

Prijedlog Plana upravljanja destinacijom



Slatina, travanj 2025.

SADRŽAJ

1. UVODNE NAPOMENE	1
1.1. Dionici uključeni u izradu plana upravljanja destinacijom	2
1.2. Profil odredišta – grada Slatina (osnovne i sažete informacije)	3
2. ANALIZA STANJA	13
2.1. Resursna osnova, atrakcije, ugostiteljski sadržaji , turistički proizvodi i usluge	13
2.2. Javna turistička infrastruktura	15
2.3. Energetska, telekomunikacijska i komunalna infrastruktura	16
2.4. Prometna infrastruktura	18
2.5. Analiza stanja digitalizacije	20
2.6. Analiza stanja pristupačnosti destinacije osobama s posebnim potrebama	21
2.7. Analiza organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji	24
2.8. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala	26
2.9. Analiza komunikacijskih aktivnosti	27
2.10. Analiza konkurencije	32
2.11. Izvješće o analizi stanja	36
3. POTENCIJAL ZA RAZVOJ I PODIZANJE KVALITETE TURISTIČKIH PROIZVODA	39
3.1. Ključni turistički proizvodi i njihov razvojni i marketinški potencijal	39
3.1.1. Razvojni potencijal i marketinški potencijal ključnih turističkih proizvoda	39
4. POKAZATELJI ODRŽIVOSTI NA RAZINI DESTINACIJE	44
4.1. Tablični prikaz pokazatelja održivosti	44
5. RAZVOJNI SMJER S MJERAMA I AKTIVNOSTIMA	48
5.1. SWOT analiza	48
5.2. Identificiranje općih načela i ciljeva turizma	49
5.3. Oblikovanje strateškog pravca i prioriteta	49
5.4. Mjere i aktivnosti	50
6. SMJERNICE I PREPORUKE ZA DIONIKE RAZVOJA	52
6.1. Smjernice i preporuke za jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave	52
6.2. Smjernice i preporuke za turističke zajednice	53
6.3. Smjernice i preporuke za druge dionike u turizmu i upravljanju turizmom u destinaciji (privatni sektor, udruge, OPG-ovi)	54

7. POPIS PROJEKATA.....	56
7.1. Popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti na razini destinacije	56
7.2. Projekti posebnog značenja za razvoj destinacije	57
8. ZAKLJUČAK.....	59
9. POPIS IZVORA.....	61
10. POPIS ILUSTRACIJA	63
PRILOG: Rezultati ankete o zadovoljstvu lokalnog stanovništva turizmom	64

POPIS KRATICA

TZ	Turistička zajednica
VPŽ	Virovitičko-podravska županija
BBŽ	Bjelovarsko-bilogorska županija
OBŽ	Osječko-baranjska županija
PSŽ	Požeško-slavonska županija
PPVPŽ	Prostorni plan Virovitičko-podravske županije
UOSI	Udruga osoba sa invaliditetom
JLS	Jedinice lokalne samouprave
KUD	Kulturno umjetničko društvo

1. UVODNE NAPOMENE

Plan upravljanja turističkom destinacijom, sukladno Zakonu o turizmu (NN 156/23) izrađuju Turističke zajednice (dalje u tekstu TZ) s ciljem određivanja smjera razvoja turizma, zaštite prirodnih i kulturnih resursa te poboljšanja turističkog iskustva i dobrobiti za lokalnu zajednicu. Izrada Plana upravljanja turističkom destinacijom za područje grada Slatine ima ključnu ulogu u identifikaciji glavnih izazova te utjecajnih čimbenika, potencijala i prilika za razvoj turizma u destinaciji. Svrha ovog Plana je pružiti smjernice za provedbu mjera koje će pridonijeti učinkovitijem upravljanju turističkim resursima i marketinškom angažmanu u cilju podržavanja i jačanja održivosti turizma destinacije. Također, plan služi kao osnova za donošenje strateških odluka od strane svih dionika u turizmu, uključujući lokalne vlasti, turističke zajednice, poduzetnike te lokalno stanovništvo.

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

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

Javnim objavljivanjem Plana upravljanja destinacijom omogućuje se sudjelovanje javnosti i transparentnost procesa izrade Plana, a rezultat budućih edukativnih i promotivnih aktivnosti ključnih dijelova Plana trebao bi doprinijeti podizanju svijesti svih dionika o važnosti održivog razvoja turizma, i to ne samo onih izravno povezanih s turizmom i ugostiteljstvom, već i lokalnog stanovništva, kao i samih turista.

1.1. Dionici uključeni u izradu plana upravljanja destinacijom

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

Tablica 1. Dionici uključeni u izradu plana upravljanja destinacijom

Dionik	Uloga	Adresa e-pošte
TZ grada Slatine	Koordinator izrade Plana, osiguravanje podataka, komunikacija s dionicima u procesu izrade i sl.	ured@tz-slatina.hr
Grad Slatina	Komunikacija u svezi potrebnih podataka u analizi stanja i izračunu pokazatelja održivosti	gradska.uprava@slatina.hr
GRAS – Gradska razvojna agencija Slatine	Komunikacija u svezi potrebnih podataka u analizi stanja i izračunu pokazatelja održivosti	pisarnica@gras.com.hr
HEP ODS – Elektra Virovitica	Komunikacija u svezi potrebnih podataka u analizi stanja i izračunu pokazatelja održivosti	info.dpvirovitica@hep.hr
Slatina KOM d.o.o.	Komunikacija u svezi potrebnih podataka u analizi stanja i izračunu pokazatelja održivosti	uprava.slatina@gmail.com
Komrad d.o.o.	Komunikacija u svezi potrebnih podataka u analizi stanja i izračunu pokazatelja održivosti	komrad@vt.htnet.hr
Veleučilište u Virovitici	Ekspertiza i stručni savjeti pri izradi dokumenta	info@vuv.hr
Zavod za prostorno uređenje VPŽ	Komunikacija u svezi potrebnih podataka u analizi stanja i izračunu pokazatelja održivosti	prostor.okolis@gmail.com
Javna ustanova za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode i ekološkom mrežom Virovitičko-podravске županije	Komunikacija u svezi potrebnih podataka u izračunu pokazatelja održivosti	info@virovitica-nature.hr
TZ grada Virovitice	Dostava podataka za potrebe izrade analize konkurencije	ured@tz-virovitica.hr
TZ općine Suhopolje	Dostava podataka za potrebe izrade analize konkurencije	info@tz-suhopolje.hr
TZ Sjeverna Moslavina	Dostava podataka za potrebe izrade analize konkurencije	info@tzsm.hr
TZ Zlatni Papuk	Dostava podataka za potrebe izrade analize konkurencije	info@zlatni-papuk.hr

TZ Našice	Dostava podataka za potrebe izrade analize konkurencije	tz@nasice.hr
Privatni i javni sektor – djelatnost pružanja smještaja i pripreme hrane i pića, turistički informativni i interpretacijski centri	Suradnja i koordinacija pri prikupljanju informacija o zadovoljstvu turista; usuglašavanje oko prijedloga strateških ciljeva razvoja turističke ponude i ključnih turističkih proizvoda	
Lokalno stanovništvo - ispitanici koji su sudjelovali u ispitivanju zadovoljstva turizmom	Suradnja oko prikupljanja podataka, mišljenja i prijedloga vezanih uz zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom na području VPŽ	

Izvor: Izrada autora

1.2. Profil odredišta – grada Slatina (osnovne i sažete informacije)

Lokacija	Grad Slatina smješten je u središnjem dijelu i drugi je grad po veličini u Virovitičko-podravskoj županiji s površinom od 166,75 km² (8,25% površine Županije). U administrativno-teritorijalnom smislu, područje Grada graniči s Općinom Sopje na sjeveru, Općinama Čađavica i Nova Bukovica na istoku, Općinama Voćin i Mikleuš na jugu te Općinom Suhopolje na zapadu.¹ Blizina većih gradova i granica • Virovitica: ~ 30 km sjeverozapadno (županijsko središte) • Osijek: ~ 95 km istočno • Zagreb: ~ 180 km zapadno (glavni grad Hrvatske) • Mađarska granica: ~ 45 km sjeverozapadno (granični prijelaz Terezino Polje) ~ 50 km sjeveroistočno (granični prijelaz Donji Miholjac) Prometne veze • Glavna cesta: Slatina se nalazi uz državnu cestu D2, koja povezuje Varaždin, Koprivnicu, Viroviticu i Osijek, prateći granicu s Mađarskom. • Željeznica: Pruga Zagreb–Koprivnica–Osijek prolazi kroz Slatinu, omogućujući povezivanje s nacionalnom i regionalnom željezničkom mrežom. • Najbliža autocesta: A5 koja povezuje Osijek s autocestom A3. Najbliži priključak na A5 nalazi se kod Osijeka ili Đakova, otprilike 70 kilometara istočno od Slatine. • Zračne luke: Najbliža veća zračna luka je Zračna luka Osijek (OSI) (~100 km), a zatim Zračna luka Franjo Tuđman Zagreb (ZAG) (~180 km). Prirodno okruženje Slatina se nalazi na spoju ravničarske i brdovite Slavonije i Podravine. Ravničarski dio je područje u kojem prevladava poljoprivredni uzgoj žitarica, povrća i voća, dok brdovitim krajem prevladavaju grabove i bukove šume te obradive površine u smislu vinograda i voćnjaka. Smještaj Slatine u navedenim reljefnim cjelinama osigurava velike površine kultivirane i izvorne prirode koju obilježava bogata raznolikost flore i faune te kao takva pruža brojne mogućnosti za uživanje i rekreaciju u prirodi.
----------	---

¹ Strategija razvoja Grada Slatine za razdoblje 2016. – 2020., Grad Slatina, Slatina, 2016.

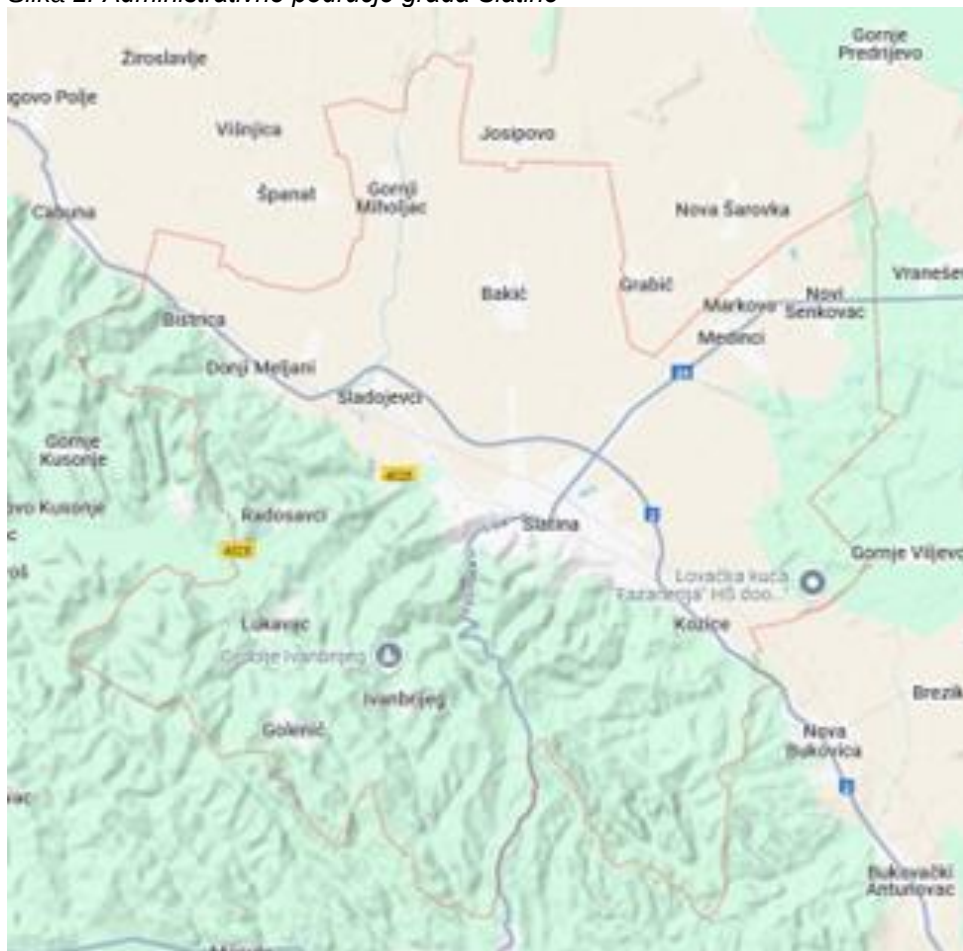
Prometna povezanost	Grad Slatina ima dobro razvijenu cestovnu mrežu koja je učinkovito povezuje s ostatkom Hrvatske i susjednom Mađarskom, što se ogleda kroz slijedeće: 1. Glavne ceste Državna cesta D2: Jedna od glavnih cesta koja prolazi kroz županiju u smjeru istok-zapad, D2 povezuje VPŽ s većim gradovima kao što su Osijek, Vukovar i Ilok na istoku te Varaždin na zapadu. Državna cesta D34: Ova cesta vodi u smjeru sjever-jug, povezujući Slatinu s Donjim Miholjcem, Mađarskom i dalje prema Osijeku i proteže se prema jugu u smjeru drugih županija. Također pruža vezu do autoceste A3, čime povezuje regiju sa Zagrebom i drugim većim gradovima. 2. Pristup autocestama Grad Slatina nema izravni pristup glavnim hrvatskim autocestama, ali je povezana s njima putem dobro održavanih državnih cesta. Najbliže glavne autoceste su A3 (Zagreb-Lipovac- granica Srbije), koja je dostupna državnom cestom D5 i A4 (Zagreb-Goričan-granica Mađarske), koja je nešto zapadnije i dostupna je državnom cestom D2. Ove autoceste povezuju Slatinu sa glavnim gradom i većim središtima u Hrvatskoj, kao i s Mađarskom i drugim susjednim zemljama. 3. Lokalne ceste i povezanost Slatina ima dobro razvijenu lokalnu cestovnu infrastrukturu, koja omogućava učinkovitu povezanost unutar grada i s okolnim područjima. Grad presijecaju nekoliko ključnih državnih cesta: Državna cesta D2: Ova važna istočno-zapadna prometnica povezuje Slatinu s gradovima poput Varaždina, Koprivnice, Virovitice, Našica, Osijeka, Vukovara i Iloka. U Slatini D2 omogućava pristup tim urbanim središtima i služi kao ključni koridor za regionalni promet. Državna cesta D34: Prolazi kroz Slatinu i povezuje grad s Donjim Miholjcem te dalje vodi prema Osijeku. Ova prometnica poboljšava dostupnost Slatine prema istočnim dijelovima Hrvatske, podržavajući lokalni i tranzitni promet. Državna cesta D69: Počinje u Slatini i proteže se prema jugu do Kamenske, povezujući grad s državnom cestom D38. Ova veza olakšava putovanje prema južnim krajevima i integrira Slatinu u širu državnu cestovnu mrežu. Ove državne ceste nadopunjuje mreža županijskih i lokalnih cesta koje osiguravaju potpunu pokrivenost unutar Slatine i okolice. Lokalni cestovni sustav podržava svakodnevnu mobilnost, gospodarske aktivnosti i pristup ključnim uslugama, doprinoseći gospodarskoj vitalnosti i kvaliteti života u Slatini. Održavanje i razvoj ovih prometnica provodi Hrvatske ceste, državna tvrtka zadužena za javne ceste u Hrvatskoj. Redovito se provode procjene i poboljšanja kako bi se osigurala sigurnost i učinkovitost prometa. 4. Granični prijelaz s Mađarskom Granični prijelaz Terezino Polje omogućuje izravnu cestovnu povezanost između VPŽ pa tako i gradom Slatinom i Mađarskom, olakšavajući međunarodna putovanja i trgovinu. Ovaj prijelaz je važan za lokalno gospodarstvo i stanovništvo, posebice za izvoz poljoprivrednih proizvoda.
---------------------	--

Prometna povezanost	5. Javni prijevoz i autobusne linije Slatina, smještena u Virovitičko-podravskoj županiji, ima razvijenu mrežu autobusnih linija koje povezuju grad s različitim destinacijama unutar Hrvatske i šire. Autobusni kolodvor Slatina nalazi se na adresi Kolodvorska 1, 33520 Slatina. Međugradski prijevoz: Slatina nudi linije koje povezuju Slatinu s gradovima poput Zagreba, Münchena, Stuttgarta i drugih. Primjerice, linija Slatina–Zagreb prometuje svakodnevno, a putovanje traje oko 4 sata. Lokalni prijevoz: Informacije o lokalnim autobusnim linijama unutar Slatine i okolnih naselja mogu se dobiti na autobusnom kolodvoru ili putem lokalnih prijevoznika. Za najnovije informacije o voznim redovima i linijama preporučuje se posjetiti službene web stranice prijevoznika ili kontaktirati autobusni kolodvor Slatina. Slatina ima umjereno dobru razinu povezanosti željeznicom, koja uglavnom služi lokalnim i regionalnim potrebama prijevoza. U nastavku je pregled željezničke mreže: 1. Glavne željezničke linije Glavna željeznička linija jest regionalna dionica R202 Varaždin - Dalj: Ova linija preko čvora u Koprivnici povezuje Slatinu te ostale gradove i općine u Županiji sa Zagrebom i svim većim središtima u Hrvatskoj i u Europi. Omogućuje relativno učinkovit prijevoz između većih gradova i ključna je prometna ruta za putnike i robu. Obnovom pruge i povećanjem brzina vlakova, u budućnosti će dobiti na većoj važnosti. 2. Lokalne veze Virovitica kao središte: Slatina sa svojom željezničkom postajom preko Virovitice koja služi kao glavno željezničko čvorište unutar županije, povezuje stanovnike grada Slatine s drugim gradovima i regijama. 3. Međunarodni pristup Kroz VPŽ pa tako i kroz Slatinu ne prolaze izravne međunarodne željezničke linije, ali preko željezničkih linija iz čvorišta u Zagrebu, Koprivnici ili Vinkovcima omogućena je povezanost željeznicom do drugih srednjoeuropskih i istočnoeuropskih zemalja. Željezničke linije su dostupne, ali nisu toliko učestale kao u urbaniziranim područjima, osobito za međugradske rute. Stanovnici i putnici često se oslanjaju na autobuse i automobile za fleksibilnije mogućnosti putovanja. Sveukupno, cestovna infrastruktura u Slatini je dobro razvijena i omogućava učinkovitu povezanost, podržavajući kako lokalno kretanje tako i regionalnu integraciju. Grad Slatina nema izravan pristup autocestama, međutim mreža državnih i lokalnih cesta, kao i blizina glavnih prometnica, osigurava učinkovitu povezanost unutar Hrvatske i prema međunarodnim destinacijama. Iako je željeznička mreža na području VPŽ dovoljna za regionalne veze, postoji prostor za modernizaciju i povećanje učestalosti linija radi veće pogodnosti putovanja.
Udaljenost od glavnog grada i važnijih emisivnih tržišta	Zagreb – 185 km Osijek – 97 km Varaždin - 143 km Rijeka – 343 km Zadar – 476 km Split - 587 km Ljubljana – 322 km Budimpešta – 309 km Beč – 350 km München - 710 km

Grad Slatina smješten je u središnjem dijelu VPŽ i drugi je grad po veličini u Županiji s površinom od 166,75 km² (8,25% površine Županije). Grad Slatina obuhvaća naselja: Bakić, Bistrica, Donji Meljani, Golenić, Gornji Miholjac, Ivanbrijeg, Kozice, Lukavac, Markovo, Medinci, Novi Senkovac, Radosavci, Slatina, Sladojevački Lug i Sladojevci. U administrativno-teritorijalnom smislu, područje Grada graniči s Općinom Sopje na sjeveru, Općinama Čađavica i Nova Bukovica na istoku, Općinama Voćin i Mikleuš na jugu te Općinom Suhopolje na zapadu.²

Grad Slatina nalazi se na granici regija Slavonije i Podravine. Područje je prirodno omeđeno na sjeveru rijekom Dravom, a na jugu grebenima planina Papuka i Krndije. Slatina je smještena na prosječnoj nadmorskoj visini od 127 m (od 122 do 183 mnv, a šire područje Grada Slatine pripada Podravini, u mikroregiji Donjopodravске nizine Istočnоhrvatske ravnice.³ Preciznije gledano, radi se o području smještenom u sjeverozapadnom dijelu slavonske Podravine koju karakterizira izdužen oblik u pravcu sjever-jug te jasna reljefna podijeljenost na sjeverni prostor podravске nizine i južni brdsko-planinski prostor slavonskih gorja Papuka i Krndije. Takvom geografskom prostoru pogodio je i razvoj longitudinalnih prometnica smještenih u podravski prometni koridor koji se proteže od istočnih do zapadnih granica kontinentalnog dijela Republike Hrvatske.⁴

Slika 1. Administrativno područje grada Slatine



Izvor: Google Maps

² Strategija razvoja Grada Slatine za razdoblje 2016. – 2020., Grad Slatina, Slatina, 2016.

