

Plan upravljanja destinacijom



Suhopolje, siječanj 2025.

SADRŽAJ

1. UVODNE NAPOMENE	5
1.1. Dionici uključeni u izradu plana upravljanja destinacijom	6
1.2. Profil odredišta – općina Suhopolje (osnovne i sažete informacije)	7
2. ANALIZA STANJA	17
2.1. Resursna osnova, atrakcije, ugostiteljski sadržaji , turistički proizvodi i usluge.....	17
2.2. Javna turistička infrastruktura	20
2.3. Komunalna infrastruktura	21
2.3. Prometna infrastruktura.....	22
2.3.1. Cestovna infrastruktura	23
2.3.2. Željeznička infrastruktura	24
2.3.3. Javni prijevoz	24
2.3.4. Prekogranični pristup	25
5. Opća povezanost	25
2.4. Analiza stanja digitalizacije	25
2.5. Analiza stanja pristupačnosti destinacije osobama s posebnim potrebama.....	26
2.6. Analiza organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji	29
2.7. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala	30
2.8. Analiza komunikacijskih aktivnosti.....	31
2.9. Analiza konkurencije	37
2.10. Izvješće o analizi stanja	42
3. POTENCIJAL ZA RAZVOJ I PODIZANJE KVALITETE TURISTIČKIH PROIZVODA	43
3.1. Ključni turistički proizvodi i njihov razvojni i marketinški potencijal.....	43
3.1.1. Razvojni potencijal i marketinški potencijal ključnih turističkih proizvoda.....	44
4. POKAZATELJI ODRŽIVOSTI NA RAZINI DESTINACIJE	50

4.1. TABLIČNI PRIKAZ POKAZATELJA ODRŽIVOSTI.....	50
5. RAZVOJNI SMJER S MJERAMA I AKTIVNOSTIMA.....	54
5.1. SWOT analiza	54
5.2. Identificiranje strateških i operativnih ciljeva turizma	55
5.3. Oblikovanje strateškog pravca i prioriteta	56
5.4. Ciljevi i aktivnosti u okviru razvojne strategije.....	58
6. SMJERNICE I PREPORUKE ZA DIONIKE RAZVOJA	59
6.1. Smjernice i preporuke za jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave	59
6.2. Smjernice i preporuke za turističke zajednice	60
6.3. Smjernice i preporuke za druge dionike u turizmu i upravljanju turizmom u destinaciji	62
7. POPIS PROJEKATA.....	64
7.1. Popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti na razini destinacije	64
7.3. Projekti posebnog značenja za razvoj destinacije	65
9. ZAKLJUČAK	66
10. POPIS LITERATURE.....	67
11. POPIS ILUSTRACIJA	69
PRILOG: Rezultati ankete o zadovoljstvu lokalnog stanovništva turizmom	71

POPIS KRATICA

TZ	Turistička zajednica
VPŽ	Virovitičko-podravska županija
TZP	Turistička zajednica područja
SEO	Search Engine Optimization (Optimizacija tražilice)

1. UVODNE NAPOMENE

Plan upravljanja turističkom destinacijom, sukladno Zakonu o turizmu (NN 156/23) izrađuju Turističke zajednice (dalje u tekstu TZ) s ciljem određivanja smjera razvoja turizma, zaštite prirodnih i kulturnih resursa te poboljšanja turističkog iskustva i dobrobiti za lokalnu zajednicu. Izrada Plana upravljanja turističkom destinacijom na području općine Suhopolje ima ključnu ulogu u identifikaciji važnih izazova i prilika vezanih za razvoj turizma u destinaciji. Svrha ovog plana je pružiti smjernice za održiv i uravnotežen razvoj turizma, omogućiti učinkovitije marketinško planiranje te olakšati provedbu mjera koje će pridonijeti uspješnom upravljanju turističkim resursima. Također, plan služi kao osnova za donošenje strateških odluka od strane svih dionika u turizmu, uključujući lokalne vlasti, turističke zajednice, poduzetnike te lokalno stanovništvo.

Osnovni njegov cilj jest usmjeriti turističku ponudu općine Suhopolje prema održivom razvoju, s posebnim naglaskom na očuvanje prirodnih, kulturnih i ekonomskih resursa. Kroz prepoznavanje prednosti, nedostataka te tržišnih prilika, plan omogućuje općini Suhopolje da poveća svoju konkurentnost na turističkom tržištu. Dobro strukturiran plan trebao bi osigurati razvoj i upravljanje turizmom u smjeru privlačenja turista i povećanju investicija u turistički sektor, uz istovremeno osiguravanje pozitivnog utjecaja na lokalnu zajednicu kroz unapređenje infrastrukture i kvalitete usluga. Isto tako, naglašava se i potreba za kontinuiranim praćenjem i evaluacijom aktivnosti vezanih uz unaprjeđenje turizma i rast turističkih pokazatelja koje bi trebalo osigurati pravovremenu prilagodbu strategija u skladu s postavljenim ciljevima te pomoći u efikasnom upravljanju ključnim resursima.

U proces izrade i provedbe Plana upravljanja destinacijom aktivno se uključuju i svi relevantni dionici iz javnog i privatnog sektora. Suradnja među dionicima, koja uključuje razmjenu mišljenja, iskustava i vizija, ključna je za uspješno planiranje aktivnosti i mjera koje će poboljšati upravljanje destinacijom, čineći je atraktivnijom i prilagođenom potrebama turista, lokalnog stanovništva i privatnog sektora.

Javnim objavljivanjem Plana upravljanja destinacijom osigurat će se transparentnost procesa, a rezultat budućih edukativnih i promotivnih aktivnosti ključnih dijelova Plana trebao bi doprinijeti podizanju svijesti svih dionika o važnosti održivog razvoja turizma, i

to ne samo onih izravno povezanih s turizmom i ugostiteljstvom, već i lokalnog stanovništva ali i turista samih.

1.1. Dionici uključeni u izradu plana upravljanja destinacijom

U izradu ovoga plana, aktivnim sudjelovanjem u prikupljanju relevantnih podataka i pokazatelja, razmjenom mišljenja i ideja uključeni su dionici čiji je prikaz dan u Tablici 1. Isto tako, oni će imati istaknute uloge u provedbi i evaluaciji budućih aktivnosti proizašlih iz ovoga dokumenta.

Tablica 1. Dionici uključeni u izradu plana upravljanja destinacijom

Dionik	Uloga	Adresa e-pošte
TZ općine Suhopolje		info@tz-suhopolje.hr
Općina Suhopolje	Komunikacija u svezi ključnih podataka potrebitih za izradu pokazatelja održivosti	opcina-suhopolje@vt.t-com.hr
Terra Slavonica d.o.o.	Suradnja i koordinacija pri prikupljanju informacija o zadovoljstvu turista; usuglašavanje oko prijedloga strateških ciljeva razvoja turističke ponude i ključnih turističkih proizvoda	info@terraslavonica.hr
HEP ODS – Elektra Virovitica	Komunikacija u svezi ključnih podataka potrebitih za izradu pokazatelja održivosti	info.dpvirovitica@hep.hr
Komunalna poduzeća Flora – Virovitica Virkom – Virovitica	Komunikacija u svezi ključnih podataka potrebitih za izradu pokazatelja održivosti	flora-vtc@flora-vtc.hr virkom@virkom.hr
Veleučilište u Virovitici	Ekspertiza i stručni savjeti pri izradi dokumenta	info@vuv.hr
Privatni i javni sektor – djelatnost pružanja smještaja i pripreme hrane i pića, turistički informativni i interpretacijski centri,	Suradnja i koordinacija pri prikupljanju informacija o zadovoljstvu turista; usuglašavanje oko prijedloga strateških ciljeva razvoja turističke ponude i ključnih turističkih proizvoda	Terra Slavonica d.o.o. , Centar za posjetitelje Dvorac Janković
Lokalno stanovništvo - ukupno 22 ispitanika koji su sudjelovali u ispitivanju zadovoljstva turizmom	Suradnja oko prikupljanja podataka, mišljenja i prijedloga vezanih uz zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom na području VPŽ	

Izvor: Izrada autora

1.2. Profil odredišta – općina Suhopolje (osnovne i sažete informacije)

Lokacija	<p>Suhopolje je općina smještena u Virovitičko-podravskoj županiji, na sjeveroistoku Hrvatske. Nalazi se u Podravini, plodnom nizinskom području uz rijeku Dravu, poznatom po poljoprivrednoj važnosti.</p> <p>Blizina većih gradova i granica</p> <ul style="list-style-type: none">• Virovitica: ~10 km sjeverozapadno (županijsko središte)• Osijek: ~110 km istočno• Zagreb: ~150 km jugozapadno (glavni grad Hrvatske)• Mađarska granica: ~25 km sjeverno (najbliži granični prijelaz je Terezino Polje) <p>Prometne veze</p> <ul style="list-style-type: none">• Glavna cesta: Suhopolje se nalazi uz državnu cestu D2, koja povezuje Varaždin, Koprivnicu, Viroviticu i Osijek, prateći granicu s Mađarskom.• Željeznica: Pruga Zagreb–Koprivnica–Osijek prolazi kroz Suhopolje, omogućujući povezivanje s nacionalnom i regionalnom željezničkom mrežom.• Najbliža autocesta: Autocesta A3 (Zagreb–Lipovac) udaljena je oko 70 km južno, dostupna regionalnim cestama.• Zračne luke: Najbliža veća zračna luka je Zračna luka Osijek (OSI) (~120 km), a zatim Zračna luka Franjo Tuđman Zagreb (ZAG) (~150 km). <p>Prirodno okruženje</p> <p>Suhopolje je okruženo Bilogorom na jugu, područjem poznatim po šumama, vinogradima i rekreacijskim aktivnostima. Na sjeveru se nalazi rijeka Drava, koja doprinosi raznolikosti biljnog i životinjskog svijeta te razvoju poljoprivrede.</p> <p>Sveukupno, Suhopolje ima strateški položaj u sjevernoj Hrvatskoj, nudeći dobre prometne veze, dok istovremeno zadržava svoj ruralni šarm i povijesni značaj.</p>
----------	---

Općina Suhopolje ima dobro razvijenu cestovnu mrežu koja je učinkovito povezuje s ostatkom Hrvatske i susjednom Mađarskom. Evo pregleda njezine cestovne povezanosti:

1. Glavne ceste

- **Državna cesta D2:** Jedna od glavnih cesta koja prolazi kroz županiju u smjeru istok-zapad, D2 povezuje VPŽ s većim gradovima kao što su Osijek, Vukovar i Ilok na istoku te Varaždin na zapadu.
- **Državna cesta D34:** Ova cesta vodi u smjeru sjever-jug, povezujući Slatinu s Donjim Miholjcem, Mađarskom i dalje prema Osijeku i proteže se prema jugu u smjeru drugih županija. Također pruža vezu do autoceste A3, čime povezuje regiju sa Zagrebom i drugim većim gradovima.

1.2. Pristup autocestama

- Sama općina nema izravni pristup glavnim hrvatskim autocestama, ali je povezana s njima putem dobro održavanih državnih cesta. Najbliže glavne autoceste su **A3 (Zagreb-Lipovac- granica Srbije)**, koja je dostupna državnom cestom **D5** i **A4 (Zagreb-Goričan-granica Mađarske)**, koja je nešto zapadnije i dostupna je državnom cestom **D2**. Ove autoceste povezuju općinu s glavnim gradom i većim središtima u Hrvatskoj, kao i s Mađarskom i drugim susjednim zemljama.

1.3. Lokalne ceste i povezanost

- **Lokalna cesta L40024:** Služi za povezivanje manjih naselja unutar općine Suhopolje, omogućujući pristup lokalnim zajednicama.

1.4. Granični prijelaz s Mađarskom

- Granični prijelaz **Terezino Polje** omogućuje izravnu cestovnu povezanost između VPŽ pa tako i općine Suhopolje i Mađarske, olakšavajući međunarodna putovanja i trgovinu. Ovaj prijelaz je važan za lokalno gospodarstvo i stanovništvo, posebice za izvoz poljoprivrednih proizvoda.

1.5. Javni prijevoz i autobusne linije

- Čazmatrans, kao jedan od glavnih prijevoznika u regiji, pruža usluge lokalnog prijevoza koje povezuju Suhopolje s okolnim naseljima i gradovima. Autobusna stajališta postoje u naseljima Suhopolje, Cabuna i Hugovo polje koja se nalaze uz cestu D2. Za osatal mjesta u općini ne postoji organizirani međumjesni prijevoz.

Iako općina Suhopolje nema izravan pristup autocestama, mreža državnih i lokalnih cesta, kao i blizina glavnih prometnica, osigurava učinkovitu povezanost unutar Hrvatske i prema međunarodnim destinacijama.

Suhopolje ima umjereno dobru razinu povezanosti željeznicom, koja uglavnom služi lokalnim i regionalnim potrebama prijevoza. U nastavku je pregled željezničke mreže:

1. Glavne željezničke linije

- **Glavna željeznička linija jest regionalna dionica R202 Varaždin - Dalj:** Ova linija preko čvora u Koprivnici povezuje Suhopolje te ostale gradove i općine u Županiji sa Zagrebom i svim većim središtima u Hrvatskoj i u Europi. Omogućuje relativno učinkovit prijevoz između većih gradova i ključna je prometna ruta za putnike i robu. Obnovom pruge i povećanjem brzina vlakova, u budućnosti će dobiti na većoj važnosti.

1.2. Lokalne veze

- **Virovitica kao središte:** Suhopolje sa svojom željezničkom postajom preko Virovitice koja služi kao glavno željezničko čvorište unutar županije, povezuje stanovnike općine Suhopolje s drugim gradovima i regijama.
- Kroz VPŽ pa tako i kroz Suhopolje ne prolaze izravne međunarodne željezničke linije, ali preko željezničkih linija iz čvorišta u Zagrebu, Koprivnici ili Vinkovcima omogućena je povezanost željeznicom do drugih srednjoeuropskih i istočnoeuropskih zemalja.

Željezničke linije su dostupne, ali nisu toliko učestale kao u urbaniziranim područjima, osobito za međugradske rute. Stanovnici i putnici često se oslanjaju na autobuse i automobile za fleksibilnije mogućnosti putovanja.

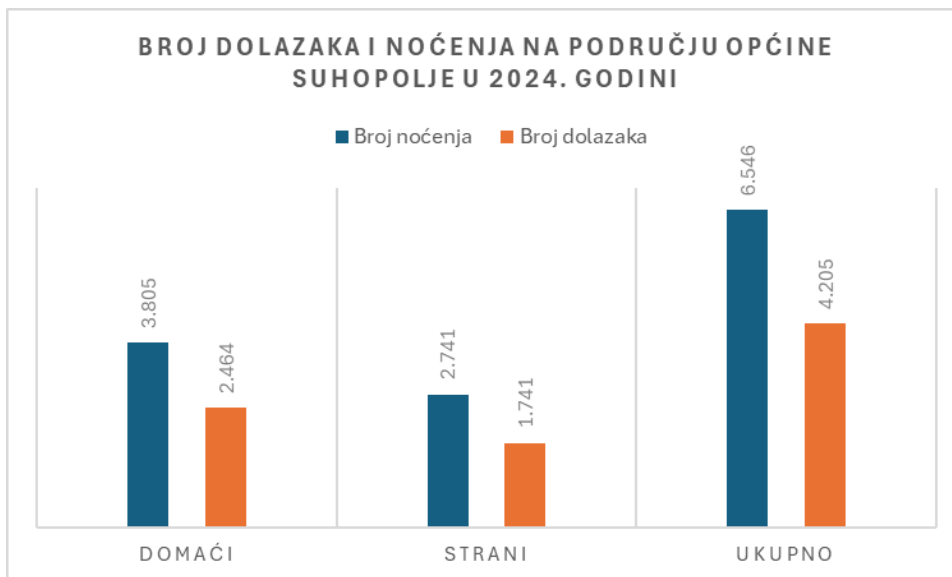
Sve u svemu, iako je željeznička mreža na području VPŽ dovoljna za regionalne veze, postoji prostor za modernizaciju i povećanje učestalosti radi veće pogodnosti putovanja.

<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Udaljenost od glavnog grada i važnijih emitivnih tržišta</p>	<p>Zagreb – 165 km Osijek – 124 km Varaždin - 125 Rijeka – 318 km Zadar – 455 km Split - 566 km Ljubljana – 296 km Budimpešta – 270 km Beč – 332 km München - 689 km</p>
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Geografska obilježja</p>	<p>Općina Suhopolje smještena je u središnjem dijelu Virovitičko-podravske županije. Sa sjevera graniči s Općinom Gradina, sa zapada Gradom Virovitica, s istoka Općinom Sopje i Gradom Slatina, s jugoistoka Općinom Voćin, a s jugozapada Općinom Đulovac koja se nalazi u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji, s površinom od 166,70 km². Unutar Virovitičko-podravske županije Općina Suhopolje zauzima centralni položaj prostirući se nizinskim predjelima južno od rijeke Drave, sjevernim obroncima Bilogore, a neposredno uz državnu cestu D2Osijek-Varaždin.</p> <p>Općina Suhopolje obuhvaća 22 naselja: Borova, Budanica, Cabuna, Dvorska, Gačićte, Gvozdanska, Jugovo Polje, Levinovac, Mala Trapinska, Naudovac, Orešac, Pčelić, Pepelana, Pivnica Slavonska, Rodin Potok, Sovjak, Suhopolje, Trnava Cabunska, Velika Trapinska, Zvonimirovo, Žiroslavlje i Žubrica.</p> <p>Izvor: suhopolje.hr</p> <p>Gore i planine: Reljef u bilogorskom dijelu je blago brdovit i stepenastog karaktera. Najviši dijelovi općine su u Bilogori gdje pojedina uzvišenja dosežu visinu do 250 m nadmorske visine, a najniži prema rijeci Dravi nisu viši od 110 m nad. vis. i predstavljaju tipičan ravničarski kraj.</p> <p>Rijeke: Dio općine Suhopolje površine 15,06 ha prostire se na području regionalnog parka Mura – Drava (proglašenje 26.02.2011. godine, Narodne novine br. 22/11). S obzirom na utjecaj kontinuirane gospodarske i druge ljudske aktivnosti koje se odvijaju u području ekosustava rijeka Mure i Drave i njihovog usklađivanja sa zaštitom tog područja predložena zaštita tog područja u kategoriji regionalnog parka je najpogodnija jer istovremeno dopušta gospodarske aktivnosti, a istovremeno stvara i nove perspektive održivog razvoja, vezane uz ekološku poljoprivredu i ekoturizam.</p> <p>Izvor: https://www.suhopolje.hr/statisticki-podaci/</p> <p>Ostale vode:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dravski rukavci i močvare (potok Brežnica) 2. Jezero „Berek“ u Orešcu - manje jezero o kojemu brine ŠRK “Brežnica” Suhopolje, umjetni ribnjak pogodan za rekreacijski ribolov, piknike u prirodi i održavanje manifestacija 3. Zapušteni umjetni ribnjak kraj dvorca Janković u Cabuni potrebno čišćenje i poribljavanje
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Klimatska obilježja</p>	<p>Prostor općine Suhopolje pripada geografskom području Podravine, koje jednim svojim dijelom pripada prostoru Središnje Hrvatske, a drugim dijelom prostoru Istočne Hrvatske pa klimatske osobine pokazuju prijelazni karakter prema svježijoj i hladnijoj klimi Središnje Hrvatske. Klimatske osobine ovog prostora mogu se okarakterizirati kao svježja klima kontinentalnog tipa što pruža idealne uvjete za poljoprivredu i aktivnosti na otvorenom. Prosječna godišnja temperatura zraka na ovom području kreće se od 10°C do 10,7°C. Maksimalni iznos je zabilježen u ljetnim mjesecima (prema hidrometeorološkoj postaji u Virovitici) 39,9°C, a zimi -27,5°C.</p>

	<p>Suhopolje ima prosječno oko 200 sunčanih dana godišnje. Ljeta su općenito topla i suha, osobito od lipnja do kolovoza, sa srednjim dnevnim temperaturnim maksimumima između 26 i 28°C, iako dnevne temperature znaju doseći i iznad 36°C, dok se prosječne temperature u zimskim mjesecima kreću oko -1°C. Klimatski podaci za Općinu Suhopolje dobivaju se iz hidrometeorološke postaje Virovitica. Izvor: meteoblue.com</p>
	<p>Prosječna godišnja količina oborina na području općine Suhopolje je 808 mm oborina godišnje. Najviše padalina ima u kasno proljeće i rano ljeto (travanj, svibanj i lipanj) te ponovno u jesen (rujan). Snježne padaline zimi se javljaju pretežito u prosincu, siječnju i veljači, u prosjeku 5 sniježnih dana mjesečno. Snijeg se uglavnom ne zadržava dugo na tlu.</p>
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Broj stanovnika (popis 2021)</p>	<p>Prema popisu stanovništva iz 2021., općina Suhopolje broji 5.267 stanovnika (M = 2521, Ž=2746), dok samo Suhopolje broji 2237 stanovnika prema popisu stanovništva iz 2021. godine.</p>

Broj turističkih dolazaka i noćenja (2024.)

