

Strategija razvoja turizma Grada Grubišnoga Polja

2018 - 2025

LIPANJ, 2019

Izradio:

T&MC | Group



Naručitelj:

Grad Grubišno Polje
Trg bana Josipa Jelačića 1
HR-43290 Grubišno Polje



Dokument izradili:

T&MC Group

Amruševa 19
HR-10000 Zagreb
Tel: +385 1 4811 230
www.tmc-holding.com

Sudjelovali u izradi dokumenta:

T&MC Group

- ❖ Dr.sc. Damir Novotny, *Managing Partner*
- ❖ Mag.oec. Ksenija Čulubrk, *Senior Managing Consultant*
- ❖ MBA Vedran Sablić, *Consultant*
- ❖ Univ.bacc.oec. Anton Knežević, *Consultant*
- ❖ Mag.oec. Tena Magličić, *Consultant*

Izradu ovog dokumenta sufinancirala Europska unija - EPFRD



Sadržaj

1. UVOD	5
1.1. Zašto strategija: četiri razloga za pristup izradi Strategije razvoja turizma	6
1.2. Pristup i metodologija izrade strategije	8
1.3. Strateški dokumenti višeg reda	8
1.4. Financiranje – EU fondovi	12
2. ANALIZA STANJA I DIJAGNOZA: GDJE SMO?	14
2.1. Područje koje obuhvaća strategija i razumijevanje turističke destinacije	14
2.2. Turistička statistika iz okruženja	16
2.3. Turistički pokazatelji destinacije	19
2.4. Pregled turističkih potencijala na području Grada	21
2.4.1. Materijalna baština i biciklističke staze	21
2.4.2. Kulturno-povijesna baština	22
2.4.3. Nematerijalna baština	25
2.4.4. Povijesni resursi	27
2.4.5. Smještajni kapaciteti	29
2.5. Turistička SWOT analiza	31
2.6. Ključni izazovi razvoja turizma na području Grada	33
3. ANALIZA TRŽIŠTA: ŠTO SE DOGAĐA U OKRUŽENJU?	35
3.1. Globalni turistički trendovi	35
3.2. Turizam u široj destinaciji Panonske nizine - primjeri dobre prakse	43
3.3. Segmentacija tržišta potražnje za turističkim proizvodima destinacije	48
4. VIZIJA I CILJEVI RAZVOJA TURIZMA: NAŠ SMJER	50
4.1. Vizija i ciljevi razvoja turizma na području Grada	50
4.2. Ključni činitelji uspjeha	52
5. STRATEGIJA: KAKO ĆEMO OSTVARITI CILJEVE?	54
5.1. Strateški koncept turističke destinacije Grubišno Polje	54
5.2. Prioriteti intervencije i strateška područja djelovanja	58
5.2.1. Razvoj turističke infrastrukture	61
5.2.2. Turistički marketing	63
5.2.3. Upravljanje destinacijom	65

5.2.4. Okvirni uvjeti za razvoj turizma	68
6. GLAVNI IMPLEMENTACIJSKI PROJEKTI	70
7. MONITORING I EVALUACIJA.....	81
LITERATURA.....	85
POPIS SLIKA.....	86
POPIS TABLICA	87

1. UVOD

Grad Grubišno Polje jedinica je lokalne samouprave u istočnom dijelu Bjelovarsko-bilogorske županije, udaljena 40 kilometara od središta županije, Grada Bjelovara. Na području Grada postoje 24 naselja, a naselje s najviše stanovnika je Grubišno Polje (2.917). Prema popisu stanovništva Hrvatske iz 2011. godine, na području Grada živi ukupno 6.478 stanovnika. Grad se prostire na površini od 269 km², a okružen je susjednim općinama Đulovac, Končanica, Hercegovac, Veliki Grđevac unutar županije te graniči s Gradom Viroviticom i Općinom Špišić Bukovica na sjeveru. S obzirom na prometnu povezanost, kroz područje Grada prolazi nekoliko državnih i županijskih cesta, a izgrađeno je 10 lokalnih cesta. Grad Grubišno Polje odlično je prometno povezan s obzirom da se nalazi na longitudinalnim i transverzalnim pravcima postojećeg sustava državnih cesta i brzih cesta koje se planiraju izgraditi.

Postojeći Strateški razvojni program grada Grubišnoga Polja za razdoblje 2015. - 2020.g. pretpostavlja tri najvažnija razvojna cilja:

1. Održivi razvoj gospodarstva i podizanje njegove konkurentnosti,
2. Unapređenje društvene i komunalne infrastrukture te podizanje kvalitete života,
3. Razvoj ljudskih potencijala i poboljšanje demografskih kretanja.

Razvoj turizma definiran je kao jedan od razvojnih prioriteta, odnosno područje intervencije kako bi se ostvario postavljeni opći razvojni cilj održivog razvoja gospodarstva te podizanja njegove konkurentnosti. U okviru ovog prioriteta preporučena je izgradnja i obnova javne turističke infrastrukture, ali i unapređenja postojeće te poticanje novih turističkih proizvoda.

Trendovi u modernom turizmu pokazuju porast potražnje za nematerijalnim aspektima turističke ponude, a doživljaj potrošača je u središtu pozornosti. S obzirom da se ruralna područja u Hrvatskoj suočavaju sa značajnim demografskim problemima, ruralni turizam predstavlja jedan od odgovora na pitanje kako revitalizirati ruralna područja. Ruralni turizam može doprinijeti ekonomskoj diversifikaciji i stvaranju novih radnih mjesta, pogotovo za mlade osobe.

Prostor Grada bogat je materijalnom i nematerijalnom baštinom. Od kulturnih znamenitosti na području Grada postoji nekoliko sakralnih objekata, etno kuće "Bilogora" i "Ivanovo Selo", samostan Sestra milosrdnica koji uključuje spomen sobu Ivana Nepomuka Jemeršića te spomen sobu hrvatskih branitelja. Na prostoru Grada registriran je ambar u Ulici braće Radić 28 koji je građen 1860.-70. godine, a odnosi se na jednokatnu zgradu pravokutnog tlocrta.

Osim navedenog, na području Grada nalazi se nekoliko arheoloških nalazišta. Prostor Grubišnoga Polja karakterizira prostor očuvanih livada uz rijeku Ilovu te Bilogora s bogatim šumama hrasta i bukve. Izletišta Bara, rijeka Ilova, pet sportskih ribnjaka i šume bogate su ribom te niskom i visokom divljači poput šarana, soma, babuške, amura, jelene divljači, divlje svinje, pernate divljači, žečeva i ostalo. Na području Grubišnoga Polja nalaze se područje pod zaštitom Natura 2000 gdje su zabilježene zaštićene vrste životinja. Turistička zajednica Grada Grubišnoga Polja organizira na prostoru Grada razne manifestacije, a jedna od poznatih manifestacija je sajam sira u Grubišnom Polju.

Kvaliteta okoliša na području Grada predstavlja veliku mogućnost za razvoj eko-turizma koji donosi ekonomsku korist lokalnom stanovništvu i istovremeno doprinosu očuvanju okoliša. Eko-turizam se sastoji od tri dimenzije: okolišna, sociološka i ekonomska. Eko-turizam može značajno doprinijeti ruralnom razvoju te biti pokretač ukupnog socio-ekonomskog razvoja Grada.

Ovaj dokument se nastavlja na Strateški razvojni program grada Grubišnoga Polja za razdoblje 2015. - 2020.g. te definira Strategiju razvoja turizma na području Grada kao jednog od gospodarskih sektora i predstavlja strateški okvir za razvoj turističkih djelatnosti u Gradu, definira sektorske prioritete intervencije, strateške projekte te plan djelovanja u razdoblju 2018.-2025.g. Izabrano razdoblje prelazi iz razdoblja financijske perspektive EU 2014.-2020., te ulazi u novu financijsku perspektivu Europske unije 2021.-2025. Financiranje strateških projekata, odnosno izabranih intervencijskih prioriteta će biti oslonjeno na mogućnosti sufinanciranja iz fondova ruralnog razvoja Europske unije, tako da se i razdoblje važenja ove strategije poklapa s financijskim razdobljima EU.

1.1. Zašto strategija: četiri razloga za pristup izradi Strategije razvoja turizma

Prostor Grada i šireg okruženja predstavlja veliki neiskorišteni potencijal za razvoj turizma

Područje Grada predstavlja značajan potencijal za razvoj turizma koji može biti snažan pokretač ukupnog socio-ekonomskog razvoja u post-industrijskom vremenu. Osim agroturizma i eko-turizma na širem području istočne Hrvatske moguće je razviti ponudu sportsko-rekreativnih aktivnosti, npr. ciklo-turizam, pješačenje i ribolovni turizam kao oblike aktivnog turizma koji bilježe značajan rast u Europi. Unatoč tome što na području Bjelovarsko-bilogorske županije već postoje lokalne i županijske biciklističke staze, ovaj turistički proizvod nije dovoljno valoriziran niti komercijaliziran. Atraktivnost ruralnog prostora Grada i županije također se sastoji i u prirodnim atrakcijama, bogatstvu kulturno-povijesne baštine i lokalne gastronomije. Nedovoljna iskorištenost turističkih potencijala ovog

područja Republike Hrvatske se može tražiti u izostanku strateškog (dugoročnog) planiranja, odnosno planiranja aktivnih mjera vladinih politika i politika lokalne samouprave u ovom gospodarskom sektoru koje bi imale za cilj razvoj turističke infrastrukture, razvoj ponude i privlačenje ulaganja.

Rast broja noćenja turista u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji

Prema podacima DZS u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji u 2017. godini zabilježeno je 69.756 noćenja što je 114% više u odnosu na 2013. godinu kada je broj noćenja u županiji iznosio 32.565. S obzirom na rast broja noćenja na području županije, Grad Grubišno Polje mora izgraditi adekvatnu turističku infrastrukturu.

Tržište turizma bilježi velike promjene, navike turista se mijenjaju

Razvoj digitalnih tehnologija, rast ekološke svijesti i promjene u načinu života značajno mijenjanju način na koji turizam djeluje, uključujući i turističke destinacije. Jačanje branda destinacije, personalizirani doživljaj te općenito iskustvo posjete lokacije postaju glavni prioriteti destinacijskog managementa i povezanih dionika. Današnji turisti zahtijevaju raznovrsnu ponudu: doživljaj koji je “eco-friendly” i odražava autentičnost turističke destinacije kroz kulturu, hranu i sport. Tradicionalne načine informiranja zamjenjuju društvene mreže, mobilne platforme i pametne tehnologije. Izazovi koje donosi starenje populacije i “baby-boom” generacija te istovremeni rast mladih putnika (Y i Z generacija) zahtijeva jedinstveno i specifično iskustvo s prilikom za stjecanje novijih iskustva. S obzirom na mnoge prednosti koje nudi području županije i okolice, Grubišno Polje mora iskoristiti aktualne trendove kako bi razvili turističke proizvode koji zadovoljavaju potrebe modernog turista.

Suradnja i zajednička vizija ključni su čimbenici uspjeha turističke destinacije

Suradnja i zajednička vizija su ključni u uspjehu turističke destinacije. Grad Grubišno Polje suočen je s problemom nedovoljnog broja smještajnih kapaciteta. U novije doba na tržištu se pojavio veći broj igrača koji nude smještajne kapacitete. Uspjeh pojedinog igrača značajno utječe na ugled same destinacije na tržištu turizma i kapacitet kako bi se ostvario zajednički cilj – veliko zadovoljstvo turista u svim pogledima u vremenima pametnih tehnologija gdje svako negativno iskustvo postaje dostupno javnosti. S druge strane, prepoznatljivost Grada kao turističke mikro-lokacije ovisi o prepoznatljivosti šire regije. Sukladno navedenom, ovaj strateški dokument odgovara na ključne izazove, trendove i promjene s kojima se Grad Grubišno Polje susreće kako bi ostao konkurentan i nastavio razvoj na području turizma.

1.2. Pristup i metodologija izrade strategije

U izradi Strategije razvoja turizma Grada za razdoblje 2018.-2025.g. primijenjen je pristup i najbolja praksa izrade turističkih strategija u EU. Pristup je prikazan u Slici 1.

Slika 1: *Pristup izradi turističke strategije lokalnih jedinica*



Izvor: *Tourismusstrategie Burgenland 2022+, prilagodba T&MC Group*

Dokumentirana Strategija razvoja turizma u Gradu za razdoblje 2018.-2025.g. temelji se na definiranoj viziji i strateškim ciljevima te analizi raspoloživih potencijala. U drugom dijelu dokumenta definirani su strateški koncept i strategija razvoja turističkih djelatnosti u Gradu kao pokretača dinamičnog socio-ekonomskog razvoja te prioritetna područja djelovanja u procesu implementacije. U okvirima prioritetnih područja djelovanja su definirani glavni implementacijski projekti s kratkim sažetkom projekta (*project fiches*).

1.3. Strateški dokumenti višeg reda

Strategija Europa 2020 je strateški dokument najvišeg ranga u EU za razdoblje 2014.-2020. Strategija 2020 je predložena od strane Europske Komisije s ciljem poticanja dinamičnog i ravnomjernog regionalnog razvoja. Ubrzani razvoj ruralnih prostora je u ovom dokumentu posebno naglašen kao jedno od prioritetnih područja intervencije (Slika 2).

Slika 2: Strategija Europa 2020 - struktura



Izvor: Europa 2020, prilagodba T&MC Group

Za financiranje implementacijskih projekata u definiranim područjima intervencije, uključujući i intervencije u području ruralnog razvoja, formirani su strukturni i investicijski fondovi (ESI fondovi). Između Europske komisije i vlada zemalja – članica su potpisani partnerski sporazumi kojima se definira način korištenja te su usuglašeni operativni programi za sredstva i potpore iz ESI fondova.

Za razdoblje 2014.-2020., Hrvatskoj je iz ESI fondova na raspolaganju dostupno ukupno 10,423 mlrd. eura namijenjeno ulaganju u rast konkurentnosti i radna mjesta, razvoj malog i srednjeg poduzetništva, poljoprivredu i ruralni razvoj.

U okviru politika ruralnog razvoja EU definirani su prioriteti intervencija u ruralnim područjima iz strukturnih i kohezijskih fondova EU, kako slijedi:

- poticanje prijenosa znanja i inovacija,
- jačanje konkurentnosti,
- promicanje organizacije lanca opskrbe hranom i upravljanje rizicima,
- obnova, očuvanje i poboljšanje ekosustava,
- promicanje učinkovitosti sustava,

- promicanje društvene uključenosti, suzbijanje siromaštva i gospodarski razvoj.

Razvoj turističkih djelatnosti u ruralnim područjima se uklapa u strategiju ruralnog razvoja EU te prioriteta područja intervencije budući da turizam može ostvariti snažan doprinos u svim prioritetnim područjima intervencija iz ESI fondova.

Slika 3: *Hijerarhija strateških dokumenata*



Izvor: T&MC Group

Strategija razvoja turizma na području Grada u razdoblju 2018.-2025. usklađena je sa strateškim dokumentima višeg ranga (Slika 3):

1. strategijom EU 2020 i pratećim strateškim dokumentima na razini EU i nacionalnoj razini,
2. strategijom razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020,
3. turističkim master planom Bjelovarsko-bilogorske županije.

Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine predstavlja krovni razvojni dokument hrvatskog turizma i putokaz u otvaranju novog prostora za razvoj turizma u razdoblju do 2020. godine. Strateški dokument daje odgovor na pitanje kakav turizam Hrvatska želi i mora razvijati te utvrđuje ključne aktivnosti turističke politike usmjerene na osiguravanje proizvodnih, institucionalnih, organizacijskih i ljudskih pretpostavki za poboljšanje konkurentne sposobnosti hrvatskog turizma i korištenje resursne osnove na načelima odgovornog i održivog razvoja.

Strategija razvoja turizma predstavlja cjelovit konceptualni okvir koji omogućava:

- koordinirano djelovanje nositelja turističke politike i sustavno usuglašavanje mjera turističke politike,
- cjelovito razumijevanje ključnih pravaca razvoja hrvatskog turizma kao preduvjet privlačenja interesa potencijalnih domaćih i stranih ulagača,
- ciljano usmjeravanje razvojno-investicijskog procesa i efikasno povlačenje sredstava EU fondova.

Glavni cilj razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine u strateškom dokumentu je povećanje njegove atraktivnosti i konkurentnosti, što će rezultirati ulaskom u vodećih 20 turističkih destinacija u svijetu po kriteriju konkurentnosti.

Osim navedenog, ostali strateški ciljevi turističkog razvoja do 2020. godine su:

- Poboljšavanje strukture i kvalitete smještaja,
- Novo zapošljavanje,
- Investicije,
- Povećanje turističke potrošnje.

Turistički master plan Bjelovarsko-bilogorske županije projekt je koji je izgrađen u želji da se povećaju ekonomski učinci turizma na području svoje ingerencije, odnosno da se stvore bitne pretpostavke dugoročne tržišne održivosti turističkog razvitka. Glavni cilj izrade Turističkog master plana Bjelovarsko-bilogorske županije može se iskazati kao stvaranje dugoročno održivih tržišnih i institucionalnih preduvjeta za kontinuirano povećanje razine kako blagostanja, tako i uvjeta života i rada cjelokupnog stanovništva Županije. Strateški ciljevi do 2020. godine za Bjelovarsko-bilogorsku županiju su:

- Stvaranje poticajnog socijalnog okruženja koje će podržavati turistički razvoj na cijelom prostoru Bjelovarsko-bilogorske županije,
- Uspostava turističke infra i suprastrukture koja će moći udovoljiti zahtjevima potražnje inducirane tržišnom komercijalizacijom novih turističkih doživljaja projektnog područja,
- Diverzifikacija turističkih proizvoda / atrakcija,
- Uspostava tržišne prepoznatljivosti i poželjnosti.

1.4. Financiranje – EU fondovi

S obzirom na financiranje sredstvima iz EU fondova, Grad će na raspolaganju imati mogućnost financiranja iz sljedećih izvora:

- Europski fond za regionalni razvoj,
- Europski fond za strateška ulaganja.

Navedeni fondovi namijenjeni su svim pravnim osobama (bilo koje javno tijelo, poduzeća, istraživačke organizacije, obrazovne ustanove, nedržavne organizacije, turističke klasteri).

Europski fond za regionalni razvoj

Europski fond za regionalni razvoj (EFRR) jedan je od pet Europskih strukturnih i investicijskih fondova. Cilj fonda je jačanje ekonomske i socijalne kohezije u Europskoj uniji ujednačivanjem razlika između regija. Fond nudi mogućnost podrške u unapređenju konkurentnosti i kvalitete turizma na regionalnoj i lokalnoj razini, posebno u nisko razvijenim (industrijskim/ruralnim) područjima.

Najrelevantnija područja u turizmu koje se financiraju iz fonda su:

- Istraživanje i razvoj,
- Informacijske i komunikacijske tehnologije (ICT),
- Konkurentnost malih i srednje-velikih poduzeća,
- Prelazak na gospodarstvo s malim udjelom ugljika (LCE),
- Zaštita okoliša i učinkovitost resursa,
- Zapošljavanje i podrška za mobilnost radne snage,
- Edukacija, vještine i cjeloživotno učenje.

S obzirom na moguće programe, Fond za regionalni razvoj u području turizma može financirati sljedeće primjere programa:

- Istraživanje vezano uz turizam, tehnološki razvoj i inovacije,
- Razvoj ICT proizvoda vezanih za turizam (aplikacije, rudarenje podataka...),
- Razvoj inovativnih turističkih usluga (posebno u slabije razvijenim područjima),

- Razvoj proizvoda visoke dodane vrijednosti i usluga u nišnim tržištima (zdravstveni turizam, turizam za seniore, kulturni i eko-turizam, gastronomski turizam, sportski turizam...),
- Klasterske aktivnosti između različitih turističkih industrija kao i kreativnih industrija koje razmjenjuju iskustvo i akumulirano znanje kroz prekograničnu suradnju,
- Mjere koje unapređuju energetska efikasnost i uporabu obnovljivih izvora energije malih i srednje-velikih poduzeća u turističkom sektoru,
- Mjere koje potiču poduzetništvo, samozapošljavanje i otvaranje poduzeća te internacionalizaciju malih i srednje-velikih poduzeća,
- Strukovno osposobljavanje i jačanje vještina.