³ Feldbauer, B. (2004): Leksikon naselja Hrvatske, drugi svezak. Zagreb: Mozaik knjiga.

⁴ Urbanistički plan uređenja grada Slatine (Službeni glasnik Grada Slatine 02/07, 01/12, 01/15).

	Gore i planine: S južne strane područja Grada protežu se obronci Papuka (954 m) i Krndije (792 m). Rijeke Grad Slatina pripada vodnom području sliva Drave i Dunava, unutar kojeg se nalaze slivno područje „Županijski kanal“ Virovitica i slivno područje „Karašica-Vučica“ Donji Miholjac. Kroz Slatinu protječu vodotoci Slatinska Čađavica, Javorica, Kozički potok, Potočani, Slanac, Lukavac, Jugovac i Brod. Rijeka Drava udaljena je oko 17 km. U naselju Noskovci nalazi se i Informativno edukativni centar-hostel "Dravska priča" koji se nalazi na području UNESCO prekograničnog Rezervata biosfere Mura-Drava-Dunav. Vodotoci i akumulacije Vodotok Čađavica protječe zapadnim dijelom područja Grada Slatina u smjeru jug-sjever istočno od naselja Radosavci, zapadno pokraj naselja Sladojevci, istočno pokraj naselja Gornji Miholjac i dalje prema sjeveru. Vodotok Javorica protječe srednjim dijelom područja grada Slatine u smjeru jug-sjever, dijelom sa istočne strane uz D 49 Slatina-Čeralije, zatim preko zapadnog dijela naselja Slatina. Na sjevernom dijelu područja grada sjeverno od naselja Slatina odnosno predjela Novo Naselje vodotok mijenja smjer i teče prema istoku gdje utječe u vodotok Čađavicu.⁵ Akumulacija Javorica nalazi se na cca 300 m od državne ceste za Voćin i Pleternicu, na izlazu iz Slatine, a uz cestu prema naselju Ivanbrijeg kapaciteta je 460.000,00 m³ vode te zadržava vode brzaca sa sjevernih papučkih obronaka i time čuva grad od poplavo uzrokovanih velikom količinom padalina. Osim sagrađene akumulacije Javorica, u 2015. godini dovršena je izgradnja akumulacije Slanac, površine 80 ha, s uređenom stazom za biciklizam i šetnju, a posljednja, nedavno izgrađena je akumulacija je Stublovac. U pripremi je još izgradnja akumulacije kod prigradskog naselja Lukavac. Umjetna jezera "Bajer" i "Bakić" pogodna su za ribolov.⁶
	Klimatska obilježja Prostor grada Slatine pripada geografskom području Podravine, koje jednim svojim dijelom pripada prostoru Središnje Hrvatske, a drugim dijelom prostoru Istočne Hrvatske pa klimatske osobine pokazuju prijelazni karakter prema svježijoj i hladnijoj klimi Središnje Hrvatske. Klimatske osobine ovog prostora mogu se okarakterizirati kao svježja klima kontinentalnog tipa. Slatina ima prosječno oko 200 sunčanih dana godišnje. Ljeta su općenito topla i suha, osobito od lipnja do kolovoza, što pruža idealne uvjete za poljoprivredu i aktivnosti na otvorenom. Područje grada Slatine prima prosječno 800 do 900 mm oborina godišnje. Najviše padalina ima u kasno proljeće i rano ljeto (svibanj i lipanj) te ponovno u jesen (listopad). Snježne padaline zimi se javljaju pretežito u siječnju i veljači. Uglavnom se ne zadržavaju dugo na tlu.
	Broj stanovnika Prema popisu stanovništva iz 2021. godine, Grad Slatina broji 11.503 stanovnika, od toga 5.508 muškaraca i 5.995 žena, s prosječnom starošću 44,5 godina. Prosječna gustoća naseljenosti je 69 st./km². U odnosu na popis stanovništva iz 2011.g., ukupan broj stanovnika smanjio se za 2.183, a povećala se i prosječna dob stanovnika (s 40,7 godina 2011.).⁷

⁵ Procjena ugroženosti od požara i tehnološke eksplozije Grad Slatina, IN konzalting d.o.o. za poslovne usluge (2022) dostupno na: <https://www.slatina.hr/portal/wp-content/uploads/2022/11/Procjena-ugrozenosti-od-pozara-Slatina.pdf>

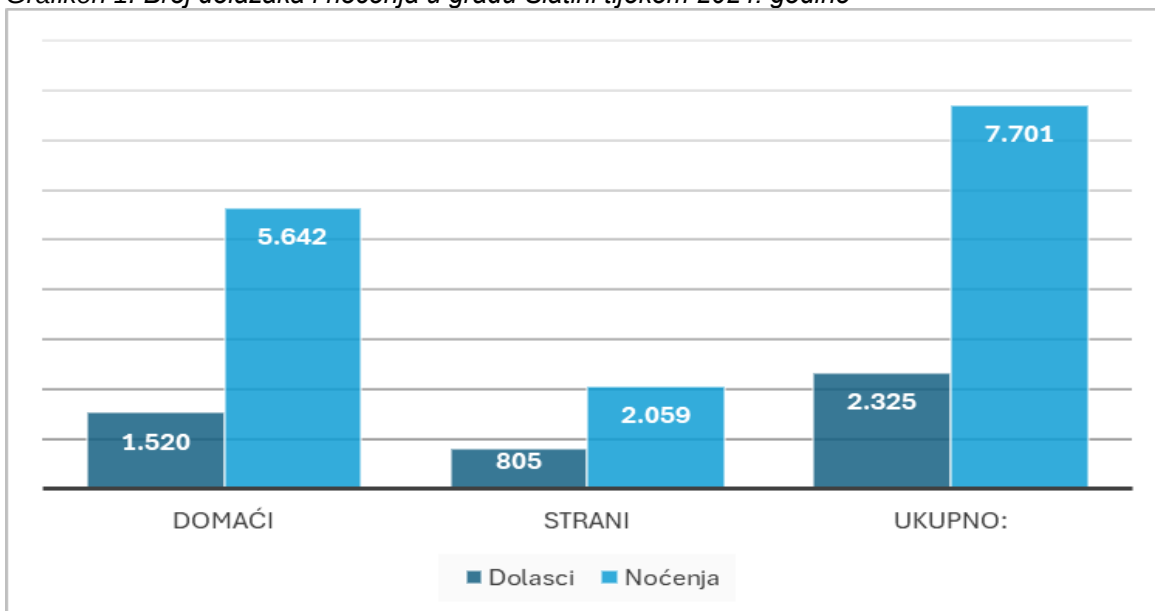
Strategija razvoja Grada Slatine za razdoblje 2016. – 2020., Grad Slatina, Slatina (2016)

⁶ Ibidem

⁷ Popis stanovništva, kućanstava i stanova u Republici Hrvatskoj 2021., Državni zavod za statistiku; Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2011, Državni zavod za statistiku

Broj turista (2023.)

Grafikon 1. Broj dolazaka i noćenja u gradu Slatini tijekom 2024. godine

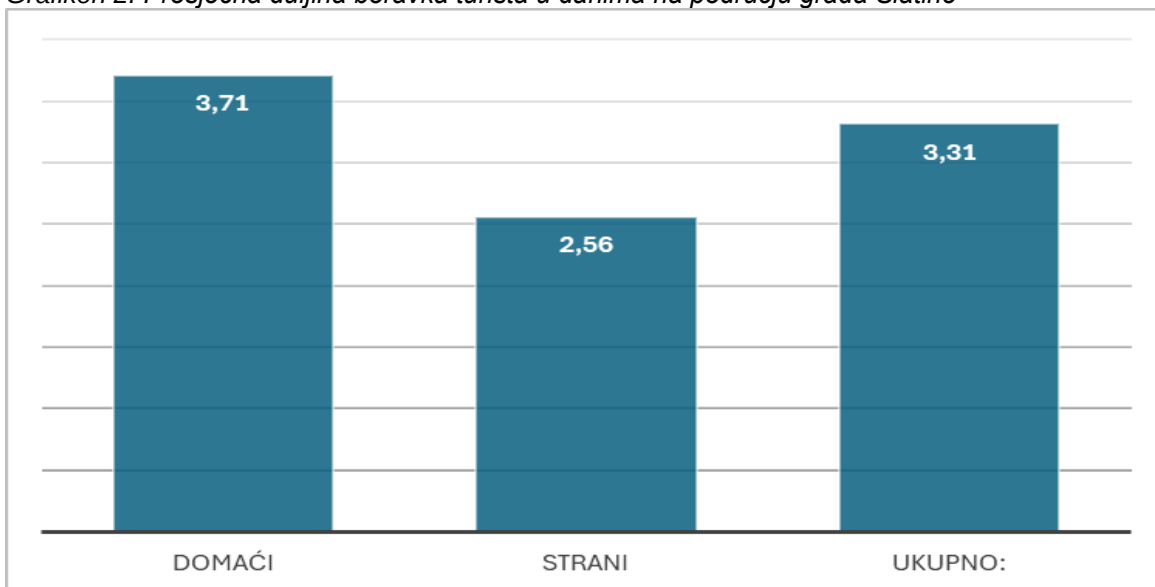


Izvor: TZ grada Slatine, podaci iz sustava eVisitor

U 2024. godini zabilježeno je ukupno 2.325 dolazaka, od čega 1.520 domaćih i 805 stranih turista. Istovremeno, u promatranoj godini ostvareno je 7.701 noćenje, od čega su 5.642 noćenja ostvarili domaći turisti, a 2.059 strani.

Prosječna duljina boravka (u danima)

Grafikon 2. Prosječna duljina boravka turista u danima na području grada Slatine



Izvor: TZ grada Slatine, podaci iz sustava eVisitor

Prosječna duljina boravka turista u 2024. godini bila je približno 3,5 dana. Domaći turisti u prosjeku su ostajali duže (3,71 dana), dok su strani turisti na području grada Slatine boravili u prosjeku 2,56 dana.

Turistički kapaciteti po vrstama

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

Vrsta	2023			2024		
	Broj objekata	Broj smještajnih jedinica	Broj kreveta	Broj objekata	Broj smještajnih jedinica	Broj kreveta
Apartman	2	4	6	2	4	6
Hostel	1	8	30	1	8	30
Kuća za odmor	1	4	8	1	4	8
Kuća za odmor (vikendica)	0	0	0	1	1	4
Lovački dom	1	8	16	1	8	16
Objekti u domaćinstvu	2	4	8	3	8	18
Soba za iznajmljivanje	5	33	52	5	33	52
Ukupno	12	61	120	14	66	134

Izvor: TZ grada Slatine, podaci iz sustava eVisitor

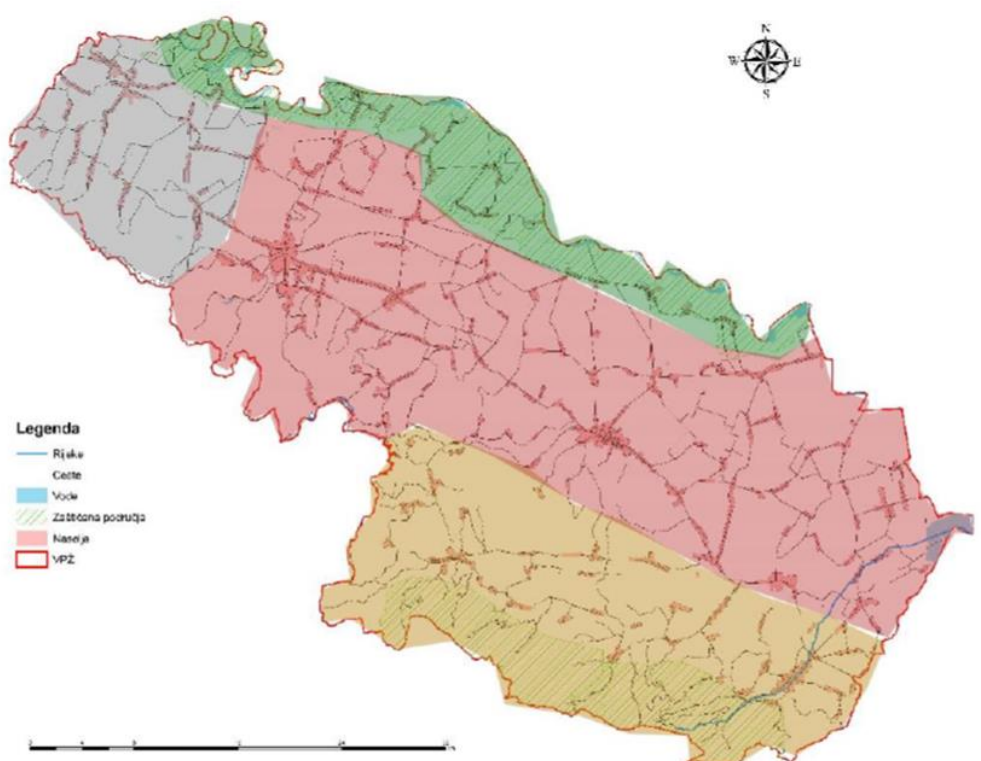
Ugostiteljski sadržaji

Tablica 3. Ugostiteljski objekti prema vrstama

Vrsta	Broj objekata
Bistro	1
Caffe bar	11
Caffe-noćni bar	1
Caffe- wine bar	1
Lounge bar	1
Pizzeria- slastičarnica	1
Pizzeria	1
Pizzeria- bistro	1
Kavana	2
Objekt brze prehrane (fast food)	1
Objekt jednostavnih brzih usluga	1
Zdravljak	1
Restoran	5
Sveukupno	28

Izvor: Izrada autora

Najpopularnije turističke atrakcije	Prirodne atrakcije Slatinska Sequoia (stablo Mamutovac) Jezero Javorica Park 136. slatinske brigade Potočanski rekreacijski centar Slatinski vidikovac Izletište Bunarić Skijalište Tominac Slatinsko vinogorje Park šuma- Turski grad Kulturne atrakcije Crkva Sv. Josipa, Slatina Crkva Sv. Barbare, Sladojevc Crkva sv. Trojice, Gornji Miholjac Arheološka baština Samostan Sestara Presvetog srca Isusova Gradska knjižnica i čitaonica Slatina Žitnica, Gornji Miholjac Ostala kultura života i rada Slatinski pjenušac Obitelj Schamburg-Lippe Kompozitor suvremene glazbe Milko Kelemen Književnik, teoretičar, povjesničar Viktor Žmegač KUD Dika Gradsko amatersko kazalište „Leo Srdoč“ Tradicijski krznarski obrt Vlatka Gribla Tradicijski užarski obrt Antuna Kneza Kulturne ustanove/ muzeji i posjetiteljski centri EPIcentar Sequioa Slatina Zavičajni muzej Slatina Važnije manifestacije Slatinsko ljeto Dani Milka Kelemena Popišanac trail Moto susreti Dan grada Slatine Loud fest SAF – Street Art Fest Biciklistički maraton XCM Javorica
--	---

Glavni turistički proizvodi i atributi destinacije	Elementi proizvoda zelenog i aktivnog turizma Sequoia Slatina, EPicentar Sequoia Slatina, jezero Javorica, park šuma Turski Grad, skijalište Tominac, vidikovac i vinogradi, poučna pješačka staza, izletišta Bunarić, Park 136. slatinske brigade, brdske biciklističke staze, Popišanac trail, sportski tereni i dvorane, trekking. Elementi proizvoda kulturnog turizma Zavičajni muzej Slatina, kino Slatina, stalni postavi, postav Milko Kelemen, arheološki park Turski Grad, sakralni objekti, KUD Dika. Elementi sekundarnih turističkih proizvoda Proizvodi Gastro i vinskog turizma Slatinsko-Voćinsko pobrđe, vinski podrumi, Slatinski biser-pjenušac, restorani i slastičarnice, lokalni OPG-ovi, med i proizvodi od meda. Lovni turizam Lovišta grada Slatine, fazanerija Kozice, lovačka kuća Repić Slatina.
Turističke zone i površine	Prema Strategiji razvoja turizma VPŽ do 2030. godine izdvajaju se četiri zasebne prostorne cjeline koje se tematski nadograđuju. Prostorne cjeline prikazane su na Slici 2., pri čemu je zelenom bojom označeno područje uz Dravu, žutom bojom zona Papuka, rozom bojom središnji (nizinski) prostor i sivom bojom područje Podravine. Područje destinacije grada Slatine nalazi se u zoni središnji (nizinski) prostor - podrazumijeva kulturni turizam/kulturu života i rada i rekreaciju. Glavne destinacijske točke su Virovitica, Suhopolje, Višnjica i Slatina. <i>Slika 2. Turističke zone</i>  Izvor: Strategija razvoja VPŽ do 2030. godine. Institut za turizam, 2021.