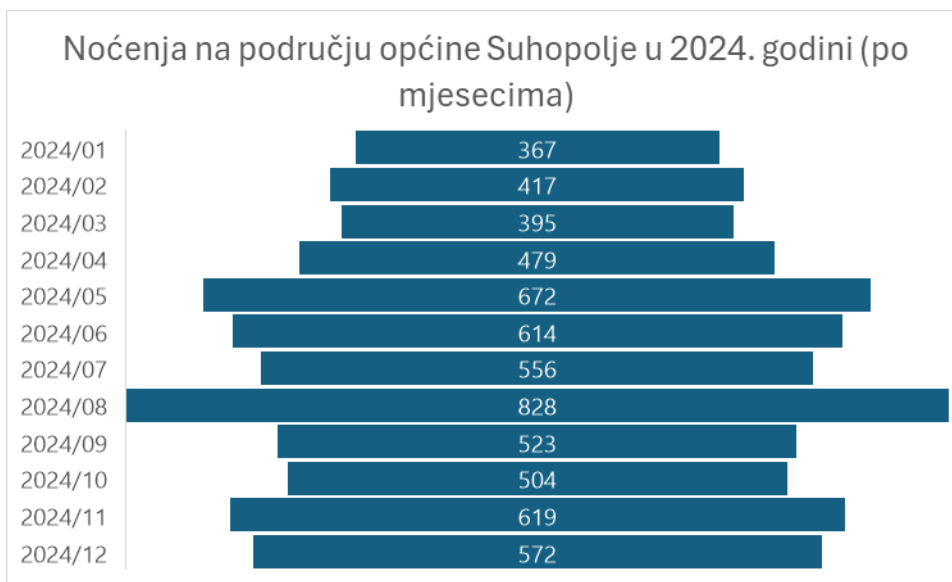
Grafikon 1. Broj dolazaka i noćenja u općini Suhopolje tijekom 2024. godine



Izvor: TZ Suhopolje, podatci iz sustava eVisitor

U 2024. godini zabilježeno je ukupno 4.205 dolazaka, od čega 2.464 domaćih i 1.741 stranih turista. Istovremeno, u promatranoj godini ostvareno je 6.546 noćenja, od čega su 3.805 noćenja ostvarili domaći turisti, a 2.741 strani.

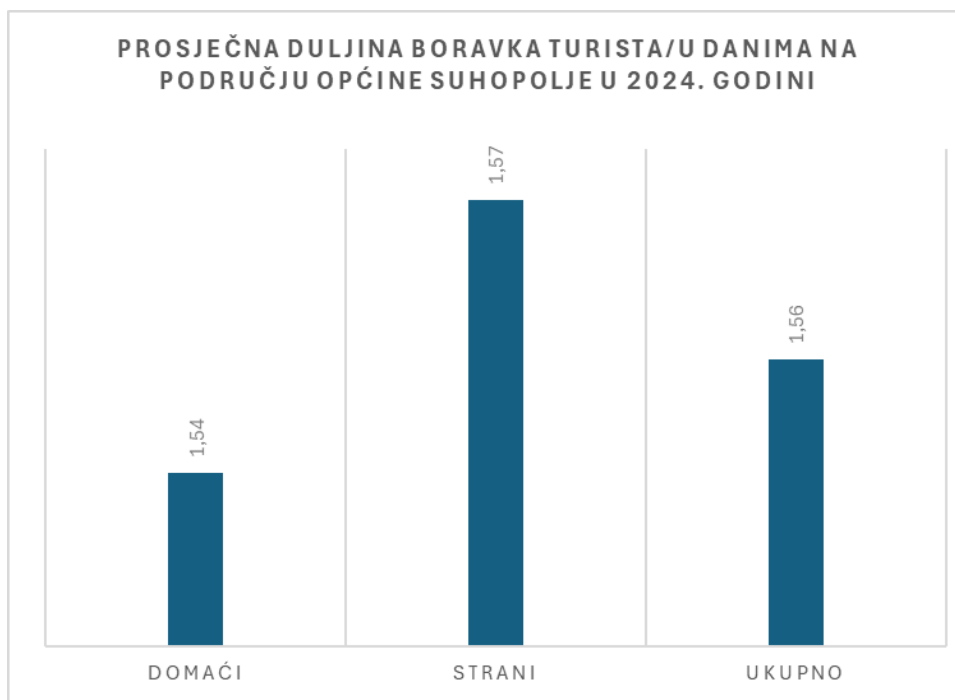
Grafikon 2. Broj noćenja po mjesecima u 2024. godini



Izvor: TZ Suhopolje, podatci iz sustava eVisitor

Najveći broj noćenja (828) u 2024. ostvaren je u 8. mjesecu, do je najmanji (367) ostvaren u 1. mjesecu.

Grafikon 3. Prosječna duljina boravka turista u danima na području općine Suhopolje



Izvor: TZ Suhopolje, podatci iz sustava eVisitor

Prosječna duljina boravka turista u 2024. godini bila je približno 1,56 dana. Strani turisti u prosjeku su ostajali nešto duže (1,57 dana), dok su domaći turisti na području općine Suhopolje boravili u prosjeku 1,54 dana.

Prosječna duljina boravka (u danima)

Turistički kapaciteti po vrstama

Tablica 2. Turistički kapaciteti po vrstama objekata u 2023. i 2024. Godini

VRSTA	2023.			2024.		
	BROJ OBJEKATA	BROJ GLAVNIH LEŽAJEVA	BROJ POMOĆNIH LEŽAJEVA	BROJ OBJEKATA	BROJ GLAVNIH LEŽAJEVA	BROJ POMOĆNIH LEŽAJEVA
Sobe za iznajmljivanje	1	60	6	1	60	6

Izvor: TZ Suhopolje, podaci iz sustava eVisitor

Ugostiteljsk i sadržaji

1. Restoran Park, Suhopolje
2. Restoran Papuk, Suhopolje
3. Pizzerija Lana, Cabuna
4. Pizzerija Al Capone
5. Vinarija Agroland

PRIRODNE ATRAKCIJE

Park u Suhopolju
 Jezero „Berek“ u Orešcu
 Ribnjak kraj dvorca Janković u Cabuni
 Poučna staza ptica pčelarica u Cabuni

KULTURNE ATRAKCIJE

Crkva sv. Terezije Avilske
 Inventar Crkve sv. Terezije Avilske
 Crkva Kraljice sv. Krunice u Cabuni
 Ostaci dvorca Janković od Bribira u Cabuni
 Dvorac Janković u Suhopolju
 Arheološko nalazište u Zvonimirovu
 Arheološko nalazište Lug
 Zgrada bivšeg Zadružnog mlina u Suhopolju
 Mrtvi jarak

Ostala kultura života i rada

Legende o grofovima Janković
 OPG Predrag Momčilović (proizvodnja meda i medarskih proizvoda)
 OPG Apis (proizvodnja meda i medarskih proizvoda)
 OPG Melisa (proizvodnja i prerada ljekovitog bilja)
 Dedin mlin (prerada žitarica)
 OPG Čimin (proizvodnja i prerada aronije)
 OPG Josip Doležal (proizvodnja i prerada kupina)
 OPG Maras (proizvodnja batata)
 OPG Agro Batat (prerada batata i ljekovitog bilja)
 OPG Hodak (uzgoj i prodaja borovnica)
 OPG Fosić Miroslav (proizvodnja lješnjaka)
 OPG Zamak (proizvodnja i prodaja batata)
 OPG Bogdan Grujić (proizvodnja i prodaja meda)

Kulturne ustanove/ muzeji i posjetiteljski centri

Centar za posjetitelje Dvorac Janković

Važnije manifestacije

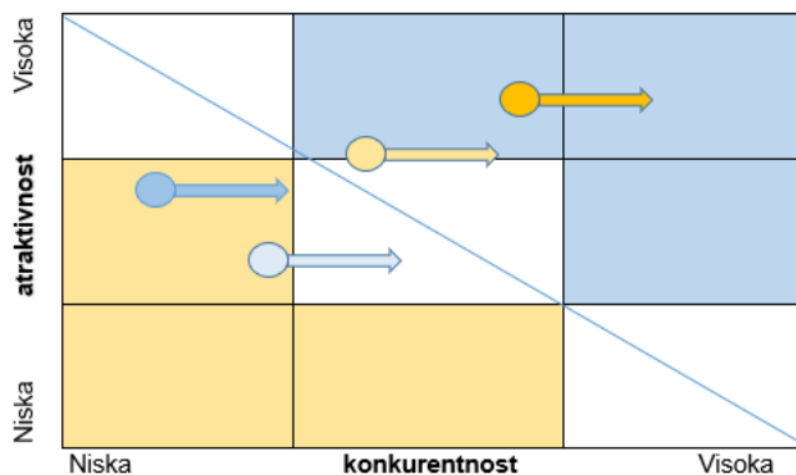
Aleja slikovnica
 Grofov cvjetni bal
 Grofovska ljubav
 Dani Općine Suhopolje
 Međunarodna smotra folklora „Golubica bijela“
 Suhopoljska KUL plaža
 Suhopoljski kotlić
 Dani arheologije
 BuB – biciklom u Bukovu
 Dani Župe Cabuna
 Dani oraha
 Suhopoljske maškare
 Uskrсна potraga za pisanicama
 Festival bajki u Suhopolju
 Grofove kočije – kulturno ljetovanje u Suhopolju

Prema Strateškom planu razvoja turizma na području Općine Suhopolje izdvaja se portfelj turističkih proizvoda koji uključuje:





1. Kulturni turizam – turizam naslijeđa
2. Zdravstveni turizam – turizam kulture zdravlja
3. Eno i gastro turizam
4. Sportsko – rekreacijski turizam

Portfelj navedenih ključnih proizvoda moguće je vidjeti na idućoj Slici 1.

Slika 1. Portfelj ključnih turističkih proizvoda



Objašnjenje:

-  Kulturni turizam – turizam naslijeđa
-  Zdravstveni turizam – turizam kulture zdravlja
-  Eno i gastro turizam
-  Sportsko-rekreacijski turizam

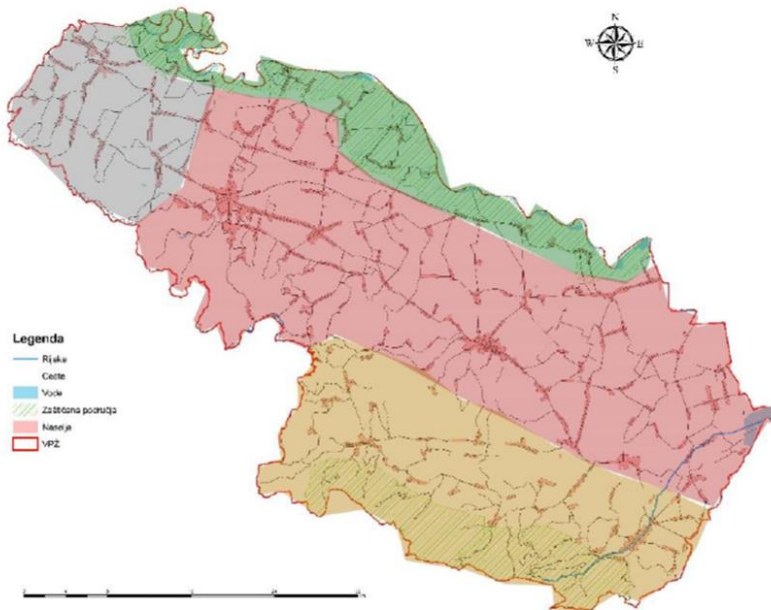
Izvor: Strateški plan razvoja turizma na području Općine Suhopolje, dostupno na: [https://www.tz-suhopolje.hr/ieNews/media/1662-](https://www.tz-suhopolje.hr/ieNews/media/1662-Strateski%20plan%20razvoja%20turizma%20na%20podrucju%20Opcline%20Suhopolje.pdf)

[Strateski%20plan%20razvoja%20turizma%20na%20podrucju%20Opcline%20Suhopolje.pdf](https://www.tz-suhopolje.hr/ieNews/media/1662-Strateski%20plan%20razvoja%20turizma%20na%20podrucju%20Opcline%20Suhopolje.pdf) (17.12.2024.)

Prema Strategiji razvoja turizma VPŽ do 2030. godine izdvajaju se četiri zasebne prostorne cjeline koje se tematski nadograđuju. Područje destinacije općine Suhopolje nalazi se u zoni: **Središnji (nizinski) prostor** (podrazumijeva kulturni turizam/kulturu života i rada i rekreaciju. Glavne destinacijske točke su Virovitica, Suhopolje, Višnjica i Slatina).

Područja moguće je vidjeti na Slici 2. pri čemu je zelenom bojom označeno područje uz Dravu, žutom bojom zona Papuka, rozom bojom središnji (nizinski) prostor i sivom bojom područje Podravine.

Slika 2. Turističke zone



Izvor: Strategija razvoja VPŽ do 2030. godine. Institut za turizam, 2021.

Na idućoj Tablici 3. vidljiva je turistička infrastruktura općine Suhopolje prema atrakciji, tipu i važnosti pojedine razine.

Tablica 3. Turistička infrastruktura općine Suhopolje

PRIMARNA			
NAZIV	KRATKI OPIS ATRAKCIJE	TIP	VAŽNOST
Dvorac Janković Suhopolje	Obnovljeni dvorac u krugu zaštićenog spomenika parkovne arhitekture, s Centrom za posjetitelje i sobama za iznajmljivanje	Centar za posjetitelje	Ključna točka za razvoj smještajne ponude na području općine Suhopolje te složenih turističkih proizvoda temeljenih na kulturnom nasljeđu, Jedna od bitnih sastavnica turističke infrastrukture u VPŽ i dio inovativnog turističkog proizvoda "Plemićka ruta"
Dvorac Janković u Cabuni	Dvorac u procesu obnove u svrhu budućeg "Centra za kulturu zdravlja"	Interpretacijski centar - Centar za kulturu zdravlja	Atrakcija od velike važnosti za razvoj integralnog turističkog proizvoda temeljenog na tradiciji, materijalnoj i nematerijalnoj kulturnoj baštini, slavljenju kulture zdravlja i zdravog načina života. Dio je "Plemićke rute"
Odmorište za bicikliste na ruti Suhopoljska Bilogora	Nadstrešnica s klupom i stolom, te stakom za popravak bicikala. Nalazi se u okviru naselja Borova (lokalitet Bukova) neposredno uz spomenutu rutu.	Infrastruktura biciklističkih staza	Biciklistička staza "Suhopoljska Bilogora" dio je Panonske rute i cijelom svojom dužinom prolazi kroz općinu Suhopolje, ukupne dužine 34 km . https://www.panonske-staze.com/staze/suhopoljska-bilogora/
SEKUNDARNA			
NAZIV	KRATKI OPIS ATRAKCIJE	TIP	VAŽNOST
Arheološko nalazište Bolentio	Ostaci rimskog naselja Bolentio, 1913. Pronađeni brončani okovi rimskih kola, a u istraživanjima 80-ih godina 20.st. ostaci groblja i arhitekture s mozaicima	Nekonzervirano arheološko nalazište - lokalitet pod zaštitom	Važna atrakcija za razvoj složenih turističkih proizvoda temeljenih na nasljeđu - arheološka ruta općine Suhopolje
Arheološko nalazište Kliškovac	Ostaci groblja i crkve iz razdoblja Bjelobrske kulture	Nekonzervirano arheološko nalazište - lokalitet pod zaštitom	Važna atrakcija za razvoj složenih turističkih proizvoda temeljenih na nasljeđu - arheološka ruta općine Suhopolje

Sportsko igralište Nk Suhopolje	Nogometno igralište smješteno u centru naselja uz sami park i Dvorac Janković	Sportsko-rekreacijski sadržaji	Infrastruktura se može koristiti za nadopunu aktivnosti turista te organizaciju sportsko-rekreacijskih manifestacija
Sportsko igralište NK Borova		Sportsko-rekreacijski sadržaji	Infrastruktura se može koristiti za nadopunu aktivnosti turista te organizaciju sportsko-rekreacijskih manifestacija
Sportsko igralište NK Orešac		Sportsko-rekreacijski sadržaji	Infrastruktura se može koristiti za nadopunu aktivnosti turista te organizaciju sportsko-rekreacijskih manifestacija
Sportsko igralište NK Jugovo Polje		Sportsko-rekreacijski sadržaji	Infrastruktura se može koristiti za nadopunu aktivnosti turista te organizaciju sportsko-rekreacijskih manifestacija
Sportsko igralište NK Cabuna		Sportsko-rekreacijski sadržaji	Infrastruktura se može koristiti za nadopunu aktivnosti turista te organizaciju sportsko-rekreacijskih manifestacija
Izvor: TZ općine Suhopolje			

2. ANALIZA STANJA

2.1. Resursna osnova, atrakcije, ugostiteljski sadržaji , turistički proizvodi i usluge

A. turističke atrakcije (kulturne, prirodne, događaji, sportsko rekreacijske i zabavne)

KULTURNE ATRAKCIJE
<ul style="list-style-type: none"> • Crkva sv. Terezije Avilske • Inventar Crkva sv. Terezije Avilske • Katolička crkva u Borovi • Adventistička crkva u Borovi • Pravoslavna crkva u Borovi • Zvonik u Budanici • Crkva Kraljice sv. Krunice u Cabuni • Zvonik u Cabuni • Pravoslavna crkva u Gačiću • Kapelica u Jugovom Polju • Kapelica u Orešcu • Zvonik u Orešcu • Adventistička crkva u Pčeliću • Zvonik u Pčeliću • Zvonik u Trapinskoj • Kapelica u Trnavi • Zvonik u Zvonimirovu • Zvonik u Žubrici • Ruševne postaje Križnog puta u Orešcu • Ostaci dvorca Janković od Bribira u Cabuni

<ul style="list-style-type: none"> • Dvorac Janković u Suhopolju • Arheološko nalazište u Zvonimirovu • Arheološko nalazište Lug • Zgrada bivšeg Zadružnog mlina u Suhopolju • Mrtvi jarak <p>Ostala kultura života i rada:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Legende o grofovima Janković • Dedin mlin Cabuna • OPG Apis Cabuna • OPG Predrag Momčilović Suhopolje • Obrt Agro Batat Suhopolje • DIBA – Suhopolje • Omamina kuharica • OPG Čimin • OPG Josip Doležal • OPG Melisa
PRIRODNE ATRAKCIJE
<ul style="list-style-type: none"> • Park u Suhopolju • Jezero „Berek“ u Orešcu • Ribnjak kraj dvorca Janković u Cabuni
VAŽNIJE MANIFESTACIJE
<ul style="list-style-type: none"> • Aleja slikovnica • Grofov cvjetni bal • Grofovska ljubav • Dani Općine Suhopolje • Međunarodna smotra folklor „Golubica bijela“ • Suhopoljska KUL plaža • Suhopoljski kotlić • Dani arheologije • BuB – biciklom u Bukovu • Dani Župe Cabuna • Dani oraha • Suhopoljske maškare • Uskrsna potraga za pisanicama

B. Smještaj (skupina, vrsta, kategorija i kapacitet svih komercijalnih i posebno nekomercijalni smještajni objekti uz analizu turističkog prometa i performansi)

Tablica 4. Turistički kapaciteti po vrstama objekata i popunjenosti u 2023. i 2024. godini

VRSTA	2023.			2024.		
	BROJ OBJEKATA	BROJ SMJEŠTAJNIH JEDINICA	BROJ KREVETA	BROJ OBJEKATA	BROJ SMJEŠTAJNIH JEDINICA	BROJ KREVETA
Sobe za iznajmljivanje	1	30	60	1	30	60

Izvor: TZ Suhopolje, podaci iz sustava eVisitor

C. Ugostiteljski objekti – objekti za pripremu hrane i pića (po vrstama)

Tablica 5. Popis ugostiteljskih objekata na području općine Suhopolje s dostupnim kontaktima

Vrsta objekta	Naziv	Kontakt
Restorani	Restoran Park, Suhopolje	tel: 033 771 277 / web stranica: https://restoran-park.eatbu.com/?lang=en
	Restoran Papuk, Suhopolje	tel: 033 646 645 / e-mail: info@dvorac-jankovic.hr / web stranica: https://www.dvorac-jankovic.hr/
Pizzerija	Pizzerija Lana, Cabuna	tel: 098 952 0609
	Pizzerija Al Capone	tel: 033/771 486 / web stranica: https://www.facebook.com/alcaponefood/
OPG	OPG Predrag Momčilović (proizvodnja meda i medarskih proizvoda)	tel: 098 524 594
	OPG Apis (proizvodnja meda i medarskih proizvoda)	tel: 099/213-5358
	OPG Melisa (proizvodnja i prerada ljekovitog bilja)	tel: 033 771 883 / web stranica: https://www.melisa.hr/
	Dedin mlin (prerada žitarica)	tel: 098 929 0857 / e-mail: dedin.mlin@gmail.com
	OPG Čimin (proizvodnja i prerada aronije)	tel: 098 978 2420
	OPG Josip Doležal (proizvodnja i prerada kupina)	
	OPG Maras (proizvodnja rasade i batata)	tel: 098 952 0609 / web stranica: https://opg-maras.hr/
	OPG Agro Batat (prerada batata i ljekovitog bilja)	tel: 091 309 1654 / web stranica: https://www.facebook.com/agrobatat/
	OPG Hodak (uzgoj i prodaja borovnica)	tel: 099 565 9360 / web stranica: https://www.facebook.com/borovnicehodak/
	OPG Fosić Miroslav (proizvodnja lješnjaka)	tel: 099 744 9143

Izvor: izrada autora

D. turističke usluge

Turističke informacije dostupne su u okviru Turističke zajednice Općine Suhopolje. U sklopu centra za posjetitelje „Dvorac Janković“ nalazi se suvenirnica u kojoj se mogu pronaći majice te eko platnene vrećice sa ilustracijama grofa (Grofinjero) i grofice (Dvorska bajka), kao i 'Zlatnog' jelena te 'Posebnog' pijetla.

