



GRAD BJELOVAR

institutzaturizam 



Plan razvoja turizma Grada Bjelovara od 2022. do 2027. godine

Zagreb, svibanj 2022.



Plan razvoja turizma Grada Bjelovara od 2022. do 2027. godine



Naručitelj:
Grad Bjelovar



Izvršitelj:
Institut za turizam

Voditelj projekta:
Dr. sc. Izidora Marković Vukadin

Autori:
Dr. sc. Snježana Boranić- Živoder
Dr. sc. Matina Gjurašić
Doc. dr. sc. Jasenka Kranjčević
Dr. sc. Izidora Marković Vukadin
Sara Melkić, mag.oec.
Doc. Dr.sc. Damir Krešić

Zagreb, 31. svibnja 2022.



Sadržaj

1. Uvod	6
1.1. Ciljevi Plana razvoja turizma.....	6
1.2. Metodologija izrade Plana.....	7
1.3. Struktura Plana razvoja turizma	9
2. Analiza internog okruženja.....	11
2.1. Opći podaci o Gradu Bjelovaru.....	11
2.1.1. Opća geografska obilježja, klima i administrativna podjela	11
2.1.2. Demografska obilježja	13
2.1.3. Prometna dostupnost.....	14
2.1.4. Infrastrukturna opremljenost.....	16
2.2. Gospodarstvo	17
2.3. Institucionalni okvir razvoja turizma	20
2.3.1. Ključni dionici i upravljačka tijela	20
2.3.2. Razvojni dokumenti.....	25
2.3.3. Prostorno- planerski dokumenti	27
2.4. Turistička atrakcijska osnova – valorizacija	31
2.5. Turistička suprastruktura	39
2.6. Performanse turističkog sektora	42
2.7. Novi projekti u funkciji razvoja turizma.....	46
3. Analiza tržišta	51
3.1. Kvantitativni trendovi.....	51
3.2. Obilježja kvalitativnih trendova od interesa za proizvode Grada Bjelovara	52
3.3. Konkurentska pozicija Grada Bjelovara.....	54
3.4. Primjeri dobre prakse.....	57
4. Opis srednjoročnih razvojnih potreba i razvojnih potencijala	64
4.1. SWOT analiza.....	64
4.2. Scenariji razvoja turizma	73
5. Vizija i ciljevi turističkog razvoja Grada Bjelovara	80
5.1. Srednjoročna vizija razvoja turizma	80
5.2. Posebni ciljevi	81



6.	Koncepcija turističkog razvoja	84
6.1.	Brand koncept i željeni imidž destinacije	84
6.2.	Turistički proizvodi	85
6.3.	Prostorna koncepcija razvoja turizma	97
7.	Akcijski plan	102
7.1.	Akcijski plan – razrada mjera	104
7.2.	Akcijski plan – vremenski okvir	136
8.	Upravljački model za praćenje i vrednovanje Plana	139



UVOD

Ciljevi plana razvoja turizma

Metodologija izrade Plana

Struktura Plana



1. Uvod

Osnovni elementi atrakcijskog spleta Grada Bjelovara zasigurno su sklad urbane jezgre Grada, s naglaskom na središnji park s paviljonom i katedralu sv. Terezije Avilske. Nadalje ističu se tradicionalne manifestacije poput proljetnog i jesenskog međunarodnog bjelovarskog sajma, BOKfest i Terezijana, ali i atrakcije povezane s aktivnim turizmom na Bilogori. U konačnici, uz navedene materijalne atrakcije, mora se istaknuti i nešto nematerijalnih značajki poput tradicije proizvodnje sira, ali i ugone boravka u brojnim ugostiteljskim objektima koji pridonose dojmju opuštenosti življenja u Bjelovaru. Međutim, Grad Bjelovar unatoč visokovrijednoj i kvalitetnoj turističkoj atrakcijskoj osnovi, jedno je od županijskih središta Hrvatske s najnižim stopama razvoja turizma, koje izravno najbolje dokumentira podatak o manje od 2% svih turističkih dolazaka u regiji središnje Hrvatske (eVisitor, 2019). Bjelovar se nalazi na kontaktnom području nekoliko tradicijskih regija, među kojima su Slavonija, Podravina, Moslavina i Bilogora. Bilogora je regija kojoj najizraženije pripada, pri čemu je upravo ona najslabije definirana tradicijska regija, a time je i identitet samog Grada nedovoljno prepoznatljiv.

Navedeno predstavlja trenutno stanje, no nužno je istaknuti ogromne potencijale za razvoj niza selektivnih oblika turizma, od memorijalnog (područje Barutane), preko zdravstvenog (termalna vrela Korenovo), kulturnog (urbana jezgra), cikloturizma, ali i eno-gastronomskog turizma (obronci Bilogore) i sl. Ovim dokumentom osigurati će se smjernice i okvir za djelovanje svih dionika na području razvoja turizma u Gradu Bjelovaru. Pri tome će se u obzir uzeti trendovi, aktualna situacija i dostupne prognoze o turističkim kretanjima kao i razvojni projekti i ideje svih lokalnih dionika koji trebaju biti nositelji razvoja turizma. Temeljem navedenog, Plan razvoja turizma Grada Bjelovara od 2022. do 2027. godine pruža integrirani strateški okvir djelovanja različitih institucija javnog sektora, gospodarskih subjekata te drugih dionika Grada uključenih u razvoj turizma.

1.1. Ciljevi Plana razvoja turizma

Težeći povećanju kvalitete života lokalnog stanovništva, očuvanju i aktivaciji prirodne i kulturne baštine, rastu konkurentne sposobnosti turizma i visokoj kvaliteti doživljaja posjetitelja Grada, ciljevi Plana razvoja turizma su:

- analizirati postojeće stanje turizma u gradu Bjelovaru s naglaskom na detaljnu analizu i vrednovanje turističkih resursa i atrakcija na prostoru Grada,
- pregled postojećih potencijala razvoja utemeljenih na trendovima, idejnim projektima i prostornim i razvojnim dokumentima,
- uspostavljanje jasnog razvojnog koncepta turizma utemeljenog na iterativnom i participativnom procesu osmišljavanja i usuglašavanja dionika,
- razraditi portfelj turističkih proizvoda i predložiti aktivnosti za stvaranje pretpostavki za uspješno, dugoročno održivo, tržišno pozicioniranje Grada na turističkom tržištu,



- definiranje razvojnih prioriteta, njihovih nositelja i mogućih izvora financiranja, kao i implementaciju u Akcijski plan te
- pružanje strateškog okvira za privlačenje potencijalnih investitora i prepoznavanje razvojnih projekata/programa u domeni privatnog i javnog sektora.

Uspješno ispunjavanje definiranih ciljeva Plana razvoja turizma podrazumijeva uvažavanje načela održivosti razvoja te racionalnog korištenja evaluirane turističke resursno-atraksijske osnove, ali i potrebu osiguranja ekonomske opstojnosti turizma stvaranjem inovativne i globalno konkurentne turističke ponude te poticajnog gospodarskog okruženja koje omogućava usklađivanje stavova javnog i privatnog sektora u svezi svih bitnih pitanja dugoročnog razvoja turizma.

1.2. Metodologija izrade Plana

Pristup Instituta za turizam izradi Plana polazi od načela otvorenosti, multidisciplinarnosti te uključenosti razvojnih dionika, pri tome osiguravajući: fazni pristup izradi Plana koji se provodi u tri međusobno povezane faze koje odgovaraju na pitanja gdje smo danas, kamo želimo ići i kako doći do željenog cilja. Sukladno tomu, dokument se dijeli u tri glavne tematske cjeline:

- 1) Situacijsku i tržišnu analizu
- 2) Strateški okvir razvoja turizma Grada Bjelovara do 2027. godine
- 3) Prioritetne razvojne strategije te akcijski plan s mogućim izvorima financiranja.

Svaku od faza verificira Naručitelj prije započinjanja sljedeće faze.

Nadalje, koristi se uobičajeni metodološki postupak za izradu razvojnih planskih dokumenata s područja turizma, koji uključuje nekoliko istraživačkih, analitičkih i interpretacijskih postupaka kao što su:

1. Prikupljanje podataka iz javno dostupnih sekundarnih izvora
 - Postupak uključuje provedbu niza kabinetskih (desk) istraživanja zasnovanih na većem broju različitih sekundarnih izvora informacija, uključujući stručnu literaturu, statističke izvore podataka, prostorno-planske i razvojne dokumente i internetske portale. Desk istraživanja posebno su usmjerena na turističko-resursnu osnovu, turističku ponudu i performanse Grada te trendove na turističkom tržištu.
2. Obilazak terena (3 obilaska)
 - Članovi ekspertnog tima Instituta za turizam višekratno su boravili na prostoru Grada da bi se upoznali s ključnim odrednicama projektnog područja. U sklopu obilaska, posebna pozornost posvećena je razvojnim ograničenjima, sagledavanju obilježja turističke resursno-atraksijske osnove te ocjeni turističke infra- i suprastrukture.
3. Anketa članova radne skupine



- Za utvrđivanje stanja konkurentnosti turizma provedeno je anketiranje 40 članova radne skupine online upitnikom u siječnju 2022. godine. Tako je konkurentnost Grada Bjelovara u turizmu u ovom dokumentu utvrđena ocjenama 63 pokazatelja, a svaki destinacijski atribut ekspertnom je procjenom potrebno ocijeniti na skali od 1 (u potpunosti loše) do 7 (u potpunosti dobro).
- 4. Radionice s ključnim dionicima turističkog razvoja iz javnog i privatnog sektora (3 radionice)
 - Radionice su provedene s ciljem što obuhvatnijeg participativnog pristupa, te sagledavanja različitih aspekata i vizija, kao i ciljeva razvoja dionika, pri čemu se mogu istaknuti tri osnovne skupine dionika: subjekti direktno uključeni u razvoj turizma, upravljački subjekti i indirektno uključeni dionici razvoja. Sukladno metodološkom okviru za realizaciju Plana, provest će se tri strateške radionice s dionicima posvećene sljedećim temama:
 - a) jake i slabe strane te prilike i prijetnje turističkog razvoja Grada Bjelovara (SWOT)
 - b) scenariji, vizija i ciljevi te koncepcija turističkog razvoja
 - c) prioritetne operativne strategije i akcijski plan s izvorima financiranja te pokazateljima ostvarenja.
- 5. Intervjui s desetak glavnih dionika razvoja turizma na području Grada Bjelovara
 - Provođenje većeg broja individualnih intervjuja s ključnim dionicima turističkog razvoja Grada kako bi se prikupile informacije i stavovi o problemima, izazovima i perspektivama turističkog razvoja Grada.

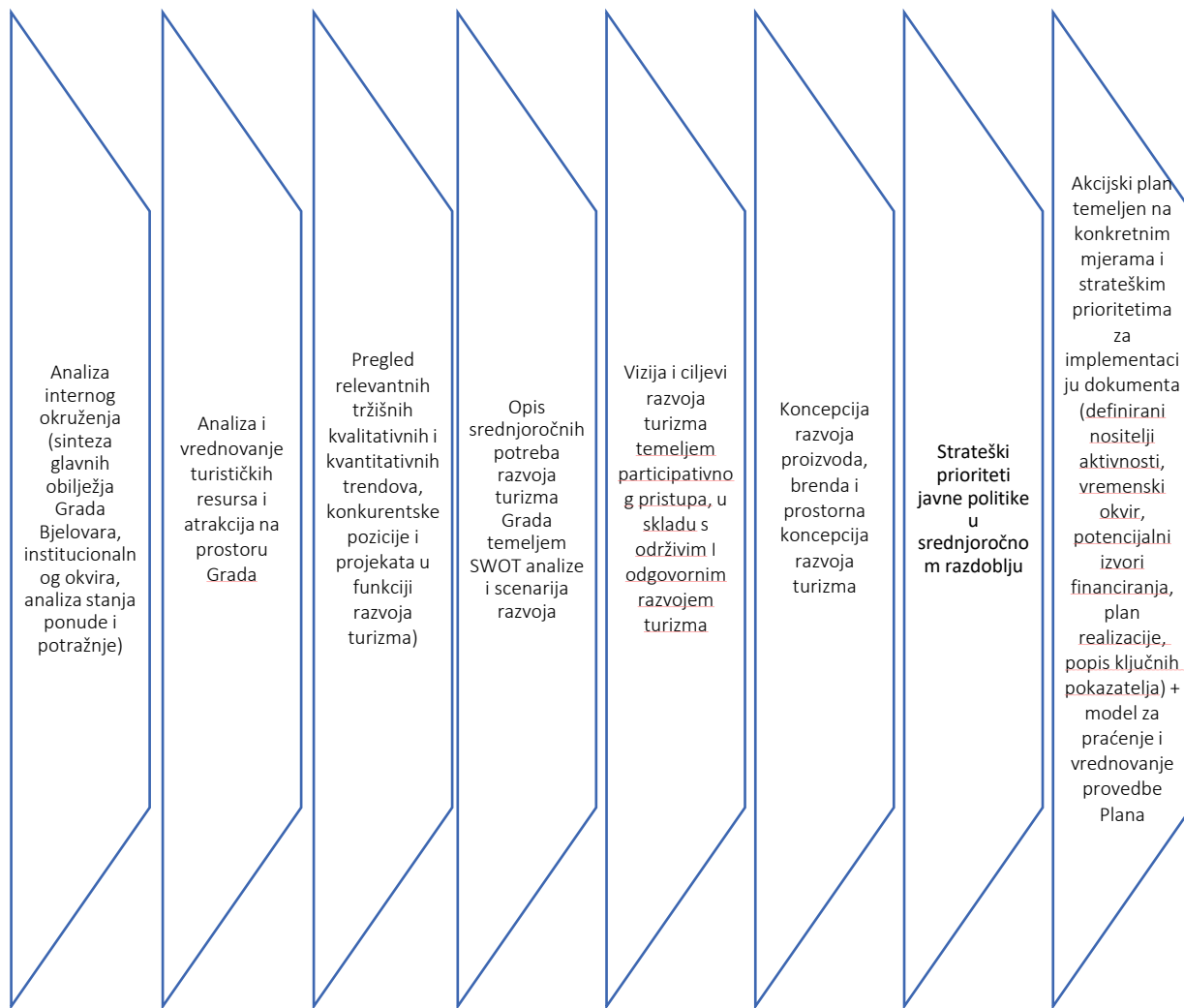
Metodologija izrade projekta bit će maksimalno orijentirana prema provedbenim rješenjima, a temeljit će se na intenzivnoj suradnji i uključenosti svih dionika razvoja turizma. S obzirom na navedeno, glavne metodološke postavke za izradu ovog projekta su:

- suradnja s lokalnom zajednicom i uključenost svih interesnih skupina u proces planiranja turističkog razvoja,
- metodološki pristup koji implicira sagledavanje svih pojedinačnih razvojnih mogućnosti kao i mogućnost stavljanja u funkciju glavnih ciljeva turističkog razvoja

1.3. Struktura Plana razvoja turizma

Uvažavajući opis projektnog zadatka i prethodno definirane glavne metodološke odrednice, pristup izradi projekta uključuje niz aktivnosti koje su prikazane u Slici 1.1.

Slika 1.1. Struktura dokumenta Plan razvoja turizma Grada Bjelovara od 2022. do 2027. godine





ANALIZA INTERNOG OKRUŽENJA

Opći podaci o Gradu Bjelovaru

Gospodarstvo

Institucionalni okvir razvoja turizma

Turistička atrakcijska osnova – valorizacija

Turistička suprastruktura

Performanse turističkog sektora

Novi projekti u funkciji razvoja turizma



2. Analiza internog okruženja

Poznavanje mogućnosti destinacije i njenih resursa od presudnog je značaja za kvalitetno upravljanje destinacijom. Stoga temelj Plana razvoja turizma Grada Bjelovara nužno čini analiza internog okruženja, koja se sastoji u prvom redu od sinteze općih obilježja Grada (opća geografska obilježja, klima i administrativna podjela, demografska obilježja, prometna dostupnost i infrastrukturna opremljenost). Nadalje u promišljanju budućih utjecaja turizma na gospodarstvo važno je sagledati postojeća obilježja gospodarske strukture, ali i institucionalni okvir za razvoj (održivog) turizma, koji se temelji na analizi ključnih dionika i upravljačkih tijela te razvojnih i prostorno-planerskih dokumenata. Glavni temelj za razvoj turizma predstavlja analiza i vrednovanje postojećeg stanja turističko-atraktivne osnove i postojećeg stanja turističke suprastrukture. U konačnici, postojeće stanje predstavljaju i performanse turističkog sektora, te novi (ili trenutno aktivni) projekti u funkciji razvoja turizma.

2.1. Opći podaci o Gradu Bjelovaru

2.1.1. Opća geografska obilježja, klima i administrativna podjela

Grad Bjelovar nalazi se na sjeverozapadu Bjelovarsko–bilogorske županije koja se nalazi na istočnom dijelu skupine županija Središnje Hrvatske. Grad Bjelovar geografski je omeđen Zagrebačkom županijom na zapadu, Koprivničko-križevačkom županijom na sjeveru te Virovitičko – podravskom županijom na sjeveroistoku, te pripada zemljopisnoj cjelini Bilogore, koja je jedna od četiri cjeline Županije koja obuhvaća i Papuk i Ravnu goru, Moslavačku goru te dolinu rijeke Česme i Ilove.

Grad Bjelovar nalazi se na 135 metara nadmorske visine te je geografski dijagonalno sa sjeveroistoka okružen dugom, niskom visoravni Bilogorom, oblikovanom rasjednim procesima i plitkim nadsvođenjem koja se uzdiže od 200 do 250 metara nadmorske visine, te s jugozapada rubnim dijelovima plodne lonjsko–ilovske zavale koja se nalazi između 120 i 160 metara nadmorske visine i koja ima umjereno otjecanje vode zbog blagog nagiba. Grad Bjelovar je okružen malim riječnim tokovima Bjelovacke, Plavnice, Velike i Ciglenske koje više ne obiluju bogatom riječnom faunom kao nekad, ali u kojima i dalje obitavaju ribice i žabe. U blizini Grada nalazi se rijeka Česma te ribnjaci Blatnica i Narta. Zbog šuma i ribnjaka područje oko Grada Bjelovara idealno je za razvoj lovnog i ribolovnog turizma. Za područje Grada Bjelovara karakteristična su glinasto–ilovasta tla siromašna humusom, koja se radi očuvanja plodnosti tla stalno moraju gnojiti, a ono se najčešće sastoji od lapora, pješčanika i lignita, dok se kristalinske stijene nalaze tek u dubokim bušotinama.¹ Na temelju provedenih specijalističkih naftno-geoloških analiza i dostupnih podataka, zaključeno je da postoji značajan geotermalni potencijal na

¹ Poslovniturizam.com: Bjelovar – Središnja Hrvatska <https://www.poslovniturizam.com/destinacije/bjelovar/16/>

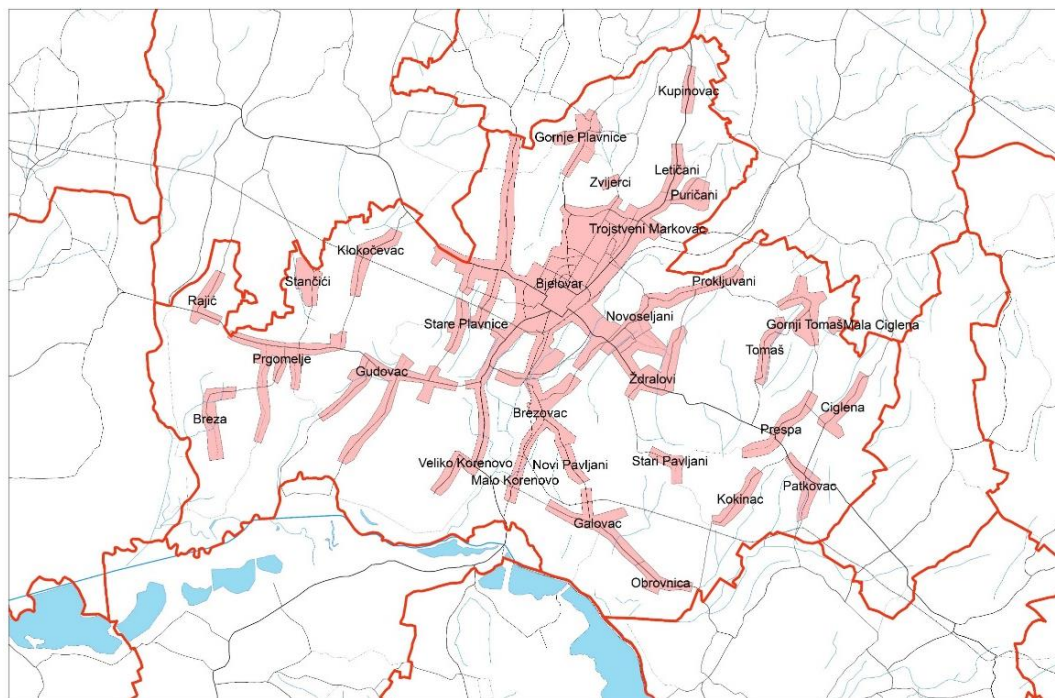


lokalitetu u Velikom Korenovu, zbog čega bi Grad Bjelovar bio idealna destinacija zdravstvenog i wellness turizma.

Grad Bjelovar ima topla ljeta s dosegom srednje srpanjske temperature od 20,6°C i s utjecajem toplog južnog vjetrova koji prethodi kiši, umjereno topla proljeća s utjecajem istočnog vjetrova, te umjereno hladne zime srednje siječanjske temperature od -0,4°C i s utjecajem vjetrova sjevernjaka. Zbog toga se Grad Bjelovar s prosječnom temperaturom od 12°C te umjerenom i ravnomjernom količinom padalina (900 mm/g) nalazi na klimatski prijelaznom prostoru koji ima umjerenu kontinentalnu klimu, što ga čini idealnom turističkom destinacijom za sport te rekreaciju (*outdoor*) i manifestacije na otvorenom.

Kao jedan od mlađih hrvatskih gradova nastao 1756. godine, Grad Bjelovar je upravno–administrativno, gospodarsko, kulturno, sportsko i poslovno središte Bjelovarsko–bilogorske županije te Bjelovarsko–križevačke biskupije. Obuhvaća teritorij veličine 191,9 km² i 31 naselje: Bjelovar, Breza, Brezovac, Ciglena, Galovac, Gornje Plavnice, Gornji Tomaš, Gudovac, Klokočevac, Kokinac, Kupinovac, Letičani, Mala Ciglena, Malo Korenovo, Novi Pavljani, Novoseljani, Obrovnica, Patkovac, Prespa, Prgomelje, Prokljuvani, Puričani, Rajić, Stančići, Stare Plavnice, Stari Pavljani, Tomaš, Trojstveni Markovac, Veliko Korenovo, Zvijerci i Ždralovi (slika 2.1.)