Turistička infrastruktura	Na idućoj Tablici 4. vidljiva je turistička infrastruktura grada Slatine prema atrakciji, tipu i važnosti pojedine razine.		
	Tablica 4. Turistička infrastruktura grada Slatine		
	Lokalitet/objekt	Atrakcija	Tip
	Dravska biciklistička ruta i EuroVelo 13 ruta „Željezne zavjese“	Devet biciklističkih ruta među kojima je i slatinski đir	biciklistička ruta
	Izletište Bunarić	Izvor čiste i svježje vode, uređene sjenice, uređena infrastruktura za downhill i trekking	izletište
	Jezero Javorica	Bogata flora i fauna	ribolov
	EPIcentar Sequoia Slatina	Osim egzotičnih biljnih vrsta, sadrži i druge turističke elemente – hostel, restoran, konferencijske dvorane, multimedijalno-interaktivni postav, poučnu stazu i dječje igralište.	turistički centar
	Skijalište Tominac	Skijaška staza dužine 300 metara (skijanje, bordanje, sanjkanje)	skijalište
Zavičajni muzej Slatina			Stalni postav, spomen soba Milka Kelemena, Soba sportova, Spomen soba Domovinskog rata...
Kulturni turizam			regionalna
Izvor: izrada autora			

2. ANALIZA STANJA

Provedenom analizom stanja glavnih čimbenika razvoja turizma destinacije grada Slatine, napravljen je sustavni prikaz resursno-atraksijske osnove, turističke i javne infrastrukture, prometne povezanosti i digitalizacije, pristupačnosti destinacije te organiziranosti i dostupnosti turističke ponude, stanja i potrebe angažiranja ljudskih potencijala, kao i pregled komunikacijskih aktivnosti te konkurentske pozicije u odnosu na druge destinacije u okruženju. Analizom je dobiven jasan uvid u trenutno stanje turizma s obzirom na analizirane sastavnice turističkog razvoja, pri čemu su također utvrđeni i potencijal, ali i izazovi u daljnjem razvoju održivog turizma na području grada Slatine.

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

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

KULTURNE ATRAKCIJE
EPIcentar Sequioa Slatina Zavičajni muzej Slatina Crkva Sv. Josipa, Slatina Crkva Sv. Barbare, Sladojevc Crkva sv. Trojice, Gornji Miholjac Arheološka baština Samostan Sestara Presvetog srca Isusova Gradska knjižnica i čitaonica Slatina Žitnica, Gornji Miholjac Ostala kultura života i rada: Slatinski pjenušac Obitelj Schamburg-Lippe Kompozitor suvremene glazbe Milko Kelemen Književnik, teoretičar, povjesničar Viktor Žmegač KUD Dika Gradsko amatersko kazalište „Leo Srdoč“ Tradicijski užarski obrt Antuna Kneza Tradicijski krznarski obrt Vlatka Gribla
PRIRODNE ATRAKCIJE
Slatinska sequoia Jezero Javorica Park 136. slatinske brigade Potočanski rekreacijski centar Slatinski vidikovac Izletište Bunarić Skijalište Tominac Slatinsko vinogorje

Park šuma- Turski grad
VAŽNIJE MANIFESTACIJE
Slatinsko ljeto Dani Milka Kelemena Popišanac trail Moto susreti Dan grada Slatine Loud fest SAF – Street Art Fest Biciklistički maraton XCM Javorica

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

Tablica 5. Turistički kapaciteti po vrstama objekata u 2023. i 2024. godini

Vrsta	2023			2024		
	Broj objekata	Broj smještajnih jedinica	Broj kreveta	Broj objekata	Broj smještajnih jedinica	Broj kreveta
Apartman	2	4	6	2	4	6
Hostel	1	8	30	1	8	30
Kuća za odmor	1	4	8	1	4	8
Kuća za odmor (vikendica)	0	0	0	1	1	4
Lovački dom	1	8	16	1	8	16
Objekti u domaćinstvu	2	4	8	3	8	18
Soba za iznajmljivanje	5	33	52	5	33	52
Ukupno	12	61	120	14	66	134

Izvor: TZ grada Slatine, podaci iz sustava *eVisitor*

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

Tablica 6. Popis ugostiteljskih objekata na području grada Slatine

Vrsta objekta	Naziv	Adresa
Restorani	Sequoia	Šetalište Julija Burgera 10
	Stari podrum	Ulica kralja Zvonimira 6
	KTC	Industrijska ulica 7/3
	Jošavec	Ulica Vladimira Nazora 400
	Raj	Mihanovićeve 9, Medinci

Bistro/ Sandwich bar	Pajo	Ulica Vladimira Nazora 18
Bistro i pizzeria	Ivona	Ulica Vladimira Nazora 45
Bistro i catering	Miss	Ulica Vladimira Nazora 41
Pizzeria	Al Forno	Ulica Braće Radić 42
Pizzeria i slastičarna	Tina	Ulica Vladimira Nazora 32
Zdravljak	Fontana	Ulica Vladimira Nazora 14
Fast food	Alcatraz	Ulica Braće Radića 7
Kavana	Elida	Ulica Braće Radić 12
	Mb 136	Ulica Vladimira Nazora 27
Caffe bar	Prijašin 2	Ulica Braće Radić 10
	Bolero	Trg sv. Josipa bb
	Tano	Trg sv. Josipa 11A
	Fontana	Trg sv. Josipa 1
	Tena	Trg sv. Josipa 1
	Ferrari	Trg sv. Josipa 1
	F1	Ulica Vladimira Nazora 17
	Lopta	Ulica Bana Jelačića 1
	Zeus	Ulica kralja Zvonimira 29
	Al Capone	Ulica Braće Radić 159, Sladojevci
Pizzerija Lana, Cabuna	Havana	Ulica kralja Zvonimira 6
	Pub	Ulica Braće Radić 7
Caffe i wine bar	Vertigo	Trg Svetog Josipa 1
Lounge bar	Nino	Ulica Vladimira Nazora 11

Izvor: izrada autora

D. Turističke usluge

Turističke usluge na području Grada Slatine pružaju turistički vodiči, cikloturistički vodiči i turistički pratitelji. Turistički i cikloturistički vodiči govore hrvatski, engleski i njemački jezik, a dostupni turistički pratitelji su osposobljeni kao interpretatori po zaštićenim područjima prirode. Turistima su dostupne informacije i u okviru Turističke zajednice grada Slatine na adresi ulica Ante Kovačića 1.

2.2. Javna turistička infrastruktura

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

Primarnu turističku infrastrukturu predstavljaju:

- EPIcentar Sequioa Slatina
- Zavičajni muzej Slatina
- Crkva Sv. Josipa, Slatina
- Crkva Sv. Barbare, Sladojevc
- Crkva sv. Trojice, Gornji Miholjac
- Samostan Sestara Presvetog srca Isusova
- Gradska knjižnica i čitaonica Slatina
- Žitnica, Gornji Miholjac
- Stablo Mamutovac – slatinska Sequoia
- Jezero Javorica
- Park 136. slatinske brigade
- Potočanski rekreacijski centar
- Slatinski vidikovac
- Izletište Bunarić
- Skijalište Tominac
- Slatinsko vinogorje
- Park šuma- Turski grad
- Biciklistička staza Slatinski krug
- MTB staza Kune zlatice
- MTB staza Od jezera do jezera

Sekundarnu infrastrukturu predstavljaju:

- Arheološka baština
- Slatinski pjenušac
- Obitelj Schamburg-Lippe
- Gradska parkirališta - ukupno 546 parkirališnih mjesta
- Sportska dvorana OŠ Josipa Kozarca Slatina
- Sportska dvorana SŠ Marka Marulića Slatina
- Odbojkaško, rukometno i tenisko igralište Slatina

2.3. Energetska, telekomunikacijska i komunalna infrastruktura**Energetska infrastruktura**

Prema PPVPŽ na području VPŽ, pa tako i grada Slatine, cjelokupne elektroenergetske potrebe podmiruju se iz elektroenergetske mreže HEP-a. Elektroenergetska mreža za prijenos električne energije sadržava samo objekte na 110 kV naponskoj razini i to 2 trafostanice na području Virovitice i Slatine, te zračne dalekovode 110 KV: Našice – Slatina, Slatina – Virovitica i Daruvar – Virovitica. Distribucijska mreža obuhvaća

naponske razine od 35 kV i 10 kV, a udio elektroopskrbnih vodova naponske razine 10 kV iznosi 83,6

Plinoopskrbni sustav VPŽ sastoji se od magistralne i distribucijske plinske mreže te devet mjerno-redukcijskih stanica (MRS). Državna tvrtka Plinacro d.o.o. ima u nadležnosti magistralnu plinsku mrežu na području VPŽ, a distribucijska plinska mreža na području grada Slatine u nadležnosti je HEP Plin d.o.o. Na području grada Slatine prolazi 1 magistralni plinovod⁸.

Prema podacima Registara projekata i postrojenja za korištenje obnovljivih izvora energije i kogeneracije te povlaštenih proizvođača na području grada Slatine prijavljena su 5 projekta sunčanih elektrana ukupne snage 20,426 MW, 3 elektrane na biomasu snage 7,95 MW i 2 elektrana na bioplin snage 3 MW.

Telekomunikacijska infrastruktura i dostupnost interneta

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

Vodoopskrba i odvodnja

Vodoopskrbni sustav u gradu Slatini vrlo je dobro razvijen – oko 90% kućanstava i drugih korisnika ima pristup mreži i mogućnost priključenja. Opskrbu vodom osigurava komunalno poduzeće Komrad d.o.o., koje upravlja vodoopskrbom iz crpilišta u Medincima. Kad je riječ o odvodnji, u samoj Slatini pokrivenost iznosi otprilike 70% potencijalnih korisnika. Također, i te usluge pruža Komrad d.o.o., a trenutno je na mrežu spojeno 3.218 korisnika. U ostalim naseljima oko grada sustav odvodnje i pročišćavanja otpadnih voda još uvijek nije izgrađen.

Kako bi se unaprijedila vodno-komunalna infrastruktura, pokrenut je projekt “Aglomeracija Slatina” vrijedan oko 185 milijuna kuna. Projekt obuhvaća gradnju i obnovu sustava za vodoopskrbu i odvodnju, izgradnju nove vodospreme kapaciteta 1.000 m³, kao i pripremu za veliki broj novih priključaka na mrežu. Očekuje se da će ovaj projekt znatno podići razinu komunalnih usluga u gradu Slatini.

Gospodarenje otpadom

Gospodarenje otpadom na području Grada Slatine organizirano je s ciljem osiguravanja trajne čistoće te zaštite okoliša i zdravlja građana. Uslugu prikupljanja i odvoza komunalnog otpada obavlja komunalno poduzeće SLATINA KOM d.o.o., koje djeluje na čitavom administrativnom području grada.

⁸ Magistralni plinovod Slatina-Velimirovac DN200/50 bar, dostupno na: https://www.slatina.hr/portal/wp-content/uploads/2021/02/1-SUO_MP_Slatina_Velimirovac_12021.pdf

Grad Slatina kontinuirano provodi aktivnosti usmjerene na unapređenje sustava gospodarenja otpadom. Poseban naglasak stavljen je na razdvajanje otpada na mjestu njegova nastanka, čime se izravno doprinosi učinkovitijem recikliranju i smanjenju ukupne količine otpada. U tu svrhu, građanima su omogućeni spremnici za odvojeno prikupljanje otpada – papira, plastike, stakla i biootpada – koji su dostupni na više lokacija unutar grada.

Za potrebe odlaganja i obrade prikupljenog otpada koristi se odlagalište otpada „Radosavci“, smješteno u blizini grada. Odlagalište je trenutačno u fazi sanacije i usklađivanja s važećim standardima zaštite okoliša, s ciljem smanjenja negativnog utjecaja na okoliš i očuvanja javnog zdravlja.

U svrhu strateškog razvoja sustava gospodarenja otpadom, Grad Slatina je donio Plan gospodarenja otpadom za razdoblje 2017.–2022.⁹. godine. Plan uključuje konkretne mjere i aktivnosti usmjerene na smanjenje količine otpada, povećanje stope reciklaže te unapređenje komunalne infrastrukture. Novi planski dokument koji bi obuhvatio razdoblje nakon 2022. godine trenutno još nije izrađen.

Tablica 7. Tvrtke koje prikupljaju otpad na području grada Slatine

Tvrtka	Jedinica lokalne samouprave
Slatina KOM d.o.o.	Područje grada Slatine

Izvor: Službene stranice grada Slatine, dostupno na: <https://www.slatina.hr/portal/gradske-tvrtke-i-ustanove/slatina-kom-d-o-o>

2.4. Prometna infrastruktura

Cestovna infrastruktura

• Primarne ceste:

- **Državna cesta D2 (Podravska magistrala):** ova važna istočno-zapadna prometnica prolazi kroz sjevernu Hrvatsku, povezujući Varaždin i Osijek, a prolazi i kroz Slatinu. Ključna je za regionalni promet.
- **Državna cesta D34:** povezuje Slatinu s Donjim Miholjcem, Valpovom i Osijekom. Ukupna duljina ove ceste je oko 79 kilometara i dodatno poboljšava dostupnost grada.
- **Državna cesta D69:** cesta je dugačka 50,9 kilometara, povezuje Slatinu s Kamenskom i osigurava dodatnu prometnu vezu unutar Slavonije.
- **Županijske ceste i lokalne ceste:** osim državnih cesta, Slatina je povezana i mrežom županijskih cesta koje omogućuju pristup manjim naseljima i ruralnim područjima u okolici, kao i lokalnim cestama koje prometno povezuju preostali dio Grada Slatine.

⁹ Službene stranice grada Slatine, <https://www.slatina.hr/portal/slatinsko-gradsko-vijece-usvojilo-plan-gospodarenja-otpadom-grada-slatine-razdoblje-2017-2022>

- **Blizina glavnim autocestama:** Najbliža autocesta Slatini je autocesta A5 (tzv. "Slavonika"), koja povezuje Osijek s autocestom A3 kod Sredanaca. Najbliži priključak na A5 nalazi se u blizini Osijeka, otprilike 70 kilometara istočno od Slatine. Ova autocesta omogućuje brzu povezanost s ostatkom Hrvatske, uključujući Zagreb i druge veće gradove.

Ukratko, mreža lokalnih i regionalnih cesta osigurava Slatini dobru prometnu povezanost s okolnim područjima, dok relativna blizina autoceste A5 omogućuje pristup širem nacionalnom cestovnom sustavu.

Željeznička infrastruktura

- **Glavne željezničke linije:** Slatina je značajno željezničko čvorište u Virovitičko-podravskoj županiji, smješteno na pruzi R202 koja povezuje Varaždin i Dalj. Ova pruga, duga 249,8 km, jednokolosiječna je i neelektrificirana, s maksimalnom brzinom od 100 km/h
- **Regionalne željezničke linije:** Slatina leži na pruzi R202 (Varaždin – Dalj), koja je dio regionalne željezničke mreže Hrvatske. Ova pruga je neelektrificirana i jednokolosiječna, a koristi se prvenstveno za lokalni i regionalni putnički promet, ali i za teretni promet.
- **Glavni pravci iz Slatine:**
 - **Slatina – Virovitica – Koprivnica – Zagreb** – povezuje Slatinu s glavnim gradom Zagrebom i osigurava mogućnost nastavka putovanja prema Rijeci/Splitu i ostalim europskim metropolama.
 - **Slatina – Virovitica – Koprivnica – Varaždin** - omogućuje povezanost sa sjevernom Hrvatskom.
 - **Slatina – Našice – Osijek – Dalj** – ova ruta osigurava vezu sa slavonskim gradovima, osobito s Osijekom.
- **Lokalni vlakovi** redovito prometuju prema Virovitici, Našicama i Osijeku.
- **Međunarodne željezničke veze** – Slatina trenutno nije izravno povezana međunarodnim vlakovima (nema međunarodnih vlakova koji polaze iz ili prolaze kroz Slatinu), ali se može povezati s inozemstvom putem presjedanja u većim čvorištima:
 - preko Osijeka i Vinkovaca – moguće je presjedanje na vlakove prema Beogradu, Sarajevu, pa čak i prema Budimpešti (uz dodatna presjedanja).
 - preko Koprivnice ili Varaždina – postoji opcija povezivanja s Mađarskom (preko Nagykanizse i Zalaegerszega), ali uz promjene i ograničenu učestalost.
 - preko Zagreba – Glavni kolodvor ima redovite međunarodne linije za:
 - Ljubljanu
 - Beč
 - Budimpeštu
 - München
 - Zürich (sezonski)

- Beograd (povremeno)

Javni prijevoz

- **Autobusne usluge** – autobusni prijevoz u Slatini ključan je za povezivanje grada s drugim dijelovima Hrvatske i inozemstva. Glavno središte autobusnog prometa je Autobusni kolodvor Slatina, smješten na adresi Kolodvorska 1, 33520 Slatina. Kojim upravlja tvrtka Čazmatrans promet d.o.o. Autobusni kolodvor nudi usluge prodaje karata, informacije o voznom redu te prihvata prtljage i robe.
- **Povezanost i linije:**
 - **Međugradske linije** – Slatina je autobusnim linijama povezana s više od 10 gradova u Hrvatskoj, uključujući Zagreb, Split i Rijeku.
 - **Međunarodne linije** – putnici iz Slatine mogu putovati autobusima prema međunarodnim odredištima poput Nürnberga, Stuttgarta, Linza i Münchena.
- **Prijevoznici:**
 - **FlixBus** – nudi usluge prijevoza iz i prema Slatini, s cijenama karata već od 3,98 €.
 - **Arriva – Autotrans** – pruža usluge prijevoza na relaciji Slatina-Zagreb.

Prekogranični pristup

- **Granični prijelaz s Mađarskom** – granični prijelazi Terezino Polje i Donji Miholjac omogućuju cestovni pristup Mađarskoj, podržavajući međunarodna putovanja i trgovinu. Prijelazi su posebno važni za poljoprivredni sektor jer omogućuju učinkovit izvoz robe na susjedna tržišta.

Opća povezanost

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

2.5. Analiza stanja digitalizacije

Centralizirane digitalne platforme sa informacijama

Grad posjeduje web platformu OTVORENI GRAD¹⁰ koja služi za lakšu komunikaciju građana s gradskom upravom te je dostupna putem računala, tableta i pametnih telefona i građanima pruža sve servise na jednom mjestu (Financijske kartice, iTransparentnost, Otvoreni GIS, iProračun, Digitalni obrasci).

¹⁰ Web platforma Otvoreni grad, dostupno na: <https://slatina.otvorenigrad.hr/>

Na službenim stranicama Grada Slatine¹¹ nalaze se obrasci u digitalnom obliku kao i osnovne smjernice prava na pristupu informacijama.

