institutzaturizam

IDENTIFIKACIJA KLJUČNIH PROJEKATA ZA IMPLEMENTACIJU VIZIJE TURISTIČKOG RAZVOJA BJELOVARSKO-BILOGORSKE ŽUPANIJE

Zagreb, veljača 2010.

Sadržaj

1. UVOD **3**

1.1. POZADINA PROJEKTA 3
1.2. METODOLOŠKE NAPOMENE 4
1.3. PROGRAM RADIONICA 5

2. INICIJALNA IDENTIFIKACIJA RAZVOJNIH PROJEKATA **6**

2.1. POLAZNE OSNOVE 6
2.2. PRISTUP POSLU I NAČIN RADA 8
2.3. PROJEKTNE IDEJE PREMA REGIONALNOJ PRIPADNOSTI 8
2.4. PROJEKTNI PRIJEDLOZI PREMA UTVRĐENIM STRATEŠKIM CILJEVIMA TURISTIČKOG RAZVOJA BBŽ 10
2.5. KRATKI OPIS POJEDINIH PROJEKTNIH PRIJEDLOGA/IDEJA 11
2.5.1. Projektne ideje u cilju stvaranja poticajnog razvojnog okruženja *11*
2.5.2. Projektne ideje u funkciji unapređenja turističke suprastrukture *13*
2.5.3. Projektne ideje u funkciji razvoja sustava doživljaja/proizvoda *23*
2.5.4. Projektne ideje u funkciji uspostave tržišne prepoznatljivosti BBŽ *26*

3. PRIORITETNI TURISTIČKO-RAZVOJNI PROJEKTI BBŽ **29**

3.1. KRITERIJI ZA IZBOR PRIORITETNIH PROJEKATA 29

OSNOVNI KRITERIJI **29**

DODATNI KRITERIJI **29**

3.2. PRIORITETNI TURISTIČKI PROJEKTI OD INTERESA ZA RAZVOJ TURIZMA BBŽ 30
3.3. PROGRAMSKE OSNOVE IZABRANIH PRIORITETNIH PROJEKATA 30

4. ZAKLJUČAK **46**

1. UVOD

1.1. Pozadina projekta

U želji da povećaju današnje ekonomske učinke povezane s turizmom i turističkim privređivanjem, odnosno stvore bitne pretpostavke dugoročne tržišne održivosti turističkog razvoja na području svoje ingerencije, Bjelovarsko-bilogorska županija (u nastavku: BBŽ) i turistička zajednica Bjelovarsko-bilogorske županije pristupile su tijekom 2008. godine izradi Turističkog master plana Bjelovarsko-bilogorske županije (u nastavku: TMP BBŽ). Izrada ovog dokumenta povjerena za Institutu za turizam, Zagreb. TMP BBŽ finaliziran je i usvojen od strane Naručitelja u veljači 2009. godine, te su time postavljeni temelji za sustavan, koordiniran i planski usmjeravan turistički razvoj ovog područja za razdoblje od sljedećih 10-ak godina.

U izradi TMP BBŽ krenulo se od detaljne inventarizacije i valorizacije turističke resursno-atrakcijske osnove koju tek treba pretvoriti u dobro osmišljene turističke doživljaje i proizvode koji će omogućavati kontinuirano zadovoljavanje zahtjeva i/ili potreba jasno prepoznatih potrošačkih segmenata. U tom je kontekstu provedena i detaljna analiza potencijalnog turističkog tržišta, koja je ukazala na činjenicu da se značajni turistički učinci već u kratkom roku mogu polučiti aktiviranjem domaće potražnje u neposrednom okruženju BBŽ-a, osobito latentne potražnje koncentrirane u Zagrebu i Zagrebačkoj županiji. Naime, BBŽ i njene prepoznatljive regije (klasteri) mogu ovom tržištu odmah ponuditi ne samo sustav doživljaja vezan uz Daruvarske Toplice, već i različite kreativno osmišljene izletničke sadržaje, kao i brojne aktivnosti pogodne za kratke odmore, prvenstveno oslonjene na brojne prirodne resurse i/ili već postojeće turističke atrakcije. U tom smislu, a polazeći od prijedloga turističke regionalizacije cijelog područja obuhvata projekta, kao i poželjnog tržišnog pozicioniranja BBŽ-a na klasterskoj osnovi, identificirani su i turistički proizvodi na kojima valja temeljiti razvoj turizma cijelog projektnog područja u nadolazećem razdoblju.

S druge strane, valja imati na umu činjenicu da će ozbiljniji razvoj turizma na području BBŽ u dolazećem razdoblju ovisiti o spremnosti i sposobnosti lokalne samouprave i sustava turističkih zajednica da populariziraju ideju i aktivno promoviraju brojne koristi koje mogu proizaći iz pojačane gospodarske orijentacije na turističko privređivanje. Riječ je o različitim aktivnostima podizanja svijesti i saznanja različitih interesnih skupina i/ili pojedinaca na lokalnoj razini (tzv. *„community awareness building"*) ne samo o značenju turizma za dodatni razvoj gospodarstva na lokalnoj i/ili regionalnoj razini, već i o oportunosti njegovog mogućeg umrežavanja s drugim, već relativno razvijenim gospodarskim sektorima na području BBŽ (poljoprivreda, prehrambena industrija, trgovina). Navedene aktivnosti podizanja svijesti različitih dionika od interesa za budući gospodarski rast i razvoj BBŽ trebale bi rezultirati povećanjem interesa privatnog poduzetništva kako lokalnog i regionalnog, tako i nacionalnog karaktera, za ulaganjem u turističke projekte na prostoru BBŽ, što bi se sve trebalo pozitivno odraziti i na dinamiku ostvarivanja zacrtane razvojne vizije te, iz nje izvedenih, konkretnih strateških ciljeva turističkog razvoja cijelog projektnog područja.

Povećanje interesa privatnog poduzetničkog sektora za ulaganjima u turističke i/ili s turizmom povezane projekte na području BBŽ implicira i identifikaciju određenog

broja konkretnih razvojno-investicijskih projekata koji će svojim tržišnim i financijskim potencijalom predstavljati inicijalne generatore ne samo ubrzanog turističkog, već i ukupnog gospodarskog razvoja BBŽ. S obzirom da identifikacija turističkih razvojnih projekata nije bila obuhvaćena inicijalno predviđenim i ugovorenim obujmom aktivnosti na izradi Turističkog master plana, BBŽ i turistička zajednica BBŽ odlučile su obnoviti suradnju s Institutom za turizam, Zagreb u cilju:

- inicijalne identifikacije razvojnih projekata od osobitog interesa za ubrzani turistički razvoj BBŽ,
- objektivnog i nepristranog sagledavanja razvojnog potencijala pojedinih, inicijalno identificiranih, projekata, odnosno
- utvrđivanja razvojnih prioriteta.

Pod pretpostavkom poštivanja prethodno utvrđenih razvojnih prioriteta (vidjeti TMP BBŽ) i kvalitetno odabranih projektnih ideja i/ili razvojnih lokaliteta, za očekivati je da bi realizacija pojedinih projekata već u kratkom roku morala kreirati znatno povećanje interesa različitih segmenata turističke potražnje za dolaskom i provođenjem slobodnog vremena na prostoru BBŽ.

1.2. Metodološke napomene

Prilikom rada na identifikaciji ključnih projekata za implementaciju turističke vizije BBŽ maksimalno su poštovane sljedeće metodološke odrednice:

A. Intenzivna suradnja i uključenost lokalnih subjekata, interesnih skupina i/ili stručnjaka tijekom svih bitnih faza rada na projektu - piramidalni pristup

Princip suradnje podrazumijeva intenzivnu komunikaciju i diskusiju s ključnim dionicima, interesnim skupinama i stručnjacima na lokalnoj razini tijekom cijelog procesa izrade Projekta, u funkciji postizanja konsenzusa svih relevantnih subjekata. U tom smislu, za potrebe ovog projektnog zadatka izrađen je poseban obrazac za nominiranje razvojnih projekata od interesa za razvoj turizma na području BBŽ. Navedeni je obrazac, u suradnji s turističkom zajednicom BBŽ, odmah po započinjanju rada na Projektu, distribuiran na adrese svih relevantnih institucija, organizacija i/ili pojedinaca na cijelom prostoru Županije.

Nadalje, maksimalna suradnja i uključenost relevantnih lokalnih dionika postignuta je također i kroz organiziranje nekoliko tematskih radionica na kojima se, u pozitivnom ozračju, osigurala interaktivna razmjena mišljenja, pri čemu su posebno saslušavani i stavovi koji su odstupali od uobičajenih i/ili prevladavajućih. Također, tematske radionice s predstavnicima različitih interesnih skupina iskorištene su i kao prilika za podrobniju diskusiju o svakom od predloženih projekata, što je u konačnici dovelo do visokog stupnja usuglašenosti svih zainteresiranih dionika.

B. Ravnomjerna regionalna zastupljenost

S obzirom na prethodno izvršenu turističku regionalizaciju cijelog prostora BBŽ (Bjelovarsko-bilogorski, Daruvarsko-papučki i Čazmansko-moslavački klaster), prilikom identifikacije projekata od interesa za razvoje turizma ovog područja, posebno se vodilo računa o relativno ravnomjernoj regionalnoj zastupljenosti. Drugim riječima, za svaki od tri karakteristična klastera BBŽ, pokušalo se osigurati približno ravnomjernu i uravnoteženu disperziju razvojnih projekata.

1.3. Program radionica

Osim već obavljenog standardnog, „desk“ i terenskog istraživanja, za potrebe ovog projekta organizirane su tri radionice u cilju prikupljanja inicijalnih projektnih prijedloga i provjere primjerenosti i dugoročne održivosti predloženih rješenja. Detaljni pregled održanih radionica iskazan je u sljedećem tabličnom pregledu:

AKTIVNOST	CILJEVI	BROJ SUDIONIKA
a) Inicijalna radionica s ključnim dionicima turističkog razvoja BBŽ (prikupljanje projektnih prijedloga)	Predstavljanje projekta i prikupljanje inicijalnih informacija o potencijalnim projektima (projektni prijedlozi na razini pojedinih „regionalnih klastera“, ali i za potrebe BBŽ kao cjeline.	20 do 30
b) Panel diskusija (identifikacija 15 ključnih projekata za razvoj turizma BBŽ)	Valorizacija pojedinih projektnih prijedloga u cilju prepoznavanja manjeg broja strateških projekata za razvoj turizma na području BBŽ	10-tak
c) Završna radionica s ključnim dionicima turističkog razvoja BBŽ (verifikacija 15 prioritetnih razvojnih projekata od najvećeg značenja za razvoj turizma BBŽ)	Konačna verifikacija projekata od osobitog značenja kako za brzo i uspješno tržišno (re)pozicioniranje pojedinih regionalnih klastera BBŽ, tako i za prerastanje BBŽ u vodeću kontinentalnu turističku destinaciju RH.	20 do 30

2. INICIJALNA IDENTIFIKACIJA RAZVOJNIH PROJEKATA

2.1. Polazne osnove

Polazeći od odrednica Županijske vizije razvoja turizma, TMP BBŽ prepoznao je četiri strateška cilja budućeg turističkog razvitka projektnog područja:

Cilj 1: Stvaranje poticajnog socijalnog okruženja koje će podržavati turistički razvoj na cijelom prostoru BBŽ

Učinkovit i od strane lokalne zajednice podržavan turistički razvoj koji će voditi ostvarenju razvojne vizije, u najvećoj je mogućoj mjeri povezan sa stvaranjem poticajnog socijalnog okruženja. Stvaranje pozitivnog socijalnog okruženja najuže je povezano sa:

- ➔ provođenjem aktivne i kontinuirane edukacije lokalne populacije o pozitivnim učincima turizma na razvoj BBŽ, odnosno što je njihova uloga u razvojnom procesu;
- ➔ upoznavanjem lokalnog stanovništva s razvojnim potencijalom postojeće resursno-atrakcijske osnove BBŽ i pojedinih njegovih užih regija, kao i o važnosti dodatne (usmene) promidžbe ovog područja kad god se za to ukaže prilika;
- ➔ stvaranjem preduvjeta za ubrzano osposobljavanje malih i srednjih privatnih poduzetnika zainteresiranih za investiranje u turistički sektor o svim, s tim povezanim, rizicima i što činiti kako bi ih se učinkovito minimiziralo;
- ➔ stvaranjem prostorno-planskih, pravno-legislativnih i/ili organizacijsko-investicijskih preduvjeta za razvoj pojedinih vrsta turizma i/ili lokaliteta;
- ➔ primjerenom i kontinuiranom brigom za zaštitu okoliša i kulturnih dobara na cijelom projektnom području;
- ➔ povećanjem kvalitativne razine usluživanja i razine osposobljenosti turističkih djelatnika radi osiguranja trajno kvalitetne usluge;
- ➔ povećanjem menadžerskih znanja i vještina kako na razini pojedinačnih poduzetničkih poduhvata, tako i na razini upravljanja BBŽ kao integralnom turističkom destinacijom;
- ➔ definiranjem jedinstvene, turistički orijentirane kulturne politike koja bi obuhvatila cijelo projektno područje s posebnim naglaskom na tradicionalne vrednote, navike i lokalni stil života.

Cilj 2: Uspostava turističke infra i suprastrukture koja će moći udovoljiti zahtjevima potražnje inducirane tržišnom komercijalizacijom novih turističkih doživljaja projektnog područja

Iako postojeća resursna osnova BBŽ već danas omogućava različita turistička iskustva, u cilju uspješne tržišne komercijalizacije novih turističkih proizvoda i postupnog privlačenja većeg broja posjetitelja i/ili turista na ovo područje, pažnju treba usmjeriti ponajviše na:

- ➔ selektivnu adaptaciju već postojećih objekata turističke ponude;

- ➔ tržišno verificiranu izgradnju manjeg broja novih smještajnih kapaciteta;
- ➔ diversifikaciju strukture današnje smještajne ponude ponajviše kroz izgradnju malih, specijaliziranih i/ili tematiziranih smještajnih kapaciteta u obiteljskom vlasništvu („bed & breakfast“ objekti, obiteljski pansioni, smještaj u ruralnom okruženju, lovački domovi i sl.), a u skladu s različitim turističkim iskustvima koje ovo područje ili pojedine njegove karakteristične regije namjeravaju ponuditi;
- ➔ selektivnom razvoju određenog broja izletničko-odmorišnih destinacija namijenjenih poglavito ljubiteljima prirode i tržišnim nišama turizma specijalnih interesa;
- ➔ povećanju broja, odnosno unapređenju raznolikosti i raznovrsnosti u sferi ponude hrane i pića;
- ➔ proširenju ponude u sferi maloprodaje, osobito objekata koje nude proizvode lokalne „kulture života“, kao i trgovina specijaliziranih za pojedine tržišne niše (ribički pribor, lovački pribor, bicikli i dijelovi, trekking i/ili planinarska oprema i sl.).

Cilj 3: Diversifikacija turističkih proizvoda/atrakcija

Uz izuzetak termalnih izvora u Daruvaru, najveći broj resursa BBŽ još uvijek nije „u funkciji“ aktivnog privlačenja turista i/ili posjetitelja. U cilju intenziviranja turističkog prometa i postupnog tržišnog repozicioniranja BBŽ kao interesantne turističke destinacije, trebalo bi:

- ➔ kreirati određen broj novih, tržištu interesantnih turističkih doživljaja proizašlih ponajviše na osnovi učinkovitije valorizacije još uvijek nedovoljno aktivirane resursne osnove, kao i njihove uspješne tržišne komercijalizacije;
- ➔ paralelno s unapređenjem današnje zdravstveno-lječilišne i spa-wellness ponude, tržišno komercijalizirati cijeli niz proizvoda namijenjenih „ženama u najboljim godinama“, „activity based“ tržištu, kao i tržištu „samonagrađivanja“;
- ➔ međusobnim partnerstvom, povezivanjem i kreativnim kombiniranjem različitih proizvoda individualnih ponuđača (smještaj i prehrana, aktivnosti, izleti, kulturni programi), inicirati razvoj cijelog spektra različitih, tematiziranih turističkih doživljaja (integrirani turistički proizvodi);
- ➔ kroz aktivnu promociju mogućnosti i postupno uključivanje sve većeg broja individualnih ponuđača turističko-ugostiteljskih i/ili s tim povezanih servisnih djelatnosti, kontinuirano raditi na ideji uspostavljanja i kontinuiranog unapređenja tzv. integralnog turističkog lanca vrijednosti na cijelom prostoru BBŽ.

Cilj 4: Uspostava tržišne prepoznatljivosti i poželjnosti

Sukladno usvojenoj razvojnoj viziji, cjelokupni prostor BBŽ trebalo bi učiniti ne samo tržišno prepoznatljivijim, osobito na primarnom tržištu Zagreba i okolnih županija, već i sposobnim da generira opetovane turističke dolaske. To je osobito značajno u kontekstu sve veće konkurentske borbe na turističkom tržištu u kojem će dugoročni tržišni opstanak moći ostvariti samo destinacije sposobne za pojačano navođenje turističkih tokova na svoj prostor. U skladu s takvom razvojnom orijentacijom, aktivnosti valja pojačano usmjeriti osobito na:

- ➔ pažljivo osmišljavanje tržišne komercijalizacije ključnih turističkih doživljaja i proizvoda te iniciranje prijeko potrebnog tržišnog (re)pozicioniranje prostora

BBŽ u cilju stvaranja tržišno prepoznatljivog, dugoročno održivog, konkurentskog imidža;

- ➔ stvaranje kreativnog partnerstva i podjelu uloga između nositelja javne vlasti, komunalnih poduzeća, turističkih zajednica i poduzetničkog sektora u kreiranju i provođenju strategije učinkovitog tržišnog predstavljanja integralnog destinacijskog proizvoda;
- ➔ uspostavu djelotvornog i koordiniranog pristupa marketingu, kao i fokusiranim naporima u prodaji učinkovito privlačiti sve veći broj različitih potrošačkih segmenata na prostor BBŽ. U tom smislu, naglasak u ovom času svakako valja stavljati ponajviše na predstavljanje svoje ponude Zagrebu, županijama s kojima BBŽ graniči, odnosno pažljivo odabranim ciljnim potrošačkim segmentima.