Slika 2.1. Naselja u sastavu Grada Bjelovara



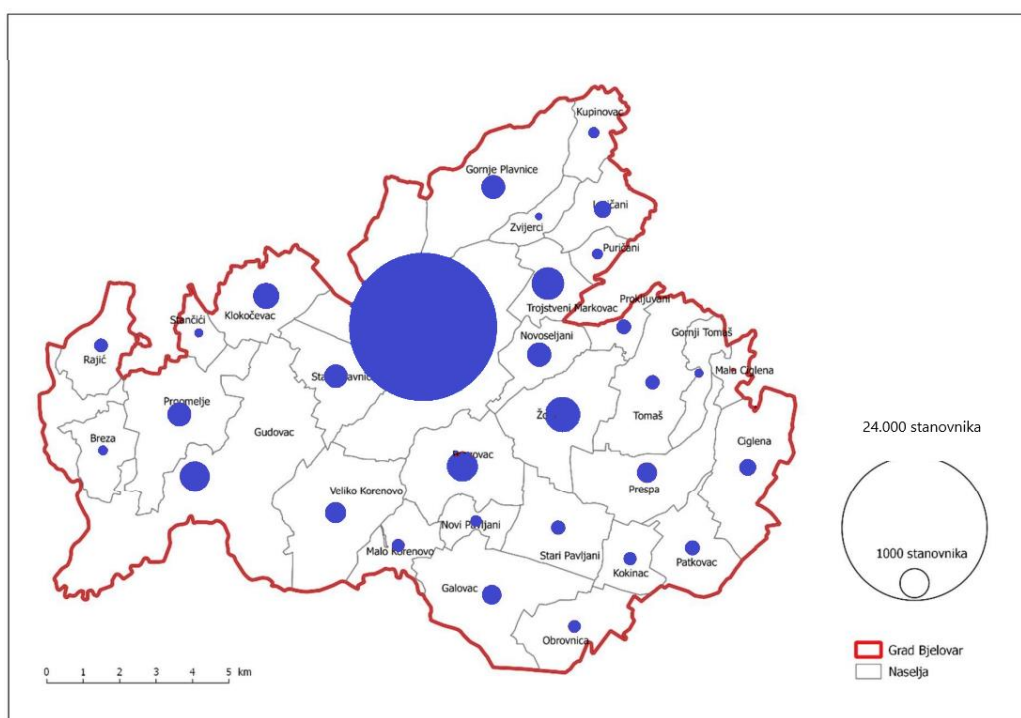
Izvor: autori studije

Uz ostale gradove Županije (Darugar, Čazma, Garešnica i Grubišno Polje), Grad Bjelovar zbog svojih povijesnih i kulturnih posebnosti ima povoljne preduvjete za razvoj vjerskog i kulturnog turizma uz nužno obogaćivanje turističke ponude.

2.1.2. Demografska obilježja

Prema Popisu stanovništva iz 2011. godine na području Grada Bjelovara živjelo je ukupno 40.276 stanovnika (39,01% manje nego 1991. godine te 3,4% manje nego 2001.), što je činilo gotovo 39,37% stanovništva Bjelovarsko–bilogorske županije. Prema preliminarnim podacima Državnog zavoda za statistiku u novom Popisu stanovništva iz 2021. godine na području Županije bilježi se 14,59% manje stanovnika, dok je ukupan broj stanovnika Grada Bjelovara s pripadajućim naseljima 36.433, što što je 9,54% manje u odnosu na 2011. godinu i čine 35,61% ukupnog stanovništva Županije (slika 2.2.).² Uzimajući u obzir navedene podatke, vidljivo je da je glavno demografsko obilježje i trend Grada Bjelovara umjerena depopulacija uzrokovana ponajviše iseljavanjem stanovništva i negativnim prirodnim priraštajem. Dok je gustoća stanovništva 2011. iznosila 214,5 st/km², temeljem preliminarnih podataka iz 2021. ona će iznositi 189,85 st/km².³

Slika 2.2. Prostorna koncentracija stanovništva po naseljima Grada Bjelovara u 2021.



Izvor: Preliminarni rezultati Popisa stanovništva 2021. godine

U Gradu Bjelovaru prisutan je neravnomjerni prostorni razmještaj u korist gradskih naselja, pri čemu je gotovo 81,59% stanovništva naseljeno u šest najvećih naselja od ukupno 31 naselja: Bjelovar, Ždralovi, Trojstveni Markovac, Klokočevac i Gudovac. Ukupan broj kućanstava u Bjelovaru i pripadajućim naseljima iznosi 13.103 (35,17% Županije), dok ukupan broj stambenih jedinica iznosi 17.423 (30,87% Županije).⁴

² DZS: Prvi rezultati popisa stanovništva 2021.

³ Strategija razvoja grada Bjelovara 2016. – 2020.

⁴ DZS: Prvi rezultati popisa stanovništva 2021.



Temeljem popisa iz 2011. godine prema spolnoj strukturi stanovništva Grada Bjelovara uočljiv je blagi porast udjela ženskog stanovništva (19.189 muškaraca i 21.087 žena). Prema nacionalnoj pripadnosti, 91,25% stanovnika Grada Bjelovara je hrvatske narodnosti, dok su među ostalim narodnostima zastupljeni Srbi (4,66%), Romi (0,73%), Albanci (0,59%), Česi (0,37%) i ostali. Prema vjerskoj pripadnosti najviše je rimokatolika (86,65%), zatim pravoslavaca (5,78%), muslimana (0,22%) te ateista (3,60%). Struktura obrazovanosti i informatičke pismenosti stanovništva Grada Bjelovara bolja je od one na županijskoj i državnoj razini te pokazuje povećani udio visoko obrazovanih žena. Prema podacima iz Popisa stanovništva iz 2011. godine radno aktivnih je bilo 14.235 stanovnika ili 41,71%, dok je od ukupnog broja ekonomski neaktivnih osoba najviše umirovljenika (59,65%) te gledano prema spolnoj strukturi veći udio neaktivnih žena (58,74%).⁵

2.1.3. Prometna dostupnost

Za razliku od pojedinih županija Kontinentalne Hrvatske, Bjelovarsko–bilogorska županija ima jedan od povoljnijih geoprometnih položaja koji je određen prirodnim i strateškim koridorom. Prometni značaj proteklih godina nije mogao biti u potpunosti iskorišten zbog nedostatne razvijenosti infrastrukture cestovnog i željezničkog koridora. Unatoč tome što je Bjelovar kao administrativno središte smješten u središnjem dijelu panonskog prostora, prometno je zapostavljen, jer ga omeđuju prometno značajniji i frekventniji hrvatski i međunarodni cestovni i željeznički koridori koji povezuju istočni sa zapadnim dijelom Hrvatske, a koji prelaze posavskim (autocesta A3) te podravskim (autoceste u izgradnji A12 i A13, tzv. podravsko – bilogorski ipsilon) područjem.

Međutim, Bjelovar se nalazi na turistički povoljnom prometnom položaju jer se geografski nalazi u blizini gospodarskog i turistički važnog prometnog pravca Budimpešta – Zagreb – Rijeka te Osijek - Ploče, koji povezuje Srednju i Istočnu Europu s Mediteranom, te je jedan od gradova koji je od glavnog grada udaljen manje od sat vremena vožnje automobilom (85 km), što ga čini idealnom izletničkom i vikend destinacijom za veliko domaće tržište. Također, zbog blizine mađarske granice te većih gradova (Pečuh – 140 km; Ljubljana – 225 km; Osijek, Maribor – 190 km; Budimpešta, Graz – 300 km), Bjelovar je udaljen tek nekoliko sati vožnje od emitivnih destinacija i važnih zračnih koridora (Zagreb, Ljubljana, Maribor, Osijek, Budimpešta), na kojima osim redovnih i charter avioprijevoznika, posluju i niskobudžetne aviokompanije. Ovakav povoljan geoprometni položaj prema Mađarskoj, Bosni i Hercegovini, Srbiji i Sloveniji omogućuje Bjelovaru brojne razvojne mogućnosti, kako u drugim djelatnostima, tako i u turizmu.

Grad Bjelovar dostupan je cestovnim i željezničkim prometnicama koje u potpunosti ne zadovoljavaju trenutne potrebe gospodarstva i zahtjeve lokalnog stanovništva, a na čijim se infrastrukturnim nedostacima ubrzano radi kako bi se stvorile kvalitetnije, sigurnije i novije prometne veze te preduvjeti za ubrzani razvoj turizma i dostupnost turističkim atrakcijama. Grad Bjelovar ističe se kao raskrižje koje

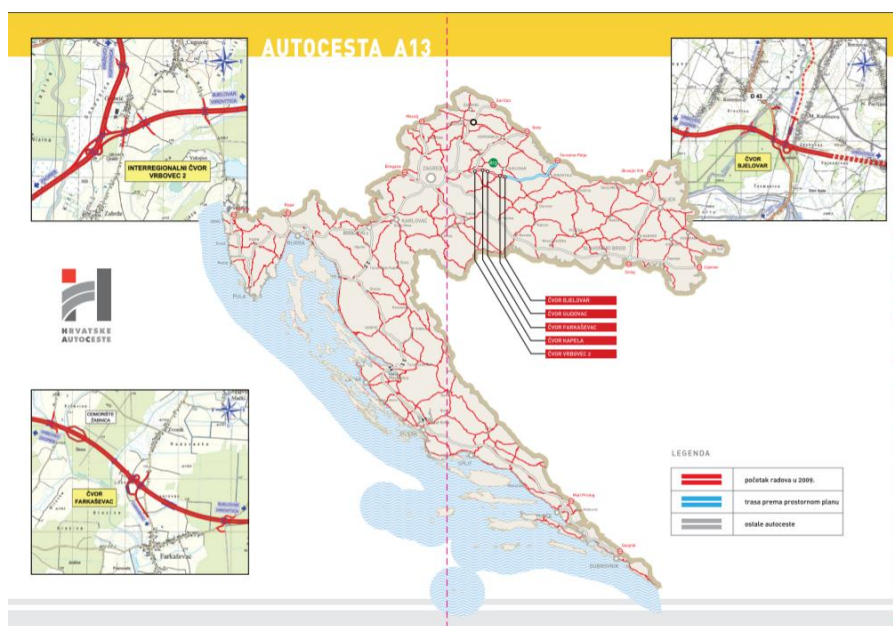
⁵ Strategija razvoja grada Bjelovara 2016. – 2020., str.13.

povezuje Zapadnu Slavoniju i županijske gradove (Čazma, Daruvar, Garešnica i Grubišno Polje) sa središnjom Hrvatskom i Zagrebom mrežom županijskih i lokalnih cesta:

- D12 čvorište Vrbovec 2 (D10) - Bjelovar - Virovitica - G.P. Terezino Polje (granica Mađarske);
- D28 čvorište Gradec (D10) - Bjelovar - Veliki Zdenci (D5);
- D43 Đurđevac (D2) - Bjelovar - Čazma - čvorište Ivanić-Grad (A3).

Jačanju svih funkcija Grada Bjelovara i skraćivanju putovanja do njega, pridonijet će i dovršenje brze ceste regionalnog značaja Vrbovec 2 – Bjelovar čije se spajanje dionice čvora Farkaševac – Breza planira do 2023. godine, čime bi službeno bila dovršena početna dionica autoceste u izgradnji A13 'Podravski ipsilon' koja bi završila na GP Terezino Polje koje vodi prema Mađarskoj.

Slika 2.3. Dionica Vrbovec 2 – Bjelovar



Izvor: Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture, www.mmpi.gov.hr

S druge strane, Grad Bjelovar je sa Zagrebom povezan cjenovno neatraktivnim javnim prijevozom (jednosmjerna karta: bus – 75 kuna, vlak – 45 kuna), zbog čega je sve češći odabir putnika putovanje dijeljenim prijevozom. Zastarjelu i nedovoljno frekventnu željeznicu (6 polazaka tijekom radnog dana te 3 polaska tijekom vikenda) zamjenjuje frekventna međugradska autobusna linija tijekom cijele godine (19 polazaka tijekom radnog dana te 4-6 polazaka tijekom vikenda), zbog koje je Grad Bjelovar odlučio izgraditi i novi autobusni kolodvor odmah pored željezničkog. Međutim, promjene se uvode i u željezničkom prijevozu pa će tako Grad Bjelovar po prvi puta od 1.7.2022. biti povezan s Jadranom sezonskim ljetnim turističkim vlakom Osijek – Bjelovar – Split koji će utjecati na poboljšanje turističkih tokova.



2.1.4. Infrastrukturalna opremljenost

Kvalitetna infrastrukturna opremljenost u cjelini važan je preduvjet za održivi razvoj pa tako i za razvoj turizma i gospodarstva, ali i drugih sektora poput sporta, kulture, poljoprivrede i dr. Kvalitetna infrastrukturna opremljenost utječe na kvalitetu života i rada građana, turista i posjetitelja. Preduvjet dobre i usklađene infrastrukturne opremljenosti je tradicija, kvalitetno planiranje te značajna financijska ulaganja (jedinice lokalne i regionalne samouprave te EU fondova).

Opskrba pitkom vodom Bjelovara vrši se iz bjelovarskog vodocrpilišta koje se nalazi u Koprivničko-križevačkoj županiji (1 km sjeverno od naselja Novigrad Podravski, cca 0,5 km južno od naselja Delovi i cca 0,3 km zapadno od prometnice Novigrad Podravski – Hlebine). Vodocrpilište čine tri aktivna duboka bunara (B4, B5a i B6) ukupnog kapaciteta 210 l/s. Izvorska voda bogata je željezom te se obrađuje na uređaju za preradu vode u Javorovcu, mjestu 8 km udaljenom od Delova. Vodocrpilište raspolaže suvremenom sklopovskom opremom koja omogućuje nadzor i daljinsko upravljanje vodoopskrbnim sustavom. Izgradnjom bunara B6 (2003.) kapaciteta 90 l/s i bunara B5a kapaciteta 90 l/s vodocrpilište Delovi u potpunosti zadovoljava potrebe za vodom Grada Bjelovara i okolnih naselja. Sukladno Provedbenom programu Grada Bjelovara 2021. - 2025., Grad će raditi na poboljšanju vodno-komunalne infrastrukture aglomeracije Bjelovar, Gudovac i Rovišće te na rekonstrukciji dovodnog vodoopskrbnog cjevovoda Delovi – Bjelovar.

Sami počeci odvodnje otpadnih voda u gradu Bjelovaru datiraju još od osnutka grada u 18. stoljeću kada su građeni otvoreni i zidani kanali za odvodnju voda iz centra grada u okolne vodotoke. Na području Grada Bjelovara izgrađeno je cca 119,7 km kanalizacijske mreže na koju je priključeno 8.974 kućanstava i 1.181 gospodarski subjekt. Ukupno je na kanalizacijsku mrežu priključeno 66% korisnika, a do 2025. godine planira se priključiti 72% korisnika od ukupnog broja stanovnika.

Sustav odvodnje otpadnih voda čine četiri glavna kolektora: mješoviti kolektori A, B i D s kišnim preljevima i sanitarno-fekalnim kolektorom K1. Do dovršetka izgradnje kolektora B (2004.), dio otpadnih voda prikupljenih ovim kolektorom ispuštao se bez pročišćavanja privremenim ispustima u vodotok Bjelovarsku, kao i dio otpadnih voda prikupljenih sekundarnim kolektorom A1 i kolektorom D koji se do izgradnje predcrpne stanice i dovršenja kolektora D1 (2009.), također ispuštao bez pročišćavanja privremenim ispustima u vodotok Plavnicu. Uređaj za pročišćavanje otpadnih voda grada Bjelovara nalazi se na udaljenosti oko dva kilometra od grada Bjelovara, uz naselje Veliko Korenovo, između prometnice Bjelovar-Čazma i potoka Bjelovarska koji je ujedno i recipijent. Uređaj radi kao dvostupanjski biološki uređaj.

Odlaganje neopasnog otpada grada Bjelovara odvija se na lokaciji 'Doline', koja se nalazi oko 5 km jugoistočno od centra grada Bjelovara, između naselja Ždralovi i Stari Pavljani. Ovo odlagalište aktivno je od 1998. i zauzima površinu od cca 10 ha. Maksimalni raspoloživi volumen je oko 570.000 m³ otpada, dok je maksimalna visina oko 10 m. Na lokaciji odlagališta 'Doline' planovima je predviđena izgradnja Županijskog centra za gospodarenje otpadom.



Grad Bjelovar vodi brigu i o eko otocima čiji se broj značajno povećao od 2016. godine i u 2020. godini bilo ih je devet više nego 2016. Također se povećao broj podijeljenih spremnika za 58%. Ukupna količina sakupljenog komunalnog otpada smanjila se od 2016. za više od 30% zbog ponovnog korištenja istoga. Grad potiče odvojeno prikupljanje komunalnog otpada te su u porastu količine odvojeno prikupljenog komunalnog otpada. Važan je podatak da je udio miješanog komunalnog otpada u ukupno sakupljenom komunalnom otpadu u padu. Udio miješanog komunalnog otpada u ukupnom komunalnom otpadu smanjio se s 93,6% na početku promatranog razdoblja, na 78,6% u 2020. godini.

Područje grada Bjelovara dobro je opskrbljeno električnom energijom. Sadašnje stanje objekata napona 35 kW i 110 kW na području grada omogućava stabilnu i sigurnu opskrbu električnom energijom potrošača. Grad se opskrbljuje iz dvije trafostanice TS 110/35 kV Nove Plavnice i TS 110/35 kV Mlinovac. Kako bi se poboljšala elektroopskrba planirana je izgradnja dalekovoda DV 110 kV Mlinovac - Virje - DV 2 X 110 Mlinovac - (Veliki Grđevac) – Daruvar.

Grad Bjelovar WiFi4EU – uvodi besplatni bežični internet za građane i posjetitelje na javnim površinama. Instalirano je 10 novih pristupnih točaka na zgradama Gradske uprave, Tehnološkog parka, Gradskog muzeja Bjelovar, na Kulturnom i multimedijском centru Bjelovar, Narodnoj knjižnici Petar Preradović i na zgradi nekadašnjeg Omladinskog doma. Grad Bjelovar veliku pažnju posvećuje digitalizaciji uprave, čime se stvara podloga za funkcioniranje 'pametnog grada'.

Temeljem provedenih naftno-geoloških istraživanja, analiza i dostupnih podataka zaključeno je da se na lokalitetu u Velikom Korenovu nalazi značajan geotermalni potencijal gdje se planira izgradnja poslovne zone Korenovo te izgradnja geotermalnog parka u Velikom Korenovom. Mogućnosti geotermalnog izvora kao obnovljivog izvora energije predstavlja veliki potencijal Grada.

Na području Grada Bjelovara nalaze se trase postojećih plinovoda, naftovoda i produktovoda te planiranog međunarodnog plinovoda. Opskrba plinom na području grada Bjelovara je zadovoljavajuća, ali treba raditi na njenom unaprjeđenju zbog mogućnosti razvoja gospodarstva i turizma.

2.2. Gospodarstvo

Prema indeksu razvijenosti, Grad Bjelovar se nalazi u trećoj četvrtini iznad prosječno rangiranih jedinica lokalne samouprave (6. skupina) i iznosi 103,016 (Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske Unije, 2018). Indeks razvijenosti je pokazatelj sastavljen od društveno-gospodarskih indikatora kojima mjerimo stupanj razvijenosti jedinica lokalne i regionalne samouprave. Bjelovarsko-bilogorska županija ima indeks od 92,576 i dio je druge polovine ispod prosječno rangiranih jedinica regionalne samouprave, odnosno pripada skupini najmanje razvijenih jedinica regionalne samouprave Republike Hrvatske. Stoga možemo zaključiti da se Grad Bjelovar uspješnije razvija od Županije te da je društveno-gospodarska situacija znatno lošija na području cjelokupne Županije.



U strukturi ukupnog prihoda gospodarstva Bjelovarsko-bilogorske županije, prerađivačka industrija dominira (finalna drvno-prerađivačka, prehrambena industrija, industrija nemetala i metaloprerađivačka industrija), zatim trgovina na veliko i malo, prijevoz te građevinarstvo (Hrvatska gospodarska komora, 2021).

Sukladno podacima Registra poslovnih subjekata koje vodi Državni zavod za statistiku (DZS), najveće tvrtke u Županiji prema kriteriju ostvarenog prihoda od prodaje u 2021. godini bile su iz sektora industrije⁶, odnosno prerađivačke industrije (Tablica 2.1.). Među poduzetnicima sa sjedištem u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji, najveće prihode u 2020. godini ostvario je Prima Commerce d.o.o. (528,1 milijun kuna), dok je najveći broj zaposlenih imao Čazmatrans Promet d.o.o. (670 milijuna kuna). Kronospan Cro d.o.o. drugi je po visini ostvarenih prihoda (344,1 milijun kuna), a prvi po vrijednosti izvoza (235,1 milijun kuna). Ceste d.d. ostvarile su najveću dobit razdoblja (7,7 milijuna kuna).

Tablica 2.1. Vodeće tvrtke u Županiji prema prihodima

Naziv tvrtke	Osnovna djelatnost
PRIMA COMMERCE d.o.o	C3109 - Proizvodnja ostalog namještaja
Kronospan CRO d.o.o	C1621 - Proizvodnja furnira i ostalih ploča od drva
ČAZMATRANS PROMET d.o.o	H4939 - Ostali kopneni prijevoz putnika, d. n.
PPK-BJELOVAR d.d.	G4711 - Trgovina na malo u nespecializiranim prodavaonicama pretežno hranom, pićima i duhanskim proizvodima
ZDENKA-mliječni proizvodi d.o.o	C1051 - Djelatnosti mljekara i proizvođača sira
Intersnack Adria d.o.o	C1031 - Prerada i konzerviranje krumpira
KOESTLIN d.d	C1072 - Proizvodnja dvopeka, keksa i srodnih proizvoda; proizvodnja trajnih peciva, slastičarskih proizvoda i kolača
ŠPAR d.o.o	G4634 - Trgovina na veliko pićima
BKL d.o.o	G4661 - Trgovina na veliko poljoprivrednim strojevima, opremom i priborom
CESTE d.d.	F4211 - Gradnja cesta i autocesta

Izvor: Državni zavod za statistiku (DZS) -Registar poslovnih subjekata, 2021.