Smart city

Grad Slatina je 2020. uspostavio besplatan bežični internet koji pokriva područje Parku 136. slatinske brigade, parku ispred Pučkog otvorenog učilišta i Gradske knjižnice i čitaonice Slatina i na Trgu sv. Josipa. Isto tako građani će besplatni internet moći koristiti u prostorima Zavičajnog muzeja Slatina, dvorani Pučkog otvorenog učilišta, Hrvatskog doma i Gradske uprave Grada Slatine. Sredstva su osigurana preko natječaja Europske unije namijenjenog za financiranje instaliranja pristupnih točaka za Wi-Fi u središtima javnog života WiFi4EU, a koji je provela Izvršna agencija za inovacije i mreže (INEA), te je osiguran vaučer u vrijednosti od 15.000 eura.

Virtualna i proširena stvarnost, održive destinacije i ekologija

Virtualna stvarnost "EPIcentar Sequoia"¹²

Edukacijski programi

Tečajeve i radionice za zaposlenike, kao i obrazovni programi, stručno osposobljavanje i prekvalifikacije provodi Pučko otvoreno učilište Slatina¹³

Kibernetička sigurnost i zaštita podataka

Posjedujemo vlastiti server kojeg održava tvrtka Slatinski informativni centar d.o.o.

2.6. Analiza stanja pristupačnosti destinacije osobama s posebnim potrebama

Podaci Svjetske zdravstvene organizacije (WHO, 2023) pokazuju da oko 16% svjetske populacije (1,3 milijarde ljudi) ima značajan invaliditet. Visoki udio osoba s invaliditetom u ukupnoj populaciji zahtjeva da pristupačnost turističkih destinacija svima (objekata, proizvoda i usluga) treba biti središnji dio svake odgovorne i održive turističke politike. Pristupačnost, iako osnovno ljudsko pravo koje u turizmu ima posebnu važnost u smislu međusobnog razumijevanja, inkluzije i poštovanja, predstavlja i poslovnu priliku za destinacije i subjekte da prihvate sve posjetitelje i povećaju svoje prihode.¹⁴ Europska komisija je predana u povećanju pristupačnosti u turizmu kroz niz aktivnosti, naglašavajući da osnovne prilagodbe objekata, pružanje točnih informacija i razumijevanje potreba osoba s invaliditetom mogu rezultirati povećanim brojem posjetitelja, doprinijeti kvaliteti boravka i doživljaja za sve, ali i kvaliteti života u lokalnim zajednicama. Europska komisija podržava razvoj pristupačnih turističkih itinerera,

¹¹ Službene stranice grada Slatine, dostupno na: <https://www.slatina.hr/portal/pristup-informacijama/>

¹² Virtualna stvarnost "EPIcentar Sequoia, dostupno na: <https://epicentar-sequoia.hr/>

¹³ Web stranica Pučkog otvorenog učilišta Slatina, dostupno na: <https://www.pou-slatina.hr>

¹⁴ UN Tourism, dostupno na: <https://www.unwto.org/accessibility>

sufinanciranjem projekata koji se odnose na dizajn, provedbu i marketing pristupačnih turističkih itinerera. Glavni ciljevi takvih turističkih itinerera su povećati mogućnosti pristupačnih putovanja osobama s posebnim potrebama, promicati društvenu uključenost te poboljšati vještine zaposlenika u turističkoj industriji.¹⁵ Prema Izvešću *Mapping and Performance Check of the Supply of Accessible Tourism Services* iz 2015. godine, koje je imalo za cilj identificirati i prebrojati turističke usluge koje mogu zadovoljiti tržište pristupačnog turizma (starije osobe, osobe s invaliditetom, obitelji s malom djecom i osobe s različitim posebnim zahtjevima pristupa), detektirano je 313.286 pružatelja pristupačnih turističkih proizvoda i usluga u državama članicama EU-a (European Commission, 2015).

Republika Hrvatska obvezala se poduzeti određene mjere i aktivnosti, sukladno UN-ovoj Konvenciji o pravima osoba s invaliditetom i donesenom Zakonu o potvrđivanju Konvencije o pravima osoba s invaliditetom i Fakultativnog protokola uz Konvenciju o pravima osoba s invaliditetom. Mjere i aktivnosti imaju za cilj osobama s invaliditetom osigurati pristup turističkoj ponudi, turističkim destinacijama i pristup turističkim aktivnostima. Jednako tako, promiče zapošljavanje i napredovanje osoba s invaliditetom na tržištu rada, kao i pružanje pomoći u pronalaženju, dobivanju, zadržavanju i povratku na posao. Ministarstvo turizma i sporta priprema i provodi niz mjera kojima potiče hrvatsko tržište da osobama s invaliditetom omogući ravnopravno uživanje u turističkoj ponudi, ali i njihovo uključivanje u tržište rada. U okviru Akcijskog plana izjednačavanja mogućnosti za osobe s invaliditetom za razdoblje 2021.-2024., Ministarstvo turizma i sporta koordinira provedbom 3 mjere koje se tiču pristupačnosti u turizmu.¹⁶ Uzimajući u obzir aktualne trendove pristupačnog turizma, nužno je analizirati razinu pristupačnosti destinacije u okviru planskih dokumenata, kako bi se mogla procijeniti tržišna pozicija, a posljedično se odrediti ciljevi za poboljšanje iste.

Sukladno Smjernicama i uputama za izradu plana upravljanja destinacijom, pristupačnost se odnosi na primjenu univerzalnog dizajna koji omogućuje da ljudi s poteškoćama (kretanje, vid, sluh i kognitivne dimenzije) i posebnim potrebama funkcioniraju neovisno i ravnopravno kroz osigurane pristupačne proizvode, usluge i okruženja. U tom kontekstu, analiza pristupačnosti se razmatra na razini četiri glavna aspekta (Tablica 8.): 1) fizička pristupačnost turističke infrastrukture i javnih prostora; 2) komunikacijska pristupačnost kroz informacije, signalizaciju i označavanje; 3) pristupačnost usluga smještaja, ugostiteljskih objekata te kulturnih i zabavnih sadržaja; 4) društvena i kognitivna pristupačnost u smislu kulturalne osjetljivosti i obuke osoblja.

Na području grada Slatine, kao i u cijeloj VPŽ, ne postoji sustavno praćenje turističke pristupačnosti okruženja, proizvoda, usluga i sadržaja, niti registar turističke

¹⁵ European Commission, Accessible tourism, dostupno na: https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/eu-funding-and-businesses/funded-projects/accessible-tourism_en

¹⁶ Službena web stranica Ministarstva turizma i sporta, dostupno na: <https://mint.gov.hr/tourism-for-all/accessible-tourism/23117> (25.2.2025.)

pristupačnosti istih. Stoga je analiza provedena u komunikaciji s glavnim nositeljima turističke ponude, gradskom upravom i Turističkom zajednicom grada Slatine, udrugama osoba s invaliditetom i ostalih udruga koje se dotiču pitanja pristupačnosti.

Tablica 8. Analiza pristupačnosti grada Slatine

Aspekt pristupačnosti	Objekti i sadržaji	Analiza pristupačnosti
1. Fizička pristupačnost	Javna infrastruktura	Gotovo sve javne institucije su fizički dostupne i prilagođene za osobe s invaliditetom (rampe, dizala ili dostupnost u prizemlju). Pješačke staze, pristupni prilazi kao i prijelazi u središtu Grada prilagođeni su za kretanje osoba s invaliditetom, kao i javni prostori na otvorenom. Na širem području Grada, nesmetano kretanje osobama s invaliditetom je u većoj mjeri omogućeno.
	Park 136. brigade	Park ispred crkve sv. Josipa, Zgrade suda i Gradske uprave u potpunosti je pristupačan osobama s invaliditetom, kako za kretanje unutar Parka, korištenja klupa i ostalih sadržaja (trajnih i privremenih), jednako tako i u smislu kretanja prema pristupnim prilaz do istog.
	Park u Slatini – spomenik parkovne arhitekture i Mamutovac – spomenik prirode	Park je nedavnom obnovom u potpunosti pristupačan osobama s invaliditetom, osiguravajući pri tome dostupnost svih sadržaja koji su integrirani u istome (pješačka staza, interpretacijske ploče, dječje igralište, sjenice, pergole, solarni pult i klupe). Jednako tako, stablo Mamutovca je dostupno svima za posjećivanje.
	Posjetiteljski centar Sequoia	Posjetiteljski centar (i sadržaji integrirani u istome) ima osiguran fizički pristup osobama s invaliditetom izravno (prostori u prizemlju), kao i posredstvom lifta za prostore na katu.
	Ugostiteljsko-turistički sadržaji (restorani, smještaj i sl.)	Većina ugostiteljsko-turistička infrastrukture na području Grada Slatine fizički je izravno pristupačna i prilagođena za kretanje unutar objekata osobama s invaliditetom.
2. Komunikacijska pristupačnost	Glavne web stranice (TZ i Grad Slatina)	Službena web stranica TZ Slatina ¹⁷ i grada Slatine ¹⁸ optimizirane su za čitače zaslona te osobe s invaliditetom.
	Brailleovo pismo	Na ulazima u zgrade u vlasništvu grada, postavljene su table na Brailleovom pismu koje omogućuju dostupnost osnovnih informacija.
3. Pristupačnost usluga	Usluge u smještajnim objektima	U smještajnim jedinicama na prostoru Grada Slatine omogućen je pristup osobama s invaliditetom. Hodnici, predvorje, kupaonice prilagođene su osobama s invaliditetom, a sve sukladno propisima za obavljanje ugostiteljskih djelatnosti.

¹⁷ Službena web stranica TZ Slatina, dostupno na: www.discoverslatina.hr

¹⁸ Službena stranica web stranica grada Slatine, dostupno na: www.slatina.hr/portal/

	Usluge u ugostiteljskim objektima	Većina restorana i ugostiteljskih objekata u većoj su mjeri prilagođeni osobama s invaliditetom (ulazi, toaleti, prostor za kretanje između inventara za konzumiranje hrane i pića).
	Pristupačnost kulturnih i zabavnih sadržaja	Turistički događaji (kulturni, zabavni i drugi sadržaji) uglavnom se odvijaju u središtu Grada koji je u potpunosti pristupačan u smislu pristupa i za kretanje osobama s invaliditetom, stoga je osigurana maksimalna pristupačnost istima.
4. Društveno kognitivna pristupačnost	Obučenosoblja i kulturna senzibiliziranost društva	Kontinuiranim djelovanjem patronažne službe, ali i neprofitnih organizacija u zajednici koje pružaju potporu i različite usluge osobama s invaliditetom (UOSI Slatina, Gradsko društvo Crvenog križa Slatina, Udruga Vretenac i ostale), lokalno stanovništvo je senzibilizirano te ima razvijenu svijest o potrebama i nužnosti adekvatnog pristupa osobama s invaliditetom. Veliki broj ljudi obavljao je poslove u okviru projekata potpore i pružanja usluga osobama s invaliditetom koji se kontinuirano provode iz godine u godinu, povećavajući broj osposobljenih osoba za rad s osobama s invaliditetom. Također, na području grada Slatine osigurani su i asistenti u nastavi kod djece s poteškoćama u razvoju i određenim stupnjem invaliditeta, što doprinosi porastu informiranosti, razine svijesti i pozitivne stavove stanovništva prema osobama s invaliditetom. Međutim, trenutno nema organiziranih edukacija za obučavanje stanovništva za rad s osobama s invaliditetom.

Izvor: izrada autora

2.7. Analiza organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji

Poštanske usluge moguće je obaviti na adresi Ul. bana Josipa Jelačića 29, 33520 Slatina. Telefon: 033/772-307. Korisnici mogu obavljati brojne usluge - poštanske, financijske i bankarske te usluge osiguranja i telekoma, kao i kupiti proizvode iz širokog maloprodajnog asortimana. Pristup poštanskom uredu prilagođen je osobama s invaliditetom.

Bankarske usluge dostupne su u Slatinskoj banci na adresi Vladimira Nazora 2, telefon: 033/637-011, u Erste banci na adresi Trg Svetog Josipa 1, telefon: 072/374-720; u OTP banci na adresi Trg Svetog Josipa 1, telefon: 072/206-040; dostupne su na bankomatu Zagrebačke banke na adresi Ul. kralja Zvonimira 6a, telefon: 01-3773-333 i PBZ bankomatu na adresi Trg Svetog Josipa 1, telefon: 033/553-029. U idućoj Tablici 9. prikazan je popis javnih ustanova.

Tablica 9. Popis javnih ustanova

Dječji vrtići
Dječji vrtić Zeko
Dječji vrtić Suncokret
Osnovne škole

OŠ Eugena Kumičića
OŠ Josipa Kozarca
Osnovna glazbena škola Slatina
Glazbena škola Milka Kelemena
Srednje škole
Srednja škola Marka Marulića
Industrijsko-obrtnička škola
Otvorena učilišta
Pučko otvoreno učilište Slatina
Muzeji
Zavičajni muzej Slatina
Knjižnice
Gradska knjižnica i čitaonica Slatina
Šport
NK Slatina
RK Slatina
RK Marulka
ŽRK Dragovoljac
Hrvački klub Slatina
Taekwon doo klub Slatina
Kuglački klub Slatina
Odbojkaški klub Marulka
Šahovski klub Slatina
Teniski klub Slatina
Boćarski klub Slatina
Planinarsko društvo Točak
Atletski klub Slatina
Košarkaški klub Slatina
Karate klub Slatina
Stolnoteniski klub Slatina
Školski športski klub „OŠ“, „Marul“ i „OŠ Eugena Kumičića“
Udruge
Športsko ribolovna udruga „Klen“ i „Smuđ“
Gradsko pjevačko društvo „Zrinski“ Slatina
Slatinsko amatersko lutkarsko kazalište „SLAMALKA“
Slatinski likovni klub „Slik“
Udruga stvaratelja u kulturi „Kult“ Slatina
„Dani Milka Kelemena“ Slatina
Udruga mladih „Krik“ Slatina

Udruga pčelara „Lipa“ Slatina
Konjički klub „Slavonac“
Planinarsko-skijaško društvo „Točak“ Slatina

Izvor: izrada autora

2.8. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala

Kako bi se utvrdile trenutne potrebe za kadrovima u turizmu, prvenstveno u djelatnostima pružanja smještaja i pripreme i usluživanja hrane i pića, Hrvatski zavod za zapošljavanje, područni ured u Virovitici koji pokriva i područje grada Slatine, dostavio je podatke o provedenim natječajima i broju traženih radnika tijekom 2023. i 2024. godine. Podaci su prikazani u Tablici 10. u nastavku.

Tablica 10. Potrebe za radnicima u djelatnosti pružanja smještaja i pripreme i usluživanja hrane i pića u 2023. i 2024. godini

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

Izvor: podaci Hrvatskog zavoda za zapošljavanje, područni odjel Virovitica

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

menadžmenta - smjer Destinacijski menadžment). Broj upisanih učenika i studenata u području turizma i ugostiteljstva vidljiv je u Tablici 11.

Tablica 11. Broj upisanih učenika i studenata u području turizma i ugostiteljstva u školskoj i akademskoj godini 2024./25.

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

Izvor: podaci Srednjih škola i Veleučilišta s područja VPŽ

2.9. Analiza komunikacijskih aktivnosti

Pregled korištenja postojećih komunikacijskih kanala

Središnji komunikacijski kanal je mrežna stranica Turistička zajednica Grada Slatine¹⁹, koja dalje usmjerava posjetitelje na ostale komunikacijske kanale kao što su Facebook²⁰, Instagram²¹ i YouTube kanal²². Važno je istaknuti da je kao naziv u imenima profila na društvenim mrežama uvedena sintagma na engleskom jeziku 'discover slatina', što posjetiteljima koji pretražuju na hrvatskom jeziku može biti prepreka u učinkovitom pretraživanju.

¹⁹ Službena stranica web stranica TZ grada Slatine, dostupno na: <https://discoverslatina.hr/>

²⁰ Facebook profil grada Slatine, dostupno na: <https://www.facebook.com/TZ.grada.Slatine>

²¹ Instagram profil grada Slatine, dostupno na: https://www.instagram.com/discover_slatina/

²² YouTube kanal grada Slatine, dostupno na: <https://www.youtube.com/@discoverslatina>

Analiza digitalnog prisustva

Analizom mrežne stranice Turističke zajednice Grada Slatine uočene su sljedeće pozitivne strane i područja za poboljšanje:

Prednosti:

- **Vizualna privlačnost i preglednost:** Stranica koristi kvalitetne fotografije i jasan dizajn koji olakšava navigaciju.
- **Dvojezičnost:** Dostupnost sadržaja na hrvatskom i engleskom jeziku omogućuje pristup širem krugu posjetitelja.
- **Raznolikost informacija:** Pruža informacije o prirodnim ljepotama, kulturnim događanjima, smještaju i gastronomiji, što posjetiteljima daje cjelovit pregled ponude Slatine.

Preporuke za poboljšanje:

- **Ažurnost sadržaja:** Redovito osvježavati informacije o nadolazećim događanjima i novostima kako bi posjetitelji imali aktualne podatke.
- **Optimizacija za mobilne uređaje:** Stranicu u potpunosti prilagođavati mobilnim uređajima, s obzirom na sve veći broj korisnika koji pristupaju putem pametnih telefona.
- **SEO optimizacija:** Poboljšati optimizaciju za tražilice korištenjem relevantnih ključnih riječi kako bi stranica bila vidljivija potencijalnim posjetiteljima.
- **Integracija društvenih mreža:** Povezati sadržaj s profilima na društvenim mrežama s ciljem bolje interakcije i dosega.
- **Uvesti detaljnije kalendare događanja:** S preciznim datumima i opisima nadolazećih manifestacija.
- **Interaktivne karte:** takve karte posjetiteljima omogućuju lakše planiranje posjeta.
- **Blogove ili novosti:** S redovitim objavama koje ističu posebnosti destinacije.
- **Uvesti brojač posjeta i rubriku ostavljanja komentara posjetitelja**

Tri glavne rubrike su aktivnosti, ponuda i kontakt, a stranica je dvojezična, na hrvatskom i engleskom jeziku. U podnožju stranice je i rubrika "O nama" u kojoj se mogu pronaći zakoni i propisi, dokumenti i uvjeti korištenja te ponovljene rubrike aktivnosti i ponuda i poveznice na društvene mreže Facebook i Instagram te YouTube.

Analizom Facebook profila Turističke zajednice Grada Slatine²³ uočene su sljedeće pozitivne strane i područja za poboljšanje:

²³ Facebook profil TZ grada Slatine, dostupno na: <https://www.facebook.com/TZ.grada.Slatine>

Prednosti:

- **Korištenje vizualnog sadržaja:** Stranica redovito objavljuje fotografije i videozapise koji privlače pažnju korisnika. Vizualni sadržaj općenito ostvaruje veći angažman od tekstualnih objava.
- **Promocija lokalnih događanja:** Objave o lokalnim manifestacijama i događanjima pomažu u informiranju zajednice i poticanju sudjelovanja.