Europski fond za strateška ulaganja

Europski fond za strateška ulaganja (EFSU) je inicijativa koju su zajedno pokrenule Europska komisija i EIB Grupa (Europska investicijska banka i Europski investicijski fond) kako bi se suočile s aktualnim problemom jaza u području investicija u Europskoj uniji. Navedeni investicijski jaz planira se smanjiti mobilizacijom privatnog financiranja za strateške investicije. Europski fond za strateška ulaganja između ostalog, podržava i ostala područja poput:

- Strateške infrastrukture koja uključuje digitalnu infrastrukturu, prijevoz i energetska infrastrukturu,
- Edukacije, istraživanja, razvoja i inovacije,
- Širenja uporabe obnovljivih izvora energije i resursne efikasnosti,
- Podrške za mala i srednje-velika poduzeća.

S obzirom na moguće programe, Europski fond za strateška ulaganja u području turizma može financirati sljedeće aktivnosti:

- Prijevozna infrastruktura,
- Energetska efikasnost hotela i turističkih resorta,
- Revitalizacija „brownfield“ lokacija za rekreativne svrhe,
- Dogovor o financiranju malih i srednje-velikih poduzeća u sektoru turizma,
- Uspostavljanje „Investicijske platforme za turizam“.

2. ANALIZA STANJA I DIJAGNOZA: GDJE SMO?

2.1. Područje koje obuhvaća strategija i razumijevanje turističke destinacije

Dokument Strategije razvoja turizma za razdoblje 2018.-2025. obuhvaća područje Grada Grubišnoga Polja i okolna naselja.

Prema definiciji, turistička destinacija predstavlja užu ili širu turistički organiziranu i tržišno prepoznatljivu prostornu jedinicu, čiji turistički proizvod(i) ima(ju) potencijalnu ili stvarnu utrživost na turističkom tržištu (Križman Pavlović D., 2003). Turistička destinacija nosivi je element turističkog sustava, s obzirom da je za zadovoljenje turističkih potreba nužno postojanje turistički organizirane i tržišno prepoznatljive ponudbene jedinice. Na području Grada djeluje Turistička zajednica Grada Grubišnoga Polja kao pravna osoba na promicanju hrvatskog turizma sukladno Zakonu o turističkim zajednicama. Ciljevi Turističke zajednice su poticanje razvoja i unapređivanje turističkog proizvoda područja za koje su osnovana, promocija tog istog turističkog proizvoda, razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma te potrebi i važnosti očuvanja i unapređenja svih elemenata turističkog proizvoda određenog područja, a osobito zaštite okoliša. TZ Grada Grubišno Polje obuhvaća područje Grada i okolnih naselja.



Grad Grubišno Polje jedinica je lokalne samouprave u istočnom dijelu Bjelovarsko-bilogorske županije. Grubišno Polje udaljeno je 40 kilometara od središta županije, Grada Bjelovara. Na području Grada živi 6.478 stanovnika prema popisu stanovništva iz 2011. godine. Grad je odlično prometno povezan s obzirom da na njegovom području prolaze državne i županijske ceste.

O povijesti samog Grada postoje dvije legende: prva seže u 15. stoljeće kada je područje jugoistočne Bilogore s pašnjacima između Ilove i Česme bilo posjed iločkih knezova (vlastelin Grubiša), a druga legenda navodi da je u tursko vrijeme između gornjih tokova Ilove i Česme strah i paniku sijao izvjesni hajduk Grubiša. S obzirom da je bilo malo seoskih naselja, a Grad nije postojao, njegov radijus kretanja u narodnom sjećanju ostao je kao Grubišina Polja. S obzirom na samu povijest područja Grada, najstariji materijalni dokazi datiraju iz prapovijesti koji se odnose na nalaze poput oštrice noža, šila, kamene sjekire, manjeg i većeg utega. Iz razdoblja bakrenog doba potrebno je

spomenuti eneolitsko naselje Kreševine u Velikoj Barni gdje su pronađeni tragovi vučedolske kulture s ostacima keramike te tragovi tumula kulture 1200. pr. Kr. S obzirom na ilirsko i rimsko doba, na prostoru današnjeg Grubišnoga Polja su postojale utvrde ilirskog plemena Iasa. U rimsko doba područje Grada je pripadalo Panoniji Saviji kada je izgrađena sporedna cesta Virovitica-Rašenica-Veliki Zdenci-Banova Jaruga. Oko 750. godine počinu se graditi stalna naselja, a od 799. godine područje današnjeg Grada bilo je u sastavu Franačkog carstva od kojega Hrvati prihvaćaju kršćanstvo. Prostorom Grada 1091. godine upravljaju Ladislav i Almoš, a od 1102. godine Mađari postaju zakoniti hrvatski kraljevi. U drugoj polovici 15. stoljeća Zdenci su pod upravom hrvatskog bana Ladislava Egervarskog, a u 1539. godini izgrađena je najjača utvrda haramija za obranu od Turaka. U 1552. godini Turci osvajaju Viroviticu nakon čega padaju i utvrde: Zdenci, Grđevac i Čazma, a Grubišno Polje od tada se nalazilo na "ničijoj zemlji" i nigdje se ne spominje jer nema turskih utvrda. U 1684. godini Turci gube Viroviticu što je označilo početak mira u ovim krajevima, a oslobođenje Požege 12. ožujka 1689. godine nastupio je potpuni mir za cijelu Zapadnu Slavoniju. Nakon oslobođenja od Turaka, naseljava se katoličko pučanstvo iz Like, Istre, Dalmacije i Bosne te pravoslavno iz turske vojne krajine, a navedeno područje postaje oblast habsburških generala pod imenom Vojna krajina. Marija Terezija 1746. godine osniva dvije vojne regimente: križevački i đurđevačku. Vojna krajina na području današnjeg Grada ukinuta je 1871. godine nakon čega započinje civilni život i blagostanje, dolaze prvi civilni intelektualci Ivan Nepomuk Jemersić i učitelj Vjekoslav Klemen te se provodi urbanizacija i Grubišno Polje postupno poprima izgled grada. U 1875. godini otvara se kotarski sud, a od 1878. godine nastavlja se masovno doseljavanje Čeha, Mađara i Nijemaca nakon čega je izražena jaka mađarizacija domaćega pučanstva. U 1897. godini započinje temelj današnjeg gospodarstva: otvaranje male parne mljekare u Velikim Zdencima. Prvi svjetski rat je građane Grubišnoga Polja uveo u cesarske postrojbe. Za vrijeme II. svjetskog rata, Grubišno Polje je bilo jedno od najperspektivnijih područja u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji. Za vrijeme socijalističke Jugoslavije nositelj gospodarskog razvitka nakon nacionalizacije postaje "Zdenka" - tvornica za proizvodnju sira i preradu mlijeka. Znatno kasnije otvara se i "Česma" – tvornica komadnoga namještaja te "Graditelj" i "Tehničar". Za vrijeme Domovinskog rata polovicom 1991. godine, polovica teritorija tadašnje Općine Grubišno Polje bila je okupirana. U razdoblju od 31. listopada do 4. studenoga 1991. izvedena je prva vojno-redarstvena operacija Hrvatske vojske i redarstvenika u Domovinskom ratu pod nazivom "Otkos 10" u kojoj je cjelokupni okupirani prostor Bilogore oslobođen od neprijateljskih postrojbi te postao prvi oslobođeni teritorij u Republici Hrvatskoj.

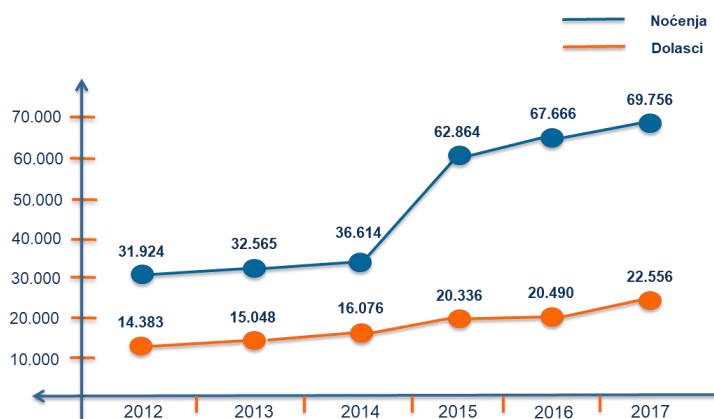
Prostor Grada bogat je materijalnom i nematerijalnom baštinom. Kulturne znamenitosti na području Grada odnose se na sakralne objekte, etno kuće, samostan Sestra milosrdnica, spomen sobu hrvatskih branitelja te ambar koji je registriran kao zaštićeno nepokretno kulturno dobro. Potrebno je spomenuti i nekoliko arheoloških nalazišta, a prostor Grubišnoga Polja čine očuvane livade, šume, sportski ribnjaci te dva područja pod zaštitom Natura 2000. S

obzirom na navedeno, područje Grada Grubišnoga Polja predstavlja veliki potencijal za razvoj turizma i pozicioniranja Grada kao prepoznatljive turističke destinacije na području Bjelovarsko-bilogorske županije.

2.2. Turistička statistika iz okruženja

Prema podacima DZS, na području Bjelovarsko-bilogorske županije zabilježen je trend rasta broja dolaska i noćenja turista od 2012. godine. S obzirom na broj dolaska, u 2017. godini zabilježeno je 22.556 dolaska što je rast od 56,8% u odnosu na 2012. godinu. Broj noćenja u 2017. godini iznosio je 69.756 te je zabilježen rast od 118,5% u odnosu na 2012. godinu. U budućnosti se očekuje daljnji rast broja dolaska i noćenja s obzirom na velike potencijale za razvoj turizma koje nudi područje županije.

Slika 4: Broj dolaska i noćenja na području Bjelovarsko-bilogorske županije



Izvor: DZS

U Tablici 1 prikazani su kapaciteti i noćenja turista u 2017. godini za izabrane županije. Usporedni podaci o smještajnim kapacitetima i noćenjima turista pokazuju da Osječko-baranjska i Vukovarsko-srijemska županija imaju značajno razvijenije smještajne kapacitete i bilježe veći broj turističkih noćenja u odnosu na županije u središnjoj i podravskoj Hrvatskoj. Sektor turizma u Bjelovarsko-bilogorska županiji, unatoč prirodnim i drugim atrakcijskim potencijalima nije dovoljno razvijen te je nužna intervencija u ovom području

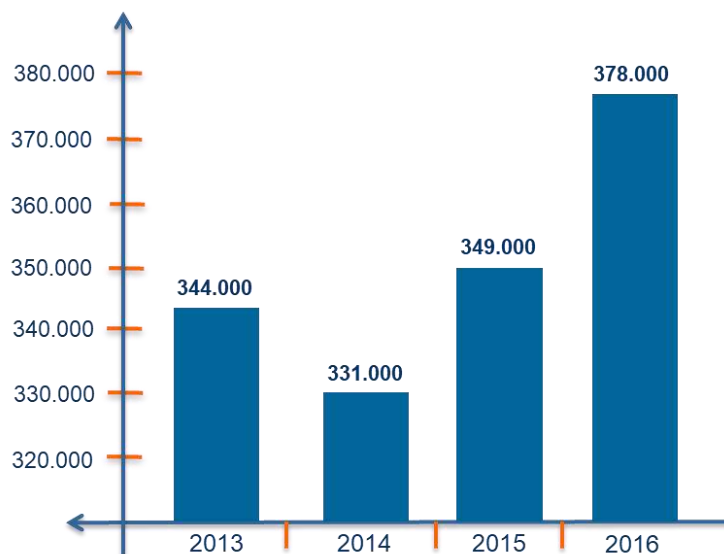
Tablica 1: Kapaciteti i noćenja turista u 2017. godini – izabrane županije

Županija	Broj postelja	Postelje u hotelima	Hoteli %	Broj noćenja
Bjelovarsko-bilogorska	843	218	25%	70.000
Sisačko-moslavačka	1.141	217	19%	90.000
Koprivničko-križevačka	676	357	53%	38.000
Virovitičko-podravsko	705	141	20%	30.000
Požeško-slavonska	596	0	0%	31.000
Brodsko-posavska	1.093	299	28%	51.000
Vukovarsko-srijemska	1.972	698	35%	138.000
Osječko-baranjska	2.511	951	38%	178.000

Izvor: Ministarstvo turizma RH, DZS

Prema podacima Instituta za turizam, na području Slavonije zabilježen je trend rasta broja noćenja od 2014. godine. Broj noćenja u 2016. godini iznosio je 378.000 što je rast od 14,2% u odnosu na 2014. godinu.

Slika 5: Broj noćenja na području Slavonije



Izvor: Institut za turizam – Hrvatski turizam u brojkama (4/2016)

Turističke destinacije u južnoj Mađarskoj



PECS/PEČUH - europska prijestolnica kulture iz 2010. godine.

Grad raspolaže starokršćanskim ostacima, turskim spomenicima koji su prilagođeni za obilazak posjetitelja i uz kombinaciju vina i gastronomije bilježe odlične rezultate u turizmu. U 2017. godini je zabilježeno 120.000 gostiju, a od toga 26.687 stranih te 93.747 domaćih. Iste godine ostvareno je 239.519 noćenja. Procjena je da u Pečuhu danas od turizma živi 5.000-6.000 obitelji.



VILLANY/VILANJ - grad s 2.500 stanovnika na čijem prostoru djeluje oko 200 vinarija koje predstavljaju veliku turističku atrakciju. U svojoj turističkoj ponudi nudi nekoliko hotela i pansiona te oko 10 restorana od kojih se jedan nalazi na popisu 10 najboljih restorana u Mađarskoj. Vilanj godišnje ostvaruje 60.000 noćenja.



HARKANJ - grad u južnoj Mađarskoj poznat po lječilišnom turizmu.

Broj turista koji posjećuju lokaciju iznosi oko 1 mil. godišnje. Grad je poznat po svojim ljekovitim vodama. Većina hotela u gradu zadovoljava europske standarde. U gradu je izgrađena bolnica za liječenje reumatskih bolesti.

2.3. Turistički pokazatelji destinacije

Na području Grada Grubišnoga Polje registrirana su tri smještajna objekta:

- Hotel Bilogora,
- Sobe Vanjous,
- Vila Bilogore.

Hotel Bilogora



Lokacija: Grad Grubišno Polje

Vlasnik: Hotel Bilogora d.o.o.

Smještajni kapacitet: 43 ležaja

Kategorija: 3*

Sadržaj: restoran, diskoteka, ljetna terasa, parkiralište, klimatizirane sobe, satelitska tv, telefon, VIP salon za sastanke

Sobe Vanjous



Lokacija: Mali Zdenci

Vlasnik: n/a

Smještajni kapacitet: 7 ležajeva

Kategorija: 3*

Sadržaj: kuhinja, grijanje, satelitska tv

Vila Bilogore



Lokacija: Mala Dapčevica

Vlasnik: obitelj Rekić

Smještajni kapacitet: 3 ležaja

Kategorija: 4*

Sadržaj: blagovaonica, kuhinja s opremom, vanjska terasa, pečenjara i krušna peć, dječje igralište, organizacija događaja, tv, perilica posuđa i pećnica, parking, internet, grijanje, organizacija sportskih aktivnosti

Prema podacima TZ Grada, u 2018. godini zabilježeno je ukupno 7.185 noćenja na području Grada, a broj dolaska i noćenja značajno je porastao u odnosu na prethodno razdoblje (Tablica 2). Broj noćenja u 2018. godini zabilježio je rast od 517,8% u odnosu na 2013. godinu. Hotel Bilogora u razdoblju od 2014. do 2016. godine bio je zatvoren, a Vila Bilogore službeno je započela s radom u 2016. godini. Najveći broj dolaska i noćenja odnosi se na Hotel Bilogoru. Mali broj dolaska i noćenja u razdoblju od 2014. do 2016. godine kada je Hotel Bilogora bio zatvoren ukazuje na važnost adekvatnog broja smještajnih kapaciteta u Gradu te nužnost izgradnje dodatnih smještajnih kapaciteta.

Tablica 2: Broj dolaska/noćenja u smještajnim objektima na području Grada

		2013	2014	2015	2016	2017	2018
Hotel Bilogora	Broj dolazaka	501				419	1.312
	Broj noćenja	1.052				958	6.908
Sobe Vanjous	Broj dolazaka	13	48	52	47	46	n/a
	Broj noćenja	111	200	220	115	81	253
Vila Bilogore	Broj dolazaka				3	11	n/a
	Broj noćenja				7	23	24
Broj dolazaka - ukupno		514	48	52	50	476	n/a
Broj noćenja - ukupno		1.163	200	220	122	1.062	7.185

Izvor: TZ Grada Grubišnoga Polja

2.4. Pregled turističkih potencijala na području Grada

2.4.1. Materijalna baština i biciklističke staze

Izletište i ribnjak Bara



Izletište i ribnjak Bara smješteno je na Bilogori, jednoj od najvećih gora u Hrvatskoj. Na ribnjaku Bara djeluje Sportsko-ribolovno društvo Udica iz Grubišnoga Polja. Trenutni građevni objekti na lokaciji su lovačka kuća, manji ugostiteljski objekt i prostor za odlaganje opreme ribiča. Grad Grubišno Polje u suradnji s Institutom za turizam i Regionalnom razvojnom agencijom Bjelovarsko-bilogorske županije izrađuje Prijedlog

poslovnog koncepta u svrhu pokretanja projekta turističke zone Bara. Projektom se predviđa urediti prostor na sjeverozapadnom dijelu Grada površine oko 7-10 ha ravne površine i 3 ha površine ribnjaka. Prostor će biti namijenjen za rekreativne i ugostiteljske svrhe. Lokaciju trenutno koriste lokalni ribiči i lovci. Planirani sadržaji su uređenje postojećeg jezera i izgradnja umjetnog biološkog jezera, teren za sport i rekreaciju, kupalište, dječja igrališta, festivalski prostor, staze, vrtovi, oporavište za divlje životinje, "piknik zona" te smještajni kapaciteti i ugostiteljski objekti. Osim ribnjaka Bara, na području Grada je potrebno spomenuti i ribnjak Ledina.

Arheološko nalazište "Šuma Oborova"



Arheološko nalazište Šuma Oborova nalazi se na šumskom području sjeverno od samog grada Grubišnoga Polja. Arheološko nalazište sastoji se od triju položaja koji upućuju na postojanje kompleksnog kasnosrednjovjekovnog arheološkog lokaliteta s dvije utvrde, crkvom i grobljem. Svi položaji nalaze se zapadno od ceste koja vodi od Grubišnoga Polja ka Maloj Barni. Probim arheološkim istraživanjima na prvom položaju utvrđeno je

postojanje višedijelne kasnosrednjovjekovne utvrde koja je smještena na sjevernoj padini grede koja se proteže u smjeru istok-zapad. Potvrđeno je postojanje tri dijela utvrde, sjeverni, središnji i južni, dva su kvadratastog tlocrta te treći, sjeverni trokutastog, a povezani su mosnim konstrukcijama. Utvrđenja su dodatno zaštićena sustavom obrambenih jaraka i bedema.

Ribnjaci i lovišta



Na području Grada nalazi se pet sportskih ribnjaka, a šume su bogate niskom i visokom divljači. Omogućen je ribolov na šarana, soma, babušku, amura te lov na jelenju divljač, divlje svinje, pernatu divljač i zečeve. Na području Grada djeluje 5 ribičkih te 3 lovačka društva. Bilogorski kraj poziva izletnike svojom očuvanom prirodom koju karakterizira raznolikost biljnog i životinjskog svijeta te mnoge rijetke i zaštićene životinje i biljke kao primjerice orao štektaovac, bijela roda, crna roda, dabar, vidra te biljke kockavica,

sibirska perunika, obični kaćun, kokoška i mnoge druge. Bilogorski prijevoji nalaze se uz sjeveroistočnu granicu Grada, a gornji tok rijeke Ilove proteže se uz južnu granicu područja Grada.