U 2020. godini poduzetnici Bjelovarsko-bilogorske županije ostvarili su ukupne prihode u iznosu od 8,2 milijarde kuna (pad 0,1%), ukupne rashode od 7,9 milijardi kuna (pad 0,9%), dobit razdoblja u iznosu od 366 milijuna kuna (rast 22,1%), gubitak razdoblja od 178,1 milijun kuna (rast 1,9%) te neto dobit od 188 milijuna kuna, što je u odnosu na 2019. godinu, kada je neto dobit iznosila 124,2 milijuna kuna, više za 50,2% (FINA, 2021). Neto dobit je u 2018. godini iznosila 207,7 milijuna kuna, manje za 40,2 %.

⁶ Prema Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti sektor industrije obuhvaća sljedeće djelatnosti: B – Rudarstvo i vađenje, C – Prerađivačka industrija, D – Opskrba električnom energijom, plinom, parom i klimatizacija, E (36) – Skupljanje, pročišćavanje i opskrba vodom.



U 2020. prosječna mjesečna neto obračunata plaća u Bjelovarko-bilogorskoj županiji iznosila je 4.706,00 kuna, što je 3% više u odnosu na 2019. godinu te 21,2% manje od prosjeka na razini zaposlenih kod poduzetnika u Republici Hrvatskoj (5.971,00 kuna). U Gradu Bjelovaru u 2020. je iznosila 4.888,71 kunu.

Prema ekonomičnosti poslovanja i produktivnosti rada mjerenom odnosom neto dobiti i broja zaposlenih, Bjelovarsko-bilogorska županija, u odnosu na druge županije u Republici Hrvatskoj je na 13. mjestu, dok je na 15. mjestu prema neto dobiti/gubitku. Na 16. je mjestu po broju poduzetnika i ukupnim prihodima, a na 17. mjestu po broju zaposlenih, dok je na 18. mjestu prema pokazatelju produktivnosti rada mjerenom odnosom ukupnih prihoda i broja zaposlenih.

Nadalje, jedan od ključnih pokazatelja kvalitete radnog okruženja i održivosti tržišta rada je broj nezaposlenih osoba koji je na bjelovarskom tržištu u 2020. godini bio povoljniji u usporedbi s 2016. godinom. Naime, broj nezaposlenih u Gradu Bjelovaru se smanjio za 1594 osobe ili za 42% (Tablica 2.2.).

Tablica 2.2. Broj i stopa nezaposlenosti u Gradu Bjelovaru 2016. – 2021.

Godina	Broj nezaposlenih
2016.	2.759
2017.	2.141
2018.	1.606
2019.	1.247
2020.	1.406
2021.	1.165

Izvor: Hrvatski zavod za zapošljavanje (2022).

U Bjelovarsko-bilogorskoj županiji krajem prosinca 2021. godine registrirane su 3.742 nezaposlene osobe, što je za 19% manje nego u 2020. godini (Tablica 2.3.). Kada promatramo spolnu strukturu nezaposlenosti, veća razlika je na razini Županije. U 2021. godini je bilo 47% nezaposlenih muškaraca i 53% žena, dok je u Gradu Bjelovaru bilo 49% muškaraca i 51% žena.

Tablica 2.3. Broj i stopa nezaposlenosti u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji 2016. – 2021.

Godina	Broj nezaposlenih
2016.	9.448
2017.	7.416
2018.	5.516
2019.	4.201
2020.	4.568
2021.	3.742

Izvor: Hrvatski zavod za zapošljavanje (2022).

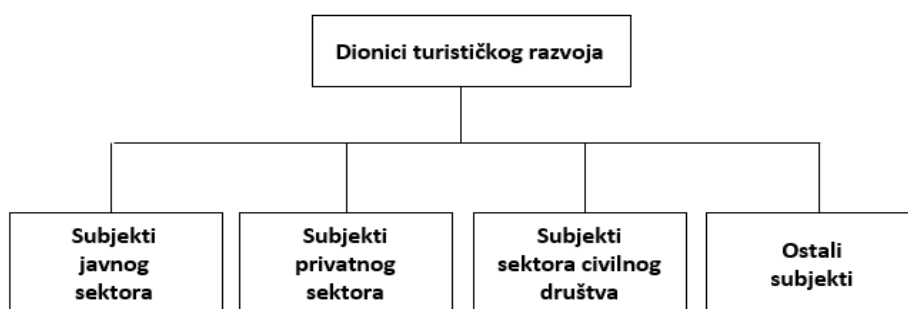
2.3. Institucionalni okvir razvoja turizma

Gradski institucionalni okvir za razvoj turizma čine lokalna, ali i županijska tijela i institucije te gradski razvojni i prostorno-planski dokumenti. Uz lokalna i županijska javna tijela, velika je važnost i uključenosti i svih ostalih dionika i interesnih sustava u proces upravljanja turizmom. Stoga je i u sam proces izrade Plana razvoja turizma za Grad Bjelovar uključeno 40 članova radne skupine iz različitih sektora.

2.3.1. Ključni dionici i upravljačka tijela

Interesne skupine ili dionike turističkog razvoja nekog područja predstavljaju sve ustanove, formalne ili neformalne grupe te pojedinci koji posjeduju mogućnost utjecaja ili su zainteresirani za usmjeravanje trenutnog ili budućeg turističkog razvoja. U teoriji se dionici turističkog razvoja najčešće klasificiraju u sljedeće općenite kategorije (Slika 2.4.).

Slika 2.4 Kategorije interesnih skupina



Izvor: Autori studije

Javni sektor najčešće predstavljaju nositelji javne vlasti, odnosno jedinice lokalne samouprave, u čijoj je izravnoj nadležnosti donošenje i implementacija razvojnih planova i strategija. Osim nositelja javne vlasti, javni sektor predstavljaju i turističke zajednice, zatim ustanove za upravljanje i uređenje prostora, kulturne ustanove, razvojne agencije, obrazovne ustanove (cjeloživotno obrazovanje, srednoškolsko i visokoškolsko obrazovanje) te druge javne institucije koje posredno ili neposredno utječu na implementaciju razvojnih planova.

Privatni sektor predstavljaju, kako poduzetnici koji se bave turističkim djelatnostima, tako i svi ostali gospodarski subjekti koji neposredno ili posredno pridonose nesmetanom pružanju turističkih usluga. Osim samih gospodarskih subjekata, u obzir valja uzeti i njihova strukovna udruženja putem kojih se najčešće artikulira njihov kolektivni interes.

Sektor civilnog društva (NGO) predstavljaju razne umjetničke, sportsko-rekreacijske te ostale udruge građana, koje često posjeduju razmjerno velik potencijal utjecaja na turistički razvoj određenog



područja. Stoga je njihovo aktivno uključivanje u donošenje i implementaciju razvojnih planova od izuzetne važnosti za konačan uspjeh samog procesa strateškog planiranja.

U ostale dionike turističkog razvoja najčešće se ubraja lokalno stanovništvo, bez čije se pasivne aklamacije ne može očekivati uspjeh u implementaciji razvojnih planova, te turisti, koji nemaju izravni utjecaj na donošenje i provedbu razvojnih strategija, međutim, oni ih svakako, posredno, valoriziraju putem svojeg povećanog ili smanjenog interesa za područje na kojem se Plan razvoja provodi.

Sukladno navedenom konceptualnom okviru, u kontekstu analize dionika u Gradu Bjelovaru identificirani su sljedeći ključni dionici koji posjeduju mogućnost utjecaja ili bi uvelike mogli biti zainteresirani za usmjeravanje procesa budućeg razvoja turizma na području Grada (Tab. 2.4.). Dionici su podijeljeni na primarne (oni koji direktno upravljaju razvojem turizma ili nekim oblikom turizma), sekundarne (oni koji su značajno uključeni u razvoj turizma) i tercijarne (dionici u čijem fokusu nije razvoj sadržaja za posjetitelje, već za lokalnu zajednicu). Važno je napomenuti da neki od navedenih dionika u budućnosti mogu imati i značajniju ulogu.

Tablica 2.4. Odabrani dionici i institucije razvoja turizma Grada Bjelovara

Sektor	Dionik/ Institucija/ Organizacija	Područje djelovanja	Uloga u razvoju turizmu
Javni sektor	Grad Bjelovar – Upravni odjel za gospodarstvo	Pravni i stručni poslovi poticanjem i osiguranjem uvjeta za razvitak gospodarskih djelatnosti, poljoprivrede i turizma	Primarna – upravljanje razvojem
	Grad Bjelovar – Upravni odjel za komunalne djelatnosti u uređenje prostora	Poslovi iz područja prostornog planiranja i uređenja i komunalnog gospodarstva	Sekundarna – uređenje prostora za potrebe turizma
	Grad Bjelovar – Upravni odjel za kulturu, zdravstvo, socijalnu skrb i opće poslove	Poslovi u području kulture, tehničke kulture, zdravstva i socijalne skrbi, zaštite na radu i zaštite od požara, civilne zaštite, zaštite i spašavanja, vatrogastva, udruga	Tercijarna – financiranje kulturnih sadržaja
	Grad Bjelovar – Upravni odjel za odgoj, obrazovanje i sport	Poslovi iz domene odgoja i obrazovanja, sporta i branitelja, prati rad javnih ustanova	Tercijarna – razvoj sportskih i rekreacijskih objekata
	Turistička zajednica Bilogora-Bjelovar	Poslovi razvoja turističkih sadržaja, manifestacija, promotivne kampanje, sinergija s turističkim subjektima,	Primarna – upravljanje razvojem,



		trasiranje i označavanje staza i atrakcija i drugo	promocija, razvoj sadržaja
	Turistička zajednica Bjelovarsko-bilogorske županije	Promocija Županije na međunarodnom tržištu, razvoj turističkih proizvoda i povezivanje na županijskoj razini	Primarna – promocija, povezivanje subjekata
	Terme Bjelovar d.o.o.	Programi istraživanja i korištenja geotermalne energije u energetske svrhe (toplinarstvo) i upravljanja budućim bazenskim kompleksom čiju izgradnju financira Grad Bjelovar	Primarna – upravljanje i razvoj budućeg kompleksa
	Veleučilište u Bjelovaru	Obrazovanje i razvoj programa visokog obrazovanja	Tercijarna
	Gradski muzej Bjelovar	Istraživanje, organizacija i kreacija izložbi i stalnih postava	Primarna – kreiranje kulturnih sadržaja
	Bjelovarski sajam d.o.o.	Organizacija sajmova i povezanih aktivnosti	Primarna – organizacija sajmova
	Tehnološki park Bjelovar d.o.o.	Poslovi primjene novih tehnologija vezanih na tehničke znanosti, prvenstveno strojarstva, energetike, elektrotehnike, mehatronike i računarstva	Tercijarno – pružanje podrške poduzetnicima
	Kulturni i multimedijски centar Bjelovar	Upravljanje i kreiranje sadržaja u KMC-u i Domu Kulture, uz promicanje i poticanje umjetničkih sadržaja	Primarno – kulturni sadržaji i manifestacije
	Centar za cjeloživotno učenje i kulturu Bjelovar	Cjeloživotno obrazovanje i razvoj sadržaja u kulturi	Primarno – razvoj kulturnih manifestacija
	Turističko-ugostiteljska i prehrambena škola Bjelovar	Obrazovanje SSS kadrova u ugostiteljstvu, projekti obrazovanja u turizmu	Primarno – obrazovanje kadrova u turizmu
	Narodna knjižnica "Petar Preradović" Bjelovar	Informacijske, obrazovne, kulturne i društvene djelatnosti, povezane s književnošću i kulturom	Sekundarna – sukreiranje kulturnih sadržaja



	Gradsko poduzeće za upravljanje sportskim objektima d.o.o.	Djelatnost upravljanja i održavanja sportskih objekata Grada Bjelovara	Sekundarna – sudjelovanje u sportskim manifestacijama
	JU Priroda BBŽ	Prati i proučava stanje zaštićenih područja i drugih zaštićenih prirodnih vrijednosti iz nadležnosti Bjelovarsko-bilogorske županije, te vodi evidencije o njima i njihovom stanju	Tercijarna – upravljanje prirodnim vrijednostima
	Komunalac Bjelovar	Održavanje javnih površina i nerazvrstanih cesta, poslovi gospodarenja otpadom	Tercijarna – upravljanje okolišem
Privatni sektor i sektorske udruge	Hotel Central	Najam soba, usluge cateringa i najma dvorana za sastanke	Primarna – najam
	Udruženje obrtnika Bjelovar	Promicanje razvoja obrtništva, zajednički nastupi na sajmovima, promocija i drugo	Tercijarno – zastupanje interesa članova
	Nezavisna udruga ugostitelja Bjelovarsko-bilogorske županije	Štiti i promiče prava i interese svojih članova, fizičkih i pravnih osobe koje se bave ugostiteljstvom, a osnovana je u cilju promicanja, razvitka, unapređenja i zaštite interesa ugostitelja	Primarno – zastupanje članova i razvoj sadržaja
	Ceh ugostitelja i turističkih djelatnika	Promicanje razvoja ugostiteljstva, edukacije, zajednički nastupi na sajmovima, promocija i drugo	Sekundarno – zastupanje članova
	Izletište i vinotočje "Vinia"	Pružanje usluga smještaja, hrane i pića, jahanje, najam dvorane za proslave, jahanje	Primarno – kreiranje sadržaja + usluge
	Čazmatrans promet d.o.o.	Usluge cestovnog prijevoz putnika	Tercijarna – dostupnost destinacije
	Čazmatrans putnička agencija d.o.o.	Organizacija putovanja, dominantno emitivna putovanja	Sekundarna
	Županijska komora Bjelovar	organizira razne seminare, edukacije, webinare i ostale vrste predavanja ovisno o iskazanome interesu članica	Tercijarno – povećanje znanja u turizmu



NGO	Zajednica udruga u kulturi Grada Bjelovara	Koordinacija i organizacija kulturnih događanja u ime kulturnih udruga	Primarno – kreiranje kulturnih sadržaja i manifestacija
	Športska zajednica Grada Bjelovara	Unapređivanje i promicanje športa među građanima, osobito djecom i mladima	Tercijarna – kreiranje rekreacijskih sadržaja
	Bjelovarsko kazalište	Osmišljavanje i kreiranje predstava, organizacija radionica za mlade na temu kazališta	Sekundarna – osmišljavanje kulturnih programa
	Tradicijski kulturni centar Bjelovar	Organizacija javnih nastupa različitih kulturno-umjetničkih društava, folklornih ansambala i etno grupa	Sekundarna – osmišljavanje kulturnih programa
	Biciklistički klub "Gema"	Organizacija biciklističkih natjecanja i rekreativnih programa	Sekundarna – ciklo ponuda
	Braniteljsko-socijalna zadruga „Bilogorska košara“	Plasman lokalnih proizvoda na tržište i poticanje lokalne proizvodnje	Sekundarna – razvoj lokalnih proizvoda
	Nacionalna udruga turističkih konjičkih vodiča "Engea Hrvatska"	Razvoj konjičkog turizma i objedinjavanje licenciranih konjičkih turističkih vodiča prema priznatim standardima	Primarna – razvoj sadržaja konjičkog turizma
	Konjički klub "Bjelovar"	Uzgoj konja, škole jahanja, terensko jahanje	Primarna – razvoj sadržaja konjičkog turizma
	Bjelovarski graničari-Husari 1756.	Nastup na brojnim manifestacijama i prigodnim događanjima u zemlji i u inozemstvu te očuvanje tradicije i vojne povijesti	Sekundarna – sudjelovanje u manifestacijama
	Pčelarska udruga "Bilogora" Bjelovar	Objedinjavanje i zastupanje pčelara	Tercijarna – lokalni proizvodi u turizmu
	Udruga voćara "Dar Bilogore"	Objedinjavanje i zastupanje interesa voćara	Tercijarna – lokalni proizvodi u turizmu
	Udruga proizvođača sira "Bjelovarski kvargl"	Objedinjavanje i zastupanje interesa proizvođača sira i očuvanje tradicije proizvodnje	Sekundarna – lokalni proizvodi u turizmu



	Udruga žena Gudovac	Očuvanje kulturne baštine i narodnih običaja, poticanje žena na aktivno vježbanje i brige o zdravlju	Tercijarna – očuvanje tradicije
	Socijalna zadruga "Pružimo ruke"	Proizvodnja i edukacija o izradi proizvoda od ekoloških i autohtonih materijala	Tercijarna – lokalni proizvodi u turizmu
	HORKUD Golub	Očuvanje tradicijskih pjesama, napjeva, nošnje i plesova uz edukaciju	Tercijarna – očuvanje tradicije
Ostali	Bjelovarsko-križevačka biskupija	Upravljanje sakralnom baštinom, te organizacija sakralnih događanja	Primarna – vrijedna kulturna baština i vjerska događanja
	Srpska pravoslavna crkva	Upravlja crkvom sv. Trojice	Sekundarna – vrijedna kulturna baština

Svi navedeni dionici se u nekoj od faza donošenja i implementacije Plana razvoja turizma mogu naći u međusobnoj pojedinačnoj ili zajedničkoj interakciji. Pri tome je izuzetno važan njihov kooperativni potencijal, odnosno mogućnost njihove međusobne suradnje u svrhu ispunjenja zajedničkog cilja – održivog razvoja turizma na području Grada Bjelovara. Međusobni kooperativni potencijal pojedinih dionika turističkog razvoja može se kretati od potpunog međusobnog ignoriranja, pa sve do konstruktivne suradnje. Identifikacija njihovog kooperativnog potencijala uobičajeno se vrši putem provedbe radionica, fokus grupa te putem individualnih intervjua u okviru izrade strategije razvoja turizma. Usklađivanje različitih interesa dionika je zadatak koji se kasnije postavlja pred nositelja provedbe usvojenog Plana.

2.3.2. Razvojni dokumenti

Kad je riječ o razvojnim dokumentima važnim za promišljanje razvoja turizma na području grada Bjelovara važno je sagledati postojeću plansku dokumentaciju relevantnu za turizam. Dio dokumenata trenutno je aktualan i važno je uklopiti razvoj turizma u njihove okvire, dok se dio dokumenta odnosi na proteklo plansko razdoblje. Ti su dokumenti važni budući da je turistički razvoj dugoročan te sve ono što se planira u budućnosti treba biti nastavak aktivnosti provedenih ili započetih u prethodnim godinama.

U tom smislu, mogu se izdvojiti sljedeći dokumenti:

- Nacionalna turistička strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine i Nacionalni plan razvoja održivog turizma 2021. – 2027.
- Strategija razvoja Grada Bjelovara 2016. – 2020. (2021.)
- Provedbeni program Grada Bjelovara za razdoblje 2021. – 2025. godine



- Operativni plan razvoja cikloturizma na području Bjelovarsko-bilogorske županije od 2017. do 2020. godine.

Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine i Nacionalni plan razvoja održivog turizma 2021. -2027.

Riječ je nacionalnoj razvojnoj strategiji koja je trenutno u izradi, a koja će imati fokus na održivosti, proizvodima dodane vrijednosti i posebnim oblicima turizma. Nacionalna razvojna strategija Republike Hrvatske do 2030. godine ističe ulogu turizma u BDP-u i definirala je prioritetne javne politike koje će pridonijeti razvoju održivog, inovativnog i otpornog turizma. Te se politike odnose na: poticanje održivog i niskougliječnog rasta turizma, povećanje multiplikacijskih učinaka ove gospodarske aktivnosti na području poljoprivrede, prometa, energije, okoliša, sporta i kreativnih industrija. Posebno se naglašava turistička valorizacija i prezentacija kulturne i prirodne baštine, gastronomske i enološke ponude te orijentacija prema nišama više tržišne vrijednosti. Zbog toga naglasak treba biti na rastu kvalitete ponude, digitalizaciji, smještajima visoke kvalitete, boljoj javnoj infrastrukturi i realizaciji investicija u turizam.

Strategija razvoja grada Bjelovara 2016.- 2020. (2021.)

Strategija je obuhvatila analizu društvene i zdravstvene infrastrukture, gospodarstva, urbanog okruženja, primarne infrastrukture. U okviru gospodarstva obrađen je turizam, i u tom se djelu navodi kako se Bjelovar ne može u potpunosti osloniti na kulturno-povijesnu baštinu već je bitno grad povezivati s okruženjem. Ističe se razvoj nekoliko kvalitetnih priredbi koje predstavljaju veliki potencijal. Također je prepoznat i potencijal kulturnih institucija (muzeja, učilišta, škola). Kad je riječ o nedostacima, posebno se naglašava problem nedovoljno kvalitetnog ugostiteljstva. Kao potencijalno tržište naglašen je značaj Zagreba. Osim analize turističkih kretanja navode se mogućnosti realizacije planiranih zona za izgradnju smještajnih turističkih kapaciteta u naseljima Bjelovar i Gudovac, na padinama Bilogore i područjima uz rijeku Čazmu. U viziji se također navodi turizam te ona glasi: „Urbano središte tradicionalno poljoprivredne regije, prepoznatljiva i zanimljiva kulturna i turistička destinacija koja osigurava poticajno okruženje za gospodarstvo, kvalitetan obiteljski život, obrazovanje i rad svih građana“. Strategija je definirala tri cilja i u okviru njih prioritete i mjere. U okviru Cilja 1. određen je prioritet 1.3. Razvoj turizma i kulturne ponude u okviru kojeg se predviđaju tri mjere: jačanje brenda i identiteta grada, učinkovito upravljanje resursima za poboljšanje kulturne i turističke ponude te podrška poduzetnicima u kulturi i turizmu.

Provedbeni program grada Bjelovara za razdoblje 2021. – 2025. godine

Dokument obuhvaća analitičku podlogu za kratkoročne razvojne potrebe koja uključuje osnovne podatke, analizu društva i gospodarstva. U analizi gospodarskih kretanja uključena je kratka analiza turizma. U njoj se navodi kako Grad Bjelovar ima bogate prirodne i kulturne potencijale, ali da je turizam tek u razvoju. Ističe se kako je trajanje boravka turista posljednjih pet godina (2016. - 2020.) u odnosu



na prethodno petogodišnje razdoblje poraslo s 1,82 na 3,72 dana. Osim toga, u dokumentu se ukazuje na pad turističkog prometa u 2020. godini uzrokovan pandemijom COVID-19 i neodržavanjem ključnih manifestacija. U SWOT analizi se u području prirodnih resursa kao prilika navodi 'porast potražnje za specifičnim oblicima turizma temeljen na prirodnim bogatstvima (izletnički, ruralni, avanturistički) te povezivanje postojećih prirodnih resursa s turističkom ponudom na području Grada'. Također se posebno ističe i 'jačanje prepoznatljivosti područja za razvoj eno-gastroturizma' i 'potražnja za novim turističkim proizvodima – svjetski turistički trendovi (zdravlje, aktivni odmor, eno-gastronomija)'. Kao strateški projekt navodi se gradnja bazenskog kompleksa u Velikom Korenovu – Terme Bjelovar. U viziji Grada Bjelovara navodi se 'prepoznatljivost identiteta kulturne i turističke destinacije'.