2.2. Pristup poslu i način rada

S ciljem da maksimalno podrži i što je moguće više ubrza razvoj turizma na području BBŽ u skladu s usvojenom vizijom i utvrđenim strateškim ciljevima, inicijalni širi popis potencijalnih prioritetnih razvojnih projekata temelji se na:

- ➢ kritičkoj valorizaciji pojedinih, s razvojem turizma povezanih, projektnih ideja navedenih u ROP-u BBŽ;
- ➢ savjetovanju s brojnim dionicima javnog i privatnog sektora za vrijeme izrade TMP BBŽ;
- ➢ projektnim prijedlozima dobivenim tijekom inicijalne radionice te temeljem odaslanih obrazaca za prijedlog projekata;
- ➢ prijedlozima ekspertnog tima Instituta za turizam, Zagreb.

U želji da se ne utječe na kreativni proces, posebno valja naglasiti da za predlaganje pojedinih turističkih razvojnih projekata nisu bili definirani nikakvi prethodno zadani (potencijalno ograničavajući) kriteriji. Drugim riječima, predloženi projekti mogli su se odnositi na bilo koje područje povezano s ubrzavanjem i/ili boljim tržišnim profiliranjem turističkog razvoja BBŽ, a što implicira ne samo izgradnju novih, odnosno modernizaciju i/ili rekonstrukciju postojećih kapaciteta turističke ponude, razvoj i/ili unapređenje postojećeg sustava turističke infrastrukture, već i razvoj proizvoda, razvoj ljudskih potencijala, povećanje učinkovitosti i/ili transparentnosti institucionalnog okvira, odnosno bilo kojeg drugog područja od interesa za turistički razvoj projektnog područja.

Inicijalna radionica posvećena detekciji i/ili identifikaciji prioritetnih razvojnih projekata do interesa za ostvarivanje vizije razvoja turizma ovog područja, a na kojoj su aktivno sudjelovali kako predstavnici lokalne samouprave, tako i predstavnici županijske i lokalnih turističkih zajednica, predstavnici županijske gospodarske komore, kao i predstavnici različitih, s turizmom povezanih udruga (ribolovci i sl.), održana je u drugom tjednu prosinca u prostorijama Županijske gospodarske komore u Bjelovaru. Nakon konstruktivne i stimulativne rasprave u kojoj su sudjelovali svi prisutni, tom je prilikom identificirano četrdesetak turističkih razvojnih projekata.

2.3. Projektne ideje prema regionalnoj pripadnosti

Iako pri predlaganju inicijalnih projektnih prijedloga nije unaprijed stipulirano da se vodi računa o potrebi relativno ravnomjernog regionalnog razvitka, valja naglasiti da

su projektni prijedlozi već u svojoj inicijalnoj fazi bili relativno dobro prostorno disperzirani. Drugim riječima, već je u ovoj prvoj fazi rada na projektu identificiran približno podjednak broj projekata u svakom od karakterističnih turističkih klastera BBŽ (Bjelovarsko-bilogorska regija, Daruvarsko-papučka regija, odnosno Čazmansko-moslavačka regija). Detaljniji uvid u regionalnu pripadnost predloženih projektnih ideja pruža Tablica 2.3.1.

Tablica 2.3.1. Regionalna zastupljenost inicijalno identificiranih projektnih prijedloga

R.br.	Inicijalni popis projekata
	OD INTERESA ZA CIJELU BBŽ
1	Interni marketing
2	Turistički razvojni i investicijski centar/centri
3	Edukativni programi za izradu akcijskih i/ili marketinških planova i programa
4	Uspostava cjelovitog informacijsko-interpretativnog sustava
5	Akcijski plan razvoja ribolovnog turizma
7	Akcijski plan marketinga turističkih događanja BBŽ-a
8	Osnivanje ruralnih turističkih klastera
9	Akcijski plan za uspostavu cjelovitog sustava planinarskih, konjičkih i/ili biciklističkih ruta
10	Plan razvoja vinskog turizma
	BJELOVARSKI KLASTER
12	SRC Kukavica - koncept najbolje uporabe
13	Šala–la fest (i turistički aranžman smijeha)
14	Lokalitet Stara Ciglana (Velika Pisanica) – dječji zabavni park
15	Ribnjak Narta - koncept najbolje uporabe
17	Lokalitet Bara (Grubišno Polje) - koncept najbolje uporabe
18	Lokalitet (ribnjak) Severin - ogledni primjer razvoja lokacije za potrebe ribolovnog turizma
19	Centar Roma Lovara – akcijski marketing plan
20	Put ciganske čerge
	DARUVARSKI KLASTER
21	Strateški plan razvoja turizma grada Daruvara
22	Tržišno repozicioniranje Specijalne bolnice u Daruvarskim Toplicama
23	Izgradnja novog bolničkog paviljona u u Daruvarskim Toplicama
24	Novi wellness hotel u Daruvaru
25	Razvoj malih obiteljskih hotela za potrebe Daruvarskih Toplica
26	Dvorac Janković (Daruvar) - koncept najbolje uporabe
27	Ribnjak Končanica - koncept najbolje uporabe
28	Izletište Petrov Vrh (Daruvar) - koncept najbolje uporabe
29	Muzej pivarstva u prostoru nekadašnje pivovare u Daruvaru
30	Akademija vina u Daruvaru
31	Tematska staza i šetnica „Putem starih mlinova“ (Daruvar)
	ČAZMANSKI KLASTER
32	Turistički i rekreacijski centar 'Moslavačka Gora'
33	Interpretacijski centar Garić grad
34	Etno-eko resort Sišćani
35	Selo Grabovnica – događanje Božićna priča
36	Lokalitet Skresovi (Garešnica) - koncept najbolje uporabe
37	Lokalitet Medjame (Čazma) - koncept najbolje uporabe
38	Lokalitet Vustje (Čazma) - koncept najbolje uporabe
39	Ribnjak Uljanik (Garešnica) - koncept najbolje uporabe
40	Ribnjak Garešnički Brestovac (Garešnica) - koncept najbolje uporabe
41	Ribnjak Klokočevac (Garešnica) - koncept najbolje uporabe
42	Izletište Pletarac (Čazma) - koncept najbolje uporabe
43	Poučna staza Dišnik

Izvor: Strateška radionica u prostorima Županijske gospodarske komore u Bjelovaru

2.4. Projektni prijedlozi prema utvrđenim strateškim ciljevima turističkog razvoja BBŽ

Polazeći od četiri usvojena strateška cilja turističkog razvoja BBŽ, inicijalni razvojni projekti grupirani su u sljedeće kategorije:

- Stvaranje poticajnog razvojnog okruženja - institucionalni preduvjeti
- Turistički objekti i turistička suprastruktura
- Diverzifikacija turističkih proizvoda/atrakcija - razvoj novih turističkih doživljaja
- Tržišna prepoznatljivost

Projektni prijedlozi povezani sa ***stvaranjem poticajnog razvojnog okruženja*** odnose se ponajviše na izgradnju potrebnog organizacijsko-institucionalnog i socijalno-edukativnog okvira bez kojih neće biti moguće implementirati zacrtanu viziju turističkog razvoja BBŽ niti u kontekstu željene kvalitete, ni u kontekstu predviđenog vremena (desetak godina).

Projektni prijedlozi povezani s ***poboljšanjem postojeće turističke suprastrukture***, odnose se na potrebu unapređenja postojećih i/ili izgradnje novih objekata turističko-ugostiteljske ponude, ali i na valorizaciju i utvrđivanje najbolje namjene (najboljeg korištenja) određenog broja identificiranih turistički atraktivnih lokaliteta i/ili objekata, a koji trenutno nisu u funkciji turističkog privređivanja. Riječ je uglavnom o projektnim prijedlozima koji su najuže povezani s investicijama, bilo da je riječ o privlačenju pozornosti privatnog poduzetničkog kapitala, bilo da se radi o ulaganjima javnog sektora. U svakom slučaju, riječ je o konkretnim projektnim prijedlozima koji su na direktno povezani kako s povećanjem atraktivnosti i kvalitete boravka na prostoru BBŽ, tako i s poticanjem dodatne (povećane) turističke potrošnje.

Većina projektnih ideja povezanih s potrebom ***razvoja novih turističkih doživljaja i/ili proizvoda*** odnosi se na istraživanje prilika za strukturno obogaćivanje današnjeg, relativno skromnog, sustava turističkih iskustava na prostoru BBŽ. Naglasak se, pritom, stavlja na lepezu specijaliziranih (nišnih) turističkih proizvoda koji će potaknuti različite, međusobno komplementarne skupine potencijalnih posjetitelja i turista da posjećuju različite mikrodestinacije u sva tri regionalna klastera te tako pokrenuti razvoj turizma širom cijelog projektnog područja. Predloženi projekti koji razmatraju mogućnosti i tržišnu oportunost razvoja turizma posebnih interesa odnose se na proizvode kao što su planinarenje i cikloturizam, lov, sportski ribolov, promatranje biljnog i životinjskog svijeta i foto safari, vinske (gastronomske) rute, te ruralni i etno-eko turizam.

Projektne ideje povezane s ***uspostavljanjem tržišne prepoznatljivosti*** (a time i poželjnosti) BBŽ kao kontinentalne turističke destinacije uključuju ne samo potrebu uspostave jednoobraznog i cjelovitog sustava turističkog informiranja i interpretacije raspoložive resursno-atrakcijske osnove, već i povećanje učinkovitosti marketinško-promidžbenih aktivnosti u cilju uspješne tržišne komercijalizacije određenog broja, trenutno nedovoljno iskorištenih turističkih proizvoda namijenjenih tržištu specijalnih interesa. Osim izrade nove marketing strategije lovnog turizma, riječ je ponajviše o potrebi izrade akcijskog plana marketinga različitih događanja na području BBŽ.

Pregled inicijalno identificiranih projektnih prijedloga u odnosu na utvrđene strateške ciljeve turističkog razvoja BBŽ detaljno je prikazan u tablici 2.4.1.

Tablica 2.4.1. Projektni prijedlozi prema strateškim ciljevima razvoja turizma BBŽ

R.br.	Inicijalni popis projekata
	Projektne ideje u cilju stvaranja poticajnog razvojnog okruženja
1	Interni marketing
2	Turistički razvojni i investicijski centar/centri
3	Edukativni programi za izradu akcijskih i/ili marketinških planova i programa
	Projektne ideje u funkciji unapređenja turističke suprastrukture
4	Turistički i rekreacijski centar 'Moslavačka Gora'
5	Interpretacijski centar Garić grad
6	Etno-eko resort Sišćani
7	Selo Grabovnica – događanje Božićna priča
8	Lokalitet Skresovi (Garešnica) - koncept najbolje uporabe
9	Lokalitet Medjame (Čazma) - koncept najbolje uporabe
10	Lokalitet Vustje (Čazma) - koncept najbolje uporabe
11	Ribnjak Uljanik (Garešnica) - koncept najbolje uporabe
12	Ribnjak Garešnički Brestovac (Garešnica) - koncept najbolje uporabe
13	Ribnjak Klokočevac (Garešnica) - koncept najbolje uporabe
14	Izletište Pletarac (Čazma) - koncept najbolje uporabe
15	Poučna staza Dišnik
16	Tržišno repozicioniranje Specijalne bolnice u Daruvarskim Toplicama
17	Izgradnja novog bolničkog paviljona u u Daruvarskim Toplicama
18	Novi wellness hotel u Daruvaru
19	Razvoj malih obiteljskih hotela za potrebe Daruvarskih Toplica
20	Dvorac Janković (Daruvar) - koncept najbolje uporabe
21	Ribnjak Končanica - koncept najbolje uporabe
22	Izletište Petrov Vrh (Daruvar) - koncept najbolje uporabe
23	Muzej pivarstva u prostoru nekadašnje pivovare u Daruvaru
24	Akademija vina u Daruvaru
25	Tematska staza i šetnica „Putem starih mlinova“ (Daruvar)
26	SRC Kukavica - koncept najbolje uporabe
27	Lokalitet Stara Ciglana (Velika Pisanica) – dječji zabavni park
28	Ribnjak Narta - koncept najbolje uporabe
29	Tematski park „Konj – moj prijatelj“
30	Lokalitet Bara (Grubišno Polje) - koncept najbolje uporabe
31	Lokalitet (ribnjak) Severin - ogledni primjer razvoja lokacije za potrebe ribolovnog turizma
	Projektne ideje u funkciji razvoja sustava doživljaja/proizvoda
32	Šala–la fest (i turistički aranžman smijeha)
33	Akcijski plan razvoja ribolovnog turizma
34	Osnivanje ruralnih turističkih klastera
35	Akcijski plan za uspostavu cjelovitog sustava planinarskih, konjičkih i/ili biciklističkih ruta
36	Plan razvoja vinskog turizma
37	Put ciganske čerge
38	Strateški plan razvoja turizma promatranja biljnog i životinjskog svijeta
	Projektne ideje u funkciji uspostave tržišne prepoznatljivosti BBŽ
39	Uspostava cjelovitog informacijsko-interpretativnog sustava
40	Centar Roma Lovara – akcijski marketing plan
41	Strateški plan razvoja turizma grada Daruvara
42	Marketing plan razvoja lovnog turizma
43	Akcijski plan marketinga turističkih događanja BBŽ-a

Izvor: Strateška radionica u prostorima Županijske gospodarske komore u Bjelovaru

2.5. Kratki opis pojedinih projektnih prijedloga/ideja

2.5.1. Projektne ideje u cilju stvaranja poticajnog razvojnog okruženja

Interni marketing

U fazi zatečenog stanja turističkog razvoja BBŽ, velik broj potencijalno involviranih dionika još uvijek ne zna dovoljno o tome što je to zapravo turizam, o čemu ovisi

njegov razvoj, koje su uloge raznih aktera u njegovu razvijanju i kako se može postati dijelom tog procesa. S tako slabim poznavanjem turizma i njegovih učinaka, lokalno stanovništvo rijetko kada percipira svoju regiju kao atraktivnu za posjetitelje te, ne samo da ima tendenciju podcjenjivanja njezine turističke atraktivnosti, nego ima i poteškoća u prepoznavanju konkretnih činitelja turističke atraktivnosti.

S druge strane, na primjeru turistički razvijenih zemalja i/ili regija u relevantnom konkurentskom okruženju (npr. Austrija, Švicarska, Francuska, Njemačka, Slovenija, Mađarska, Češka, Slovačka), primijećeno je da lokalni stanovnici u kontaktima sa stanovnicima izvan svoje regije i usmeno šireći pozitivne informacije o regiji, postaju aktivni promotori destinacije koji potiču potencijalne turiste na dolazak. Vodeći računa o svemu navedenom, a imajući na umu relativno mala promidžbena sredstva na raspolaganju, u cilju ostvarivanja zacrtane vizije turističkog razvoja BBŽ, u nastupajućem je razdoblju potrebno znatno više pažnje usmjeriti na:

- informiranje lokalnih poduzetnika o vrijednosti turizma i o mogućnostima za ulaganja u turizam;
- senzibiliziranje donositelja odluka na županijskoj i općinskoj razini o ekonomskim potencijalima turizma (u smislu stvaranja poslova i poboljšanja standarda te prevencije emigracije) i njihove uloge u razvoju turizma;
- promociju vrijednosti turizma i turističkih atrakcija u regiji široj populaciji;
- poučavanje o tome kako usmenim preporukama promovirati regiju;
- promoviranje potrebe da se osigura konzistentna kvaliteta usluga tercijarnog sektora u promatranom području.

U skladu s navedenim, projektna ideja predlaže razvoj specifično ciljanih poruka za svaku od navedenih skupina kroz odgovarajuće promotivne i/ili komunikacijske alate i aktivnosti kojima se podiže svijest o koristi od turizma i generira potpora njegovu razvoju. U tom smislu, projekt podrazumijeva i organiziranu trajnu kampanju koja uključuje ne samo izravan kontakt članova različitih dionika turističkog razvoja BBŽ s nekim od ciljanih masovnih medija koji će kampanji dati prepoznatljivost, već i pripremu čitavog niza tiskanih/internetskih promotivnih materijala.

Turistički razvojni i investicijski centar

Nedostatak kvalitetnih informacija za potencijalne investitore, nedostatak poduzetničkih vještina kako za pripremu projekata, tako i fazu njihove realizacije jedna su od najvećih prepreka turističkog razvoja BBŽ. Kako bi se povećao broj uspješnih turističkih projekata, bitno je osnovati regionalni Turistički razvojni i investicijski centar sa sjedištem u Bjelovaru. Smješten u sklopu postojeće Županijske gospodarske komore, ili, pri Županijskom odjelu za gospodarstvo, budući turistički razvojni i investicijski centar bi:

- osiguravao (besplatno) sve relevantne informacije za potencijalne investitore vezano za pripremu projekata i pitanja oko razvoja projekata relevantnih za turistički sektor.
- prikupljao i distribuirao informacije o mogućnostima financiranja, pravnim zahtjevima, porezima, registraciji, tržišnim trendovima i najboljim praksama u provođenju poslovanja, marketingu, financijskom kontrolingu itd.
- pripremao i distribuirao smjernice i priručnike vezane za turističke usluge i osiguravao savjetodavne usluge s ciljem da se zadovolje interesi privatnih poduzetnika. Savjetodavne usluge sastojale bi se od seminara i radionica, ad hoc konzultacija i pripreme raznih dokumenata u vezi s razvojnim projektima.