Biciklističke staze



Grubišnim Poljem prolazi županijska biciklistička ruta. Biciklistička ruta povezuje 5 gradova Bjelovarsko-bilogorske županije: Bjelovar, Čazmu, Garešnicu, Daruvar i Grubišno Polje. Dvije rute uključuju Grad, a to su: ruta Garešnica-Daruvar-Grubišno Polje, dužine 59 km te ruta Grubišno Polje-Bjelovar dužine 52 km. U 1. svibnju Grad organizira biciklijadu Grada Grubišnoga Polja.

2.4.2. Kulturno-povijesna baština

Ambar



Ambar je jednokatna zgrada pravokutnog tlocrta izgrađena u razdoblju od 1860. - 1870. godine. Temelji su napravljeni od zidane opeke, a prizemlje i kat su sagrađeni od hrastovih planjki. Krovšte je dvostrešno, zabati su zatvoreni daščanom oplatom. Ulazno pročelje i kat imaju otvoren trijem. Ambar je registriran kao profana graditeljska baštine te je zaštićeno kulturno dobro.

Etno kuća Bilogora



Etno kuća "Bilogora" je u vlasništvu zajednice Mađara Grubišnoga Polja u Grbavcu. Svrha etno kuće je sačuvati tradiciju i prikazati način života stanovnika prije 150 godina. Kuća sadrži prostorije spavaće sobe, kuhinju, ulaz na tavan, kovačnicu i nadstrešnicu koja je bogato opremljena raznim eksponatima. Može se vidjeti i zbirka starih alata i pomagala, bogata zbirka nošnji te rukotvorine stare više od stotinu godina. Organizirane su razne manifestacije koje okupljaju sve zainteresirane, kao što su seosko kolinje, čijanje

perja, podizanje majpana, olimpijada starih sportova, običaji Uskrsa i Božića i dr. U kući se održavaju probe i nastupi dječjih plesnih skupina, odraslih plesnih i pjevačkih skupina te tamburaških skupina. Imanje godišnje posjeti oko 1.500 osoba.

Etno-okućnica češke nacionalne manjine u Ivanovom Selu



Od 18. stoljeća Česi naseljavaju području Republike Hrvatske. Danas u Hrvatskoj živi oko 10.000 pripadnika češke manjine, a većina se nastanila na području Bjelovarsko-bilogorske županije. Sjedište saveza Čeha nalazi se u Daruvaru. Najstarije češko selo u Hrvatskoj je Ivanovo Selo kod Grubišnoga Polja. Etno kuća koja se nalazi u Ivanovom Selu u potpunosti je opremljena kako bi prikazala način života prvih doseljenika. Svake godine na prostoru etno kuće se održava

"Etno dan" bogat zabavnim i edukativnim programima pod organizacijom Češke besede Ivanovo Selo. Unutrašnjost kuće Staveni sastoji se od predvorja, prednje sobe, kuhinje i komore. Sve prostorije imaju tradicionalni zemljani pod. U dvorištu se nalazi devet objekata: krušna peć, svinjac, staje, sjenik s kolnicom, kukurušnjak, spremište za žito, nadstrešnica za slamu, kokošinjac i bunar. Kuća je opremljena pokućstvom i raznim predmetima koji potječu s kraja 19. i početka 20. stoljeća. Osim Češke besede Ivanovo Selo postoji i Česka beseda Veliki i Mali Zdenci te Česka beseda Treglava.

Spomen soba hrvatskih branitelja



U spomen svim poginulim i umrlim braniteljima Grubišnoga Polja u prostorijama Udruge Bilogora '91 otvorena je 2016. godine spomen soba. Soba je rezultat petogodišnje suradnje između članova Udruge Bilogora '91, Grada Grubišnoga Polja i Ministarstva hrvatskih branitelja. Spomen soba kronološki prikazuje tijek zbivanja tijekom ratnih godina putem raznih dokumenata i fotografija. Unutar sobe nalazi se i kapelica s fotografijama svih poginulih na području Grada u Domovinskom ratu.

4. studenog slavi se rođendan Grada, a na taj dan 1991. godine je uspješno privedena kraju prva hrvatska vojnoredarstvena operacija "Otkos 10" kojom je oslobođeno oko 300 četvornih kilometara Bilogore, uključujući i područje Grubišnoga Polja.

Amatersko kazalište "Bilogorci"



Amatersko kazalište "Bilogorci" osnovano je 2013. godine i djeluje pri Centru za kulturu i informiranje dr. Franjo Tuđman. Okuplja glumce amatere uglavnom sa područja Grada Grubišnoga Polja. Tijekom godina glumačke postave se mijenjaju. Tekstovi se prilagođavaju bilogorskim običajima te predstave ujedno predstavljaju i promociju tradicije i običaja bilogorskog kraja. Voditelj, režiser i scenarist je Ivan Novak.

Crkva Sv. Josipa



Crkva Sv. Josipa izgrađena je 1782. godine, a konačan izgled dobiva 1900. – 1907. godine. Crkva je jednobrodna građevina s kvadratnim svetištem, sakristijom i zvonikom nad glavnim pročeljem. Crkvu ističu oslikani zidovi, drveni svodovi i cjeloviti inventar iz početka 20 stoljeća. Uređenje kapele Gospe Lurdske i glavnog oltara dovršeno je 2016. godine, a obnova crkve se nastavila i u 2017. godini.

Crkva Rođenija Bogorodice



Crkva Rođenija Bogorodice pravoslavna je crkva sagrađena 1761. godine tehnikom gradnje kanatnom konstrukcijom s pokrovom od šindre čime se veže uz tradiciju narodnog graditeljstva. Jednobrodna je kapela pravokutnog tlocrta koja ima polukružno zaključeno svetište jednake širine i pravokutno, zatvoreno predvorje više i šire od broda nad kojim je smješten zvonik.

Samostan Sestra milosrdnica



Samostan Sestra milosrdnica je 2005. godine uvršten na listu preventivno zaštićenih kulturnih dobara Republike Hrvatske, a smatra se jednom od najvažnijih kulturno-povijesnih znamenitosti na području Grada. Unutar zgrade nalazi se zajednica Sestara milosrdnica i spomen soba svećeniku Ivanu Nepomuku Jemeršiću koji je bio zaslužan za dolazak Sestra milosrdnica u Grubišno Polje. Sestre danas djeluju u župi sv. Josipa te u OŠ Ivana Nepomuka Jemeršića. U početku djelovanja sestara, 1939. godine, sestre su

imale vrtić i školu ručnih radova, ali nakon 1945. godine zbog poznatih povijesnih i teških godina sestre nisu više imale školu ni vrtić te su se više posvetile radu na župi sv. Josipa u kojoj i danas djeluju u službi orguljašice, katehistice i sakristanke.

2.4.3. Nematerijalna baština

Dan Grada



Dan grada obilježava se 4. studenog na godišnjicu završetka vojno-redarstvene operacije "Otkos 10". Na svečanoj sjednici Gradskog vijeća održava se govor o dostignućima u protekloj godini te se svečano dodjeljuju neka od četiri javna priznanja fizičkim i pravnim osobama koje su doprinijele dobrobiti grada. Javna priznanja su Povelja počasnog građanina, Nagrada za životno djelo, Plaketa 4. studeni 1991. godine i Povelja Grada.

Gospodarski sajam – sajam sira



Grad Grubišno Polje u suradnji s Bjelovarsko-bilogorskom županijom i Bjelovarskim sajmom d.o.o. tradicionalno organizira stručno ocjenjivanje sira u sklopu Gospodarskog sajma – sajma sira.

Organizacijski odbor sajma poručuje kako sajam sira ima za zadatak skrenuti pozornost šire zajednice na stratešku važnost razvoja poljoprivrede, preduvjeta za njen opstanak i održivi razvoj sela. Plodna poljoprivredna zemljišta i umjerena klima omogućuju bavljenje poljoprivredom, osobito mljekarstvom na području Grada. Izlagači sajma dolaze iz Hrvatske i iz susjedne Mađarske, a osim sirara na sajam dolaze i ostali privrednici. Održavanje sajma važno je zbog razvijanja poslovnih kontakata i suradnji. Osim ocjenjivanja sira, na sajmu su moguće degustacije, održavaju se stručni skupovi i prezentacije novih proizvoda te smotra folklor. Ostale manifestacije na području Grada su: Marinje, Kukuruzijada, Smotra recitala i recitatora, sportske igre Grada, festival 'Prvi pljesak', Maškare i maskembal, Dječja olimpijada, Međunarodni dan sporta, Sportske igre Grada i Doček Nove godine.

Folklorni ansambl Grubišno Polje



Folklori ansambl osnovan je 1995. godine. Okuplja 70 članova u pet grupa. Kroz svoje nastupe ansambl njeguje baštinu Bilogore, no i folklorne običaje Međimurja, Pokuplja, Slavonije, Podravine, Bunjevačkih plesova, Splita, Korčule i Prigorja. Osim plesnih nastupa ansambl izvodi i vokalno-instrumentalne nastupe. Izuzev područja Hrvatske, ansambl nastupa u Turskoj, Italiji, Nizozemskoj, Češkoj, Slovačkoj i Mađarskoj te su brojne koreografije osmišljene od strane istaknutih hrvatskih

koreografa poput dr. Ivana Ivančana, Ivice Ivankovića, Branka Šegovića i Gordane Marte Matunci.

Udruga "Kaj vu srcu"



etno kuću udruge.

Zavičajni klub "Kaj vu srcu" osnovan je 2013. godine u svrhu okupljanja ljudi koji su rođeni ili su porijeklom iz krajeva kajkavskoga narječja s ciljem očuvanja i prenošenja tradicijskih vrijednosti i običaja življenja tih krajeva. Također se nastoji održati kontakt sa zavičajem. Klub je 2017. godine na korištenje dobio ribnjak kod Zdenkina rekreacijskog centra u Velikim Zdencima. Ribnjak se koristi za sportski ribolov i druge aktivnosti, a daljnji plan je napraviti nadstrešnicu, pečenjaru i

2.4.4. Povijesni resursi

Zasjedanje Hrvatskog sabora u Velikim Zdencima



Hrvatski ban Ladislav Egervarski je na temelju kraljevskog ovlaštenja sazvao Sabor koji se održao u Zdencima na dan svetih Fabijana i Sebastijana 1478. godine. O navedenom događaju je poznato nekoliko pismenih spomena, odnosno zapisnik sa Sabora te isprava bana Ladislava Egervarskog. Također, potrebno je spomenuti i nagodbu koju je Sabor u Zdencima sklopio sa zagrebačkim biskupom Osvaldom Tuzom, a odnosi se na davanje "desetine". Dogovori su bili jasni čvrsti i tko nije poštivao zaključke, ostao bi bez svoga imanja. Obrana zemlje od neprijateljske najezde bila je u prvom planu i iznad svega. Posebno treba naglasiti odredbu koja se i danas poštuje: braniti svoje, a ne otimaj tuđe! Obrana i samo obrana zemlje od neprijatelja bila je iznad svega.

Stoljetna tradicija vatrogastva u Grubišnom Polju



Vatrogastvo u Grubišnome Polju vuče korijene iz 1887. godine kada je osnovano prvo Dobrovoljno vatrogasno društvo. Osim obranom od požara, vatrogasci su od samog osnutka nositelj raznih manifestacija zabavnog karaktera poput dočeka Nove godine i drugih vjerskih i svjetovnih svečanosti. Uz pomoć općinske vlasti 1891. godine nabavljena je tada moderna vučna vatrogasna štrcaljka Walser F. Za vrijeme I. Svjetskog rata na području Grada nije bilo ratnih stradanja, ali je napad na Kraljevinu SHS 1941. godine donio neprocjenjivu štetu DVD-a. U 1957. godini otvoren je vatrogasni

dom u Grubišnom Polju. U 1971. godini članovi društva sudjeluju u gašenju najvećeg požara u povijesti koji se dogodio na mlinu PIK-a Ilova. Danas se Vatrogasna zajednica Grada Grubišnoga Polja sastoji od Javne vatrogasne postrojbe i 10 DVD-a.

Ivan Nepomuk Jemeršić



Ivan Nepomuk Jemeršić bio je prosvjetitelj i dobrotvor naroda koji je predstavljao veliku važnost za vjernički i crkveni život Grubišnoga Polja kao i uljudbeni život hrvatskoga naroda. Rođen je 17. travnja 1864. godine, a pohađao je gimnaziju i Katolički bogoslovni fakultet u Zagrebu. U 1887. godini zaređen je za svećenika te dodijeljen kao duhovni pomoćnik župniku Josipu Maršiću u Grubišnom Polju. U sklopu svoje dušobrižničke službe Jemeršić je neko vrijeme obavljao i vjeroučiteljsku službu, obilazeći okolne škole. Jemeršić je bio značajan i kao obnovitelj koji je uređivao interijer crkve sv. Josipa sa špiljom Majke Božje Lurdske. Na poticaj nadbiskupa Jurja Posilovića postao je podarhiđakon

Garešničkog kotara u razdoblju od 1910. – 1927. godine. Osim navedenog, Jemeršić se profilirao kao veoma plodan pisac koji je objavio 13 knjiga od kojih su neke prevedene na strani jezik. Potrebno je spomenuti i djelo “Za pouku hrvatskom seljaku i prijateljem našeg naroda” koje je doživjelo dva izdanja. Zbog ocjena i preporuka “Hrvatski narod” i “Povijest kraljevine Češke” završio je u zatvoru. Zadnjih 11 godina mirovinu je provodio u svojoj vili “Moj mir” gdje je u kućnoj kapelici imao dozvolu služiti mise. Grad Grubišno Polje mu se odužio posthumno dajući osnovnoj školi i jednoj ulici njegovo ime te mu dodijelivši nagradu za životno djelo.

Vilko Niče



Vilko Niče jedini je do danas akademik kojeg je dalo Grubišno Polje, a rođen je 27. siječnja 1902. godine. Nakon osnovne škole, gimnaziju je pohađao u Karlovcu i Zagrebu, a maturirao u Bjelovaru. Diplomirao je na Filozofskom fakultetu u Zagrebu u grupi “Deskriptivna geometrija i matematika”. Na Arhitektonskom fakultetu u Zagrebu postigao je znanstveni stupanj doktora matematičkih znanosti, a predavao je i na postdiplomskim studijima u Zagrebu i Beogradu. Objavio je više od 70 znanstvenih radova, tri udžbenika te je primio nagradu “Ruđer Bošković”, “Nagradu Grada Zagreba” i “Nagradu za životno djelo”. U svjetskim je razmjerima bio jedan od najuspješnijih matematičara na području sintetičke geometrije, a dobivao je i ponude za suradnju na sveučilištima u njemačkom Hanoveru i Louvainu u Belgiji.

Darko Kralj



Darko Kralj hrvatski je paraolimpijac, bacač kugle, predsjednik Atletskog kluba osoba s invaliditetom Grubišno Polje te svjetski rekorder u bacanju kugle za paraolimpijce. Darko Kralj je rođen u Garešnici, a za vrijeme domovinskog rata je teško ranjen u srpnju 1991. godine kada mu je amputirana lijeva natkoljenica. U 2018. godini na Paraolimpijskim igrama u Pekingu osvojio je zlatnu medalju,

a o njemu je i snimljen hrvatski film “Kralj” redatelja Dejana Aćimovića 2012. godine. Darko Kralj je prvi Hrvat koji je osvojio zlatnu medalju na Paraolimpijskim igrama, a dobitnik je godišnje Državne nagrade za šport “Franjo Bučar” u 2008. godini te nagrade Ponos Hrvatske 2008. godine zbog svoje upornosti i izdržljivosti.

Rudolf Roupec

Rudolf Roupec veliko je sportsko ime Grubišnoga Polja, a rođen je 1896. godine u obitelji krojačkog obrtnika. Kao dijete je otišao u Beč u kojem je postao igrač tada jednog od najboljih austrijskih klubova “Rapida” te je bio član nogometne reprezentacije Austrije. Kada se po završetku I. Svjetskog rata vratio u domovinu, igrao je za “Građanski” iz Zagreba. Nastupio je i na olimpijskim igrama u Belgiji, a u Grubišnom Polju nastupao je i na javnim utakmicama za domaći “Jadran”.

2.4.5. Smještajni kapaciteti

Hotel Bilogora



Hotel Bilogora nudi jednokrevetne, dvokrevetne i trokrevetne sobe. Sobe su opremljene kupaonicom, centralnim grijanjem, klima uređajem, televizorom priključenim na satelitsku antenu i telefonom. Kapacitet restorana je 400 mjesta. Restoran sadrži i VIP salon kapaciteta 20 osoba za manje poslovne sastanke. Hotel ima registrirana 43 ležaja, a 2018. godine hotel je ostvario 6.908 noćenja.

Vila Bilogore



Vila Bilogore službeno je otvorena 2016. godine, a gostima je na raspolaganju blagovaonica, kuhinja, kupaoonica te dvije velike terase. Objekt ima pečenjaru i dječje igralište. Po potrebi na raspolaganju su kuhar i konobar. Vila Bilogore nudi organizaciju sljedećih događanja: izleti, vjenčanja, team bulding, dječji rođendani i dr. Vila ima registrirana 3 ležaja, a u 2018. ostvareno je 24 noćenja.

Sobe Vanjous



Sobe Vanjous nalaze se u Malim Zdencima. Za navedeni smještajni objekt registrirano je 7 ležaja, a u 2018. godini ostvareno je 253 noćenja prema podacima TZ Grada.

2.5. Turistička SWOT analiza

SWOT analiza je alat koji se koristi za sagledavanje snaga i slabosti, vanjskih prilika i prijetnji sa kojima bi se mogao suočiti Grad u razvoju turizma na svom području. Izrada SWOT analize preduvjet je za izbor odgovarajuće strategije razvoja turizma.

Na Slici 6 nalazi se SWOT analiza turizma na području Grada Grubišnoga Polja. S obzirom na snage u pogledu turizma, prednost Grubišnoga Polja sastoji se u njegovoj lokaciji u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji te blizina Slavonije i Zagreba. Na području Slavonije nalazi se nekoliko urbanih središta u kojima žive ciljane skupine turista, a u želji za bijegom od užurbanog i urbanog načina života odlaze u ruralna područja. Osim navedenog, potrebno je spomenuti prirodne ljepote i očuvan okoliš te dobru prometnu povezanost. Od baštine koju posjeduje Grad potrebno je spomenuti arheološka nalazišta, kulturnu baštinu, autentičnu gastronomsku ponudu te bogata lovišta i staništa divljih životinja.

Slabosti Grada sastoje se u nerazvijenosti svijesti o mogućnostima razvoja turizma kod lokalnog stanovništva, a potrebno je spomenuti i slabu ponudu turističkih sadržaja i nedovoljan broj smještajnih kapaciteta. Osim navedenog, ostale slabosti su nedovoljna iskorištenost baštine u turističke svrhe, nedostatak gastronomske ponude i nerazvijena turistička infrastruktura.

Prilike sektora turizma u Gradu sastoje se u mogućnosti razvoja raznolike gastronomske ponude na temelju multinacionalnosti lokalnog stanovništva i velikog broja OPG-a. Područje Grada pogodno je i za razvoj lovnog, ribolovnog i ciklo-turizma te posebnog oblika turizma (promatranje ptica, izlaska sunca...), a potrebno je spomenuti i blizinu emitivnih turističkih tržišta.

Prijetnje razvoju turizma u Gradu sastoje se u izostanku implementacijskih aktivnosti, konkurenciji drugih destinacija ruralnog turizma u Slavoniji, a potrebno je spomenuti i iseljavanje stanovništva te nedovoljan broj smještajnih kapaciteta.