Operativni plan razvoja cikloturizma na području Bjelovarsko-bilogorske županije od 2017. do 2020. godine

Iako je riječ o dokumentu koji je obuhvatio razdoblje do 2020., važno je osvrnuti se na isti zbog važnosti daljnjeg razvoja ponude cikloturizma na ovom prostoru i povezivanja grada Bjelovara s okruženjem. Studija u uvodnom dijelu opisuje razvojne strategije i daje analizu postojećeg stanja biciklističkih ruta na području Županije i njenih gradova. Također daje pregled manifestacija usmjerenih na cikloturističku potražnju. U SWOT analizi, kao prilike, prepoznate su mogućnosti povezivanja cikloturizma s drugim aspektima turističke ponude (toplice), daljnje uređenje staza, unaprjeđenje smještajnih kapaciteta te uređenje spojnih cesta prema važnim turističkim rutama (EuroVelo13).

2.3.3. Prostorno- planerski dokumenti

Imajući u vidu da se turizam odvija u prostoru, za ovu studiju je bilo nužno sagledavanje važećih prostorno planskih dokumenata i njihov odnos prema razvoju turizma Grada Bjelovara. Turizam kao skup aktivnosti koji traži stalnu prilagodbu trendovima na tržištu uz prepoznavanje, uvažavanje i unaprjeđenje specifičnih prostornih vrijednosti potrebno je sagledati u prostornom kontekstu kako bi isti bio održiv, konkurentan i prepoznatljiv. Kako bi se usmjerilo očuvanje i unaprjeđenje vrijednosti prostora Grada Bjelovara u skladu sa svjetskim i europskim prostornim smjernicama i trendovima, glavni krajnji, a ujedno i dugoročni cilj izrade studije je ukazivanje na različite, vrijedne i nedovoljno prepoznate vrijednosti turističkih prostornih potencijala, a u skladu s načelima održivog razvoja.

S obzirom da razvojni dokumenti i prostorni planovi na razini države, Bjelovarsko-bilogorske županije te Grada Bjelovara potiču očuvanje i unaprjeđenje svih vrijednosti prostora, prostorni planovi kao provedbeni dokumenti služe kao podloga za unaprjeđenje kao i povećanje kvalitete života stanovništva, ali i razvoja turizma na području Grada.

Grad Bjelovar i njegova okolica nisu opterećeni nekontroliranim i neplanskim turističkim aktivnostima kao i nelegalnom gradnjom. Zbog očekivanog razvoja turizma nameće se potreba za kvalitetno i dugoročno sagledavanje prostora te određivanje zona za njegov razvoj uz određivanje prostornih



smjernica. Najveća zona ugostiteljsko turističke namjene na području Grada Bjelovara je ona u Velikom Korenovu.

Prostorni plan Bjelovarsko-bilogorske županije

(Županijski glasnik br. 2/01, 13/04, 7/09, 6/15, 5/16 i 1/19)

Glavni cilj izrade Prostornog plana Bjelovarsko-bilogorske županije je stvaranje prostornih pretpostavki za postizanje održivog razvoja Županije, maksimalno koristeći svih prostorno-razvojnih prednosti i rješavajući ili smanjujući na najmanju moguću mjeru utjecaj prostorno-razvojnih problema i ograničenja. Istovremeno, polazi se od osnovne ocjene da Županija ima povoljnu prostornu strukturu u odnosu na glavne razvojne ciljeve, koja racionalnim korištenjem može polučiti zadovoljavajuće učinke u svakom pogledu (ne isključivo ekonomskom).

Kao glavne prostorno razvojne prednosti Županije, a koje se odnose na područje Grada Bjelovara ističu se: povoljna struktura i razmještaj temeljnih kategorija korištenja prostora, potencijali termalnih voda (za razvoj zdravstvenog i kontinentalnog turizma), relativno očuvan okoliš (izuzev dijela vodotoka) i solidno riješena problematika otpada, različiti krajolici itd.

Osim razvoja turizma na području Županije, preporuča se razvoj seoskog turizma s gastronomsko-ekološkom i enološkom ponudom unutar postojećeg građevinskog područja naselja i vikend naseljima. Također se potiče izletnički turizam te aktiviranje i korištenje šumskih površina za razvoj turizma. Uređenje i izgradnju turističkih sadržaja potrebno je provoditi tako da se maksimalno očuva izvorna vrijednost prirodnog i kulturno-povijesnog okruženja, poštujući karakteristike gradnje (primijenjenih materijala i autohtonog oblikovanja) lokalnog ambijenta. Stoga je, osim Daruvara, dana mogućnost formiranja prostora za smještaj zdravstveno-lječilišnih i sportsko-rekreativnih sadržaja na području Grada Bjelovara prvenstveno vezanih na dovršenje i kompletiranje postojećih kapaciteta, te obogaćivanje postojeće turističke ponude.

Prostorni plan uređenja Grada Bjelovara

Službeni glasnik Grada Bjelovara“, broj 11/03, 13/03-ispravak, 1/09, 8/13, 1/16, 5/16 i 6/2019.)

Navedeni prostorni plan obuhvaća cijelo administrativno područje Grada Bjelovara i omogućava razvoj turizma na cijelom području Grada Bjelovara uz pridržavanje odredbi za provođenje, a sve u cilju očuvanja prostora od neplanskih aktivnosti i gradnje. U zoni izdvojene ugostiteljsko-turističke namjene moguća je izgradnja i uređenje smještajnih kapaciteta (hotela, pansiona, apartmanskog naselja, kampa, autokampa), ugostiteljsko-zabavnih sadržaja (restorana, kafića, noćnih klubova, i sličnih sadržaja), sportsko-rekreacijski sadržaji (zatvorenih bazena, otvorenih bazena i igrališta, sportskih dvorana, zabavnih parkova i sl.), prostora i građevina u funkciji zdravstvenog turizma (specijalističkih ambulanti, klinika i poliklinika, lječilišta, wellness i drugih sadržaja u funkciji zdravstvenog turizma), trgovačkih sadržaja (prodavaonica tradicionalnih proizvoda i zdrave hrane, prodavaonica suvenira i sl.), poslovnih i servisnih sadržaja, zelenih površina (parkova, dječjih igrališta, zaštitnog zelenila i sl.).



Osnovni uvjeti za izgradnju u zoni ugostiteljsko-turističke namjene su: izgrađenost zone može iznositi najviše 40 %, etažna visina je najviše Po+P+2 (podrum, prizemlje i dva kata), uz mogućnost izgradnje više podzemnih, potpuno ukopanih etaža i uz uvjet da je najmanje jedna nadzemna etaža ispod kote pristupne ceste, najmanje 20% površine zone mora biti krajobrazno uređeno, na građevnim česticama ugostiteljsko-turističke namjene koje graniče sa zonama stambene i druge negospodarske namjene građevine se postavljaju na udaljenost najmanje polovica visine zgrade prema toj međi + 5,0 m. Unutar navedene udaljenosti mora se osigurati tampon zelenila na prirodnom tlu, najmanje širine 5,0 metara zasađen gustim drvoredom visokog zelenila i vazdazelenom živicom visine 1,5-2,0 m, na površinama zone ugostiteljsko-turističke namjene moguće je korištenje svih onih obnovljivih izvora energije koji neće imati utjecaja na bitna svojstva i izgled postojeće strukture kompleksa, parkiranje vozila mora se riješiti unutar ugostiteljsko-turističke zone, uz uvjet da parkirališta s više od 30 parkirališnih mjesta treba projektirati i graditi s obveznim ozelenjavanjem visokim zelenilom (drvored u rasteru parkirališnih mjesta, zeleni pojas s drvoredom ili slična rješenja). Ukoliko se na građevnoj čestici gradi parkiralište za više od 10 parkirališnih mjesta, tada uz rub površine za parkiranje (prema ulici) treba formirati zeleni pojas/drvored ili zasaditi živicu visine 1,0 metar.

Izvan građevinskog područja može se između ostalog planirati izgradnja infrastrukture, golf igrališta i drugih sportsko-rekreacijskih igrališta na otvorenom s pratećim zgradama, stambenih i pomoćnih građevina za vlastite (osobne) potrebe na građevnim česticama od 20 ha i više i za potrebe seoskog turizma na građevnim česticama od 2 ha i više.

Generalni urbanistički plan Grada Bjelovara

Službeni glasnik Grada Bjelovara“, broj 07/2004, 03/2009, 06/2012, 6/2018 i 6/2020

Generalni urbanistički plan (GUP) Grada Bjelovara (u nastavku teksta: GUP) obuhvaća područje naselja Bjelovar, dijelove naselja Trojstveni Markovac, Novoseljani, Ždralovi, Brezovac, Veliko Korenovo, Stare Plavnice i južni dio naselja Letičani. Vezano na razvoj turizma predmetnim planom uz turizam vezane su područja ugostiteljsko-turističke namjene T1, sportsko rekreacijske namjene (R, R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7 i R8), javne zelene površine (Z1, Z2), zaštitne zelene površine (Z, Z3), mješovita namjena (M1, M2, M3, M4) i druge koje su kompatibilne.

Kao važan preduvjet za daljnji razvoj turizma, ali i rasterećenja prometa u Bjelovaru planirana je izgradnja spojne ceste na autocestu (brzu cestu) A-13 Vrbovec-Bjelovar-Virovitica i nastavak gradnje južne obilazne ceste istočno i zapadno od izvedenog dijela. Također se planira unapređenje željezničkog prometa koji može kvalitetnije povezati Bjelovar sa Zagrebom.

Kao gospodarsko-ugostiteljska turistička namjena (način gradnje PG16) označena je zona Veliko Korenovo te izletnička i rekreativna lokacija poznata kao 'Šljukin gon' s mogućom minimalnom dopunom/gradnjom potrebnih ugostiteljskih, smještajnih i rekreativnih sadržaja ukomponiranih u zelenilo. U području mješovite namjene moguća je gradnja ugostiteljsko-turističkih objekata i hotela, jer su to građevine koje su primjerene centru grada. S obzirom da sport i rekreacija s raznim natjecanjima i

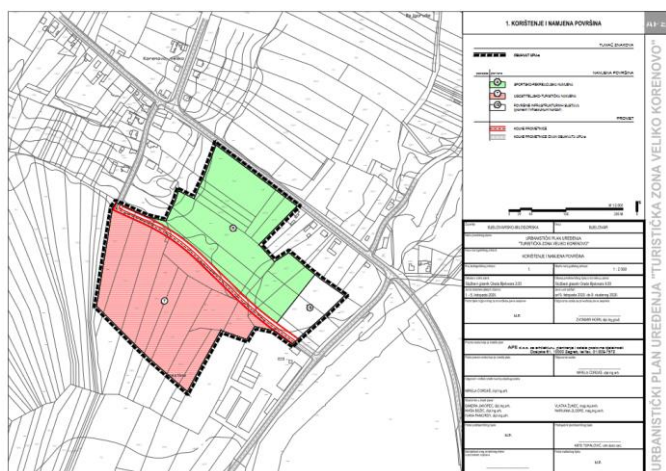
manifestacijama privlače posjetitelje i turiste važno je sagledavanje površina sportsko-rekreacijske namjene. Sportsko-rekreacijska namjena planira je na prostoru sportske dvorane (R1), SRC uz Centar srednjih škola (R3), RC Mladost (R6), uz civilnu streljanu i u zoni Veliko Korenovo. Na površinama sportsko-rekreacijske namjene moguća je izgradnja građevina predmetne namjene većih dimenzija te smještaj drugih obrazovnih i poslovnih sadržaja, kao što su proširenje Centra srednjih škola, trgovačkih, ugostiteljskih, uslužnih ili poslovnih sadržaja, veličinom primjerenih zoni u kojoj se nalaze.

Urbanistički plan uređenja „Turistička zona Veliko Korenovo

Službeni glasnik Grada Bjelovara, broj 9/2020

Navedeni plan predstavlja jedini plan na području Grada kojemu je turizam glavna namjena. Plan obuhvaća površinu cca 9,5 ha². S obzirom da se radi o zemljištu koje nije privedeno svrsi, u tijeku su radovi na izgradnji infrastrukture i prometnice. Površina je podijeljena na zonu T (ugostiteljsko-turistička namjena) površine 4,6 ha, zonu R (sportsko-rekreacijska namjena) površine 3,7 ha i IS (površine infrastrukturnih sustava) površine 1,1 ha. Na površini ugostiteljsko-turističke namjene (T) moguća je izgradnja turističkog naselja i/ili hotela maksimalnog kapaciteta 100 ležajeva. Turističko naselje je jedinstvena prostorno-funkcionalna cjelina koju čine više samostalnih građevina u kojima su recepcija, smještajne jedinice, ugostiteljski i drugi sadržaji sukladno posebnim propisima. U zoni R moguća je izgradnja hotela maksimalnog kapaciteta 100 ležajeva prema uvjetima za izgradnju ugostiteljsko-turističke namjene. Također u zoni R planira se uređenje površina sportsko-rekreacijske namjene (R) sa zatvorenim i otvorenim bazenima za sve uzraste i kategorije posjetitelja, svih vidova vodenih atrakcija, kao što su akvagani, bazeni s umjetnim valovima i sl. te sportskih terena otvorenog tipa i pratećih sadržaja. Također, moguća je gradnja i uređenje svih vrsta sportskih terena (polivalentno igralište, odbojka na pijesku, rukomet, mali nogomet, košarka, stolovi za stolni tenis, staze za boćanje i mini golf i sl.). Moguća je i gradnja i uređenje adrenalinskog parka i parka motoričkih sposobnosti.

Slika 2.5. Turistička i sportsko rekreativna zona Veliko Korenovo



Izvor: Grad Bjelovar, https://www.bjelovar.hr/wp-content/uploads/2021/01/Tekstualni-dio-i-prilozi-Plana_UPU-TZ-Veliko-Korenovo.pdf



Za potrebe otvorenih i zatvorenih bazena planira se korištenje termalne vode prirodnih izvora i bušotina koje se nalaze unutar, a po potrebi i izvan obuhvata UPU-a. Također unutar plana najmanje 20% površine potrebno je urediti kao parkovni nasad i prirodno zelenilo. S obzirom da se radi o novoj namjeni u neizgrađenom prostoru planira se suvremeno arhitektonsko oblikovanje. Parkiranje je potrebno riješiti unutar obuhvata Plana. Za pružanje pratećih usluga kao nadopuna turističkim sadržajima mogu se urediti prostori kao što su wellness, sauna, prostori za liječenje tradicionalnim i alternativnim metodama kao što su akupunktura, akupresura, aromaterapija i druge manje ambulante za pružanje zdravstvenih usluga, zatim prodavaonica suvenira i sl. Sportsko-rekreativni sadržaji i sadržaji za zabavu trebaju se urediti sunčalištima, dječjim igralištima i sl. kao i pratećim sadržajima nužnih za vođenje i održavanje turističkog naselja/hotela (garaža, spremišta, i sl.).

2.4. Turistička atrakcijska osnova – valorizacija

Resursna osnova destinacije čini skup turističkih atrakcija i infrastrukture koja je neophodna za razvoj potencijalnog turističkog područja. Za inicijalni razvoj turizma najbitnije su turističke atrakcije, realne i potencijalne. Upravo struktura i intenzitet privlačnosti atrakcija određuju moguću strukturu turističkog destinacijskog proizvoda i njegov mogući imidž na turističkom tržištu. Proces se, pritom, mora sastojati od prepoznavanja svih turističkih atrakcija koje postoje na određenom području, od onih koje već imaju svoju turističku funkciju (spremne – realne), do onih koje se tek prepoznaju kao takve (nespremne – potencijalne).

Za potrebe Plana razvoja turizma Grada Bjelovara prikupljeni su i obrađeni dostupni podaci o ključnim turističkim atrakcijama, pri čemu su turističke atrakcije valorizirane na temelju trenutnog značaja:

- Međunarodnog značaja (M)
- Nacionalnog značaja (N)
- Regionalnog značaja (R) i
- Lokalnog značaja (L).

Osim navedenog, razlikuje se i njihova spremnost za turističko korištenje (razina turističke dostupnosti – fizička i virtualna dostupnost, interpretacija, edukacija, dio turističkog proizvoda):

- Spremne (S)
- Djelomično spremne (DS)
- Nespremne (NS).

Analizom dokumenata (PUR, PPUG, Razvojna strategija, turističke brošure i internet stranica Turističke zajednice klastera Bjelovar-Bilogora, TZ BBŽ), kartografskom analizom te terenskim obilaskom ustanovljeno je da je resursna osnova Bjelovara raznovrsna i time predstavlja izvrsnu bazu za daljnji razvoj turizma, s naglaskom na kulturnu baštinu, manifestacije, te rekreativne sadržaje (Tab. 2.5.).



Tablica 2.5. Atrakcije na području Grada s obzirom na vrst, tip, značaj i spremnost

Atrakcija	Vrsta	Tip	Značaj	Spremnost
Prirodne atrakcije				
Bilogora	Geološke karakteristike prostora	površinska	R	DS
Potok Bjelovacka	Vode - potoci	linijska	L	NS
Potok Plavnica	Vode - potoci	linijska	L	NS
Značajni krajobraz Bilogora (prijedlog zaštite PP)	Zaštićena prirodna baština	površinska	R	NS
Spomenik parkovne arhitekture – Trg E. Kvaternika (prijedlog PP)	Zaštićena prirodna baština	površinska	R	S
Natura 2000 - Ribnjaci uz Česmu	Zaštićena prirodna baština	površinska	R	NS
Dolina Česme i Ilove	Geološke karakteristike prostora	površinska	L	NS
Termalna voda Veliko Korenovo	Ljekoviti činitelji	Točkasta	R	NS
Termalna voda – Velika Ciglena	Ljekoviti činitelji	Točkasta	R	NS
Ribnjak Lug	Vode stajaćice	Točkasta	L	DS
Slatkovodne ribe	Divlje i domaće životinje	Disperzno točkasta	R	DS
Divljač	Divlje životinje	Disperzno točkasta	R	DS
Ergele konja	Domaće životinje	Disperzno točkasta	R	S
Šume	Prirodna vegetacija	Disperzno površinska	L	NS
Oranice i pašnjaci	Uzgajana vegetacija	Disperzno površinska	L	NS
Lovišta (1 državno i 3 zajednička)	Divlje životinje	Disperzno površinska	R	DS
Vinogorje	Uzgajana vegetacija	Disperzno površinska	R	DS



Atrakcija	Vrsta	Tip	Značaj	Spremnost
Kulturno-povijesna baština				
Arheološki lokalitet Gradina - Gudovac	Arheološka nalazišta	Točkasta	R	
Arheološko nalazište Malo Koreново	Arheološka nalazišta	Točkasta	R	NS
Povijesna jezgra grada Bjelovara	Spomeničke cjeline	Površinska	N	S
Katedrala sv. Terezije Avilske	Pojedinačne sakralne građevine	Točkasta	N	DS
Graditeljski skop katedrale	Pojedinačne sakralne građevine	Točkasta	N	DS
Sinagoga/Dom kulture	Pojedinačne sakralne građevine		R	S
Crkva sv. Trojice	Pojedinačne sakralne građevine		N	NS
Crkva sv. Antuna Padovanskog	Pojedinačne sakralne građevine	točkasta	L	DS
Crkva sv. Ane	Pojedinačne sakralne građevine	točkasta	L	DS
Crkva Vavedenja Presvete Bogorodice - Brezovac	Pojedinačne sakralne građevine	Točkasta	L	NS
Crkva sv. Pavla - Novi Pavljani	Pojedinačne sakralne građevine	Točkasta	L	NS
Crkva sv. Tome - Tomaš	Pojedinačne sakralne građevine	Točkasta	R	DS
Krajputaši	Pojedinačne sakralne građevine	Disperzno točkasta	L	NS
Zgrada Čitaonice	Pojedinačne profane zgrade i građevine	Točkasta	L	S
Zgrada Gimnazije	Pojedinačne profane zgrade i građevine	Točkasta	L	S
Zgrada gradskog Magistrata	Pojedinačne profane zgrade i građevine	točkasta	R	S
Kompleks tvornice Koestlin	Pojedinačne profane zgrade i građevine	Točkasta	R	DS



Atrakcija	Vrsta	Tip	Značaj	Spremnost
Zgrada križevačke pukovnije	Pojedinačne profane zgrade i građevine	Točkasta	R	S
Zgrada stare komande	Pojedinačne profane zgrade i građevine	Točkasta	R	S
Sokolski dom	Pojedinačne profane zgrade i građevine	Točkasta	R	DS
Bjelovarska pisanica	Pokretni spomenici	točkasta	N	DS
Park na Trgu Eugena Kvaternika	Parkovna arhitektura	površinska	N	S
Spomen područje Barutana	Memorijalna područja i građevine	površinska	N	S
Spomen područje Lug	Memorijalna područja i građevine	Površinska	R	DS
Kultura života i rada				
Kulturno-umjetnička društva i udruge	Folklor	Točkasta	R	S
Češka Beseda	Folklor	Točkasta	L	S
Udruga izvornih Roma Lovari	Folklor	Točkasta	L	S
Zajednica Mađara	Folklor	Točkasta	L	S
Gradski orkestar Bjelovar	Suvremena kulturna produkcija	Točkasta	R	S
Brass ansambl Bjelovar	Suvremena kulturna produkcija	Točkasta	L	S
Glazbeni ansambl 'Lira' Bjelovar	Suvremena kulturna produkcija	Točkasta	L	S
Husari	Folklor	Točkasta	R	S
Tvornica Sirela	Suvremena proizvodnja	Točkasta	R	NS
Tvornica Koestlin	Suvremena proizvodnja	Točkasta	R	NS
Bjelovarska tržnica	Tradicijska proizvodnja i obrti	Točkasta	R	DS
Proizvodnja kvargla	Tradicijski obrti	Disperzno površinska	R	DS