2.2. Javna turistička infrastruktura

Turističkom infrastrukturom, smatra se infrastruktura koja na području turističke destinacije izravno ili neizravno utječe na razvoj turizma i turističke ponude u funkciji dodane vrijednosti turističkih sadržaja, a kako je definirana Pravilnikom o javnoj turističkoj infrastrukturi (NN 126/21).

Primarnu turističku infrastrukturu predstavljaju:

- Dvorac Janković (Suhopolje)
- Crkva sv. Terezije Avilske u Suhopolju
- Crkva Kraljice sv. Krunice u Cabuni
- Ostaci dvorca Janković od Bribira u Cabuni
- Centar za posjetitelje Dvorac Janković
- Park u Suhopolju

Sekundarnu infrastrukturu predstavljaju:

- Arheološko nalazište u Zvonimirovu
- Arheološko nalazište Lug
- Zgrada bivšeg Zadružnog mlina u Suhopolju
- Mrtvi jarak
- Legende o grofovima Janković
- Dedin mlin Cabuna
- Aleja slikovnica
- Grofov cvjetni bal
- Grofovska ljubav
- Dani Općine Suhopolje
- Jezero „Berek“ u Orešcu

- Ribnjak kraj dvorca Janković u Cabuni
- Poučna staza ptica pčelarica u Cabuni

2.3. Komunalna infrastruktura

Energetska infrastruktura

Prema PPVPŽ na području VPŽ pa tako i općine Suhopolje cjelokupne elektroenergetske potrebe podmiruju se iz elektroenergetske mreže HEP-a. Elektroenergetska mreža za prijenos električne energije sadržava samo objekte na 110 kV naponskoj razini i to 2 trafostanice na području Virovitice i Slatine, te zračne dalekovode 110 KV: Našice – Slatina, Slatina – Virovitica i Daruvar – Virovitica. Distribucijska mreža obuhvaća naponske razine od 35 kV i 10 kV, a udio elektroopskrbnih vodova naponske razine 10 kV iznosi 83,6

Plinoopskrbni sustav VPŽ sastoji se od magistralne i distribucijske plinske mreže te devet mjerno-redukcijskih stanica (MRS). Državna tvrtka Plinacro d.o.o. ima u nadležnosti magistralnu plinsku mrežu na području VPŽ, a distribucijska plinska mreža na području općine Suhopolje u nadležnosti je PLIN VTC d.o.o. Virovitica, Na području općine Suhopolje prolaze dva magistralna plinovoda, dionica PČ Virovitica-MRS Suhopolje i Pepelana-Suhopolje DN 150/50.

Telekomunikacijska infrastruktura i dostupnost interneta

Telekomunikacijska infrastruktura te dostupnost interneta u cijelosti ovisi o operaterima dostupnim na tržištu i dogovaraju se između privatnih i pravnih osoba sa samim operaterima. Sama infrastruktura operatera podržava maksimalnu pokrivenost i opterećenje.

Vodoopskrba i odvodnja

a) Vodoopskrba

Područje općine Suhopolje pripada distribucijskom području tvrtke Virkom tj. Vodoopskrbnom sustavu grada Virovitice i on pokriva kako samo središte općine, naselje Suhopolje tako i sljedeća naselja: Borova, Bukova, Budanica, Cabuna, Dvorska, Gačište,

Gvozdanska, Jugovo Polje, Levinovac, Mala Trapinska, Nova Cabuna, Naudovac, Orešac, Pčelić, Pepelane, Pivnica Slavenska, Rodin Potok, Sovjak, Trnava Cabunska, Velika Trapinska, Zvonimirovo, Žiroslavlje. Trenutno je na javnu vodovodnu mrežu priključeno 4371 (83%) stanovnika općine.

b) Odvodnja

Sustav odvodnje kroz projekt aglomeracije završen je za sada samo u općinskom središtu tj. naselju Suhopolje. Postoje planovi za obuhvat projektom aglomeracije svih naselja. Sustavom javne odvodnje upravlja tvrtka Virkom iz Virovitice.

Gospodarenje otpadom

Tablica 6. Tvrtke koje prikupljaju otpad na području općine Suhopolje

Tvrtka	Jedinica lokalne samouprave
1. Flora Vtc d.o.o., Virovitica	Grad Virovitica, Općina Gradina, Općina Lukač, Općina Suhopolje, Općina Špišić Bukovica
2. Suhokom d.o.o. Suhopolje	Općina Suhopolje

Izvor: Strateška studija utjecaja na okoliš Plana razvoja Virovitičko-podravske županije za razdoblje od 2021. do 2027. godine

2.3. Prometna infrastruktura

Suhopolje, smješteno u Virovitičko-podravskoj županiji, aktivno unapređuje svoju prometnu infrastrukturu kako bi poboljšalo povezanost i sigurnost za svoje stanovnike i posjetitelje.

Cestovna infrastruktura:

- Državna cesta D2: Suhopolje se nalazi uz državnu cestu D2, važnu prometnicu sjeverne Hrvatske koja povezuje Varaždin i Osijek. Planirana je rekonstrukcija 15-kilometarske dionice od Suhopolja do Sladojevaca s ciljem povećanja sigurnosti i protočnosti prometa. Projekt također uključuje izgradnju kružnog toka u središtu Suhopolja kako bi se olakšalo kretanje, posebno za teretni promet.
- Podravska brza cesta: U tijeku su pripreme za izgradnju Podravske brze ceste, koja će povezivati Varaždin i Ilok. Dionica Suhopolje–Slatina, duga oko 23

kilometra, dobila je lokacijsku dozvolu, a rješavaju se imovinsko-pravni odnosi kako bi se ishodila građevinska dozvola. Procijenjeni trošak izgradnje ove dionice iznosi 58,3 milijuna eura.

- **Poboljšanja lokalnih prometnica:** U listopadu 2024. godine završeno je proširenje Zrinsko Frankopanske ulice, što je omogućilo sigurniji i izravniji pristup dječjem vrtiću. Ovaj projekt značajno je poboljšao sigurnost učenika i roditelja, smanjujući potrebu za prolaskom kroz školsko dvorište.

Željeznički promet:

Suhopolje je povezano s nacionalnom željezničkom mrežom putem obližnjeg grada Virovitice, omogućujući pristup većim gradovima diljem Europe. Također su dostupne redovne autobusne linije i taxi prijevoz koji povezuju Suhopolje s Viroviticom.

Budući razvoj:

Lokalna uprava najavila je planove za 2025. godinu, uključujući izgradnju spojne ceste od Ulice Matije Gupca do Zrinsko-Frankopanske ulice u Suhopolju te provedbu projekta aglomeracije za poboljšanje sustava odvodnje i transporta otpadnih voda u okolnim naseljima.

Ove inicijative odražavaju predanost Suhopolja unapređenju prometne infrastrukture, čime se poboljšava regionalna povezanost i kvaliteta života njegovih stanovnika.

Izvori: suhopolje.hr, suhopolje-info.hr, glas-slavonije.hr, icv.hr, mingo.gov

2.3.1. Cestovna infrastruktura

- **Primarne ceste: Državna cesta D2:** Ova cesta prolazi kroz Suhopolje, povezujući Osijek, Viroviticu i Bjelovar.
- **Državna cesta D34:** Također prolazi kroz područje Suhopolja, omogućujući dodatnu povezanost s okolnim regijama
- **Lokalne ceste: Lokalna cesta L40024:** Služi za povezivanje manjih naselja unutar općine Suhopolje, omogućujući pristup lokalnim zajednicama.
- **Blizina glavnim autocestama:** Najbliža autocesta Suhopolju je **A3**, poznata kao Autocesta Bregana–Zagreb–Lipovac, koja prolazi južno od Suhopolja. Udaljenost

između Suhopolja i najbližeg priključka na autocestu A3 iznosi približno 70 kilometara. Ova udaljenost može varirati ovisno o točnoj ruti i prometnim uvjetima.

2.3.2. Željeznička infrastruktura

- **Glavne željezničke linije: Željeznička linija Varaždin - Dalj** prolazi kroz županiju, te je na taj način osigurana redovita željeznička linija između Suhopolja i Osijeka. Putovanje traje približno 2 sata i 55 minuta, s više polazaka dnevno. Prvi vlak polazi oko 03:19, a posljednji oko 20:12. Cijene karata kreću se od 8,15 € do 9,73 €, ovisno o vremenu polaska i tipu vlaka.
- **Regionalne željezničke linije:** Suhopolje je željeznički povezano s Viroviticom, omogućujući daljnje veze prema drugim većim gradovima. Detaljni vozni redovi i informacije o polascima dostupni su na službenim stranicama Hrvatskih željeznica
- **Međunarodne željezničke veze:** Suhopolje nema izravne međunarodne željezničke linije. Međutim, zahvaljujući povezanosti s gradom Viroviticom, moguće je ostvariti međunarodna putovanja. Iz Suhopolja do Virovitice možete stići redovitim autobusnim linijama ili taksijem. Virovitica je povezana željezničkim prometom s većim gradovima, što omogućuje daljnja međunarodna putovanja.

2.3.3. Javni prijevoz

- **Autobusne usluge:** Suhopolje je povezano autobusnim linijama s različitim gradovima, omogućujući putnicima praktične opcije za putovanje.
- **Međugradske autobusne linije:**
- **Suhopolje – Zagreb:** FlixBus nudi izravne linije između Suhopolja i Zagreba.
- **Suhopolje – Virovitica:** Postoje redovne autobusne linije koje povezuju Suhopolje s Viroviticom, omogućujući putnicima jednostavan pristup ovom obližnjem gradu.
- **Lokalne autobusne linije:**

- Čazmatrans, kao jedan od glavnih prijevoznika u regiji, pruža usluge lokalnog prijevoza koje povezuju Suhopolje s okolnim naseljima i gradovima. Za detaljne informacije o voznom redu i rutama, preporučuje se posjetiti službenu web stranicu Čazmatransa.
- **Autobusna infrastruktura:**
- Suhopolje ima jednu glavnu autobusnu stanicu koja služi kao polazište i odredište za većinu autobusnih linija. To omogućuje putnicima jednostavan pristup uslugama prijevoza unutar i izvan grada.
Za najnovije informacije o voznim redovima, cijenama karata i dostupnosti linija, preporučuje se posjetiti službene web stranice prijevoznika ili kontaktirati lokalnu autobusnu stanicu u Suhopolju.

2.3.4. Prekogranični pristup

- **Granični prijelaz s Mađarskom:** Granični prijelaz **Terezino Polje** omogućuje cestovni pristup Mađarskoj, podržavajući međunarodna putovanja i trgovinu. Ovaj prijelaz posebno je važan za poljoprivredni sektor jer omogućuje učinkovit izvoz robe na susjedna tržišta.

5. Opća povezanost

Općina Suhopolje umjereno je dobro povezana s ostatkom Hrvatske, prvenstveno putem cestovnih i željezničkih linija. Međutim, izostanak izravnog pristupa autocestama i ograničena učestalost željezničkih linija mogu predstavljati nedostatak, osobito za daleka i brza putovanja. Ulaganja u modernizaciju željezničke infrastrukture i poboljšanje pristupa autocestama dodatno bi unaprijedili povezanost županije, podržali gospodarski rast i omogućili stanovnicima veći izbor mogućnosti putovanja.

2.4. Analiza stanja digitalizacije

WiFi4EU - Besplatan Wi-Fi za Europljane

Europska komisija radi promicanja besplatne Wi-Fi povezanosti za građane i posjetitelje u javnim prostorima kao što su parkovi, trgovi, javne zgrade, knjižnice, zdravstveni centri i muzeji posvuda u Europi putem WiFi4EU. Proračun inicijative WiFi4EU iznosio je 120 milijuna eura između 2018. i 2020. Podržat će instalaciju najsuvremenije Wi-Fi opreme u središtima društvenog života.

Sukladno tome stanovnici Općine Suhopolje imaju besplatan pristup internetu na javnim površinama. Instalirano je 10 pristupnih točaka na 10 lokacija (javnih površina), a sve one imaju otvoren pristup internetu s brzinama od minimalno 30 Mbit/s.

Lokacije pokrivenosti su naselja Suhopolje, Borova, Jugovo Polje, Pčelić i Orešac i to: vidikovac Bukova, društveni domovi: Orešac, Borova, Pčelić, Jugovo Polje i Suhopolje, stadion NK Borova, škola Suhopolje, zgrada općine Suhopolje.

2.5. Analiza stanja pristupačnosti destinacije osobama s posebnim potrebama

Pristupačnost turističkih destinacija različitim profilima i potrebama turista, odnosno objekata, proizvoda i usluga u istima, treba biti središnji dio svake odgovorne i održive turističke politike. Pristupačnost kao društveno odgovorni pristup, ne odnosi se samo na ljudska prava, već je to poslovna prilika za destinacije i subjekte da prihvaćanjem svih posjetitelja povećaju svoje prihode, s obzirom na to da oko 1,3 milijarde ljudi u svijetu ima značajan invaliditet na što upućuje Svjetska zdravstvena organizacija (WHO, 2023).¹ Europska unija svojim politikama doprinosi pristupačnosti u turizmu kroz niz aktivnosti, kako s aspekta društvene odgovornosti, ali i poslovnih prilika s obzirom na to da poboljšanje pristupačnosti utječe na povećanje konkurentnosti turizma u Europi. Različite aktivnosti poput prilagodbe objekata, pružanje točnih informacija i razumijevanje potreba osoba s invaliditetom mogu rezultirati povećanim brojem posjetitelja, doprinijeti kvaliteti boravka i doživljaja za sve, ali i kvaliteti života u lokalnim zajednicama. Sufinanciranjem različitih projekata koji se odnose na dizajn, provedbu i marketing pristupačnih turističkih itinerera, Europska komisija povećava mogućnosti pristupačnih putovanja osobama s posebnim potrebama te promiče društvenu uključenost i poboljšanje vještina zaposlenika

¹ Un Tourism, dostupno na: <https://www.unwto.org/accessibility> (15.1.2025.)

u turističkoj industriji.² Prema Izvješću *Mapping and Performance Check of the Supply of Accessible Tourism Services* iz 2015. godine, koje je imalo za cilj identificirati i prebrojati turističke usluge koje mogu zadovoljiti tržište pristupačnog turizma (starije osobe, osobe s invaliditetom, obitelji s malom djecom i osobe s različitim posebnim zahtjevima pristupa), detektirano je 313.286 pružatelja pristupačnih turističkih proizvoda i usluga u državama članicama EU-a (European Commission, 2015). S obzirom na aktualne trendove pristupačnog turizma, nužno je analizirati razinu pristupačnosti destinacije općine Suhopolje u okviru planskih dokumenata, kako bi se mogla procijeniti tržišna pozicija, a posljedično se odrediti i ciljevi za poboljšanje iste.

Sukladno Smjernicama i uputama za izradu plana upravljanja destinacijom (2024), pristupačnost se odnosi na primjenu univerzalnog dizajna koji omogućuje da ljudi s poteškoćama (kretanje, vid, sluh i kognitivne dimenzije) i posebnim potrebama funkcioniraju neovisno i ravnopravno kroz osigurane pristupačne proizvode, usluge i okruženja. U tom kontekstu, analiza pristupačnosti se razmatra na razini četiri glavna aspekta: 1) fizička pristupačnost turističke infrastrukture i javnih prostora; 2) komunikacijska pristupačnost kroz informacije, signalizaciju i označavanje; 3) pristupačnost usluga smještaja, ugostiteljskih objekata te kulturnih i zabavnih sadržaja; 4) društvena i kognitivna pristupačnost u smislu kulturalne osjetljivosti i obuke osoblja.

S obzirom na to da na području VPŽ, pa tako i općine Suhopolje ne postoji sustavno praćenje turističke pristupačnosti okruženja, proizvoda, usluga i sadržaja, niti registar turističke pristupačnosti istih, analiza je provedena u komunikaciji s glavnim nositeljima turističke ponude, općinskom upravom i Turističkom zajednicom općine Suhopolje, udrugama osoba s invaliditetom i ostalih udruga koje se dotiču pitanja pristupačnosti, te Upravnim odjelom za zdravstvo, branitelje i socijalnu skrb VPŽ.

Tablica 7. Analiza pristupačnosti općine Suhopolje

Aspekt	Objekti i sadržaji	Analiza pristupačnosti
1. Fizička pristupačnost	Javna infrastruktura	Javne institucije i prostori (Dom zdravlja, Pošta, Hrvatski dom i zgrada Općine) su fizički dostupni i prilagođene za osobe s

² European Commission, Accessible tourism, dostupno na: https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/eu-funding-and-businesses/funded-projects/accessible-tourism_en (16.1.2025.)

		invaliditetom (rampe, dizala ili dostupnost u prizemlju), te su pješačke staze i prijelazi u centru naselja također prilagođeni za kretanje osoba s invaliditetom.
	Centar za posjetitelje Dvorac Janković	Centar za posjetitelje je u potpunosti pristupačan i prilagođen osobama s invaliditetom (fizička pristupačnost Centra i okruženja, komunikacijska pristupačnost kroz informacije, signalizaciju i označavanje, pristupačnost usluge smještaja, ugostiteljskih objekata i sadržaja na prvom katu te društvena i kognitivna pristupačnost u smislu kulturalne osjetljivosti i obučenosti zaposlenika).
	Restoran Park	Restoran Park ima prilagođen fizički prilaz osobama s invaliditetom
	Perivoj dvorca Janković	Perivoj, odnosno park oko dvorca Janković je prilagođen za kretanje osobama s invaliditetom, s uređenom stazom na kojoj nema zapreka za kretanje osobama s invaliditetom (stepenice i sl.).
2. Komunikacijska pristupačnost	Web stranice TZ i Općine Suhopolje	Službena web stranica TZ Suhopolje (www.tz-suhopolje.hr) i općine Suhopolje (www.suhopolje.hr) optimizirane su za čitače zaslona te osobe s invaliditetom.
3. Pristupačnost usluga	Centar za posjetitelje Dvorac Janković	U sklopu smještajnih kapaciteta, postoji 1 soba s posebnim wc-om prilagođena za osobe s invaliditetom. Također su jelovnik prilagođen osobama s posebnim prehrambenim potrebama.
	Pristupačnost kulturnih i zabavnih sadržaja	Prostori na kojima se organiziraju događaji na području općine Suhopolje većinom su prilagođeni za kretanje i sudjelovanje osobama s invaliditetom ili drugim poteškoćama.
4. Društveno kognitivna pristupačnost	Obučenost osoblja i kulturna senzibiliziranost društva	Osnivanjem i djelovanjem neprofitnih organizacija u zajednici, koje pružaju potporu i različite usluge osobama s invaliditetom, posebnim potrebama i dr. (Društvo Crvenog križa Virovitičko-podravske županije, Udruga invalida rada Virovitica, Udruga tjelesnih invalida Virovitičko-podravske županije, UOSI Virovitica i dr.) lokalno stanovništvo je senzibilizirano te ima razvijenu svijest o potrebama i nužnosti adekvatnog pristupa osobama s invaliditetom. Također, na području općine Suhopolje osigurani su i asistenti u nastavi kod djece s poteškoćama u razvoju i određenim stupnjem invaliditeta što u konačnici utječe na sposobnosti, informiranost, razinu svijesti i pozitivne stavove stanovništva prema osobama s invaliditetom.