Preporuke za poboljšanje:

- **Optimizacija vremena objavljivanja:** Analizirati kada su pratitelji najaktivniji na Facebooku i prilagoditi vrijeme objava kako biste povećali vidljivost.
- **Povećanje interakcije s pratiteljima:** Postavljati pitanja, poticati komentare i odgovarati na njih s ciljem dvosmjerne komunikaciju i povećanja angažmana.
- **Korištenje različitih formata sadržaja:** Osim fotografija i videozapisa, objavljivati ankete, priče i prijenose uživo sa svrhom osvježavanja sadržaja koji će privući različitu publiku.
- **Redovito praćenje analitike:** Koristiti alate poput Facebook *Insightsa* za praćenje performansi objava i prilagodbu strategije na temelju dobivenih podataka.
- **Izbjegavanje prekomjernog korištenja vanjskih poveznica:** Facebook preferira sadržaj koji zadržava korisnike na platformi, stoga treba izbjegavati broj objava s vanjskim poveznicama.
- **Korištenje hashtagova** Preporučuje se korištenje do dva relevantna hashtaga po objavi, najbolje kreirati listu hashtagova koji su univerzalni za TZ (npr. #discoverslatina)
- Facebook profil TZ Grada Slatine ima 2435 pratitelja (na dan 18.2.2025.), od čega su 66% žene, a 34% muškarci, u zadnjih 28 dana stranica je imala 3307 pregleda i svega 21 interakciju. Ovi podaci ukazuju da je potrebno sustavno se angažirati boljoj izradi sadržaja na stranici putem Facebooka, poticati interakciju, npr. u obliku nagradnih igri i dijeljenja sadržaja s ciljem dosega više publike.

Analizom Instagram profila "Discover Slatina"²⁴ uočene su sljedeće prednosti i područja za poboljšanje:

Prednosti:

- **Kvalitetne fotografije:** Profil sadrži vizualno privlačne fotografije koje prikazuju ljepote Slatine i okolice, što pomaže u privlačenju pažnje potencijalnih posjetitelja.
- **Raznolikost sadržaja:** Objave obuhvaćaju različite aspekte turističke ponude, uključujući kulturne događaje, prirodne atrakcije i lokalnu gastronomiju, pružajući pratiteljima sveobuhvatan uvid u destinaciju.

²⁴ Instagram profil TZ grada Slatine, dostupno na: https://www.instagram.com/discover_slatina/

Preporuke za poboljšanje:

- **Povećanje učestalosti objava:** Redovitije objavljivanje sadržaja može povećati angažman pratitelja i održati njihov interes za profil.
- **Korištenje Instagram priča:** Aktivnije korištenje funkcije "Priče" može pomoći u dijeljenju trenutnih događaja, najava i interaktivnog sadržaja, što dodatno angažira publiku.
- **Interakcija s pratiteljima:** Odgovaranje na komentare i poruke te poticanje pratitelja na dijeljenje vlastitih iskustava iz Slatine može stvoriti osjećaj zajednice i povećati lojalnost pratitelja.
- **Korištenje relevantnih hashtagova:** Primjena popularnih i relevantnih hashtagova poput #discoverSlatina, #visitSlatina ili #CroatiaFullOfLife može povećati vidljivost objava i privući širu publiku.
- **Suradnja s influencerima:** Partnerstvo s lokalnim ili nacionalnim influencerima može pomoći u promociji profila i destinacije široj publici.
- Instagram profil TZ Grada Slatine na dan 18.2.2025. ima 1067 pratitelja, a broj objava je sveukupno 842. također, kao i kod Facebooka postoji prostor za poboljšanje, a neke preporuke su već navedene u tekstu gore.

Analiza YouTube kanala "Discover Slatina"²⁵ utvrđeno je da je riječ o službenom kanalu Turističke zajednice Grada Slatine s 31 pretplatnikom i jednim objavljenim videom. Kako bi se poboljšala vidljivost i angažman kanala, razmotriti sljedeće preporuke, s obzirom na slabi broj pretplatnika i samo jedan video:

- **Redovito objavljivanje sadržaja:** Dosljedno dodavanje novih videozapisa ključno je za zadržavanje postojećih i privlačenje novih pretplatnika. Razmisliti o kreiranju sadržaja poput virtualnih tura, prikaza lokalnih događanja, intervjua s mještanima ili prikaza kulturnih i povijesnih znamenitosti Slatine.
- **Optimizacija naslova i opisa:** Koristiti relevantne ključne riječi u naslovima i opisima videozapisa za poboljšanje rangiranja u pretragama. Detaljni opisi pomažu gledateljima i algoritmima razumjeti sadržaj videozapisa na kanalu.
- **Kvalitetne sličice (thumbnails):** Privlačne i profesionalne sličice mogu značajno povećati stopu „klikanja“ na videozapise, a važno je da sličice budu vizualno privlačne i odražavaju sadržaj videozapisa.
- **Interakcija s publikom:** Poticati gledatelje na komentiranje, lajkove i dijeljenje videozapisa. Redovito odgovarati na komentare s ciljem povezivanja s zajednicom i povećanja angažmana.
- **Promocija na društvenim mrežama:** Dijeliti svoje videozapise na platformama poput Facebooka i Instagrama

²⁵ YouTube profil TZ grada Slatine, dostupno na: <https://www.youtube.com/@discoverslatina>

- **Suradnja s lokalnim influencerima:** Partnerstvo s lokalnim influencerima ili drugim YouTube kanalima može pomoći u povećanju dosega i privlačenju novih pretplatnika.
- **Kreiranje popisa za reprodukciju (*playlista*):** Organizirati svoje videozapise u tematske *playliste* kako bi se gledateljima olakšalo pronalaženje sadržaja koji ih zanima i samim time povećali vrijeme provedeno na kanalu.
- **Analiza performansi:** Redovito pratiti analitiku kanala kako bi se razumio koji sadržaj najbolje komunicira s publikom i prilagoditi svoju strategiju prema tim saznanjima.

Analiza offline aktivnosti

Prema dokumentima na mrežnoj stranici TZ Grada Slatine²⁶, naročito iz izvješća vidljivo je da TZ Grada Slatine sudjeluje na sajmovima, posebnim prezentacijama i poslovnim radionicama prema potrebi i prilikama, a u nekim slučajevima ih i organizira u suradnji s institucijama, ustanovama i udrugama. Također, izrađuje i distribuira različite promotivne materijale (letke, brošure, plakate i slično). TZ Grada Slatine redovito ažurira baze podataka o turističkoj ponudi destinacije i uspostavila je bazu fotografija koja se koristi na svim komunikacijskim kanalima i redovito se nadopunjuje.

Analiza suradnji s trećim stranama

TZ Grada Slatine surađuje s TZ-ima s područja Virovitičko-podravske županije, lokalnom samoupravom, organizatorima putovanja, podržava studijska putovanja novinara, turističkih agencija, influencera i blogera. Također, surađuje s lokalnim i županijskim medijima, kao i po potrebi nacionalnim, kako bi se promovirale ključne aktivnosti.

Analiza mogućnosti prikupljanja i distribucije informacija za turiste

TZ Grada Slatine ne prikuplja na nijednoj lokaciji u gradu informacije za turiste niti ih distribuira u daljnje svrhe. Stoga, preporuka je uvesti neki oblik prikupljanja navedenih povratnih informacija, kao što je to rubrika za komentare na mrežnoj stranici, anketa o zadovoljstvu posjetom nekom događaju u organizaciji TZ-a ili slično.

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

Ključni zadatak TZG Slatine je prepoznatljiva i dosljedna promocija destinacije radi boljeg pozicioniranja na tržištu. Potrebno je strateškim dokumentom, a slijedeći regionalne i nacionalnu strategiju, napraviti akcijske planove za određena razdoblja, s točno određenim dionicima, zaduženjima i rokovima izrade komunikacijskog plana. Mrežna stranica je redizajnirana, i potrebno je osmisliti, na tragu trendova kako ju još više približiti posjetiteljima, fokusirajući se u kojem smjeru se turizam želi razvijati, izabrati 2 do 3 smjera (kultura, prirodne znamenitosti, poznati Slatinčani itd.) i na tragu tih smjerova potražiti partnere ili suradnike za bolju promociju (npr. reportaža u nekom časopisu o

²⁶ Službena mrežna stranica TZ grada Slatine, dostupno na: <https://discoverslatina.hr/izvjestaji/>

prvom hrvatskom šampanjcu). Uvesti alate s kojima se na više razina može pratiti povratna informacija od posjetitelja (npr. prikupljanje pomoću ankete na određenim info-pultovima u gradu, na najposjećenijim točkama).

2.10. Analiza konkurencije

S obzirom na razinu razvijenosti turizma u gradu Slatini, analiza konkurencije na turističkom tržištu sagledava se na razini najbližih JLS u VPŽ i susjednim županijama u kontekstu destinacija sa sličnim obilježjima i zastupljenim turističkim proizvodima u istima. Ovisno o mikro ili makro perspektivi, konkurentne destinacije koje su predmet ove analize, mogu se osim konkurencije (mikro razina), sagledati i kao destinacije komplementarnih sadržaja (makro razina). Stoga, uz grad Viroviticu i općinu Suhopolje, analizom su obuhvaćeni Grad Garešnica (BBŽ), Grad Našice (OBŽ) i Općina Velika (PSŽ). U nastavku (Tablica 12.), prikazani su primarni i sekundarni turistički proizvodi te ciljana tržišta i zastupljeni posjetitelji u analiziranim destinacijama.

Tablica 12. Analiza konkurenata – pregled turističkih proizvoda te ciljanih tržišta i segmenata potrošača

Gradovi i općine	Primarni turistički proizvodi	Ostali turistički proizvodi	Ciljana tržišta i segmentacija posjetitelja
Grad Slatina	Zeleni turizam Kulturni turizam	Eno i gastro turizam Lovni turizam	Ciljana tržišta su Hrvatska, susjedne i zemlje iz okruženja - Mađarska, Srbija, Italija, Njemačka, BiH, Slovenija i Austrija. Dominantni segmenti posjetitelja su obitelji s djecom, mladi i zrela dob, učeničke grupe, sudionici i posjetitelji na manifestacijama, rekreativci i natjecatelji u raznim sportovima, ljubitelji prirode i aktivnog odmora, lovci i turisti u tranzitu.
Grad Virovitica (VPŽ)	Kulturni turizam Turizam događaja Sportsko rekreativni turizam	Lovni turizam Eno i gastro turizam Ekoturizam	Ciljana tržišta su Hrvatska, te zemlje iz okruženja - Mađarska, Slovenija, BiH, Srbija, Austrija, Italija i Njemačka. Segmenti posjetitelja su gotovo sve dobne skupine turista, poslovni turisti, turisti u tranzitu, sudionici i posjetitelji na manifestacijama, profesionalni sportaši i rekreativci, natjecatelji u raznim sportovima, ljubitelji prirode i aktivnog odmora.

Općina Suhopolje (VPŽ)	Kulturni turizam Eno i gastro turizam Sportsko rekreacijski turizam Turizam kulture zdravlja	Turizam događaja Ekoturizam	Ciljana tržišta su Hrvatska, te zemlje iz okruženja - Mađarska, Slovenija, BiH, Srbija, Austrija, Italija i Njemačka. Segmenti posjetitelja su obitelji s djecom, turisti srednje i starije životne dobi, učeničke grupe, studenti arheologije i povijesti, ljubitelji umjetnosti i kreativnosti, zainteresirani za scensku umjetnost, glazbu i fotografiju, poslovni turisti.
Grad Garešnica (BBŽ)	Lovni turizam Kulturni turizam Rekreativni turizam	Eno i gastro turizam Ribolovni turizam Cikloturizam	Ciljana tržišta su Hrvatska, te zemlje iz okruženja - Mađarska, Slovenija, BiH, Srbija, Austrija, Italija i Njemačka. Segmenti posjetitelja su obitelji s djecom, turisti srednje i starije životne dobi, učeničke grupe, , ljubitelji prirode, kulturne baštine i aktivnog odmora, lovci.
Grad Našice (OBŽ)	Kulturni turizam Rekreativni turizam Eno i gastro turizam	Ruralni turizam Sportski turizam	Ciljana tržišta su Hrvatska, te zemlje iz okruženja - Mađarska, Srbija, Njemačka, Slovenija, Austrija i BiH. Segmenti posjetitelja su obitelji s djecom, turisti srednje i starije životne dobi, učeničke grupe, poslovni turisti, turisti u tranzitu, ljubitelji kulturne baštine, prirode i aktivnog odmora, sportska društva i profesionalni sportaši.
Općina Velika (PSŽ)	Zeleni turizam Kupališni i turizam zdravlja Eno i gastro turizam	Lovni turizam Kulturni turizam	Ciljana tržišta su Hrvatska, te zemlje iz okruženja - Mađarska, Slovenija, BiH, Srbija, Austrija, Italija i Njemačka, Segmenti posjetitelja su obitelji s djecom, turisti srednje i starije životne dobi, učeničke i studentske grupe, ljubitelji prirode i aktivnog odmora, kupaći, istraživači (biolozi, geolozi i dr.).

Izvor: izrada autora prema dostupnoj dokumentaciji²⁷

Na temelju prethodno provedene analize prikupljenih podataka (Tablica 12.), izdvajaju se nekoliko turističkih proizvoda koji su zajednički svima. Kulturni turizam je zastupljen u svim destinacijama, bilo kao primarni ili sekundarni turistički proizvod, kao i Eno i gastro turizam te rekreacija na otvorenom koja se promatra i kao dio integriranog turističkog proizvoda zelenog turizma. U okviru analize konkurencije posebno je važno istaknuti primarne turističke proizvode koji su zastupljeni na području grada Slatine, a koji su također zastupljeni u općinama i gradovima u okruženju koji su predmet ove analize (Tablica 13.).

²⁷ Aktualne Strategije i planovi razvoja turizma, web stranice, programi rada i izvještaji o radu predmetnih TZ-a

Tablica 13. Primarni turistički proizvodi koje VPŽ dijeli sa gradovima i općinama u okruženju

Primarni turistički proizvodi grada Slatine	Prisutni kao primarni turistički proizvodi u gradovima i općinama u okruženju
<i>Zeleni turizam</i>	Grad Garešnica, grad Našice i općina Velika
<i>Kulturni turizam</i>	Grad Garešnica, grad Našice, grad Virovitica, općina Suhopolje i općina Velika

Izvor: izrada autora

Nastavno na provedenu analizu stanja i aktualnih trendova na turističkom tržištu, može se zaključiti da fokus razvoja turizma grada Slatine treba biti zasnovan na zelenom turizmu, kao integriranom turističkom proizvodu koji objedinjuje mnogobrojne turističke aktivnosti u prirodi (pasivno uživanje u prirodi, pješaćenje, treking, i druge aktivnosti aktivnog odmora i rekreacije na otvorenom i sl.). Nadalje, s obzirom na zastupljenost pojedinačnih, ali vrijednih kulturno-povijesnih resursa i atrakcija grada Slatine te aktualnih trendova porasta potražnje za takvih atrakcijama, opravdano je ulagati u daljnji razvoj i zastupljenost proizvoda kulturnog turizma u ponudi. U konačnici, pristup koji harmonizira integraciju zelenog i kulturnog turizma, dodatno podržanu kroz događaje i manifestacije, može omogućiti kreiranje atraktivne turističke ponude kroz cijelu godinu za širi turističku populaciju. U slijedećem dijelu se uspoređuju dolasci, noćenja i broj ležaja na razini promatranih konkurentskih destinacija (Tablica 14.).

Tablica 14. Analiza konkurenata – pregled dolazaka i noćenja gostuju te broja postelja

Gradovi i općine	Dolasci 2024. godine			Noćenja 2024. godine			Postelje u 2024. godini	
	domaći	strani	Ukupno	domaći	strani	Ukupno	Ukupno	Hoteli
Grad Slatina	1.520	805	2.325	5.642	2.059	7.701	143	-
Grad Virovitica	2.181	1.11	3.299	6.379	4.208	10.585	254	-
Općina Suhopolje	2.464	1.74	4.205	3.805	1.741	6.546	66	66
Grad Garešnica	1.977	1.54	3.518	5.022	3.253	8.275	134	-
Grad Našice	3.609	2.00	5.609	8.140	5.508	13.648	216	100
Općina Velika	3.219	1.39	4.610	6.949	2.875	9.824	188	-

Izvor: izrada autora prema dobivenim podacima turističkih zajednica iz sustava eVisitor

U posljednjem dijelu analize konkurencije, razmatraju se pristupi u promociji i komunikaciji konkurentskih destinacija prema turističkom tržištu (Tablica 15.).

Tablica 15. Analiza konkurenata – pregled načina promocije destinacije i komunikacijskih strategija

Gradovi i općine	Načini promocije destinacija /komunikacijske taktike
Grad Slatina	Područje grada Slatine dio je regionalnog turističkog brenda Virovitičko-podravске županije pod sloganom "Slavonija i Podravina". Destinacija se promovira integracijom tradicionalnih i digitalnih kanala marketinške komunikacije. Primarno se koriste alati online promocije turizma - službena web stranica i društvene mreže (Facebook,

	Instagram i YouTube). Offline promocija provodi se putem letaka, brošura i putem različitih događaja i manifestacija na području Grada, VPŽ i drugih susjednih područja. Osim promocije koju provodi TZ grad Slatine, turizam grada Slatine promovira se i partnerskim marketingom, neizravno putem udruga, javnih institucija, sudionika turističke ponude i drugih dionika s područja Grada, VPŽ, ali i šire.
Grad Virovitica	Grad Virovitica dio je regionalnog turističkog brenda Virovitičko-podravske županije pod sloganom "Slavonija i Podravina". Promocija turizma TZ Grada Virovitice oslanja se na službenu mrežnu stranicu TZ-a, koja posjetitelje usmjerava na ostale društvene medije kojima se vrši promocija (Facebook, Instagram i YouTube kanal). Osim tiskanih materijala i promocije putem različitih događaja, promocija se odvija partnerskim marketingom, posredstvom brojnih dionika, od turističkih novinara i influencera, do turističkih agencija i drugih dionika s područja Grada, VPŽ, ali i šire.
Općina Suhopolje	Online putem službene stranice TZ Suhopolje i društvenih mreža Facebook i Instagram, mrežnim stranicama općine Suhopolje i Dvorca Janković, komuniciranje putem lokalnih medija (radio-postaje, prilozima na Plavoj TV), kampanje putem Google Ads-a. Offline promocija se provodi putem letaka, brošura i putem različitih događaja i manifestacija na području Općine, VPŽ (predstavljanje na sajmu Viroexpo) i drugih susjednih područja. Pored TZ Općine Suhopolje, turizam Općine se promovira partnerskim marketingom, odnosno neizravno putem udruga, javnih institucija, sudionika turističke ponude, npr. Centra za posjetitelje Dvorac Janković i dr., kako s područja Općine, tako i sa šireg područja VPŽ.
Grad Garešnica	Promocija turizma oslanja se u najvećoj mjeri na web stranicu TZ Sjeverna Moslavina koja obuhvaća grad Garešnicu, općinu Velika Trnovitica te općinu Hercegovac. Offline promocija se provodi putem letaka, brošura, turističkih karata te različitih događaja i manifestacija na području grada Garešnice te Bjelovarsko-bilogorske županije. Turistička zajednica Sjeverna Moslavina prisutna je i aktivna i na društvenim mrežama Facebook i Instagram. Promocija se odvija i putem partnerskog marketinga sa Hrvatskom turističkom zajednicom, TZ Bjelovarsko-bilogorske županije kao i sa organizatorima putovanja.
Grad Našice	Destinacija se promovira kombinacijom tradicionalnih i digitalnih kanala marketinške komunikacije. Primarno se koriste online kanali (web stranica TZ grada Našice i društvena mreža Facebook). Tradicionalni model komuniciranja predstavljaju kreirane info i tematske brošure te turističke karte. Od ostalih, koriste se partnerski marketing, tiskani materijali, promocija na sajmovima i drugim događajima, promocija kroz različite javne medije i servise.
Općina Velika	Destinacija se promovira integracijom tradicionalnih i digitalnih kanala marketinške komunikacije. Primarno se koriste online promotivni alati – službena web stranica i društvene mreže TZP Južna Bilogora (Facebook, Instagram i YouTube kanal). Od ostalih, koriste se partnerski marketing, tiskani materijali, promocija na sajmovima i drugim događajima, promocija kroz različite javne medije i servise.