Atrakcija	Vrsta	Tip	Značaj	Spremnost
Manifestacije				
BOKfest	Kulturne manifestacije	Točkasta	N	S
Božićni gala koncert - Bjelovar	Kulturne manifestacije	Točkasta	N	S
Smotra folkloru Bjelovarsko-bilogorske županije	Kulturne manifestacije	Točkasta	R	S
Terezijana	Kulturne manifestacije	Točkasta	N	S
Međunarodni tjedan udaraljkaša	Kulturne manifestacije	Točkasta	N	S
Pisanicom do Uskrsa	Kulturne manifestacije	Točkasta	R	S
DokuArt	Kulturne manifestacije	Točkasta	N	S
Proljetna bilogorska biciklijada	Sportske manifestacije	Linijska	R	S
Dani Matice Hrvatske	Kulturne manifestacije	Točkasta	L	S
Mali BOKfest	Kulturne manifestacije	Točkasta	L	S
Bilogora trail	Sportske manifestacije	Linijska	R	S
Terezijaner	Sportske manifestacije	Linijska	R	S
Dan Grada Bjelovara i Dan bjelovarskih branitelja	Kulturne manifestacije	Točkasta	R	S
Jesenska biciklijada	Sportske manifestacije	Linijska	R	S
Noć Vještaka	Sportske manifestacije	Točkasta	R	S
Dani Češke kulture	Kulturne manifestacije	Točkasta	R	S
Bjelovarsko kulturno ljeto	Kulturne manifestacije	Točkasta	R	S
Jazzica fest	Kulturne manifestacije	Točkasta	R	S
Amadeus fest	Kulturne manifestacije	Točkasta	R	S
Fun run	Sportske manifestacije	Linijska	R	S
Komedija fest	Kulturne manifestacije	Točkasta	R	S
Moto budnica	Ostale manifestacije	Linijska	R	DS
Proljetni međunarodni bjelovarski sajam	Gospodarske priredbe	Točkasta	M	S
Jesenski međunarodni bjelovarski sajam	Gospodarske priredbe	Točkasta	M	S
Međunarodni pčelarski sajam i izložba vina	Gospodarske priredbe	Točkasta	N	S



Atrakcija	Vrsta	Tip	Značaj	Spremnost
Sajam cvijeća	Gospodarske priredbe	Točkasta	R	S
Sajam airsofta	Gospodarske priredbe	Točkasta	R	S
FIBA 3 na 3 Bjelovar	Sportske manifestacije	Točkasta	R	S
Kulturne i vjerske ustanove				
Gradski muzej Bjelovar	Muzeji	Točkasta	R	S
Stalna izložba 'Podrijetlo, život i običaji Roma'	Muzeji	Točkasta	R	DS
Bjelovarsko kazalište	Kazališta	Točkasta	R	DS
Državni arhiv	Kulturne istraživače ustanove	Točkasta	L	NS
Narodna knjižnica „Petar Preradović“	Kulturne istraživače ustanove	Točkasta	R	S
Sportsko-rekreacijske građevine i tereni				
Županijska kružna ruta	Sportsko-rekreacijske staze	linijska	R	DS
Dio cikloturističke rute Lonjsko polje – Balaton	Sportsko-rekreacijske staze	linijska	M	DS
Bilogorska ruta	Sportsko-rekreacijske staze	linijska	R	DS
Vinogradska ruta	Sportsko-rekreacijske staze	linijska	R	DS
Sajamska ruta	Sportsko-rekreacijske staze	linijska	R	DS
Planinarske staze Bilogore	Sportsko-rekreacijske staze	linijska	R	DS
Otvoreni gradski bazen s gledalištem	Sportsko rekreacijske građevine na otvorenom	Točkasta	L	S
Nogometni stadion Bjelovar	Sportsko rekreacijska igrališta	Točkasta	R	S
Sokolana I	Sportske dvorane	Točkasta	R	NS
Sokolana II	Sportske dvorane	Točkasta	L	NS
Staro rukometno igralište (Partizanovo igralište)	Sportsko rekreacijska igrališta	Točkasta	R	S



Atrakcija	Vrsta	Tip	Značaj	Spremnost
Trim staza Borik	Sportsko-rekreacijske staze	Linijaska	L	S
Sportski aerodrom Brezovac	Sportsko rekreacijske građevine na otvorenom	Točkasta	R	S
Konjički klub Bjelovar	Sportsko rekreacijski servisi	Točkasta	R	S
Konjički klub Vinia	Sportsko rekreacijski servisi	Točkasta	R	S
Konjički klub Brezovac	Sportsko rekreacijski servisi	Točkasta	R	S
Konjičke staze	Sportsko-rekreacijske staze	Linijaska	R	DS

Izvor: autori studije

Iz predočenog popisa atrakcija na području Grada Bjelovara vrlo jasno se mogu izdvojiti tri skupine s najvećim potencijalom, ali i brojnošću:

- **Kulturno-povijesne atrakcije**

Urbana jezgra Grada obiluje vrijednim spomenicima kulturne baštine, no uz važnu napomenu da se dominantno radi o pojedinačnim objektima niže kulturno-povijesne vrijednosti, no kao urbani sklop čine vrlo dojmljivo urbano okruženje, definirano pravilnim rasporedom ulica. Prezentacija kulturne baštine imala velike poglede uz adekvatno istraživanje i uređenje arheološkog nalazišta Korenovske kulture (starija od Vučedolske kulture) na lokaciji Malo Korenovo i Drljanovac. To arheološko nalazište nalazi se u blizini budućih termi. Također, atraktivnosti destinacije pridonosi najstarija pisanica u Hrvatskoj iz 15. stoljeća (s arheološkog nalazišta blizu Gudovca), koja se čuva u Gradskom muzeju Bjelovar, no nedostaje in-situ interpretacija. Kulturnoj prepoznatljivosti i raznolikosti moglo bi pridonijeti uređenje *Dijacezenskog muzeja* Bjelovarsko-križevačke biskupije u centru Bjelovara i pravoslavna crkva u centru grada (zatvorena), koja je u posjedu slika najpoznatijih slikara Hrvatske.

- **Manifestacije**

Grad Bjelovar organizira različite i brojne manifestacije kako bi privukao veći broj turista. U Bjelovaru se godišnje održava 20-ak kulturnih manifestacija, a najvažnije su: Dan Grada Bjelovara i Dan bjelovarskih branitelja, Pisanicom do Uskrsa, DOKUart- festival dokumentarnog filma, Terezijana, Obilježavanje Međunarodnog tjedna udaraljkaša, BOKfest, MALI BOKfest, Jazzica fest, Komedijski fest, Amadeus fest i dr. Glavni trg s parkom mjesto je okupljanja i održavanja brojnih manifestacija tijekom cijele godine.

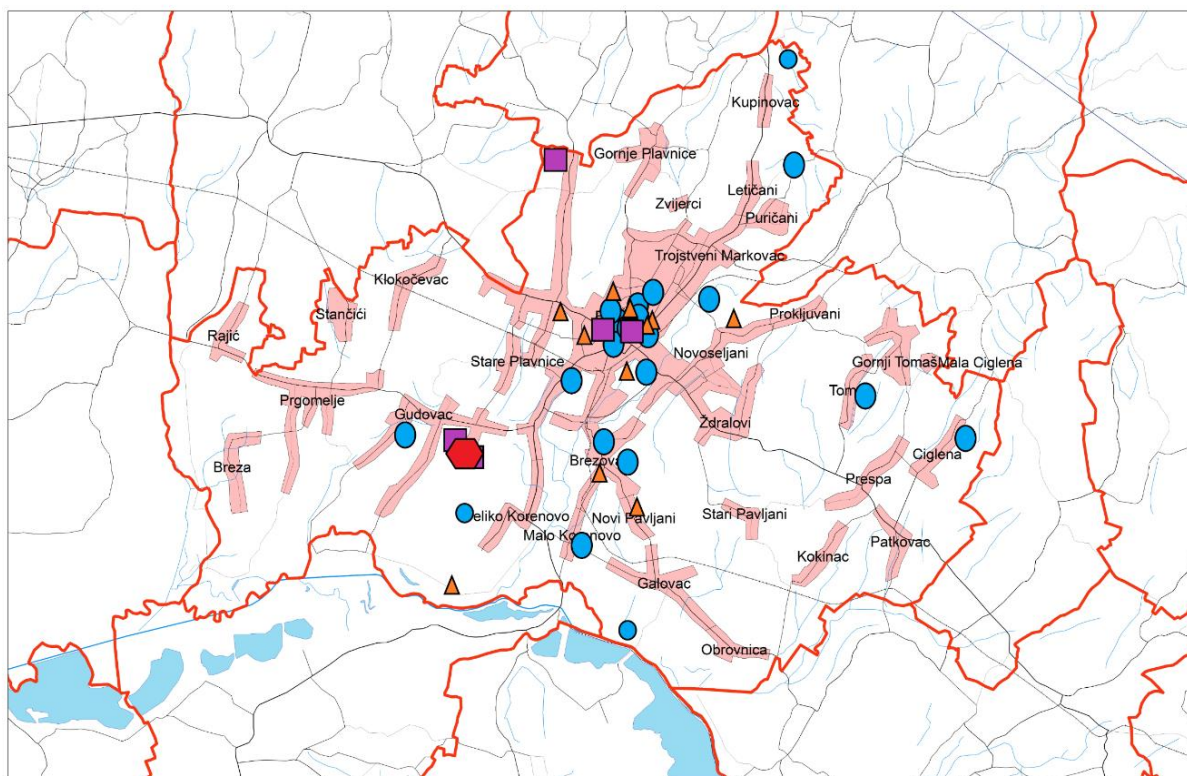
Manifestacije, kao Advent u Bjelovaru s brojnim događanjima, povećale su vidljivost grada zimi, kako za stanovništvo Bjelovara tako i okolice. Gradski trg s parkom ljeti je također privlačno mjesto okupljanja, kako zbog lijepo uređenog parka (koji pruža hlad za vrijeme ljetnih vrućina), tako i zbog različitih manifestacija, otvorenih ugostiteljskih objekata i uređenih šetnica. Važno je istaknuti da je u ovoj skupini najveći broj atrakcija međunarodnog ili nacionalnog značaja (Terezijana, proljetni i jesenski međunarodni bjelovarski sajam, međunarodni sajam udaraljkaša, BOKfest i dr.).

Mjesto brojnih poslovnih susreta je prostor sajma u Gudovcu, na kojem se tijekom godine održava više sajmova najviše prepoznatih uz suvremenu prezentaciju poljoprivrede i šumarstva na razini Hrvatske. Za vrijeme održavanja sajmova na području Bjelovara značajno je povećana potražnja za smještajem, a oba glavna Sajma postižu posjećenost do 100.000 ljudi (posjetitelja i izlagača).

- **Sportsko-rekreacijske građevine**

Grad Bjelovar ima velik broj atrakcija usmjerenih prvenstveno na povećanje kvalitete života građana (dvorane, stadioni), no i sve veći broj rekreacijski staza (ciklo, konjičkih i pješačkih), što povećava i samu atraktivnost destinacije. Navedeno je osobito bitno s obzirom na planirani projekt Terme Bjelovar, koji bi kroz navedene komplementarne atrakcije mogao postati dio atrakcijskog spleta rekreacijskog turizma.

Slika 2.6. Prostorna raspodjela točkastih atrakcija na području Grada Bjelovara s obzirom na značaj



Izvor: autori studije



2.5. Turistička suprastruktura

Turistička suprastruktura jedan je od bitnih činitelja svake turističke destinacije, jer upotpunjuje njezinu turističku ponudu, pridonosi kvaliteti proizvoda te turističkoj atraktivnosti destinacije. Suprastruktura s njenim objektima, u kojima se odvijaju različiti sadržaji, također pridonose prepoznatljivosti destinacije te je uz infrastrukturu, jedan od važnijih podsustava destinacije.

U kontekstu suprastrukturne opremljenosti Grad Bjelovar oskudijeva smještajem za veći prihvat turista, čiji je dolazak uglavnom vezan uz događanja i/ili manifestacije (sajmovi, kulturne manifestacije i dr.). Stoga je nužna izgradnja objekata kroz formiranje ugostiteljsko-turističke namjene. Ukupni broj ležajeva na području Grada Bjelovara je u kolovozu 2021. godine prema podacima eVisitora bio 619 (tab. 2.6.), pri čemu je najveći udio smještaja u kategoriji Ostali ugostiteljski objekti (ponajviše u kategoriji kuća za odmor i učenički dom). Važno je istaknuti da u ukupnom broju smještajnih kapaciteta klastera Bjelovar Bilogora, smještaj na području Grada Bjelovara 79% ukupnog smještaja, te 40,5% ukupnih smještajnih kapaciteta 40,5% na području Bjelovarsko bilogorske županije.

Tablica 2.6. Struktura ležajeva u Gradu Bjelovaru prema vrsti smještaja

Godina	Hoteli	Objekti na OPG-u	Objekti u domaćinstvu	Ostali ugostiteljski objekti za smještaj ⁷	UKUPNO
2018	86	14	114	404	618
2019	172	14	144	395	725
2020	167	12	149	392	720
2021	167	12	155	285	619

Izvor: eVisitor, obrada Instituta za turizam, Zagreb

Hotel Central dobro je lociran u središtu Grada te nudi manje kapacitete za sastanke i manje skupove skupove (multifunkcionalna dvorana sa 10 - 100 mjesta). Prosječna ocjena 8,4/10 na booking.com-u zadovoljavajuća je, no sadržaji su ocijenjeni tek sa 7,6 što je odraz ispodprosječne ocjene sadržaja i udobnosti hotela koje kompenziraju uslužnost osoblja i lokacija. Važno je za iskanuti da većina privatnog smještaja ima ocjenu iznad 9, desetak objekata i iznad 9,5, što odražava kontinuirani rad na kvaliteti smještaja.

U smislu zdravstvenih usluga i zdravstvene sigurnosti, važno je istaknuti da u Bjelovaru djeluje Opća Bolnica Bjelovar, čime je osigurana prvenstveno zdravstvena sigurnost, no sve je više privatni medicinskih i dentalnih klinika, pri čemu možemo istaknuti dentalne centre: Dental centar Smile, La dental Bjelovar (nude i paket aranžmane dentalnog turizma), Dental Estetica, te poliklinike (dominantna namjena za lokalno stanovništvo): Poliklinika MKS, Poliklinika dr. Došen i Poliklinika Ivan. U Gradu djeluje

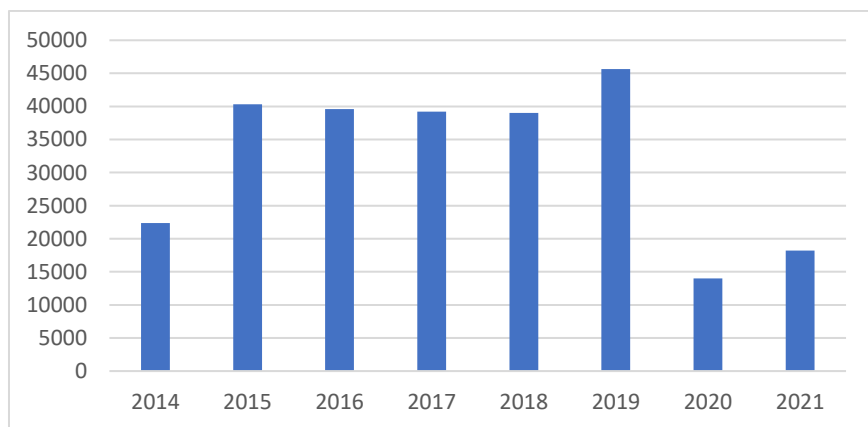
⁷ Apartman, Kuća za odmor, Objekt za robinzonski smještaj, Hostel, Lovački dom, Odmaralište za djecu Planinarski dom, Prenocište, Učenički/studentski dom



i Wellness centar Coner, sa širokim izborom usluga. Nastavno na zdravstvene usluge i njihov daljnji razvoj, može se i istaknuti veliki potencijal korištenja termalne vode za izgradnju objekata ugostiteljsko-turističke namjene te sportsko-rekreacijske namjene na području Veliko Korenovo. Izgradnja tih sadržaja predstavljalo bi značajan iskorak u broju smještajnih kapaciteta, ali i obogaćivanja sadržaja u turističkoj ponudi.

U posljednjem desetljeću Bjelovar je sve više prepoznatljiv na prostoru Hrvatske u području kulture, ne samo zbog kino predstava već i zbog različitih glazbenih i filmskih manifestacija u kojima aktivno sudjeluju Kulturni multimedijalni centar Ivan Trnski, Bjelovarsko kazalište i novouređeni Dom kulture. Zanimljiv je podatak da je bjelovarsko kino 2019. po posjećenosti bilo šesto kino u Hrvatskoj (iako Bjelovar nije šesti grad po veličini u Hrvatskoj), i ušao u kino mrežu Hrvatske, između 70 kino dvorana (slika 2.7).

Slika 2.7. Posjećenost KMC-a od 2014. do 2021. godine⁸



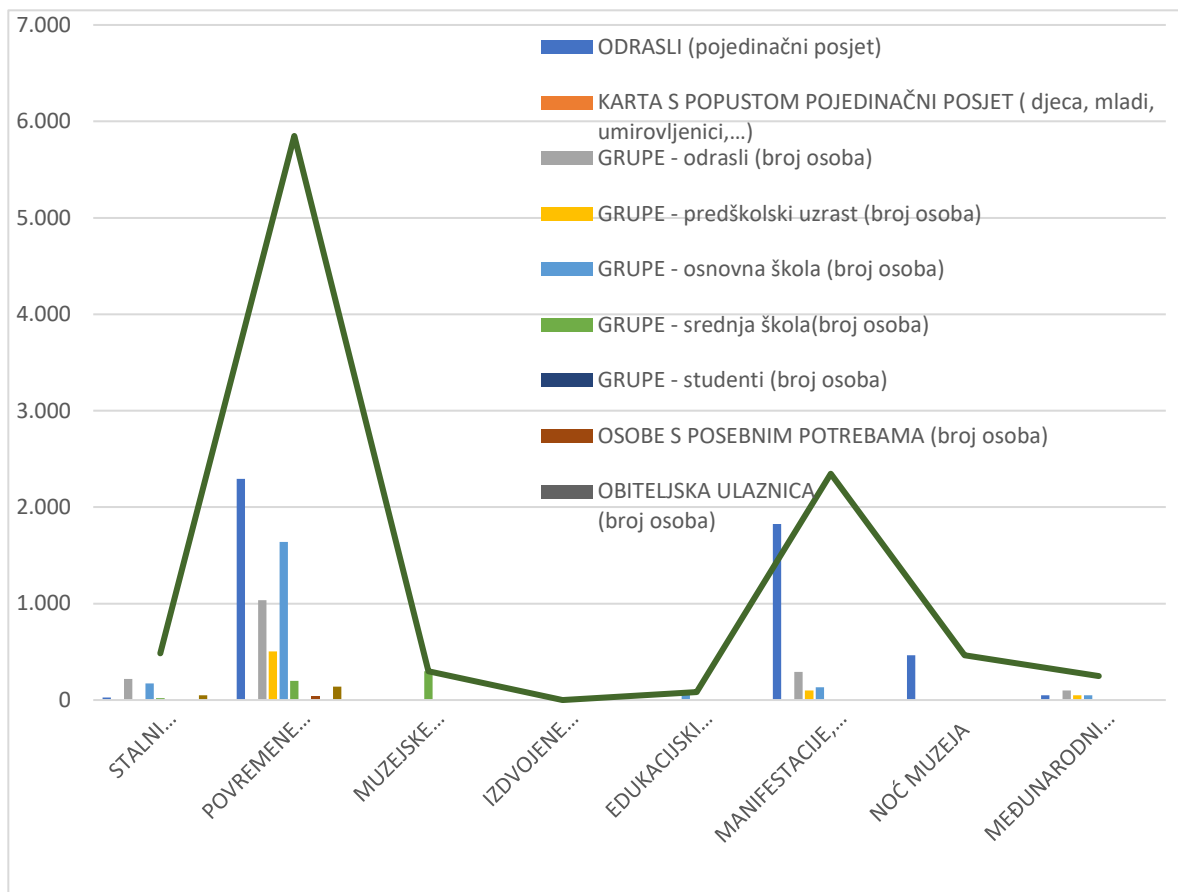
Izvor: KMC Bjelovar

Osim KMC-a, broj posjetitelja je moguće pratiti kod Gradskog muzeja Bjelovar, koji tokom 2019. godine imao 9.478. posjetitelja, pri čemu najveći udio čine posjetitelji povremenih izložba i to dominantno grupni posjetitelji. (slika 2.8.) Uslijed pandemije broj posjetitelja 2020. godine pao je za čak 75%, pri čemu je to posljedica izostanka grupnih posjetitelja. Sam muzej ima galerijski dio za povremen izložbe, te četiri stalna postava.

⁸ 2014. -otvorenje KMC-a bilo je 08.08.2014.; od 13.3. do 20.5.2020.. zatvoreno kino zbog COVID mjera, nakon toga smanjen kapacitet kino dvorane za cijelu 2021. godinu



Slika 2.8. Broj posjetitelja po grupama i događanjima Gradskog muzeja Bjelovar 2019. godine



Izvor: Gradski muzej Bjelovar

Osim smještaja, karakteristična je turistička djelatnost i priprema i usluživanje hrane i pića. Sukladno podacima Grada Bjelovara 2017. godine, ukupno je djelovalo 49 obrtnika izvan smještajnog ugostiteljstva, 67 poduzetnika iz djelatnosti pripreme i usluživanja pića, te 19 poduzetnika iz djelatnosti restorana i ostalih objekata za pripremu i usluživanje hrane. Ugostiteljska ponuda dominantno je koncentrirana u Bjelovaru, što upućuje na lokalni karakter njihove tržišne orijentacije. Na području Grada mali je broj OPG-a (ističe se Izletišta Vinia), no u sinergiji s OPG-ovima u okruženju (Maglenča, Veliko Trojstvo i drugi), OPG-ovi na području grada Bjelovara mogu razvijati seoski turizam s gastronomsko-ekološkom i enološkom ponudom, što svakako može pridonijeti raznolikosti turističke ponude.

S obzirom da sport i rekreacija imaju dugu tradiciju, isti mogu dobiti veću turističku prepoznatljivost s novim i/ili bolje uređenim sportskim zgradama (dvorane, bazeni, streljane i dr.) i uređenim vanjskim površinama (stadion, igrališta, i sl.).