- osiguravao savjetodavnu pomoć o tradiciji lokalne arhitekture i standardima gradnje
- izradio priručnik za razvoj i unapređenje malih smještajnih objekata s ciljem povećanja broja uspješnih projekata u privatnom sektoru i minimiziranja rizika krivog korištenja sredstava. Ovaj bi priručnik neiskusne investitore vodio kroz cijeli proces izrade i razvoja projekta što bi ograničilo mogućnost za loše investicijske odluke.

S obzirom da činjenicu da bi se razvoj turizma na području BBŽ, sukladno preporukama Turističkog master plana, trebao odvijati u tri međusobno komplementarna klastera, ali i tematski diferencirana klastera, logično je postaviti i pitanje opravdanosti osnivanja i dodatna dva turistička razvojna centra u Daruvaru i Čazmi.

Edukativni programi za izradu akcijskih i/ili marketinških planova i programa

Nedostatak dobro osmišljenih akcijskih, marketinških i/ili promotivnih planova na općinskoj i županijskoj razini samo je logičan odraz ukupnog nedostatka stručnih znanja (i/ili osposobljenih stručnjaka) koji su potrebni kako bi se mogao pripremiti takav dokument.

Kako bi se osigurala priprema akcijskih, marketinških i/ili promotivnih planova na općinskoj (lokalnoj) razini, odnosno povećala kvaliteta i uporabna vrijednost tih dokumenata, potrebno je razviti program za edukaciju stručnjaka koji će osposobiti gradske i/ili općinske turističke zajednice, županijski odjel za gospodarstvo (i turizam), kao i druge javne institucije odgovorne za razvoj turizma na području BBŽ za samostalno upravljanje procesom razvoja turizma

2.5.2. Projektne ideje u funkciji unapređenja turističke suprastrukture

Tržišno repozicioniranje Specijalne bolnice u Daruvarskim Toplicama

Neovisno o činjenici da je u posjedu koncesije za iskorištavanje termalnog izvora, sadašnji model tržišnog pozicioniranja i ukupne ekonomske performanse Specijalne bolnice za medicinsku rehabilitaciju u velikoj se mjeri naslanjaju na sustav HZZO, dok se turističkom privređivanju i pozicioniranju prema wellbeing tržištu posvećuje minimalna pažnja. Samim tim, poslovni rezultati Specijalne bolnice manji su nego bi to objektivno mogli biti.

Nadalje, dosadašnji način korištenja potencijala (monopolizacija) termalnog izvora prijeti ozbiljnim problemima ne samo u smislu optimalnog razvoja Daruvara kao međunarodno etablirane zdravstveno-turističke destinacije, već i u smislu boljeg i svrsishodnijeg korištenja termalne vode kao strateškog destinacijskog resursa.

Polazeći od prethodnih naznaka, cilj ovog projekta je razmotriti i predložiti alternativni (dopunski) način tržišnog pozicioniranja Specijalne bolnice, predložiti nove potrošačke segmente na koje bi valjalo ciljati, predložiti i kapacitirati nove turističke sadržaje koje bi valjalo razviti i pridodati već postojećima, te provjeriti ekonomsku provedivost predloženog razvoja. Osim toga, projekt bi trebao dati preporuke o najprikladnijem poslovno-upravljačkom modelu kako Specijalne bolnice, tako i budućih objekata turističke ponude koji bi se naslanjali na nju.

Izgradnja novog bolničkog paviljona u cilju tržišnog repozicioniranja hotela Termal u Daruvarskim Toplicama

Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju Daruvarske Toplice je zdravstvena ustanova namijenjena ponajviše liječenju akutnih reumatskih oboljenja i rehabilitaciji pacijenata s izraženim (degenerativnim) problemima lokomotornog sustava i kralježnice.

Iako od 1980. godine i izgradnje hotela „Termal“ kao lječilišnog smještajnog objekta visoke "B" kategorije, Specijalna bolnica raspolaže s 300 postelja, od čega je 140 postelja isključivo u funkciji HZZO sustava, uslijed sve veće potražnje za medicinski programiranim aktivnim odmorima, s ciljem unapređenja zdravlja uz primjenu programiranih sadržaja kineziološke rekreacije, sve se više javlja potreba za fizičkim odvajanjem kroničnih bolesnika od korisnika različitih usluga wellness-a.

U skladu s navedenim sve je izrazitija i potreba odvajanja klasičnog „bolničkog“ poslovanja (liječenje kronične bolesti i različiti programi medicinske rehabilitacije) od komercijalnog turističkog poslovanja („preventivni wellness“). Drugim riječima, projekt se odnosi na izgradnju novog bolničkog paviljona sa 140 kreveta (70 soba), uz istodobno pretvaranje hotela „Termal“ u suvremeni wellness hotel (3 zvjezdice) koji bi bio namijenjen zadovoljavanju ponajviše potreba sve većeg broja korisnika različitih rekreativnih, sportskih, wellness i drugih programa unapređenja zdravlja.

Novi wellnes hotel u Daruvaru

Cilj projekta je procijeniti tržišnu opravdanost i financijsku održivost izgradnje novog modernog topličkog wellness hotela koji se temelji na koncepciji “prevencije-oporavka-rekreacije-zabave”. Organiziranje različitih turističkih sadržaja trebalo bi se temeljiti na dugoj povijesti termalnih izvora u Daruvarskim Toplicama i njihovoj dokazanoj medicinskoj ljekovitosti, ali bi se trebalo odmaknuti od klasične medicinsko – ljekovite koncepcije. Stoga bi pri pozicioniranju novog hotela trebalo dati naglasak na potrebu za prevencijom bolesti, održavanjem dobrog zdravlja, dobrog izgleda i/ili kondicije. Osim izgradnje tržišno primjerenih termalnih wellness i kongresnih sadržaja, projektna ideja bi mogla uključiti i širu uporabu termalnih voda u smislu alternativnog izvora energije.

Razvoj malih obiteljskih hotela za potrebe Daruvarskih Toplica

Turistički potencijal termalnih izvora u Daruvarskim Toplicama uvelike premašuje potrebe današnjeg broja korisnika. Pod pretpostavkom tržišnog repozicioniranja Daruvarskih Toplica od lječilišne u spa-wellnes destinaciju, osim novog wellnes hotela, pojavit će se potreba i za izgradnjom određenog broja manjih, intimnih, obiteljskih hotela i/ili pansiona, namijenjenih uglavnom dobro situiranim osobama u najboljim godinama koji žele mir, ugodnu atmosferu i udobnost koju im ne mogu osigurati veći smještajni objekti. Cilj ovog projekta je procijeniti tržišnu održivost i financijsku isplativost razvoja određenog broja malih obiteljskih hotela, naslonjenih na poslovanje Daruvarskih Toplica.

Dvorac Janković (Daruvar)

Ovaj barokni dvorac, upisan u Registar nacionalne kulturne baštine i okružen prekrasnom parkovnom arhitekturom, trenutno je izvan funkcije, izuzev podrumskog dijela u kojem je reprezentativni podrum i kušaonica Vinarije Daruvar. Povremeno se u dvorcu organiziraju razna društvena i kulturna događanja. S obzirom na vrijednost

ovog resursa i na njegovu lokaciju u samom centru Daruvara, potrebno je sagledati najprikladniji način njegova privođenja u aktivnu turističku funkciju na način koji će osigurati maksimalnu komplementarnost osnovnom turističkom pozicioniranju Daruvara zasnovanom za zdravlju i hedonizmu. Polazeći od navedenog, predloženi cilj projektnog zadatka je:

- objektivno sagledati buduću ulogu dvorca Janković u turizmu Daruvara i daruvarskog klastera
- predložiti koncept najbolje uporabe te definirati primjerene kapacitete turističke i druge ponude
- okvirno utvrditi visinu ukupno potrebnih ulaganja
- objektivizirati realni poslovni potencijal svih faza razvoja razmatranog razvojno-investicijskog poduhvata (povezano s prethodno definiranim prioritetima)
- sagleda sve bitne parametre ekonomske/financijske isplativosti potrebnih ulaganja po pojedinim razvojnim fazama.

Muzej pivarstva u prostoru nekadašnje pivovare u Daruvaru

Pivovara u Daruvaru ima ne samo impresivnu i dobro dokumentiranu povijest, već raspolaže i vrijednim građevinama koje predstavljaju prvorazredno kulturno dobro. S obzirom na činjenicu da je, uslijed relativno malog proizvodnog kapaciteta, odnosno zastarjelog proizvodnog procesa i nedovoljne financijske isplativosti, daljnje korištenje pivovare u industrijske svrhe (proizvodnja piva za potrebe tržišta), pod velikim upitnikom[1], cijeli tvornički kompleks (s pratećim uslužnim objektima) mogao bi se prenamijeniti u prvorazredni muzej pivarstva. Korištenje ovog izuzetno očuvanog i pitoresknog industrijskog postrojenja u turističke svrhe ne samo da bi osiguralo trajnu skrb o vrijednoj kulturno-povijesnoj baštini i industrijskoj tradiciji Daruvara, već bi predstavljalo i prvorazrednu turističku atrakciju koja bi, snagom svoje autonomne privlačnosti, predstavljala i jedan od bitnih generatora potražnje za cijelim daruvarskim krajem.

Turistički i rekreacijski centar 'Moslavačka Gora'

Cilj projektne ideje je pomoć u upravljanju regionalnom parku „Moslavačka Gora“ kako bi se kreirala inovativna dugoročna održiva razvojna koncepcija koja bi omogućavala bolju i korisniju uporabu resursa regionalnog parka „Moslavačka Gora”. Projekt bi trebao valorizirati postojeću razvojnu koncepciju parka, kvalitetu i tržišnu primjerenost pojedinih njegovih postojećih sadržaja, te definirati odgovarajuće tržišno pozicioniranje, nakon čega bi se ponudili konkretni prijedlozi o tome kako profilirati, proširiti i poboljšati postojeću turističko-ugostiteljsku ponudu i rekreacijske sadržaje. Posebna pozornost valjalo bi posvetiti stvaranju modernog, dobro opremljenog ulaza u park.

Interpretacijski centar Garić grad

Moslavačku goru, pored prirodnih ljepota, krasi nekoliko srednjovjekovnih gradina (Košuta grad, Jelen grad, Marić grad), od kojih je najpoznatija i najmonumentalnija

[1] Tako je ovih dana u dnevnom tisku objavljena vijest o neuspjelom drugom pokušaju prodaje ovog industrijskog postrojenja strateškom investitoru. Naime, na uvjete ponovljenog natječaja, uz bitno smanjenu inicijalnu cijenu, nije se javio nijedan potencijalni investitor.

Garić grad, pored Medvedgrada najstarija gradina u Hrvatskoj. Ovaj niz srednjovjekovnih utvrda omogućuje jedinstveno tematiziranje moslavačkog kraja, kao i cjelovitu interpretaciju teme vojne obrane u tursko doba, koja karakterizira cijeli prostor županije. Projekt podrazumijeva planiranje, izgradnju i opremanje interpretacijskog centra Garić grad, s fokusom na temu života u nesigurnim vremenima srednjeg vijeka. Ovaj centar mogao bi biti smješten u Podgariću te ujedno djelovati i kao jedan od turističkih info-centara Županije. Projekt podrazumijeva izradu potrebne planske dokumentacije, cjelovitu interpretaciju, izložbeno-edukativni postav s eventualnim video-prezentacijama, info-punkt, suvenirnicu te interpretaciju i definiranje sustava obilaska srednjovjekovnih gradina Moslavačke gore te ostalih zanimljivih lokaliteta.

Lokalitet Stara Ciglana (Velika Pisanica)

Mato Lovrak nesumnjivo predstavlja jednu od tržišno najiskoristivijih osoba Bjelovarsko-bilogorske županije. Samim tim, a osobito u kontekstu relativne blizine Zagreba (ključni izvor potražnje), logične su i legitimne sve inicijative koje imaju za cilj da se prostor BBŽ tijekom cijele godine učini atraktivnom destinacijom za organizirane i/ili individulanizrane jednodnevne posjete djece predškolske i osnovno-školske dobi. Neovisno o tome, s izuzetkom organiziranih školskih ekskurzija s posjetom spomen sobi u osnovnoj školi u Velikom Grđevcu, odnosno „Lovrakovom centru“ na koji se nadovezuje poučna staza, tržišni potencijal Lovrakovog imena i stvaralaštva još je uvijek nedovoljno turistički iskorišten te nudi relativno skromni doživljaj posjetiteljima. Iako postoje ambiciozniji planovi za osuvremenjivanje ovog centra, oni se kroz godine nisu materijalizirali.

U želji da se život i djelo Mate Lovraka u budućnosti bolje tržišno valorizira, a imajući na umu činjenicu da postojeći sadržaji „Lovrakovog centra“ već privlače znatan broj djece na ovo područje, projektna se ideja odnosi na osmišljavanje tematsko-zabavnog dječjeg parka na lokalitetu Stara Ciglana u Velikoj Pisanici. Riječ je o lokalitetu koji je, usprkos svoje izuzetne atraktivnosti, trenutno potpuno neiskorišten. Osim toga, riječ je o lako dostupnoj lokaciji velike površine koju je potrebno prostorno-funkcionalno, programski i hortikulturno unaprijediti, a što je ključni preduvjet kako za razvoj svih potrebnih interaktivnih sadržaja, tako i za prihvat autobusa i osobnih automobila individualnih posjetitelja. Iako bi djelomično mogao biti naslonjen i na obližnji „Lovrakov centar“, osobito u smislu uprizorenja najpopularnijih romana Mate Lovraka, ovaj bi dječji park, uz ponudu različitih programa događanja tijekom cijele godine, organizaciju kreativnih radionica i audio-vizualnih prezentacija za različite uzraste, odnosno raznih aktivnosti na otvorenom, nudio i odgovarajuće ugostiteljske sadržaje (cafe/zalogajnica) te suvenirnicu.

Tematski park „Konj – moj prijatelj“

Cilj projektne ideje je procijeniti održivost razvijanja tematskog parka „Konj – moj prijatelj“. Park bi nudio spoj poučnih, zabavnih, rekreacijskih i zdravstvenih sadržaja povezanih s dugom poviješću uzgoja i korištenja konja u gospodarstvu BBŽ. Ponuda bi podrazumijevala i izravan fizički kontakt s konjima i edukativne elemente (virtualna interaktivna kompjuterizirana oprema) gdje bi se govorilo o konjima i njihovoj vjekovnoj sprezi sa životom ljudi na području BBŽ. Pretpostavka je da bi takav tematski park bio komplementaran s Termalnim i wellness centrom Daruvarske Toplice, a mogao bi se komercijalizirati i kao zasebna atrakcija.

SRC Kukavica

Sportsko–rekreacijski centar Kukavica nalazi se na potezu županijske prometnice Bjelovar – Daruvar. Centar je smješten u šumi te time pruža odmor u prirodi i odmak od svakodnevnog ubrzanog načina života. Iako se kompleks sastoji od nekoliko objekata različite namjene, kao i nekoliko sportsko–rekreacijskih terena na otvorenom, riječ je, zapravo, o potpuno tržišno nedefiniranom i neprofiliranom prostoru velikog razvojnog potencijala. Polazeći od navedenog, predloženi projektni zadatak ima za cilj da:

- objektivno sagleda, a potom i valorizira tržišni i gospodarski potencijal cijelog prostora SRC Kukavica;
- predloži koncept najbolje uporabe razmatranog lokaliteta te definira primjerene kapacitete turističke i druge ponude
- okvirno utvrdi visinu ukupno potrebnih ulaganja,
- objektivizira realni poslovni potencijal svih faza razvoja razmatranog razvojno-investicijskog poduhvata (povezano s prethodno definiranim prioritetima);
- sagleda sve bitne parametre ekonomske/financijske isplativosti potrebnih ulaganja po pojedinim razvojnim fazama;
- predloži razvojne prioritete (povezano s očekivanim generiranjem prihoda i dobiti).

Etno-eko resort Sišćani

Premda vodom bogato područje Sišćana nudi izuzetne mogućnosti za promatranje ptica te bogata lovišta i terene za promatranje biljnog i životinjskog svijeta, proizvod još nije dobro razvijen, unatoč činjenici da je tržište promatranja ptica u porastu, a promatrači ptica željni novih neotkrivenih područja. Cilj projektne ideje je procijeniti održivost razvijanja malog turističkog etno-eko resorta u blizini naselja Sišćani. Projekt bi, uz izgradnju suvremenog interpretacijskog centra, sadržavao i mjesto za kampiranje, restoran, odnosno opremanje jednog do dva mala (obiteljski vođena) pansiona, kao i veći broj tradicionalnih obiteljskih domaćinstva. Osim navedenih turističko-ugostiteljskih sadržaja, projekt bi trebao uključiti razne turističke sadržaje za jednodnevne izletnike i tranzitne posjetitelje (nekoliko objekata za hranu i piće, parkirna mjesta, sanitarne sadržaje).

