijskim aktivnostima pridonijeti će se prepoznatljivosti turističkog proizvoda Općine Suhopolje i time cjelokupnog iskustva budućih posjetitelja i turista te istovremeno poticati lokalno stanovništvo na upoznavanje i konzumiranje istog, ali i na pokretanje budućih turističkih poduzetničkih poduhvata.

Za unaprjeđenje marketinške komunikacije preporučuje se jače koristiti klasične promocijske aktivnosti, naročito, odnose s javnošću i oglašavanje kako bi se ostvarila veća zastupljenost pojedinih turističkih proizvoda Općine Suhopolje u medijima, ali korištenje suvremenih tehnologija odnosno provođenje odgovarajućih e-marketing aktivnosti.

### **5.2.1. Odnosi s javnošću**

Zadatak odnosa s javnošću je stvoriti pozitivnu sliku o Općini Suhopolje kao turističkoj destinaciji, implementirati brend te izgraditi i njegovati kvalitetan odnos s medijima, posebno sa blogerima, novinarima i urednicima specijaliziranih časopisa za putovanja i specijaliziranih časopisa za pojedine vrste turističkih proizvoda. S obzirom da današnji putnik članke u časopisima i objave na blogovima percipira više istinitima nego tradicionalni plaćeni oglas, potrebno je kreirati priče za novinarske priloge kojima će se aktivirati turistička potražnja. Odnosi s javnošću trebaju uključiti sljedeće aktivnosti:

- Sudjelovanje na turističkim sajmovima,
- Studijska putovanja za specijalizirane novinare, urednike časopisa, influencere, blogere i ostale utjecajne medije,
- Kontinuiranu komunikaciju sa medijima i širom javnosti.

Sudjelovanje na turističkim sajmovima omogućuje direktnu prezentaciju destinacije i turističke ponude potencijalnim potrošačima, odnosno prezentaciju palete turističkih proizvoda, paket aranžmana i doživljaja dostupnih turistima na području Općine Suhopolje. Za svaku godinu potrebno je donijeti plan nastupa na sajmovima i izabrati one koji su najrelevantniji za prezentaciju konkretnih turističkih proizvoda Općine Suhopolje ciljam turističkim tržištima.

Studijska putovanja za specijalizirane novinare, urednike časopisa, blogere, influencere i ostale utjecajne medije imaju za cilj predstaviti destinacijsku turističku ponudu i specifične sadržaje (proizvode) za pojedine ciljane skupine potrošača. Ključ uspjeha je osigurati sudionicima studijskih putovanja jedinstveni turistički doživljaj svih

elementa turističke ponude kao bi oni ista prenijeli svojim čitateljima i pratiteljima putem članaka u časopisima, uredničkim rubrikama, na blogovima, društvenim mrežama i ostalim medijima.

Kontinuirana komunikacija s medijima i širom javnosti uključuje kontinuirano slanje zanimljivih kratkih priča i aktualnih novosti vezanih uz turističku ponudu. Potrebno je provoditi promotivne aktivnosti i potaknuti medije na objavu reportaža i članaka o posebnim događanjima poput održavanja manifestacija, otvaranja novih smještajnih i ugostiteljskih objekata, otvaranja poučnih i rekreativnih staza, cesta i tematskih puteva ili predstavljanje novih paketa za posebne tržišne segmente.

Za uspješno funkcioniranje odnosa sa javnošću nužno je voditi „press kutak“ na destinacijskoj mrežnoj stranici koja objedinjuje turističku ponudu cjelokupne destinacije te izraditi newsletter koji će sadržavati sve novosti i zanimljivosti o turističkoj ponudi uz mogućnost online prijave na *e-newsletter*.

### **5.2.2. Oglašavanje**

S obzirom na visoke troškove oglašavanja, moguće ga je provoditi prema modelu „udruženog oglašavanja“ Hrvatske turističke zajednice. Sve oglase je potrebno kreirati u skladu sa destinacijskim brendom uz korištenje marketinških konstanti (logo, slogan, odgovarajuću paletu boja). Oglašavati se mogu pojedinačni turistički proizvodi, aktualna događanja, ali i osjećaji vezani uz boravak u destinaciji.