Slika 6: SWOT analiza turizma na području Grada



Izvor: T&MC Group

2.6. Ključni izazovi razvoja turizma na području Grada

Danas se Grad Grubišno Polje susreće s nekoliko ključnih izazova u području turizma za koje je potrebno odrediti strategiju kako bi se potaknuo razvoj turističkog sektora, ostvario puni potencijal i konkurentnost na tržištu. Na Slici 7 prikazani su ključni izazovi razvoja turizma na području Grada Grubišnoga Polja:

Slika 7: Ključni izazovi razvoja turizma



Izvor: T&MC Group

1. Mali broj smještajnih kapaciteta

Jedan od najvećih izazova razvoja turizma u Gradu je nizak broj smještajnih kapaciteta u odnosu na veliki turistički potencijal. S obzirom da je izgradnja smještaja jedan od najvećih prioriteta bez kojih nije moguć daljnji razvoj turizma, na području Grada izgradit će se smještajni kapaciteti koji uključuju kamp s bungalovima, hotel, lovačke kuće i ostale vrste turističkih smještajnih objekata.

2. Nedovoljna iskorištenost baštine

Područje Grada bogato je materijalnom i nematerijalnom baštinom koja predstavlja veliki turistički potencijal, a nije dovoljno iskorištena. Velika površina šume na području Grada pogodna je za razvoj lovnog turizma, a potrebno je i spomenuti ribolovno-sportska područja te rijeku Ilovu. Prema registru Ministarstva kulture, na području Grada registrirana su 3 arheološka nalazišta. Osim navedenog, kroz Grad prolazi županijska

biciklistička ruta koja povezuje pet gradova Bjelovarsko-bilogorske županije (Bjelovar-Čazma-Garešnica-Daruvar-Grubišno Polje) što predstavlja veliki potencijal za razvoj ciklo-turizma. Područje grada pogodno je i za razvoj posebnog oblika turizma koji između ostalog nudi i promatranje ptica te zalazak sunca. Čist i nezagađen okoliš predstavljaju povoljne uvjete za razvoj eko-turizma, a također je potrebno spomenuti i razne manifestacije koje organizira Turistička zajednica Grada.

3. Nedostatak kvalitetnih smještajnih objekata

Osim niskog broja smještajnih kapaciteta, na području Grada nedostaju kvalitetni smještajni objekti. Unutar jednog od prioriteta i područja intervencije razvoja turizma u Gradu, planirana je izgradnja smještajnih kapaciteta više razine. Na području Grada izgradit će se kampovi s bungalovima, lovačke kuće, hotel i sl.

4. Niska razina popunjenosti smještajnih kapaciteta

Niska popunjenost smještajnih kapaciteta izazov je s kojim se ne suočava samo Grad Grubišno Polje već i sektor turizma u Hrvatskoj. Glavni razlog niske popunjenosti sastoji se u turističkoj ponudi koja nije cjelogodišnja, a popunjenost je najviša tijekom ljetne sezone te opada u ostalim sezonama. Sukladno navedenom, u Gradu je potrebno razviti ponudu koja će osigurati produženi turizam tijekom cijele godine. Grad Grubišno Polje posjeduje materijalnu i nematerijalnu baštinu koja predstavlja veliki potencijal za razvoj turizma tijekom cijele godine.

3. ANALIZA TRŽIŠTA: ŠTO SE DOGAĐA U OKRUŽENJU?

Tržište turističkih usluga se snažno mijenja pod utjecajem različitih društvenih i tehnoloških trendova. Niske cijene zračnog prijevoza utjecale su na rast dalekih putovanja. Turisti koji dolaze u Europu iz prekomorskih zemalja, osobito Azije i Amerike, kreiraju potražnju za posebnim oblicima turizma. Kontinentalni i "shopping" turizam je u porastu. Također raste broj putnika koji putuju u druge zemlje zbog medicinskih tretmana. Broj posjetitelja muzeja i kulturnih događaja doseže u proteklim godinama svoje povijesne vrhunce. U procesu izrade strateških planova potrebno je prepoznati ove trendove i prilagoditi strukturu lokalne turističke ponude.

3.1. Globalni turistički trendovi

Turizam je jedan od najznačajnijih sektora u gospodarstvu EU. Ovaj sektor sudjeluje u europskom bruto domaćem proizvodu s oko 3,5%. U europskom turizmu je direktno zaposleno oko 3,0 milijuna ljudi. Međutim, pod pritiskom općih društvenih i tehnoloških promjena, turizam se ubrzano mijenja. Neki od tradicionalnih oblika turizma i turističke potrošnje kakve smo poznavali u 20. stoljeću, poput ljetnog turizma ("sunce i more"), gube relativni značaj u ukupnoj turističkoj potražnji. Na razvoj turizma bitno će utjecati sljedeći opći trendovi:

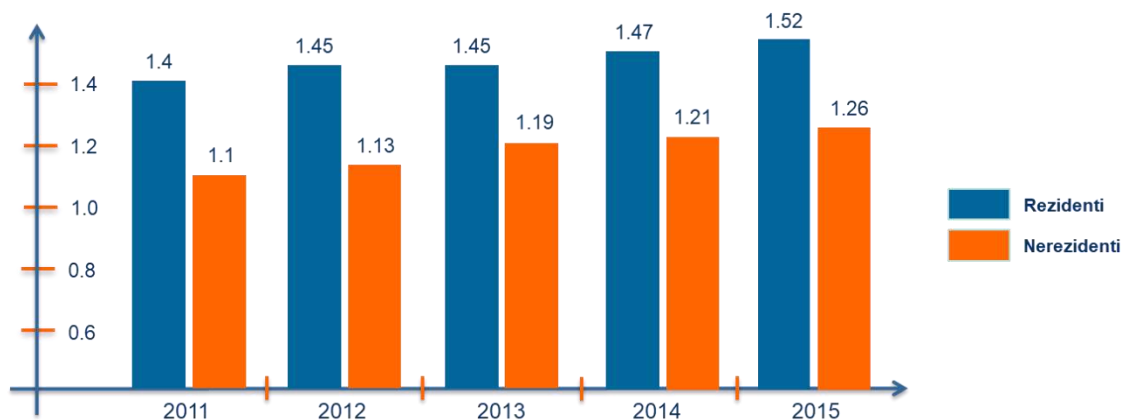
1. **Turizam i održivost** - velike promjene u općem razumijevanju potrebe za zaštitom okoliša, rastući interes za autentičnim doživljajima, lokalnom i neobrađenom hranom te *do-it-yourself* ponašanje potrošača snažno utječu na promjene u turističkoj potražnji,
2. **Turizam i kulturno-povijesna baština** - postoji jasan trend i rastuća potražnja za ne-tradicionalnim i alternativnim turističkim destinacijama,
3. **Turizam i ruralni prostor** - sve je izraženiji interes turista za ruralnim sredinama, lokalnim događajima i sudjelovanju u poljoprivrednim radovima,
4. **Turizam i zdravlje** - zdrav način života (zdravstvena preventiva), putovanja radi medicinskih tretmana i rehabilitacije nakon doživljenih trauma,
5. **Turizam i sport** - sportski događaji postaju rastući turistički segment,
6. **Turizam i tehnologije** - nove komunikacijske tehnologije su tektonski promijenile komunikacijsku kulturu, poslovne modele u turizmu, prodaju turističkih aranžmana i odnose između pružatelja i korisnika turističkih usluga.

Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine u globalnom turizmu prepoznaje sljedeće trendove:

- Otvaranje novih tržišta,
- Penetracija na nova geografska tržišta i privlačenje novih tržišnih segmenata kupaca različitih demografskih i psihografskih profila,
- Razvoj proizvoda,
- Unapređenje postojećih i stvaranje novih proizvoda,
- Zauzimanje okolišno odgovorne pozicije,
- Proaktivan odnos prema očuvanju prostora, bioraznolikosti, prirodnih i društvenih resursa,
- Razvoj novih komunikacijskih i prodajnih vještina,
- Korištenje stalno rastućih mogućnosti i sve veće razine tržišne penetracije novih informacijskih tehnologija,
- Razvoj novih inovacija postojećih poslovnih i upravljačkih modela,
- Umrežavanje razvojnih dionika i strateško upravljanje na destinacijskoj razini.

U Europskoj uniji prisutan je rastući trend broja noćenja u turističkim smještajima, kako rezidenata tako i nerezidenata. U 2015. godini zabilježeno je ukupno 2,78 mlrd. noćenja od čega 1,52 mlrd. čine rezidenti, a 1,26 mlrd. nerezidenti. U obuhvaćenom razdoblju od 2011. do 2015. godine broj noćenja nerezidenata brže je rastao u odnosu na noćenja rezidenata.

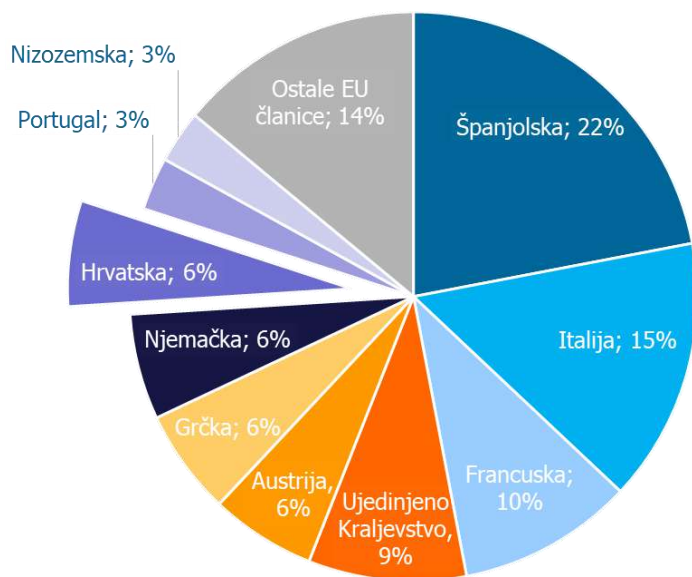
Slika 8: Broj noćenja rezidenata i nerezidenata u turističkim smještajima u EU (u mlrd.)



Izvor: Statista

Hrvatska je jedna od zemalja članica EU s najvećim udjelom broja noćenja nerezidenata u turističkim smještajima u 2016. godini (Slika 9). Španjolska zauzima najveći udio broja noćenja nerezidenata u turističkim smještajima s udjelom od 22% te ju slijedi Italija s 15%. Hrvatska je među top 8 zemalja po udjelu noćenja nerezidenata, a u 2016. godini udio je iznosio 6%.

Slika 9: Noćenja nerezidenata u turističkim smještajima u EU



Izvor: Eurostat

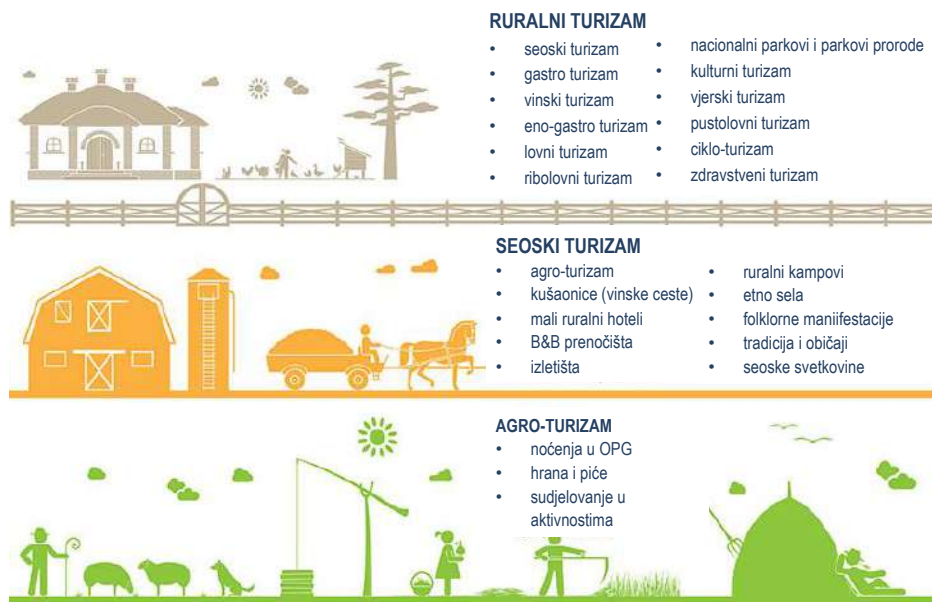
Ruralni turizam

Ruralni turizam se u literaturi različito definira, ali se najčešće povezuje s turističkim putovanjima u ruralna područja koja turistima pružaju različite doživljaje i iskustva:

- Uživljanje u očuvanoj prirodi i prirodnim ljepotama područja izvan gradova,
- Autentični doživljaji života u ruralnim područjima,
- Uživljanje u autentičnoj hrani i piću,
- Doživljanje susreta s domaćim životinjama,
- Doživljanje praćenja divljih životinja i ptica,
- Uživljanje u mogućnostima pješaćenja i bicikliranja kroz očuvanu prirodu,
- Doživljanje tradicionalnih običaja i svetkovina,
- Iskustvo sudjelovanja u poljodjelskim poslovima.

Turizam u ruralnim područjima sadrži različite oblike turističke ponude i aktivnosti (Slika 10). Seoski turizam obuhvaća turističke aktivnosti u ruralnim sredinama u užem smislu. Pojam eko-turizam obuhvaća samo turističke djelatnosti obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava - OPG-ova.

Slika 10: Struktura ruralnog turizma



Izvor: <http://www.apartmanija.hr/zajednica/aktualno/ruralni-turizam>, prilagodba T&MC Group

Ruralni turizam aktivno uključuje lokalne zajednice i lokalno, seosko stanovništvo te donosi koristi budući da se temelji na očuvanju prirodnog i kulturnog naslijeđa. Ruralni turizam također povećava kvalitetu života i opće blagostanje ruralnih područja.

Tablica 3: Tipovi smještaja, aktivnosti i atrakcije koje zanimaju ruralne turiste

Smještaj	Aktivnosti	Atrakcije
Kampovi, mobilne kućice	Promatranje životinja	Arheološka nalazišta
Smještaj u seoskim kućanstvima	Bicikliranje	Kulturni centri
Manji B&B pansioni	Jahanje konja	Kulturne-povijesne građevine
Mali ruralni hoteli	Kuharske radionice	Kulturno-umjetničke priredbe
Smještaj na farmama	Plovidba čamcima	Lokalne manje tvornice i obrti
Lovačke kuće	Lov i ribolov	Lokalne tržnice
	Sportske aktivnosti, plivanje	Plantaže
	Pješačenje	Muzeji
	Obilazak, npr. vinskih podruma	Tematski i divlji parkovi

Izvor: Studija Ministarstva vanjskih poslova UK o ruralnom turizmu, prilagodba T&MC Group

Turisti koji posjećuju ruralna područja vrlo često sudjeluju u lokalnim aktivnostima, zanimaju se za stil života na selu, tradiciju i običaje u lokalnim zajednicama (Tablica 3). Oni često koriste smještajne kapacitete kod seoskih kućanstava te spajaju svoj boravak u kućanstvima sa seoskim aktivnostima i događajima na selu. Turisti također preferiraju nedirnute prirodne resurse, autentičnu lokalnu gastronomiju i događaje.

Prosječna popunjenost smještajnih kapaciteta u ruralnom turizmu se u EU kreće između 40-50%. Prosječna popunjenost smještajnih kapaciteta u Hrvatskoj zbog prevladavajućeg ljetnog turizma iznosi 31%.

Ruralni turisti su općenito:

- Bolje obrazovani i informirani,
- Imaju iskustva putovanja,
- Dolaze iz socio-ekonomskih skupina s višim i visokim dohodima.

U smislu demografske segmentacije ruralni turisti mogu se podijeliti na četiri skupine:

- Stariji turisti u dobi između 50-75 godina - najveći segment ruralnih turista,
- Etablirani - turisti s višim primanjima u dobi između 40-50 godina, s najvišim dnevnim budžetima,
- Performeri - turisti s uspješnim karijerama u dobi između 30-40 godina, orijentirani na digitalne medije,
- Mlađi turisti u dobi između 18-30 godina, prema ponašanju često ne-konformisti i ne-materijalisti, s manjim dnevnim budžetima.

U novije vrijeme snažno raste interes europskih ruralnih turista za destinacijama koje mogu ponuditi mogućnost bicikliranja i šetnje. Njemački i nizozemski turisti su posebno zainteresirani za ove mogućnosti ruralnog turizma. Nezagađen okoliš i prirodne ljepote su također vrlo važan motiv putovanja ruralnih turista. Za europske ruralne turiste je iznimno važna sigurnost destinacije putovanja i zaštite njihova zdravlja. Posebno im je važna politička stabilnost u ruralnim područjima.

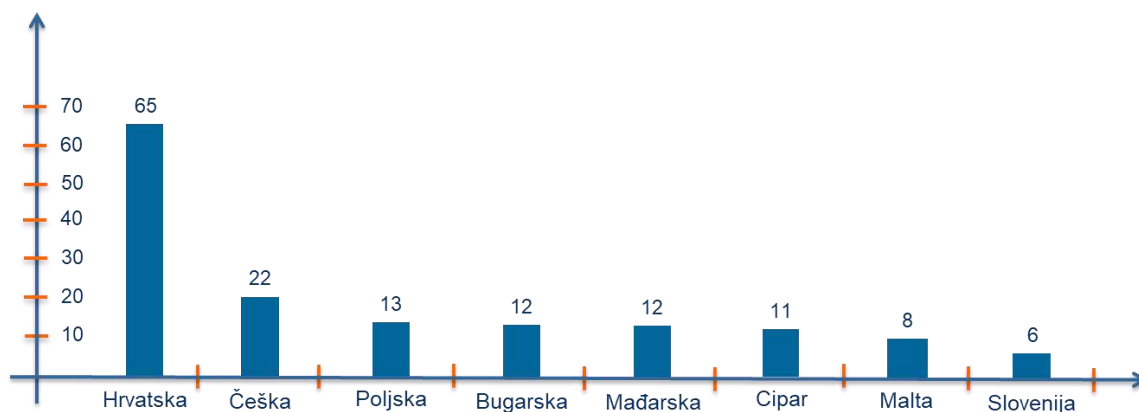
Europski turisti su općenito, pa tako i ruralni turisti, osjetljivi na odnos cijene i kvalitete turističkih usluga. Međutim, budući da ruralni turisti dolaze iz imućnijih društvenih segmenata, oni će biti spremni prihvatiti više cijene ako te više cijene jamče odgovarajuću kvalitetu. Posebno se pazi na: kvalitetu doživljaja, kvalitetu smještaja i higijenu, kvalitetu organizacije, ljubaznost pružatelja usluga, kvalitetu hrane.

U pogledu smještaja, ruralni turisti preferiraju autentičan smještaj u lokalnoj zajednici, kampove i manje lokalne hotele. Međutim, sve više su osjetljivi na kvalitetu tog smještaja i preferiraju smještaj u jedinicama više kategorije.

Sve je veća popularnost agro-turizma, odnosno boravka na autentičnim farmama koje odražavaju stil života lokalnog stanovništva. Turisti koji biraju ovakav smještaj vrlo rado prihvaćaju sudjelovanje u farmerskim poslovima oko stoke, žetvi usjeva i berbi poljoprivrednih proizvoda.

Promatrajući nove članice EU, Hrvatska je uvjerljivo vodeća prema broju međunarodnih noćenja u turističkim smještajima. U 2015. godini Hrvatska je zabilježila 65 mil. noćenja u turističkim smještajima, a Češka je druga s 22 mil. noćenja.

Slika 11: *Broj međunarodnih noćenja u turističkim smještajima - NMS (u mil.)*



Izvor: Eurostat

U ruralnom turizmu prisutni su sljedeći trendovi:

- Upoznavanje različitih načina života

Definira se u znatizelji turista za novim iskustvima i doživljajima. Osim interesa ljudi za luksuznim proizvodima i doživljajima, sve se više pojavljuje znatizelja prema mirnijim i jednostavnijim iskustvima, npr. boravak u seoskom okruženju.

- Bliskost ljudima, kulturi, prirodi

Želja za upoznavanjem ljudi različitih profila i veća potreba za bijegom iz urbanih, užurbanih sredina u mirnije krajeve i boravak u prirodi.