Ribnjak Končanica

Premda ribnjacima bogato područje BBŽ nudi izuzetne mogućnosti za ribolov, ali i za promatranje ptica, proizvod ribolovnog i s tim poveznim vrstama turizma posebnih interesa, još je u povojima. Temeljna svrha ovog projekta je da objektivno sagleda sve potencijalne činitelje koji mogu imati pozitivne ili negativne implikacije na proces revitalizacije ribnjačarstva, ali i uspostave drugih, ribnjačarstvu komplementarnih gospodarskih aktivnosti na prostoru koji predstavlja logičnu prostorno-funkcionalnu cjelinu ribnjaka Končanica. Polazeći od navedenog, predloženi projektni zadatak ima za cilj da:

- objektivno sagleda, a potom i valorizira tržišni i gospodarski potencijal cijelog prostora ribnjaka;
- definira primjeren, dugoročni održiv i ekonomski opravdan koncept (strategiju) razvoja razmatranog područja;

- okvirno utvrdi visinu ukupno potrebnih ulaganja u revitalizaciju ribnjačarstva, ali i u cilju razvoja drugih, ribnjačarstvu komplementarnih, gospodarskih sadržaja na razmatranom području;
- objektivizira realni poslovni potencijal svih faza razvoja razmatranog razvojno-investicijskog poduhvata (povezano s prethodno definiranim prioritetima);
- sagleda sve bitne parametre ekonomske/financijske isplativosti potrebnih ulaganja po pojedinim razvojnim fazama;
- predloži razvojne prioritete (povezano s očekivanim generiranjem prihoda i dobiti).

Ribnjak Narta

Premda ribnjacima bogato područje BBŽ nudi izuzetne mogućnosti za ribolov, ali i za promatranje ptica, proizvod ribolovnog i s tim poveznim vrstama turizma posebnih interesa, još je u povojima. Temeljna svrha ovog projekta je da objektivno sagleda sve potencijalne činitelje koji mogu imati pozitivne ili negativne implikacije na proces revitalizacije ribnjačarstva, ali i uspostave drugih, ribnjačarstvu komplementarnih gospodarskih aktivnosti na prostoru koji predstavlja logičnu prostorno-funkcionalnu cjelinu ribnjaka Narta. Polazeći od navedenog, predloženi projektni zadatak ima za cilj da:

- objektivno sagleda, a potom i valorizira tržišni i gospodarski potencijal cijelog prostora ribnjaka;
- definira primjeren, dugoročni održiv i ekonomski opravdan koncept (strategiju) razvoja razmatranog područja;
- okvirno utvrdi visinu ukupno potrebnih ulaganja u revitalizaciju ribnjačarstva, ali i u cilju razvoja drugih, ribnjačarstvu komplementarnih, gospodarskih sadržaja na razmatranom području;
- objektivizira realni poslovni potencijal svih faza razvoja razmatranog razvojno-investicijskog poduhvata (povezano s prethodno definiranim prioritetima);
- sagleda sve bitne parametre ekonomske/financijske isplativosti potrebnih ulaganja po pojedinim razvojnim fazama;
- predloži razvojne prioritete (povezano s očekivanim generiranjem prihoda i dobiti).

Lokalitet Medjame (Čazma)

Premda rijekama i stajačicama bogato područje Čazme nudi izuzetne mogućnosti za razvoj lovnog i ribolovnog turizma, odnosno s tim povezanih različitih drugih vrsta turizma posebnih interesa, resursno-atrakcijska osnova Čazme trenutno još uvijek nije adekvatno turistički valorizirana. Polazeći od navedenog, predloženi projektni zadatak ima za cilj da:

- objektivno sagleda, a potom i valorizira tržišni i gospodarski potencijal lokaliteta Medjame;
- definira primjeren, dugoročni održiv i ekonomski opravdan koncept (strategiju) razvoja razmatranog lokaliteta;
- okvirno utvrdi visinu ukupno potrebnih ulaganja u razvoj cjelovitog sustava doživljaja temeljenog na aktivnom odmoru u opuštajućem, ekološki sačuvanom, ambijentu;

- objektivizira realni poslovni potencijal svih faza razvoja razmatranog razvojno-investicijskog poduhvata (povezano s prethodno definiranim prioritetima);
- sagleda sve bitne parametre ekonomske/financijske isplativosti potrebnih ulaganja po pojedinim razvojnim fazama;
- predloži razvojne prioritete (povezano s očekivanim generiranjem prihoda i dobiti).

Lokalitet Vustje (Čazma)

Premda rijekama i stajačicama bogato područje Čazme nudi izuzetne mogućnosti za razvoj lovnog i ribolovnog turizma, odnosno s tim povezanih različitih drugih vrsta turizma posebnih interesa, resursno-atrakcijska osnova Čazme trenutno još uvijek nije adekvatno turistički valorizirana. Polazeći od navedenog, predloženi projektni zadatak ima za cilj da:

- objektivno sagleda, a potom i valorizira tržišni i gospodarski potencijal lokaliteta Vustje;
- definira primjeren, dugoročni održiv i ekonomski opravdan koncept (strategiju) razvoja razmatranog lokaliteta;
- okvirno utvrdi visinu ukupno potrebnih ulaganja u razvoj cjelovitog sustava doživljaja temeljenog na aktivnom odmoru u opuštajućem, ekološki sačuvanom, ambijentu;
- objektivizira realni poslovni potencijal svih faza razvoja razmatranog razvojno-investicijskog poduhvata (povezano s prethodno definiranim prioritetima);
- sagleda sve bitne parametre ekonomske/financijske isplativosti potrebnih ulaganja po pojedinim razvojnim fazama;
- predloži razvojne prioritete (povezano s očekivanim generiranjem prihoda i dobiti).

Lokalitet Bara (Grubišno Polje)

Iako posjeduje značaj potencijal za razvoj osobito izletničkog turizma, lokalitet Bara danas se koristi ponajviše sporadično i to uglavnom od strane lokalnih ribiča-entuzijasta. S obzirom da na cijelom području Grubišnog Polja nema prevelik broj pogodnih izletničkih lokacija, predloženi projektni zadatak ima za cilj da:

- objektivno sagleda, a potom i valorizira tržišni i gospodarski potencijal lokaliteta Bara;
- definira primjeren, dugoročni održiv i ekonomski opravdan koncept (strategiju) razvoja razmatranog lokaliteta;
- okvirno utvrdi visinu ukupno potrebnih ulaganja u razvoj cjelovitog sustava doživljaja temeljenog na aktivnom odmoru u opuštajućem, ekološki sačuvanom, ambijentu;
- objektivizira realni poslovni potencijal svih faza razvoja razmatranog razvojno-investicijskog poduhvata (povezano s prethodno definiranim prioritetima);
- sagleda sve bitne parametre ekonomske/financijske isplativosti potrebnih ulaganja po pojedinim razvojnim fazama;
- predloži razvojne prioritete (povezano s očekivanim generiranjem prihoda i dobiti).

Lokalitet Skresovi (Garešnica)

Riječ je o umjetnom ribnjaku površine preko 7 ha, smještenom dužinom od 800 metara između rijeke Garešnice i hrastove šume. Ribnjak je oko 300 metara udaljen od državne ceste Kutina-Virovitica te je u neposrednom dodiru s park šumom. Zanimljiv je športskim ribičima i rekreativcima. Na lokalitetu je već izgrađen zatvoreni objekt površine oko 100 m^2 (priključen na električnu mrežu i gradski vodovod), a izgrađena je i zasebna nadstrešnica u šumi površine 120 m^2.

Iako posjeduje značaj potencijal za razvoj osobito izletničkog turizma, lokalitet Skresovi danas se koristi ponajviše sporadično i to uglavnom od strane lokalnih ribiča-entuzijasta. S obzirom da na cijelom području Garešnice nema prevelik broj pogodnih izletničkih lokacija, predloženi projektni zadatak ima za cilj da:

- objektivno sagleda, a potom i valorizira tržišni i gospodarski potencijal lokaliteta Skresovi;
- definira primjeren, dugoročni održiv i ekonomski opravdan koncept (strategiju) razvoja razmatranog lokaliteta;
- okvirno utvrdi visinu ukupno potrebnih ulaganja u razvoj cjelovitog sustava doživljaja temeljenog na aktivnom odmoru u opuštajućem, ekološki sačuvanom, ambijentu;
- objektivizira realni poslovni potencijal svih faza razvoja razmatranog razvojno-investicijskog poduhvata (povezano s prethodno definiranim prioritetima);
- sagleda sve bitne parametre ekonomske/financijske isplativosti potrebnih ulaganja po pojedinim razvojnim fazama;
- predloži razvojne prioritete (povezano s očekivanim generiranjem prihoda i dobiti).

Lokalitet (ribnjak) Uljanik (Garešnica)

Iako posjeduje značaj potencijal za razvoj osobito izletničkog turizma, ribnjak Uljanik danas se koristi ponajviše sporadično i to uglavnom od strane lokalnih ribiča-entuzijasta. S obzirom da na cijelom području Garešnice nema prevelik broj pogodnih izletničkih lokacija, predloženi projektni zadatak ima za cilj da:

- objektivno sagleda, a potom i valorizira tržišni i gospodarski potencijal lokaliteta Uljanik;
- definira primjeren, dugoročni održiv i ekonomski opravdan koncept (strategiju) razvoja razmatranog lokaliteta;
- okvirno utvrdi visinu ukupno potrebnih ulaganja u razvoj cjelovitog sustava doživljaja temeljenog na aktivnom odmoru u opuštajućem, ekološki sačuvanom, ambijentu;
- objektivizira realni poslovni potencijal svih faza razvoja razmatranog razvojno-investicijskog poduhvata (povezano s prethodno definiranim prioritetima);
- sagleda sve bitne parametre ekonomske/financijske isplativosti potrebnih ulaganja po pojedinim razvojnim fazama;
- predloži razvojne prioritete (povezano s očekivanim generiranjem prihoda i dobiti).

Lokalitet (ribnjak) Garešnički Brestovac (Garešnica)

Riječ je o ribnjaku koji također posjeduje relativno dobar potencijal za razvoj osobito izletničkog turizma. Neovisno o tome, ribnjak Garešnički Brestovac danas se koristi ponajviše sporadično i to uglavnom od strane lokalnih ribiča-entuzijasta. S obzirom da na cijelom području Garešnice nema prevelik broj pogodnih izletničkih lokacija, predloženi projektni zadatak ima za cilj da:

- objektivno sagleda, a potom i valorizira tržišni i gospodarski potencijal ovog lokaliteta;
- definira primjeren, dugoročni održiv i ekonomski opravdan koncept (strategiju) razvoja razmatranog lokaliteta;
- okvirno utvrdi visinu ukupno potrebnih ulaganja u razvoj cjelovitog sustava doživljaja temeljenog na aktivnom odmoru u opuštajućem, ekološki sačuvanom, ambijentu;
- objektivizira realni poslovni potencijal svih faza razvoja razmatranog razvojno-investicijskog poduhvata (povezano s prethodno definiranim prioritetima);
- sagleda sve bitne parametre ekonomske/financijske isplativosti potrebnih ulaganja po pojedinim razvojnim fazama;
- predloži razvojne prioritete (povezano s očekivanim generiranjem prihoda i dobiti).

Lokalitet (ribnjak) Ilovski Klokočevac (Garešnica)

Slično kao i u prethodnom slučaju, radi se o ribnjaku koji posjeduje relativno dobar potencijal za razvoj osobito izletničkog turizma. Neovisno o tome, ribnjak Klokočevac danas se koristi ponajviše sporadično i to uglavnom od strane lokalnih ribiča-entuzijasta. S obzirom da na cijelom području Garešnice nema prevelik broj pogodnih izletničkih lokacija, predloženi projektni zadatak ima za cilj da:

- objektivno sagleda, a potom i valorizira tržišni i gospodarski potencijal ovog lokaliteta;
- definira primjeren, dugoročni održiv i ekonomski opravdan koncept (strategiju) razvoja razmatranog lokaliteta;
- okvirno utvrdi visinu ukupno potrebnih ulaganja u razvoj cjelovitog sustava doživljaja temeljenog na aktivnom odmoru u opuštajućem, ekološki sačuvanom, ambijentu;
- objektivizira realni poslovni potencijal svih faza razvoja razmatranog razvojno-investicijskog poduhvata (povezano s prethodno definiranim prioritetima);
- sagleda sve bitne parametre ekonomske/financijske isplativosti potrebnih ulaganja po pojedinim razvojnim fazama;
- predloži razvojne prioritete (povezano s očekivanim generiranjem prihoda i dobiti).

Lokalitet (ribnjak) Severin

Riječ je o lokalitetu (ribnjaku) koji posjeduje izuzetno dobar potencijal za prerastanje u ogledni primjer razvoja lokacije za potrebe ribolovnog turizma. Sukladno tome, predloženi projektni zadatak ima za cilj da:

- objektivno sagleda, a potom i valorizira tržišni i gospodarski potencijal ovog lokaliteta;
- definira primjeren, dugoročni održiv i ekonomski opravdan koncept (strategiju) razvoja razmatranog lokaliteta;
- okvirno utvrdi visinu ukupno potrebnih ulaganja u razvoj cjelovitog sustava doživljaja temeljenog na aktivnom odmoru u opuštajućem, ekološki sačuvanom, ambijentu;
- objektivizira realni poslovni potencijal svih faza razvoja razmatranog razvojno-investicijskog poduhvata (povezano s prethodno definiranim prioritetima);
- sagleda sve bitne parametre ekonomske/financijske isplativosti potrebnih ulaganja po pojedinim razvojnim fazama;
- predloži razvojne prioritete (povezano s očekivanim generiranjem prihoda i dobiti).

Izletište Petrov Vrh (Daruvar)

Ovo je bilo tradicionalno izletište stanovnika Daruvara i okolice te neizostavna atrakcija na turističkoj karti grada Daruvara. Do izletišta vode planinarske staze kao i lokalna cesta – brendirana i kao vinska cesta. Na Petrovom vrhu nalazi se trenutno zapušten planinarski dom kao i mala vučnica za skijaše.

Kako se izletnici u gorska područja uglavnom okupljaju oko planinarskih domova, s revitalizacijom doma te dodavanjem novih sadržaja, razvoj ovog izletišta u mnogome bi oplemenio turističku ponudu daruvarskog kraja, ali i bitno unaprijedio turističko poslovanje malih obiteljskih vinarija duž daruvarske vinske ceste. Za (re)aktiviranje ovog izletišta potrebno je utvrditi tržišni potencijal te izraditi potrebnu plansku dokumentaciju koja se sastoji od razvojnog koncepta (kapaciteti i sadržaji), utvrđivanja visine potrebnih ulaganja, sagledavanja financijske isplativosti, definiranja faza razvoja te optimalnog upravljačkog modela.

Izletište Pletarac (Čazma)

Nekad popularno izletište kod Čazme, s relativno velikom planinarskom/lovačkom kućom nasuprot umjetnog ribnjaka, te na ishodištu nekoliko planinarskih staza u zapadni dio Moslavačke gore, idealno je mjesto za izletnike i planinare. Međutim, danas je dom u privatnom vlasništvu te je izvan svoje osnovne funkcije. Stoga se planinari rijetko koriste ovim ishodištem, a izletnicima je ono postalo potpuno nezanimljivo.

Za (re)aktiviranje ovog izletišta potrebno je riješiti imovinsko-pravne odnose (dom se trenutno prodaje), utvrditi njegov tržišni potencijal te izraditi potrebnu plansku dokumentaciju koja se sastoji od razvojnog koncepta (kapaciteti i sadržaji), utvrđivanja visine potrebnih ulaganja, sagledavanja financijske isplativosti, definiranja faza razvoja te optimalnog upravljačkog modela.

Tematska staza i šetnica „Putem starih mlinova“ (Daruvar)

Projekt „Putem starih mlinova“ odnosi se na uređenje i valorizaciju vrijednog krajolika i šetnice u dolini rijeke Toplice u sklopu kojeg se nalazi i 5 starih mlinova, izuzetno pogodnih ne samo za turističko razgledavanje, već i za smještaj određenih turističko-ugostiteljskih sadržaja.

Poučna staza Dišnik

Riječ je o šetnici koja prolazi obroncima Moslavačke gore te prikazuje način života u tipičnom moslavačkom selu. Mogućnost prezentacije lokalnog biljnog i životinjskog svijeta, uz mogućnosti konzumiranja domaćih proizvoda. Šetnica se susreće s biciklističkom rutom koja prolazi kroz Garešnicu, dok jednim svojim dijelom prolazi i uz vinograde i klijeti gdje je moguće organizirati kušanje raznih proizvoda. Konačno, šetnica je u dodiru je s planinarskim stazama preko Moslavačke gore (markacija Brkin zdenac) koje povezuju Kutinu, Čazmu i Garešnicu.

Polazište šetnice je u Kampu izviđača Dišnik, u vlasništvu je Saveza izviđača BBŽ koji raspolaže s 40 ležajeva u višekrevetnim sobama (tip planinarskog doma). Smještaj u kampu je moguć tijekom cijele godine.

Vinska akademija u Daruvaru

Nadovezujući se na već postojeći imidž vinogradarstva, vinarstva i vinotočja, projekt bi već u kratkom roku bitno pridonio boljem tržišnom etabliranju Daruvara kao nezaobilazne destinacije na tržištu vinskog turizma Hrvatske. Istodobno, a što je mnogo važnije, realizacija ovog projekta, osobito kroz svoju obrazovnu komponentu, pretpostavka je postupno rastućeg broja visoko obrazovanih enologa, a što bi se dugoročno trebalo odražavati na sve veću kvalitetu proizvedenog vina ne samo na području daruvarskog klastera, već i cijele Županije. Konačno, sve veći broj educiranih enologa podrazumijeva i postupni rast broja kako vinarija, tako i vinotočja u privatnom vlasništvu, čime bi se inicijalno već etablirani vinski imidž daruvarskog područja na tržištu vinskog turizma kontinuirano pojačavao.

2.5.3. Projektne ideje u funkciji razvoja sustava doživljaja/proizvoda

Osnivanje ruralnih turističkih klastera

Cilj projekta je stvoriti atraktivan turistički proizvod na osnovi autentičnog ruralnog okruženja i očuvane ruralne baštine. U tom smislu, potrebno je tržišno objektivizirati mogućnost grupiranja pojedinačnih (privatnih) poljoprivrednih imanja prikladnih za razvoj agroturizma u funkciji formiranja nekoliko agro-turističkih klastera na lokalnoj i/ili regionalnoj razini.