### **5.2.3. Aktivnosti e-marketinga**

Informacijsko-komunikacijske tehnologije, općenito, u velikoj se mjeri koriste u promociji i prodaji turističkih proizvoda. Destinacijsko web mjesto treba biti nositelj e-marketing aktivnosti odnosno središnje promotivno (i prodajno) mjesto te glavni kanal informiranja gostiju. Općina Suhopolje se kao turistička destinacija predstavlja na stranicama <https://tz-suhopolje.hr/>. Turistička zajednica Suhopolje ima zadatak upravljati i unaprjeđivati postojeće destinacijsko web mjesto kao službenu stranicu za promociju cjelokupne destinacije Općine Suhopolje. U tom smislu preporučuju se sljedeće aktivnosti:

- Sadržajno dopuniti trenutnu službenu mrežnu stranicu, pružiti sve potrebne sadržaje potencijalnim posjetiteljima od toga kako doći do destinacije, šta vidjeti, doživjeti, osjetiti u skladu sa definiranom paletom proizvoda koja je osmišljena ovim Strateškim planom te dodati personalizirani planer putovanja u koji korisnici mogu prikupljati i slagati informacije te se ponovo u njega vraćati,
- Redovito ažurirati informacije, objaviti on – line brošure koje se mogu preuzimati, ali i virtualno pregledavati te pratiti sadržaje koje generiraju korisnici na društvenim mrežama, blogovima i sličnim web mjestima i usklađivati ih sa sadržajima na službenom web mjestu,
- Optimizirati službeno mrežno sjedište za tražilice (SEO<sup>19</sup>) kako bi se poboljšala njegova pozicija u rezultatima pretrage tražilica i samim time ostvarila bi se veća vidljivost destinacije,
- Primijeniti marketinške alate, poput *Google Analyticsa*, koji omogućuju praćenje i generiranje detaljnih statističkih prikaza događanja na internetskom sjedištu

<sup>19</sup> Optimizacija internet stranice za internet tražilice.

(primjerice dolazak posjetitelja, njihovo ponašanje i profil, koliko dugo se zadržava, u koje doba dana pristupaju, odakle dolaze),

- Intenzivirati korištenje društvenih mreža u svrhu promocije destinacije je one omogućuju potrošačima lakši pronalazak informacija, interakciju i razvoj dvosmjerne komunikacije s potrošačima - pored Facebooka i Instagrama, preporuča se otvoriti profile na mrežama koje su se specijalizirale u području turizma, putovanja i rekreacije, kao što je TripAdvisor,
- Posvetiti dio službene mrežne stranice za informacije i komunikaciju između poslovnih subjekata (B2B) - animirati poslovne subjekte u destinaciji koji kreiraju turističku ponudu, ali i pružiti informacije potencijalnim poslovnim partnerima s emitivnih tržišta.

#### **5.2.4. Promocijski materijali**

Pored navedenog, za potrebe provođenja komunikacijskih aktivnosti, neophodno je kreirati i izraditi promotivne materijale koje će sadržavati ključne atrakcije destinacije, turističke informacije, informacije o smještajnim kapacitetima i ugostiteljskim objektima, informacije o turističkim proizvodima, turama, izletima i događanjima kojima će se na najbolji način predstaviti destinacijska turistička ponuda. Primjeri odgovarajućih promotivnih materijala uključuju turističke info brošure koje trebaju isticati ukupnost emocija koje će izazvati posjet Općini Suhopolje kao turističkoj destinaciji, zatim brošure za svaki pojedini proizvod te turističke karte kojima se kombinira geografska karta sa različitim turističkim informacijama poput ključnih atrakcija, tematskih, rekreativnih i poučnih staza, smještajnih i ugostiteljskih objekata. Svi promotivni materijali trebaju biti višjezični te dostupni u tiskanoj i online verziji.

#### **5.3. Aktivnosti unaprjeđivanja prodaje**

Unaprjeđenje prodaje uključuje promotivna sredstva kojima se želi potaknuti kupnja ili prodaja proizvoda ili usluge. Aktivnosti unaprjeđenja prodaje trebaju se usmjeriti prema posjetiteljima, turističkim agencijama i posebnim interesnim skupinama poput osnovnih škola, vrtića, visokoškolskih i znanstvenih organizacija, lovačkih udruga, biciklističkih udruga, ostalih rekreativnih udruga i slično. Također je važno organizirati i studijska putovanja kojima će se dodatno unaprijediti prodaja, ali i implementirati brend Općine Suhopolje kao plamečke oaze između UNESCO destinacija u kojoj plemstvo i dalje živi, u kojoj se možete kretati putevima grofa Janković i odmoriti dušu i tijelo.