Izvor: izrada autora

2.6. Analiza organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji

Poštanske usluge moguće je obaviti na adresi Trg Svete Terezije 6, 33410 Suhopolje. Osim poštanskih usluga pružaju se i usluge Western Union, Mjenjački poslovi, MPU uputnica, Croatia Osiguranje, Croatia zdravstveno osiguranje, bankarske usluge. Telefon: 072/303-304; fax: 033/772-308. Bankarske usluge dostupne su u Slatinskoj banci na adresi Trg Svete Terezije 10, 334140 Suhopolje.

U idućoj Tablici 8. prikazan je popis dječjih vrtića, osnovnih škola, knjižnica, sportskih zajednica i udruga.

Tablica 8. Popis javnih ustanova

Dječji vrtići
Dječji vrtić Suhopolje
Osnovne škole
Osnovna škola Suhopolje
Knjižnice
Općinska knjižnica i čitaonica "Matija Gubec" Suhopolje
Šport
Nogometni klub Suhopolje
Hrvatski nogometni klub Orešac
Karate klub „Mladost“ Suhopolje
Nogometni klub Tehničar Cabuna
Nogometni klub „Borova“
Sportsko ribolovni klub „Brežnica“
Streljački klub „Mladost“
Nogometni klub „Plavi“
Rukometna akademija Suhopolje
Udruge
Likovni klub „Paleta“
Kulturno – umjetnička udruga „Suhopolje“
DVD Suhopolje
DVD Borova
Vatrogasna zajednica Općine Suhopolje
Kinološki klub Suhopolje
Kulturna udruga Kreativa Edukativa Aktiva KrEda

Udruga hrvatskih branitelja iz Domovinskog rata
Udruga matice hrvatskih umirovljenika Općine Suhopolje
Lovačka udruga Suhopolje
Tamburaška udruga „Suhopoljski tamburaši“

Izvor: izrada autora prema <https://www.suhopolje.hr/> (19.12.2024.)

2.7. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala

Kako bi se utvrdile trenutne potrebe za kadrovima u turizmu, prvenstveno u djelatnostima pružanja smještaja i pripreme i usluživanja hrane i pića, Hrvatski zavod za zapošljavanje, područni ured u Virovitici dostavio je podatke o provedenim natječajima i broju traženih radnika tijekom 2023. i 2024. godine. Podaci su prikazani u Tablici 9. u nastavku.

Tablica 9. Potrebe za radnicima u djelatnosti pružanja smještaja i pripreme i usluživanja hrane i pića u 2023. i 2024. godini

01.01.2023. - 31.12.2023.	
Zanimanje	Broj radnika
(5122112) pomoćni kuhar	12
(5122123) kuhar	30
(5123112) pomoćni konobar	3
(5123133) konobar	70
(7412213) slastičar	1
UKUPNO	116
01.01.2024. - 31.12.2024.	
Zanimanje	Broj radnika
(5122112) pomoćni kuhar	5
(5122123) kuhar	24
(5123112) pomoćni konobar	1
(5123133) konobar	75
(412225) slastičar, majstor	3
(9132211) kuhinjski radnik	5
UKUPNO	113

Izvor: podaci Hrvatskog zavoda za zapošljavanje, područni odjel Virovitica

Isto tako, napravljena je i analiza obrazovnih programa iz područja turizma i ugostiteljstva te broja učenika i studenta na području VPŽ u školskoj i akademskoj godini 2024/2025. Na području VPŽ, četiri srednje škole (u Virovitici, Slatini, Orahovici i Pitomači) obrazuju učenike u području turizma i ugostiteljstva, a na Veleučilištu u Virovitici obrazuju se studenti na prijediplomskoj (Stručni prijediplomski studij menadžmenta - modul

Menadžment ruralnog turizma) te diplomskoj razini (Stručni diplomski studije menadžmenta - smjer Destinacijski menadžment). Broj upisanih učenika i studenata u području turizma i ugostiteljstva vidljiv je u Tablici 10.

Tablica 10. Broj upisanih učenika i studenata u području turizma i ugostiteljstva u školskoj i akademskoj godini 2024/25

Škola	Smjer	Broj učenika/studenata
Strukovna škola Virovitica	Turističko-hotelijerski komercijalist	69
	Kuhar	35
	Konobar	16
	Slastičar	18
Industrijsko-obrtnička škola Slatina	Kuhar	30
	Konobar	21
Srednja škola Stjepana Sulimanca Pitomača	Kuhar	28
	Konobar	10
Srednja škola Stjepana Ivšića Orahovica	Kuhar	17
	Konobar	8
SVEUKUPNO (Srednje škole)	Turističko-hotelijerski komercijalist	69
	Slastičar	18
	Kuhar	110
	Konobar	55
Veleučilište u Virovitici	Prijediplomski studij - Menadžment ruralnog turizma	26
	Diplomski studij – Destinacijski menadžment	22

Izvor: podaci Srednjih škola i Veleučilišta s područja VPŽ

2.8. Analiza komunikacijskih aktivnosti

2.8.1. Pregled korištenja postojećih komunikacijskih kanala

Komunikacija TZ Općine Suhopolje koristi se primarno mrežnom stranicom www.tz-suhopolje.hr i društvenim mrežama poput Facebooka[1] i Instagrama[2]. Na mrežnoj stranici je naveden i YouTube kanal[3] Također, postoji suradnja s medijima unutar Virovitičko-podravske županije, koji redovno objavljuju vijesti i najave događanja, a što je vidljivo iz potkategorije "Iz medija" koja se nalazi na mrežnoj stranici TZ-a. Promotivni materijali specifični za Općinu Suhopolje su u planu, dok su dostupni materijali koji pokrivaju širu regiju VPŽ .

Prema Strateškom planu razvoja turizma na području Općine Suhopolje (2019) marketinška komunikacija je analizirana u poglavlju "5.2. Marketinška komunikacija". Obuhvaća odnose s javnošću, oglašavanje, e-marketing i promocijske materijale. Odnosi s javnošću (PR) fokus imaju na izgradnji pozitivne slike destinacije putem medija i organizacije događaja. Oglašavanje naglašava potrebu za vizualnim identitetom destinacije, uključujući logotip i slogane. E-marketing uključuje razvoj web-stranice i prisutnost na društvenim mrežama, te korištenje SEO optimizacije i digitalnih kampanja.

2.8.2. Analiza digitalnog prisustva

Mrežna stranica TZ Općine Suhopolje koristi se za informiranje turista o događanjima, no angažman na društvenim mrežama je ključan za širu promociju. Facebook i Instagram su glavni kanali s određenim brojem pratitelja i interakcija, dok je YouTube kanal nedovoljno iskorišten. Korištenje digitalnog oglašavanja uključuje kampanje putem Google Ads i društvenih mreža, ali detaljniji podaci o učinkovitosti tih kampanja nisu izričito navedeni. Prema analizi podataka (na datum 14.1.2025.) dostupnih u online okruženju utvrđeno je sljedeće:

- I. MREŽNA STRANICA (Turistička zajednica Općine Suhopolje) nema podataka o posjetiteljima. Interakcija s posjetiteljima je ostvarena pomoću kontakt-forme "Preporuke i osvrti" koja se nalazi na glavnoj stranici i postoje komentari posjetitelja. Preporuka je da ta kontakt-forma bude vizualno uočljivija i interaktivnija, odnosno da se doda i mogućnost prilaganja fotografije uz osvrt.
- II. FACEBOOK (Turistička zajednica Općine Suhopolje) ima 1,6 tisuća lajkova i 1,7 tisuće pratitelja, ali nisku razinu interakcija, npr. zadnji osvrt napisan od strane pratitelja je iz 2021. godine. Temeljem analize u zadnjih 28 dana (14.1.2025.) profil je pregledan 3897 puta, prosječno zadržavanje na profilu je bilo 3,34 minute, a demografski gledani 74,50% pratitelja su ženskog spola, a 25,50% muškog, dok geografski najviše s područja Virovitice, Slavonskog Broda i Zagreba.

Pozitivne strane Facebook profila TZ Općine Suhopolje:

- Vizualna komunikacija: Stranica koristi kvalitetne fotografije lokalnih atrakcija i događanja, što pridonosi atraktivnosti sadržaja.
- Redovite objave: Objave su učestale i informativne, pružajući korisnicima aktualne informacije o događanjima i turističkoj ponudi.
- Interakcija s pratiteljima: Stranica odgovara na komentare i upite korisnika, što pokazuje angažiranost i posvećenost zajednici.

Preporuke za poboljšanja Facebook profila TZ Općine Suhopolje:

1. Analiza statistika stranice: Korištenjem alata poput Facebook Page Insights pratiti metrike kao što su doseg objava, angažman korisnika i demografski podaci publike. Ovi podaci pomažu u prilagodbi sadržaja prema interesima pratitelja.
2. Povećanje angažmana: Poticanje korisnika na dijeljenje objava, sudjelovanje u anketama ili natjecanjima može povećati vidljivost stranice i privući nove pratitelje.
3. Raznolikost sadržaja: Uvođenje video-materijala, virtualnih obilazaka ili priča iza kulisa može obogatiti sadržaj i zadržati interes publike.
4. Praćenje povratnih informacija: Redovito analizirati komentare i recenzije kako bi razumjeli potrebe i želje posjetitelja te prilagodili ponudu i komunikaciju.
5. Korištenje alata za analizu konkurencije: Alati poput Popsters omogućuju analizu javnih Facebook stranica, pružajući uvid u strategije sličnih turističkih zajednica i pomažući u optimizaciji vlastitog sadržaja.

III. INSTAGRAM (@tz_suhopolje) ima 495 pratitelja, 104 objave, s prosječnim jednim dijeljenjem objava.

Pozitivne strane:

- Vizualni sadržaj: Profil sadrži visokokvalitetne fotografije i videozapise koji prikazuju lokalne atrakcije, događanja i kulturnu baštinu, što učinkovito promovira destinaciju.

- Redovite objave: S učestalim objavama, profil održava interes pratitelja pružajući im aktualne informacije i novosti.
- Angažman zajednice: Profil potiče interakciju s pratiteljima putem komentara i lajkova, čime se gradi zajednica oko turističke ponude Općine Suhopolje.

Preporuke za poboljšanja:

1. Povećanje broja pratitelja: Aktivnosti poput suradnji s influencerima, korištenja relevantnih hashtagova (izraditi popis osnovnih specifičnih hashtagova) i promocije profila na drugim platformama mogu pridonijeti rastu baze pratitelja.
2. Raznolikost sadržaja: Uvođenje različitih formata sadržaja, poput Instagram priča, IGTV videa ili Reelsa, može povećati angažman i privući širu publiku.
3. Korištenje analitike: Praćenje statistika profila putem Instagram Insights alata omogućuje razumijevanje ponašanja pratitelja i prilagodbu strategije objavljivanja za optimalne rezultate (npr. spol, vrijeme posjete i slično).
4. Poticanje korisnički generiranog sadržaja: Ohrabrivanje posjetitelja da dijele vlastite fotografije i iskustva s oznakom profila može povećati autentičnost i doseg objava (npr. organiziranje nagradnih natječaja i slično).
5. Dosljedan vizualni identitet: Održavanje konzistentnog vizualnog stila i palete boja na svim objavama može poboljšati prepoznatljivost brenda i estetsku privlačnost profila.

Implementacijom ovih preporuka, Instagram profil Turističke zajednice Općine Suhopolje može dodatno unaprijediti svoju prisutnost na platformi, povećati angažman korisnika i učinkovitije promovirati turističku ponudu regije.

- IV. YOUTUBE KANAL (TZ Suhopolje) ima 2 pretplatnika i 2 zapisa, objavljenih prije 6 godina
- Preporuka je povezati sadržaje objavljene na mrežnoj stranici i društvenim mrežama s YouTube kanalom, kao i objave koje naprave određene medijske kuće.

- V. E-MAIL MARKETING – nema podataka o broju adresa u bazi niti o tome šalju li se ciljano newsletteri

Digitalno prisustvo TZ Općine Suhopolje temelji se na službenoj mrežnoj stranici i aktivnostima na društvenim mrežama. Preporuke uključuju optimizaciju stranice za tražilice (SEO), redovno ažuriranje sadržaja i intenzivnije korištenje društvenih mreža za promociju. Preporuča se implementacija alata poput Google Analyticsa za praćenje posjeta i poboljšanje vidljivosti. Za bolji angažman i doseg do ciljane publike povećati interakciju u vidu nekih nagradnih natječaja, gdje pratitelj dijele sadržaj koji onda doseže do više pregleda. S obzirom na trendove, u budućem razdoblju razmišljati i o prisustvu na novim društvenim mrežama.

2.8.3. Analiza offline aktivnosti

Trenutno nema dovoljno promotivnih materijala specifičnih samo za TZ Općine Suhopolje, ali postoje brošure koje obuhvaćaju širu regiju VPŽ, gdje je obuhvaćeno i područje TZ Općine Suhopolje. Offline aktivnosti uključuju organizaciju lokalnih događanja i manifestacija, kao što su npr. sljedeće manifestacije:

- Kulturne manifestacije: Dani Općine Suhopolje, Grofovska ljubav, Grofov cvjetni bal, Noć kazališta, Suhopoljska KUL.plaža, Suhopoljske maškare
- Sportske aktivnosti: Biciklijada "BuB – biciklom u Bukovu"
- Gastro-manifestacije: Suhopoljski kotlić, Dani oraha i promocija lokalnih proizvoda.

Aktivnosti se temelje na tradiciji i povijesti, a cilj im je privući lokalne i regionalne posjetitelje.

TZ općine Suhopolje redovito sudjeluje i izlaže na sajmu Viroexpo u Virovitici.

2.8.4. Analiza suradnji s trećim stranama

Postoji suradnja s različitim interesnim skupinama, uključujući kulturne, sportske i lovačke udruge, te obrazovne institucije. Uključena je suradnja sa sljedećim trećim stranama:

- Razvojne agencije: RA VIDRA (Virovitičko-podravska razvojna agencija).
- Lokalne udruge: Udruge u kulturi (KUU Suhopolje, TU Suhopoljski tamburaši), sportske udruge (NK Suhopolje, LU Suhopolje), i gospodarske udruge (OPG-ovi).
- Obrazovne institucije: Osnovna škola Suhopolje i Glazbena škola Jan Vlačić.

Preporuča se organizacija studijskih putovanja za turističke posrednike i posebne interesne skupine, kao i razvoj specifičnih partnerstava za promociju i prodaju turističkih proizvoda. Cilj je koordinacija svih dionika za osmišljavanje održivih turističkih proizvoda.

2.8.5. Analiza mogućnosti prikupljanja i distribucije informacija za turiste

Digitalni kanali, uključujući mrežnu stranicu i društvene mreže, pružaju relevantne informacije za posjetitelje, ali i služe za prikupljanje povratnih informacija od strane turista.

Preporuke za poboljšanje:

- Razvoj multimedijalnih sadržaja poput 5D kina i digitalnih vodiča.
- Obilježavanje tematskih staza (npr. biciklističkih i kulturnih ruta) s informativnim pločama i interaktivnim sadržajima.
- Uvođenje QR kodova na atrakcijama za lakši pristup informacijama

2.8.6. Analiza mogućnosti marketinškog pozicioniranja u okviru komunikacije na regionalnoj i/ili nacionalnoj razini

Strateško pozicioniranje uključuje kreiranje vizualnog identiteta temeljenog na kulturnoj baštini obitelji Janković i prirodnim atrakcijama, što je i učinjeno kreiranjem prepoznatljivog loga TZ Općine Suhopolje.

Prema Strateškom planu razvoja turizma na području Općine Suhopolje (2019) strateški ciljevi su povezani s nacionalnim dokumentima poput Strategije razvoja turizma RH do 2020. i Master plana turizma VPŽ, a time su uključeni sljedeći ciljevi:

- Promocija specifičnih atrakcija: Fokus na kulturno-povijesne lokalitete poput dvorca Janković i prirodne baštine kao što su šume Bilogore.
- Regionalna i nacionalna promocija: Umrežavanje s ostalim destinacijama u Slavoniji i korištenje zajedničkih promocijskih kanala

2.9. Analiza konkurencije

S obzirom na razinu razvijenosti turizma u općini Suhopolje, analiza konkurencije na turističkom tržištu sagledava se na razini najbližih JLS u VPŽ i susjednim županijama u kontekstu destinacija sa sličnim obilježjima i zastupljenim turističkim proizvodima u istima. Ovisno o mikro ili makro perspektivi, konkurentne destinacije koje su predmet ove analize, mogu se osim konkurencije (mikro razina), sagledati i kao destinacije komplementarnih sadržaja (makro razina). Stoga, uz grad Viroviticu i općinu Pitomaču, u analizu su obuhvaćeni grad Grubišno polje (Bjelovarsko-bilogorska županija) i Općina Velika (Požeško-slavonska županija).

Tablica 11. Analiza konkurenata – pregled turističkih proizvoda te ciljanih tržišta i segmenata potrošača

Gradovi i općine	Primarni turistički proizvodi	Ostali turistički proizvodi	Ciljana tržišta i segmentacija posjetitelja
Općina Suhopolje (VPŽ)	Kulturni turizam Eno i gastro turizam Sportsko rekreacijski turizam Turizam kulture zdravlja	Turizam događaja Ekoturizam	Ciljana tržišta su Hrvatska, te zemlje iz okruženja - Mađarska, Slovenija, BiH, Srbija, Austrija, Italija i Njemačka. Segmenti posjetitelja su obitelji s djecom, turisti srednje i starije životne dobi, učeničke grupe, studenti arheologije i povijesti, ljubitelji umjetnosti i kreativnosti, zainteresirani za scensku umjetnost, glazbu i fotografiju, poslovni turisti.
Općina Pitomača (VPŽ)	Cikloturizam Ekoturizam	Agroturizam Turizam događaja	Ciljana tržišta su Hrvatska, te zemlje iz okruženja - Mađarska, Slovenija, BiH, Srbija, Austrija, Italija i Njemačka.

	Eno i gastro turizam Kulturni turizam		Segmenti posjetitelja su obitelji s djecom, turisti srednje i starije životne dobi, učeničke grupe, ljubitelji prirode, glazbe, lokalnog načina života i aktivnog odmora.
Grad Virovitica (VPŽ)	Kulturni turizam Sportsko rekreacijski turizam Turizam događaja	Eno i gastro turizam Ekoturizam Lovni turizam	Ciljana tržišta su Hrvatska, te zemlje iz okruženja - Mađarska, Slovenija, BiH, Srbija, Austrija, Italija i Njemačka. Segmenti posjetitelja su obitelji s djecom, turisti srednje i starije životne dobi, učeničke grupe, poslovni turisti, sudionici i posjetitelji na manifestacijama, natjecatelji u raznim sportovima.
Grad Grubišno Polje (BBŽ)	Kulturni turizam Ekoturizam Lovni turizam Agroturizam	Eno i gastro turizam Cikloturizam	Ciljana tržišta su Hrvatska, te zemlje iz okruženja - Mađarska, Slovenija, BiH, Srbija, Austrija, Italija, Njemačka i Češka. Segmenti posjetitelja su obitelji s djecom, turisti srednje i starije životne dobi, učeničke grupe, poslovni turisti, ljubitelji prirode, kulturne baštine i aktivnog odmora, lovci
Općina Velika (PSŽ)	Ekoturizam Pustolovno rekreacijski turizam Kupališni i turizam zdravlja Eno i gastro turizam	Lovni turizam Kulturni turizam	Ciljana tržišta su Hrvatska, te zemlje iz okruženja - Mađarska, Slovenija, BiH, Srbija, Austrija, Italija i Njemačka, Segmenti posjetitelja su obitelji s djecom, turisti srednje i starije životne dobi, učeničke i studentske grupe, ljubitelji prirode i aktivnog odmora, kupači, istraživači (biolozi, geolozi i dr.).