Pojedinačna poljoprivredna gospodarstva trebala bi nuditi međusobno kompatibilne turističke doživljaje i/ili iskustva. Proizvod bi podrazumijevao aktivan (obiteljski) odmor, te bi uključivao različit spektar aktivnosti od sudjelovanja u tipičnim poljoprivrednim poslovima, do raznih rekreativnih, zabavnih i/ili edukativnih aktivnosti u prirodi (vožnja biciklom, planinarenje, ribolov, branje plodova, promatranje biljnog i životinjskog svijeta itd.). Razvijeni agro-turistički proizvod svakog pojedinog klastera mogao bi se zajednički promovirati i komercijalizirati.

Projektna ideja, u konačnici, podrazumijeva i osnivanje posebnog upravljačkog tijela (udruge) koje bi trebalo osigurati edukaciju, standardizaciju proizvoda, savjetodavne usluge i marketinške aktivnosti za pojedinačna domaćinstva. S obzirom na resursno-atrakcijsku osnovu BBŽ, a ciljajući u početku na domaće tržišne segmente te se postupno šireći i na inozemna tržišta, ovaj bi projektni prijedlog mogao postati jedan od najvažnijih turističkih proizvoda Županije.

Akcijski plan za uspostavu cjelovitog sustava planinarskih, konjičkih i/ili biciklističkih ruta

Projektni prijedlog se temelji na već relativno dobro razvijenim planinarskim i biciklističkim stazama u nekoliko općina unutar projektnog područja. Uz boravak u izvornom prirodnom ambijentu, namjera projekta je da se cijelo projektno područje pozicionira kao dobro organizirana destinacija za planinare, bicikliste i/ili jahače različite vještine i/ili fizičke sposobnosti.

Projekt ima za cilj mapirati postojeće planinarske, biciklističke i konjičke rute/staze, te ih međusobno ujednačiti i povezati u cjeloviti sustav doživljaja na način koji će ih učiniti podjednako atraktivnim kako za ambicioznije, tako i za one manje ambiciozne korisnike. U tom smislu, projekt podrazumijeva osmišljavanje i/ili uvođenje jedinstvenog sustava informiranja i signalizacije, uz bogatu ponudu odgovarajućih informativnih materijala (karte sa svim potrebnim informacijama). Nadalje, projekt uključuje i sastavljanje popisa atrakcija duž pojedinih ruta, odnosno popis turističko-ugostiteljskih sadržaja i drugih usluga koje korisnicima stoje na raspolaganju. Konačno, sastavni dio projekta odnosi se i na utemeljenje potrebnih sadržaja ponude na rutama uz koje takvih sadržaja još uvijek nema.

Plan razvoja vinskog turizma (ne samo u Daruvaru)

S povećanjem interesa za lokalnu gastronomiju i enologiju, a na osnovi već postojećeg proizvoda, regija bi trebala razviti snažan gastronomski/vinski turistički proizvod. Razvoj proizvoda odnosi se na vinarije te ostale kušaonice prehrambenih proizvoda (kupina, sira, jabuka i sl.) kao turističke atrakcije koje nude širok raspon doživljaja, živopisne ceste, vinske podrume i vinske i gastronomske tematske događaje. Cilj projekta je oblikovati i razviti dobro organizirani gastronomski i vinski turistički proizvod pomoću dvojakog pristupa: konceptualnog planiranja kako bi se razvila opća koncepcija, te razvoj na osnovi zajednice kako bi se osiguralo sudjelovanje i odgovornost dionika.

Strateški plan razvoja turizma promatranja biljnog i životinjskog svijeta

Zahvaljujući bogatoj fauni u čitavom području, uključujući velike sisavce kao što su medvjedi i jeleni, te raznovrsnom ptičjem fondu u močvarnim staništima, trebale bi biti dobre mogućnosti za razvoj izvrsnog proizvoda promatranja životinja, uključujući foto safarije. To se, međutim, do sada nije koristilo. Iako je to potencijalno vrlo unosan proizvod, do sada nije bilo ozbiljnih pokušaja razvoja tog proizvoda, uglavnom zahvaljujući činjenici da turistički sektor županije nije prepoznao potencijal te turističke aktivnosti. Projektnom idejom želi se evaluirati potencijal promatranja prirode na sveobuhvatnim osnovama i predočiti strategija o tome kako stvoriti dugoročno održiv, visoko konkurentan turistički proizvod.

Akcijski plan razvoja ribolovnog turizma

Usprkos velikoj koncentraciji ribnjaka i prirodnih jezera pogodnih za ribolov, ribolovni turizam na području BBŽ nije dobro razvijen, unatoč činjenici da je to tržište stalno u potrazi za novim, relativno neotkrivenim područjima. Ovim se projektom želi procijeniti tržišni potencijal ribolovnog turizma te, na toj osnovi, definirati sadržaje turističko-ugostiteljske i druge uslužne ponude namijenjene ponajviše ribičima. Osim tržišne oportunosti izgradnje specijaliziranih smještajnih objekata, projekt bi trebao evaluirati održivost razvoja drugih malih turističkih objekata i sadržaja ne samo za ribolovno tržište, već i za jednodnevne izletnike i goste na proputovanju.

Selo Grabovnica – događanje Božićna priča

Božićna priča na imanju obitelji Salaj, nastala je od želje vlasnika da ukrase svoju okućnicu za Božićne blagdane te je, s vremenom, prerasla u jedno od posjećenijih turističkih događanja Bjelovarsko-bilogorske županije koju, u četiri blagdanska tjedna, obiđe više od 20 tisuća posjetitelja. Međutim, vlasnici ovog imanja uglavnom svu svoju pažnju usmjeravaju na osvjetljavanje okućnice, dok adekvatni popratni program u cijelosti nedostaje. Kao rezultat takvog stanja, posjetitelji se uglavnom šeću okućnicom uživajući u božićnoj svjetlosnoj čaroliji te se, nakon obilaska (koji traje maksimalno 45 minuta) promrzli vraćaju svojim domovima.

S obzirom na popularnost Božićne priče, kao i činjenicu da je njezina održivost upitna s obzirom da se iz godine u godinu vrlo malo mijenja, Božićnu priču valja obogatiti i pretvoriti u svojevrstan Božićni festival svjetla koji će se sastojati od niza tematiziranih i za potrebe specifičnih ciljnih segmenata usmjerenih mini događanja poput: a) Božićnog sajma (po mogućnosti profiliranog npr. samo visoko kvalitetni božićni ukrasi te ostale rukotvorine), b) serije Božićnih koncerata (osobito u čazmanskoj crkvi), c) programa za djecu (npr. Božićne bajke koje pričaju kostimirani likovi), d) vožnje kočijom s „Djed Mrazom“, e) kreativnih radionica za organizirane dolaske djece mlađeg uzrasta (npr. u gradskom Muzeju). Ukratko, projekt podrazumijeva pomak od statične Božićne priče na imanju obitelji Salaj u dinamični Božićni festival, pri čemu je ključ uspjeha odmak od konvencionalnog i pomalo dosadnog Božićnog sajma obogaćenog folklorom, prema suvremenom, tematiziranom i događanjima bogatom prosinačkom događanju. Ovaj projekt podrazumijeva mapiranje i valoriziranje raspoloživih resursa za popratne programe (kulturno-umjetnička društva, izlagače, proizvođače suvenira i prehrambenih proizvoda, glazbene trupe), razvoj cjelokupnog, po mogućnosti, višegodišnjeg programa te osmišljavanje fokusirane i tematizirane promotivne kampanje.

Šala–la fest (i turistički aranžman smijeha)

U želji da se kulturni život Bjelovara i BBŽ tržišno profilira, ali i sadržajno diferencira od drugih kontinentalnih destinacija s, manje-više, sličnom ponudom (tipiziranih) kulturno-zabavnih događanja, potrebno je osmisliti određen broj novih, „otkačenih“ i pozitivnom energijom nabijenih manifestacija koje će na ovaj prostor, već u kratkom roku privlačiti znatan broj izletnika i/ili turista.

Gruba analiza kulturnih manifestacija u različitim gradovima Hrvatske ukazala je na činjenicu da danas gotovo da i nema nijednog događanja posvećenog smijehu i humoru, neovisno o konkretnom pojavnom obliku (kazališne i filmske komedije, „stand-up“ komičari, klaunovi-pantomimičari, salon karikature, maratonsko pričanje viceva, izbor najsmješnijih faca, šaljive pjesme i sl.).

S obzirom također na činjenicu da bi ovakvo događanje bilo zanimljivo različitim kategorijama posjetitelja bez obzira na spol, dob, obrazovanje i/ili financijske mogućnosti, a uvažavajući posebno potrebu za smijehom tijekom gospodarski i socijalno „teških razdoblja“, projektna se ideja odnosi za pokretanje tzv. Šala-la festivala koji bi svoj centar imao u Bjelovaru, ali bi se određene manifestacije, osobito s njegovom postupnom ekspanzijom, mogle održavati i u drugim gradovima Županije.

Put ciganske čerge

Relativno velika romska populacija na području BBŽ, o čemu svjedoče i aktivnosti Kulturnog centra Roma Lovara, upućuje na mogućnost aktiviranja izuzetno vrijednog i jedinstvenog aspekta kulturnog života Roma u turističku ponudu Županije. U tom smislu, projektna se ideja odnosi na osmišljavanje i komercijalizaciju tematizirane ture pod radnim nazivom „Put ciganske čerge“. Riječ je o višednevnom putovanju u karavani konjskih zaprega koje bi izgledom podsjećale na "ciganske čerge". Karavana bi, gdje god je to moguće, putovala sporednim, kolskim, poljskim ili šumskim putovima, pri čemu bi sudionici programa (turisti), ovisno o preferencijama i vještinama, mogli birati između vožnje u kolima (čergama) ili jahanja na konjima. Na svom putovanju sudionici ture posjećivati bi kulturno–povijesne znamenitosti kao i turističke i krajobrazne atraktivnosti i zanimljivosti BBŽ.

Tijekom putovanja, a ovisno o samoj duljini, karavana bi zastajala na unaprijed dogovorenim odredištima na kojima bi se organizirali mali sajmovi i/ili derneci s raznovrsnom ponudom domaćih proizvoda (sir, med, kolači, vino, rakija, tradicionalni ručno izrađeni predmeti), ciganskom muzikom i, za tu priliku, prilagođenom ugostiteljskom ponudom. Nadalje, za sudionike ture, ovisno o programu i interesima skupine, mogle bi se organizirati i zanimljive igre i male radionice vezane uz tradicijske poslove i aktivnosti Roma (izrada korita, metli, mali tečaj sviranja na tradicijskim glazbalima poput tambure i cimbala, gatanje, vraćanje, učenje pojedinih riječi na romskom jeziku i sl.). Konačno, sami sudionici ture morali bi aktivno sudjelovati u programu, na način da pripremaju logor; postavljaju šatore, lože vatru, timare, hrane i napajaju konje, sudjeluju u pripremanju hrane i sl..

Turisti bi za putovanje dobili primjerenu odjeću i obuću koja bi bila u skladu s načinom odijevanja Roma, a mogli bi dobiti i lažne dukate kojima bi plaćali sve što im se tijekom putovanja nudi.

2.5.4. Projektne ideje u funkciji uspostave tržišne prepoznatljivosti BBŽ

Uspostava cjelovitog informacijsko-interpretativnog sustava

Uspostava turističkog informacijskog sustava (od jednostavnih informacijskih ploča do kompletno ekipiranih centara za posjetitelje) predstavlja osnovni element destinacijske ponude kojom se dočekuju gosti, osiguravaju osnovne informacije i upute za orijentaciju, interpretiraju resursi/atrakcije u destinaciji itd. Centri za posjetitelje nisu samo sadržaji gdje gosti mogu naučiti nešto o destinaciji, već ti sadržaji podižu kvalitetu boravka. Centri za posjetitelje trebaju biti dobro opskrbljeni informacijama i nuditi razne programe, trebaju imati prostoriju za programe audio-vizualnog sadržaja, multifunkcionalan prostor za prezentacije i predavanja, izložbene prostorije, informacijski desk, prostor za odmor, suvenirnicu i prostorije za osoblje. Informacijski punktovi, koji djeluju kao mali centri za posjetitelje, moraju nuditi sve navedene funkcije centra za posjetitelje, premda ne moraju raspolagati svim sadržajima. Informacijski punktovi mogu uspješno poslužiti u tu svrhu, od jednostavnog informacijskog deska koji nudi osnovne turističke informacije do multimedijskog sadržaja kojim se gosti sami služe.

Turistički informacijski sustav temelji se na kvalitetnoj interpretaciji atrakcija dostupnih za posjetitelje. Osnovni element interpretacije su specifične teme karakteristične za ovo područje. Na temelju tih tema razvijaju se interpretacijski i informativni sadržaji – interpretacijske ploče, označavanje, brošure, letci, mape i

karte i usluge (turistički vodiči). Interpretacijske ploče privlače pozornost posjetitelja na specifična obilježja područja koja trebaju posjetiti. Sadržaj ploča treba biti jednostavan, zanimljiv i vizualno privlačan. Izgled interpretacijskih ploča ovisi o vrsti lokacije gdje su smještene. Informativne ploče su obično smještene na ulazu u Županiju (općinu, grad). I one trebaju biti jednostavne, ali atraktivno dizajnirane, s vitalnim informacijama. Mogu također promovirati ključna obilježja područja.

Marketing plan razvoja lovnog turizma

U ovom je području lov dobro utemeljena aktivnost i ima dugu povijesnu vezu s turizmom. Lov na krupnu divljač uključuje lov na veprove, jelene, srne, medvjede, muflone, divokoze i jelene lopatare. Lov na sitnu divljač uključuje lov na jarebice, šljuke, prepelice, fazane, zečeve i divlje patke. Ima nekoliko lovačkih domova u tom području, a većina je pod upravom Hrvatskih šuma i lovo-ovlaštenika. Neki domovi su dovoljno veliki i dobro opremljeni za ugošćavanje poslovnih sastanaka, prijema i proslava. Projektna ideja ima za cilj evaluirati potencijal lova kao zasebnog nišnog tržišta i predložiti sveobuhvatnu strategiju marketinga ovog proizvoda.

Centar Roma Lovara – akcijski marketing plan

Jedna od pozitivnih strana globalizacije odnosi se na razvoj etničke tolerancije, multikulturalne orijentacije te sve više izražen interes za kulturu etničkih manjina. Od ovih, vjerojatno niti jedna ne budi maštu kao romska kultura, uglavnom poznata javnosti kroz romsku glazbu, populariziranu u našim prostorima još tijekom 1980tih s filmovima Emira Kusturice i glazbu Gorana Bregovića, koja je koincidirala s popularnošću tzv. „world music-a“. S velikom romskom populacijom, okupljenom između ostalih u kulturnom centru Roma Lovara, postoji mogućnost aktiviranja ovog izuzetno vrijednog i jedinstvenog aspekta kulturnog života Bjelovarko-bilogorske županije u turističku ponudu.

Projekt podrazumijeva utvrđivanje stupnja interesa romske zajednice za uključenje u turističku ponudu (koja im, u konačnici, treba donijeti viši stupanj društvene i kulturne afirmacije te dodatne izvore prihoda za rad Centra), definiranje proizvoda i doživljaja koje mogu ponuditi posjetiteljima (koncerti, priče, obilasci i slično) te izrada akcijskog marketinškog plana za uključivanje Centra u turističku ponudu županije.

Akcijski plan marketinga turističkih događanja BBŽ-a

Bjelovarko-bilogorska županija obiluje raznim kulturnim, gospodarskim i sportskim događanjima, od kojih su neka, poput Terezijane, već u samom začetku bila osmišljena kao turistička atrakcija. Međutim, većina županijskih događanja je relativno mala, uglavnom lokalnog karaktera, skromno financirana i još skromnije promovirana.

Strategija razvoja turizma događanja, koja se zasniva na definiranju portfelja događanja – od tzv. „hallmark“ događanja, preko nacionalnih, regionalnih do lokalnih – koji će oživjeti statične atrakcije, udahnuti im živost, ponuditi posjetiteljima raznovrstan sklop aktivnosti, te ih time potaknuti na dulji boravak, veću potrošnju i ponovni dolazak, neophodna je za Bjelovarsko-bilogorsku županiju, osobito u prvoj fazi intenzivnijeg turističkog razvoja.

S druge strane riječ je o projektu koji iziskuje relativno mala sredstva i može se vrlo brzo implementirati, a u cijelosti se uklapa u suvremene trendove gdje posjetitelji najviše uživaju u atmosferi i raznim uličnim aktivnostima. Istovremeno, s razvojnog

stajališta, ovo je ekonomski najučinkovitija strategija popularizacije BBŽ kao turističke destinacije jer se, s jedne strane, oslanja na kreativne potencijale lokalnih dionika a, s druge strane, zahtijeva manja ulaganja i kraći rok realizacije od ulaganja u turističku infra i suprastrukturu. Konačno, strategija razvoja turizma događanja čini turističku potražnju vidljivom te se time, srednjoročno, potiču poduzetnici na investiranje u ugostiteljske, smještajne i trgovačke usluge čime će se bogatiti uslužna i turistička ponuda Županije. Međutim, da bi se implementirala strategija događanja, događanja moraju biti dobro planirana. Svako događanje mora biti od samog početka osmišljeno kao svojevrsna turistička atrakcija. Događanja, nadalje, moraju biti raspoređena vremenski i tematski, a što se postiže definiranjem tzv. portfelja atrakcija i događanja.