Ključne aktivnosti unaprjeđenja prodaje trebaju uključiti sljedeće:

- Razvoj suradnje sa specijaliziranim turističkim posrednicima,
- Organizacija studijskih putovanja za specijalizirane posrednike,
- Organizacija studijskih putovanja za posebne interesne skupine posjetitelja,
- Razvoj suradnje s osnovnim i srednjim školama, visokoškolskim i znanstvenim institucijama,
- Razvoj suradnje s interesnim udrugama (kulturni, lovnim, rekreativnim..).

## **5.4. Istraživanje tržišta i interni marketing**

### **5.4.1. Aktivnosti istraživanja tržišta**

Aktivnosti istraživanja tržišta podrazumijevaju kontinuirano prikupljanje informacija te stvaranje informacijske podloge za donošenje odluka vezanih uz podizanje kvalitete ponude, odnosno njezine interpretacije i prezentacije, zatim daljnje poduzimanje promocijskih i prodajnih aktivnosti te uz sveukupno podizanje razine zadovoljstva posjetitelja Općine Suhopolje.

Istraživanje posjetitelja treba osigurati relevantne podatke o socio-demografskom profilu posjetitelja, motivaciji za posjet, zadovoljstvu posjetitelja pojedinim elementima turističke ponude, uključujući zadovoljstvo organiziranim izletima, interpretacijom turističkih atrakcija, kvalitetom smještajnih objekata, kvalitetom ugostiteljske ponude i turističkih vodiča. Istraživanja posjetitelja trebaju uključiti i istraživanja obilježja putovanja (primjerice: način dolaska do turističke destinacije, broj dana boravka u destinaciji), analizu izdataka posjetitelja i ukupnu potrošnju u destinaciju te utjecaj primijenjenih sredstava marketinške komunikacija na proces donošenja odluke o putovanju. Ključnu ulogu u procesu istraživanja tržišta treba preuzeti budući Centar za posjetitelje "Dvorac Janković" kao središnja točka turističke ponude Općine Suhopolje.

### **5.4.2. Aktivnosti internog marketinga**

U svrhu stvaranja pozitivne klime za razvoj turizma na području cjelokupne destinacije Općine Suhopolje potrebno je poduzeti niz aktivnosti internog marketinga usmjerenih prema dionicima u turizmu, ali i široj lokalnoj zajednici. Splet aktivnosti internog marketinga treba uključiti podizanje svijesti nositelja javnog sektora o potrebi podrške privatnom sektoru u razvoju turizma te motivaciju lokalnog privatnog sektora za bavljenje turizmom uz podizanje njihovih poduzetničkih vještina. Konkretno aktivnosti trebaju obuhvatiti:

- Prezentaciju Strateškog plana razvoja turizma Općine Suhopolje široj javnosti poradi informiranja o aktivnostima razvoja turizma i turističkog proizvoda u narednom planiranom razdoblju,
- Informiranje dionika u turizmu, ali i cijele lokalne zajednice, o načinima primjene i implementacije brenda,
- Planiranje, osmišljavanje i provođenje edukacijskih programa i radionica koje će obuhvatiti sljedeće teme: pristupi interpretaciji kulturne i prirodne baštine u svrhu povećanja kvalitete prezentacije turističkih proizvoda, zakonska regulativa u turizmu, specifičnosti turističkog tržišta i suvremenih potrošača, kako ugostiti turističke potrošače i upravljati njihovim vremenom, mogućnosti uspostavljanja partnerstva poradi unaprjeđenja turističke ponude, razvoj suradnje dionika i slično,
- Organizaciju studijskih putovanja u destinacije „primjere dobre prakse“.

## 6. AKCIJSKI PLAN I VREMENSKI OKVIR PROVEDBE

Akcijski plan je logični nastavak operacionalizacije SPT koji prikazuje neophodne aktivnosti za postizanje željene razine razvoja turizma na području Općine Suhopolje do 2024. godine, sukladno interesima uključenih dionika i lokalne zajednice u cjelini. S obzirom na detaljnu razradu i opis potrebnih akcija za dostizanje željenih ciljeva do 2024. godine u poglavljima 4. i 5., u akcijskom planu su navedene objedinjene aktivnosti kojima će se uspostaviti potrebni turistički proizvodi i infrastruktura te unaprijediti marketinška komunikacija i prodaja, uz prikaz dionika zaduženih za provedbu svake od aktivnosti, kao i vremenskog okvira za provedbu iste.