- Smještaj i prehrambeni trendovi (tradicijske vrijednosti)

Iskustvo tradicionalnih običaja kroz smještajne kapacitete i kroz uživanje u tradicionalnim jelima raznih krajeva.

- Rekreacija (raznolikost ponude / aktivnosti)

Važno je omogućiti turistima ponudu raznovrsnih aktivnosti na otvorenom, npr. jahanje. Također je potrebno omogućiti radionice unutar objekata, npr. sudjelovanje u pripremi domaćih jela.

- Izravna prodaja poljoprivrednih proizvoda

Mogućnost kupnje domaćih proizvoda je izuzetno važno za potpuni doživljaj i zadovoljstvo turista određenim krajem.

- Znanje i prijateljstvo (gostoljubivi domaćini)

Važno je da se turisti ugodno osjećaju tijekom svoga boravka. Time se stvara povjerenje i mogućnost ponovnog dolaska kao i davanje pozitivnih preporuka novim potencijalnim turistima.

- Čist okoliš i lijep krajolik

Temelj uspješne i produktivne turističke ponude.

Slika 12: *Atraktivnost ponuđenih usluga u ruralnom turizmu*



Izvor: Grgić, I., prilagodba T&MC Group

Gastronomija i ruralni turizam

Ponuda autentičnih lokalnih jela i pića ima posebno značenje u ruralnom turizmu. Turisti koji biraju ruralni prostor kao cilj svojih putovanja često su i gastronomski turisti, te očekuju ponudu lokalnih jela i pića koja odražavaju kulturu i običaje tog prostora. Nedavno provedena istraživanja u susjednim državama u Panonskoj nizini (Kalenjuk, 2015) pokazuju kako u više od 90% slučajeva ruralni turisti preferiraju lokalna i nacionalna u odnosu na internacionalna jela. Ovakvo ponašanje ruralnih turista je različito od ponašanja i očekivanja tradicionalnih turista koji ljetuju uz morsku obalu i koji preferiraju međunarodna jela, brzu i gotovu hranu te hranu kakvu konzumiraju kod kuće. Postoje različite definicije gastronomskog turizma. Najčešće se tako spominje eno-gastro turizam, kulinarski turizam i turizam kulinarske kulture. Gastro turizam, međutim ne smije poistovjećivati s agro-turizmom. Gastro turizam je podoblik kulturnog turizma jer je kulinarstvo dio opće kulture. Agro-turizam je poseban oblik ruralnog turizma. Međutim gastro-turizam i ruralni turizma, odnosno agro-turizam su usko međusobno povezani.

Istraživanja pokazuju (McKercher *et al*, 2008) da autentična lokalna jela imaju iznimno važan utjecaj na ruralni i gastronomski turizam. Posebnu važnost imaju hladna i topla predjela, autentična jela od mesa ili ribe te lokalni autentični deserti. Gastronomski užitci u tom smislu opredjeljuju jedan dan prosječnog turista. Veliki dio turističkog

iskustva se tako odnosi na uživanje u jelima i pićima. Postojanje autentične gastronomske ponude u ruralnom turizmu jedan je od činitelja zbog kojih se opredjeljuje ponovni turist te je činitelj ukupne uspješnosti jedne turističke destinacije.

Oznake izvornosti i autentičnosti

U većini turistički razvijenih zemalja EU uvedeni su mehanizmi zaštite ruralne gastronomije i označavanja autentične hrane i pića posebnim certifikacijskim oznakama poput PDO (*Protected Designation of Origin* - zaštićeno porijeklo proizvoda), PGI (*Protected Geographic Indication* - zaštićeno geografsko porijeklo proizvoda), DOC (*denominazione di origine controllata* - proizvod kontroliranog porijekla) i dr. Označavanje izvornosti i autentičnosti proizvoda se danas koristi kao snažan marketinški instrument za privlačenja gastro-turista (Slika 13).

Slika 13: Oznake izvornosti i autentičnosti

Europske oznake izvornosti



Izvor: T&MC Group

Hrvatske oznake izvornosti



Francuska ima, primjerice, posebnu strategiju za razvoj lokalne autentične gastronomije koja rješava mnoge probleme u ruralnim područjima, osigurava prodajne kanale za lokalne proizvode i zadržava dodanu vrijednost u ruralnom prostoru. Lokalna gastronomija u Francuskoj privlači brojne gastro i ruralne turiste koji su u potrazi za posebnim doživljajima uživanja u vrhunskim jelima i vinima. Posebna organizacija "Turizam u ruralnim područjima" u Francuskoj koordinira različite interese zainteresiranih strana u ruralnom turizmu: od regionalnih proizvođača vina, proizvođača sireva, udruga vlasnika restorana i smještajnih kapaciteta do jedinica lokalne samouprave. Ova krovna organizacija, u suradnji s lokalnim organizacijama i udrugama organizira festivale, sajmove i druge događaje koji privlače turiste. Udruga "Ruralni turizam" objavljuje posebne vodiče kroz restorane koji nude autentična jela u ruralnim sredinama francuskih regija. U tim vodičima mogu biti uvrštena samo ponuda koja je prošla odgovarajući certifikaciju "identiteta i autentičnosti".

Hrvatska ima deset proizvoda zaštićenih oznakama izvornosti na razini EU-PDO oznakama:

1. Ekstra djevičansko maslinovo ulje Cres
2. Neretvanska mandarina
3. Ogulinski kiseli kupus / Ogulinsko kiselo zelje
4. Istarski pršut / Istarski pršut
5. Krčko maslinovo ulje
6. Korčulansko maslinovo ulje
7. Paška janjetina
8. Šoltansko maslinovo ulje
9. Varaždinsko zelje
10. Slavonski med

Oznakom zemljopisnog porijekla je do sada zaštićeno deset proizvoda – PGI oznake:

1. Krčki pršut
2. Baranjski kulen
3. Lički krumpir
4. Drniški pršut
5. Dalmatinski pršut
6. Poljički soparnik / Poljički zeljanik / Poljički uljenjak
7. Zagorski puran
8. Slavonski kulen / Slavonski kulin
9. Slavonska kobasica
10. Međimursko meso 'z tiblice

3.2. Turizam u široj destinaciji Panonske nizine - primjeri dobre prakse

Na području Panonske nizine turizam postaje sve značajnija destinacija. U austrijskoj pokrajini Burgenland (Gradišće) turizam je nedvojbeno najsnažnija gospodarska grana. Turizam je u Mađarskoj tradicionalno snažan, posebno zdravstveni turizam koji ima stoljetnu tradiciju. Slovačka, Rumunjska i Slovenija u svojim panonskim pokrajinama također razvijaju ponudu kontinentalnog turizma. Kružna putovanja po Dunavu sve su popularnija i privlače velik broj turista iz EU i izvan - europskih zemlja. Turisti iz SAD su najbrojniji putnici. Turistička ponuda u sjevernoj pokrajini susjedne Srbije doživljava veliki razvoj u proteklom desetljeću. Turistička ponuda u Slavoniji tek se počinje razvijati, budući da su dosadašnje strategije razvoja turizma u Republici Hrvatskoj i mjere intervencije

središnje države u ovom gospodarskom sektoru bile usredotočene na morski turizam. Razvoj turističke ponude u Baranji predstavlja pozitivan primjer. Turistički trendovi u susjednim zemljama će u budućnosti postupno stvarati tzv. turistička kognitivna sidra u području Panonske nizine te na taj način imati utjecaj na razvoj turizma u Slavoniji te Grada Grubišnoga Polja.

Ovdje navodimo nekoliko primjera razvoja turističke ponude u Panonskoj nizini.

Etno selo Karanac



Fotografija: Vila Baranja

Etno selo Karanac smješteno je na južnim padinama Banskog brda i predstavlja središte kontinentalnog turizma s visoko razvijenim smislom za njegovanje tradicijske kulture. Karanac je popularno odredište poznato po preporodu baranjskog turizma, a navedenom pridonosi i velika turistička ponuda. Od poznatih objekata i lokacija potrebno je spomenuti "Baranjsku kuću", "Ulicu zaboravljenog vremena", OPG "Sklepić", "Tri mudraca", seosko gospodarsko "Ivica i Marica", obiteljski podrum "Sabo", "Bakine čarolije", "Kukuriku" te „Vilu Baranja“. Osim navedenog, etno selo Karanac je poznato i po održavanju raznih manifestacija, a najpoznatija manifestacija je "Čvarak fest".

Panonsko selo – Općina Moravske Toplice (Slovenija)



Fotografija: Panonsko selo

Panonsko selo nalazi se u selu Tešanovci u neposrednoj blizini Moravskih Toplica (Prekomurje) i najvećeg golf terena u Sloveniji. Selo se sastoji od 10 replika autentičnih panonskih kuća koje povezuje komfor visokog standarda, jedinstven stil, ekološki materijali, ručno rađeni namještaj i eco-friendly sustav grijanja. Osim gastronomske ponude, turistima se nudi niz zabavnih i komercijalnih sadržaja. Smještajni kapaciteti opremljeni su mini kuhinjom sa mikrovalnom pećnicom i hladnjakom, bračnim i običnim krevetima te kupaonicom.

Kamp Duboka – Park prirode Papuk



Fotografija: Kamp Duboka

Kamp Duboka moderan je kamp u mjestu Velika, na rubnome dijelu Parka prirode Papuk. Kamp se prostire na površini od 2,3 ha, ima uređeno 11 parcela za kampere i kamp prikolice te prostor predviđen za boravak gostiju u šatorima. Kamp ima priključke za električnu energiju i vodu, a gosti kampa se koriste zajedničkim sanitarnim čvorom, malom kuhinjom i mjestom za roštilj. Kamp Duboka može primiti do 200 kampista. Okruženje kampa omogućuje rekreativne aktivnosti kao što su pješaćenje, sportsko penjanje, vožnju biciklom i jogging. Kako bi se skrenula pažnja na važnost zaštite okoliša, kamp je većim dijelom izgrađen od prirodnih materijala te se koriste alternativni izvori energije. Zahvaljujući dobroj lokaciji posjetitelji mogu istražiti planinu Papuk koja je uvrštena na listu UNESCO-ovih Svjetskih Geoparkova.

Zelendvor – Petrijanec



Fotografija: Zelendvor – Lovačka kuća

Zelendvor je kompleks u mjestu Petrijanec u Varaždinskoj županiji. Turistička ponuda je pretežito orijentirana na lovački turizam, no kompleks nudi i turističku ponudu za ostale posjetitelje kao što su jahanje, izlet u prirodi, šetnju šumom, dječje igralište te restoran. U centru Zelendvora nalazi se lovačka kuća koja raspolaže sa 11 soba – 4 jednokrevetne i 7 dvokrevetnih od kojih dvije imaju i pomoćni ležaj. Svaka soba opremljena je s centralnim grijanjem, televizijom i kupaonicom. Lovište Zelendvora nalazi se na krajnjem sjeverozapadu Hrvatske, površine od 8.500 hektara. Lovište nema izrazitih reljefnih oblika te je gotovo u potpunosti ravno i prohodno. Organizirani su pojedinačni i skupni lovovi na trčke, fazane, prepelice, kolinke, šljuke, zečeve i kuniće. Zelendvor je poznat po uzgoju pernate divljači te posjeduje Međunarodnu dozvolu za izvoz pernate i sitne dlakave divljači u zemlje Europske unije. Ponuda restorana su tradicionalna i domaća jela, a kapacitet restorana su tri sale i ukupno 150 sjedećih mjesta s mogućnošću organizacije raznih svečanosti.

Manifestacija “Kaj su jeli naši stari” - Vrbovec



Fotografija: Štand s ponudom jela

Vrbovec i građani Vrbovca posebno su ponosni na turističko-kulinarsku manifestaciju “Kaj su jeli naši stari”. Manifestacija se održava svake godine u zadnjem vikendu kolovoza te je prvi put pokrenuta 1980. godine. Uz

recepte starih jela i starih narodnih jela, svake godine se održavaju i natjecanja u pripremi najboljeg. Na manifestaciji aktivno sudjeluju razne udruge koje se bave proizvodnjom i prezentacijom hrane – udruga proizvođača sira, meda, voća i povrća, zdrave hrane, mesnih proizvoda, lovci, ribiči, vinari i vinogradari. Manifestacija uključuje i bogat kulturno-umjetnički i sportski program, a u večernjim satima posjetitelji mogu uživati u koncertima poznatih glazbenika.

Vinski maraton - Zmajevac



Fotografija: Vinski maraton

U naselju Zmajevac svake godine održava se poznata manifestacija pod nazivom "Vinski maraton". Glavni organizatori maratona su Udruga za njegovanje običaja Mađara "Surduk" i KUD Jožef Atilla. U početku se Vinski maraton održavao u sklopu obilježavanja dana sela, a danas se obilježava u sklopu Vinskog maratona. U 2017. godini na maratonu je zabilježeno preko 2.000 natjecatelja i posjetitelja. Proklamirani cilj manifestacije je u što kraćem roku obići dvadesetak vinskih podruma i u svakome popiti po decilitar vina, a pravi cilj je druženje uz vrhunsku baranjsku vinsku kapljicu i uživanje u rustikalnoj atmosferi baranjskih gatora.

3.3. Segmentacija tržišta potražnje za turističkim proizvodima destinacije

Imajući u vidu potencijale razvoja ruralnog turizma u Hrvatskoj, pa tako i Grad Grubišno Polje, postavlja se pitanje iz kojeg socijalnog okruženja i iz kojih emitivnih tržišta mogu doći posjetitelji i turisti na područje Grada? Koje bismo ciljane grupe potencijalnih turista i ciljna tržišta trebali promatrati te na njih usmjeravati marketinške aktivnosti?

Slika 14: Segmentacija i obilježja ciljanih skupina ruralnih turista



Izvor: Studija "Generiranje dodane vrijednosti kroz turizam u pokrajini Gradišće", Kreutzer, Fischer & Partner (2015), prilagodba T&MC Group

Istraživanja koja su nedavno provedena u austrijskoj pokrajini Gradišće, koja se nalazi u panonsko-podunavskoj makro-regiji kontinentalne Europe te koja je po prirodnim potencijalima slična hrvatskoj regiji Slavonija i Baranja, pokazuju (Slika 14) da većina turista dolazi iz okruženja "etabliranih" i "postmaterijalnih" segmenata turističkog emitivnog tržišta. Ova dva okruženja zajedno obuhvaćaju oko 18% kućanstava i građana EU te za kontinentalne, panonsko-podunavske turističke regije predstavljaju najvažnije ciljane skupine turista. Turistička ponuda u Gradišću, Mađarskoj, slovenskom Prekomurju, Slovačkoj i rumunjskom Banatu snažno se prilagođava ovim ciljnim skupinama. Ovim se segmentima turističkog tržišta pridružuju "performeri" (oko 9% stanovnika EU), dakle visokoučinkoviti profesionalci u post-industrijskom vremenu, koji su vrlo skloni novim tehnologijama i medijima te kreiraju na internetu svoje recenzije ("Testimonials") što može dodatno pojačati potražnju za određenom destinacijom. "Performer" svojom aktivnošću na novim medijima privlače pozornost i prve dvije skupine turista te

na taj način proizvode multiplikacijske učinke. Turisti iz ovog segmenta turističke potražnje također postavljaju vrlo visoke zahtjeve prema ponuđačima turističkih proizvoda i usluga u pogledu učinkovitosti i kvalitete usluga, očekujući ekskluzivne, autentične i trendovske, ponekad eksperimentalne turističke proizvode i usluge. Turisti iz ova tri gornja tržišna segmenta dolaze u panonsko-podunavsku regiju iz Njemačke, Austrije, Švicarske, Češke, Slovačke i Mađarske.

4. VIZIJA I CILJEVI RAZVOJA TURIZMA: NAŠ SMJER

Analiza općih turističkih trendova, trend povećavanja broja posjetitelja i noćenja u panonsko-podunavskoj regiji te pratećih pozitivnih trendova u ruralnom turizmu i primjeri dobre prakse predstavljaju osnovicu za programiranje razvoja turizma u Gradu Grubišnom Polju za razdoblje 2018.–2025.g.

Kao što je naglašeno u ovom dokumentu, jedna od najvećih slabosti turizma na području Grada je nedostatak smještajnih kapaciteta. Ovom se strategijom predviđa ubrzani razvoj ove gospodarske djelatnosti u gore navedenom strateškom horizontu. Grad će u okvirima ove strategije samostalno i u partnerstvu s privatnim sektorom pokretati implementacijske projekte koji će biti sufinancirani iz EU fondova i drugih izvora.

4.1. Vizija i ciljevi razvoja turizma na području Grada

Vizija razvoja turizma Grada Grubišnoga Polja predstavlja idealno stanje koji bi pozitivno utjecalo na sveukupan razvoj Grada. Vizija omogućuje koordinirano djelovanje Grada, institucija javnog sektora, privatnih poduzetnika, građanskih udruga i pojedinaca u realizaciji željenog stanja Grada u budućnosti. Postavljena vizija temelj je za definiranje strateških ciljeva turizma u Gradu Grubišnom Polju do 2025. godine. Vizija razvoja turizma Grada Grubišnoga Polja temelji se na odrednicama koje su definirane u Strategiji razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine.

Slika 15: Sustav vrijednosti i vizije razvoja turizma Republike Hrvatske



Izvor: Strategija razvoja turizma RH do 2020.

Nastavljeno na viziju razvoja turizma u Republici Hrvatskoj te analizi trendova u kontinentalnom i posebno ruralnom turizmu u srednjoj Europi, panonsko-podunavskoj regiji, ovom se strategijom postavlja sljedeća temeljna vizija razvoja turizma u Gradu:

”Grad Grubišno Polje će se razvijati kao prepoznatljiva turistička destinacija u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji, koja će privlačiti svojim prirodnim ljepotama i očuvanim okolišem, autentičnom gastronomskom ponudom i gostoljubivošću svojih stanovnika”

Glavni ciljevi koji se žele postići implementacijom ove strategije su prije svega razvoj turističke djelatnosti na području Grada koja bi osigurala zadržavanje velikog dijela novostvorene vrijednosti kroz povezivanje lokalne turističke potrošnje i lokalne proizvodnje, stvarala nova radna mjesta i postala pokretač ubrzanog općeg socio-ekonomskog razvitka.

Ciljevi razvoja turizma Grada Grubišnoga Polja do 2025. godine baziraju se na definiranoj viziji Grada i predstavljaju skup zadataka koje je potrebno ispuniti u svrhu uspješne provedbe Strategije razvoja turizma (Slika 16).