Projekt podrazumijeva izradu cjelokupne strategije turizma manifestacija i događanja Županije kao podlogu za sustavno planiranje i organizaciju raspona događanja, a u cilju kratkoročnog i srednjoročnog poticanja turističke potražnje, etabliranja Županije, osobito njezinih gradskih centara, kao turističke destinacije te stvaranja pozitivnog tržišnog imidža. Konačno, cijeli projekt podrazumijeva sljedeće aktivnosti:

- Osmisliti portfelj događanja gdje će se postojeća i potencijalna događanja strukturirati prema važnosti: tzv. 'hallmark' događanja, događanja od regionalne važnosti te niz lokalnih događanja.
- Definirati stupanj do kojeg svako pojedino događanje (postojeće ili potencijalno) podržava osnovnu viziju turističkog razvoja Županije i njezinih turističkih regija, njezinu resursnu osnovu, povijesno naslijeđe i slično,
- Definirati ciljeve svakog događanja – primarna turistička atrakcija, katalist turističke potražnje, doprinos željenom imidžu BBŽ, kreiranje mini-sezone ili produljenje potražnje (npr. zimski, ljetni period), animator gradskih trgova i parkova te stupanj do kojeg svaki od njih pridonosi željenom turističkom pozicioniranju pojedinih gradova BBŽ,
- Odrediti ulogu turističkih zajednica i lokalne uprave – glavni organizator događanja, financiranje (u cijelosti ili djelomično), organizacijska pomoć i podrška, promocija događanja, priprema događanja za plasiranje turističkom tržištu,
- Definirati program obrazovanja lokalnih dionika za implementaciju ove strategije razvoja turizma putem događanja i manifestacija,
- Implementirati program obrazovanja putem serija radionica s lokalnim dionicima, prvenstveno postojećim i potencijalnim organizatorima događanja i manifestacija.

Strateški plan razvoja turizma grada Daruvara

Strateški plan razvoja turizma grada Daruvara, a koji bi se naslanjao na nalaze TMP BBŽ, osim tzv. analize najbolje prakse („benchmark“) i analize ključnih činitelja uspjeha konkurentskih destinacija, sadržavao bi i elemente strateškog marketing plana i plana konkurentnosti. Drugim riječima, riječ je o projektu koji ne samo da bi definirao primjereni, dugoročno održivi, model razvoja turizma na području Grada, već koji bi sagledao tržišni potencijal pojedinih turističkih proizvoda te, na toj osnovi, predložio i najprikladnije tržišno pozicioniranje kao i sustav aktivnosti (na kratki, srednji i dugi rok) i njihove nositelje.

3. PRIORITETNI TURISTIČKO-RAZVOJNI PROJEKTI BBŽ

3.1. Kriteriji za izbor prioritetnih projekata

Valorizacija pojedinih, inicijalno identificiranih, projektnih prijedloga i/ili ideja u cilju prepoznavanja manjeg broja prioritetnih projekata od posebnog interesa kako za razvoj turizma na području BBŽ, tako i na području pojedinih karakterističnih užih područja (Bjelovarsko-bilogorski klaster, Daruvarsko-papučki klaster te Čazmansko-moslavački klaster), izvršena je tijekom panel diskusije na kojoj su sudjelovale najkvalificiranije osobe za razvoj turizma ovog područja. Panel su moderirali eksperti Instituta za turizam, Zagreb.

U cilju maksimalno objektiviziranog (nepristranog) reduciranja inicijalnog šireg popisa predloženih projektnih ideja na manji broj prioritetnih razvojnih projekata od posebnog interesa za implementaciju dugoročne vizije turističkog razvoja BBŽ, korištene su dvije skupine selekcijsko-eliminacijskih kriterija:

Osnovni kriteriji

- Hoće li predloženi projekt privući nove turiste na ovo područje? U kojem predvidivom roku?
- Hoće li predloženi projekt generirati dodatne prihode privatnom i/ili javnom sektoru? U kojem predvidivom roku?
- Da li za realizaciju predloženog projekta postoje potrebne pretpostavke u kontekstu broja i kvalitete ljudskih potencijala ?
- Kako će projekt poboljšati kvalitetu života na ovom području? (Je li vjerojatno da će generirati nova radna mjesta i rezultirati povećanjem BDP projektnog područja? Hoće li projekt stvoriti sinergijske učinke te omogućiti zapošljavanje u turizmu srodnim gospodarskim sektorima?)
- Hoće li projekt ojačati portfelj turističkih iskustava i/ili proizvoda na području obuhvata projekta?
- Hoće li projekt unaprijediti današnji turistički ugled i imidž ovog podučja?
- Je li projekt ekološki, kulturno i društveno primjeren?
- U kojoj je mjeri projekt privlačan za privatni, odnosno javni sektor?
- Potencijalni utjecaj projekta na tržišno (re)pozicioniranje projektnog područja (tržišna diferencijacija, razvoj novih proizvoda, poboljšanje imidža, itd.)

Dodatni kriteriji

- Procjena troškova (što manje, to bolje);
- Očekivano vrijeme implementacije (što kraće, to bolje);
- Opća prihvaćenost u javnosti (slaganje lokalne zajednice); odnosno
- Najbolja usklađenost sa strategijom razvoja turizma u projektnom području (vizija, misija, ciljevi).

Vodeći se prethodnim kriterijima, a nakon konstruktivne debate u kojoj su aktivno sudjelovali svi sudionici panela, identificirano je 15 projektnih prijedloga za koje se smatra kako će već u najkraćem razdoblju značajno doprinijeti realizaciji turističke vizije BBŽ.

3.2. Prioritetni turistički projekti od interesa za razvoj turizma BBŽ

Konačni popis prioritetnih razvojnih projekata u funkciji ostvarenja vizije turističkog razvoja BBŽ iskazan je u tablici 2.6.2.1.

Tablica 2.6.2.1. Prioritetni turističko-razvojni projekti BBŽ

Od interesa za cijelu BBŽ
Turistički razvojni i investicijski centar (centri)
Interni marketing
Akcijski plan marketinga turističkih događanja BBŽ
Akcijski plan razvoja ribolovnog turizma
Bjelovarski klaster
SRC Kukavica - koncept najbolje uporabe
Lokalitet Stara Ciglana - dječji zabavni park
Šala-la fest
Daruvarski klaster
Novi wellness hotel u Daruvarskim Toplicama
Izgradnja novog bolničkog paviljona u Daruvarskim Toplicama
Dvorac Janković - koncept najbolje uporabe
ribnjak Končanica - koncept najbolje uporabe
Čazmanski klaster
Lokalitet Skresovi - koncept najbolje uporabe
Etno eko resort Sišćani
Turistički i rekreacijski centar Moslavačka Gora
Garić grad - interpretacijski centar

3.3. Programske osnove izabranih prioritetnih projekata

Kroz programske osnove izabranih 15 prioritetnih turističko-razvojnih projekata BBŽ definiraju se pobliže definiranje sljedeće relevantne odrednice svakog od projekata:

- Vrsta projekta;
- Područje obuhvata projekta;
- Opis projekta;
- Provedbeni model - odgovornost za implementaciju;
- Dionici projekta;
- Očekivani rezultati;
- Okvirni plan aktivnosti;
- Vremenska dinamika; te
- Procjenu troškova.

Projekt br. 1	**Turistički razvojni investicijski centar**
Vrsta projekta	***Institucionalna podrška razvoju turizma***
Djelokrug projekta	Cijeli prostor Županije
Opis projekta	Nedostatak kvalitetnih informacija za potencijalne investitore, nedostatak poduzetničkih vještina za pripremu projekata i fazu razvoja jedna su od najvećih prepreka turističkog razvoja. Kako bi se povećao broj uspješnih turističkih projekata, bitno je osnovati Turističku razvojnu i investicijsku agenciju. Ta agencija bi: • osiguravala (besplatno) sve relevantne informacije za potencijalne investitore vezano za pripremu projekata i pitanja oko razvoja projekata relevantnih za turistički sektor. • prikupljala i distribuirala informacije o mogućnostima financiranja, pravnim zahtjevima, porezima, registraciji, tržišnim trendovima i najboljim praksama u provođenju poslovanja, marketingu, financijskom kontrolingu itd. • pripremala i distribuirala smjernice i priručnike vezane za turističke usluge i osiguravala savjetodavne usluge s ciljem da se zadovolje interesi privatnih poduzetnika. Savjetodavne usluge sastojale bi se od seminara i radionica, ad hoc konzultacija i pripreme raznih dokumenata u vezi s razvojnim projektima. • osiguravala savjetodavnu pomoć o tradiciji lokalne arhitekture i standardima gradnje. U tu svrhu treba sastaviti detaljan popis registriranih konzultanata.
Provedbeni model	Agencija bi se mogla osnovati ili pri Područnoj gospodarskoj komori ili, alternativno, pri Županiji (u sklopu Županijskog ureda za gospodarstvo).
Uključeni dionici	• Županija • Područna gospodarska komora • Jedinice lokalne samouprave • Turističke zajednice • Regionalna razvojna agencija BBŽ • Poduzetnici u privatnom sektoru
Očekivani rezultati	• Povećanje broja uspješnih poslovnih pothvata u privatnom sektoru • Obogaćenje i diverzifikacija turističke ponude u promatranom području • Podizanje ukupne turističke aktivnosti • Unapređenje kvalitete života lokalnog stanovništva
Akcijski plan	• Osnivanje i zapošljavanje osoblja u Agenciji • Generiranje informacija za potencijalne poduzetnike • Distribucija informacija (prezentacije, tiskani materijali, elektronički medij) • Stvaranje baze podataka • Analiza / kompilacija tržišnih trendova • Pokretanje savjetodavnih usluga • Radionice, seminari, ad hoc konzultacije • Pomoć u pripremi dokumenata
Vremenski raspored	• Osnivanje Agencije – odmah nakon usvajanja ovog dokumenta • Generiranje i distribucija informacija – 3 mjeseca nakon osnivanja Agencije • Savjetodavne usluge – 1 godina nakon osnivanja Agencije
Potrebna sredstva	• Plaće i uredski troškovi – trebali bi se osigurati ili na razini županijskog proračuna • Potrebna sredstva na godišnjoj razini odnose se na plaće za dvije osobe (cca. 250.000 kn bruto), uvećano za materijalne troškove Agencije (cca. 50.000 kn).

Projekt br. 2	**Interni marketing**
Vrsta projekta	***Institucionalna podrška razvoju turizma***
Djelokrug projekta	Cijeli prostor Županije
Opis projekta	U fazi zatečenog stanja turističkog razvoja ne zna se dovoljno što je to zapravo turizam, o čemu ovisi njegov razvoj, koje su uloge raznih aktera u njegovu razvijanju i kako se može postati dijelom tog procesa. S tako slabim poznavanjem turizma, lokalno stanovništvo rijetko kada percipira svoju regiju kao atraktivnu za posjetitelje, stoga ne samo da ima tendenciju podcjenjivanja njezine turističke atraktivnosti, nego ima i poteškoća u prepoznavanju turističke atraktivnosti. Vodeći računa o tome marketing i promocija usmjereni su na: • Informiranje lokalnih poduzetnika o vrijednosti turizma i o mogućnostima za ulaganja u turizam • Senzibiliziranje donositelja odluka na županijskoj i općinskoj razini o ekonomskim potencijalima turizma i njihove uloge u razvoju turizma • Promociju vrijednosti turizma i turističkih atrakcija u regiji široj populaciji i na poučavanje o tome kako usmenim preporukama promovirati regiju • Promoviranje potrebe da se osigura konzistentna kvaliteta usluga Projektom se predlaže razvoj specifično ciljanih poruka za svaku od navedenih skupina odgovarajućim promotivnim i komunikacijskim alatima i aktivnostima kojima se podiže svijest o koristi od turizma i generira potpora njegovu razvoju. Trebala bi se organizirati trajna kampanja zajedničkog marketinga koja uključuje izravan kontakt s članovima ciljanih skupina nekim od ciljanih mass-medija koji će kampanji dati prepoznatljivost te čitavim nizom tiskanih/internetskih promotivnih materijala.
Provedbeni model	• Preporuča se da se razvoj cijele strategije i njezinih komponenata povjeri županijskoj turističkoj zajednici, uz dodatnu pomoć stručnjaka. Gradske turističke zajednice bile bi odgovorne za provedbu strategije na lokalnoj razini.
Uključeni dionici	• Lokalne uprave (općinske, županijska) • Nevladine organizacije • Privatni sektor • Zaposlenici koji su u kontaktu s turistima i/ili velikim brojem osoba za vrijeme posla (npr. vlasnici trgovina i pomoćnici, konobari, hotelsko osoblje, vozači autobusa, frizeri) • Šira populacija
Očekivani rezultati	• Partnerstvo na županijskoj razini • povećan interes poduzetnika za ulaganja u turistički sektor • lokalno stanovništvo senzibilizirano o vrijednostima i prednostima turističkog razvoja • turizam prepoznat kao strateški razvojni prioritet kod svih relevantnih dionika
Akcijski plan	• Definiranje interesnih grupa i pojedinaca te opsega programa • Definiranje i osmišljavanje programa podizanja javne svijesti • Transferiranje znanja za učinkovit i koordiniran razvoj turizma • Implementacija programa podizanja javne svijesti
Vremenski raspored	• Definiranje interesnih grupa i pojedinaca te opsega programa – odmah po usvajanju ovog programa • Definiranje i osmišljavanje programa podizanja javne svijesti – 3 mjeseca od usvajanja ovog programa • Transferiranje znanja za učinkovit i koordiniran razvoj turizma – 12 mjeseci od definiranja programa • Implementacija programa podizanja javne svijesti – 4 godine
Potrebna sredstava	• U provoj godini implementacije projekta cca. 200.000kn, odnosno 100.000kn godišnje u preostale tri godine provedbe

Projekt br. 3	Akcijski plan marketinga turističkih događanja županije
Vrsta projekta	***Uspostava tržišne prepoznatljivosti***
Djelokrug projekta	Cijeli prostor Županije
Opis projekta	Bjelovarko-bilogorska županija obiluje raznim kulturnim, gospodarskim i sportskim događanjima. Međutim, većina županijskih događanja je relativno mala, uglavnom lokalnog karaktera, skromno financirana i još skromnije promovirana. Njihovo objedinjavanje u jedinstven plan marketinga događanja ključno je u popularizijaciji BBŽ kao turističke destinacije, jer zahtjeva manja ulaganja i kraći rok realizacije od ulaganja u turističku infra i suprastrukturu. Projekt podrazumijeva izradu cjelokupne strategije turizma manifestacija i događanja Županije kao podlogu za sustavno planiranje i organizaciju raspona događanja, a u cilju kratkoročnog i srednjoročnog poticanja turističke potražnje, etabliranja Županije, osobito njezinih gradskih centara, kao turističke destinacije te stvaranja pozitivnog tržišnog imidža. Plan s jedne strane podrazumijeva identifikaciju aktivnosti i mjera kojima će se događanja unaprijediti tako da postanu atraktivna širem spektru posjetitelja iz udaljenijih područja te, s druge strane, osmišljavanje učinkovite strategije komunikacije s ciljnim tržištima, odnosno plan promocije.
Provedbeni model	Turistička zajednica Bjelovarsko-bilogorske županije u suradnji s organizatorima događanja, svim upravnim odjelima Županije koji sufinanciraju događanja i manifestacije te jedinicama lokalne uprave
Uključeni dionici	• Turistička zajednica BBŽ • Relevantni upravni odjeli Županije • Organizatori događanja (udruge, KUD-ovi, tvrtke, pojedinci) • Jedinice lokalne uprave i samouprave • Privatni investitori
Očekivani rezultati	• Razvoj novih proizvoda • Stvaranje diverzifikacijskog sustava turističkih doživljaja • Mogućnosti zapošljavanja i unapređenje životnog standarda lokalnog stanovništva • Povećanje turističke atraktivnosti šireg područja
Akcijski plan	• Inventarizirati događanja • Identificirati turističke potencijale svakog događanja • Definirati ciljeve turističkog razvoja svakog događanja • Odrediti ulogu turističkih zajednica i lokalne uprave • Definirati plan ulaganja u turistička događanja • Osmisliti plan promocije događanja
Vremenski raspored	• angažiranje adekvatnih stručnjaka - odmah po usvajanja ovog dokumenta • izrada plana - 6 mjeseci od angažiranja stručnjaka
Potrebna sredstva	• Ukupni troškovi izrade dokumenta procjenjuju se na oko 190.000 kn