Izvor: izrada autora prema javno dostupnoj dokumentaciji³

Temeljem analiziranih podataka (Tablica 11) moguće je izdvojiti nekoliko kategorija turističkih proizvoda koji su zajednički svima. Prije svega, sveprisutan je kulturni turizam, eno i gastro turizam te razni oblici outdoor rekreacije i odmora na otvorenom (ekoturizam,

³ Aktualne Strategije i planovi razvoja turizma, web stranice, programi rada i izvještaji o radu predmetnih TZ-a

cikloturizam). Međutim, važno je utvrditi koje primarne turističke proizvode ima samo općina Suhopolje, a koje dijeli s drugim općinama i gradovima u okruženju (Tablica 12).

Tablica 12. Primarni turistički proizvodi koje općina Suhopolje dijeli sa gradovima i općinama u okruženju

Primarni turistički proizvodi općine Suhopolje	Prisutni kao primarni turistički proizvodi u gradovima i općinama u okruženju
Kulturni turizam	općina Pitomača, grad Virovitica, grad Grubišno Polje
Eno gastro turizam	općina Pitomača, općina Velika
Sportsko rekreacijski turizam	grad Virovitica
Turizam kulture zdravlja	općina Velika

Izvor: izrada autora prema javno dostupnoj dokumentaciji (Strategijama i planovima razvoja turizma te web stranicama predmetnih TZ-a)

Nastavno na provedenu analizu stanja i aktualnih trendova na turističkom tržištu, može se zaključiti da fokus razvoja turizma treba biti zasnovan na kulturnom turizmu (zastupljenost resursno-atraktivne osnove, trendovi potražnje) te zdravstvenom turizmu koji korelira s aktivnostima rekreacije i zdrave prehrane te brigom za fizičko i mentalno zdravlje s obzirom na to da su takvi proizvodi izvan fokusa ostalih konkurentskih destinacija u okruženju ili su samo u jednoj od destinacija istaknuti kao primarni proizvod. U slijedećem dijelu se uspoređuju dolasci, noćenja i broj ležaja na razini promatranih konkurentskih destinacija (Tablica 13.).

Tablica 13. Analiza konkurenata – pregled dolazaka i noćenja gostuju te broja postelja

Gradovi i općine	Dolasci 2024.			Noćenja 2024.			Postelje u 2024.	
	domaći	strani	ukupno	domaći	strani	ukupno	ukupno	hoteli
Općina Suhopolje	2.464	1.741	4.205	3.805	1.741	6.546	66	66
Općina Pitomača	508	386	894	1.256	1.378	2.634	109	39
Grad Virovitica	2.181	1.118	3.299	6.379	4.208	10.585	254	-
Grad Grubišno Polje	272	89	361	2.057	391	2.448	41	-
Općina Velika	3.219	1.391	4.610	6.949	2.875	9.824	188	-

Izvor: izrada autora prema dobivenim podacima od nadležnih TZ-a

U posljednjem dijelu analize konkurencije, razmatraju se pristupi u promociji i komunikaciji konkurentskih destinacija prema turističkom tržištu (Tablica 14.).

Tablica 14. Analiza konkurenata – pregled načina promocije destinacije i komunikacijskih strategija

Gradovi i općine	Načini promocije destinacija /komunikacijske taktike
Općina Suhopolje	Područje općine Suhopolje dio je regionalnog turističkog brenda Virovitičko-podravске županije pod sloganom “Slavonija i Podravina”. TZ Općine Suhopolje kontinuirano provodi online i offline promociju turizma. Online promocija turizma se provodi putem službene web stranice i društvenih mreža (Facebook, Instagram i YouTube). Offline promocija se provodi putem letaka, brošura i putem različitih događaja i manifestacija na području Općine, VPŽ i drugih susjednih područja. Pored TZ Općine Suhopolje, turizam Općine se promovira partnerskim marketingom, odnosno neizravno putem udruga, javnih institucija, sudionika turističke ponude, napose Centra za posjetitelje Dvorac Janković i dr., kako s područja Općine, tako i sa šireg područja VPŽ.
Općina Pitomača	Područje općine Pitomača također je dio regionalnog turističkog brenda Virovitičko-podravске županije pod sloganom “Slavonija i Podravina”. Destinacija se promovira integracijom tradicionalnih i digitalnih kanala marketinške komunikacije. Primarno se koriste online promotivni alati – službena web stranica i društvene mreže TZP Južna Bilogora (Facebook, Instagram i YouTube kanal). Od ostalih, koriste se partnerski marketing, tiskani materijali, promocija na sajmovima i drugim događajima, promocija kroz različite javne medije i servise.
Grad Virovitica	Grad Virovitica je također dio regionalnog turističkog brenda Virovitičko-podravске županije pod sloganom “Slavonija i Podravina”. Promocija turizma TZ Grada Virovitice uglavnom se oslanja na web stranicu iste, a koja posjetitelje usmjerava na ostale društvene medije kojima se vrši promocija (Facebook, Instagram i YouTube kanal). Osim tiskanih materijala i promocije putem različitih događaja, promocija se odvija partnerskim marketingom, posredstvom brojnih dionika, od turističkih novinara i influencera, do turističkih agencija i drugih dionika s područja Grada, VPŽ, ali i šire (lokalni, regionalni i nacionalni mediji).

<p>Grad Grubišno Polje</p>	<p>Destinacija se promovira integracijom tradicionalnih i digitalnih kanala marketinške komunikacije. Primarno se koriste online promotivni alati – službena web stranica i društvene mreže TZP Južna Bilogora (Facebook, Instagram i YouTube kanal). Od ostalih, koriste se partnerski marketing, tiskani materijali, promocija na sajmovima i drugim događajima, promocija kroz različite javne medije i servise.</p>
<p>Općina Velika</p>	<p>Destinacija se promovira integracijom tradicionalnih i digitalnih kanala marketinške komunikacije. Primarno se koriste online promotivni alati – službena web stranica i društvene mreže TZP Južna Bilogora (Facebook, Instagram i YouTube kanal). Od ostalih, koriste se partnerski marketing, tiskani materijali, promocija na sajmovima i drugim događajima, promocija kroz različite javne medije i servise.</p>

Izvor: izrada autora prema javno dostupnoj dokumentaciji

Temeljem provedene analize konkurencije, predlaže se poduzimanje aktivnosti koji mogu pridonijeti poboljšanju konkurentne pozicije destinacije Suhopolje:

- usmjeravati turističku ponudu i ostale marketinške aktivnosti prema razvoju kulturnog i zdravstvenog turizma, uz naglasak na uključivanje što većeg područja destinacije u turističku ponudu kroz tematizirane i personalizirane doživljaje koji u osnovi uključuju obiliske, interpretacijske i rekreacijske aktivnosti i sadržaje
- poticati povećanje broja autentičnih smještajnih kapaciteta, ali i njihovu disperziju izvan samog središta destinacije,
- poticati kreiranje turističkih sadržaja i dodatne komplementarne turističke ponude u cilju stvaranja kvalitetnijih doživljaja, povećanja zadovoljstva, produljenja boravka posjetitelja u destinaciji i sl.
- kreirati jedinstveni brend zasnovan na najistaknutijim turističkim atributima destinacije
- oblikovati ponudu prema trendovima koji naglašavaju održivi turizam, usklađen s potražnjom posjetitelja za aktivnim doživljajima u prirodi i kulturom zdravlja te autentičnim kulturnim doživljajima
- staviti naglasak na kreiranje destinacijskih paketa kojima će se kombinirati elementi kulturnog, zdravstvenog i turizma temeljenog na prirodi, uz prilagođene

eno gastro elemente u cilju privlačenja ciljanih segmenta, produljenja boravka posjetitelja itd.

2.10. Izvješće o analizi stanja

Kroz analizu stanja destinacije napravljen je pregled resursne osnove, turističke infrastrukture, digitalizacije, prometne povezanosti, ljudskih potencijala, komunikacijskih aktivnosti te konkurentske pozicije u odnosu na druge destinacije u okruženju. Ova analiza daje uvid u trenutno stanje turizma, potencijale i izazove, s ciljem daljnjeg razvoja turističke ponude.

Glavne komparativne prednosti na kojoj se razvija turistička ponuda u općini Suhopolje leže u bogatoj kulturnoj i prirodnoj baštini. Među najznačajnijim kulturnim atrakcijama su Dvorci Janković u Suhopolju i Cabuni, Crkva sv. Terezije Avilske i ostala sakralna baština, arheološka nalazišta i nematerijalna kulturna baština vezana prvenstveno uz nasljeđe grofovske obitelji Janković i kulture života i rada lokalnog stanovništva. Očuvana i raznolika prirodna baština, posebno uz rijeku Dravu, Bilogoru i jugozapadne obronke Papuka zajedno s tradicijom proizvodnje zdrave hrane, žitarica i meda, glavni su faktori za razvoj i pozicioniranje općine Suhopolje kao destinacije u kojoj se slavi kultura zdravlja i zdravog načina života.

Što se tiče ugostiteljskoga sektora, uz iznimku Centra za posjetitelje Dvorac Janković u Suhopolju, uočen je nedostatak smještajnih kapaciteta te objekata za pružanje usluga jela i pića više razine kvalitete. Što se tiče primarne i sekundarne turističke infrastrukture, potrebno je dovršiti i staviti u funkciju započete projekte (Centar za kulturu zdravlja u Cabuni) te dodatno ulagati u poboljšanje turističke signalizacije i razvoj rekreacijskih sadržaja kako bi se povećala atraktivnost destinacije.

Prometna povezanost s većim središtima i glavnim gradom nije optimalna, ali je na zadovoljavajućoj razini, prvenstveno zbog državnih cesta D2 i D34 te blizine graničnog prijelaza s Republikom Mađarskom. Kompletno područje općine pokriveno je elektroenergetskom i plinskom mrežom, a vodoopskrbna mreža obuhvaća 83% stanovništva. Održivo gospodarenje otpadom provodi tvrtka Flora Vtc d.o.o.

Što se tiče digitalizacije i pristupačnosti, projektom WiFi4EU osiguran je besplatni internet na 10 lokacija. Web stranice Turističke zajednice i Općine optimizirane su za čitače

zaslona. Dvorac Janković ima sobu prilagođenu osobama s invaliditetom, a i drugi javni prostori prilagođavaju se osobama s tjelesnim teškoćama

Turistička zajednica koristi web stranicu i društvene mreže, ali je zamijećen dosta nizak angažman korisnika. Isto tako Facebook stranica ima 1,7 tisuća pratitelja, ali nisku interakciju. YouTube kanal nije aktivan. Preporučuje se poboljšanje SEO optimizacije, povećanje angažmana korisnika i intenzivnija promocija.

S obzirom na turističku resursnu osnovu, ključne turističke proizvode te turističke pokazatelje, za analizu konkurencije uzete su destinacije Virovitica, Pitomača, Grubišno Polje i Velika. Zbog sličnosti u portfelju turističkih proizvoda te udaljenosti od emitivnih turističkih tržišta, za daljnji uspjeh turističke ponude općine Suhopolje i konkurentnost na turističkom tržištu preporučuje se razvoj personaliziranih turističkih doživljaja i izgradnja prepoznatljivog brenda temeljenog na ključnim atributima nasljeđa obitelji Janković i holističkog pristupa slavljenja kulture zdravlja.

Naglasak razvoja turističke ponude treba se usredotočiti na razvoj iskustveno bogatih proizvoda kulturnog i zdravstvenog turizma, uz dodatna ulaganja u smještajne kapacitete i turističku infrastrukturu te digitalizaciju i online promociju. Isto tako preporučuje se jačanje regionalne i međunarodne povezanosti te razvoj suradničkih mreža s lokalnim gospodarstvenicima, OPG-ovima, udrugama i obrazovnim institucijama.

3. POTENCIJAL ZA RAZVOJ I PODIZANJE KVALITETE TURISTIČKIH PROIZVODA

3.1. Ključni turistički proizvodi i njihov razvojni i marketinški potencijal

Prema Strateškom planu razvoja turizma na području općine Suhopolje (Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, 2019), a uzimajući u obzir turističku resursnu osnovu te trendove na turističkom tržištu potražnje, definiran je portfelj turističkih proizvoda općine Suhopolje čiji je prikaz dan u Tablici 15.

Tablica 15. Portfelj turističkih proizvoda

Primarni proizvodi	Sekundarni proizvodi
Kulturni turizam – turizam nasljeđa	Manifestacijski turizam

Eno i gastro turizam	Sportsko-rekreacijski turizam
Zdravstveni turizam – turizam kulture zdravlja	

Izvor: Strateški plan razvoja turizma na području općine Suhopolje, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, 2019.

3.1.1. Razvojni potencijal i marketinški potencijal ključnih turističkih proizvoda

Tablica 16. Ključni turistički proizvodi i njihov potencijal- kulturni turizam i turizam nasljeđa

KULTURNI TURIZAM – TURIZAM NASLJEĐA			
Glavne atrakcije i sadržaji:			
<ul style="list-style-type: none"> • Centar za posjetitelje „Dvorac Janković“ sa smještajnim sadržajima, parkom i perivojem • Dvorac Janković u Cabuni “Centar za kulturu zdravlja”, • Crkva sv. Terezije Avilske, • Podrum vinarije tvrtke Agroland d.o.o (nekadašnji podrum grofa Jankovića), • Manifestacije koje imaju ishodište u nasljeđu, životu i radu te legendama vezanim uz obitelj Janković (Suhopoljska KUL plaža, Grofov cvjetni bal, Grofovska ljubav...). 			
	Ključni razvojni pravci	Mogućnost uvezivanja u širi sustav atrakcija	Boravišno/izl etničke značajke
	<ul style="list-style-type: none"> • Razvoj tematskih itinerara u sklopu “Plemićke rute VPŽ” • Obogaćivanje turističkog doživljaja kroz storytelling (priče obitelji Janković - život i utjecaj na lokalnu zajednicu) • Razvoj interaktivnih doživljaja i radionica • Daljnji razvoj ili sadržajno obogaćivanje postojećih manifestacija i događanja iz naglasak na nasljeđe obitelji Janković te lokalnu kulturu života i rada 	Dvorci i kurije Slavonije, nasljeđe obitelji Janković, plemićka ruta VPŽ	Za sada pretežito izletničke uz konstantan porast noćenja u centru za posjetitelje Dvorac Janković, otvaranjem dodatnih smještajnih kapaciteta ovaj oblik turizma može poprimiti izletničko/bora više značajke
Razvojni potencijal	Informacijska dostupnost	Turistička opremljenost	Fizička i javna dostupnost
	<ul style="list-style-type: none"> • Razvoj digitalnih sadržaja u sklopu Web stranice s temom turizma nasljeđa koji omogućuju personalizaciju posjeta prema interesima turista; • Dodatno obilježavanje kulturnih atrakcija 	Ključne atrakcije turistički su opremljene na zadovoljavajućoj razini, sakralne objekte trebalo bi dodatno označiti informacijskim	Sve atrakcije javno su i fizički dostupne
Marketinški potencijal			

	<p>informacijskim pločama s QR kodovima</p> <ul style="list-style-type: none"> Promocija kroz specijalizirane platforme za kulturni turizam (npr. Culture Trip) 	<p>pločama s QR kodovima; u koliko je moguće u suradnji s tvrtkom Agroland označiti podrum grofa Jankovića kao turistički značajnu točku te omogućiti posjete turistima; Dodatno opremiti ključne atrakcije (dvorci u Suhoplju i Cabuni) multimedijalnim sadržajima</p>	
--	---	---	--

Izvor: Izrada autora prema podacima dobivenim od strane ključnih dionika, te Strateškom planu razvoja turizma na području općine Suhopolje, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, 2019

Tablica 17. Ključni turistički proizvodi i njihov potencijal- Zdravstveni turizam, turizam kulture zdravlja

ZDRAVSTVENI TURIZAM – TURIZAM KULTURE ZDRAVLJA			
Glavne atrakcije i sadržaji:			
<ul style="list-style-type: none"> Centar za posjetitelje „Dvorac Janković“ sa smještajnim i wellness sadržajima, parkom i perivojem Perivoj oko dvorca u Cabuni s inhalatornim dvorištem, wellnessom i fitnessom na otvorenom, Obronci Bilogore i Papuka za šetnje, trekking i bicikljanje, Samoniklo i ljekovito bilje na obroncima Bilogore i Papuka, Dedin mlin Cabuna, OPG Apis Cabuna, Predrag Momčilović Suhopolje, Obrt Agro Batat Suhopolje, OPG Melisa – proizvodnja ljekovitog bilja, OPG Čimin – proizvodnja aronije i proizvoda od aronije, OPG Josip Doležal – proizvodnja maline i proizvoda od maline. 			
Razvojni potencijal	Ključni razvojni pravci	Mogućnost uvezivanja u širi sustav atrakcija	Boravišno/izl etničke značajke
	<ul style="list-style-type: none"> Završetkom projekta “Centra za kulturu zdravlja” te opremanjem wellness zone u dvorcu Janković u Suhopolju usredotočiti se na pozicioniranje Suhopolja kao destinacije održivog wellness turizma uz naglasak na prirodu i lokalne resurse s holističkim pristupom wellnesu i zdravlju; Razvoj personaliziranih paketa koji uključuju klasične 	Zelene wellness destinacije Slavonije uz holistički pristup zdravlju	Pretežito izletničke. Završetkom projekta wellnessa u Dvorcu Janković te „Centra za kulturu zdravlja“ u Cabuni postoji realna pretpostavka da ovaj oblik

	<p>wellness programe uz aktivnosti na otvorenom i prehrambene programe (npr. detox i anti stres, prirodna prehrana – cjelovite žitarice, med, čajevi; forest bathing, inhalatorni vrtovi...)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Povezivanje s lokalnim OPG-ovima, ugostiteljima i ostalim dionicima – razvoj wellness turističkih paketa (rekreacija – degustacija - opuštanje) 		<p>turizma poprimi boravišno/izletničke</p>
Marketinški potencijal	Informacijska dostupnost	Turistička opremljenost	Fizička i javna dostupnost
	<p>Sadržajno nadopuniti web stranicu i ostale medije za komunikaciju s tržištem materijalima vezanima uz zdravstvene benifite boravka na području općine Suhopolje</p>	<p>Posebno označiti staze, puteve za šetnje, trekking ili bicikliranje s posebnim naglaskom na zdravstvene benifite (npr. Staza zdravlja) koje obuhvaćaju sve atrakcije u sklopu proizvoda kulture zdravlja</p>	<p>Sve atrakcije javno su i fizički dostupne</p>

Izvor: Izrada autora prema podacima dobivenim od strane ključnih dionika, te Strateškom planu razvoja turizma na području općine Suhopolje, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, 2019

Tablica 18. Ključni turistički proizvodi i njihov potencijal- Eno i gastro turizam

ENO I GASTRO TURIZAM			
<p>Glavne atrakcije i sadržaji:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Restoran Park • Dedin mlin Cabuna, • OPG Apis Cabuna, • Obrt Agro Batat Suhopolje, • Agroland – Suhopolje, • Omamina kuharica, • Zgrada bivšeg Zadružnog mlina u Suhopolju, • Gljive i samoniklo bilje (vrganji, smrčci, medvjedi luk), • Suhopoljski kotlić, • Enološko i gastronomsko naslijeđe obitelji Janković . 			
Razvojni potencijal	Ključni razvojni pravci	Mogućnost uvezivanja u širi sustav atrakcija	Boravišno/izletničke značajke
	<ul style="list-style-type: none"> • Pozicioniranje destinacije slavljenja lokalnih okusa i mirisa naslonjenih na tradiciju 	<p>Gastro rute VPŽ uz naglasak na uravnoteženu i zdravu prehranu te</p>	<p>Pretežito izletničke</p>