Tablica 29: Akcijski plan i vremenski okvir provedbe

RAZINA PLANA	PLAN AKTIVNOSTI	NOSITELJI I SUDIONICI	2020.	2021.	2022.	2023.	2024.
Strateški cilj 1	Razvoj i kontinuirano unaprjeđenje turističkih proizvoda						
Operativni cilj 1.1.	Razvoj i unaprjeđenje Kulturnog turizma – turizam naslijeđa						
Aktivnosti	Kreiranje turističkog proizvoda „Plemićka ruta kroz Virovitičko-podravsku županiju“	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje, Centar za posjetitelje Dvorac Janković Suhopolje, RA VIDRA, Kulturna udruga KrEdA, zainteresirani OPG-i, poduzetnici i udruge					
	Redizajniranje i nadogradnja postojeće manifestacije „Dani arheologije“ po načelu „living history“	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje, Kulturna udruga KrEdA, zainteresirani OPG-i, poduzetnici i udruge					
	Kreiranje međusobno povezanih i kompatibilnih kulturno-edukativnih cesta i putova temeljenih na značajnim kulturnim atrakcijama	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje, Kulturna udruga KrEdA, Centar za posjetitelje Dvorac Janković Suhopolje, zainteresirani OPG-i, poduzetnici i udruge					

	Kreiranje portfelja turističkih događanja povezanog s lokalnom kulturom i brendom grofova Janković	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje, Kulturna udruga KrEdA, Centar za posjetitelje Dvorac Janković Suhopolje, zainteresirani OPG-i, poduzetnici i udruge					
	Održavanje novih događaja sukladno definiranom portfelju uz redovita praćenja njihovih učinaka s ciljem unaprjeđenja i izmjena istih	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje, Kulturna udruga KrEdA, Centar za posjetitelje Dvorac Janković Suhopolje, zainteresirani OPG-i, poduzetnici i udruge					
	Kreiranje portfelja i uspostavljanje visoko atraktivnih proizvoda kulture života i rada uz kontinuirane izmjene i dopune istih sukladno interesima ciljanog segmenta potražnje	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje, Kulturna udruga KrEdA, Centar za posjetitelje Dvorac Janković Suhopolje, zainteresirani OPG-i, poduzetnici i udruge					
<b>Operativni cilj 1.2.</b>	<b>Zdravstveni turizam – turizam kulture zdravlja</b>						
<b>Aktivnosti</b>	Organiziranje sastanaka, razmatranje alternativa te utvrđivanje budućeg integralnog proizvoda zdravstvenog turizma u suradnji s ključnim dionicima	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje					
	Ustrojavanje i aktivno djelovanje formalnog ili neformalnog tijela za promicanje kulture zdravlja i zdravog načina života (udruga, odbor, savjet)	Općina Suhopolje, TZ Općine Suhopolje					
	Kreiranje „detoks“ programa namijenjenih poslovnim ljudima i ostalima željnih oslobađanja stresne svakodnevnice	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje, zainteresirani OPG-i, poduzetnici i udruge					
	Osmišljavanje i izrada specifičnih turističkih proizvoda s temom zdrave prehrane, prevencije zdravlja, rekreacije na otvorenom, aromaterapije, apiterapije, ovisno o interesima i ambicijama lokalnih dionika	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje, Kulturna udruga KrEdA, Centar za posjetitelje Dvorac Janković Suhopolje, zainteresirani OPG-i, poduzetnici i udruge					

<b>Operativni cilj 1.3.</b>	<b>Razvoj i unaprjeđenje eno i gastro turizma</b>					
<b>Aktivnosti</b>	Kreiranje i izrada detaljnog dizajna gastro turističkog proizvoda „Mlinarev put“	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje, Mjesni odbor Cabuna, Kulturna udruga KrEdA, zainteresirani OPG-i, poduzetnici i udruge				
	Kreiranje i izrada detaljnog dizajna turističkog proizvoda „Grofove vinske ceste“	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje, Kulturna udruga KrEdA, zainteresirani OPG-i, poduzetnici i udruge				
<b>Operativni cilj 1.4.</b>	<b>Razvoj i unaprjeđenje sportsko-rekreacijskog turizma</b>					
<b>Aktivnosti</b>	Redizajniranje postojeće manifestacije BuB – biciklom u Bukovu te kontinuirano obogaćivanje manifestacije	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje, Savjet mladih Općine Suhopolje, zainteresirane udruge				
	Osmišljavanje <i>trekking</i> i poučne staze	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje, zainteresirani OPG-i, poduzetnici i udruge				
	Organiziranje međunarodnih lovačko-streljačkih natjecanja i lovno-turističkih manifestacija namijenjene popularizaciji lovnog turizma	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje, Lovačke udruge, Lovački savez VPŽ, Hrvatski lovački savez				
<b>Strateški cilj 2</b>	<b>Izgradnja i opremanje turističke infrastrukture</b>					
<b>Operativni cilj 2.1.</b>	<b>Građenje i uređivanje Centara za posjetitelje, interpretacijskih centara i turističkih informativnih centara</b>					
<b>Aktivnosti</b>	Dovršetak radova i puštanje u rad Centra za posjetitelje Dvorac Janković Suhopolje	VPŽ, RA VIDRA, TZ, Općine Suhopolje, Općina Suhopolje				