Projekt br. 4	**Akcijski plan razvoja ribolovnog turizma**
Kategorija projekta	***Razvoj sustava doživljaja/proizvoda***
Područje projekta	Cijeli prostor Županije
Opis projekta	Premda se na cjelom području županije nalaze brojni vodotoci, stajaćice i ribnjaci, ribolovni turizam još je uvijek u relativno inicijalnoj razvojnoj fazi, unatoč činjenici da je to tržište stalno u potrazi za novim, relativno neotkrivenim područjima. Ovim se projektom želi potaknuti razvoj cijelog niza specijaliziranih lokacija za sportski ribolov, uključujući i definiranje potrebne infra i suprastrukture. Drugim riječima, projekt uključuje sagledavanje tržišnog potencijala, valoriziranje potencijala pojedinih lokacija, kao i utvrđivanje potrebnih sadržaja neophodnih za zadovoljavanje ovog segmenta turističke potražnje. U sklopu projekta, definiraju se prioritetne aktivnosti koje valja poduzeti u cilju što je moguće efikasnije komercijalizacije sportskog ribolova.
Provedbeni model	Preporuča se da se razvoj cijele strategije i njezinih komponenata povjeri županijskoj turističkoj zajednici, uz dodatnu pomoć turističkih stručnjaka i Saveza sportskih ribolovaca BBŽ-a.
Uključeni dionici	• Turistička zajednica BBŽ • Savez sportskih ribolovaca BBŽ-a • Turistički razvojni investicijski centar • Regionalna razvojna agencija BBŽ • Manja i srednja servisna poduzeća namjenjena ribolovcima
Očekivani rezultati	• Razvoj novog proizvoda • Formiranje diversificiranog sustava turističkih doživljaja • Podizanje životnog standarda lokalnog stanovništva • Mogućnosti za zapošljavanje • Povećanje turističke atraktivnosti šireg područja
Akcijski plan	• Identifikacija lokacija • Valorizacija svake lokacije • Sagledavanje tržišnog potencijala • Okvirno tržišno pozicioniranje svake lokacije • Definiranje potrebnih sadržaja za svaku od lokacija • Identificiranje potreba za dodatnim uslugama i/ili potrepštinama • Identificiranje investicijskih mogućnosti za privatni sektor (tj. specijalizirane trgovine, najam opreme, usluge, smještaj pogodan za planinare i bicikliste) • Implementacija • Razvoj promotivnog plana
Vremenski plan	• angažiranje adekvatnih stručnjaka - odmah po usvajanja ovog dokumenta • izrada plana - 6 mjeseci od angažiranja stručnjaka
Potrebna sredstava	• Ukupni troškovi izrade dokumenta procjenjuju se na oko 250.000 kn

Projekt br. 5	SRC Kukavica – koncept najbolje uporabe
Kategorija projekta	***Unapređenje turističke suprastrukture***
Područje projekta	Bjelovarsko-bilogorski klaster
Opis projekta	Sadašnji model valorizacije, tržišnog pozicioniranja i ukupne ekonomske performance SRC Kukavica ne daje zadovoljavajuće rezultate i prijeti ozbiljnim problemima ne samo u smislu lošeg korištenja resursa i postupne degradacije lokaliteta. Na temelju pristupa najbolje uporabe za razmatranu lokaciju, cilj ovoga projekta je predložiti alternativne načine njene uporabe, predložiti sadržaje i mogućnosti razonode koje treba razviti i pridodati već postojećima, predložiti tržišne segmente na koje treba ciljati te provjeriti ekonomsku provedivost predloženog razvoja. Osim toga, projekt bi trebao dati preporuke o najprikladnijem modelu vlasništva i menadžmenta za taj lokalitet.
Provedbeni model	Općina Veliki Grđevac u suradnji sa Županijom i uz podršku TZ BBŽ
Uključeni dionici	• Općina Veliki Grđevac • Turistička zajednica BBŽ • Županija • Regionalna razvojna agencija BBŽ • Privatni sektor
Očekivani rezultati	• Razvoj novog proizvoda • Bolje korištenje lokacije • Bolji financijski rezultati • Održivi razvoj šireg područja • Stvaranje diverzifikacijskog sustava turističkih iskustava • Mogućnosti za zapošljavanje • Povećanje turističke atraktivnosti šireg područja
Akcijski plan	• Koncepcija najbolje uporabe i procjena održivosti • Izrada potrebne projektne dokumentacije • Izrada potrebne prostorno-planske dokumentacije (po potrebi) • Priprema i provedba natječaja • Odabir najboljih investicijskih ponuda
Vremenski plan	• Procjena tržišne i financijske održivosti – 3 mjeseca nakon odluke o pokretanju ovog projekta • Izrada projektne dokumentacije – 6 mjeseci nakon usvajanja prethodne studije • Priprema i provedba natječaja – 2 mjeseca nakon izrade projektne dokumentacije • Odabir najboljih investicijskih ponuda – 2 mjeseca nakon provedbe natječaja
Potrebna sredstva	• Koncepcija najbolje uporabe i procjena održivosti – 200.000 kn • Izrada potrebne projektne dokumentacije – 2.000.000 kn • Priprema i provedba natječaja – 15.000 kn

Projekt br. 6	Stara Ciglana (Velika Pisanica) - koncept najbolje uporabe i prefeasibility studija za lokalitet
Kategorija projekta	***Unapređenje turističke suprastrukture***
Područje projekta	Bjelovarsko-bilogorski klaster
Opis projekta	Imajući na umu činjenicu da postojeći sadržaji „Lovrakovog centra“ u susjednoj općini Veliki Grđevac već privlače znatan broj djece na ovo područje, projektna se ideja odnosi na osmišljavanje tematsko-zabavnog dječjeg parka na lokalitetu Stara Ciglana u Velikoj Pisanici. Riječ je o lokalitetu koji je, usprkos svoje izuzetne atraktivnosti, trenutno potpuno neiskorišten. Osim toga, riječ je o lako dostupnoj lokaciji velike površine koju je moguće prostorno-funkcionalno, programski i hortikulturno unaprijediti, a što je ključni preduvjet kako za razvoj svih potrebnih interaktivnih sadržaja, tako i za prihvat autobusa i osobnih automobila individualnih posjetitelja. Posebno valja naglasiti i činjenicu da ovakav sadržaj ne samo da bi dinamizirao turistički razvoj bjelovarskog klastera, već bi se stvorila komplementarnost i mogućnost boljeg razvoja lokaliteta SRC Kukavica. Iako bi programski djelomično mogao biti naslonjen i na postojeći „Lovrakov centar“ (suradnja dviju općina), osobito u smislu uprizorenja najpopularnijih romana Mate Lovraka, ovaj bi dječji park, uz ponudu različitih programa događanja tijekom cijele godine, organizaciju kreativnih radionica i audio-vizualnih prezentacija za različite uzraste, odnosno raznih aktivnosti na otvorenom, nudio i odgovarajuće ugostiteljske sadržaje (cafe/zalogajnica) te suvenirnicu.
Provedbeni model	Općina Velika pisanica, u suradnji s općinom Veliki Grđevac, Županijom te Turističkom zajednicom BBŽ
Uključeni dionici	• Općina Velika Pisanica • Županija • Regionalna razvojna agencija BBŽ • TZ BBŽ • Privatni sektor
Očekivani rezultati	• Razvoj novog proizvoda • Stvaranje diverzificiranog sustava turističkih doživljaja • Mogućnosti za zapošljavanje • Povećanje turističke atraktivnosti šireg područja
Akcijski plan	• Procjena održivosti • Izrada projektne dokumentacije • Priprema i provedba natječaja • Odabir najpovoljnijih investicijskih ponuda
Vremenski plan	• Procjena tržišne i financijske održivosti – 3 mjeseca nakon odluke o pokretanju ovog projekta • Izrada projektne dokumentacije – 6 mjeseci nakon usvajanja prethodne studije • Priprema i provedba natječaja – 2 mjeseca nakon izrade projektne dokumentacije • Odabir najboljih investicijskih ponuda – 2 mjeseca nakon provedbe natječaja
Potrebna sredstva	• Koncepcija najbolje uporabe i procjena održivosti – 200.000 kn • Izrada potrebne projektne dokumentacije – 2.000.000 kn • Priprema i provedba natječaja – 15.000 kn

Projekt br. 7	Šala-la fest
Kategorija projekta	***Razvoj sustava doživljaja/proizvoda***
Područje projekta	Bjelovarsko-bilogorski klaster
Opis projekta	Ideja Šala-la festa je osmišljavanje kulturne manifestacija na temu humora i smijeha u raznim oblicima izražaja – kazališne i filmske komedije, 'stand up' komičari, klauni-pantomimičari, karikature, maratonsko pričanje viceva, izbor najsmješnijih faca, šaljive pjesme i slično. Ovo događanje je tematski jedinstveno i, posebno uvažavajući potrebu za smijehom tijekom gospodarski i socijalno 'teških razdoblja', pravovremeno. Pored bogaćenja kulturnog i društvenog života grada Bjelovara, ovo bi događanje omogućilo da se grad, ali i cijela županija, tržišno profiliraju i sadržajno diferencijraju od drugih kontinentalnih destinacija. S dobrom programskom koncepcijom, festival bi omogućio niz mini Šala-la festivala kroz gotovo cijelu godinu te njihovo održavanje i u drugim mjestima Bjelovarsko-bilogorskog klastera i cijele županije, osiguravajući time kako medijsku prisutnost tako i potražnju tijekom cijele godine.
Provedbeni model	Turistička zajednica grada Bjelovara u suradnji s Upravnim odjelom za društvene djelatnosti grada Bjelovara
Uključeni dionici	• Turistička zajednica grada Bjelovara • Grad Bjelovar • Turistička zajednica BBŽ • Županija • Institucije i udruge u kulturni • Individualni stvaratelji u kulturi • Privatni sektor
Očekivani rezultati	• Razvoj novog proizvoda • Stvaranje diverzificiranog sustava turističkih doživljaja • Stvaranje tržišne prepoznatljivosti • Mogućnosti za dodatno (samo)zapošljavanje • Povećanje turističke atraktivnosti šireg područja
Akcijski plan	• Osmišljavanje koncepta festivala • Izrada poslovnog plana • Definiranje organizacijskog ustroja festivala • Definiranje sustava financiranja festivala • Izrada programske sheme • Definiranje plana promocije • Implementacija • Evaluacija
Vremenski plan	• Priprema (koncept, poslovni plan, organizacija, financiranje, program, promocija) – 6 mjeseci nakon odluke o pokretanju projekta • Implementacija – 2 mjeseca od završetka pripremnih radnji • Evaluacija – odmah po završetku festivala
Potrebna sredstva	• Priprema – 150.000 kn • Implementacija – 250.000 do 300.000 kn • Evaluacija – 50.000 kn

Projekt br. 8	Novi hotel u Daruvaru
Vrsta projekta	***Unapređenje turističke suprastrukture***
Djelokrug projekta	Daruvarsko– papučki klaster
Opis projekta	Cilj projekta je definirati razvojni koncept i optimalno tržišno pozicioniranje, te procijeniti ekonomsku održivost novog (kongresno-wellness) hotela koji se temelji na koncepciji "prevencije-oporavka-rekreacije-zabave". Organiziranje različitih turističkih sadržaja trebalo bi se temeljiti na dugoj povijesti termalnih izvora u daruvarkom kraju i njihovoj dokazanoj medicinskoj ljekovitosti, ali bi se trebalo odmaknuti od klasične medicinsko – ljekovite koncepcije. Stoga bi pri pozicioniranju hotela trebalo dati naglasak na potrebu za prevencijom, održavanjem dobrog zdravlja, dobrog izgleda te kondicije.
Provedbeni model	Grad Daruvar u suradnji sa Specijalnom bolnicom i/ili privatnim investitorima.
Uključeni dionici	• Grad Daruvar • Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju Daruvarske Toplice • Regionalna razvojna agencija BBŽ • Privatni investitori
Očekivani rezultati	• Razvoj novih proizvoda • Stvaranje diverzifikacijskog sustava turističkih doživljaja • Mogućnosti zapošljavanja i unapređenje životnog standarda lokalnog stanovništva • Povećanje turističke atraktivnosti šireg područja
Akcijski plan	• Koncepcija najbolje uporabe • Provjera tržišne održivosti i procjena financijske isplativosti • Priprema projektne dokumentacije • Provedba natječajnog postupka • Izbor najprimjerenijeg investicijskog prijedloga
Vremenski raspored	• Koncepcija najbolje uporabe – 2 mjeseca od odluke o pokretanju projekta • Provjera tržišne održivosti i procjena financijske isplativosti – 1 mjesec od usvajanja koncepta najbolje uporabe • Izrada projektne dokumentacije – 6 mjeseci nakon usvajanja prethodne studije • Priprema i provedba natječaja – 2 mjeseca nakon izrade projektne dokumentacije • Odabir najboljih investicijskih ponuda – 2 mjeseca nakon provedbe natječaja
Potrebna sredstva	• Koncepcija najbolje uporabe i procjena održivosti – 200.000 kn • Izrada potrebne projektne dokumentacije – 4.000.000 kn • Priprema i provedba natječaja – 25.000 kn

Projekt br. 9	**Novi bolnički paviljon u Daruvarskim Toplicama**
Vrsta projekta	***Unapređenje turističke suprastrukture***
Djelokrug projekta	Daruvarsko– papučki klaster
Opis projekta	Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju Daruvarske Toplice je zdravstvena ustanova namijenjena liječenju akutnih reumatskih oboljenja i rehabilitaciji pacijenata s izraženim (degenerativnim) problemima lokomotornog sustava i kralježnice. Specijalna bolnica raspolaže s 300 postelja, od čega je 140 postelja isključivo u funkciji HZZO sustava, uslijed sve veće potražnje za medicinski programiranim aktivnim odmorima s ciljem unapređenja zdravlja uz primjenu programiranih sadržaja kineziološke rekreacije, sve se više javlja potreba za fizičkim odvajanjem kroničnih bolesnika od korisnika različitih usluga wellness-a. U skladu s navedenim sve je izrazitija i potreba odvajanja klasičnog „bolničkog“ poslovanja (liječenje kronične bolesti i različiti programi medicinske rehabilitacije) od komercijalnog turističkog poslovanja („preventivni wellness“). Drugim riječima, projekt se odnosi na izgradnju novog bolničkog paviljona sa 140 kreveta (70 soba), uz istodobno pretvaranje hotela „Termal“ u suvremeni wellness hotel (3 zvjezdice) koji bi bio namijenjen zadovoljavanju ponajviše potreba sve većeg broja korisnika različitih rekreativnih, sportskih, wellness i drugih programa unapređenja zdravlja.
Provedbeni model	Specijalna bolnica u suradnji s odgovarajućim ministarstvima RH i gradom Daruvarom
Uključeni dionici	• Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju Daruvarske Toplice • Grad Daruvar • Ministarstva RH • Turistička zajednica grada Daruvara
Očekivani rezultati	• Razvoj novih proizvoda • Stvaranje diverzifikacijskog sustava turističkih doživljaja • Mogućnosti zapošljavanja • Unapređenje životnog standarda lokalnog stanovništva • Povećanje turističke atraktivnosti šireg područja
Akcijski plan	• Izrada idejnog rješenja • Provjera tržišne održivosti i procjena financijske isplativosti • Priprema projektne dokumentacije (glavni i izvedbeni projekt) • Ishodovanje svih potrebnih dozvola • Provedba postupka javne nabave • Izgradnja i opremanje objekta
Vremenski raspored	• Izrada idejnog rješenja – 2 mjeseca od odluke o pokretanju projekta • Provjera tržišne održivosti i procjena financijske isplativosti – 3 mjeseca od usvajanja idejnog rješenja • Izrada projektne dokumentacije – 6 mjeseci nakon usvajanja prethodne studije • Ishodovanje svih potrebnih dozvola – 6 mjeseci nakon izrade projektne dokumentacije • Priprema i provedba natječaja – 2 mjeseca nakon izrade projektne dokumentacije • Odabir najboljih ponuda – 1 mjeseca nakon provedbe natječaja • Izgradnja i opremanje objekta – 18 mjeseci od izbora najboljeg ponuđača
Potrebna sredstva	• Izrada idejnog rješenja – 300.000 kn • Provjera tržišne održivosti i procjena financijske isplativosti – 200.000kn • Priprema projektne dokumentacije (glavni i izvedbeni projekt) – 3.500.000 kn • Ishodovanje svih potrebnih dozvola – 1.000.000 kn • Provedba postupka javne nabave – 25.000 kn • Izgradnja i opremanje objekta – 25.000.000 kn

Projekt br. 10	**Dvorac Janković – koncept najbolje uporabe i prefeasibility studija**
Vrsta projekta	***Unapređenje turističke suprastrukture***
Djelokrug projekta	Daruvarsko– papučki klaster
Opis projekta	Radi se o baroknom dvorcu, upisanom u Registar nacionalne kulturne baštine. Dvorac je okružen prekrasnom parkovnom arhitekturom. Trenutno je izvan funkcije, izuzev podrumskog dijela u kojem je reprezentativni podrum i kušaonica Vinarije Daruvar. Povremeno se u dvorcu organiziraju razna društvena i kulturna događanja. S obzirom na vrijednost ovog resursa i na njegovu lokaciju u samom centru Daruvara, potrebno je sagledati najprikladniji način njegova privođenja u aktivnu turističku funkciju na način koji će osigurati maksimalnu komplementarnost osnovnom turističkom pozicioniranju Daruvara zasnovanom za zdravlju i hedonizmu. Polazeći od navedenog, predloženi cilj projektnog zadatka je: • objektivno sagledati buduću ulogu dvorca Janković u turizmu Daruvara i daruvarskog klastera • predložiti koncept najbolje uporabe te definirati primjerene kapacitete turističke i druge ponude • okvirno utvrditi visinu ukupno potrebnih ulaganja • objektivizirati realni poslovni potencijal svih faza razvoja razmatranog razvojno-investicijskog poduhvata (povezano s prethodno definiranim prioritetima) • sagleda sve bitne parametre ekonomske/financijske isplativosti potrebnih ulaganja po pojedinim razvojnim fazama.
Provedbeni model	Grad Daruvar u suradnji s Konzervatorskim odjelom Ministarstva kulture RH i/ili privatnim investitorima.
Uključeni dionici	• Grad Daruvar • Ministarstvo kulture RH • Turistička zajednica grada Daruvara • Privatni investitori
Očekivani rezultati	• Razvoj novih proizvoda • Stvaranje diverzifikacijskog sustava turističkih doživljaja • Mogućnosti zapošljavanja i unapređenje životnog standarda lokalnog stanovništva • Povećanje turističke atraktivnosti šireg područja
Akcijski plan	• Koncepcija najbolje uporabe • Provjera tržišne održivosti i procjena financijske isplativosti • Priprema projektne dokumentacije • Provedba natječajnog postupka • Izbor najprimjerenijeg investicijskog prijedloga
Vremenski raspored	• Koncepcija najbolje uporabe – 2 mjeseca od odluke o pokretanju projekta • Provjera tržišne održivosti i procjena financijske isplativosti – 1 mjesec od usvajanja koncepta najbolje uporabe • Izrada projektne dokumentacije – 6 mjeseci nakon usvajanja prethodne studije • Priprema i provedba natječaja – 2 mjeseca nakon izrade projektne dokumentacije • Odabir najboljih investicijskih ponuda – 2 mjeseca nakon provedbe natječaja
Potrebna sredstva	• Koncepcija najbolje uporabe i procjena održivosti – 200.000 kn • Izrada potrebne projektne dokumentacije – 3.500.000 kn • Priprema i provedba natječaja – 25.000 kn