	<p>proizvodnje zdrave hrane i prepoznatljivih vina</p> <ul style="list-style-type: none"> • Razvoj vinskih tematiziranih doživljaja sa središnjom temom "podrum i vina grofa Jankovića" • Osmišljavanje i organizacija gastro radionica tradicijskih jela – jela iz omamine kuharice. (dogovor oko korištenja i aktiviranja moderno opremljene kuhinje i ostalih sadržaja u i oko dvorca Janković) • Razvijanje temetskih gastro ruta ("mlinarev put", ruta samoniklog bilja i gljiva, ruta meda i rakije!...) 	tradicijske gastro doživljaje	
	Informacijska dostupnost	Turistička opremljenost	Fizička i javna dostupnost
Marketinški potencijal	<p>Razvoj interaktivne aplikacije s ključnim gastro i vinskim točkama te alata na web stranici za planiranje personaliziranih gstro turističkih doživljaja;</p> <p>Omogućiti dostupnost elektroničke publikacije s tradicijskim recepturama na web stranici i društvenim mrežama;</p> <p>Virtualne ture s gastro i eno tematikom,</p> <p>Aktivno oglašavanje na platformama specijaliziranim za gastro turizam npr. Taste Atlas ili Slow food travel</p>	<p>Pojačati napore za obnovom zgrade "zadružnog mlina" kao interpretacijskog centra kruha i gastro nasljeđa;</p> <p>U suradnji s tvrtkom Agroland opremiti podrum grofa Jankovića kao moderan degustacijski prostor</p> <p>Označiti, postaviti signalizaciju te urediti prostore za gastro doživljaje u prirodi na rutama samoniklog bilja i gljiva</p> <p>Izraditi standarde i sustav označavanja ključnih proizvođača i OPG-ova kako značajnih gastro točki</p>	<p>Sve atrakcije javno su i fizički dostupne, rute za branje samoniklog bilja i gljiva trebale bi se trasirati i obilježiti</p>

Izvor: Izrada autora prema podacima dobivenim od strane ključnih dionika, te Strateškom planu razvoja turizma na području općine Suhopolje, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, 2019

Tablica 19. Ključni turistički proizvodi i njihov potencijal- sportsko-rekreacijski turizam

SPORTSKO-REKREACIJSKI TURIZAM (Cikloturizam, lovni i ribolovni turizam, rekreacijsko- edukacijski turizam)			
Glavne atrakcije i sadržaji: <ul style="list-style-type: none"> o Biciklističke staze „Virovitički krug“ i „Dravski krug“ o Manifestacija „Biciklom u Bukovu“ o Uređena lovišta (ukupno 2.489 ha) o Jezero Berek o Sjeverni obronci Bilogore i jugozapadni obronci Papuka o Promatranje staništa ptica pčelarica u Cabuni 			
	Ključni razvojni pravci	Mogućnost uvezivanja u širi sustav atrakcija	Boravišno/izletničke značajke
	Razvojni potencijal <ul style="list-style-type: none"> • Daljnji razvoj biciklističkih i trekking staza i označavanje puteva u prirodi – nordijsko hodanje s uređenim odmorištima i informativnim pločam s QR kodovima za pristup sadržajima vezanima uz kulturu zdravlja, • Razvoj edukativnih programa i organiziranje promatranja ptica pčelarica u Cabuni; • Sadržajno obogaćivanje manifestacije “Biciklom u Bukovu” i povezivanje s ostalim ključnim elementima turističke ponude Suhopolja – kulturnim nasljeđem, kulturom zdravlja, gastronomijom i enologijom 	Pojačati poziciju Suhopolja kao važnog dijela integralnog proizvoda ciklo turizma VPŽ i Slavonije,	izletničke
	Informacijska dostupnost	Turistička opremljenost	Fizička i javna dostupnost
	Marketinški potencijal <p>Unaprijediti vidljivost Suhopolja kao destinacije aktivnog turizma:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Razvoj aplikacije “Suhopolje outdoor” s interaktivnim kartama biciklističkih i pješačkih ruta i personaliziranim planerom aktivnosti (npr. Wellness hodanje, obiteljske rute; senior rute; gastro točke i točke 	Obnavljanje signalizacije i dodatno označavanje biciklističkih, trekking i pješačkih staza – QR kodovi za pristup informacijama o	Sve atrakcije javno su i fizički dostupne

	za okrijepu, ključne atrakcije itd.) <ul style="list-style-type: none"> • On-line kampanje za aktivni turizam (video kampanje s najljepšim rutama) • Suradnja s poznatim sportašima s područja Suhopolja i bliže okolice te rekreativcima amaterima u svrhu promicanja sadržaja za sportsko-rekreacijski turizam 	stazi i opasnim točkama Dodatno ulaganje u odmorista i fitness zone na otvorenom	
--	--	---	--

Izvor: Izrada autora prema podacima dobivenim od strane ključnih dionika, te Strateškom planu razvoja turizma na području općine Suhopolje, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, 2019

Tablica 20. Ključni turistički proizvodi i njihov potencijal- Manifestacije i događanja

MANIFESTACIJE I DOGAĐANJA			
Glavne atrakcije i sadržaji: <ul style="list-style-type: none"> ○ Bub – biciklom u Bukovu ○ Dani općine Suhopolje ○ Dani oraha ○ Grofov cvjetni bal ○ Suhopoljska KUL plaža ○ Suhopoljske maškare ○ Suhopoljski kotlić 			
	Ključni razvojni pravci	Mogućnost uvezivanja u širi sustav atrakcija	Boravišno/izletničke značajke
Razvojni potencijal	Zajednička i pravovremena promocija manifestacija, izrada kalendara događanja (godinu dana unaprijed); sadržajno obogaćivanje uz naglasak na sadržajima koji će potaknuti aktivno uključivanje posjetitelja u doživljaj; intenzivnije povezivanje s TA – stvaranje paket aranžmana vezanih uz događanja; osuvremenjivanje postojećih te osmišljavanje i uvođenje novih tematskih manifestacija poglavito u funkciji dodatne vidljivosti i vrijednosti novoizgrađenih turističkih interpretacijskih centara (Dvorac Janković i Centar za kulturu zdravlja dvorac Janković u Cabuni...)	U okviru kalendara događanja, sve manifestacije uvezati u smišljeni cjelogodišnji doživljaj (usuglasiti vremenik uz izbjegavanje preklapanja termina s drugim manifestacijama u VPŽ i najbližim konkurentskim destinacijama)	Pretežito izletničke

	Informacijska dostupnost	Turistička opremljenost	Fizička i javna dostupnost
Marketinški potencijal	Osmišljavanje i provedba medija plana usmjerenog na manifestacije	Dodatno infrastrukturno opremanje prostora te nabavka potrebne opreme za manifestacije (šatori, uređaji za show cooking, izrada rekvizita s naglaskom na etnografsko nasljeđe VPŽ za tematizirane manifestacije i sudionike/izlagače)	Sve manifestacije javno su i fizički dostupne

Izvor: Izrada autora prema podacima dobivenim od strane ključnih dionika, te Strateškom planu razvoja turizma na području općine Suhopolje, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, 2019

4. POKAZATELJI ODRŽIVOSTI NA RAZINI DESTINACIJE

4.1. TABLIČNI PRIKAZ POKAZATELJA ODRŽIVOSTI

Tablica 21. Pokazatelji održivosti

	Pokazatelj	Vrijednost (izračun)
1.	Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone	0,51
2.	Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom (prosječan postotak zadovoljnih ispitanika) ⁴	62,5 %
3.	Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji Napomena: s obzirom da se u razdoblju koje obuhvaća ovaj Plan upravljanja nije provodilo sustavno istraživanje zadovoljstva posjetitelja i turista na području općine Suhopolje, za prikaz ovoga pokazatelja iskorišteni su podaci iz recenzija gostiju koji su boravili na području općine tijekom 2024. Analizom je obuhvaćen ukupno jedan objekt sa smještajnim jedinicama (posjetiteljski centar Dvorac Janković) jer on jedni prati recenzije gostiju i to: 706 recenzija na Bookingu 540 recenzija na Googleu	Prosječna ocjena na Bookingu (od mogućih 10) = 9,3 Prosječna ocjena na Googleu (od mogućih 5) = 4,8

⁴ Ispitivanje zadovoljstva lokalnog stanovništva turizmom ispitivalo se pomoću anketnih pitanja u formi petstupanjnske Likertove ljestvice, ocjenama od 1 do 5. S obzirom da je ocjena 3 predstavljala neutralan stav, za procjenu postotka zadovoljnih ispitanika izračunat je prosječan postotak odgovora ispitanika koji su pojedine kategorije ocijenili ocjenama 4 i 5.

4.	Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom	40%
5.	Broj organiziranih turističkih ambulanti	nema
6.	Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije (m3)	7276,152 m3
7.	Omjer količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji (tone)	-0,0156
8.	Udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije (ukupno i pojedinačno po kategoriji zaštite)	0,14%
9.	Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije (Kwh)	7822,795 Kwh
10.	Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika	nije
11.	Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim opterećenjem (08/2024)	512
12.	Prosječna duljina boravka turista u destinaciji (u danima)	1,56
13.	Ukupan broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i posluživanja hrane	0
14.	Poslovni prihod gospodarskih subjekta (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja i usluživanja hrane	0
15.	Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija	<p>Zaštićena područja: SPOMENIK PARKOVNE ARHITEKTURE SUHOPOLJE – PARK OKO DVORCA, površina 7.92 ha</p> <p>Na području naselja Suhopolje su, prema registru kulturnih dobara, nalaze se zaštićena sljedeća kulturna dobra: Nepokretno kulturno dobro – kulturno – povijesna cjelina</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suhopolje, Arheološka zona Dubrava (arheološka baština) • Suhopolje, Arheološka zona Kliškovac (arheološka baština) <p>Nepokretno kulturno dobro -</p>

		<p>pojedinačno</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suhopolje, Crkva sv. Terezije (sakralna graditeljska baština) • Suhopolje, Dvorac Jankovića (profana graditeljska baština) pokretno kulturno dobro - zbirka • Suhopolje, Inventar crkve sv. Terezije (sakralni/religijski predmeti).
16.	Status implementacije aktivnosti iz plana upravljanja destinacijom	-
17.	Broj ostvarenih noćenja u smještaju u destinaciji po hektaru izgrađenog građevinskog područja JLS	11,49

Izvor: izrada i izračun autora prema prikupljenim podacima

4.2. PRISTUPAČNOST DESTINACIJE

Sukladno Pravilniku o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma, utvrđivanje pokazatelja pristupačnosti destinacije općine Suhopolje definirano je kroz udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom / posebnim potrebama u odnosu na ukupan broj atrakcija u destinaciji koje su identificirane ovim planom upravljanja. Svrha ovog pokazatelja je imati uvid u mogućnosti obilaska atrakcija i lokaliteta osobama s invaliditetom (osobama s tjelesnim, intelektualnim mentalnim i osjetilnim oštećenjem zdravlja). Pristupačnost će se prikazati na razini pokazatelja fizičke pristupačnosti te informacijsko-komunikacijske pristupačnosti (Tablica 23).

Tablica 22. Pristupačnost atrakcija i lokaliteta osobama s invaliditetom

Atrakcija / lokalitet	Fizička pristupačnost	Informacijsko-komunikacijska pristupačnost
Crkva sv. Terezije Avilske	✓	-
Inventar Crkva sv. Terezije Avilske	djelomično	-
Katolička crkva u Borovi	✓	-
Adventistička crkva u Borovi	u većini	-
Pravoslavna crkva u Borovi	u većini	-
Zvonik u Budanici	u većini	-
Crkva Kraljice sv. Krunice u Cabuni	u većini	-
Zvonik u Cabuni	u većini	-
Pravoslavna crkva u Gačiću	u većini	-
Kapelica u Jugovom Polju	u većini	-

Kapelica u Orešcu	u većini	-
Zvonik u Orešcu	u većini	-
Adventistička crkva u Pčeliću	u većini	-
Zvonik u Pčeliću	u većini	-
Zvonik u Trapinskoj	u većini	-
Kapelica u Trnavi	u većini	-
Zvonik u Zvonimirovu	u većini	-
Zvonik u Žubrici	u većini	-
Ruševne postaje Križnog puta u Orešcu	-	-
Ostaci dvorca Janković od Bribira u Cabuni	-	-
Dvorac Janković u Suhopolju	✓	djelomično
Arheološko nalazište u Zvonimirovu	-	-
Arheološko nalazište Lug	-	-
Zgrada bivšeg Zadružnog mlina u Suhopolju	u većini	-
Mrtvi jarak	-	-
Dedin mlin Cabuna	-	-
OPG Apis Cabuna	-	-
OPG Predrag Momčilović Suhopolje	-	-
Obt Agro Batat Suhopolje	-	-
DIBA – Suhopolje	u većini	-
Omamina kuharica	✓	-
OPG Čimin	-	-
OPG Josip Doležal	-	-
OPG Melisa	djelomično	-
Park u Suhopolju	u većini	djelomično
Jezero „Berek“ u Orešcu	-	-
Ribnjak kraj dvorca Janković u Cabuni	-	-

Izvor: Izrada autora

4.3. UDIO ZAŠTIĆENIH PODRUČJA U DESTINACIJI U UKUPNOJ POVRŠINI DESTINACIJE (ukupno i pojedinačno po kategoriji zaštite)

Utvrđivanja pokazatelja održivosti prema kriteriju zaštite bioraznolikosti definira se kroz udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije. Pokazatelj se izračunava na razini ukupnog udjela svih zaštićenih područja, kao i na razini svake pojedinačne kategorije zaštićenog područja (Tablica 24).

Tablica 23. Udio zaštićenih područja u ukupnoj površini općine Suhopolje

Obilježje/kategorija	Broj zaštićenih područja/naziv	Pokazatelj površine (ha)	Pokazatelj udjela (%)
Površina općine	-	16670	-
Zaštićena područja u općini	2	22,98	0,14
Spomenik parkovne arhitekture	1 / Park u Suhopolju	7,92	0,05
Regionalni park	1 / RP Mura-Drava	15,06	0,09

Izvor: Izrada autora

5. RAZVOJNI SMJER S MJERAMA I AKTIVNOSTIMA

5.1. SWOT analiza

Iduća Tablica 24. prikazuje analizu snaga, slabosti, prilika i prijetnji prema različitim područjima od interesa za dinamiziranje turističkog razvoja općine Suhopolje:

Tablica 24. SWOT analiza općine Suhopolje

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • povoljna klima za razvoj cjelogodišnjeg turizma • dobar geoprometni položaj u regiji Kontinentalna Hrvatska • zadovoljavajuća prometna infrastruktura (cestovna i željeznička povezanost) • krajobrazna i biološka raznolikost nizinsko brdskog krajolika • očuvan okoliš i bogatstvo netaknute prirode • pripadnost UNESCO-vom Rezervatu biosfere Mura-Drava-Dunav • blizina Parka prirode Papuk (UNESCO Geopark) • veliki broj OPG-a i poljoprivrednih površina pogodnih za turističke aktivnosti • tradicija proizvodnje lokalnih proizvoda i spremanja lokalnih tradicionalnih jela • visoka razina osobne sigurnosti • stručni i iskusni kadrovi za dobivanje sredstava iz EU fondova - RAVIDRA • prekogranična suradnja i institucionalno povezivanje, zajednička priprema projekata • gostoljubivost stanovništva • kvalitetna obrazovna infrastruktura za potrebe turizma (srednjoškolski i visokoškolski programi u Virovitici) • postojanje i aktivan rad udruga • zadovoljavajuća komunalna i komunikacijska infrastruktura 	<ul style="list-style-type: none"> • nedovoljno izgrađena turistička infrastruktura i neiskorišten turistički potencijal • nedostatak brzih cesta i autocesta koje povezuju Općinu s većim gradskim središtima • nepostojanje turističkih agencija, posebice receptivnih • nedostatan broj smještajnih kapaciteta • nedovoljan broj pružatelja usluga u turizmu • nepostojanje sustavne ponude lokalne kuhinje • nepostojanje tradicije bavljenja turizmom • nedostatak financijskih sredstava i odlučnosti ulaganja pojedinaca u turizmu • nedovoljna svijest i spoznaja o mogućnostima uključivanja u turističku ponudu lokalnog stanovništva • nedovoljno učinkovita promocija turizma • slaba interpretacija resursa i atrakcija • nepovoljni demografski trendovi • nemotiviranost za zapošljavanje u sektoru turizma i ugostiteljstva • nedovoljno razvijen sustav javnog prijevoza (željeznica, autobusi, taksi) • ograničeni resursi sustava turističkih zajednica (financijski i ljudski)

<ul style="list-style-type: none"> • održavanje tradicijskih i manjih lokalnih događaja • tradicija lovstva • raznovrsnost kulturno-povijesne baštine • povijest i baština grofovske obitelji Janković 	
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> • financijske prilike kroz status turistički nerazvijenog područja • financiranje projekata u turizmu kroz EU fondove i prekograničnu suradnju • Dio regije koja ima status neotkrivene turističke destinacije • Europska ekološka mreža NATURA 2000 i Rezervat biosfere Mura - Drava - Dunav • povećana potražnja za posebnim oblicima turizma na ruralnom području (ekoturizam, pustolovni turizam, cikloturizam, enogastro turizam, kulturni turizam) • uspostavljanje autentičnih ruralnih smještajnih objekata u nesmetanoj prirodi • suradnja sa susjednim i ostalim JLS iz regije • suradnja sa Veleučilištem u Virovitici (edukacije, znanstvena i stručna podrška u razvoju turizma) • nove tehnologije u stvaranju ponude i privlačenju potražnje • koordinirani razvoj turizma cijele destinacije putem formalnom ili neformalnog interesnog udruživanja 	<ul style="list-style-type: none"> • slaba dostupnost značajnih sredstava za ulaganja u razvoj turističke ponude kroz privatne inicijative • afirmiranost globalne konkurencije i konkurentnost drugih županija • depopulacija, niske stope nataliteta te migracija mladih i obrazovanih osoba • pad interesa za ulaganje u kontinentalni turizam • konflikti javnog i privatnog interesa koji utječu na turizam u Općini • neuvažavanje budućih potreba u turizmu od strane nadležnih tijela i akata koji uvjetuju razvoj (prostorni planovi, urbanistički planovi, planovi komunalne i komunikacijske infrastrukture, zaštita i zoniranje područja) • prioritet strateškog razvoja drugih gospodarskih grana i djelatnosti

Izvor: prilagodili autori prema Strateškom planu razvoja turizma na području općine Suhopolje, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, 2019.

5.2. Identificiranje strateških i operativnih ciljeva turizma

Iduća Tablica 25. prikazuje strateške i operativne ciljeve turizma u općini Suhopolje koji obuhvaćaju:

Tablica 25. Strateški i operativni ciljevi

Strateški ciljevi	Operativni ciljevi
1. Razvoj i kontinuirano unaprjeđenje turističkih proizvoda	1.1. Razvoj i unaprjeđenje Kulturnog turizma – turizam naslijeđa 1.2. Razvoj i unaprjeđenje zdravstvenog turizma – turizam kulture zdravlja 1.3. Razvoj i unaprjeđenje eno i gastro turizma 1.4. Razvoj i unaprjeđenje sportsko-rekreacijskog turizma

2. Izgradnja i opremanje turističke infrastrukture	2.1. Građenje i uređivanje Centara za posjetitelje, interpretacijskih centara i turističkih informativnih centara 2.2. Građenje i opremanje građevina i turističke infrastrukture za pružanje turističkih i ugostiteljskih usluga 2.3. Trasiranje, obilježavanje i opremanje novih i postojećih tematskih staza, puteva i cesta
3. Unaprjeđenje prodaje i marketinška komunikacija	3.1. Tržišno pozicioniranje i elementi vizualnog identiteta 3.2. Marketinška komunikacija 3.3. Aktivnosti unaprjeđivanja prodaje 3.4. Istraživanje tržišta i interni marketing

Izvor: Strateški plan razvoja turizma na području općine Suhopolje, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, 2019

5.3. Oblikovanje strateškog pravca i prioriteta

Glavni strateški pravac razvoja turizma na području općine Suhopolje usmjeren je na integraciju ključnih turističkih proizvoda i održivi razvoj. Cilj je uspostaviti konkurentnu, održivu i integriranu turističku destinaciju koja povezuje kulturni, eno-gastro, zdravstveni i sportsko-rekreacijski turizam. Strategiju je potrebno temeljiti na odgovornom upravljanju resursima, povećanju atraktivnosti destinacije i poboljšanju turističke infrastrukture i to kroz ostvarivanje sljedećih razvojnih smjernica:

- Diverzifikacija turističke ponude naslonjene na temeljne turističke atrakcije (dvorci Janković u Suhopolju i Cabuni, nematerijalno nasljeđe vezano uz kulturu života i rada te očuvanu prirodu i kulturu zdravlja)
- Povećanje broja smještajnih i objekata za pružanje usluga prehrane te kvalitete ugostiteljsko turističkih usluga. Integracija lokalnih OPG-ova u turističku ponudu
- Prilagođavanje smještajnih kapaciteta s obzirom na ključne turističke proizvode – wellness retreat, mali ruralni objekti za personalizirani doživljaj, bike and bed.
- Naglasak na održivom razvoju, očuvanoj prirodi i lokalnim proizvodima
- Usmjerenost na digitalizaciju u svrhu personalizacije turističkih iskustava
- Jačanje kulture suradnje, interesnog udruživanja i povezivanja lokalnih dionika

Temeljem analize postojećeg stanja destinacijske ponude, konkurencije te ključnih turističkih proizvoda proizlaze sljedeći prioriteti:

5.3.1. Kulturni turizam – turizam nasljeđa

- Pozicionirati Suhopolje kao središnju točku “plemičke rute VPŽ” vezano uz nasljeđe obitelji Janković
- Obogatiti turističko iskustvo storytellingom potpomognutim interaktivnim sadržajima na ključnim točkama i atrakcijama
- Sadržajno obogatiti postojeće i razvijati nove tematizirane manifestacije s naglaskom na nasljeđe obitelji Janković i tradicijsku kulturu Suhopolja i okolice

5.3.2. Zdravstveni turizam – turizam kulture zdravlja

- Promovirati i pozicionirati Suhopolje kao destinaciju koja slavi kulturu zdravlja (wellness s holističkim pristupom zdravlju i zdravom načinu života)
- Razviti personalizirane wellness pakete u kombinaciji s rekreacijskim aktivnostima na otvorenom
- Uspostaviti suradnju s OPG-ovima i proizvođačima zdrave hrane

5.3.3. Eno i gastro turizam

- Razlikovnost temeljiti na tradicijskim recepturama i jelima (Omamina kuharica) te “grofovskim obrocima” (istražiti kuhinju slavonske aristokracije s kraja 19. i početka 20. Stoljeća)
- Uvesti oznake kvalitete u ugostiteljske objekte i kod proizvođača lokalnih proizvoda
- Iskustveno obogatiti eno i gastro turističke proizvode kroz aktivno uključivanje turista u doživljaj (gastro i eno radionice, posjete lokalnim proizvođačima, tematizirani gastro doživljaji...)