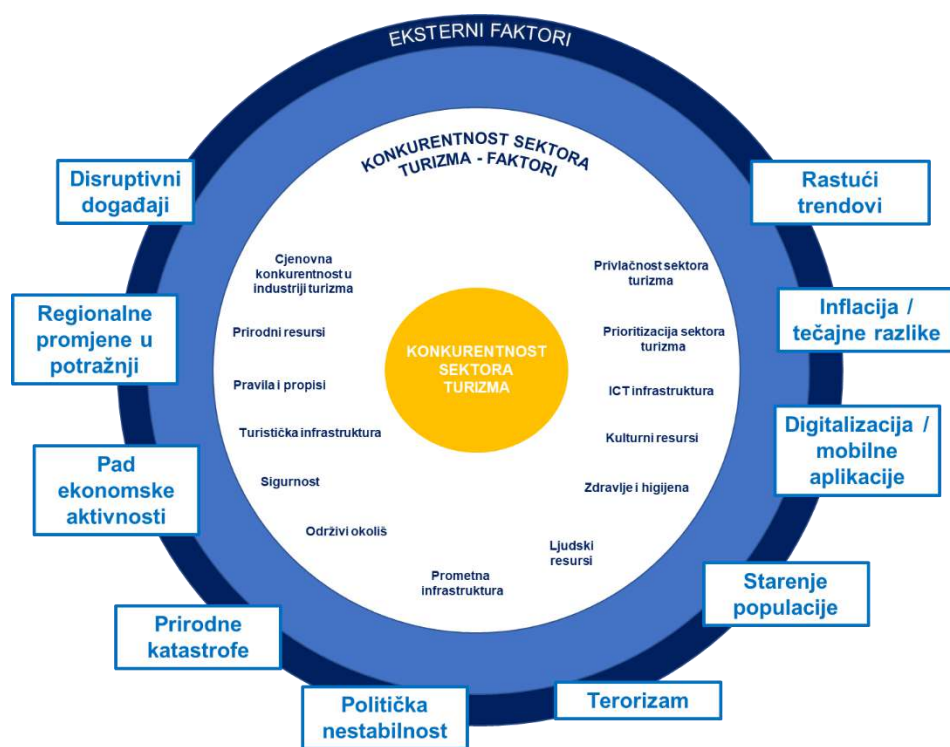
Slika 16: *Strateški ciljevi razvoja turizma na području Grada*



4.2. Ključni činitelji uspjeha

Uspjeh turističke destinacije mora biti usredotočen na najvažnije faktore konkurentnosti, a evaluacija uspjeha turističke destinacije provodi se kroz inpute i outpute, komparativne i konkurentne prednosti te kroz mišljenja svih interesnih dionika koji su povezani sa sektorom turizma. U novije razdoblje, sektor turizma zabilježio je značajne promjene, a na konkurentnost turizma najviše su utjecali eksterni faktori prikazani na Slici 20. S obzirom na interne faktore konkurentnosti sektora turizma, najvažnije stavka su razvoj turističke infrastrukture i postojanje prometne infrastrukture što omogućuje privlačenje posjetitelja u turističku destinaciju. Kada govorimo o materijalnoj i nematerijalnoj baštini, prirodni i kulturni resursi predstavljaju velik potencijal za razvoj turizma. Osim navedenog, ostali faktori koji utječu na konkurentnost su: privlačnost i prioritizacija sektora turizma, ICT infrastruktura, ljudski resursi, cjenovna konkurentnost, pravila i propisi, sigurnost, održivi okoliš te zdravlje i higijena.

Slika 17: *Interni i eksterni faktori koji utječu na konkurentnost turizma*



Izvor: Bozz & Company, prilagodba T&MC Group

S obzirom na faktore koji utječu na sektor turizma, za Grad Grubišno Polje potrebno je odrediti konkurentske prednosti na kojima će se temeljiti turistički razvoj. U Tablici 4 prikazane su konkurentske prednosti i nedostaci Grada kao turističke destinacije:

Tablica 4: *Konkurentske prednosti i nedostaci turističke destinacije*

Konkurentske prednosti	Konkurentski nedostaci
▪ Lokacija ▪ Povezanost s glavnim prometnim pravcima ▪ Prirodne ljepote, očuvan okoliš ▪ Autentična gastronomska ponuda ▪ Prirodni resursi	▪ Nerazvijenost svijesti o mogućnosti razvoja turizma kod lokalnog stanovništva ▪ Nedovoljna razvijenost turističke ponude i turističkih proizvoda, slaba ponuda ▪ Nedostatak kvalitetnih smještajnih kapaciteta ▪ Niska iskorištenost baštine u turističke svrhe ▪ Nedostatak gastronomske ponude ▪ Nerazvijena turistička infrastruktura

5. STRATEGIJA: KAKO ĆEMO OSTVARITI CILJEVE?

5.1. Strateški koncept turističke destinacije Grubišno Polje

Strategija razvoja turizma u Gradu temelji se na strateškom konceptu s četiri glavna područja turističkih doživljaja i iskustava, kako je to prikazano na Slici 18.

Slika 18: Strateški koncept razvoja turističke ponude u Gradu



Izvor: T&MC Group

Prirodne ljepote

Grad Grubišno Polje bogat je prirodnim ljepotama i očuvanim okolišem. Na području Grubišnoga Polja nalazi se pet sportskih ribnjaka, a najpoznatiji je izletište i ribnjak Bara koji će se kroz provedbu projekta razviti u turističku zonu. Osim navedenog, prostor Grada karakterizira prostor očuvanih livada uz rijeku Ilovu te Bilogora s bogatim šumama hrasta i bukve. Navedena područja nastanjuju ribe te niska i visoka divljač poput šarana, soma, babuške, amura, jelene divljači, divlje svinje, pernate divljače, zečeva i brojnih drugih vrsta životinja. S obzirom na navedeno, šumska područja su pogodna za razvoj lovnog turizma, a ribnjaci za ribolov. Osim navedenog, na području Grubišnoga Polja nalaze se livade koje pripadaju zaštićenom području Natura 2000 gdje je zabilježen leptir plavac.

Aktivan odmor

Turisti koji su u potrazi za destinacijama na kojima je moguć aktivan odmor predstavljaju rastući segment emitivnog turističkog tržišta. Bicikliranje, pješaćenje i sportske aktivnosti postaju sastavni dio potražnje turista u ruralnim područjima. Na području Bjelovarsko-bilogorske županije postoji nekoliko uređenih biciklističkih staza. Najpoznatija je Županijska ruta koja povezuje pet gradova: Bjelovar, Čazma, Garešnica, Daruvar, Grubišno Polje.



Fotografija: "Zelena blaga Bilogore" - Ciklo-gastro užitek u prirodi

Prirodan okoliš i uređene šumske staze omogućuju razvoj ponude pješaćenja, promatranja divljih životinja i ptica te aktivni odmora kroz lov divljači u lovištima na području Grada koja su otvorena za turiste. Potrebno je spomenuti i ribnjake na području Grada koji predstavljaju veliki potencijal za razvoj ribolova.

U razvoju turističke ponude Grada naglasak će biti i na razvoju mogućnosti aktivnog odmora te će se prema ovom tipu turističke potražnje usmjeriti intervencije na strani ponude.

Kulturna baština

Grubišno Polje na svom području posjeduje kulturnu baštinu. U Grubišnom Polju sagrađeno je nekoliko sakralnih objekata. U Gradu su izrađene dvije etno-kuće, odnosno etno-kuća Bilogora i etno kuća u Ivanovom Selu u kojoj se redovito održava manifestacija "Etno dan". Navedena manifestacija održava se pod organizacijom Saveza Čeha u Republici Hrvatskoj i Češke besede Ivanova Sela gdje posjetitelji mogu osim bogatog kulturno-umjetničkog programa uživati i u češkoj gastronomiji. Češka beseda se osim u Ivanovom Selu odvija i u naseljima Mali i Veliki Zdenci te naselju Treglava. Osim navedenog, potrebno je spomenuti i samostan Sestra milosrdnica gdje se nalazi zajednica Sestara milosrdnica i spomen soba svećenika Ivana Nepomuka Jemeršića. Samostan je ubrojen u najvažnije kulturno-povijesne znamenitosti na području Grada Grubišnoga Polja te je uvršten u listu preventivno zaštićenih kulturnih dobara Republike Hrvatske. Na području Grada nalazi se arheološko nalazište Šuma Oborova koje je uvršteno na listi preventivno zaštićenih kulturnih dobara Ministarstva kulture. Turistička zajednica Grada Grubišnoga Polja redovito organizirane razne manifestacije na području Grada poput festivala Prvi pljesak, Maškare i maskenbal. Osim navedenog, potrebno je spomenuti i Međunarodni dan sporta, Sportske igre Grada Grubišnoga Polja, Kukuruzijadu, Marinje, Dan Grada, gospodarski sajam, doček Nove godine, folklorni ansambl Grubišno Polje i udrugu "Kaj vu srcu". Na području Grada također djeluje i Zajednica Mađara Grubišnoga Polja.

Ovaj strateški koncept razvoja turizma na području Grada pretpostavlja organiziranje raznih manifestacija od strane Turističke zajednice, a također je potrebno spomenuti i uključivanje tradicije i narodnih običaja u ukupnu turističku ponudu namijenjenu ruralnim turistima.



Fotografija: Etno dan u dvorištu Etno zbirke u Ivanovu Selu

Autentična gastronomija

Razvijena gastronomska ponuda je prema istraživanju Instituta jedan od pet najvažnijih motiva dolaska turista u Hrvatsku. Potražnja turista za kvalitetom i autentičnom ponudom hrane i pića postaje sve značajnija komponenta turističke potražnje prema kojoj se prilagođavaju turističke i ugostiteljske usluge. Gastronomski manje razvijene države također identificiraju gastronomiju kao jedan od prioriteta turističkog razvoja, a Švedska je kao primjer postavila vrlo ambiciozan cilj: postati jedna od vodećih destinacija turista koji su u potrazi za vrhunskim gastronomskih doživljajima. Lokalna gastronomija predstavlja identitet i tradiciju neke lokalne zajednice, a hrana i običaji oko stola integriraju ruralne turiste s lokalnom kulturom i običajima. Konzumacija jela i pića te iskustvo drugih kulinarskih tradicija snažno privlači moderne turiste koji su u stalnoj potrazi za novim doživljajima i iskustvima. Turisti se često odlučuju na kupovinu hrane i pića kao suvenire i podsjetnike na boravak u određenoj turističkoj destinaciji. S obzirom na navedeno, autentična gastronomija je važna sastavnica turizma, a posebno na području ruralnog turizma.

Grad Grubišno Polje nalazi se na čistom i netaknutom prirodnom prostoru, a seoska proizvodnja i prerada poljoprivrednih proizvoda može ponuditi ekološki čistu hranu. Osim navedenog, potrebno je spomenuti i ribolovna područja koja predstavljaju veliki potencijal za razvoj ribljih specijaliteta. U Gradu se pod organizacijom Turističke zajednice održavaju razne manifestacije, a potrebno je spomenuti i češku nacionalnu manjinu u naselju Ivanovo Selo te redovito održavanje Češke besede na kojima se nude tradicionalna češka gastronomija. Češka gastronomija na području Grada predstavlja veliki potencijal, a preporuka je u sklopu ugostiteljskih objekata turistima ponuditi i navedena jela.



Fotografija: Juneći gulaš sa češkim knedlama

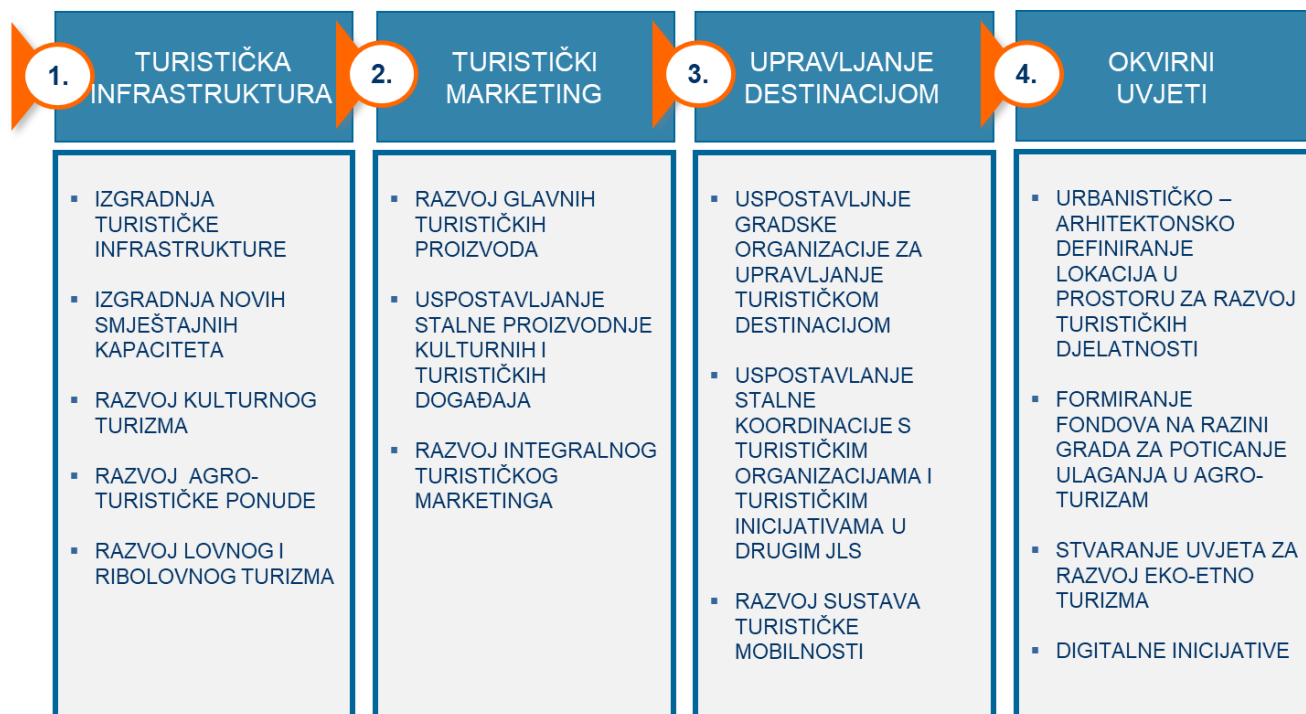
5.2. Prioriteti intervencije i strateška područja djelovanja

Ostvarivanje definiranih ciljeva razvoja turističkih aktivnosti na području Grada Grubišnoga Polja pretpostavlja intervenciju lokalne jedinice te partnerstvo između jedinice lokalne samouprave (Grada) i privatnih investitora. S obzirom na mali broj smještajnih kapaciteta, nedostatak turističke infrastrukture i slabo razumijevanje lokalnog stanovništva o značaju turističkih djelatnosti za opći socio-ekonomski razvoj Grada, potrebno je definirati prioritetna područja intervencije, odnosno područja djelovanja do 2025. godine.

U okviru ove strategije postavljaju se sljedeća prioritetna područja intervencije i djelovanja s ciljem razvoja turizma na području Grada (Slika 19):

1. Turistička infrastruktura,
2. Turistički marketing,
3. Upravljanje destinacijom,
4. Okvirni uvjeti za razvoj turizma.

Slika 19: *Prioriteti intervencije i područja djelovanja*



Izvor: T&MC Group

U Tablici 5 prikazan je pregled prioriteta i područja djelovanja te strateški ciljevi koje će Grad Grubišno Polje postići do 2027. godine.

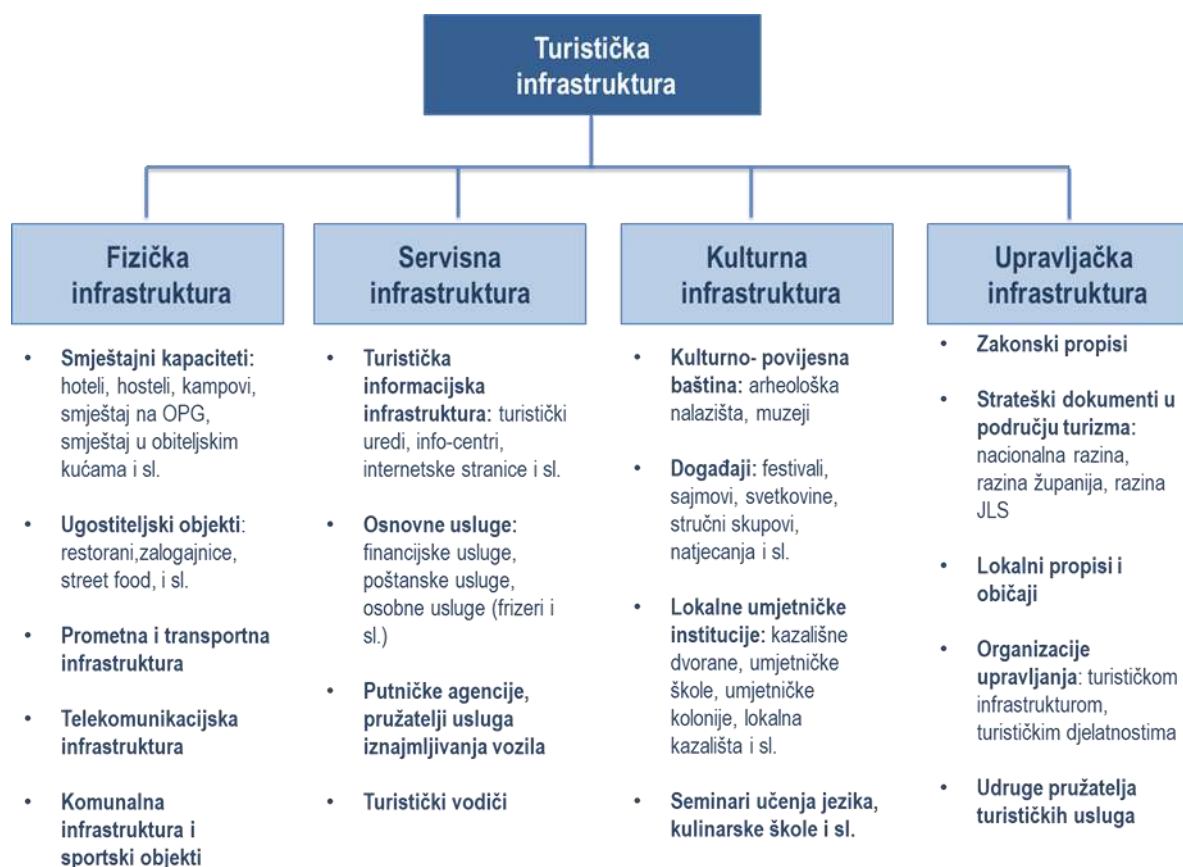
Tablica 5: *Pregled prioriteta i područja djelovanja do 2027. godine*

Strateški ciljevi	Prioriteti intervencije	Strateške mjere
1. Izgradnja osnovne turističke infrastrukture	1.1. Turistička infrastruktura	1.1.1. Izgradnja turističke zone "Bara"
		1.1.2. Izgradnja hostela
		1.1.3. Razvoj smještaja u lovačkim domovima
		1.1.4. Izgradnja biciklističkih staza
		1.1.5. Uređenje zelenih površina na području Grada
		1.1.6. Osnivanje centra kompetencija za agro-turizam
2. Razvoj turističkih proizvoda		
3. Povećanje broja posjetitelja i noćenja		

5.2.1. Razvoj turističke infrastrukture

Pod pojmom turističke infrastrukture podrazumijevamo nekretnine i usluge potrebne za razvoj nekog područja koje planira prihvatiti posjetitelje i turiste. Razvoj turističke infrastrukture je danas strateško pitanje povezano ne samo s lokalnim razvojem već i razvitkom cijelih regija. U okviru Strategije razvoja na području Grada Grubišnoga Polja izgradnja osnovne turističke infrastrukture predstavlja prvi prioritet intervencije.

Slika 20: Pregled turističke infrastrukture koju je potrebno izgraditi u Gradu



Izvor: T&MC Group

Turistička infrastruktura obuhvaća fizičku, servisnu, kulturnu i upravljačku infrastrukturu (Slika 20). Fizička infrastruktura obuhvaća prometnu infrastrukturu (prometnice, lokalne ceste, biciklističke i pješačke staze, željeznički i autobusni kolodvori i sl.), smještajne kapacitete, ugostiteljske objekte, komunalnu i telekomunikacijsku infrastrukturu.

Servisna turistička infrastruktura se odnosi na organizacije koje pružaju različite usluge turistima: turističke informacije, usluge vodiča, iznajmljivanje vozila i drugih prijevoznih sredstava (npr. bicikala, kočija i sl.), financijske usluge te različite osobne usluge (npr. njega kose i tijela).

Pod pojmom kulturne infrastrukture podrazumijevamo objekte kulturno-povijesne baštine, organizacije različitih kulturnih događaja i skupova, različite kulturno-umjetničke institucije (kazališta, koncertne dvorane, umjetničke škole, umjetničke kolonije) te organizacije različitih seminara i tečajeva.