Važan segment turističke ponude Grada predstavljaju i brojne, različito tematizirane manifestacije koje se organiziraju tijekom cijele godine u svim većim mjestima. Iako je dio manifestacija značajnije prepoznat na regionalnom i nacionalnom, a dio i na međunarodnom turističkom tržištu, manifestacije su ipak najvećim dijelom usmjerene na lokalnu ili unutaržupanijsku potražnju. Procjenjuje se, da važnije



e manifestacije posjećuje ukupno do 300 tisuća posjetitelja. Pri tome su brojem posjetitelja najvažnije kompleksne manifestacije Terezijana i Bjelovarski sajam (proljetni i jesenski). Prema kriteriju međunarodne privlačnosti posebno se izdvajaju kulturne manifestacije manifestacije kao što su primjerice BOKfest ili Međunarodni tjedan udaraljakaša.

U konačnici važno je istaknuti i ulogu Tehnološkog Inkubatora koji osigurava rad 28 IT tvrtki u Bjelovaru, pri čemu se apostrofira i posljedični boravak digitalnih nomada na području Grada.

Nezaobilaznu turističku suprastrukturu Bjelovara čini i Turistička zajednica Bjelovar bilogora, koja prezentira sve važne informacije o manifestacijama i objektima, na dvije lokacije, u gradskom Centru, te u TIC-u na Bjelovarskom sajmu koji funkcionira samo za vrijeme sajmova.

Tablica 2.7. Turistička suprastruktura Grada Bjelovara – glavni odabir

Ugostiteljsko-turistički objekti	<ul style="list-style-type: none"> • Hotel Central • Terme Bjelovar – u izvođenju • Ugostiteljski objekti i dr.
Objekti kulture	<ul style="list-style-type: none"> • Gradski muzej Bjelovar • Dom kulture • KMC Ivan Trnski • Bjelovarsko kazalište • Arheološko nalazište – nije izvedeno
Sportsko-rekreacijski objekti	<ul style="list-style-type: none"> • Dvorane (3 velike + 4 manje) • Bazeni • Nogometni stadion (2 stadiona) • Streljana • Igrališta • Privremeni objekti – klizalište i dr.
Izložbeni prostor	<ul style="list-style-type: none"> • Prostor sajma u Gudovcu
Parkovne površine	<ul style="list-style-type: none"> • Glavni trg i park, drugi parkovi
Objekti na selu	<ul style="list-style-type: none"> • OPG s pružanjem usluga u turizmu
Turizam	<ul style="list-style-type: none"> • Turistička zajednica

2.6. Performanse turističkog sektora

Turizam je snažan faktor gospodarskog i društvenog razvoja određene destinacije s važnim aplikativnim učincima na sve ostale gospodarske sektore. Na području Grada Bjelovara turistički potencijal nije u potpunosti iskorišten.



Prema podacima sustava e-Visitor, na području Bjelovarko-bilogorske županije od 2018. do 2021. godine broj turističkih dolazaka i noćenja je varirao. Najveći turistički promet je ostvaren na području grada Daruvara i Bjelovara, dok je najmanji zabilježen u općini Končanica (Tablica. 2.8.). Tijekom 2019. godine u svim jedinicama lokalne samouprave Bjelovarsko-bilogorske županije ostvareno je 27.377 dolazaka te 93.052 noćenja turista. U odnosu na 'baznu' 2018. godinu, turistički se promet smanjio za 2.362 dolazaka (stopa pada od 2,54%), odnosno za 631 noćenje (stopa pada 2,30%). Kao rezultat izbijanja COVID-19 pandemije tijekom 2020. godine u svim jedinicama lokalne samouprave Županije ostvareno je tek 13.215 dolazaka te 51.893 noćenja turista. Važne manifestacije poput Terezijane i Poljoprivrednog sajma u Gudovcu koje su u prijašnjim godinama privlačile veliki broj turista otkazane su u 2020. Turistički promet u 2020. godini smanjio se u odnosu na zadnju 'pred-pandemijsku' 2019. godinu, za 14.162 dolazaka (ili za 107,17%), odnosno za više od 41.000 noćenja (ili oko 79%). Međutim, u 2021. godini turistički promet se već povećao za 24% u broju noćenja i 27% u broju dolazaka u odnosu na 2020. godinu.

Tablica 2.8. Noćenja i dolasci turista u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji, 2018. - 2021.

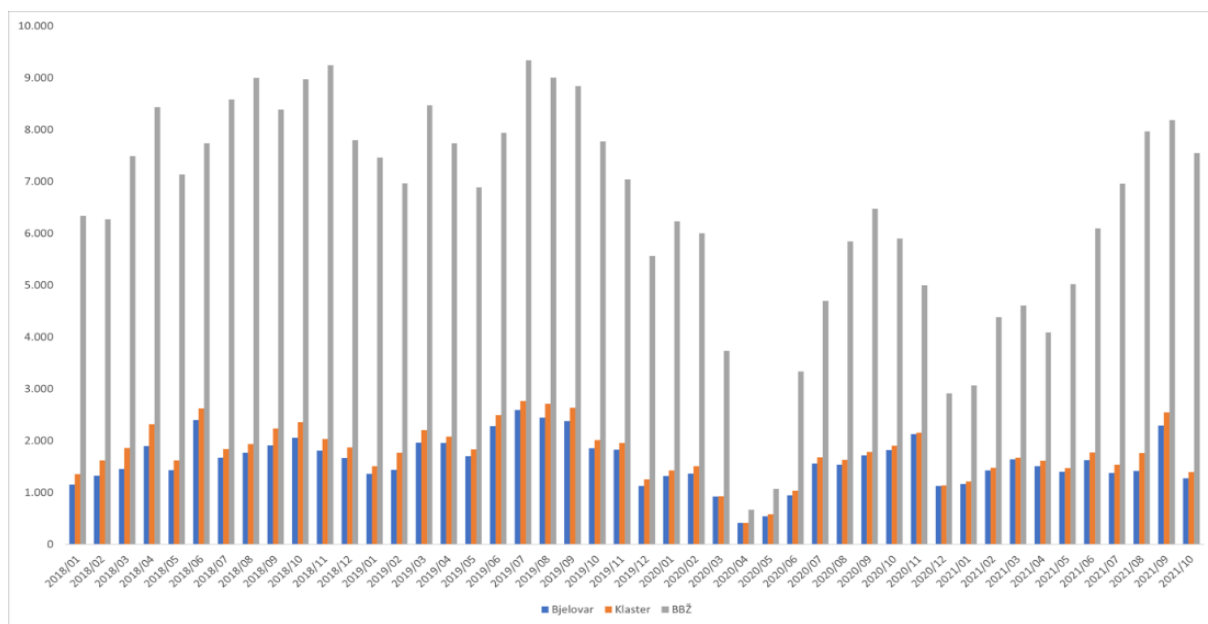
JLS	2018.		2019.		2020.		2021.	
	Broj noćenja	Broj dolazaka	Broj noćenja	Broj dolazaka	Broj noćenja	Broj dolazaka	Broj noćenja	Broj dolazaka
Berek	593	306	1.314	591	1.784	1.130	872	581
Bjelovar	20.566	7.391	22.940	7.046	15.430	3.359	17.084	4.284
Čazma	1.888	586	1.637	550	860	358	1.096	417
Daruvar	54.777	13.591	53.117	13.276	27.386	5.856	40.597	9.397
Garešnica	6.725	3.367	7.685	3.544	4.233	1.749	5.741	2.433
G. Polje	7.185	1.411	3.165	1.182	622	205	396	123
Ivanska	34	16	328	32	232	27	303	35
Kapela	1.595	599	1.122	501	464	260	1.021	400
Končanica	0	0	1	1	6	5	16	4
Rovišće	134	61	167	57	14	6	176	68
Sirač	198	53	157	63	0	0	104	28
Štefanje	325	159	407	146	564	150	244	88
V.Pisanica	1.139	357	817	296	262	92	314	148
V. Trojstvo	255	111	195	92	36	18	32	16
Ukupno	95.414	28.008	93.052	27.377	51.893	13.215	67.996	18.022

Izvor: eVisitor, obrada Instituta za turizam, Zagreb

Analiza mjesečne distribucije turističkog prometa u Županiji i Gradu Bjelovaru pokazuje da je službeno registrirani turistički promet relativno ravnomjerno raspoređen kroz cijelu godinu (Slika 2.9.), iz čega se može zaključiti da promatrano područje ne karakterizira sezonalnost turističke potražnje, što je zajedničko obilježje većine kontinentalnih turističkih destinacija u Republici Hrvatskoj. Najveći broj turističkih noćenja zabilježen je tijekom ljetnih mjeseci - srpanj, kolovoz i rujna, dok je mjesec prosinac s najmanjim brojem noćenja.



Slika 2.9. Struktura turističkih noćenja u Gradu Bjelovar, klasterima i Županiji prema mjesecima od 2018. - 2021.



Izvor: eVisitor, obrada Instituta za turizam, Zagreb

Očekivane promjene u mjesečnoj dinamici turističkog prometa bile su tijekom 2020.godine kada je počela COVID-19 pandemija i vrijeme lockdown-a (ožujak, travanj). Međutim, rezultati iz 2021. godine, iako s manjim brojem noćenja s usporedbom na 2019., ukazuju, da je distribucija broja noćenja tijekom cijele godine bila ravnomjerna.

U strukturi turističkog prometa Županije, u pravilu, prevladavaju dolasci i noćenja ostvarena od strane domaćih gostiju (Tablica 2.9.). Tijekom 2021. godine na području Županije ostvareno je 49.969 domaćih noćenja (ili oko 73 % svih turističkih noćenja), odnosno 13.663 domaćih dolazaka (ili oko 76% svih turističkih dolazaka). Iako je u pred-pandemijskim godinama ukupno registrirani turistički promet bio na znatno višoj razini, udio domaćih gostiju u noćenjima i dolascima uvijek se kretao na razini oko 70%.

Tablica 2.9. Noćenja i dolasci turista u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji, prema strukturi turističkog prometa (domaći / strani gosti), 2018. - 2021.

Struktura	2018.		2019.		2020.		2021.	
	Broj noćenja	Broj dolazaka	Broj noćenja	Broj dolazaka	Broj noćenja	Broj dolazaka	Broj noćenja	Broj dolazaka
Domaći gosti	67.316	19.317	65.111	18.481	37.402	10.304	49.969	13.663
Strani gosti	28.098	8.691	27.941	8.896	14.491	2.911	18.027	4.359
Ukupno	95.414	28.008	93.052	27.377	51.893	13.215	67.996	18.022

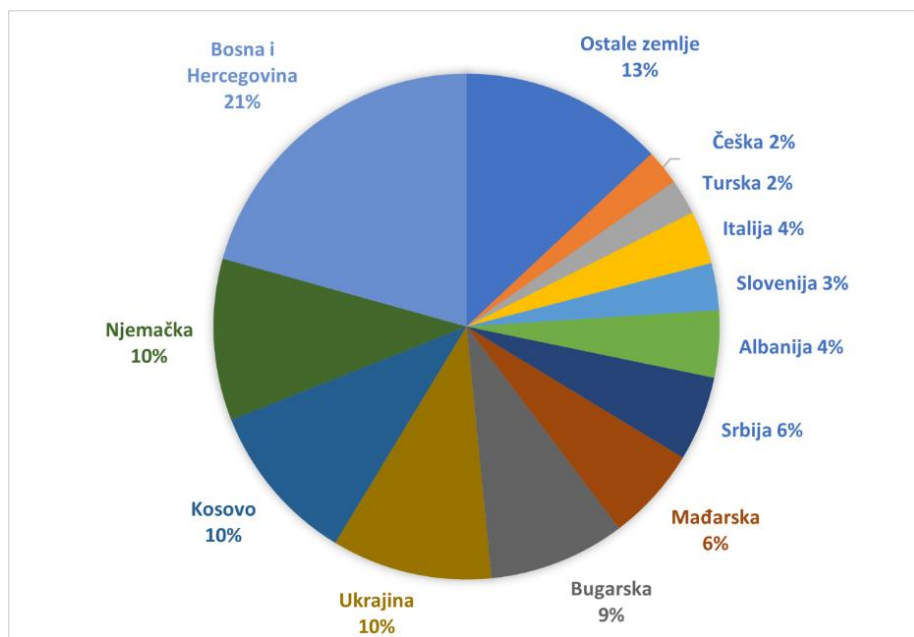
Izvor: eVisitor, obrada Instituta za turizam, Zagreb

Prema strukturi inozemne turističke potražnje prema zemljama podrijetla, na području Županije, tijekom 2021. godine, najveći broj noćenja ostvarili su gosti iz Bosne i Hercegovine (1.516 odnosno 21%), te iz Njemačke (759 ili 10%), Kosovo (756 ili 10%), Ukrajina (752 ili 10%), Bugarska (640 ili 9%), Mađarska



(442 ili 6%), Srbija (398 ili 6%) i Albanija (314 ili 4%). U malom broju od 3% i manje su turisti iz Slovenije, Italije, Turske, Češke i ostalih zemalja (Slika 2.10.).

Slika 2.10. Struktura inozemnih noćenja u Županiji prema zemljama podrijetla turista, 2021.



Izvor: eVisitor, obrada Instituta za turizam, Zagreb

Prema podacima iz pred-pandemijske 2019. godine, struktura noćenja prema zemljama podrijetla je bila slična, tako da su gosti iz Bugarske, Srbije i Njemačke ostvarili 46% od svih inozemnih noćenja. Prosječna duljina boravka turista tijekom 2021. godine na području Županije, neovisno o razlikama među pojedinim jedinicama lokalne samouprave, dostigla je četiri dana, što je dan više u usporedbi s 2018. i 2019. godinom. Navedeni rezultati ukazuje na činjenicu da područje Bjelovarsko-bilogorske županije dominantno funkcionira kao višednevna turistička destinacija.

Većina službeno registriranog turističkog prometa ostvarena je u hotelskom smještaju. Ostali udio noćenja je u objektima u obiteljskom smještaju – domaćinstvima/ OPG-ovima koji se iz godine u godinu, s izuzetkom atipične 2020. godine, postupno povećava, što ukazuje na sve veći interes malih poduzetnika za turističko privređivanje (Tablica 2.10.).

Tablica 2.10. Struktura noćenja u Županiji prema vrstama smještaja od 2018. do 2021.

Vrsta smještaja	2018.		2019.		2020.		2021.	
	Broj noćenja	Broj dolazaka	Broj noćenja	Broj dolazaka	Broj noćenja	Broj dolazaka	Broj noćenja	Broj dolazaka
Hoteli	64.535	17.879	59.629	17.089	25.757	6.582	38.233	10.739
Obiteljski smještaj	26.331	8.108	29.982	8.666	23.713	5.156	28.043	6.296
Ostali smještaj	4.548	2.021	3.441	1.622	2.423	1.477	1.720	987
Ukupno	95.414	28.008	93.052	27.377	51.893	13.215	67.996	18.022

Izvor: eVisitor, obrada Instituta za turizam, Zagreb



U Gradu Bjelovaru se veći udio noćenja ostvaruje u objektima obiteljskog smještaja – domaćinstva/ OPG-a, što je posebno dominiralo tijekom pandemije u 2020. i 2021. godini (Tablica 2.11.)

Tablica 2.11. Struktura noćenja u Gradu Bjelovaru prema vrstama smještaja od 2018. do 2021.

Vrsta smještaja	2018.		2019.		2020.		2021.	
	Broj noćenja	Broj dolazaka	Broj noćenja	Broj dolazaka	Broj noćenja	Broj dolazaka	Broj noćenja	Broj dolazaka
Hoteli	5.166	2.417	6.527	2.828	2.541	1.119	3.149	1.362
Obiteljski smještaj	13.624	4.089	15.851	3.881	12.889	2.240	13.935	2.922
Ostali smještaj	1.776	885	562	337	0	0	0	0
Ukupno	20.566	7.391	22.940	7.046	15.430	3.359	17.084	4.284

Izvor: eVisitor, obrada Instituta za turizam, Zagreb

2.7. Novi projekti u funkciji razvoja turizma

Lokalna samouprava u procesu je realizacije te planiranja i pripreme projekata s područja turizma koji imaju potencijal pridonijeti povećanju tržišne prepoznatljivosti Grada Bjelovara te kvaliteti turističke ponude i diversifikaciji proizvoda. Na temelju dobivenih podataka od naručitelja, intervju a i desk istraživanja dobiven je pregled projekata i svojevrsna baza projektnih ideja koje se prikazuju u nastavku (Tablica 2.12.).

Tablica 2.12. Projekti u provedbi i planirani projekti u turizmu ili podržavajućim sektorima

Projekt	Nositelj	Vrsta projekta	Razdoblje provedbe
Gradnja bazenskog kompleksa u Velikom Korenovu, Terme Bjelovar	Grad Bjelovar - Upravni odjel za gospodarstvo	Izgradnja turističke i rekreativne suprastrukture	2022. - 2024.
Poučno tematska staza s pratećim sadržajima - šuma Lug, Bjelovar	Grad Bjelovar	Razvoj turističke suprastrukture	2021. – 2023.
Razvoj biciklističkih ruta Grada Bjelovara	TZ Bjelovar	-	-
Izgradnja nogometnog stadiona Bjelovar	Grad Bjelovar - Upravni odjel za gospodarstvo	Izgradnja sportsko-rekreacijske infrastrukture	2021. - 2022.
Rekonstrukcija atletskog stadiona	Grad Bjelovar - Upravni odjel za odgoj, obrazovanje i sport	Izgradnja sportsko-rekreacijske infrastrukture	2023.-



Nogometni stadion Ždralovi	NK Mladost i Grad Bjelovar	Izgradnja sportsko-rekreacijske infrastrukture	2021. - 2022.
Gradnja pješačko-biciklističke staze i pješačko-biciklističkog mosta u Bjelovaru (šetnica Bjelovacka)	Grad Bjelovar - Upravni odjel za komunalne djelatnosti i uređenje prostora	Razvoj i izgradnja turističke i rekreativne suprastrukture	2022. - ?
Bjelovarski kvargl (Europska zaštićena oznaka zemljopisnog podrijetlja)	Udruga proizvođača sira "Bjelovarski kvargl"	Jačanje prepoznatljivosti i kvalitete	2020.
Izgradnja područne škole Sjever – izgradnja škole i dvorane	Grad Bjelovar - Upravni odjel za odgoj, obrazovanje i sport	Izgradnja sportsko-rekreacijske infrastrukture	2022. - 2024.
Izgradnja infrastrukture u poslovnoj zoni 'Veliko Koreново'	Grad Bjelovar - Upravni odjel za komunalne djelatnosti i uređenje prostora	Poticanje investicija i održivo upravljanje	2021. - 2025.
Smještajni kapaciteti uz Terme Bjelovar	Javno/privatno partnerstvo	Razvoj turističke suprastrukture-	-
Rekonstrukcija Korza	Grad Bjelovar - Upravni odjel za komunalne djelatnosti i uređenje prostora	Uređenje destinacije	2022.-2023.
Poboljšanje vodnokomunalne infrastrukture aglomeracije Bjelovar-Gudovac	Vodne usluge d.o.o	Održivo okolišno upravljanje	2021. - 2025.
Više projekata energetske obnova i korištenja obnovljivih izvora energije u zgradama javnog sektora	Grad Bjelovar	Održivo okolišno upravljanje	2021. - 2024.
Izgradnja i opremanje postrojenja za sortiranje odvojeno prikupljenog otpada grada Bjelovara	Komunalac d.d.	Održivo okolišno upravljanje	2021.
Izgradnja i opremanje postrojenja za biološku obradu odvojeno sakupljenog biootpada Grada Bjelovara	Komunalac d.d.	Održivo okolišno upravljanje	-



Izgradnja sportske dvorane na zemljištu vojarne 'Bilogora'	Grad Bjelovar i MORH	Izgradnja sportsko-rekreacijske infrastrukture	-
Razvoj zelene infrastrukture Grada Bjelovara	Grad Bjelovar	Održivo upravljanje	-
Digitalni-inovacijski centar	Grad Bjelovar, Veleučilište u Bjelovaru	Jačanje kompetencija i održivo upravljanje	-
Proširenje kampa Vinia	Izletišta i vinotočje Vinia	Izgradnja turističke infrastrukture	2022.
Dijacezenski muzej	Biskupija Bjelovarsko-križevačka	Razvoj sadržaja	2023.
Vinia endurance akademija	Konjički klub Vina	Razvoj sadržaja	2022.
Akcija 'Zazeleni se'	Narodna knjižnica Petra Preradovića	Jačanje kompetencija i održivo upravljanje	2021. - 2022.
Vještine za budućnost!	Turističko-ugostiteljska i prehrambena škola Bjelovar	Jačanje kompetencija	2021. - 2022.
A sustainable table for multiculturalism and inclusion	Turističko-ugostiteljska i prehrambena škola Bjelovar	Jačanje kompetencija i održivo upravljanje	2020. - 2023.
Long Live Cultural Diversity!	Turističko-ugostiteljska i prehrambena škola Bjelovar	Jačanje kompetencija	2020. - 2023.
Znanje je u modi!	Turističko-ugostiteljska i prehrambena škola Bjelovar	Jačanje kompetencija	2020. - 2023.
Izgradnja konjičke dvorane	Konjički klub Bjelovar	Razvoj sadržaja i suprastrukture	-
Velika sajamska hala	Bjelovarski sajam	Razvoj sadržaja i suprastrukture	-
Povijesna poučna staza Bjelovara - Ab ovo + interpretacijski centar Gradina u Gudovcu	Udruga žena Gudovac	Razvoj sadržaja i suprastrukture	-
Kreativnost bez granica	-	-	-
Makerspace - prostor za mlade	-	-	-
Bjelovar- izvor nadahnuća i ljepote	-	-	-

Izvor: autori studije



U nastavku je detaljnije opisan najveći planirani projekt iz područja turizma Terme Bjelovar u turističkoj zoni Korenovo. Važno je istaknuti da se radi o najvećoj potencijalnoj investiciji u kontinentalnoj Hrvatskoj, pri čemu je važno naglasiti spremnost dokumentacije temeljem koje će projekt tijekom 2022. godine aplicirati za sufinanciranje iz Nacionalnog plana oporavka i otpornosti. Do sada je izrađen Urbanistički plan uređenja ugostiteljsko-turističke zone Veliko Korenovo, Idejni projekt, Studija prethodne isplativosti te Glavni projekt. Projekt je u tijeku kao i izrada ostale potrebne dokumentacije. Važno je istaknuti da je bušotina primjerenog kapaciteta (9,01 l/s) za izgradnju bazena za rekreacijske svrhe, te je geotermalna mineralna voda primjerene temperature (30°C) i kvalitete (kalcijevo magnezijaska hidrogenkarbonatna hipoterma)⁹ za rekreacijsko korištenje. Jedino ograničenje predstavlja hipertermalna voda koja u ovom slučaju nije primjerena za kaskadno korištenje.