Projekt br. 11	**Ribnjak Končanica - koncept najbolje uporabe i prefeasibility studija**
Kategorija projekta	***Unapređenje turističke suprastrukture***
Područje projekta	Daruvarsko-papučki klasteri
Opis projekta	Premda ribnjacima bogato područje BBŽ nudi izuzetne mogućnosti za ribolov, ali i za promatranje ptica, proizvod ribolovnog i s tim poveznim vrstama turizma posebnih interesa, još je u povojima. Temeljna svrha ovog projekta je da objektivno sagleda sve potencijalne činitelje koji mogu imati pozitivne ili negativne implikacije na proces revitalizacije ribnjačarstva, ali i uspostave drugih, ribnjačarstvu komplementarnih gospodarskih aktivnosti na prostoru koji predstavlja logičnu prostorno-funkcionalnu cjelinu ribnjaka Končanica. Polazeći od navedenog, predloženi projektni zadatak ima za cilj da: • objektivno sagleda, a potom i valorizira tržišni i gospodarski potencijal cijelog prostora ribnjaka; • definira primjeren, dugoročni održiv i ekonomski opravdan koncept (strategiju) razvoja razmatranog područja; • okvirno utvrdi visinu ukupno potrebnih ulaganja u revitalizaciju ribnjačarstva, ali i u cilju razvoja drugih, ribnjačarstvu komplementarnih, gospodarskih sadržaja na razmatranom području; • objektivizira realni poslovni potencijal svih faza razvoja razmatranog razvojno-investicijskog poduhvata (povezano s prethodno definiranim prioritetima); • sagleda sve bitne parametre ekonomske/financijske isplativosti potrebnih ulaganja po pojedinim razvojnim fazama; • predloži razvojne prioritete (povezano s očekivanim generiranjem prihoda i dobiti).
Provedbeni model	Grad Grubišno Polje u suradnji sa Županijom i uz podršku TZ BBŽ
Uključeni dionici	• Grad Grubišno Polje • Turistička zajednica BBŽ • Županija • Regionalna razvojna agencija BBŽ • Privatni sektor
Očekivani rezultati	• Razvoj novog proizvoda • Stvaranje diverzificiranog sustava turističkih doživljaja • Unapređenje životnog standarda lokalnog stanovništva • Mogućnosti za zapošljavanje • Povećanje turističke atraktivnosti šireg područja
Okvirni plan aktivnosti	• Procjena održivosti • Izrada projektne dokumentacije • Priprema i provedba natječaja • Odabir najpovoljnijih investicijskih ponuda
Vremenski plan	• Procjena tržišne i financijske održivosti – 3 mjeseca nakon odluke o pokretanju ovog projekta • Izrada projektne dokumentacije – 6 mjeseci nakon usvajanja prethodne studije • Priprema i provedba natječaja – 2 mjeseca nakon izrade projektne dokumentacije • Odabir najboljih investicijskih ponuda – 2 mjeseca nakon provedbe natječaja
Potrebna sredstva	• Koncepcija najbolje uporabe i procjena održivosti – 200.000 kn • Izrada potrebne projektne dokumentacije – 500.000 do 700.000 kn • Priprema i provedba natječaja – 15.000 kn

Projekt br. 12	Lokalitet Skresovi - Koncept najbolje uporabe i prefeasibility studija
Kategorija projekta	***Unapređenje turističke suprastrukture***
Područje projekta	Čazmansko-moslavački klaster
Opis projekta	Riječ je o umjetom ribnjaku površine preko 7 ha, smještenom dužinom od 800 metara između rijeke Garešnice i hrastove šume. Iako posjeduje značaj potencijal za razvoj osobito izletničkog turizma, lokalitet Skresovi danas se koristi ponajviše sporadično i to uglavnom od strane lokalnih ribiča-entuzijasta. S obzirom da na cijelom području Garešnice nema prevelik broj pogodnih izletničkih lokacija, predloženi projektni zadatak ima za cilj da: • objektivno sagleda, a potom i valorizira tržišni i gospodarski potencijal lokaliteta Skresovi; • definira primjeren, dugoročni održiv i ekonomski opravdan koncept (strategiju) razvoja razmatranog lokaliteta; • okvirno utvrdi visinu ukupno potrebnih ulaganja u razvoj cjelovitog sustava doživljaja temeljenog na aktivnom odmoru u opuštajućem, ekološki sačuvanom, ambijentu; • objektivizira realni poslovni potencijal svih faza razvoja razmatranog razvojno-investicijskog poduhvata (povezano s prethodno definiranim prioritetima); • sagleda sve bitne parametre ekonomske/financijske isplativosti potrebnih ulaganja po pojedinim razvojnim fazama; • predloži razvojne prioritete (povezano s očekivanim generiranjem prihoda i dobiti).
Provedbeni model	Grad Čazma u suradnji sa Županijom i uz podršku TZ BBŽ
Uključeni dionici	• Grad Čazma • Turistička zajednica BBŽ • Županija • Regionalna razvojna agencija BBŽ • Privatni sektor
Očekivani rezultati	• Razvoj novog proizvoda • Stvaranje diverzificiranog sustava turističkih doživljaja • Podizanje kvalitete života lokalnog stanovništva • Mogućnosti za zapošljavanje • Povećanje turističke atraktivnosti šireg područja
Okvirni plan aktivnosti	• Procjena održivosti • Izrada projektne dokumentacije • Priprema i provedba natječaja • Odabir najpovoljnijih investicijskih ponuda
Vremenski plan	• Procjena tržišne i financijske održivosti – 3 mjeseca nakon odluke o pokretanju ovog projekta • Izrada projektne dokumentacije – 6 mjeseci nakon usvajanja prethodne studije • Priprema i provedba natječaja – 2 mjeseca nakon izrade projektne dokumentacije • Odabir najboljih investicijskih ponuda – 2 mjeseca nakon provedbe natječaja
Potrebna sredstva	• Koncepcija najbolje uporabe i procjena održivosti – 200.000 kn • Izrada potrebne projektne dokumentacije – 500.000 do 700.000 kn • Priprema i provedba natječaja – 15.000 kn

Projekt br. 13	Eko-etno resort Sišćani
Vrsta projekta	***Unapređenje turističke suprastrukture***
Djelokrug projekta	Čazmansko-moslavački klaster
Opis projekta	Cilj projekta je procijeniti dugoročnu tržišnu i financijsku održivost razvijanja malog etno-eko turističkog resorta u selu Sišćani, a koji bi predstavljao idealan okruženje za različite aktivnosti vezane uz boravak u prirodi, promatranje biljnog i životinjskog svijeta (rode, druge ptice, sisavci) te sportski ribolov. Predvidivi sadržaji mogli bi uključivati: mjesta za kampiranje, male (obiteljske) pansione i/ili seoska turistička domaćinstva, adekvatni interpretacijski centar te platforme i staze za promatranje životinjskog svijeta. Osim navedenih smještajnih objekata, projekt bi trebao uključiti razne turističke sadržaje za jednodnevne izletnike i tranzitne posjetitelje (male centre koji nude zabavu na vodi, nekoliko objekata za hranu i piće, parkirna mjesta, sanitarne sadržaje)
Provedbeni model	Grad Čazma u suradnji sa Županijom i Turističkom zajednicom BBŽ.
Uključeni dionici	• Turističke zajednice u Županiji • Regionalna razvojna agencija BBŽ • Poduzetnički centar • Privatni sektor (mali i srednji poduzetnici)
Očekivani rezultati	• Razvoj novih proizvoda • Stvaranje diverzifikacijskog sustava turističkih doživljaja • Unapređenje životnog standarda lokalnog stanovništva • Mogućnost zapošljavanja • Podizanje turističke atraktivnosti šireg područja
Akcijski plan	• Koncepcija najbolje iskoristivosti i procjena održivosti • Priprema projektne dokumentacije • Priprema i provedba natječaja • Izbor najpovoljnijeg investicijskog prijedloga
Vremenski raspored	• Procjena održivosti – 3 mjeseca nakon odobrenja Master plana • Priprema projektne dokumentacije – 6 mjeseci nakon odobrenja Master plana • Priprema i provedba natječaja – 7 mjeseci nakon odobrenja Master plana • Izbor najpovoljnijeg investicijskog prijedloga – 9 mjeseci nakon odobrenja Master plana
Potrebna sredstva	• Koncepcija najbolje uporabe i procjena održivosti – 200.000 kn • Izrada potrebne projektne dokumentacije – 500.000 do 700.000 kn • Priprema i provedba natječaja – 15.000 kn

Projekt br. 14	**Turistički i rekreacijski centar 'Moslavačka Gora'**
Vrsta projekta	***Unapređenje turističke suprastrukture***
Djelokrug projekta	Čazmanski klaster
Opis projekta	Cilj projekta je osmišljavanje cjelovitog sustava doživljaja i bolja valorizacija turističkog potencijala Parka prirode „Moslavačka Gora " kako bi se kreirala inovativna, dugoročna održiva, razvojna koncepcija. Time će se ovaj ključni, a još uvijek nedovoljno iskorišten turistički resurs županije, učiniti privlačnim raznim segmentima turističke i izletničke potražnje. Projekt bi stoga trebao definirati dugoročnu razvojnu koncepciju Parka prirode, kvalitetu i primjerenost njegovih sadržaja, usklađenost sadržaja sa očekivanjim ciljnih tržišnih segmenata, nakon čega će se ponuditi prijedlozi o tome kako profilirati, proširiti i poboljšati postojeću turističku ponudu i rekreacijske sadržaje. Posebna pozornost obratit će se uspostavi modernog, dobro opremljenog ulaza u park.
Provedbeni model	JU Park prirode „Moslavačka gora" u suradnji s Turističkom zajednicom BBŽ-a i jedinicama lokalne samouprave
Uključeni dionici	• JU Park prirode „Moslavačka Gora" • Regionalna razvojna agencija BBŽ • Turistička zajednica BBŽ-a • Jedinice lokalne samouprave na području Parka prirode
Očekivani rezultati	• Razvoj novih proizvoda • Stvaranje diverzifikacijskog sustava turističkih doživljaja • Stvaranje mogućnosti za rekreaciju stanovnika županije • Očuvanje prirodnih resursa • Povećanje turističke atraktivnosti na širem području
Akcijski plan	• Izrada dobro utemeljene koncepcije održivog razvoja • Izgradnja neophodne turističke infra i superstrukture • Akcijski marketing plan
Vremenski raspored	• Izrada dobro utemeljene koncepcije održivog razvoja – 3 mjeseca nakon odluke o pokretanju ovog projekta • Izgradnja neophodne turističke infra i superstrukture – 15 mjeseci nakon odluke o pokretanju ovog projekta • Akcijski marketing plan – aktivnosti počinju 3 mjeseca prije završenja radova, traju kontinuirano nakon toga
Potrebna sredstva	• Izrada razvojne koncepcije – 200.000 kn • Izgradnja neophodne turističke infra i superstrukture – treba definirati • Plasiranje na tržište i komercijalizacija – 150.000 kn u prvoj godini, 75.000 u svakoj sljedećoj godini

Projekt br. 15	**Interpretacijski centar Garić grad**
Kategorija projekta	***Unapređenje turističke suprastrukture***
Područje projekta	Čazmansko-moslavački klaster
Opis projekta	Osnivanje turističkog informacijskog centra predstavlja bitni element destinacijske ponude Moslavačke gore koji pruža gostima dobrodošlicu, osigurava korisne informacije i orijentacijske savjete te interpretira resurse/atrakcije. Interpretacijski centar mjesto je gdje gosti mogu naučiti nešto o prirodnoj i kulturnoj baštini Moslavačke gore, ali istovremeno to je sadržaj koji povećavaju kvalitetu boravka, dulje zadržavanje i povećanu turističku potrošnju.. Centar treba biti opremljeni tako da nudi raznovrsne programe, prostoriju s audio-video opremom, multifunkcionalan proctor namijenjen za prezentacije i predavanja, izložbeni prostor, informacijski pult, prostor za odmor, suvenirnicu i sobu za osoblje. Idealno mjesto za smještaj ovog centra je izletište Podgarić.
Provedbeni model	Jedinica lokalne samouprave uz podršku županije i u koordinaciji s JU Park prirode Moslavačka Gora.
Uključeni dionici	• Jedinica lokalne samouprave • Turistička zajednica BBŽ • JU Park prirode Moslavačka gora • Privatni sektor
Očekivani rezultati	• Povećanje turističke atraktivnosti projektnog područja • Viša kvaliteta usluga • Povećanje zadovoljstva posjetitelja • Povećanje turističke posjećenosti • Povećanje prihoda od turizma
Akcijski plan	• Priprema projektne dokumentacije • Ishođenje potrebnih dozvola • Izgradnja i opremanje • Zapošljavanje i edukacija osoblja • Promocija centra
Vremenski plan	• Priprema projektne dokumentacije – 6 mjeseci od donošenja odluke o pokretanju ovog projekta • Ishođenje potrebnih dozvola – 12 mjeseci od pokretanja projekta • Izgradnja i opremanje – 12 mjeseci od ishodovanja svih potrebnih dozvola i osiguranja financijskih sredstava • Zapošljavanje i edukacija osoblja – 4 mjeseca prije predviđenog roka dovršenja izgradnje • Promocija centra – aktivnosti počinju mjesec dana prije roka dovršenja
Potrebna sredstava	• Priprema projektne dokumentacije – 600.000 kn • Ishođenje potrebnih dozvola – 350.000 kn • Izgradnja i opremanje – 2.300.000 kn • Zapošljavanje i edukacija osoblja – 50.000 kn • Promocija centra – 150.000 kn u prvoj godini, 75.000 u svakoj sljedećoj godini

4. ZAKLJUČAK

Sukladno zaključcima nedavno usvojenog „Turističkog master plana BBŽ“, ozbiljniji razvoj turizma na ovom području u dolazećem razdoblju ovisit će o spremnosti i sposobnosti lokalne samouprave i sustava turističkih zajednica da populariziraju ideju i aktivno promoviraju brojne koristi koje mogu proizaći iz pojačane gospodarske orijentacije na turističko privređivanje, odnosno iz njihove spodobnosti da motiviraju prilično uspavani poduzetnički sektor za ulaganjem u kvalitetne turističke i/ili s turizmom povezane projekte na području BBŽ.

U tom smislu, zadatak ovog dokumenta bio je identificirati ključne projekte koji će, u relativno kratkom razdoblju, polučiti optimalne efekte za turistički razvoj BBŽ. Polazište za definiranje ključnih projekata bio je TMP BBŽ, odnosno vizija i strateški ciljevi definirani tim planom, potreba za ravnomjernim turističkim razvojem cijelog prostora županije, kao i intenzivna suradnja s lokalnim dionicima kako bi se osiguralo da su predloženi ključni projekti odraz potreba i aspiracija lokalnih uprava/samouprava.

Primjenjujući ova načela, identificirano je četrdesetak turističkih razvojnih projekata. U uvjetima relativno skromnih proračunskih sredstava na razini cijele BBŽ, odnosno pojedinih jedinica lokalne samouprave na njenom području, a uslijed relativno velikog broja inicijalno identificiranih potencijalno interesantnih projektnih ideja, nije realno očekivati da će se odmah (ili, alternativno, u razdoblju od godine dana) moći ući u realizaciju svih nominiranih projekata. U tom je smislu, a u cilju povećane učinkovitosti i racionalnosti u raspolaganju ograničenim proračunskim sredstvima, predloženo da se inicijalno nominirani broj turističkih razvojnih projekata smanji na 15 prioritetnih projekata od posebnog interesa za tržišno repozicioniranje i/ili razvoj novih sustava turističkih doživljaja na području BBŽ.

Izbor prioritetnih turističkih razvojnih projekata izvršen je maksimalno objektivno, na temelju prethodno definiranih eliminacijskih kriterija. Neovisno o tome, vodilo se računa i o činjenici da su prioritetni razvojni projekti relativno ravnomjerno disperzirani prema tri karakteristična klastera BBŽ. Posebno valja naglasiti činjenicu da su kako u predlaganju inicijalne liste turističkih razvojnih projekata, tako i u odabiru prioritetnih 15 projekata, aktivno sudjelovali i svi relevantni dionici turističkog razvoja pojedinih jedinica lokalne samouprave.

Neovisno o izboru prioritetnih turističkih razvojnih projekata, a povezano s lokalnom autonomijom, vlastitim razvojnim ambicijama, odnosno raspoloživim resursima, pojedini klasteri i/ili jedinice lokalne samouprave u sastavu pojedinačnih klastera koji imaju financijski, kadrovski i/ili organizacijski kapacitet dovoljno moćan da razvijaju i one projekte koji nisu ušli u izabranih 15 prioritetnih projekata, trebali bi što je moguće prije započeti i realizaciju ostalih, inicijalno specificiranih projekata koji nisu ušli na listu prioritetnih.

Konačno, za očekivati je da će realizacija prioritenih razvojnih projekata već u kratkom roku kreirati dodatni interes različitih potrošačkih segmenata za dolaskom i provođenjem slobodnog vremena na prostoru BBŽ.