Izvor: izrada autora prema javno dostupnoj dokumentaciji i primarno prikupljenim podacima

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

- podržavati daljnji razvoj kulturnog turizma i turizma događaja, unaprjeđenjem i podizanjem kvalitete postojećih proizvoda i manifestacija te kreiranjem novih

doživljaja zasnovanih na autentičnim turističkim događajima i elementima nematerijalne kulturne baštine područja

- uspostaviti minimalno tri prepoznatljiva integrirana proizvoda zelenog turizma, dostupna tijekom cijele godine koja će dodatno omogućavati druge varijacije i kombinacije prilagođenih i personaliziranih proizvoda pojedinim segmentima tržišta potražnje zelenog turizma
- kreirati portfolio turističkih proizvoda temeljem kojih će se destinacija bolje pozicionirati i biti prepoznatljivima na turističkom tržištu, a koji će biti podloga za formiranje jedinstvenog brenda zasnovan na najistaknutijim turističkim atributima/proizvodima destinacije
- oblikovati ponudu turističkih doživljaja sukladno aktualnim trendovima na turističkom tržištu, s posebnim fokusom na tržište zelenog i kulturnog turizma te održivoj turističkoj praksi
- međusobno povezivati attribute kulturnog, zelenog, eno i gastro turizma u turističkim itinererima – možda ovo dopuniti
- poticati povećanje broja autentičnih i specifičnih smještajnih kapaciteta zelenog turizma više razine kvalitete te njihovu disperziju izvan samog središta destinacije
- animirati i senzibilizirati stanovništvo koje se bavi kompatibilnim djelatnostima s turizmom u cilju poticanja njihovog uključivanja s novim proizvodima/uslugama u turističku ponudu, a koji mogu doprinijeti povećanju kvalitete boravka posjetitelja, njihovom doživljaju i zadovoljstvu te paralelno povećati koristi od turizma.

2.11. Izvješće o analizi stanja

Provedenom analizom stanja glavnih utjecajnih čimbenika na razvoj turizma destinacije, napravljen je sustavni prikaz resursno-atraksijske osnove, turističke i javne infrastrukture, prometne povezanosti i digitalizacije, pristupačnosti destinacije te organiziranosti i dostupnosti turističke ponude, stanja i potrebe angažiranja ljudskih potencijala, kao i pregled komunikacijskih aktivnosti te konkurentske pozicije u odnosu na druge destinacije u okruženju. Analizom je dobiven jasan uvid u trenutno stanje turizma s obzirom na analizirane sastavnice turističkog razvoja, pri čemu su također utvrđeni i potencijal, ali i izazovi u daljnjem razvoju održivog turizma na području grada Slatine.

Grad Slatina posebno se ističe svojim položajem na spoju nizinskog s brdskim krajolikom, odnosno prostora na kojem se isprepliću obilježja slavonskog i podravskog kraja. Iz toga proizlaze i glavne komparativne prednosti destinacije koje se očituju u kulturno-povijesnom nasljeđu te bogatstvu prirodne raznolikosti područja na kojima se temelji aktualna turistička ponuda, ali i mogućnost daljnjeg razvoja turizma. Najznačajnije atrakcije su zaštićeno, pojedinačno stablo Mamutovac koji je zajedno sa novo uspostavljenim EPIcentrom Sequoia integriran u zaštićeni Park kao spomenik parkovne arhitekture. Na drugoj strani, značajni atributi turističke ponude su nasljeđe kompozitora

suvremene glazbe, Milka Kelemena te književnika, teoretičara i povjesničara, Viktora Žmegača, kao i Zavičajni muzej Slatina sa svom svojom zbirkom i aktivnostima. Ostali vrijedni lokaliteti za posjetitelje su jezero Javorica, Slatinski vidikovac i vinogorje, izletište Bunarić i skijalište Tominac u neposrednoj blizini te Potočanski rekreacijski centar. Brdski pošumljeni dio te nizinski kraj poljoprivrednog uzgoja i proizvodnje hrane, veliki su potencijal koji je djelomično u funkciji turizma, primarno u kontekstu pasivnog uživanja te aktivnog odmora i rekreacije na otvorenom, a od kojeg se očekuje isporuka dodatne vrijednosti za posjetitelje i dionike u destinaciji.

Ugostiteljska djelatnost je razvijena u domeni usluživanja pića, dok je u okviru pružanja usluge hrane potrebno proširiti ponudu autentičnih jela tipičnih za destinaciju. Po pitanju usluge smještaja, prisutan je nedovoljan broj ležaja na višoj razini kvalitete, npr. onih koji u ponudi imaju i druge usluge, osim klasičnih ugostiteljskih. Iako Slatina kao destinacija ima solidan broj lokaliteta prirodnih obilježja, prisutan je nedostatak atraktivne turističke infrastrukture za provođenje više vremena u istima. Potrebno je razmišljati u smjeru uspostave tematiziranih sadržaja sukladno aktualnim i ciljanim turističkim proizvodima zelenog turizma u nadolazećem razdoblju.

Prometna povezanost s većim središtima i glavnim gradom nije optimalna, a promet se odvija cestovnim putem (D2, D34 i D69) i željeznicom. S obzirom na izostanak zračne veze te izravne veze sa/ili blizine autocesta i brzih cesta, kao i ograničene učestalosti željezničkih linija, a posebno brzih, Slatina je ciljanim turistima slabije dostupna u odnosu na druge destinacije u Hrvatskoj. Kompletно područje grada pokriveno je elektroenergetskom i plinskom mrežom, a vodoopskrbna mreža obuhvaća oko 90 % stanovništva. Održivo gospodarenje otpadom provodi tvrtka Slatina KOM d.o.o. uz obuhvat stanovništva na cijelom području destinacije.

Što se tiče digitalizacije i pristupačnosti, WiFi internetom je pokriveno uže središte grada te nekoliko javnih objekata. Grad Slatina posjeduje web platformu „Otvoreni grad“, a EPICentar Sequoia ima virtualnu stvarnost. Nadalje, web stranice Turističke zajednice i Grada optimizirane su za čitače zaslona, a većina zgrada u vlasništvu grada na ulazima posjeduje table na Brailleovom pismu koje omogućuju dostupnost osnovnih informacija. Fizička pristupačnost atrakcija i lokaliteta, kao i mogućnost kretanja osoba s invaliditetom površinama na otvorenom je na visokoj razini. Web stranica turističke zajednice usmjerava posjetitelje na Facebook, Instagram i YouTube kanal. Facebook stranica ima 2.435 pratitelja, ali nisku interakciju, dok Instagram ima 1.067 pratitelja, a YouTube kanal ima samo jednu objavu s 31 pretplatnikom. Preporučuje se poboljšanje SEO optimizacije, povećanja angažmana na društvenim medijima te poticanje interakcije s pratiteljima te uključivanje lokalnih influencama u promociju.

S obzirom na turističku resursnu osnovu, ključne turističke proizvode te turističke pokazatelje, u okviru analize konkurencije analizirane su susjedne/kompatibilne destinacije VPŽ (općina Suhopolje i grad Virovitica) te destinacije iz susjednih županija (grad Garešnica-BBŽ, grad Našice-OBŽ i općina Velika-PSŽ). Zbog sličnosti u portfelju

turističkih proizvoda te udaljenosti od emitivnih turističkih tržišta, konkurentnost turističke ponude i održivost turizma Slatine treba graditi na autentičnoj ponudi personaliziranih i sukreiranih doživljaja temeljenih na kulturnim i prirodnim posebnostima destinacije u kombinaciji s elementima eno gastronomije, zdravog boravka i aktivnog sudjelovanja u aktivnostima i rekreaciji na otvorenom. U održavanju konkurentnosti, potrebno je dodatno uložiti u smještajne kapacitete više razine kvalitete, turističku i javnu infrastrukturu, digitalnu promociju i učinkovitiju komunikaciju s tržištem i javnosti. Jednako tako, preporučuje se jačanje regionalne i međunarodne povezanosti te razvoj suradničkih mreža s lokalnim gospodarstvenicima, OPG-ovima, udrugama i obrazovnim institucijama i stanovništvom općenito.

3. POTENCIJAL ZA RAZVOJ I PODIZANJE KVALITETE TURISTIČKIH PROIZVODA

3.1. Ključni turistički proizvodi i njihov razvojni i marketinški potencijal

Tablica 16. Portfelj turističkih proizvoda

Primarni proizvodi	Sekundarni proizvodi
Zeleni i aktivni turizam	Lovni turizam
Kulturni turizam	Gastro turizam

Izvor: izrada autora prema javno dostupnoj dokumentaciji

3.1.1. Razvojni potencijal i marketinški potencijal ključnih turističkih proizvoda

Tablica 17. Ključni turistički proizvodi i njihov potencijal- Zeleni i aktivni turizam

ZELENI I AKTIVNI TURIZAM			
Glavne atrakcije i sadržaji: Sequoia Slatina, EPIcentar Sequoia Slatina, jezero Javorica, park šuma Turski Grad, skijalište Tominac, vidikovac i vinogradi, poučna pješačka staza, izletišta Bunarić, Park 136. slatinske brigade, brdske biciklističke staze, Popišanac trail, sportski tereni i dvorane, trekking			
	Ključni razvojni pravci	Mogućnost uvezivanja u širi sustav atrakcija	Boravišno/izletničke značajke
Razvojni potencijal	- EPIcentar Sequoia pozicionirati kao središnju točku upravljanja i razvoja integralnog proizvoda zelenog i aktivnog turizma - Razvoj tematskih itinerara (npr. staza Sequoie, pješačke ture koje povezuju ključne točke prirodnih atrakcija s polazištem kod EPIcentra; vinske pješačke ture), - Razvoj edukativno-rekreativnih programa za djecu i mlade	Integracija s ponudom Parka prirode Papuk i IC Dravska priča Integriranje u ponudu „Zelene rute VPŽ“	Primarno naglasak na jednodnevne i vikend posjete Pojačano angažiranje postojećih kapaciteta u segmentu višednevnih škola u prirodi i <i>outdoor</i>

	• Uređenje jezera Javorica kao središnje zone za aktivni turizam (aktivnosti na vodi, veslanje, kanu, zona za piknike i gastronomiju u prirodi) • Unaprjeđenje suradnje s lokalnim udrugama, sportskim klubovima, privatnim poduzetnicima i pojedincima – stvoriti interesno udruženje za razvoj i implementaciju proizvoda zelenog turizma • Sadržajno obogaćivanje postojećih manifestacija (Popišanac trail, XCM biciklistički maraton Javorica) i njihovo korištenje za promociju Slatine kao destinacije zelenog i aktivnog turizma. Osmišljavanje novih manifestacija		<i>team building</i> programa
Marketinški potencijal	Informacijska dostupnost	Turistička opremljenost	Fizička i javna dostupnost
	• Integrirana branding kampanja s ciljem pozicioniranja Slatine kao „zelene oaze na vratima Parka prirode Papuk“ • Razvoj podstranice „Zeleni doživljaj Slatine“ na web portalu discoverslatina.hr • Izrada digitalnih karti i vodiča s integriranim kartama i ključnim točkama zelenog i aktivnog turizma • Produkcija više video sadržaja tj. virtualnih tura po prirodnim atrakcijama Slatine i okolice • Intenzivnije korištenje hashtagova #greenSlatina; #discoverSlatina	Postavljanje interpretacijskih QR kodova u prostoru EPIcentra , Javorice i Bunarića za pristup podstranici „Zelenog doživljaja Slatine“, Opremanje prostora Javorice i Bunarića opremom i infrastrukturom za piknike i outdoor aktivnosti Osiguravanje mogućnosti iznajmljivanja opreme za aktivnosti u prirodi (bicikli, čamci, kanui, sportski rekviziti) kroz davanje koncesije ili javno-privatno partnerstvo	Unaprjeđenje i dodatno uređenje pristupa ključnim atrakcijama Uređivanje parkirališta uz glavne atrakcije rekreativnih zona u prirodi

Izvor: Izrada autora prema podacima dobivenim od strane ključnih dionika

Tablica 18. Ključni turistički proizvodi i njihov potencijal- Kulturni turizam

KULTURNI TURIZAM			
Glavne atrakcije i sadržaji: Zavičajni muzej Slatina, kino Slatina, stalni postavi, postav Milko Kelemen, arheološki park Turski Grad, sakralni objekti, HKUD Dika			
Razvojni potencijal	Ključni razvojni pravci	Mogućnost uvezivanja u širi sustav atrakcija	Boravišno/izletničke značajke
	• Pozicioniranje Zavičajnog muzeja Slatina kao središta razvoja integralnog turističkog proizvoda kulturnog turizma, • Interpretacija arheološke i industrijske baštine kroz muzejski postav – osmišljavanje radionica-tj. proizvoda kreativnog turizma • Ustrojavanje interpretacijskog centra Milka Kelemena • Aktivno uključivanje lokalnih udruga i pojedinaca u osmišljavanje i uvođenje turističkih proizvoda kulturnog turizma – klaster udruga kulturnog turizma Slatina	Uključivanje u kulturne itinerare VPŽ (plemička ruta, ruta industrijske baštine...)	Pretežito izletnička. Sadržajnim obogaćivanjem te uvezivanjem u sustav širih integralnih proizvoda postoji mogućnost prelaska u boravišno/izletnički karakter
Marketinški potencijal	Informacijska dostupnost	Turistička opremljenost	Fizička i javna dostupnost
	• Izrada digitalne platforme kulturnog turizma s interaktivnim vodičima, 360° turama i AR interpretacijom. • Osmišljavanje integrirane branding kampanje temeljene na slatinskim velikanima (Kelemen, Žmegač, Jirsak), - pozicioniranje Slatine kao mjesta nadahnuća za glazbeno i literarno stvaralaštvo	Unaprjeđenje turističke signalizacije i stvaranje jedinstvene oznake za obilježavanje atrakcija kulturnog turizma (npr. stilizirana nota ili pero za pisanje), Postava „audio klupa“ u gradskome parku i najznačajnijim lokalitetima u gradu (mjesta za odmor opremljena audio	Većina atrakcija je fizički i javno dostupna, Potrebna su dodatna ulaganja u pristupne putove te prilagodbu za osobe s invaliditetom

		opremom za slušanje djela Kelemenca, Jirsaka ali i tradicijske glazbe i priča o jedinstvenosti Slatine-originalni storytelling)	
--	--	---	--

Izvor: Izrada autora prema podacima dobivenim od strane ključnih dionika,

Tablica 19. Sekundarni turistički proizvodi i njihov potencijal- Eno i gastro turizam

ENO I GASTRO TURIZAM, LOVNI TURIZAM			
Glavne atrakcije i sadržaji:			
	Ključni razvojni pravci	Mogućnost uvezivanja u širi sustav atrakcija	Boravišno/izletničke značajke
Razvojni potencijal	• Razvoj krovnog brenda „Okusi tradicije i slatinskog bisera“, temelja za <i>storytelling</i> tradicije proizvodnje vina i pjenušca, suhomesnatih proizvoda, slastica i meda. • Eno gastro brend i ponuda kao potpora ključnim proizvodima (Zelenom i kulturnom turizmu) • Razvoj kreativnih turističkih proizvoda temeljenih na eno i gastro nasljeđu (npr. izrada slastica Sandre Jadek, degustacije vina, kupažiranje, punjenje i opremanje boca...) • Integriranje gastro i eno doživljaja u tematske itinerare zelenih i kulturnih tura (npr. trekking/bicikliranje i kuhanje u prirodi, orijentacijski trekking - branje šumskih gljiva i jestivog bilja; za stolom obitelji Schamburg-Lippe...)	Kreiranje eno-gastro klastera ili interesne udruge: vinari, OPG-ovi, slastičari i kuhari proizvođači meda i suhomesnatih proizvoda Osmišljavanje i trasiranje tematske staze za foto lov kroz lovišta grada Slatine	Boravišno/izletničke
	Informacijska dostupnost	Turistička opremljenost	Fizička i javna dostupnost
Marketinški potencijal	• Suradnja s poznatim pojedincima (Sandra Jadek, Goran Kočiš) kao ambasadorima jedinstvenosti destinacije • Izrada video sadržaja i tutorijala kao potpora brendingu Okusa tradicije i slatinskog bisera (priče o slasticama, medu, kulenu, pjenušcu i bogatstvu lovišta)	Dodatno opremanje i korištenje prostora EPICentra Sequoia kao prostora za degustacije i prezentacije gastro i eno nasljeđa, organizaciju gastro i eno radionica i	Poboljšati dostupnost za gastro i eno točke u vinogorju i prirodi. Razmisliti o nabavci i iznajmljivanju brdskih i e-bicikala opremljenim košarama za piknik

	• Storytelling kampanje o lokalnim proizvođačima, lovcima i njihovim pričama	prostora za kupnju lokalnih proizvoda (<i>shop-in-tasting room</i>) Označavanje i izrada fizičke i elektroničke karte „Okusa tradicije i slatinskog bisera“.	
--	--	--	--

Izvor: Izrada autora prema podacima dobivenim od strane ključnih dionika

4. POKAZATELJI ODRŽIVOSTI NA RAZINI DESTINACIJE

4.1. Tablični prikaz pokazatelja održivosti

Tablica 20. Pokazatelji održivosti

	Pokazatelj	Vrijednost (izračun)
1.	Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone	0,31
2.	Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom (prosječan postotak zadovoljnih ispitanika)	11,76%
3.	Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji	Nedovoljan broj ispitanika = 1 ²⁸
4.	Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom	82% atrakcija pristupačnih osobama s invaliditetom
5.	Broj organiziranih turističkih ambulanti	NEMA
6.	Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije (m3)	-1985
7.	Omjer količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji (tone)	-2,12
8.	Udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije (ukupno i pojedinačno po kategoriji zaštite)	0,004% udjela zaštićenih područja prirode
9.	Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije (Kwh)	-31954,28
10.	Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika	NE
11.	Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim opterećenjem (09/2024))	295
12.	Prosječna duljina boravka turista u destinaciji (u danima)	3,31
13.	Ukupan broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i posluživanja hrane	41
14.	Poslovni prihod gospodarskih subjekta (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja i usluživanja hrane	1.399.559,60 Eura

²⁸ Anketa o zadovoljstvu jednodnevnih posjetitelja i turista distribuirana je u smještajne i druge turističko-ugostiteljske objekte te turističke atrakcije koje posjećuju jednodnevni posjetitelji. Do trenutka završne verzije prijedloga Plana upravljanja zabilježen vrlo mali broj ispunjenih anketnih upitnika od strane gostiju. Iz tog razloga nije mogao biti izračunat pokazatelj zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji. Navedeni pokazatelj u dokument će biti dodan naknadno, tj. nakon prikupljenog većeg broja ispunjenih anketnih upitnika.