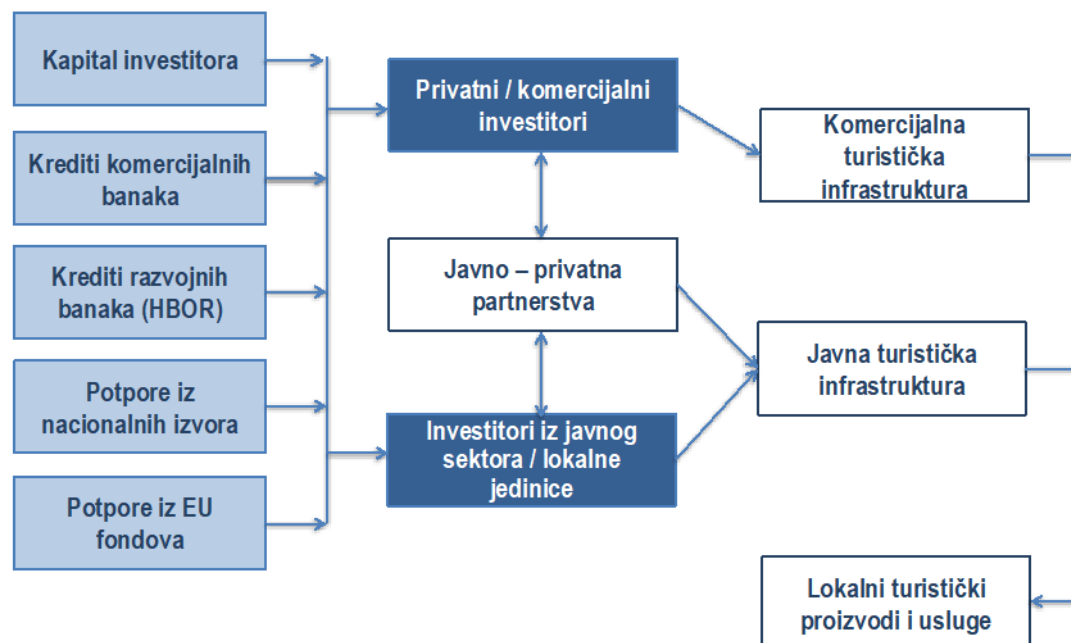
Upravljačka turistička infrastruktura i razvijanje turističkih institucija imaju poseban značaj za dugoročnu održivost turističkih djelatnosti. Na vrhu piramide upravljačke infrastrukture se nalaze propisi EU i nacionalni propisi kojima se administriraju i reguliraju turističke djelatnosti, odnosno koji utječu na razvoj turizma. Pravila koje propisuju jedinice lokalne samouprave, strateški i urbanistički planovi te lokalni običaji također predstavljaju važnu sastavnicu ukupne turističke infrastrukture. Upravljačke turističke organizacije, poput organizacija za upravljanje turističkom destinacijom, kao i različite udruge zainteresiranih za turizam su dio upravljačke infrastrukture.

Grad Grubišno Polje nema dovoljno razvijenu turističku infrastrukturu, a posebno je potrebno naglasiti mali broj smještajnih kapaciteta. Ova strategija predstavlja prvi korak u razvoju upravljačke komponente ukupne turističke infrastrukture. U cilju razvoja turizma na području Grada potrebno je izgraditi turističku infrastrukturu. Ulaganja u turističku infrastrukturu su visoka te imaju duge rokove povrata. Zbog navedenog je potrebno planirati intervenciju i implementacijske projekte koje će pokretati Grad i kojima će se poticati ulaganja privatnog sektora.

Ulaganja u turističku, posebno fizičku infrastrukturu su vrlo visoka te je implementacijske projekte potrebno pažljivo planirati. Za financiranje ulaganja u turističku infrastrukturu se koriste različiti vanjski izvori te modeli partnerstva između javnog (jedinice lokalne samouprave) i privatnog sektora (komercijalnih investitora).

Grad Grubišno Polje će u razdoblju do 2025. godine pokretati projekte izgradnje turističke infrastrukture sukladno ovom strateškom planu. Implementacijski projekti će biti financirani iz vlastitih izvora Grada, strukturnih i investicijskih fondova EU te kroz model javno-privatnog partnerstva.

Slika 21: Model financiranja turističke infrastrukture



Izvor: T&MC Group, prema A. Panasiuk (2007)

5.2.2. Turistički marketing

Intervencije u području marketinga turističke destinacije Grada, nakon izgradnje turističke infrastrukture, predstavlja prioritarno područje djelovanja. Buduća turistička infrastruktura koja će se izgraditi u pravilu će ostati nedovoljno iskorištena ukoliko izostanu osmišljene i kontinuirane aktivnosti marketinga turističke destinacije.

Ovom se Strategijom razvoja turizma na području Grada, u okviru ovog prioriteta, planira intervencijsko djelovanje u sljedećim sastavnicama integriranog marketinga turističke destinacije Grada Grubišnoga Polja:

- Razvoj glavnih turističkih proizvoda,
- Uspostavljanje stalne proizvodnje kulturnih i turističkih događaja,
- Razvoj integralnog turističkog marketinga.

Razvoj turističkih proizvoda

Ova sastavnica se odnosi na turističke usluge i turističke proizvode koje će Grad nuditi ciljanim segmentima turističkog tržišta. Razvoj turizma u Gradu će se temeljiti na općem trendu razvoja ruralnog turizma u panonsko-podunavskoj regiji. U tom smislu se može planirati da će na područje Grada, nakon razvoja temeljne turističke infrastrukture, dolaziti turisti iz segmenata turističkog tržišta koji danas dolaze u turistički razvijene ruralne prostore Panonske nizine.

Ovom se strategijom preuzima segmentacija turističkog tržišta koja je prikazana na Slici 22. Ciljani segmenti tržišta ruralnog turizma bi bili:

- Etabilirani turisti s višom kupovnom moći, skloni novim turističkim iskustvima, kulturnim događajima, ljubitelji vrhunske i autentične gastronomije, skloni višoj turističkoj potrošnji,
- Postmaterijalni turisti, skloni eko-turizmu i aktivnom turizmu, multikulturno orijentirani i neskloni pretjeranoj potrošnji,
- Turisti “performeri”, skloni intenzivnom korištenju novih tehnologija, konzumenti kulturnih i kreativnih turističkih proizvoda te skloni visokoj razini turističke potrošnje.

Slika 22: Segmentacija i obilježja ciljanih skupina ruralnih turista



Izvor: Studija “Generiranje dodane vrijednosti kroz turizam u pokrajini Gradišće”, Kreutzer, Fischer & Partner (2015), prilagodba T&MC Group

Prema gornjim segmentima tržišta, u kontekstu ove strategije, potrebno je razvijati uobičajene turističke proizvode ruralnog turizma kakvi su već zastupljeni u široj panonsko-podunavskoj regiji:

- Lovni turizam,
- Aktivan odmor (pješačenje, uživanje u prirodi, promatranje životinja i ptica, sport, sudjelovanje u lokalnim svečanostima, upoznavanje običaja i dr.),
- Agro-turizam (boravak u OPG-u),
- Eno-gastro turizam (uživanje u ponudi autentičnih jela i pića),

- Ciklo-turizam (bicikliranje).

Integrirana marketinška komunikacija

Marketinška komunikacija s ciljanim segmentima tržišta i potencijalnim posjetiteljima izuzetno je važna u ostvarivanju ciljeva Strategije razvoja turizma Grada. Budući da se danas više od 55% svih putovanja rezervira kroz digitalne kanale, strategija marketinške komunikacije treba predvidjeti integraciju tradicionalnih i digitalnih kanala marketinške komunikacije (Slika 23). Za provođenje strategije integrirane marketing komunikacije turističke destinacije Grubišno Polje bit će zadužena Turistička zajednica Grada.

Slika 23. Model integrirane marketing komunikacije za destinaciju Grubišno Polje



Izvor: T&MC Group

5.2.3. Upravljanje destinacijom

Uspostavljanje gradske organizacije koja će biti zadužena za upravljanje destinacijom, kao i umrežavanje s drugim akterima turizma na razini županije, nacionalnoj i međunarodnoj razini, predstavljaju ključne činitelje uspješnosti implementacije Strategije razvoja turizma u Gradu. Zbog toga je upravljanje turističkom destinacijom i koordinacija s drugim akterima turizma postavljeno kao jedno od prioritarnih područja intervencije.

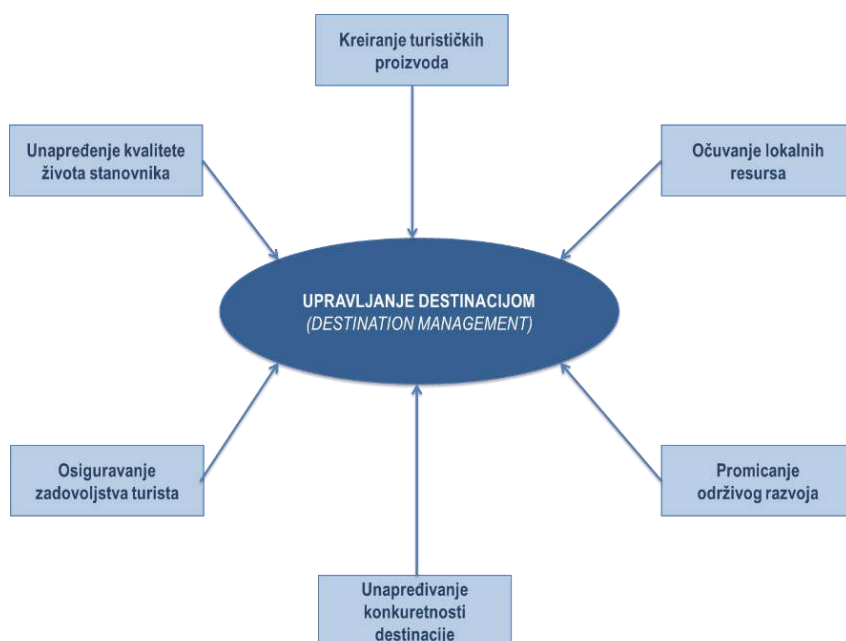
U okviru ovog prioriteta potrebno je planirati projekte i mjere u sljedećim područjima djelovanja:

- Uspostavljanje gradske organizacije za upravljanje turističkom destinacijom,
- Uspostavljanje stalne koordinacije s turističkim organizacijama i turističkim inicijativama u drugim JLS,
- Razvoj sustava turističke mobilnosti.

Uspostavljanje gradske organizacije za upravljanje turističkom destinacijom

Grad Grubišno Polje će implementacijom ove strategije postati turistička destinacija kojom je potrebno sustavno upravljati kako bi se postigli planirani strateški ciljevi. Upravljanje turističkom destinacijom (engl. *Destination Management*) znači upravljanje i integraciju različitih lokalnih turističkih potencijala i infrastrukture, turističkih aktivnosti i turističkih aktera u nekom turističkom odredištu.

Slika 24: Upravljanje turističkom destinacijom



Izvor: Manente (2008) / Ciset

Upravljanje destinacijom obuhvaća aktivnosti razvoja turističkih proizvoda i usluga, očuvanje lokalnih prirodnih potencijala, promicanje održivog ekonomskog razvitka, unapređivanje ukupne konkurentnosti destinacije na turističkom tržištu, osiguravanje visoke razine kvalitete turističkih proizvoda i zadovoljstva turista te unapređenje ukupne kvalitete života lokalnog stanovništva (Slika 24). Uspostavljanje gradske organizacije za upravljanje turističkom destinacijom je jedna od mjera u okviru prioriteta "Upravljanje destinacijom". Budući da je upravljanje lokalnim turističkim potencijalima odgovornost lokalne samouprave, za implementaciju destinacijskog

menadžmenta i marketinga destinacije u Gradu bit će zadužena Turistička zajednica Grada Grubišnoga Polja i Razvojna agencija koja je u postupku osnivanja.

Uspostavljanje koordinacije s drugim akterima turizma

Turistički privatni ponuđači i njihove organizacije u suradnji s Gradom i Turističkom zajednicom trebaju se horizontalno povezivati s turističkim akterima unutar Županije, na nacionalnoj razini te međunarodnoj razini. Budući da politike regionalnog razvoja EU stimuliraju prekograničnu suradnju, potrebno je povezivanje s jedinicama lokalne samouprave u susjednim državama te sudjelovanje u prekograničnim projektima u panonsko-podunavskoj europskoj makro-regiji.

Razvoj sustava turističke mobilnosti

Za razliku od turista u obalnom turizmu koji preferiraju "more i sunce" turističke proizvode i nisu pretjerano mobilni, turisti u kontinentalnim područjima naglašeno su aktivni i mobilni. Nakon dolaska u određeno turističko područje, kontinentalni turisti očekuju ponudu usluga lokalne mobilnosti.



Fotografija: DIGUBUS, turistički autobus bez vozača u gradu Salzburgu, Austrija

Usluge suvremene turističke mobilnosti u kontinentalnom turizmu obuhvaćaju tradicionalna transportna sredstva poput konja i kočija, preko iznajmljivanja bicikala i električnih motornih vozila (e-skuteri, e-automobili, e-mini busevi i sl.).

Stvaranje uvjeta za lokalnu mobilnost obuhvaća mjere poput:

- Uspostavljanja stanica za najam bicikala,
- Organizacije javnog lokalnog prijevoza turista električnim motornim vozilima,
- Organizacije prijevoza turista tradicionalnih prijevoznim sredstvima s konjskom zapregom.

5.2.4. Okvirni uvjeti za razvoj turizma

Turizam i turistički potencijali u Gradu nisu dovoljno iskorišteni. Zbog toga je nužna intervencija u području okvirnih uvjeta za razvoj turizma kako bi se osigurale pretpostavke za dugoročnu održivost turizma kao gospodarskog sektora i pokretača ukupnog lokalnog socio-ekonomskog razvoja. Ovaj prioritet pretpostavlja provođenje sljedećih implementacijskih mjera i projekata:

- Urbanističko-arhitektonsko definiranje lokacija u prostoru za razvoj turističkih djelatnosti,
- Formiranje fondova na razini Grada za poticanje ulaganja u privatne turističke projekte,
- Stvaranje uvjeta za razvoj eko-etno turizma,
- Digitalne inicijative - ulaganja u digitalizaciju turističkog marketinga i destinacijskog menadžmenta.

Urbanističko-arhitektonsko definiranje turistički lokacija

Jedna od implementacijskih mjera ovog prioriteta bit će urbanističko-arhitektonsko definiranje lokacija u prostoru za razvoj turističkih djelatnosti. S obzirom na razvoj turističke infrastrukture na području Grada, potrebno je odrediti potencijalne katastarske čestice na kojima će se izgraditi infrastruktura. Također, Prostornim planom Grada su već unaprijed određene namjene katastarskih čestica te je potrebno pokretanje javne rasprave u slučaju izmjene Prostornog plana.

Formiranje fondova za poticanje ulaganja u agro-turizam

U cilju poticanja razvoja u agro-turizam na području Grada, formirat će se fond koji će zainteresiranim osobama nuditi bespovratna sredstva. Sredstva fonda bit će namijenjena subjektima maloga gospodarstva, OPG-ima i fizičkim osobama (privatnim iznajmljivačima). Navedena sredstva koristit će se za razvoj smještajnih kapaciteta u agro-turizmu, a namjena može biti: opremanje prostora i nabava opreme u turističke svrhe, promidžba turizma u destinaciji, organizacija i održavanje manifestacija i sl.

Digitalne inicijative

Širenje internetskih i digitalnih tehnologija u proteklih 10-tak godina je imalo snažan pozitivan utjecaj na razvoj ruralnog turizma. Digitalne tehnologije su utjecale na marketing i prodaju proizvoda i usluga ruralnog turizma, povećavanje poznatosti turističkih destinacija, upravljanje destinacijom i upravljanje odnosima s posjetiteljima destinacije – turistima. Ako danas na internetskim tražilicama pretražimo pojam "ruralni turizam u Hrvatskoj" na engleskom jeziku, dobit ćemo rezultat oko 6 milijuna poveznica. Ukoliko bismo isti pojam pretražili za Mađarsku i Austriju, dobili bismo rezultat 10 milijuna, odnosno 14 milijuna poveznica. Suvremeni posjetitelji ruralnog prostora su skloni korištenju digitalnih tehnologija za prikupljanje informacija o ciljevima svog putovanja, rezervirali smještaj i osigurali aktivan odmor.

Pojam "seoski turizam u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji" na internetskim tražilicama rezultira s 62.300 poveznica. Za uspješnu implementaciju Strategije turizma na području Grada nužno je pokrenuti mjere kojima će se povećati vidljivost turističke destinacije Grubišno Polje putem digitalnih medija. Jednako tako je potrebno osigurati kvalitetan pristup bežičnom internetu (Wi-Fi) turistima tijekom njihovog boravka na području Grada.

Digitalne inicijative bi u okviru prioriteta "Unapređenje okvirnih uvjeta" trebale obuhvatiti sljedeće projekte:

- Izrada portala turističke ponude u Gradu s informacijama o destinaciji koja će uključivati i linkove za pružatelje usluga,
- Uspostavljanje zajedničke platforme na društvenim mrežama,
- Uspostavljanje bežičnih pristupnih točaka internetu na području Grada.

6. GLAVNI IMPLEMENTACIJSKI PROJEKTI

PODRUČJE INTERVENCIJE 1 – TURISTIČKA INFRASTRUKTURA

NAZIV PROJEKTA	IZGRADNJA TURISTIČKE ZONE “BARA” 
Šifra projekta:	PI 1.1.1
Lokacija projekta:	Grubišno Polje
Vrsta projekta:	Glavni projekt
Opći cilj:	Stvaranje cjelovitog turističkog proizvoda s naglaskom na originalnost ponude
Vrijednost:	HRK 20.000.000
Financiranje:	EU fondovi, proračun Grada, javno-privatno partnerstvo (JPP)
Terminski plan provedbe projekta:	Planiranje: Q4 2017. – Q4 2018. Realizacija: Q1 2019. – Q4 2022.

NAZIV PROJEKTA	IZGRADNJA HOSTELA 
Šifra projekta:	PI 1.1.2
Lokacija projekta:	Grubišno Polje
Vrsta projekta:	Glavni projekt
Opći cilj:	Izgradnja smještajnih kapaciteta u Gradu
Vrijednost:	HRK 10.000.000
Financiranje:	EU fondovi, proračun Grada, javno-privatno partnerstvo (JPP)
Terminski plan provedbe projekta:	Planiranje: Q3 2019. – Q4 2019. Realizacija: Q3 2020. – Q4 2021.

NAZIV PROJEKTA	RAZVOJ SMJEŠTAJA U LOVAČKIM DOMOVIMA 
Šifra projekta:	PI 1.1.3
Lokacija projekta:	Grubišno Polje
Vrsta projekta:	Glavni projekt
Opći cilj:	Osiguranje i unapređenje razine kvalitete smještaja u Gradu
Vrijednost:	HRK 1.000.000
Financiranje:	Proračun Grada, lovačka društva
Terminski plan provedbe projekta:	Planiranje: Q2 2019. – Q4 2019. Realizacija: Q2 2020. – Q4 2020.

NAZIV PROJEKTA	IZGRADNJA BIKIKLISTIČKIH STAZA 
Šifra projekta:	PI 1.1.4
Lokacija projekta:	Grubišno Polje
Vrsta projekta:	Glavni projekt
Opći cilj:	Razvoj biciklističke mreže na području Grada i promicanje mobilnosti lokalnog stanovništva i turista
Vrijednost:	HRK 3.500.000
Financiranje:	EU fondovi, proračun Grada
Terminski plan provedbe projekta:	Planiranje: Q4 2019. – Q2 2020. Realizacija: Q3 2020. – Q4 2025.

NAZIV PROJEKTA	UREĐENJE ZELENIH POVRŠINA NA PODRUČJU GRADA 
Šifra projekta:	PI 1.1.5
Lokacija projekta:	Grubišno Polje
Vrsta projekta:	Glavni projekt
Opći cilj:	Uređenje javnih zelenih površina u svrhu unapređenja kvalitete života stanovništva Grada
Vrijednost:	HRK 1.500.000
Financiranje:	EU fondovi, proračun Grada
Terminski plan provedbe projekta:	Planiranje: Q2 2019. – Q3 2019. Realizacija: Q2 2020. – Q4 2025.