	Uspostavljanje Centra za kulturu zdravlja po obnovi dvorca Janković u Cabuni, usmjerenog na podizanje kulture zdravog načina prehrane te mijenjanja životnih navika u svrhu prevencije najvećih globalno zdravstvenih problema	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje, Mjesni odbor Cabuna, Kulturna udruga KrEdA, zainteresirani OPG-i, poduzetnici i udruge					
	Uspostavljanje perivoja oko Centra u Cabuni s aromatičnim, ljekovitim i eteričnim biljem s ciljem stvaranja „inhalatornog parka“ uz instaliranje opreme i sadržaja za fitness i wellness na otvorenom	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje, zainteresirani OPG-i, poduzetnici i udruge					
<b>Operativni cilj 2.2.</b>	<b>Građenje i opremanje građevina i turističke infrastrukture za pružanje turističkih i ugostiteljskih usluga</b>						
<b>Aktivnosti</b>	Utvrđivanje lokacija s ključnim dionicima te uspostava api centra ili komora u okviru Centra u Cabuni ili u sklopu pojedinih OPG-a (pčelara) uz kontinuirani rad na dopuni i poboljšanju ponude u okviru ovog proizvoda	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje, Mjesni odbor Cabuna					
	Opremanje lovišta prikladnim gospodarskim, tehničkim, smještajnim i ugostiteljskim objektima	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje, Lovačke udruge, Lovački savez VPŽ, Hrvatski lovački savez					
	Poticanje i otvaranje smještajnih kapaciteta prilagođenih pojedinom tržišnom segmentu (lovni turizam, bike & bed standard i sl.)	Općina Suhopolje, TZ Suhopolje, zainteresirani OPG-i, poduzetnici i lokalno stanovništvo					
<b>Operativni cilj 2.3.</b>	<b>Trasiranje, obilježavanje i opremanje novih i postojećih tematskih staza, puteva i cesta</b>						
<b>Aktivnosti</b>	Kontinuirano unaprjeđenje Plemićke ruta kroz Virovitičko-podravsku županiju	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje, Centar za posjetitelje Dvorac Janković Suhopolje, RA VIDRA, Kulturna udruga KrEdA, zainteresirani OPG-i, poduzetnici i udruge					
	Trasiranje i kontinuirano unaprjeđenje međusobno povezanih i kompatibilnih kulturno-edukativnih cesta i putova temeljenih na značajnim kulturnim atrakcijama	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje, Kulturna udruga KrEdA, Centar za posjetitelje Dvorac Janković Suhopolje, zainteresirani OPG-i, poduzetnici i udruge					



	Formiranje i uređenje rute „Mlinarev put“ uz kontinuirani rad na dopuni i poboljšanju ponude u okviru ovog proizvoda	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje, Mjesni odbor Cabuna, Kulturna udruga KrEdA, Centar za posjetitelje Dvorac Janković Suhopolje, zainteresirani OPG-i, poduzetnici i udruge					
	Formiranje i uređenje rute „Grofove vinske ceste“ uz kontinuirani rad na dopuni i poboljšanju ponude u okviru ovog proizvoda	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje, Kulturna udruga KrEdA, Centar za posjetitelje Dvorac Janković Suhopolje, zainteresirani OPG-i, poduzetnici i udruge					
	Opremanje novih i postojećih biciklističkih staza adekvatnom turističkim signalizacijom i interpretacijom te uobičajenim potrebnim pratećim sadržajima	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje, TZ VPŽ, Biciklistički klubovi VPŽ, zainteresirane udruge					
	Formiranje i uređenje <i>trekking</i> i poučne staze uz kontinuirani rad na dopuni i unaprjeđenju sadržaja	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje, zainteresirani OPG-i, poduzetnici i udruge					
	Uspostavljanje, kontinuirano prilagođavanje i održavanje interpretacijskih sadržaja uz glavne atrakcije	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje, Kulturna udruga KrEdA, Centar za posjetitelje Dvorac Janković Suhopolje, zainteresirani OPG-i, poduzetnici i udruge					
<b>Strateški cilj 3</b>	<b>Unaprjeđenje prodaje i marketinška komunikacija</b>						
<b>Operativni cilj 3.1.</b>	<b>Tržišno pozicioniranje i elementi vizualnog identiteta</b>						
<b>Aktivnosti</b>	Kreiranje i trajno unaprjeđenje vizualnog identiteta temeljenog na kulturi (nasljeđe grofovske obitelji Janković, keltska kultura, gastronomija, mlinarstvo, pčelarstvo), prirodi (zaštićena područja – Papuk i Drava, samoniklo bilje, zajednica ptica pčelarica) i aktivnom odmoru (biciklizam, lov)	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje, Centar za posjetitelje Dvorac Janković Suhopolje, Kulturna udruga KrEdA, zainteresirani OPG-i, poduzetnici i udruge					