15.	Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija	SPOMENIK PARKOVNE ARHITEKTURE SLATINA – MAMUTOVAC, pojedinačno stablo SPOMENIK PARKOVNE ARHITEKTURE SLATINA – PARK IZA ZGRADE SKUPŠTINE, površina: 0.61 ha Na području Grada Slatine se, prema registru kulturnih dobara, nalaze zaštićena sljedeća kulturna dobra: Arheologija- • Arheološka zona Veliko polje - Potočani • Arheološko nalazište Turski grad, Medinci • Arheološko nalazište Bobovište • Arheološka zona Veliko polje - Trnovača – Berezine • Arheološko nalazište "Lipik", Bakić • Arheološka zona Hruščik – Brodišće, Sladojevci • Arheološko nalazište Lipa, Sladojevci • Arheološko nalazište Lug Nepokretno kulturno dobro- pojedinačno- • Crkva sv. Josipa, Slatina • Crkva sv. Barbare, Sladojevci • Crkva sv. Trojice, Gornji Miholjac • Žitnica, Gornji Miholjac Nematerijalno kulturno dobro- • Tradicijski krznarski obrt Vlatka Gribla
-----	--	---

		• Tradicijski užarski obrt Antuna Kneza
16.	Status implementacije aktivnosti iz plana upravljanja destinacijom	-
17.	Broj ostvarenih noćenja u smještaju u destinaciji po hektaru izgrađenog građevinskog područja JLS	16,35

Izvor: izrada i izračun autora prema prikupljenim podacima

Pokazatelj održivosti turizma 4. Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom

Sukladno Pravilniku o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma, utvrđivanje pokazatelja pristupačnosti destinacije grada Slatine definirano je kroz udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom / posebnim potrebama u odnosu na ukupan broj atrakcija u destinaciji koje su identificirane ovim planom upravljanja. Svrha ovog pokazatelja je imati uvid u mogućnosti obilaska atrakcija i lokaliteta osobama s invaliditetom (osobama s tjelesnim, intelektualnim mentalnim i osjetilnim oštećenjem zdravlja). Pristupačnost će se prikazati na razini pokazatelja fizičke pristupačnosti te informacijsko-komunikacijske pristupačnosti (Tablica 21). U cilju dobivanja što boljeg uvida u pristupačnost svake pojedine atrakcije, odnosno lokaliteta, uspostavljena je razina ili skala pristupačnosti (nije pristupačno -/0%; djelomično pristupačno/50%; u većini pristupačno/80%; i u potpunosti pristupačno √/100%). Također, dodijeljen je ponder koji se razlikuje između fizičke pristupačnosti (ponder 100%), te informacijsko-komunikacijske pristupačnosti (ponder 50%).

Tablica 21. Pristupačnost atrakcija i lokaliteta osobama s invaliditetom

Atrakcija / lokalitet	Fizička pristupačnost	Informacijsko-komunikacijska pristupačnost
Stablo Mamutovac (slatinska Sequoia)	✓	-
Jezero Javorica	✓	-
Park 136. Slatinske brigade	✓	-
Potočanski rekreacijski centar	✓	-
Slatinski vidikovac	✓	-
Izletište Bunarić	✓	-
Skijalište Tominac	djelomično	-
Slatinsko vinogorje	✓	-
Park šuma - Turski grad	✓	-
Crkva Sv. Josipa, Slatina	✓	-
Crkva Sv. Barbare, Sladojevc	✓	-
Crkva sv. Trojice, Gornji Miholjac	✓	-
Arheološka baština	✓	-

Samostan Sestara Presvetog srca Isusova	✓	-
Gradska knjižnica i čitaonica Slatina	✓	✓
Žitnica, Gornji Miholjac	u većini	-
Slatinski pjenušac	u većini	-
Nasljeđe kompozitora suvremene glazbe - Milko Kelemen	djelomično	-
Nasljeđe književnika, teoretičara i povjesničara - Viktor Žmegač	djelomično	-
Gradsko amatersko kazalište „Leo Srdoč“	✓	-
Tradicijski krznarski obrt Vlatka Gribla	✓	-
Tradicijski užarski obrt Antuna Kneza	✓	-
EPIcentar Sequoia Slatina	✓	✓
Zavičajni muzej Slatina	✓	✓

Izvor: Izrada autora

Pokazatelj održivosti turizma 8. Udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije (ukupno i pojedinačno po kategoriji zaštite)

Utvrđivanja pokazatelja održivosti prema kriteriju zaštite bioraznolikosti definira se kroz udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije. Pokazatelj se izračunava na razini ukupnog udjela svih zaštićenih područja, kao i na razini svake pojedinačne kategorije zaštićenog područja (Tablica 22).

Tablica 22. Udio zaštićenih područja u ukupnoj površini grada Slatine

Obilježje/kategorija	Broj zaštićenih područja/naziv	Pokazatelj površine (ha)	Pokazatelj udjela (%)
Površina Grada	-	15.600	-
Zaštićena područja u Gradu	2	0,61	0,004
Spomenik parkovne arhitekture – Park u Slatini i Mamutovac, pojedinačno stablo	2	0,61	0,004

Izvor: Izrada autora

5. RAZVOJNI SMJER S MJERAMA I AKTIVNOSTIMA

5.1. SWOT analiza

Tablica 23. prikazuje analizu snaga, slabosti, prilika i prijetnji prema različitim područjima od interesa za dinamiziranje turističkog razvoja grada Slatine.

Tablica 23. SWOT analiza grada Slatine

SNAGE	SLABOSTI
• bogata kulturno-povijesna baština • povoljan geografski položaj (rijeka Drava na sjeveru, zona ravničarskog prostora, obronci Papuka) • blizina Parka prirode Papuk i komplementarnost turističke ponude • ekološka očuvanost i bogatstvo prirodnih resursa • multietničnost stanovništva • postojanje povijesnog i arheološkog potencija • grad poznatih ličnosti iz područja glazbe, likovne umjetnosti, književnosti, sporta.. • bogata gastro-enološka ponuda • gostoljubivost stanovništva • razvijeni sportsko-rekreacijski sadržaji (brdski biciklizam, planinarenje, jahanje) • prisutnost raznolikosti turističkih destinacija i prirodnih atraktivnosti • postojanje institucionalne podrške razvoju turizma (muzej, knjižnica, TZ , Razvojna agencija) • razvijen civilni sektor – udruge koje nude turističke sadržaje • prepoznate i kontinuirane manifestacije • postojanje turističke infrastrukture (multimedijska dvorana, biciklističke staze, jezero)	• nedovoljni smještajni kapaciteti • slabija prometna povezanost • nedovoljna medijska i marketinška eksponiranost • slaba suradnja i povezanost između turističkih aktera na području Grada • nedovoljan broj privatnog sektora koji se bavi turizmom • nedovoljna ulaganja u edukaciju stanovništva i turističkih aktera o turističkim znanjima i trendovima • nema jasnog strateškog dokumenta za razvoj turizma • nedovoljno opremljena turistička infrastruktura • nedovoljno valorizirana kulturno povijesna baština • nedostatak turističke tradicije i iskustva
PRILIKE	PRIJETNJE
• uzlazni trend potražnje ruralno-turističkih destinacija	• česta izmjena zakonskih regulativa • političke promjene

• porast potražnje vikend-sadržaja • mogućnost stvaranja brenda čiste ekološke destinacije i gastro-eno ponude • potražnja za novim aktivnim turističkim sadržajima • mogućnost korištenja EU fondova za uređenje turističke destinacije • uspostava suradnje s ostalim nacionalnim ili internacionalnim institucijama i ustanovama na polju turizma, kulture, gospodarstva..	• ekonomska situacija i manjak zainteresiranih investitora • manjak stručne turističke radne snage na tržištu rada • dodatna industrijalizacija turistički atraktivnih područja • brži razvoj turističkih sadržaja izvan područja grada Slatine • nemogućnost brze prilagodbe promjenjivim turističkim potrebama • spora izgradnja turističke infrastrukture zbog nedostatka financijskih sredstava • nastavak nepovoljnih demografskih trendova
---	--

Izvor: izrada autora prema dostupnim informacijama i spoznajama

5.2. Identificiranje općih načela i ciljeva turizma

Razvoj turizma na području Grada Slatine temelji se na autentičnosti prostora na spoju ravničarske i brdovite Slavonije, i Podravine, ekološkoj održivosti i bogatoj kulturno-povijesnoj baštini. Budući razvoj turističke ponude Slatina gradi na odgovornom korištenju prirodnih i društvenih resursa te očuvanju identiteta destinacije. Turizam se razvija u suradnji s lokalnim dionicima (udrugama civilnog društva, sportskim i rekreativnim udrugama, ugostiteljima, poljoprivrednim proizvođačima i kreativnim pojedincima). Opće načelo razvoja turizma na području grada Slatine jest uspostava ravnoteže između zadovoljstva posjetitelja i turista te dobrobiti lokalnih stanovnika.

Prioriteti vezani uz razvoj i održivo upravljanje turizmom usmjereni su na razvoj originalnih proizvoda specifičnih oblika turizma za koje grad Slatina ima komparativne prednosti, razvoj turističke infrastrukture i digitalnih alata koji omogućuju konkurentan, održiv i pristupačan turizam uz konstantnu usredotočenost na povećanje kvalitete usluge za turiste i posjetitelje.

5.3. Oblikovanje strateškog pravca i prioriteta

Temeljem provedene SWOT analize te definiranih načela održivog i odgovornog razvoja turizma na području Grada Slatine, oblikovan je okvir strateškog pravca kojim se usmjerava budući razvoj destinacije. Strateški pravac izgrađen je na principima autentičnosti, održivosti i sinergijskog djelovanja javnog, privatnog i civilnog sektora te ima za cilj pozicioniranje Slatine kao atraktivne, prepoznatljive i konkurentne destinacije unutar regije Slavonije i Podravine. S obzirom na prirodne, kulturne i društvene resurse kojima grad Slatina raspolaže, prioritetno se razvijaju specifični oblici turizma koji mogu stvoriti dodanu vrijednost destinaciji, a istovremeno doprinijeti očuvanju lokalnog identiteta i uključivanju lokalne zajednice u turističke tokove. U tom kontekstu, oblikovana

su tri temeljna strateška cilja koja su razrađena kroz niz prioriteta, a koji zajedno čine smjer razvoja destinacije u srednjoročnom razdoblju.

U Tablici 24. prikazani su ključni strateški ciljevi i pripadajući prioriteti razvoja turizma Grada Slatine. Ciljevi su fokusirani na jačanje konkurentnosti destinacije kroz razvoj atraktivnih turističkih proizvoda, uspostavu učinkovitog sustava destinacijskog upravljanja i promocije te uključivanje lokalne zajednice u turistički razvoj. Svakom cilju pridruženi su prioriteti koji predstavljaju tematske razvojne smjerove i sektore djelovanja u okviru cilja. Navedeni ciljevi i prioriteti predstavljaju osnovu za operativno planiranje konkretnih mjera i aktivnosti koje će se razraditi u narednom poglavlju. Njihova implementacija pretpostavlja međusektorsku suradnju i koordinaciju, poticanje lokalne inicijative te korištenje dostupnih financijskih instrumenata, uključujući fondove Europske unije.

Na ovaj način se uspostavlja sustav koji omogućuje postizanje ravnoteže između potreba turista, mogućnosti destinacije i interesa lokalne zajednice, čime se dugoročno osigurava održivost turističkog razvoja Grada Slatine.

Tablica 24. Ciljevi i operativne strategije u razvoju turizma grada Slatine

Strateški ciljevi	Prioriteti
Cilj 1: Razviti Slatinu kao prepoznatljivu i konkurentnu turističku destinaciju u Slavoniji i Podravini kroz razvoj atraktivnih i održivih proizvoda	Prioritet 1: Razviti specifične oblike turizma i tematske turističke proizvode u okviru: Zelenog i aktivnog turizma Kulturnog turizma
	Prioritet 2: Razviti tematizirane gastro i eno turističke proizvode kao potporu ključnim turističkim proizvodima
	Prioritet 3: Povećati broj smještajnih kapaciteta te kvalitetu turističke ponude i infrastrukture
Cilj 2: Uspostaviti učinkovito destinacijsko upravljanje i marketing	Prioritet 4: Intenziviranje suradnje TZ Slatina s TZ VPŽ, turističkim agencijama, interesnim udrugama i pojedincima uz unaprjeđenje digitalne promocije i online prisutnosti
Cilj 3: Osnažiti lokalnu zajednicu i dionike za sudjelovanje u turističkom razvoju	Prioritet 5: Edukacija i osnaživanje lokalnih dionika Prioritet 6: Interesno udruživanje (Klaster zelenog doživljaja Slatine, klaster Okusa tradicije i slatinskog bisera)

Izvor: izrada autora

5.4. Mjere i aktivnosti

Radi operacionalizacije strateških ciljeva i prioriteta, definirane su konkretne mjere i pripadajuće aktivnosti koje omogućuju provedbu viziju razvoja turizma na području Grada Slatine. Mjere predstavljaju tematske okvire djelovanja, dok aktivnosti unutar njih specificiraju provedbene korake, ciljane područja intervencije i očekivane ishode.

Cilj je osigurati usklađenu, koordiniranu i realno provedivu intervenciju u ključnim segmentima razvoja destinacije, kao što su razvoj proizvoda, interpretacija baštine, povećanje prepoznatljivosti, uključivanje lokalne zajednice te modernizacija promotivnih i upravljačkih kapaciteta. Poseban naglasak stavlja se na korištenje digitalnih alata, održivih modela upravljanja i participaciju svih relevantnih dionika.

Tablica 25. u nastavku prikazuje mjere povezane s pojedinim prioritetima te konkretne aktivnosti koje su temelj za izradu operativnih i godišnjih akcijskih planova.

Tablica 25. Prijedlog mjera i aktivnosti za postizanje strateških ciljeva

MJERA	AKTIVNOSTI
M1: Stvaranje prepoznatljivosti i konkurentnosti	A1.1.: Razvoj tematskih tura (kultura, priroda, vino) A1.2: Brending i <i>storytelling</i> kampanje s temama: Slatina – zeleno srce Slavonije, Slatina vrata Parka prirode Papuk, Slatina inspiracija za glazbenike i pjesnike, Okusi tradicije i slatinskog bisera A1.3: Ustrojavanje interpretacijskog centra velikana Slatine (Kelemen, Žmegač, Jirha) A1.4: Ustrojavanje EPICentra Sequoia kao prostora za degustacije i prezentacije gastro i eno nasljeđa A1.5. Uspostava centra za iznajmljivanje bicikala i opreme za aktivnosti u prirodi (potpora privatnoj inicijativi ili javno-privatno partnerstvo)
M2: Stvaranje prepoznatljivih i konkurentnih proizvoda	A2.1. Dodatno označavanje, opremanje i promocija biciklističkih, trekking i planinarskih staza (Slatinski đir, Popišanac, Javorica) A2.2. Razviti kombinirane pakete (aktivni odmor+kulturne rute+eno-gastro ponuda). A2.3. Digitalizirati postav Zavičajnog muzeja i dodatni razvoj VR sadržaja (slatinski velikani, industrijsko nasljeđe i tradicionalna proizvodnja)
M3: Aktivnosti na očuvanju baštine	M3.1. Stvaranje preduvjeta za obnovu i turističku interpretaciju užarskog i krznarskog obrta
M4: Uključivanje zajednice u razvoj i upravljanje turizmom	A4.1.Organizacija edukacija i radionica o integralnom upravljanju razvojem turizma i stvaranju složenih, iskustveno bogatih turističkih proizvoda A4.2. Pokretanje inicijative za interesno udruživanje za upravljanje ključnim turističkim proizvodima grada Slatine A4.3. Potpore turističkim inicijativama (mladi, udruge, iznajmljivači, OPG-ovi)
M5: Učinkovito upravljanje i promocija	A5.1. Izraditi strategiju razvoja turizma A5.2. Izraditi Marketing strategiju uz naglasak na digitalni marketing

6. SMJERNICE I PREPORUKE ZA DIONIKE RAZVOJA

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

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

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

6.1.1. Digitalizacija i primjena digitalne tehnologije u svrhu unaprjeđenja konkurentnosti

- Nastavak ulaganja u pametna rješenja: Proširenje mreže besplatnog interneta i razvoj dodatnih digitalnih info totema na ključnim turističkim točkama (EPIcentar Sequoia, Zavičajni muzej, Jezero Javorica).
- Unaprjeđenje GIS sustava: Razvoj interaktivnih digitalnih karata koje uključuju turističke rute, prirodne atrakcije, smještaj i ugostiteljsku ponudu.