5.3.4. Sportsko-rekreacijski turizam

- Uvezivanje lokalnih biciklističkih i trekking staza u širi sustav turističkih proizvoda (unutar i izvan VPŽ)
- Infrastrukturno opremanje sportsko-rekreacijskih staza (signalizacija, interaktivne karte, odmorišta)
- Jačanje ponude rekreacijskih aktivnosti na otvorenom (nordijsko hodanje, fitness zone, pješačke ture kombinirane s iskustvom sakupljanja gljiva i ljekovitog bilja)
- Razvoj aplikacije Suhopolje outdoor za stvaranje personaliziranih ruta i doživljaja

5.4. Ciljevi i aktivnosti u okviru razvojne strategije

Tablica 26. Razvojni ciljevi i aktivnosti

Strateški ciljevi	Aktivnosti
1. Razvoj i kontinuirano unaprijeđenje destinacijskog turističkog doživljaja	1.1. Kreiranje dodatnih elemenata turističkih iskustva u okviru "Plemićke rute VPŽ" 1.2. Redizajniranje i sadržajno obogaćivanje postojećih manifestacija po načelima "livnig history" 1.3. Kreiranje portfelja turističkih događanja povezanog s lokalnom kulturom života i rada i brendom grofova Janković 1.4. Ustrojavanje i aktivno djelovanje formalnog ili neformalnog tijela za promicanje kulture zdravlja i zdravog načina života (udruga, odbor, savjet) 1.5. Osmišljavanje i izrada specifičnih turističkih proizvoda s temom zdrave prehrane, prevencije zdravlja, rekreacije na otvorenom, aromaterapije, apiterapije, ovisno o interesima i ambicijama lokalnih dionika 1.6. Razvoj i razrada personaliziranih wellness paketa u kombinaciji s aktivnostima na otvorenom i zdravom prehranom 1.7. Kreiranje sustava standardizacije i označavanja za lokalne gastro-eno proizvode i objekte 1.8. Intenziviranje aktivnosti oko kreiranja i dizajniranja tematiziranih eno i gastro-turističkih proizvoda (mlinarev put, plemićka gozba, vina grofa Jankovića) 1.9. Uvođenje u ponudu novih oblika sportsko-rekreacijskih aktivnosti (nordijsko hodanje, fitness zone na otvorenom)
2. Izgradnja i opremanje turističke infrastrukture	2.1. Dovršetak radova na "Centru za kulturu zdravlja" u Cabuni i stavljanje istog u turističku ponudu 2.2. Utvrđivanje lokacija s ključnim dionicima te uspostava api centra ili interpretacijskih centara s temom meda i zdrave hrane u okviru Centra u Cabuni ili u sklopu pojedinih OPG-a 2.3. Poticanje i otvaranje smještajnih kapaciteta prilagođenih pojedinom tržišnom segmentu (Wellness retreat, bike & bed; kuće za odmor u prirodi) 2.4. Trasiranje i kontinuirano unaprijeđenje međusobno povezanih i kompatibilnih kulturno-edukativnih cesta i putova temeljenih na značajnim kulturnim atrakcijama 2.5. Formiranje i uređenje tematskih ruta uz kontinuirani rad na dopuni i poboljšanju ponude (mlinarev put, grofova vinska cesta, cesta zdravlja) 2.6. Opremanje novih i postojećih biciklističkih i trekking staza adekvatnom turističkim signalizacijom i interpretacijom te uobičajenim potrebnim pratećim sadržajima
3. Unaprijeđenje prodaje i marketinška komunikacija	3.1. Kreiranje i trajno unaprijeđenje vizualnog identiteta temeljenog na kulturnom nasljeđu (nasljeđe grofovske obitelji Janković, gastronomija, mlinarstvo, pčelarstvo), prirodi i zdravlju (zaštićena područja – Papuk i Drava, samoniklo bilje, zajednica ptica pčelarica, zdrava hrana i aktivni odmor) 3.2. Sadržajno dopunjavanje službene mrežne stranice sukladno definiranom paletom proizvoda, te redovito ažuriranje informacija 3.3. Kontinuirana digitalizacija sadržaja za posjetitelje putem aplikacija i web stranica za interaktivne turističke vodiče. 3.4. Pojačano provođenje promotivnih aktivnosti na društvenim mrežama 3.5. Korištenje marketinških alata poput Google Analyticsa i optimiziranje službene mrežne stranice za tražilice (SEO) 3.6. Produkcija promotivnih materijala, image brošura i vizuala Suhopolja za jačanje brenda destinacije koja slavi kulturu zdravlja 3.7. Produkcija promotivnih materijala za ključne turističke proizvode 3.8. Razvoj suradnje sa specijaliziranim turističkim posrednicima i posebnim interesnim skupinama

	<p>3.9. Pojačana promocija putem platformi specijaliziranih za pojedine specifične oblike turizma (npr.Culture Trip, Airbnb experiences, Taste Atlas, AllTrails, Outdooractive)</p> <p>3.10. Uspostavljanje učinkovitog sustava za praćenje zadovoljstva posjetitelja</p>
--	--

Izvor: Strateški plan razvoja turizma na području općine Suhopolje, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, 2019

6. SMJERNICE I PREPORUKE ZA DIONIKE RAZVOJA

S obzirom na provedene analize u okviru ovoga plana, u nastavku su dane ključne smjernice za nositelje razvoja destinacijske ponude i to u sljedećim segmentima:

- Digitalizacije i primjene digitalne tehnologije u svrhu unaprjeđenja konkurentnosti i unaprjeđenja komunikacijskih aktivnosti
- Poboljšanja pristupačnosti ključnih turističkih atrakcija za ranjive skupine;
- Preporuka proizašlih temeljem analize konkurencije te razvojnog i marketinškog vrednovanja ključnih turističkih proizvoda

6.1. Smjernice i preporuke za jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave

6.1.1. Digitalizacija i primjena digitalne tehnologije u svrhu unaprjeđenja konkurentnosti i unaprjeđenja komunikacijskih aktivnosti

- Uvesti sustav QR kodova na turističkim atrakcijama i ostalim znamenitostima za pristup ključnim informacijama
- Dodatno ulagati u telekomunikacijsku infrastrukturu poradi dostupnosti širokopojasnog interneta u svim naseljima općine Suhopolje

6.1.2. Poboljšanje pristupačnosti ključnih turističkih atrakcija za ranjive skupine

- Privatnom sektoru i ostalim ključnim dionicima turističke ponude omogućiti financijsku potporu i/ili subvencionirati prilagodbu smještajnih i ugostiteljskih objekata ranjivim skupinama

- Osigurati veću fizičku pristupačnost kroz prilagodbu javnih površina, kulturnih objekata i turističkih atrakcija
- Prilagoditi informativne ploče i signalizaciju osobama s invaliditetom
- U evaluaciju pristupačnosti turističkih sadržaja uključiti lokalne i nacionalne udruge osoba s invaliditetom u evaluaciju pristupačnosti turističkih sadržaja.

6.1.3. Preporuke proizašle temeljem analize konkurencije te razvojnog i marketinškog vrednovanja ključnih turističkih proizvoda

- Poticati ulaganje i otvaranje autentičnih smještajnih objekata (tradicionalne kuće za odmor, mali obiteljski hoteli, kampovi) te ekološki prihvatljivijih sadržaja
- Inicirati interesno udruživanje dionika radi stvaranja jedinstvenog doživljaja općine Suhopolje i stvaranje jedinstvenih priča (autentični storytelling)
 - TZ
 - Udruge (nematerijalna i materijalna baština, sport i rekreacija)
 - Lokalni poduzetnici
 - Pojedinci - lokalni eksperti u područjima kao što su povijesno nasljeđe, lokalna gastronomija, proizvodnja zdrave hrane, tradicija proizvodnje vina, nutricionizam, kultura zdravlja i opuštanja
- Javne površine i parkove dodatno opremiti te poticati njihovo korištenje za rekreacijske i druge aktivnosti posjetitelja
- Poticati razvoj kulturnih i sportskih manifestacija s potencijalom za nacionalnu i međunarodnu prepoznatljivost.
- Poboljšati prometnu i turističku signalizaciju kako bi posjetitelji lakše pristupili atrakcijama.

6.2. Smjernice i preporuke za turističke zajednice

6.2.1. Digitalizacija i primjena digitalne tehnologije u svrhu unaprjeđenja konkurentnosti i unaprjeđenja komunikacijskih aktivnosti

- Poboljšati SEO optimizaciju mrežne stranice
- Povećati angažman na Facebooku i Instagramu kreiranjem sadržaja poput anketa i incentive nagradnih programa za korisnički generirane sadržaje
- Povećati broj sadržaja na YouTube kanalu i njegovo povezivanje s ostalim digitalnim platformama
- Uvesti i unaprijediti e-mail marketing (baza kontakata, newsletteri)
- Poboljšati analizu konkurencije i tržišta putem alata za praćenje trendova (Google Trends, Meta Analytics...)
- Producirati digitalne turističke brošure vezane isključivo uz turističku ponudu općine Suhopolje (kao nadopunu generičkim promo materijalima TZ VPŽ)

6.2.2. Poboljšanje pristupačnosti ključnih turističkih atrakcija za ranjive skupine

Fizička pristupačnost

- Intenzivirati suradnju s vlasnicima turističkih objekata za osiguravanje fizičke pristupačnosti svih atrakcija.
- Dodatnom signalizacijom označiti pristupačne ulaze, staze i sanitarne čvorove.

Komunikacijska pristupačnost

- Ažurirati web stranice TZ-a kako bi bile prilagođene osobama s invaliditetom, uključujući podršku za čitače ekrana i audio vodiče te razviti aplikaciju koja pruža audio vodiče i navigaciju za osobe s poteškoćama u kretanju, vidu ili sluhu.
- Provoditi kampanje koje promoviraju općinu Suhopolje kao pristupačnu destinaciju.
- Koristiti društvene mreže i turističke sajmove kako bi se istakla inkluzivnost destinacije.

6.2.3. Preporuke proizašle temeljem analize konkurencije te razvojnog i marketinškog vrednovanja ključnih turističkih proizvoda

- Kreirati jedinstveni brend destinacije zasnovan na najistaknutijim turističkim atributima te razviti vizualni identitet i slogan temeljen na ključnim prepoznatljivostima Suhopolja (nasljeđe, plemstvo, zeleno, zdravo)
- Usredotočiti se na kulturni i zdravstveni (wellness) turizam kao glavnu konkurentsku prednost
- Razviti tematske i personalizirane turističke pakete (kombinacija različitih elemenata ključnih turističkih proizvoda – kulturnog, zdravstvenog, rekreacijskog i eno-gastro turizma)
- Postojeće turističke programe iskustveno obogatiti

6.3. Smjernice i preporuke za druge dionike u turizmu i upravljanju turizmom u destinaciji

6.3.1. Digitalizacija i primjena digitalne tehnologije u svrhu unaprjeđenja konkurentnosti i unaprjeđenja komunikacijskih aktivnosti

- Suradivati s turističkom zajednicom na kreiranju zajedničkih promotivnih kampanja
- Stavljati poveznicu za web stranicu TZ na vlastite digitalne kanale za komunikaciju
- Poticati lokalne poduzetnike na usavršavanje o digitalnom marketingu i brendiranju – organizacija radionica u suradnji s TZ i obrazovnim ustanovama

6.3.2. Poboljšanje pristupačnosti ključnih turističkih atrakcija za ranjive skupine

- Prilagoditi smještajne i druge ugostiteljske objekte za prihvata osoba s invaliditetom
- U jelovnike uvesti jela za osobe s posebnim prehrambenim potrebama
- Suradivati s TZ, udrugama i drugim organizacijama u promicanju inkluzivnog turizma

6.3.3. Preporuke proizašle temeljem analize konkurencije te razvojnog i marketinškog vrednovanja ključnih turističkih proizvoda

- Prilagoditi ponudu ključnim atributima za pozicioniranje Suhopolja kao turističke destinacije
 - Wellness sadržaji
 - Tradicijska jela, jela i slastice od meda
 - Iskustveno obogaćivati osnovnu ponudu (gastro radionice tradicijskih jela, sezonske degustacije, eno i sommelijske radionice, sljubljivanje vina i jela...)
 - Obogaćivati doživljaj gostima kroz storytelling temeljen na glavnim atributima prepoznatljivosti Suhopolja (tradicija grofova Janković, duga povijest naseljenosti, specifičnostima proizvodnje meda, voća i povrća, zdravom i pitoresknom prirodnom okruženju)

7. POPIS PROJEKATA

7.1. Popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti na razini destinacije

Tablica 27. Popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti na razini destinacije

Naziv projekta	Kratki opis i svrha	Nositelj projekta	Lokacija	Planirani početak i završetak	Studijska ili projektna dokumentacija (DA, NE, U IZRADI)	Procijenjena vrijednost/ od toga vlastiti izvori
Pametna i digitalna Općina Suhopolje	<i>Općina Suhopolje će putem navedenog projekta osigurati svojim građanima, gospodarskim subjektima i turistima 4 (četiri) nova električna bicikla. Javni bicikli će biti dostupni na adresi Trg. Sv. Terezije 10, Suhopolje</i>	Općina Suhopolje	Trg sv. Terezije 10, Suhopolje	Početak: 11.7.2024. Planirani završetak: 15.2.2025.	DA	Ukupna vrijednost projekta: 62.910,22€ Vlastiti izvori: 12.582,04 €
Events of the both sides of Drava river	<i>Putem navedenog projekta planirano je uređenje trga sa pripadajućom infrastrukturom te trošak nekoliko manifestacija kroz godinu</i>	Općina Suhopolje	Trg. Sv. Terezije 10	Planirani završetak: 31.12.2026.	DA	Ukupna vrijednost projekta: 358.266,38 € Vlastiti izvori: 71.653,28 €
Led rasvjeta	<i>Modernizacije javne rasvjete, postavljanje energetski učinkovite led rasvjete</i>	Općina Suhopolje	Područje općine Suhopolje	Planirani završetak: 31.12.2025.	DA	Ukupna vrijednost projekta: 785.000,00 €

Izvor: izrada autora prema podacima Općine Suhopolje

7.3. Projekti posebnog značenja za razvoj destinacije

Tablica 28. Projekti od posebnog značaja za destinaciju

Naziv projekta	Kratki opis i svrha	Nositelj projekta	Lokacija	Planirani početak i završetak	Studijska ili projektna dokumentacija (DA, NE, U IZRADI)	Procijenjena vrijednost/ od toga vlastiti izvori
Održavanje sportske građevine – Sanacija travnjaka i uređenje tribina na sportskom igralištu Suhopolje	Održavanje sportske građevine – sanacija travnjaka i uređenje tribina na sportskom igralištu Suhopolje	Općina Suhopolje	Vukovarska ulica 0,	Planirani završetak: 31.12.2025.	DA	Ukupna vrijednost projekta: 381.252,50 € Vlastiti izvori: 118.188,28 €
Izgradnja Kuće meda u Općini Suhopolje	<i>Izgradnja kuće meda – namijenjeno promociji i plasmanu lokalnog područja u Cabuni</i>	Općina Suhopolje	Ulica Stjepana Radića 40, Cabuna	Početak: 12.08.2024. Planirani završetak: 30.4.2025.	DA	Ukupna vrijednost projekta: 256.401,58 Vlastiti izvori:
Građenje građevine javne i društvene namjene – Promatračnica za ptice	Izgradnja kulturne ustanove za javnu i društvenu namjenu u naselju Levinovac	Općina Suhopolje	Levinovac bb, Suhopolje	U planu	DA	/

Izvor: izrada autora prema podacima Općine Suhopolje

9. ZAKLJUČAK

Plan upravljanja destinacijom općine Suhopolje izrađen je kao sveobuhvatan strateški dokument usmjeren na održivi razvoj turizma. Analizom postojećeg stanja, ključnih resursa, turističke infrastrukture i trendova definirani su smjerovi razvoja koji će pridonijeti jačanju konkurentne pozicije Suhopolja na turističkom tržištu.

Suhopolje se ističe bogatom kulturnom i prirodnom baštinom, pri čemu nasljeđe obitelji Janković s dvorcima u Suhopolju i Cabuni predstavljaju središnje atrakcije oko kojih se razvijaju različiti segmenti turističke ponude, poput kulturnog, zdravstvenog i eno-gastro turizma. Uz navedeno, ključne atrakcije općine uključuju arheološke lokalitete, poučne staze, manifestacije s tradicijskim elementima te prirodna područja poput jezera "Berek" i rijeke Drave. Konkretna konkurentna rednost Suhopolja leže u mogućnosti razvoja autentičnih turističkih proizvoda povezanih s kulturnim naslijeđem plemićke obitelji Janković, lokalnom gastronomijom i wellness turizmom u sklopu budućeg "Centra za kulturu zdravlja" u Cabuni, dodatnih wellness sadržaja u Centru za posjetitelje „Dvorac Janković“ u Suhopolju te mogućnostima koje pruža opuštanje u prirodnom okruženju.

Analizom turističkih proizvoda utvrđeno je da destinacija ima potencijal za pozicioniranje u segmentima kulturnog turizma, eno-gastro turizma, zdravstvenog i wellness turizma s holističkim pristupom kulturi zdravlja, te manifestacijskog i sportsko-rekreacijskog turizma.

Unatoč navedenim prednostima, destinacija se suočava s izazovima poput nedostatka smještajnih kapaciteta, slabe prepoznatljivosti brenda te potrebe za jačom digitalizacijom i promocijom. Plan upravljanja predviđa niz mjera poput razvoja tematskih turističkih ruta, ulaganja u infrastrukturu i marketinških aktivnosti usmjerenih na ciljane skupine posjetitelja.

Provedbom Plana upravljanja destinacijom, kroz stratešku diversifikaciju turističke ponude, učinkovitim brendiranjem i održivim upravljanjem resursima, Suhopolje može postati prepoznatljivo odredište ovoga dijela Slavonije i kontinentalne Hrvatske za posjetitelje koji traže autentično iskustvo, kvalitetnu gastro i eno ponudu te doživljaj prožet poviješću i tradicijskim životom. Ključ uspjeha u budućnosti leži u suradnji svih dionika, kontinuiranom praćenju trendova i prilagodbi strategija kako bi Suhopolje ostvarilo svoj puni turistički potencijal.