	Korištenje vizualnog identiteta na svim tiskanim i promocijskim materijalima, kao i kod razvoja svih proizvoda, infrastrukture i sl.	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje, Centar za posjetitelje Dvorac Janković Suhopolje, Kulturna udruga KrEdA, zainteresirani OPG-i, poduzetnici i udruge					
<b>Operativni cilj 3.2.</b>	<b>Marketinška komunikacija</b>						
<b>Aktivnosti</b>	Kreiranje i trajno unaprjeđenje vizualnog identiteta temeljenog na kulturi (nasljeđe grofovske obitelji Janković, keltska kultura, gastronomija, mlinarstvo, pčelarstvo), prirodi (zaštićena područja – Papuk i Drava, samoniklo bilje, zajednica ptica pčelarica) i aktivnom odmoru (biciklizam, lov)	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje, Centar za posjetitelje Dvorac Janković Suhopolje, Kulturna udruga KrEdA, zainteresirani OPG-i, poduzetnici i udruge					
	Sudjelovanje na turističkim sajmovima i kontinuirana komunikacija s medijima i širom javnosti	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje, Centar za posjetitelje Dvorac Janković Suhopolje, Kulturna udruga KrEdA, zainteresirani OPG-i, poduzetnici i udruge					
	Organiziranje studijskih putovanja za specijalizirane novinare, blogere i posebne interesne skupine	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje, Centar za posjetitelje Dvorac Janković Suhopolje					
	Sadržajno dopunjavanje službene mrežne stranice sukladno definiranom paletom proizvoda u SPT-u te redovito ažuriranje informacija	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje					
	Provođenje promotivnih aktivnosti na društvenim mrežama	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje, Centar za posjetitelje Dvorac Janković Suhopolje, Kulturna udruga KrEdA, zainteresirani OPG-i, poduzetnici i udruge					
	Korištenje marketinških alata poput <i>Google Analyticsa</i> i optimiziranje službene mrežne stranice za tražilice ( <i>SEO</i> )	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje, Centar za posjetitelje Dvorac Janković Suhopolje					
	Izrada promotivnih materijala	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje, Centar za posjetitelje Dvorac Janković Suhopolje, Kulturna udruga KrEdA, zainteresirani OPG-i, poduzetnici i udruge					

Operativni cilj 3.3.	Aktivnosti unaprjeđivanja prodaje					
Aktivnosti	Razvoj suradnje sa specijaliziranim turističkim posrednicima i posebnim interesnim skupinama	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje, Centar za posjetitelje Dvorac Janković Suhopolje, Kulturna udruga KrEdA, zainteresirani OPG-i, poduzetnici i udruge				
	Razvoj suradnje s interesnim udrugama	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje, Centar za posjetitelje Dvorac Janković Suhopolje, Kulturna udruga KrEdA, zainteresirani OPG-i, poduzetnici i udruge				
	Razvoj suradnje s osnovnim i srednjim školama te visokoškolskim i znanstvenim institucijama	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje, Centar za posjetitelje Dvorac Janković Suhopolje				
	Organizacija studijskih putovanja za posjetitelje i specijaliziranje posrednike	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje, Centar za posjetitelje Dvorac Janković Suhopolje				
Operativni cilj 3.4.	Istraživanje tržišta i interni marketing					
Aktivnosti	Kontinuirano provođenje tržišnih istraživanja i vođenje evidencija o posjetiteljima	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje, Centar za posjetitelje Dvorac Janković Suhopolje, Kulturna udruga KrEdA, zainteresirani OPG-i, poduzetnici i udruge				
	Izraditi plan integralnog upravljanja turističkim proizvodima te ustrojiti standarde kvalitete i označavanja, praćenja i evaluacije	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje				
	Formiranje interesnog udruženja ili tijela za upravljanje razvojem turizma (opće ili specijalizirano)	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje				
	Kontinuirano održavanje informativnih i radnih sastanaka na formalnoj (tijelo za upravljanje razvojem turizma) i neformalnoj razini	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje				