⁹ Balneološka analiza i mišljenje o mogućnosti uporabe termalne bušotine BK-2 u Korenovu pokraj Bjelovara



ANALIZA TRŽIŠTA

Kvantitativni trendovi

Obilježja kvalitativnih trendova

Konkurentska pozicija Grada Bjelovara

Primjeri dobre prakse



3. Analiza tržišta

Za odabir budućih pravaca razvoja turizma grada Bjelovara, od iznimne je važnosti utvrditi trendove na turističkom tržištu općenito, kao i analizirati kretanje dolazaka i noćenja po emitivnim tržištima grada u proteklih nekoliko godina. U prvom dijelu analize tržišta daje se pregled aktualnih kvantitativnih kretanja i prognoza, a zatim se analiziraju kvalitativna obilježja turizma, koja su posebno značajna za promišljanje turističke ponude. Naime, pod utjecajem svih drugih gospodarskih i društvenih kretanja turizam se neprekidno mijenja u smislu preferencija i zahtjeva gostiju. Upravo zdravstvena kriza uzrokovana COVID-19 pandemijom, pokazuje kako se kretanja i prognoze mogu brzo mijenjati te se i u skladu s tim ponuda i potražnja moraju prilagoditi. Stoga je za sve destinacije u turističkom razvoju veoma bitno pažljivo planiranje i provedba aktivnosti kojima će se uspostaviti dugoročna ravnoteža u ukupnom razvoju.

3.1. Kvantitativni trendovi

Turizam se smatra jednom od najvažnijih gospodarskih aktivnosti u svijetu, čija će uloga prema svim prognozama, bez obzira na krizu uzrokovanu pandemijom COVID-19, u brojnim gospodarstvima svijeta i dalje biti značajna. Razlog tome je, među ostalim, kontinuirani rast turističkih kretanja posljednjih 60-ak godina koji je bio potaknut općim gospodarskim i društvenim razvojem koji su omogućili putovanja za sve veći broj ljudi.

Međunarodni turizam je u 2019. godini, gledano brojem turističkih dolazaka, rastao 4% i dosegao 1,5 milijardi. U usporedbi na prethodne dvije godine rast je bio nešto sporiji (u 2017. rast od 7%, a u 2018. od 6%) posebno u razvijenijim europskim zemljama. Razlozi tome su kretanja oko Brexita, kolaps touroperatora TomasCooka i nekoliko low-cost zrakoplovnih kompanija u Europi. Tako da je u Europi ostvareno 51% od ukupnog broja turističkih dolazaka na svjetskoj razini. Najveći rast (5%) ostvario je južni Mediteran, dok su primjerice, zemlje Zapadne Europe (2%) i Sjeverne Europe (1%) ostvarile manji rast. Na Balkanu su posebno iskazale rast Crna Gora i Bosna i Hercegovina.

Iako je prema prognozama Svjetske turističke organizacije (UNWTO) 2020. godina trebala biti godina rasta svjetskog turizma (predviđeni rast je trebao biti 3-4%), pandemija COVID-19 je donijela pad turizma za 74%. Hrvatsku je 2020. godine posjetilo 7 milijuna turista, čime se ostvarilo tek 35,8% prometa prethodne 2019. godine, kada je ta brojka iznosila 19,6 milijuna. Manji pad zabilježen je u kućanstvima i kampovima, u odnosu na ostale oblike smještaja. Najbrojniji gosti bili su Nijemci, Slovenci, Austrijanci, Talijani i Poljaci, dok su značajniji pad pokazala sva udaljenija tržišta. Međutim, pokazatelji za siječanj – studeni 2021. pokazuju oporavak tržišta od 70% u broju noćenja i 80% u broju dolazaka. U odnosu na isto razdoblje 2019. godine ostvareno je 23% manje noćenja i 34% manje dolazaka. Bjelovarsko–bilogorska županija u 2020. bilježi pad od 79% u noćenjima i 107% u dolascima, dok se 2021. godini turistički promet povećao za 24% u broju noćenja i 27% u broju dolazaka u odnosu na 2020. godinu. Iz svega navedenog može se zaključiti kako je novonastala situacija i pandemija virusa COVID-19



bitno smanjila međunarodni turistički promet u 2020. godini, ali oporavak se već nazire u 2021. Prema mišljenjima relevantnih institucija i eksperata potpuni oporavak očekuje se kroz dvije do tri godine.

3.2. Obilježja kvalitativnih trendova od interesa za proizvode Grada Bjelovara

Turistička se potražnja neprekidno mijenja pod utjecajem svim drugih promjena u društvu, posebno tehnoloških, gospodarskih i društvenih. Navike potrošača, njihove želje i preferencije prilagođavaju se okruženju i uvjetima življenja. Sve veća educiranost i dostupnost informacija dovodi do rasta različitih interesa i hobija. Ti interesi iz svakodnevnih života često razvijaju i potrebe i interese kod putovanja i spektar motiva koji pokreću ta putovanja sve je širi i raznolikiji. Turističke destinacije nastoje pratiti te promjene i prilagoditi svoju ponudu na način da osiguraju osjećaj zadovoljstva i ispunjenje očekivanja.

Promjene koje stalno treba pratiti ponekad su kontradiktorne i zahtijevaju pažljivo promišljanja i prilagođavanje. Primjerice, globalizacija sa sobom donosi potrebu uvođenja različitih standarda, a s druge strane iznimno je važno očuvati autentična i jedinstvena obilježja, prezentirati svoju posebitost, posebno u području kulture života i rada. Smještaj mora zadovoljiti standarde, ali istovremeno mora biti zanimljiv, tematiziran i po nečemu poseban, drugačiji. Turizam se temelji na doživljajima, zabavi, bijegu od svakodnevice i traženju novih iskustava. Gosti su educirani i osviješteni, žele biti dio 'novog svijeta', ekološki su osviješteni, razumiju svoju ulogu u održivosti i čuvanju resursa za buduće generacije. Time pred ponuđače proizvoda i usluga u turizmu stavlja velike izazove. Uz to, tržište potražnje iznimno je segmentirano i zahtjevno sa sve izraženijom potrebom individualnog pristupa. Jedinstvenost destinacije, naglašavanje njene posebitosti i specijalizacija ponude za pojedine segmente gostiju, u odnosu na resurse kojima raspolaže, postaje imperativ suvremenog turističkog razvoja. Neki od najvažnijih trendova koje treba uzeti u obzir prilikom promišljanja razvoja turizma u Bjelovaru su sljedeći:

Rast svijesti o važnosti zdravlja i zdravog načina života. Raste briga za prevencijom zdravlja, odmorom koji uključuje mir i ravnotežu. Gosti žele očuvati svoje mentalno i fizičko zdravlje. Zbog toga su u potrazi za aktivnim odmorom, boravkom u prirodi, konzumacijom zdrave hrane od lokalno uzgojenih sezonskih namirnica. Brojne destinacije prepoznaju taj trend i razvijaju eno-gastronomsku ponudu temeljenu na svojim specifičnostima, aktivnosti u prirodi prilagođene različitim segmentima gostiju i sl.

Potreba za uspostavljanjem ravnoteže. Užurbanost života i stres stvaraju potrebu za povratkom ravnoteže i energije. Shodno tome gosti žele boraviti u prostorima koji su mirni, zeleni i omogućuju 'odmak' i vraćanje snage. Aktivni odmor i kombinacija više različitih sadržaja u destinaciji tome mogu pridonijeti.

Rast utjecaja tehnologije. Tehnologija je omogućila bolju informiranost, kvalitetniju i prilagođenu promociju, pružanje velikog broja informacija. Turisti mogu jednostavno i brzo prikupiti sve potrebne informacije o destinaciji koju žele posjetiti. Međutim, isto tako, traži se 'digitalni detox', odmor od mnoštva komunikacije i tehnologija. Interaktivnost, sudjelovanje, 'virtualna stvarnost', nove mogućnosti prezentacije i promocije samo su neke od mogućnosti koje nudi razvoj informacijskih i komunikacijskih tehnologija.



Dodatno je važno istaknuti kako trendovi generalno pokazuju potrebu za otkrivanjem novih destinacije, što je potaknula i kriza uzrokovana pandemijom COVID-19. Jedinstvene priče i doživljaji tih 'novih destinacija' mogu pridonijeti zadovoljstvu gostiju i zadovoljavanju njihovih potreba za doživljajima i odmorom. Zeleno, uravnoteženo, zdravo, autentično i lokalno ključne su riječi za destinacije koje se žele pozicionirati na turističkom tržištu i privlačiti goste 'novog doba'.

Polazeći od resursa i atrakcija Grada Bjelovara i time glavnog potencijala za razvoj turizma i uzimajući u obzir trendove i zahtjeve suvremene turističke potražnje, moguće je izdvojiti nekoliko turističkih proizvoda čija je obilježja važno pratiti. To su svakako turistički proizvodi kulturnog turizma, zdravstvenog turizma i aktivnog odmora, odnosno, modaliteti koje oni uključuju. Budući da će se u drugom dijelu ovog dokumenta definirati proizvodni portfelj, u ovom se dijelu samo generalno opisuju osnovne grupe proizvoda.

KULTURNI TURIZAM. Kad je riječ kulturnom turizmu ovdje se ponajviše misli na gradski turizam i manifestacije i događanja, ali u širem kontekstu i na turizam baštine, vjerski turizam i eno-gastronomski doživljaj.

Kulturni turizam obuhvaća putovanja motivirana upoznavanjem kulturne, povijesne i umjetničke baštine te 'kulture života i rada' neke zajednice. Sadržaji povezani s kulturom gotovo uvijek čine neki segment putovanja, kao i ona koja su bila potaknuta nekim drugim motivima. Primjerice, smatra se da čak 40% odmorišnih putovanja sadrži u sebi komponente kulture. Tome u prilog ide činjenica da je populacija sve obrazovanija, s više slobodnog vremena i prihoda. Sve je izraženija potreba za sadržajnim putovanjima koja mogu obrazovati i oplemeniti goste, a time doživljaji vezeni uz kulturu tome mogu izvrsno odgovoriti. Ono što obilježava današnje tržište kulturnog turizma su velika segmentacija tržišta, pa destinacije nastoje stvarati jedinstvene kulturne proizvode usmjerene na određene profile kulturnih turista. Drugo, tržište koje je motivirano kulturnom iznimno je kompleksno, jer interes može varirati od 'generalne' potrebe da se 'konzumiraju' kulturni sadržaji u destinaciji do gostiju koje pokreće i motivira kultura na putovanja i posjet nekom mjestu. Konačno, 'kreativnost i sudjelovanje' postaju ključne riječi uspjeha. Turisti žele kreativne i jedinstvene doživljaje, žele 'opipljive' doživljaje, sudjelovanje i uključivanje u kulturne aktivnosti. Ukratko, žele kulturne doživljaje za pamćenje, a to se može postići kroz uključivanje što više osjetila i veliku kreativnost onih koji ih stvaraju. Kad se govori o Bjelovaru, važno je istaknuti potencijal za sljedeće modalitete:

- **Gradski turizam.** Riječ je o posjetu muzejima i spomenicima, o razvoju urbane scene u ambijentu i prostoru koji čini 'kulusu' za jedinstven osjećaj doživljaja grada. Gosti u takvim ambijentima mogu osjetiti ritam života, navike lokalnog stanovništva i upijati jednu drugačiju atmosferu od one u kojoj žive.
- **Turizam baštine.** Odnosi se na kulturno-povijesnu baštinu u cijelom području grada Bjelovara, kao i u njegovu okruženju. Posebno se tu misli na 'kulturu života i rada', povezivanje grada i okruženja.



- **Manifestacije i događanja.** Manifestacije, posebno one tematske, mogu postati jedan od faktora privlačnosti u cijeli prostor. Također manifestacije mogu uvelike pridonijeti prepoznatljivosti nekog prostora. Posebno su važne one koje prezentiraju 'kulturu života i rada' po kojima je već danas Bjelovar prepoznatljiv, ali naglasak može biti i na gradnji nekih novih i jedinstvenih manifestacija i događanja, usmjerenih na određeni segment kulturnih turista.
- **Vjerski turizam.** Ovdje se ponajprije misli na turističke doživljaje povezane s posjetom crkvi, samostanima, razgledavanje umjetnina i uživanje u njihovim umjetničkim vrijednostima. Također, Bjelovar može privlačiti i goste motivirane vjerom te može biti odredište za one koji kombiniraju vjerska iskustva s drugim sadržajima u destinaciji.
- **Enogastronomski turizam.** Posljednjih godina izniman je rast potražnje za eno i gastronomskim turizmom koji za određene tržišne niše postaje i motiv putovanja. Trend je upoznati lokalnu enogastronomiju, probati lokalne specijalitete i namirnice, uživati u otkrivanju različite kulture života i rada. Osim restorana koji nude kvalitetna jela od lokalnih namirnica, raste potražnja za tematiziranim manifestacijama, kulinarskim tečajevima, vinskim cestama, kušaonicama i enogastronomskim suvenirima. Važno je sudjelovanje, edukacija i doživljajni aspekt upoznavanja jedinstvenih značajki eno i gastronomskih odlika destinacija.

ZDRAVSTVENI TURIZAM. Suvremeni trendovi govore o rastu potražnje za proizvodima zdravstvenog turizma što je povezano sa starenjem stanovništva, višim prihodima, ali i sve izraženijom potrebom za prevencijom i čuvanjem zdravlja. Ključni faktori uspjeha su specijalizacija, okolišna odgovornost i povezivanje sa svime što destinacija, u kontekstu zdravog života i odmora, može ponuditi. Tako je kvalitetna ponuda zdravstvenog turizma usko povezana s ljekovitim činiteljima u destinaciji, zdravim i zelenim okolišem, primjenom zelenih praksi, korištenjem prirodnih materijala iz okruženja i odgovornim upravljanjem resursima.

Zdravstveni sadržaji mogu privlačiti različite tržišne segmente i grupe koje povezuje svijest o zdravlju i potreba za odmakom od svakodnevice u kojoj su često izloženi stresu i nezdravom načinu života. Stoga se posebno cijeni holistički pristup koji objedinjuje sadržaje usko specijalizirane za unapređenje zdravlja, ali i kvalitetnu gastronomiju, šetnice, mogućnosti različitih oblika aktivnog odmora u destinaciji i slično.

AKTIVNI ODMOR. S obzirom na izraženu potrebu sadržajnih boravaka u kojima se mogu kombinirati različiti sadržaji važno je uzeti u obzir trendove na području aktivnog odmora. Riječ je o rekreaciji i boravku u prirodi što obuhvaća cijeli splet specifičnih proizvoda: pješčačenje, cikloturizam, seoski turizam, lov i ribolov, ekoturizam. Za svim ovim proizvodima tržište pokazuje rast zanimanja, zbog sve veće obrazovanosti i potrebe doživljaja jedinstvenih obilježja destinacija koje posjećuju.

3.3. Konkurentska pozicija Grada Bjelovara

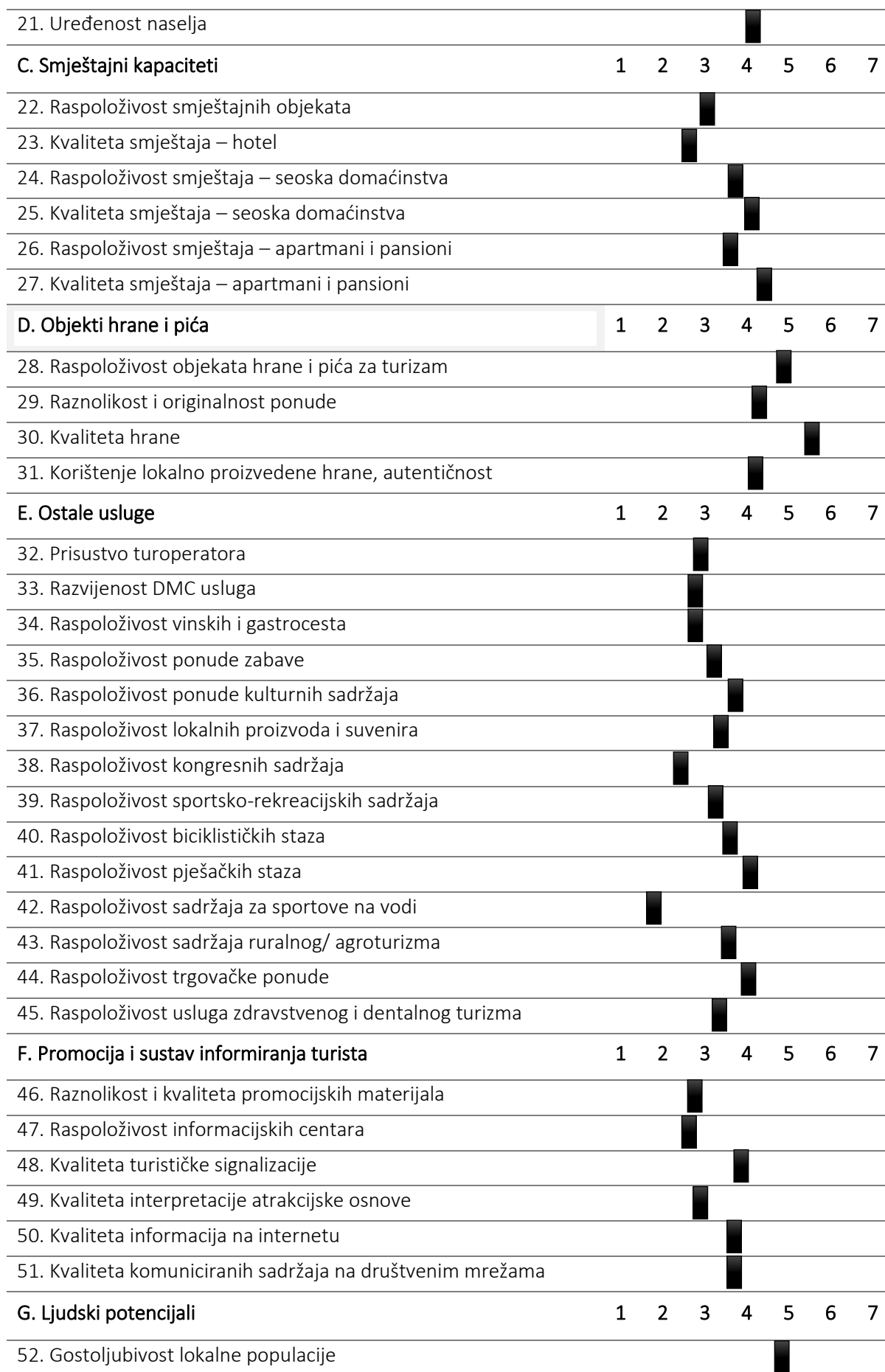
Tržišna pozicija Grada Bjelovara u odnosu na bliži konkurentski krug, ali i obilježja tržišnih trendova vezanih uz segmente i proizvode od interesa za turizam Grada, te odrednice relevantnih primjera dobre



prakse, predstavljaju okvir za ocjenu konkurentnosti ocjenjivanjem pojedinih elemenata ponude te njihovim agregiranjem u skupine pokazatelja te sveukupnu ocjenu konkurentnosti. Konkurentnost Grada Bjelovara u turizmu u ovom je dokumentu utvrđena ocjenama 63 pokazatelja, a svaki destinacijski atribut ekspertnom je procjenom potrebno ocijeniti na skali od 1 (izrazito loše) do 7 (izrazito dobro), pri čemu će ocjene svakog pokazatelja biti dobivene kao aritmetičke sredine ocjena sudionika istraživanja (ekspertni tim Instituta za turizam i predstavnici Radne skupine za izradu Plana). Pregled ocjena 63 pokazatelja konkurentnosti pojedinih obilježja ponude Grada Bjelovara prikazan je u Tablici 3.1.

Tablica 3.1. Ocjena elementa konkurentnosti Grada Bjelovara

Elementi konkurentnosti	Izrazito loše = 1						
	Izrazito dobro = 7						
	1	2	3	4	5	6	7
A. Dostupnost i infrastruktura							
1. Cestovna dostupnost Grada (u odnosu na emitivna tržišta)					█		
2. Intragradska cestovna infrastruktura					█		
3. Dostupnost parkirnih mjesta			█				
4. Raspoloživost javnog prijevoza u dolasku u Grad (autobusne linije i željeznica)				█			
5. Raspoloživost unutar gradskog javnog prijevoza (autobusne linije i željeznica)		█					
6. Raspoloživost/ blizina međunarodnih zračnih luka				█			
7. Stanje zaštite okoliša					█		
8. Infrastrukturna opremljenost					█		
9. Kvaliteta gospodarenja otpadom						█	
B. Resursno-atraksijska osnova							
10. Raspoloživost i kvaliteta prirodne baštine					█		
11. Raspoloživost i kvaliteta materijalne kulturne baštine					█		
12. Raspoloživost i kvaliteta nematerijalne kulturne baštine (kultura života i rada)				█			
13. Razina turistifikacije prirodne baštine				█			
14. Razina turistifikacije materijalne kulturne baštine				█			
15. Privlačnost krajolika						█	
16. Razina turistifikacije nematerijalne kulturne baštine (kultura života i rada)				█			
17. Raznolikost kulturnih i zabavnih manifestacija i događanja					█		
18. Kvaliteta kulturnih i zabavnih manifestacija i događanja					█		
19. Raznolikost sportskih manifestacija i događanja				█			
20. Kvaliteta sportskih manifestacija i događanja				█			





53. Raspoloživost radne snage								
54. Raspoloživost menadžment kadra								
55. Osposobljenost zaposlenih u turizmu								
H. Poslovno okruženje	1	2	3	4	5	6	7	
56. Prilagođenost ponude međunarodnim standardima								
57. Kooperacija javnog i privatnog sektora (JPP)								
58. Umreženost turizma i ostalog gospodarstva								
59. Posvećenost lokalne samouprave turizmu								
60. Posjedovanja certifikata u turizmu								
61. Interes lokalnih poduzetnika za turizam								
62. Tolerancija stanovništva prema turistima								
63. Tolerancija stanovništva prema promjenama života								

(1 - u potpunosti loša, 2 - uglavnom loša, 3 - djelomično loša, 4 – dobra, 5 - djelomično dobra, 6 - uglavnom dobra, 7 - u potpunosti dobra)

Provedena analiza pokazuje da su objekti hrane i pića (srednja vrijednost 4.51) te resursno-atraktivna osnova (srednja vrijednost 4.18) ključne komparativne prednosti Grada Bjelovara na turističkom tržištu, pri čemu su posebno jake strane gradske ponude privlačnost krajolika, raznolikost i kvaliteta kulturnih i zabavnih manifestacija i događanja, raspoloživost i kvaliteta prirodne i materijalne kulturne baštine, kvaliteta hrane te raspoloživost objekata hrane i pića za turizam. Ukupnu konkurentsku sposobnost Grada Bjelovara podižu i drugi pojedinačni elementi ponude kao što su gostoljubivost lokalne populacije te tolerancija stanovništva prema turistima, raspoloživost pješačkih staza i trgovačke ponude te stanje zaštite okoliša te kvaliteta upravljanja okolišem. S druge strane, područja nužnog podizanja konkurentne sposobnosti Grada Bjelovara su raspoloživost smještajnih kapaciteta (srednja vrijednost 3.45) i različitih turističkih usluga (srednja vrijednost 3.04), uključujući i učinkovitost promocije i sustava informiranja (srednja vrijednost 3.15), uz kvalitetu ljudskih potencijala u turizmu (srednja vrijednost 3.64). Posebnu pozornost nužno je posvetiti i razvijenosti DMC usluga, raspoloživosti vinskih i gastrocesta, raspoloživosti kongresnih sadržaja te posebno raspoloživosti sadržaja za sportove na vodi. Sveukupna ponuda Grada Bjelovara na prosječnoj je razini (ocjena 3.68), što ukazuje na značajne mogućnosti i potrebe unaprjeđenja ponude i podizanja konkurentskih sposobnosti, kako u odnosu na raznolikost i bogatstvo destinacijskog lanca vrijednosti, tako i na promociju i sustav informiranja uz razvoj ljudskih potencijala te dostupnost i infrastrukturu.