NAZIV PROJEKTA	OSNIVANJE CENTRA KOMPETENCIJA ZA AGRO-TURIZAM 
Šifra projekta:	PI 1.1.6
Lokacija projekta:	Grubišno Polje
Vrsta projekta:	Glavni projekt
Opći cilj:	Izgradnja centra kompetencija i razvoj ljudskih potencijala u području agro-turizma
Vrijednost:	HRK 5.000.000
Financiranje:	EU fondovi, proračun Grada
Terminski plan provedbe projekta:	Planiranje: Q4 2019. – Q2 2020. Realizacija: Q4 2020. – Q4 2021.

PODRUČJE INTERVENCIJE 2 – TURISTIČKI MARKETING

NAZIV PROJEKTA	IZRADA WEB PORTALA TURISTIČKE PONUDE 
Šifra projekta:	PI 2.1.1
Lokacija projekta:	Grubišno Polje
Vrsta projekta:	Glavni projekt
Opći cilj:	Promocija Grada Grubišnoga Polja kao turističke destinacije i povezivanje s pružateljima turističkih usluga na području Grada
Vrijednost:	HRK 15.000
Financiranje:	Proračun Grada
Terminski plan provedbe projekta:	Planiranje: Q3 2019. – Q4 2019. Realizacija: Q1 2020. – Q2 2020.

PODRUČJE INTERVENCIJE 3 – UPRAVLJANJE DESTINACIJOM

NAZIV PROJEKTA	IZGRADNJA STANICA ZA NAJAM BIKIKLA 
Šifra projekta:	PI 3.1.1
Lokacija projekta:	Grubišno Polje
Vrsta projekta:	Glavni projekt
Opći cilj:	Izgradnja stanice za najam bicikla i poticanje mobilnosti stanovnika Grada i turista
Vrijednost:	HRK 200.000
Financiranje:	EU fondovi, proračun Grada, javno-privatno partnerstvo (JPP)
Terminski plan provedbe projekta:	Planiranje: Q3 2019. – Q4 2019. Realizacija: Q2 2020. – Q3 2020.

NAZIV PROJEKTA	RAZVOJ SUSTAVA LOKALNOG PRIJEVOZA TURISTA 
Šifra projekta:	PI 3.1.2
Lokacija projekta:	Grubišno Polje
Vrsta projekta:	Glavni projekt
Opći cilj:	Unapređenje turističke ponude i razvoj mobilnosti na području Grada
Vrijednost:	HRK 2.000.000
Financiranje:	EU fondovi, proračun Grada, javno-privatno partnerstvo (JPP)
Terminski plan provedbe projekta:	Planiranje: Q4 2019. – Q2 2020. Realizacija: Q3 2020. – Q4 2020.

NAZIV PROJEKTA	ISTRAŽIVANJE I DOKUMENTIRANJE LOKALNE GASTRONOMSKE TRADICIJE 
Šifra projekta:	PI 3.1.3
Lokacija projekta:	Grubišno Polje
Vrsta projekta:	Glavni projekt
Opći cilj:	Istraživanje gastronomske tradicije i izdavanje knjige lokalnih recepata
Vrijednost:	HRK 15.000
Financiranje:	Proračun Grada
Terminski plan provedbe projekta:	Planiranje: Q3 2019. – Q4 2019. Realizacija: Q1 2020. – Q4 2020.

PODRUČJE INTERVENCIJE 4 – OKVIRNI UVJETI ZA RAZVOJ TURIZMA

NAZIV PROJEKTA	IZGRADNJA JAVNE BEŽIČNE MREŽE NA PODRUČJU GRADA
	
Šifra projekta:	PI 4.1.1
Lokacija projekta:	Grubišno Polje
Vrsta projekta:	Glavni projekt
Opći cilj:	Osiguranje besplatnog pristupa Internetu u cilju poboljšanja kvaliteta turističke infrastrukture i kvalitete života stanovnika Grada
Vrijednost:	HRK 200.000
Financiranje:	WiFi4EU, proračun Grada
Terminski plan provedbe projekta:	Planiranje: Q1 2019. – Q2 2019. Realizacija: Q3 2019. – Q2 2020.

7. MONITORING I EVALUACIJA

Monitoring je sustavni i rutinski proces prikupljanja podataka i informacija iz projekata kojim se implementira Strategija razvoja turizma. Monitoring sustav se sastoji od:

- praćenja efikasnosti upotrebe resursa i ostvarivanja prethodno postavljenih projektnih ciljeva i pokazatelja,
- prikupljanja iskustvenih podataka s ciljem korekcija projektnih aktivnosti i unapređenja prakse strateškog planiranja razvoja turizma i projektnog vođenja u budućnosti,
- prikupljanja informacija za proces evaluacije.

Monitoring je proces koji se uspostavlja u fazi izrade i traje za vrijeme trajanja implementacije Strategije razvoja turizma. Monitoring predstavlja provjeru napretka implementacije i projektnih aktivnosti u odnosu na plan. Proces monitoringa sastoji se od dvije komponente:

- Uspostavljanje sustava prikupljanja informacija – monitoring informacijskog sustava,
- Prikupljanje i obrada podataka.

Sistemske prikupljeni podaci se obrađuju i računaju se indikatori.

Za proces monitoringa su važne sljedeće grupe ulaznih podataka:

- Financijski podaci - informacije o projektnim budžetima i informacije o utrošenim financijskim sredstvima,
- Empirijski (fizički) podaci - podaci iz kojih se računaju indikatori učinaka,
- Administrativni podaci - informacije o napretku projektnih radova (u kojoj fazi se projekt nalazi).

Cilj obrade podataka je transformacija kvantitativnih podataka u informacije koje su relevantne donositeljima odluka.

Evaluacija je sistematsko i objektivno ocjenjivanje napretka projekta ili kompletnosti projekta nakon njegovog završetka. Procesom evaluacije se ocjenjuju podaci i informacije u cilju pripremanja izvještaja za donositelje strateških odluka. Evaluacija pomaže u donošenju zaključaka u vezi pet najvažnijih aspekata intervencije:

- strateškog značaja intervencije (projekta),
- efikasnosti korištenja resursa,
- učinku intervencije na ostvarenje postavljenih strateških ciljeva,
- dugoročnoj održivosti intervencije (projekta).

Evaluacija mora pronaći odgovore na sljedeća pitanja:

- Da li je intervencija imala efekta; ako je koliki je učinak intervencije, pozitivan ili negativan?
- Zašto intervencija proizvodi planirane (i neplanirane) učinke?

Informacije koje su prikupljene u vezi s gornjim aspektima monitoringa predstavljaju bazu za evaluacijsku analizu.

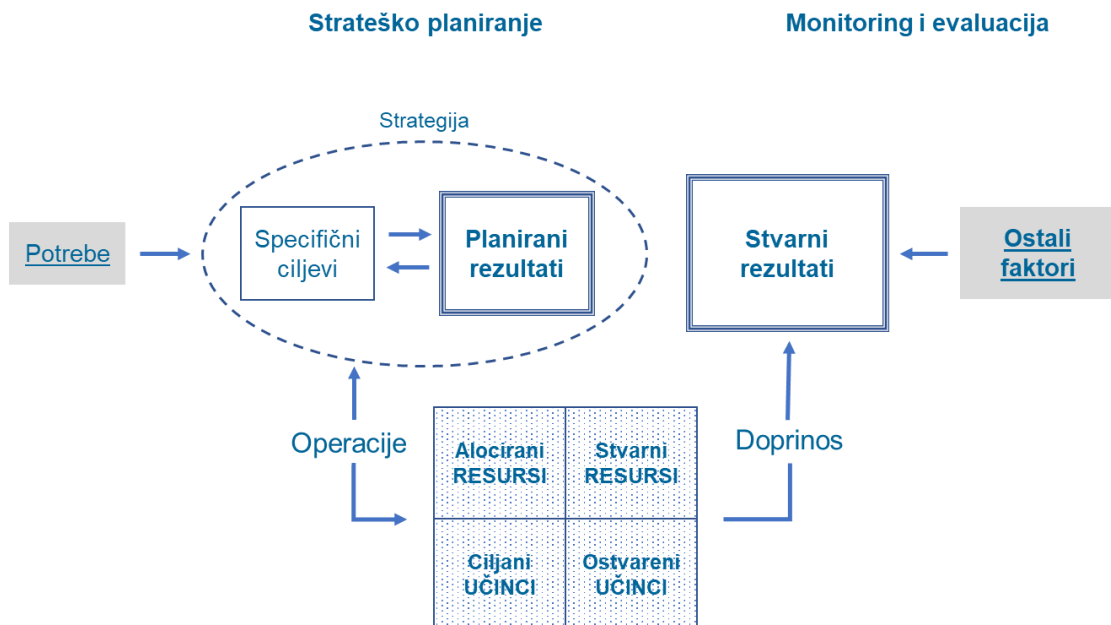
Ex-ante evaluacija provodi se na početku procesa strateškog planiranja razvoja turizma. Tokom implementacije se provodi evaluacija napretka implementacije i projektnih aktivnosti. Na kraju strateškog razdoblja i početka novog izrađuje se ex-post evaluacija.

Tablica 6: *Vrste evaluacije*

Vrsta evaluacije	Aktivnosti
PRETHODNA (Ex-ante evaluacija)	▪ Provjera realističnosti i izvedivosti strateških ciljeva i projekata ▪ Provjera fiskalnih (financijskih) kapaciteta Grada u odnosu na financijske aspekte planiranih projekata ▪ Izvještaj o ex-ante evaluaciji
PERIODIČNA (Interim evaluacija)	▪ Kontrola napretka projekata ▪ Izrada redovnih periodičnih izvještaja o napretku implementacije Strategije razvoja turizma
NAKNADNA (Ex-post evaluacija)	▪ Analiza pojedinačnih projekata i njihovih učinaka ▪ Rekapitulacija i ocjena strateškog plana i njegove implementacije u cjelini ▪ Analiza ključnih faktora uspjeha / neuspjeha ▪ Rekapitulacija naučenih lekcija

Gradska uprava je odgovorna za uspostavljanje procesa monitoringa i evaluacije. Unutar gradske uprave uspostaviti će se centralni tim za upravljanje procesom implementacije Strategije razvoja turizma.

Slika 25: Ilustracija odnosa između planiranih i stvarnih rezultata intervencije

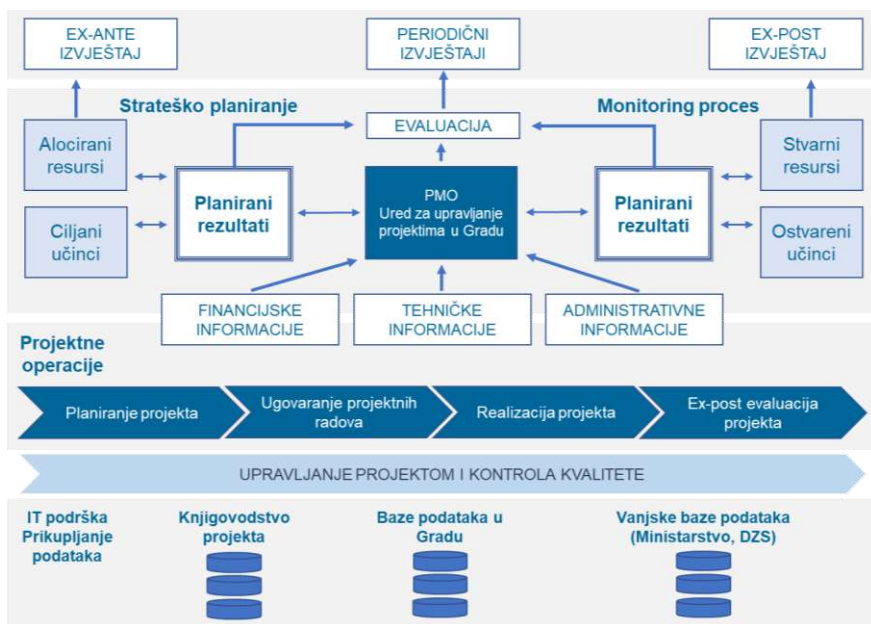


Izvor: Europska komisija - Vodič za monitoring i evaluaciju

Planirani rezultati (indikator) moraju biti:

- Povezani sa Strategijom - moraju obuhvatiti samu suštinu rezultata intervencije koja se planira (Slika 25),
- Normativni - moraju imati jasnu normativnu interpretaciju o smjeru kretanja i rezultatu,
- Robusni - moraju biti pouzdani i statistički potvrđeni,
- Prikupljeni na vrijeme - indikatore koje nije moguće statistički obuhvatiti u realnom vremenu ne treba planirati.

Slika 26: Mapa sustava monitoringa i evaluacije



Sustav monitoringa i evaluacije uspostavlja gradska uprava, a sastoji se od četiri razine:

- Razina strateškog planiranja, upravljanja projektima implementacije i monitoringa,
- Razina pojedinačnih projekata implementacije,
- Razina evaluacije i izvještavanja,
- Razina prikupljanja podataka i IT podrška.

Centralno mjesto sustava monitoringa i evaluacije zauzima “*PMO – Program management office*” - Ured za upravljanje projektima za implementaciju Strategije razvoja turizma. Na ovom mjestu se odvija proces monitoringa i evaluacije. PMO prikuplja kvantitativne i kvalitativne informacije do managementa pojedinačnih projekata, službi unutar Grada kao i vanjskih baza podataka (npr. vladina ministarstva, vladine agencije, DZS i dr.).

Implementacijski projekti se pojedinačno planiraju, imaju svoj projektni tim, projektnu organizaciju i kontrolu kvalitete projektnih radova. Za pojedinačne implementacijske projekte vodi se projektno knjigovodstvo kako bi se prikupili kvantitativni podaci. Kvalitativne informacije u samom projektu prikuplja projektni management. Na razini evaluacije provodi se evaluacijski proces koji se najčešće eksternalizira. Evaluatori izrađuju ex-ante i ex-post izvještaje, dok periodične izvještaje izrađuje PMO. Za sustav monitoringa i evaluacije potrebno je osigurati adekvatnu IT opremu.

LITERATURA

Bjelovarsko-bilogorska županija – *Turistički master plan Bjelovarsko-bilogorske županije*

Državni zavod za statistiku - *publikacije*

Europska komisija - *Strategija Europa 2020.*

Europska komisija - *Vodič za monitoring i evaluaciju*

Grgić, I et. al (2015) - *Agroturizam u Republici Hrvatskoj i nekim državama Europske unije*, Agronomski glasnik 1-2/2015.

Grad Grubišno Polje – *Službena web stranica Grada*

Institut za turizam – *Hrvatski turizam u brojkama*

Institut za turizam (2015) - *Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj*

Kalenjuk, B. et al. (2015) - *Offer of authentic food*, European journal of Applied Economics, 12 (2) 27:34

McKercher, B, Okumus, F. i Okumus, B. (2008) - *Food tourism as a viable market segment: It's all how you cook the numbers*. Journal of Travel & Tourism Marketing, 25(2)

Mandić, A; Mrnjavac, Ž. i Kordić, L. (2018) - *Tourism Infrastructure, Recreational Facilities And Tourism Development, Tourism and hospitality management*, Vol. 24 – 1

Manente, M (2008) - *Destination management and economic background: defining and monitoring local tourist destinations*, Ciset – University of Venice, International Conference on Tourism, Knowledge advantage tourist destination, Malaga, 2008

Ministarstvo turizma RH (2014) - *Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine*

Pansiuk, A (2007) - *Tourism infrastructure as a determinant of regional development*, *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*. 1 (8). 212–215

Pavlović D., Živolić S. (2008) - *Upravljanje marketingom turističke destinacije: Stanje i perspektive u republici hrvatskoj*, *Ekonomika istraživanja*, Vol. 21, No. 2., str. 99-113.

Strateški razvojni program Grada Grubišnoga Polja 2015. - 2020.

Sudarić T., Zmaić, K., Lončarić, R. (2013) - *Ekonomija doživljaja u ruralnom turizmu*, 48. hrvatski 8. međunarodni simpozij agronoma, Poljoprivredni fakultet u Osijeku, Osijek, str. 215-218.

Turistička zajednica Bjelovarsko-bilogorske županije – *Službena web stranica*

Turistička zajednica Grada Grubišnoga Polja – *Izveštaji*

POPIS SLIKA

<i>Slika 1: Pristup izradi turističke strategije lokalnih jedinica</i>	<i>8</i>
<i>Slika 2: Strategija Europa 2020 - struktura</i>	<i>9</i>
<i>Slika 3: Hijerarhija strateških dokumenata</i>	<i>10</i>
<i>Slika 4: Broj dolaska i noćenja na području Bjelovarsko-bilogorske županije</i>	<i>16</i>
<i>Slika 5: Broj noćenja na području Slavonije</i>	<i>17</i>
<i>Slika 6: SWOT analiza turizma na području Grada</i>	<i>32</i>
<i>Slika 7: Ključni izazovi razvoja turizma</i>	<i>33</i>
<i>Slika 8: Broj noćenja rezidenata i nerezidenata u turističkim smještajima u EU (u mlrd.)</i>	<i>36</i>
<i>Slika 9: Noćenja nerezidenata u turističkim smještajima u EU</i>	<i>37</i>
<i>Slika 10: Struktura ruralnog turizma</i>	<i>38</i>
<i>Slika 11: Broj međunarodnih noćenja u turističkim smještajima - NMS (u mil.)</i>	<i>40</i>
<i>Slika 12: Atraktivnost ponuđenih usluga u ruralnom turizmu</i>	<i>41</i>
<i>Slika 13: Oznake izvornosti i autentičnosti</i>	<i>42</i>
<i>Slika 14: Segmentacija i obilježja ciljanih skupina ruralnih turista</i>	<i>48</i>
<i>Slika 15: Sustav vrijednosti i vizije razvoja turizma Republike Hrvatske</i>	<i>50</i>
<i>Slika 16: Strateški ciljevi razvoja turizma na području Grada</i>	<i>51</i>
<i>Slika 17: Interni i eksterni faktori koji utječu na konkurentnost turizma</i>	<i>52</i>
<i>Slika 18: Strateški koncept razvoja turističke ponude u Gradu</i>	<i>54</i>
<i>Slika 19: Prioriteti intervencije i područja djelovanja</i>	<i>58</i>
<i>Slika 20: Pregled turističke infrastrukture koju je potrebno izgraditi u Gradu</i>	<i>61</i>
<i>Slika 21: Model financiranja turističke infrastrukture</i>	<i>63</i>
<i>Slika 22: Segmentacija i obilježja ciljanih skupina ruralnih turista</i>	<i>64</i>
<i>Slika 23. Model integrirane marketing komunikacije za destinaciju Grubišno Polje</i>	<i>65</i>
<i>Slika 24: Upravljanje turističkom destinacijom</i>	<i>66</i>
<i>Slika 25: Ilustracija odnosa između planiranih i stvarnih rezultata intervencije</i>	<i>83</i>
<i>Slika 26: Mapa sustava monitoringa i evaluacije</i>	<i>83</i>

POPIS TABLICA

<i>Tablica 1: Kapaciteti i noćenja turista u 2017. godini – izabrane županije.....</i>	<i>17</i>
<i>Tablica 2: Broj dolaska/noćenja u smještajnim objektima na području Grada</i>	<i>20</i>
<i>Tablica 3: Tipovi smještaja, aktivnosti i atrakcija koje zanimaju ruralne turiste.....</i>	<i>38</i>
<i>Tablica 4: Konkurentske prednosti i nedostaci turističke destinacije</i>	<i>53</i>
<i>Tablica 5: Pregled prioriteta i područja djelovanja do 2027. godine.....</i>	<i>59</i>
<i>Tablica 6: Vrste evaluacije.....</i>	<i>82</i>

OVAJ PROJEKT SUFINANCIRAN JE SREDSTVIMA EUROPSKE UNIJE

Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj

Provedba operacije 7.1.1.

"Sastavljanje i ažuriranje planova za razvoj jedinica lokalne samouprave" u sklopu Mjere 07

Naziv projekta

Izrada Strategije razvoja turizma Grada Grubišnoga Polja 2018. – 2025.



PROGRAM RURALNOG RAZVOJA 2014. - 2020.

Udio u sufinanciranom dijelu: 85% EU, 15% RH

Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj: Europa ulaže u ruralna područja