	Uspostavljanje pokazatelja i evidencije za praćenje te praćenje i prikaz uspješnosti realizacije SPT	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje					
	Planiranje i kontinuirano provođenje edukacije za privatni i civilni sektor te lokalno stanovništvo (interpretatori kulturne i prirodne baštine, turističke vodiče i sl.)	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje, Centar za posjetitelje Dvorac Janković Suhopolje, Kulturna udruga KrEdA, VŠMTI					
	Organizacija studijskih putovanja u druge destinacije	TZ Općine Suhopolje, Općina Suhopolje, Kulturna udruga KrEdA, zainteresirani OPG-i, poduzetnici i udruge					

## POPIS LITERATURE

### *Knjige i članci*

1. Bessière, J. (2013): *'Heritagisation', a challenge for tourism promotion and regional development: an example of food heritage*, Journal of Heritage Tourism, 8:4, pp. 275-291
2. Fields, K (2002): *Demand for the gastronomy tourism product: motivational factors* in in Hjalager, A., Richards, G. ed.: *Tourism and gastronomy*, Routledge, London
3. Geić, S. (2011): *Menadžment selektivnih oblika turizma*. Split: Sveučilišni studijski centar za stručne studije
4. Hall, M.C. and Sharples, L. (2003): *The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste* in Hall, C. M., Cambourne, B., Sharples, L., Macionis, N., & Mitchell, R. ed. *Food Tourism Around the World development, management and markets*, Elsevier, Oxford, pp. 1-24
5. Herrera, C.F. (2012): *Gastronomy's importance in the development of tourism destinations in the world* in Jordan P. ed. *World Tourism Organization, Global Report on Food Tourism*, UNWTO, Madrid pp. 6-8
6. Kovačević, B., Kovačević, M., (2006): *Lovni turizam*. U: Čorak, S., Mikačić, V. (ur.) (2006): *Hrvatski turizam plavo bijelo zeleno*. Zagreb: Institut za turizam
7. Kušen, E (2002): *Turistička atrakcijska osnova*, Institut za turizam, Zagreb
8. Ruiz de Lera, E. (2012): *Gastronomy as a factor in branding Spain* in OECD Food and tourism experience: The OECD-Korea Workshop, OECD Studies on Tourism, OECD Publishing, pp. 115-122
9. Shahrim Ab Karim & Christina Geng-Qing Chi (2010) *Culinary Tourism as a Destination Attraction: An Empirical Examination of Destinations' Food Image*, Journal of Hospitality Marketing & Management, 19:6, 531-555
10. Tubić, D. (2019): *RURALNI TURIZAM: od teorije do empirije*. Virovitica: Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici
11. Vukonić, B., Čavlek, N. (ur.) (2001): *Rječnik turizma*. Zagreb: Masmedia

### *Razvojni dokumenti*

1. Akcijski plan za razvoj cikloturizma u prekograničnom području (VPŽ i grad Barcs)
2. Institut za turizam (2012) *Glavni plan i strategija razvoja turizma RH*, Izveštaj 9

3. Master plan turizma Virovitičko-podravske županije 2009.-2019.
4. Prostorni plan Općine Suhopolje, 2005.
5. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine
6. Strateški razvojni program Općine Suhopolje za razdoblje do 2020.godine
7. Županijska razvojna strategija Virovitičko-podravske županije za razdoblje do kraja 2020. godine

*Internet izvori*

1. Državni zavod za statistiku, dostupno na: <https://www.dzs.hr/>
2. European Economic and Social Committee (EESC), dostupno na: <https://www.eesc.europa.eu/en>
3. Google karte, dostupno na: <https://www.google.hr/maps/>
4. Hrvatska regulatorna agencija za mrežne djelatnosti (HAKOM), dostupno na: <https://www.hakom.hr/>
5. HŽ putnički prijevoz, dostupno na: <https://prodaja.hzpp.hr/>
6. Mintel (2011), Cultural and Heritage Tourism International - 2010, dostupno na: Mintel, <https://reports.mintel.com/display/525393/>
7. Općina Suhopolje, dostupno na: <https://www.suhopolje.hr/>
8. Turistička zajednica Općine Suhopolje, dostupno na: <https://www.tz-suhopolje.hr/>
9. Turistička zajednica Virovitičko-podravske županije, dostupno na: <http://www.tzvpz.hr/>
10. United Nations World Tourism Organization, dostupno na: <https://www.unwto.org/>