6.1.2. Poboljšanje pristupačnosti ključnih turističkih atrakcija za ranjive skupine

- Dodatna prilagodba javne infrastrukture ranjivim skupinama, rampe, dizala i taktilna pomagala u javnim i kulturnim ustanovama, sportskim objektima i turističkim atrakcijama
- Poboljšati pristupačnost rekreativnih zona: Uređenje poučnih staza, izletišta i vidikovaca u skladu s načelima univerzalnog dizajna
- Financijska potpora tj. Ustrojavanje sustava subvencije privatnim dionicima vezano uz prilagodbu objekata osobama s invaliditetom
- Održavanja edukacija za zaposlenike javnog i privatnog sektora vezano uz inkluzivnost u turizmu

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

- Dodatno ulagati u infrastrukturu na ključnim atrakcijama, poglavito u zonama zelenog i aktivnog turizma (Javorica, Bunarić, Tominac, biciklističke i trekking staze)
- Podržavati daljnji razvoj kulturnog turizma i turizma događaja, unaprjeđenjem i podizanjem kvalitete postojećih proizvoda i manifestacija te kreiranjem novih doživljaja zasnovanih na autentičnim turističkim događajima i elementima nematerijalne kulturne baštine područja.
- Poticati povećanje broja autentičnih i specifičnih smještajnih kapaciteta zelenog turizma te njihovu disperziju izvan samog središta destinacije.
- Animirati i senzibilizirati stanovništvo, udruge i pojedince koji se bave djelatnostima i aktivnostima kompatibilnim s turizmom s ciljem poticanja njihovog uključivanja u turističku ponudu

6.2. Smjernice i preporuke za turističke zajednice

6.2.1. Digitalizacija i primjena digitalne tehnologije u svrhu unaprjeđenja konkurentnosti

- Dodatno raditi na nadogradnji i unaprjeđenju sadržajnosti i interaktivnosti Web stranice TZ grada Slatine (intuitivna navigacija, višejezičnost, integracija alata za personaliziranje turističkog doživljaja)
- Razviti barem dva VR/AR sadržaja virtualnih tura najznačajnijih atrakcija kulturnog i zelenog turizma
- Sustavno provoditi digitalne marketinške kampanje za ključne ciljane skupine (obitelji s djecom, škole, rekreativce i kulturne turiste)

6.2.2. Poboljšanje pristupačnosti ključnih turističkih atrakcija za ranjive skupine

- Uvesti sustav označavanja i mapiranja pristupačnih objekata (standardizirane oznake u objektima, atrakcijama i javnim sadržajima)
- Izraditi digitalne vodiče s aplikacijama i sadržajima za osobe s oštećenjem vida i sluha
- Provoditi promotivne kampanje s ciljem predstavljanja Slatine kao inkluzivne i svima pristupačne destinacije

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

- Kreirati portfolio turističkih proizvoda temeljem kojih će se destinacija bolje pozicionirati i biti prepoznatljivija na turističkom tržištu, a koji će biti podloga za formiranje jedinstvenog brenda zasnovanog na najistaknutijim turističkim

atributima/proizvodima destinacije – očuvanoj prirodi, zvuku (glazbi) i jedinstvenim okusima

- Tematizirati proizvode kulturnog turizma temama jedinstvenim za grad Slatinu (ostavština Milka Kelemena i Viktora Žmegača, industrijskog nasljeđa i nasljeđa grofova Schamburg-Lippe, tradicijskih djelatnosti i obrta-slastičarstvo, medarstvo, užarstvo, krznarstvo)
 - Poticati suradnju s lokalnim dionicima u razvoju integralnih turističkih proizvoda koji povezuju kulturu, prirodu, gastronomiju i enologiju.

6.3. Smjernice i preporuke za druge dionike u turizmu i upravljanju turizmom u destinaciji (privatni sektor, udruge, OPG-ovi)

6.3.1. Digitalizacija i primjena digitalne tehnologije u svrhu unaprjeđenja konkurentnosti

- Unaprijediti digitalnu vidljivost kroz suradnju u digitalnim kampanjama TZ grada Slatine
- Integrirati sadržaje s web stranice TZ grada Slatine na vlastite digitalne platforme
- Postupno uvoditi online sustave za rezervaciju te alate za personalizaciju turističkog iskustva

6.3.2. Poboljšanje pristupačnosti ključnih turističkih atrakcija za ranjive skupine

- Prilagoditi objekte i pristupe objektima i sadržajima invalidnim osobama
- U ugostiteljskim objektima s uslugom prehrane prilagođavati menije osobama s posebnim prehrambenim potrebama

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

- Objekte i sadržaje tematizirati i diferencirati s obzirom na ključne proizvode i attribute destinacije – zeleno, tradicijsko i izvorno
- Iskustveno obogaćivati postojeću ugostiteljsku i turističku ponudu. Nadograditi turističko iskustvo jedinstvenim pričama, kreativnim sadržajima, gastro i eno radionicama
- Aktivno sudjelovati u organizaciji postojećih i osmišljavanju novih manifestacija
- Razviti ponudu lokalnih suvenirnica i prodavaonica lokalnih proizvoda

7. POPIS PROJEKATA

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

Naziv projekta	Kratki opis i svrha	Nositelj projekta	Lokacija	Planirani početak i završetak	Studijska ili projektna dokumentacija (DA, NE, U IZRADI)	Procijenjena vrijednost/ od toga vlastiti izvori
Izgradnja rekreativnog centra Javorica	Izgradnja prostora za roštiljanje, odbojku na pijesku, sunčališta...	Grad Slatina, TZ grada Slatine, Zavičajni muzej Slatina	Akumulacija Javorica, Slatina	4 godine	Ne	5.000.000,00 €
Izgradnja interpretacijskog centra za fotografiju i vizualni identitet Grada Slatine	Slatina ispričana fotografijom	Grad Slatina, TZ grada Slatine, Zavičajni muzej Slatina	Uži centar grada Slatine	12 mjeseci	Ne	4.000.000,00 €

7.2. Projekti posebnog značenja za razvoj destinacije

Naziv projekta	Kratki opis i svrha	Nositelj projekta	Lokacija	Planirani početak i završetak	Studijska ili projektna dokumentacija (DA, NE, U IZRADI)	Procijenjena vrijednost/ od toga vlastiti izvori
Izgradnja spomen obilježja Milku Kelemenu	Milko Kelemen – umjetnik koji je zadužio Grad Slatinu, te iz tog razloga izgradnja spomen obilježja	Grad Slatina, TZ grada Slatine, Zavičajni muzej Slatina	Uži centar grada Slatine	12 mjeseci	Ne	5.000.000,00 €
Izgradnja spomen obilježja Viktoru Žmegaču	Viktor Žmegač - znanstvenik koji je zadužio Grad Slatinu, te iz tog razloga izgradnja spomen obilježja	Grad Slatina, TZ grada Slatine, Zavičajni muzej Slatina	Uži centar grada Slatine	12 mjeseci	Ne	5.000.000,00 €
Turističko-rekreacijski kompleks (TRK) jezero Javorica	Projektom se planira proširiti turistička ponuda Grada Slatine kroz poboljšanje infrastrukture i razvoj turističkih kapaciteta. TRK Jezero Javorica doprinijet će razvoju gospodarstva proširenjem turističke ponude grada s ciljem održivog korištenja i povećavanja privlačnosti prirodnog krajolika na području kontinentalne Hrvatske.	Grad Slatina	Grad Slatina	Ovisno o natječajima	Da	5.519.371,45 € ovisno o intenzitetu potpore natječaja
Razvoj aktivnog turizma Grada	Svrha projekta je unaprjeđenje	Grad Slatina	Grad Slatina	8/24 – 3/26	Da	6.553.614,75 € (1.624.912,11 €)

Slatine izgradnjom hostela sa sportsko-rekreacijskom dvoranom visoke energetske učinkovitosti	turističke infrastrukture povećanjem smještajnih kapaciteta i poticanje aktivnog turizma izgradnjom hostela sa sportsko-rekreacijskom dvoranom.					
--	---	--	--	--	--	--

8. ZAKLJUČAK

Plan upravljanja destinacijom sveobuhvatan je strateški dokument koji ima za cilj usmjeravati razvoj turizma Grada Slatine prema održivom turizmu. Analizom postojećeg stanja u kontekstu ključnih čimbenika razvoja turizma (resursno-atraksijske osnove, javne i turističke i infrastrukture, marketinške komunikacije, ljudskih potencijala, trendova i dr.), određen je smjer razvoja turizma koji treba pridonijeti jačanju konkurentnosti i održivosti turizma Grada Slatine. Plan se u svojoj suštini zasniva na načelima održivog razvoja, prepoznajući važnost očuvanja i održivog korištenja prirodnih i sociokulturnih vrijednosti zajednice kao temelja održivosti turističke ponude.

Grad Slatina ima bogato kulturno-povijesno nasljeđe te turistički atraktivno prirodno okruženje koji proizlazi iz spoja brdskog pošumljenog i nizinskog poljoprivrednog kraja. Najznačajnije aktualne turističke atrakcije su zaštićeno stablo Mamutovac unutar zaštićenog Parka, a oko kojeg je uspostavljen EPIcentar Sequoia te nasljeđe kompozitora suvremene glazbe Milka Kelemena i Zavičajni muzej Slatina sa svom svojom zbirkom i aktivnostima za posjetitelje. Uz navedeno, lokaliteti od značajnog turističkog potencijala su jezero Javorica, Slatinski vidikovac i vinogorje, izletišta Bunarić i skijalište Tominac, kao i pošumljena brdovita te nizinska područja unutar kojih se skrivaju preostali turistički potencijali (biciklističke staze, pješačko-planinarski putovi, flora i fauna, gastronomska baština i dr.).

Integracijom postojećih atrakcija i lokaliteta, grad Slatina može kreirati konkurentne turističke proizvode i pozicionirati se kao atraktivna destinacija na turističkom tržištu pasivnog i aktivnog uživanja u prirodi, kroz različite *relax* programe i rekreacijske aktivnosti na otvorenom. Paralelno, razvoj kulturnog turizma zasnovanog na postojećim atributima kulturno-povijesnog nasljeđa i manifestacijama, treba podržati kompatibilnim i komplementarnim proizvodima (lokalna tradicija i običaji, autentična gastronomija, inspirativna i transformativna priroda i dr.) koji će osigurati cjelogodišnju ponudu dostupnu posjetiteljima. Jednako tako, u održavanju konkurentnosti, potrebno je dodatno uložiti u smještajne kapacitete više razine kvalitete, turističku i javnu infrastrukturu, digitalnu promociju i učinkovitiju komunikaciju s tržištem i javnosti. Jednako tako, preporučuje se jačanje regionalne i međunarodne povezanosti te razvoj suradničkih mreža s lokalnim gospodarstvenicima, OPG-ovima, udrugama i obrazovnim institucijama i stanovništvom općenito.

Zaključuje se da su glavni prioriteti održivog razvoja turizma i upravljanja destinacijom usmjereni na razvoj originalnih proizvoda za koje grad Slatina ima komparativne prednosti, zatim razvoj turističke infrastrukture i digitalnih alata koji omogućuju konkurentan, održiv i pristupačan turizam uz konstantnu usredotočenost na povećanje kvalitete usluge za posjetitelje, koristi za lokalnu zajednicu i održivo korištenje svih okolišnih resursa destinacije. Takav pristup razvoju turizma zahtjeva snažnu sinergiju

dionika i odlučnu javnu politiku kako bi grad Slatina iskoristio svoj puni turistički potencijal, osiguravajući pri tome dugoročno održive koristi svima.

9. POPIS IZVORA

1. Dokument Magistralni plinovod Slatina-Velimirovac DN200/50 bar, dostupno na: https://www.slatina.hr/portal/wp-content/uploads/2021/02/1-SUO_MP_Slatina_Velimirovac_12021.pdf
2. European Commission (2015): Mapping and Performance Check of the Supply of Accessible Tourism Services. (220/PP/ENT/PPA/12/6491), Final Report.
3. European Commisssion, Accessible tourism, dostupno na: https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/eu-funding-and-businesses/funded-projects/accessible-tourism_en
4. Facebook profil TZ grada Slatine, dostupno na: <https://www.facebook.com/TZ.grada.Slatine>
5. Feldbauer, B. (2004): Leksikon naselja Hrvatske, drugi svezak. Zagreb: Mozaik knjiga
6. Instagram profil TZ grada Slatine, dostupno na: https://www.instagram.com/discover_slatina/
7. Javna ustanova za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode i ekološkom mrežom Virovitičko-podravske županije, dostupno na: <https://virovitica-nature.hr/hr/>
8. Ministarstvo turizma i sporta (2004): Smjernice i upute za izradu plana upravljanja destinacijom.
9. Plan gospodarenja otpadom grada Slatine za razdoblje 2017.-2022., dostupno na: <https://www.slatina.hr/portal/slatinsko-gradsko-vijece-usvojilo-plan-gospodarenja-otpadom-grada-slatine-razdoblje-2017-2022>
10. Plan razvoja turizma grada Slatine za razdoblje 2020.-2027., dostupno na: <https://www.slatina.hr/portal/wp-content/uploads/2019/12/Plan-razvoja-turizma-grada-Slatine-2020.-2027..pdf>
11. Plan razvoja turizma gradova Lipik i Pakrac, dostupno na: <https://lipik.hr/wp-content/uploads/2020/02/Strate%C5%A1ki-plan-razvoja-turizma-gradova-Lipika-i-Pakraca.pdf>
12. Procjena ugroženosti od požara i tehnološke eksplozije Grad Slatina, IN konzalting d.o.o. za poslovne usluge (2022), dostupno na: <https://www.slatina.hr/portal/wp-content/uploads/2022/11/Procjena-ugrozenosti-od-pozara-Slatina.pdf>
13. Pučko otvoreno učilište Slatina, dostupno na: <https://www.pou-slatina.hr/>
14. Registar kulturnih dobara RH, dostupno na: <https://registar.kulturnadobra.hr/#/>
15. Službena stranica grada Slatine, dostupno na: <https://www.slatina.hr/portal/>
16. Službena web stranica Ministarstva turizma i sporta, dostupno na: <https://mint.gov.hr/tourism-for-all/accessible-tourism/23117>
17. Službena web stranica TZ grada Slatine, dostupno na: <https://discoverslatina.hr/>
18. Službena web stranica TZ grada Slatine, dostupno na: www.discoverslatina.hr
19. Službene stranice grada Slatine, dostupno na: <https://www.slatina.hr/portal/gradske-tvrtke-i-ustanove/slatina-kom-d-o-o>

20. Službeni web portal Grada Slatine, dostupno na: <https://www.slatina.hr/portal/u-slatini-zapocelo-postavljanje-pristupnih-tocaka-u-sklopu-projekta-wifi4eu/>
21. Strategija razvoja grada Slatine za razdoblje 2016.-2020., dostupno na: <https://www.slatina.hr/portal/wp-content/uploads/2019/03/Strategija-razvoja-Grada-Slatine.pdf>
22. Strategija razvoja turizma Grada Garešnice, dostupno na: <https://garesnica.eu/documents/111/15.%20Strategija%20razvoja%20turizma%20Grada%20Gare%C5%A1nice%202018.%20-%202023..pdf>
23. Strategija razvoja turizma Virovitičko-podravske županije do 2030. godine, dostupno na: <https://www.slavonija-podravina.hr/wp-content/uploads/2023/12/strategija-razvoja-turizma-vpz-do-2030.pdf> +
24. UN Tourism, dostupno na: <https://www.unwto.org/accessibility>
25. UNWTO (2007). A Practical Guide to Tourism Destination Management, Madrid, dostupno na: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284412433>
26. Urbanistički plan uređenja grada Slatine (Službeni glasnik Grada Slatine 02/07, 01/12, 01/15), dostupno na: <https://www.slatina.hr/portal/wp-content/uploads/2022/03/Sluzbeni-glasnik-Grada-Slatine-broj-3-2022-1.pdf>
27. Web platforma Slatina- Otvoreni grad, dostupno na: <https://slatina.otvorenigrad.hr/>
28. Web stranica posjetiteljskog centra EPIcentar Sequoia, dostupno na: <https://epicentar-sequoia.hr/>
29. YouTube kanal TZ grada Slatine, dostupno na: <https://www.youtube.com/@discoverslatina> (18.2.2025).

10. POPIS ILUSTRACIJA

Tablice:

Tablica 1. Dionici uključeni u izradu plana upravljanja destinacijom	2
Tablica 2. Turistički kapaciteti po vrstama objekata u 2023. i 2024. godini	9
Tablica 3. Ugostiteljski objekti prema vrstama	9
Tablica 4. Turistička infrastruktura grada Slatine.....	12
Tablica 5. Turistički kapaciteti po vrstama objekata u 2023. i 2024. godini	14
Tablica 6. Popis ugostiteljskih objekata na području grada Slatine	14
Tablica 7. Tvrtke koje prikupljaju otpad na području grada Slatine	18
Tablica 8. Analiza pristupačnosti grada Slatine	23
Tablica 9. Popis javnih ustanova.....	24
Tablica 10. Potrebe za radnicima u djelatnosti pružanja smještaja i pripreme i usluživanja hrane i pića u 2023. i 2024. godini.....	26
Tablica 11. Broj upisanih učenika i studenata u području turizma i ugostiteljstva u školskoj i akademskoj godini 2024./25.....	27
Tablica 12. Analiza konkurenata – pregled turističkih proizvoda te ciljanih tržišta i segmenata potrošača	32
Tablica 13. Primarni turistički proizvodi koje VPŽ dijeli sa gradovima i općinama u okruženju ...	34
Tablica 14. Analiza konkurenata – pregled dolazaka i noćenja gostuju te broja postelja	34
Tablica 15. Analiza konkurenata – pregled načina promocije destinacije i komunikacijskih strategija	34
Tablica 16. Portfelj turističkih proizvoda.....	39
Tablica 17. Ključni turistički proizvodi i njihov potencijal- Zeleni i aktivni turizam.....	39
Tablica 18. Ključni turistički proizvodi i njihov potencijal- Kulturni turizam	41
Tablica 19. Sekundarni turistički proizvodi i njihov potencijal- Eno i gastro turizam	42
Tablica 20. Pokazatelji održivosti	44
Tablica 21. Pristupačnost atrakcija i lokaliteta osobama s invaliditetom.....	46
Tablica 22. Udio zaštićenih područja u ukupnoj površini grada Slatine	47
Tablica 23. SWOT analiza grada Slatine	48
Tablica 24. Ciljevi i operativne strategije u razvoju turizma grada Slatine.....	50
Tablica 25. Prijedlog mjera i aktivnosti za postizanje strateških ciljeva	51

Slike:

Slika 1. Administrativno područje grada Slatine	6
Slika 2. Turističke zone.....	11

Grafikoni:

Grafikon 1. Broj dolazaka i noćenja u gradu Slatini tijekom 2024. godine	8
Grafikon 2. Prosječna duljina boravka turista u danima na području grada Slatine	8

PRILOG: Rezultati ankete o zadovoljstvu lokalnog stanovništva turizmom

Ukupan broj ispitanika	Broj ispitanika s ocjenom 4 ili 5 (zadovoljni)			Ispitanici koji ostvaruju korist od turizma	Ispitanici koji ne ostvaruju korist od turizma
	Ukupno	Ostvaruju korist od turizma	Ne ostvaruju korist od turizma		
68	8	0	8	5	63
Udio lokalnog stanovništva zadovoljnih turizmom u destinaciji (%)		Ostvaruju korist od turizma		Ne ostvaruju korist od turizma	
		Udio lokalnog stanovništva zadovoljnih turizmom u destinaciji (%)		Udio lokalnog stanovništva zadovoljnih turizmom u destinaciji (%)	
11,76		0		12,70	