10. POPIS LITERATURE

1. European Commission (2015): Mapping and Performance Check of the Supply of Accessible Tourism Services. (220/PP/ENT/PPA/12/6491), Final Report.
2. European Commission, Accessible tourism, dostupno na: https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/eu-funding-and-businesses/funded-projects/accessible-tourism_en (16.1.2025.)
3. Glavni plan razvoja turizma na području Općine Pitomača do 2020. godine
4. Ministarstvo turizma i sporta (2024): Smjernice i upute za izradu plana upravljanja destinacijom.
5. Strategija razvoja turizma Grada Grubišnoga Polja 2018 - 2025
6. Strategija razvoja turizma Grada Virovitice 2015.-2025.
7. Strateški plan razvoja turizma na području Općine Suhopolje
8. Strateški plan razvoja turizma Općine Velika 2018.-2022.
9. TZ Zlatni Papuk, službena web stranica, dostupno na: <https://zlatni-papuk.hr/dokumenti/> (20.- 27.1.2025)
10. TZP Južna Bilogora, službena web stranica, dostupno na: <https://tzp-juznabilogora.hr/dokumenti/> (20.- 27.1.2025.)
11. Un Tourism, dostupno na: <https://www.unwto.org/accessibility> (15.1.2025.)
12. Zakon o turizmu (NN 156/23), dostupno na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2023_12_156_2382.html

Internet izvori

13. <https://registar.kulturnadobra.hr/#/>
14. <https://www.tz-suhopolje.hr/hr/gastro/>
15. <https://tourism-pitomaca.hr/otkrij/>
16. <https://www.suhopolje.hr/statisticki-podaci/>
17. https://www.meteoblue.com/hr/weather/historyclimate/climatemodelled/suhopolje_republic-of-croatia_3189543
18. <https://www.suhopolje.hr/wifi4eu/>
19. <https://www.tz-suhopolje.hr/hr/wifi4eu-opcina-suhopolje-osigurala-besplatan-pristup-internetu-na-javnim-povrsinama/297/>
20. <https://www.suhopolje-info.hr>,
21. <https://www.glas-slavonije.hr>,
22. <https://www.icv.hr>,
23. <https://www.mingo.gov>
24. Facebook TZ Općine Suhopolje, dostupno na Turistička zajednica Općine Suhopolje | Facebook (14.1.2025.)
25. Instagram profil TZ Općine Suhopolje, pretraživo pod Turistička zajednica Suhopolje @tz_suhopolje

26. YouTube kanal TZ Općine Suhopolje, dostupno na TZ SUHOPOLJE - YouTube
(14.1.2025.)

11. POPIS ILUSTRACIJA

Tablice:

Tablica 1. Dionici uključeni u izradu plana upravljanja destinacijom	6
Tablica 2. Turistički kapaciteti po vrstama objekata u 2023. i 2024. Godini	12
Tablica 3. Turistička infrastruktura općine Suhopolje	16
Tablica 4. Turistički kapaciteti po vrstama objekata i popunjenosti u 2023. i 2024. godini	18
Tablica 5. Popis ugostiteljskih objekata na području općine Suhopolje s dostupnim kontaktima	19
Tablica 6. Tvrtke koje prikupljaju otpad na području općine Suhopolje	22
Tablica 7. Analiza pristupačnosti općine Suhopolje	27
Tablica 8. Popis javnih ustanova	29
Tablica 9. Potrebe za radnicima u djelatnosti pružanja smještaja i pripreme i usluživanja hrane i pića u 2023. i 2024. godini	30
Tablica 10. Broj upisanih učenika i studenata u području turizma i ugostiteljstva u školskoj i akademskoj godini 2024/25	31
Tablica 11. Analiza konkurenata – pregled turističkih proizvoda te ciljanih tržišta i segmenata potrošača	37
Tablica 12. Primarni turistički proizvodi koje općina Suhopolje dijeli sa gradovima i općinama u okruženju	39
Tablica 13. Analiza konkurenata – pregled dolazaka i noćenja gostuju te broja postelja	39
Tablica 14. Analiza konkurenata – pregled načina promocije destinacije i komunikacijskih strategija	40
Tablica 15. Portfelj turističkih proizvoda	43
Tablica 16. Ključni turistički proizvodi i njihov potencijal- kulturni turizam i turizam nasljeđa	44
Tablica 17. Ključni turistički proizvodi i njihov potencijal- Zdravstveni turizam, turizam kulture zdravlja	45
Tablica 18. Ključni turistički proizvodi i njihov potencijal- Eno i gastro turizam	46
Tablica 19. Ključni turistički proizvodi i njihov potencijal- sportsko-rekreacijski turizam	48
Tablica 20. Ključni turistički proizvodi i njihov potencijal- Manifestacije i događanja	49
Tablica 21. Pokazatelji održivosti	50
Tablica 22. Pristupačnost atrakcija i lokaliteta osobama s invaliditetom	52
Tablica 23. Udio zaštićenih područja u ukupnoj površini općine Suhopolje	53
Tablica 24. SWOT analiza općine Suhopolje	54
Tablica 25. Strateški i operativni ciljevi	55
Tablica 26. Razvojni ciljevi i aktivnosti	58
Tablica 27. Popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti na razini destinacije	64
Tablica 28. Projekti od posebnog značaja za destinaciju	65

Slike:

Slika 1. Portfelj ključnih turističkih proizvoda	14
Slika 2. Turističke zone.....	15

Grafikoni:

Grafikon 1. Broj dolazaka i noćenja u općini Suhopolje tijekom 2024. godine.....	11
Grafikon 2. Broj noćenja po mjesecima u 2024. godini	11
Grafikon 3. Prosječna duljina boravka turista u danima na području općine Suhopolje	12

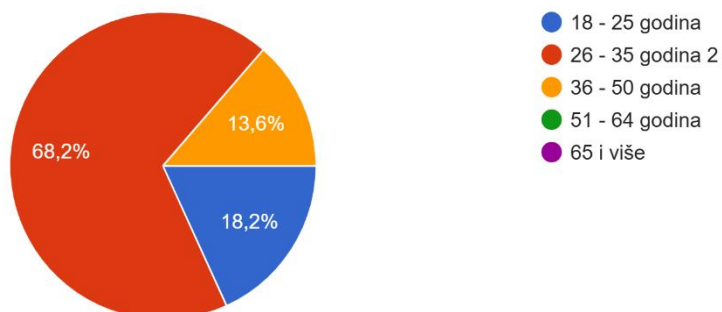
PRILOG: Rezultati ankete o zadovoljstvu lokalnog stanovništva turizmom

ZADOVOLJSTVO LOKALNOG STANOVNIŠTVA OPĆINE SUHOPOLJE RAZVOJEM TURIZMA (22 ispitanika)

1.

Kojoj dobnoj skupini pripadate?

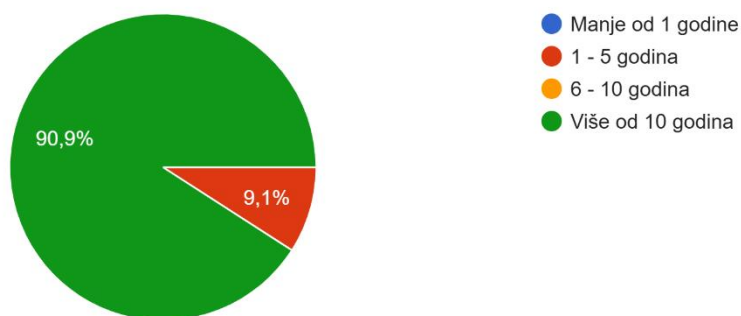
22 odgovora



2.

Koliko dugo živite na području općine Suhopolje?

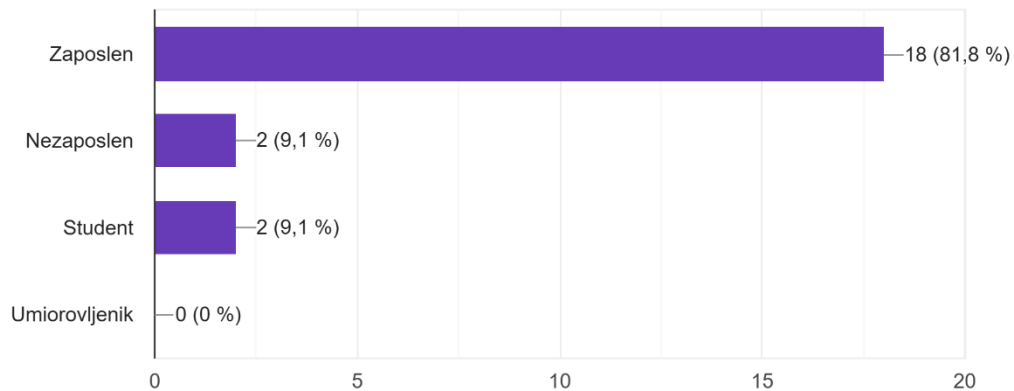
22 odgovora



3.

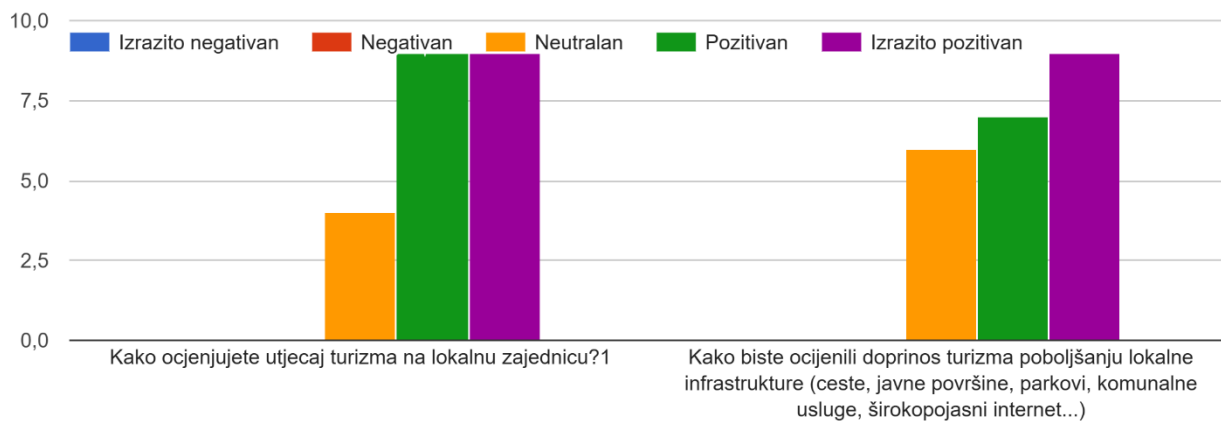
Koji je vaš trenutni radni status?

22 odgovora



4.

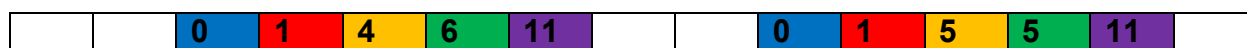
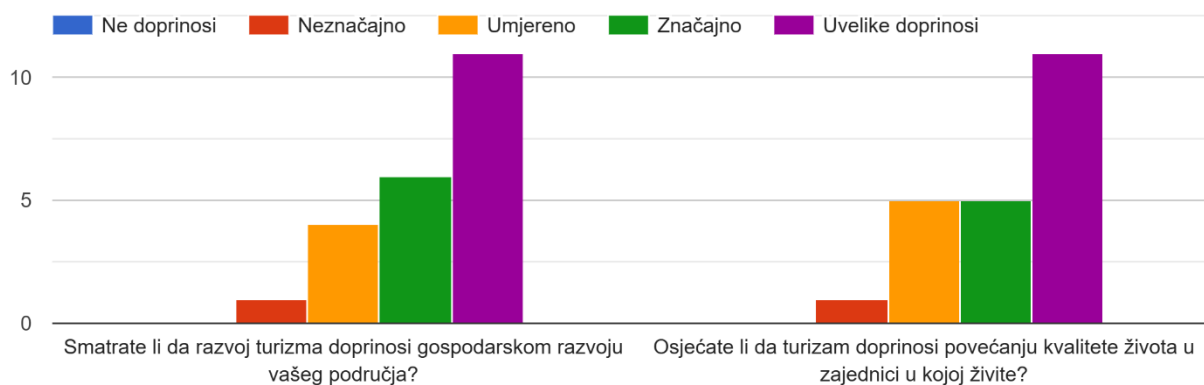
Percipirani utjecaji turizma na području općine Suhopolje



		0	0	4	9	9			0	0	6	7	9	
--	--	---	---	---	---	---	--	--	---	---	---	---	---	--

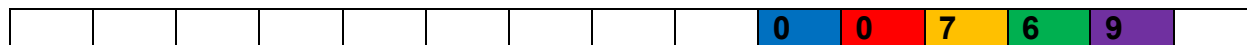
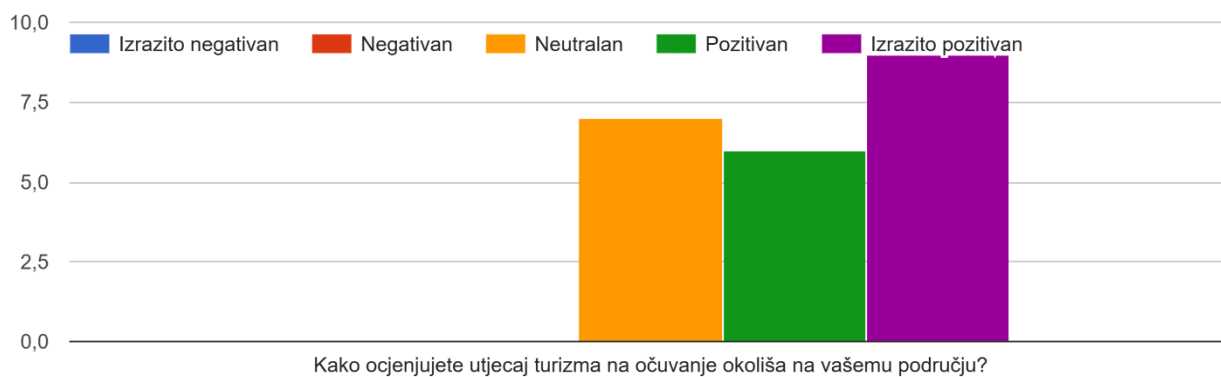
5.

Percipirani pozitivni utjecaji turizma na području općine Suhopolje



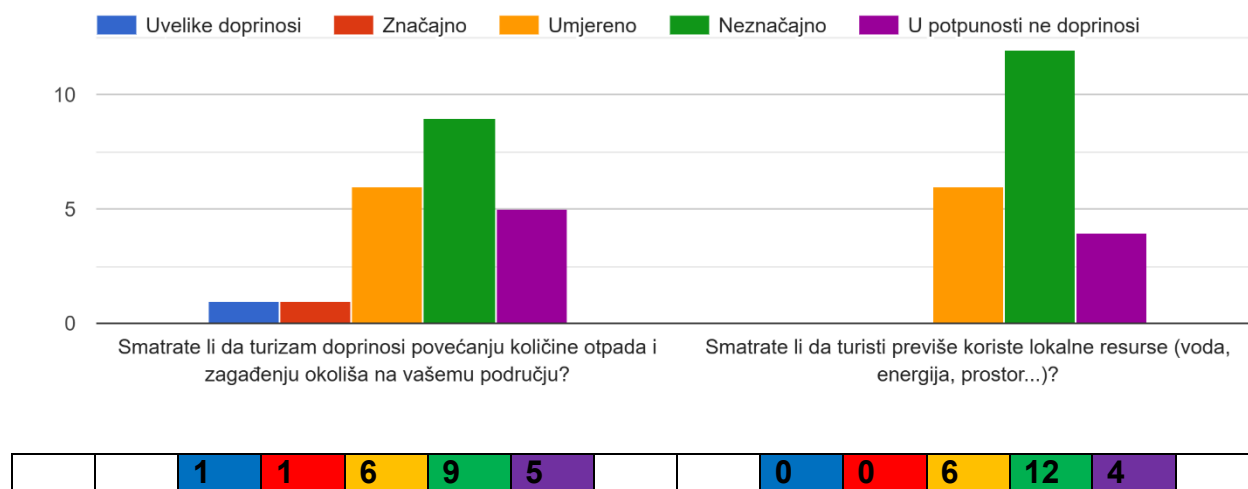
6.

Utjecaj turizma na okoliš na području općine Suhopolje



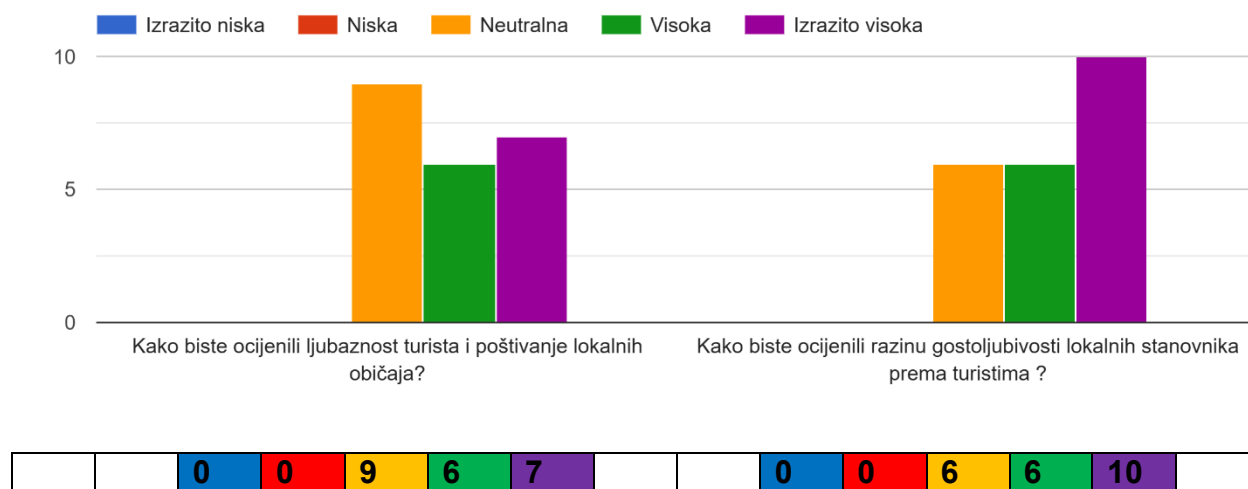
7.

Percipirani utjecaji turizma na okoliš u općini Suhopolje



8.

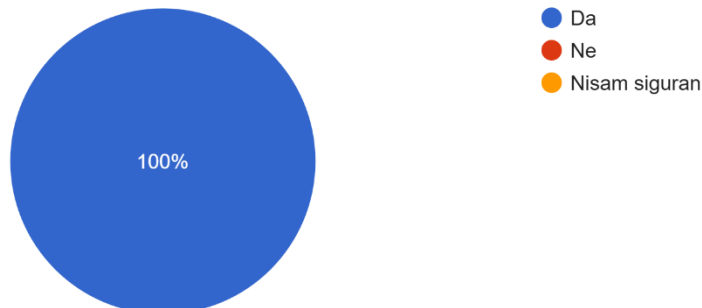
Stavovi prema turistima



9.

Biste li podržali daljnja infrastrukturna ulaganja vezana uz razvoj turizma u vašoj zajednici?

22 odgovora



10.

Ukoliko želite, molimo vas da izrazite vaše mišljenje što bi se u turističkoj ponudi destinacije u budućnosti trebalo unaprijediti (npr. razvoj određenih specifičnih oblika turizma, dodatna ulaganja u smještajne objekte, organizacija novih manifestacija, interesno udruživanje lokalnih nositelja turističke ponude, pojačani marketing...)

22 odgovora

- Organizacija novih manifestacija
- Sve po malo
- Uređenje starog mlina!!
- Pojačani marketing
- Organizacija novih manifestacija
- Pojačani marketing, uključivanje više manifestacija primjerice u Dvorcu Janković
- Stvaranje mreže lokalnih proizvođača (OPG-ova), smještajnih objekata i vodiča koji bi zajednički promovirali Suhopolje kao destinaciju.
- Zajedničko osmišljavanje i promocija turističkih paketa (npr. jednodnevni izleti ili vikend ponude).
- Manifestacije i restorani
- Pojačati besplatni digitalni marketing, ponuditi nove jedinstvene sadržaje za sve dobne kupine
- Održavanje manifestacija, pojačani marketing, otvaranje više gastro ponude
- Organiziranje novih manifestacija
- Dodatna ulaganja u smještajne objekte
- Dodatna ulaganja u smještajne objekte
- Organizacija novih manifestacija, dodatna ulaganja u smještajne objekte
- Dodatno ulaganje u smještajne objekte.