## POPIS ILUSTRACIJA

### *Popis slika*

Slika 1: Ciljevi Strateškog plana razvoja turizma na području Općine Suhopolje .....	2
Slika 2: Broj ostvarenih turističkih dolazaka po turističkim zajednicama .....	31
Slika 3: Broj ostvarenih turističkih noćenja po turističkim zajednicama.....	32
Slika 4: Položaj Općine Suhopolje u Virovitičko-podravskoj županiji .....	33
Slika 5: Općina Suhopolje s pripadajućim naseljima .....	34
Slika 6: Vozni red izravnih vlakova na relaciji Suhopolje → Osijek na datum 11. prosinca 2019. godine .....	36
Slika 7: Vozni red izravnih vlakova na relaciji Osijek → Suhopolje na datum 11. prosinca 2019. godine .....	36
Slika 8: Vozni red izravnih vlakova na relaciji Suhopolje → Zagreb na datum 11. prosinca 2019. godine .....	37
Slika 9: Vozni red izravnih vlakova na relaciji Zagreb → Suhopolje na datum 11. prosinca 2019. godine .....	37
Slika 10: Prikaz korištenja brzina pristupa širokopojasnom internetu kućanstava s područja Općine Suhopolje.....	41
Slika 11: Portfelj ključnih turističkih proizvoda .....	47

### *Popis tablica*

Tablica 1: Strateški i operativni ciljevi razvoja turizma na području Općine Suhopolje	3
Tablica 2: Usklađenost Strateškog plana razvoja turizma na području Općine Suhopolje s razvojnim dokumentima na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini .....	6
Tablica 3: Značajni dionici u razvoju turizma na području Općine Suhopolje .....	8
Tablica 4: 1. Geološke značajke prostora.....	11
Tablica 5: 2. Vode.....	12
Tablica 6: 3. Biljni svijet (prirodni i uzgojeni) .....	13
Tablica 7: 4. Životinjski svijet (divlje i domaće životinje) .....	14
Tablica 8: 5. Prirodna baština .....	15
Tablica 9: 6. Kulturno-povijesna baština .....	16
Tablica 10: 7. Kultura života i rada .....	18
Tablica 11: 8. Znamenite osobe i povijesni događaji .....	20
Tablica 12: 9. Manifestacije .....	21
Tablica 13: 10. Sportsko-rekreacijske građevine i tereni .....	23
Tablica 14: 11. Turističke staze, putovi, ceste .....	24
Tablica 15: Smještajni objekti na području VPŽ.....	25
Tablica 16: Turističko-ugostiteljski subjekti na području Općine Suhopolje .....	27
Tablica 17: Događanja i manifestacije na području Općine Suhopolje .....	28
Tablica 18: Turistički promet na području VPŽ .....	31
Tablica 19: Cestovna udaljenost Općine Suhopolje od gradova na području VPŽ, većih gradova na području RH i najbližeg graničnog prijelaza.....	35



Tablica 20: Broj stanovnika na području Općine Suhopolje prema popisima stanovništva iz 1991., 2001. i 2011. godine.....	37
Tablica 21: Obilježja stanovnika na području Općine Suhopolje i Virovitičko-podravske županije prema popisu stanovništva iz 2011. godine .....	38
Tablica 22: Stanovništvo Općine Suhopolje prema starosti i spolu prema popisu stanovništva iz 2011. godine .....	38
Tablica 23: Obrazovna struktura stanovništva starog 15 i više godina prema popisu stanovništva iz 2011. godine .....	39
Tablica 24: Srednja mjesečna i godišnja temperatura zraka u°C .....	40
Tablica 25: Apsolutne maksimalne i minimalne temperature zraka .....	40
Tablica 26: Srednja mjesečna i godišnja količina oborina u mm po godišnjim dobima i u vrijeme vegetacijskog razdoblja:.....	40
Tablica 27: SWOT analiza turizma Općine Suhopolje .....	44
Tablica 28: Strateški i operativni ciljevi razvoja turizma na području Općine Suhopolje .....	46
Tablica 29: Akcijski plan i vremenski okvir provedbe .....	64