3.4. Primjeri dobre prakse

Kao primjeri dobre prakse izabrano je pet destinacija iz okruženja (s brojem stanovnika u rasponu od 20.000 do 40.000), od kojih svaka pokušava razviti posebnu 'turističku priču' temeljeći ju na svojim jedinstvenim obilježjima. Destinacije se u velikom dijelu oslanjaju na razvoj kulturnog turizma, razvijaju



širok spektar različitih manifestacija, a neke od njih u blizini imaju i terme. To su: Celje, Novo Mesto, Samobor i Čakovec. Grad Bjelovar s navedenim gradovima dijeli ambijentalna obilježja u smislu očuvanih malih povijesnih središta.

ČAKOVEC	
Broj stanovnika	27.227 (2011. g.)
Broj noćenja	10.279 (2020. g.)
Glavne atrakcije	<ul style="list-style-type: none"> - Dvorac Zrinski - Perivoj Zrinski - Muzej Međimurja - Porcijunkulovo
Smještaj i ugotiteljstvo	<ul style="list-style-type: none"> - veliki izbor različitih vrsta smještaja: sedam hotela, šesnaest apartmana, tri hostela, pet kuća za odmor, dva pansiona, sobe za iznajmljivanje - mnoštvo ugostiteljskih objekata koji nude jelovnike za 'gurmane' u smislu tradicijskih jela: pretepena juha, meso 'z tiblice', sir turoš, meso u temfanju s hajdinom kašom, bučino ulje - prepoznatljivost 'međimurske gibanice'
Manifestacije	<ul style="list-style-type: none"> - Međimurski fašnik - Dani Grada Čakovca - Antunovsko proštenje - Porcijunkulovo - Jesen u gradu Zrinskih - Advent u gradu Zrinskih
Turistički proizvodi	<ul style="list-style-type: none"> - enogastronomski turizam - manifestacije i događanja - kulturni turizam: turizam baštine
Okruženje	<ul style="list-style-type: none"> - sportske i izletničke aktivnosti
Promocija	<ul style="list-style-type: none"> - 'Grad Zrinskih' - 'Hrvatski cvjetnjak' – najuređeniji grad kontinentalne Hrvatske - interaktivna i zanimljiva web stranica www.visitcakovec.com - kvalitetne tematizirane brošure - promocija na društvenim mrežama: Facebook, YouTube



Izvor: www.visitcakovec.com




SAMOBOR	
Broj stanovnika	37.633 (2011. g.)
Broj noćenja	11.278 (2020. g.)
Glavne atrakcije	<ul style="list-style-type: none"> - Samoborski fašnik - Stari grad Samobor - Vlak Samoborček - Muzej Samobora - Samoborsko šetalište - Grgosova špilja - Ambijentalna stara gradska jezgra
Smještaj i ugostiteljstvo	<p>Raznolika ponuda smještaja:</p> <ul style="list-style-type: none"> - tri hotela - hostel - privatni smještaj (kuće za odmor, apartmani, prenočišta) - dva kampa i dva planinarska doma <p>Bogata enogastronomska ponuda:</p> <ul style="list-style-type: none"> - restorani s dugom tradicijom (npr. Krčma Gabreku 1929.) - brojna izletišta s kušaonicama (proizvođači vina, bermeta) - kavane i slastičarnice s poznatim slasticama (kremšnite) - prepoznatljivi gastronomski proizvodi: samoborska kremšnita, bermet i muštarda, Rudarska greblica
Manifestacije	<ul style="list-style-type: none"> - Samoborski fašnik - Bitka kod Samobora 1441. - Samoborski proljetni sajam - Samoborska salamijada - Dani rudarske greblice - Ljeto u Samoboru - Cufus Street Art Festival i drugi
Turistički proizvodi	<ul style="list-style-type: none"> - manifestacije i događanja - bogata gastronomija - mnoštvo rekreativnih aktivnosti u okruženju
Okruženje	<ul style="list-style-type: none"> - pješačke i planinarske staze: Samoborsko gorje; vinske ceste - veći broj izletišta s tradicijskom gastronomskom ponudom (farme, kušaonice i sl.)
Promocija	<ul style="list-style-type: none"> - atraktivna web stranica s mnoštvom informacija www.samobor.hr/visit



Izvor: www.samobor.hr



CELJE	
	
Broj stanovnika	- 37.872
Broj noćenja	- 27.603 (2020. g.)
Glavne atrakcije	<ul style="list-style-type: none"> - Celjska kočica - Šmartinsko jezero - Srednjovjekovni dvorac - Gradska šuma s kućicom na drvetu - Almina kuća i Tropska kuća
Smještaj i ugostiteljstvo	<ul style="list-style-type: none"> - tri hotela: jedan u staroj gradskoj jezgri, jedan na ulazu u gradi i jedan u ruralnom prostoru - restorani: velik izbor tradicijskih restorana, kavana i slastičarnicama s naglaskom na ambijent i tematizaciju
Manifestacije	<ul style="list-style-type: none"> - Bajkovito Celje - 'Okolica' u Celju (kulturno događanje) - Festival Celje - 'Living history' u dvorcu - Ljeto u Celju
Turistički proizvodi	<ul style="list-style-type: none"> - kulturni turizam: muzeji, galerija, centri umjetnosti - zdravstveni turizam: terme u okruženju - shopping turizam: trgovački centri, trgovine lokalnih/slovenskih dizajnera, trgovine lokalnom hranom,
Okruženje	<ul style="list-style-type: none"> - zdravstveni turizam: šest termi u okruženju – Terme Laško, Rimske terme, Lječilište Rogaška Slatina, Terme Dobrna, Terme Olimia Podčetrtek, Terme Zreče - bogata ponuda raznolikih sportskih sadržaja: cikloturizam planinarenje, sportovi na vodi, ribolov, jahanje, adrenalinski sportovi, sportsko penjanje
Promocija	<ul style="list-style-type: none"> - Glavna poruka 'Grad grofova' - iznimno atraktivna web stranica www.visit.celje.eu s mnoštvo korisnih informacija, kvalitetnom arhitekturom weba koja omogućuje lako snalaženje i prikupljanje informacija - dva turističko informacijska centra (TIC): na glavnom trgu i u Starom Dvorcu otvorena tijekom cijele godine, vikendima i praznicima - TIC-evi, uz pružanje informacija i savjeta, nude suvenire i publikacije s lokalne, destinacijske i nacionalne razine - kvalitetna usluga vodiča za razgledavanje grada - kvalitetna digitalna promocija kroz Instagram, Facebook i Twitter

Izvor: www.pinterest.com



NOVO MESTO



IZVOR:
www.vicidolencika.eu

Broj stanovnika	- 24.183
Broj noćenja	- 33.247 (2020. g.)
Glavne atrakcije	- Centar starog grada - Arheološko nalazište - Dvorac - Muzej - Kulturni centar Janez Trdina
Smještaj i ugostiteljstvo	- raznolika ponuda smještaja: hoteli, privatni smještaj (vinogradi), turističke farme, hostel, hotel u termama - organizirana mjesta za smještaj kampera - u ugostiteljstvu naglasak na jedinstvenom vinu 'Cviček'; krajolik brežuljaka koje prekrivaju stotine malih vinograda
Manifestacije	- Dani kulture - Uskrsno i Božićno pješačenje - Glazbeni festival ' <i>I am the music, I am the town</i> ' - ' <i>Pop up</i> ' vinski festival - Petkanje u Novom Mestu (kulinarsko događanje) - ' <i>I am going home to Novo Mesto</i> ' (za studente)
Turistički proizvodi	- kulturni turizam: turizam baštine - enogastronomski turizam - aktivni odmor u prirodi
Okruženje	- Gorjanci: očuvani zeleni okoliš sa šumama i mnoštvom staza za hodanje (izvori vode, slikovitost krajolika, legende) - Trška Gora: vinska regija, staze za pješačenje s naglaskom na slikovitost vinskih predjela rijeka Krka: aktivnosti na vodi, odmaranje, mlinovi i pilane, mostovi
Promocija	- 'Metrolopa Dolenjske' - Turističko informativni centar u centru mjesta pruža informacije i savjetuje goste oko atrakcija i obilaska grada



Navedeni primjeri dobre prakse upućuju na određene zaključke vezane uz razvoj turističke ponude. Naime, iako je riječ o manjim gradovima, vidljiv je širok raspon mogućnosti za goste i brojne inovativne aktivnosti koje ovi gradovi razvijaju. Fokus je na prezentaciji posebitosti kroz inovativne manifestacije i događanja 'zvučnih' imena, kvalitetnu promociju i informiranost gostiju. Također je vidljivo kako su gostima na raspolaganju različiti oblici smještaja prilagođeni širokoj paleti ciljnih tržišta. Konačno, svi ti sadržaji istovremeno obogaćuju i život lokalnog stanovništva. Posebno je ističe važnost integracije s bližom i širom okolicom i zajednički rad na turističkim sadržajima, čime se dodatno podiže atraktivnost ovih destinacija.

SREDNJOROČNE RAZVOJNE POTREBE I RAZVOJNI POTENCIJALI

SWOT analiza

Scenariji razvoja turizma





4. Opis srednjoročnih razvojnih potreba i razvojnih potencijala

Proces kreiranja željene budućnosti turizma Grada Bjelovara mora se temeljiti na dubinskoj analizi internog i eksternog okruženja i sagledavanju te vrednovanju mogućih razvojnih opcija, ali i na razumijevanju vrijednosnog sustava dionika te odrednica suvremenih turističkih kretanja koji, kao ideje vodilje, na temelju sustava definiranih razvojnih načela uspostavljanju kriterije za odabir smjera razvoja te postavljanje ciljeva i koncepcije razvoja.

4.1. SWOT analiza

SWOT analiza (ili *situacijska analiza*) omogućava vizualno sažet pregled internih 'snaga' i 'slabosti', odnosno eksternih 'prilika' i 'prijetnji' koje određuju postojeću i buduću tržišnu poziciju Grada Bjelovara u turizmu te uspostavljaju okvir njezina daljnjeg razvoja kroz određivanje ciljeva i strategija razvoja. U svrhu jasnijeg sagledavanja potencijalno relevantnih čimbenika i/ili ograničenja budućeg turističkog razvoja Grada, analiza jakih i slabih strana te prilika i prijetnji prikazana je u četiri komplementarna područja:

- **prostor, društvo, gospodarstvo, infrastruktura i okoliš:** ocjena stanja različitih obilježja destinacije koja utječu na razvoj turizma,
- **turističke atrakcije:** ocjena stanja i relevantnosti postojećih turističkih atrakcija iz aspekta njihove privlačne moći, razine turističke opremljenosti i prilagođenosti potrebama posjetitelja,
- **turistička suprastruktura:** ocjena parametara koji izravno određuju razvijenost turističke ponude,
- **upravljanje destinacijom:** ocjena parametara koji određuju sposobnost upravljanja destinacijom.

SWOT tablica za svako područje izvedena je na temelju zaključaka analize internog okruženja te analize tržišta, uz uvažavanje okvira koji proizlazi iz SWOT analize u ključnim razvojnim dokumentima turizma Grada Bjelovara i zaključcima intervjua s dionicima (poglavlje 3.3. ovog dokumenta), kao i zaključcima provedene strateške radionice:

Tablica 4.1. SWOT matrica za prostor, društvo, gospodarstvo, infrastruktura i okoliš

	SNAGE	SLABOSTI
PROSTOR, DRUŠTVO, GOSPODARSTVO,	<ul style="list-style-type: none"> • Geoprometni položaj • Ljudski potencijali (proaktivna lokalna samouprava, iznimna proaktivnost i entuzijazam pojedinaca, gostoljubivost djelatnika) • Bogatstvo nacionalnih manjina 	<ul style="list-style-type: none"> • Nedostatak „Bjelovarčana“ koji osmišljavaju i sudjeluju u provedbi sadržaja • Starosna i obrazovna struktura stanovništva • Nedostatak radne snage u turizmu



<ul style="list-style-type: none"> • Administrativno sjedište BBŽ • Udruženost u klaster Središnje Hrvatske • Suradnja grada Bjelovara (podrška kroz potpore) • Grad glumaca i poznatih osoba • Razvijena mreža udruga • Pad nezaposlenosti • Diferencirana i razvijena gospodarska infrastruktura • Privlačenje brzorastućih kompanija lokalnim mjerama • Planirano ili započeto uređenje Korza, tematskih rotora (pisanica, pčele), tržnice, prilaznih cesta, doma za STEM centar • Implementacija WIFI mreže • Dovršenje brze ceste • Organiziran sustav gospodarenja otpadom i zaštiti okoliša 	<ul style="list-style-type: none"> • „Uspavano“ i nezainteresirano poduzetništvo • Problem financiranja, informiranja i suradnje (nezainteresiranost lokalnih općina za ulaganje, manjak investicija privatnog sektora, nedovoljna međusektorska povezanost poduzetnika) • Nedovoljna zastupljenost poduzeća visoke dodane vrijednosti • Nespremnost lokalne zajednice da prihvati promjene (u vidu turizma) • Usklađivanje stavova javnog i privatnog sektora vezano za sva bitna pitanja dugoročnog razvoja turizma • Nedovoljna izgrađenost komunalne i lokalne infrastrukture za turističke potrebe (u začetcima) • Nedostatak parkirnih mjesta • Nedostatna razvijenost gradske cestovne infrastrukture • Loš javni prijevoz, nedostupnost TAXI usluge • Zapuštena i neuredna naselja te privatna dvorišta • Nedovoljno dobro označene biciklističke i pješačke staze i rute • Nedovoljna komunalna uređenost Grada Bjelovara • Neunificirani ugostiteljski objekti
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> • Blizina većih domaćih i inozemnih gradskih centara • Jačanje gospodarske snage privlačenjem velikih kompanija uz poticaje 	<ul style="list-style-type: none"> • Nastavak negativnih demografskih kretanja • Nastavak krize uzrokovane pandemijom COVID-19 • Odljev kvalitetne radne snage



	<ul style="list-style-type: none"> • Udruživanje kroz strukovna i projektna udruženja • Izvori financiranja razvojnih projekata iz sredstava EU programa/ fondova • Strategije razvoja • Ogroman potencijal za razvoj niza specifičnih oblika turizma • Povezivanje poljoprivrede s turizmom • Rast kreativnih industrija (npr. primijenjena umjetnost, dizajn...) • Značajan geotermalni potencijal (idealna destinacija zdravstvenog i wellness turizma) • Implementacija obnovljivih izvora energije 	<ul style="list-style-type: none"> • Nedostatak stručne podrške u poduzetničkom pristupanju izvorima financiranja pri ulaganju u turizam • Neplanirani troškovi provedbe projekta Terme Bjelovar • Postojanje divljih i nesansiranih odlagališta otpada • Rast nesigurnosti uzrokovanih ratnim zbivanjima u Europi • Rast cijena energenata, kao i potencijalne nestašice
--	---	--

Tablica 4.2. SWOT matrica za turističke atrakcije

	SNAGE	SLABOSTI
URISTIČKE ATRAKCIJE	<ul style="list-style-type: none"> • Raznolikost i ljepota očuvanog krajolika (riječni tokovi, ribnjaci, šume) • Eko projekti / programi • Ugodan i opušten grad • Bogati prirodni i kulturno-povijesni potencijali za dugoročno održiv razvoj turizma (kulturni sadržaji, baština, manifestacije) • Sklad urbane jezgre Grada i naglasak na središnji park s paviljonom i katedralom • Profilirane manifestacije i sajmovi na nacionalnom nivou bogatog programa 	<ul style="list-style-type: none"> • Niska razina turistificiranosti kulturnih sadržaja • Niska razina atraktivnosti resursa i atrakcija • Nestalnost postojeće, istovjetne ponude (promjene datuma održavanja, teme i načina obrade tema) • Turistički nevalorizirana napuštena ili zapuštena povijesna baština • Identitet samog Grada nedovoljno prepoznatljiv • Nedostatak snažno diferencirajuće atrakcijske točke koja pruža prepoznatljivost (iznimno inovativna postojeća ili umjetno stvorena turistička



- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Različite sportske i rekreacijske manifestacije • Staze za outdoor aktivnosti (ciklo, pješačke, planinarske i konjičke) • Razvijen lovni i ciklo turizam • Posjedovanje konja i objekata za smještaj gostujućih konja • Kultura nacionalnih manjina • Očuvana autentična gastronomija • Kvalitetna bazenska, sportska i kulturna infrastruktura • Terme u području Nature 2000 • Međusobna blizina turističkih sadržaja • Film i glazba (udaraljkaši, jazz) • Čvor Bjelovar (karikature i enigmatika) • Bjelovarski tuneli | <ul style="list-style-type: none"> atrakcija – proizvod, događaj, doživljaj ili usluga) • Nedostatak ciklo infrastrukture (prave i označene biciklističke staze) i pješačkih staza • Nedostatak jahačke infrastrukture (dvorana za jahanje, kako bi se sezona produjila i na zimske mjesece) • Nedovoljno razvijen lanac vrijednosti • Nedovoljna podrška i valorizacija prirodne i kulturne atrakcije • Nedostatak ideja, pripreme i informiranja • Nedovoljno inovativno povezivanje turističkih atrakcija u jedinstveni turistički proizvod (npr. tematske ture) • Nedostatak implementacija tehnoloških inovacija za podizanje kvalitete, osobitosti i atraktivnosti turističkih proizvoda i usluga • Ciljani posjeti Bjelovaru bez dužeg zadržavanja u centru |
|---|---|

PRILIKE

PRIJETNJE

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Njegovanje odnosa i suradnje s organizatorima i skupinom entuzijasta koji rade na brojnim projektima • Rast interesa za specifičnim oblicima turizma • Inovacija novih iskustava i umjetno stvorenih atrakcija u turizmu (ekonomija kreativnosti) • EU programi/ fondovi za projekte turistifikacije resursno–atrakcijske osnove • Preferencije 'novih' turista za održivim i autentičnim destinacijama | <ul style="list-style-type: none"> • Rast potražnje za doživljajima i posebnim iskustvima u turizmu koje Grad Bjelovar nije u mogućnosti razviti • Ostale destinacije u bližem okruženju s istom ili sličnom ponudom • Nezainteresiranost publike za kvalitetne sadržaje (u kulturi) • Nепрепознавање квалитете неког програма/проекта • Nestabilnost turističkog prometa i nastavak krize uzrokovane pandemijom COVID-19 • Nedovoljna kadrovska, organizacijska i financijska snaga jedinica lokalne |
|---|---|



- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Jačanje prepoznatljivosti sveobuhvatne turističke ponude Grada uz medijski popraćen razvoj bazenskog kompleksa • Jačanje prepoznatljivosti destinacije kao NATURA 2000 područja koje je povezano sa stazama • Jačanje Grada Bjelovara kao IT, startup, STEM centra i destinacije za digitalne nomade • Brendiranje Bjelovara (grad kafića, grad glumaca i dokumentaraca, grad prve pisanice, grad najstarije korenske kulture...) • Razvoj atrakcija - Bjelovarski tuneli, Film i glazba (udaraljaši, jazz), Čvor Bjelovar (karikature i enigmatika), Logorovanje konjanika, Ergela licencirani konjički putovi • Povoljni preduvjeti za razvoj vjerskog i kulturnog turizma uz nužno obogaćivanje turističke ponude (npr. „Prvi camino Kontinentalne Hrvatske Bjelovar - Križevci“) • Fokus na još veće podizanje kvalitete profiliranih programa i manifestacija ili udruživanje manjih te izostavljanje onih neodrživih • Kombinacija i povezivanje atrakcija i ponude (npr. gastronomske) u 'pakete iskustava' | <ul style="list-style-type: none"> • samouprave i uključenih vanjskih dionika za pokretanje turistifikacije • Slabljenje prepoznatljivosti proizvoda (manjak promocije od strane TZ) • Problem nadležnosti pojedinih resursa • Nedovoljno poticanje/ edukacija potencijalnih poduzetnika za transformaciju resursa u atrakcije • Nedostatak ili nestalnost financijskih resursa za EU projekte • Neriješeno vlasništvo nad objektima/ zemljom • Devastacija, propadanje (neodržavanje) |
|---|---|



Tablica 4.2. . SWOT matrica za turističku suprastrukturu

	SNAGE	SLABOSTI
<p>TURISTIČKA SUPRASTRUKTURA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Uslužnost i kvaliteta usluge djelatnika u turizmu (kuće za odmor, ugostiteljski objekti i sl.) • Jaka povezanost ugostitelja • Brojnost ugostiteljskih objekata - Bjelovar poznat kao 'grad kafića' • Kvaliteta gastro ponude u ugostiteljskim objektima • Dominacija privatnih smještajnih objekata (velik broj OPG-ova, od kojih dio nudi smještaj, kuće za odmor) • Kontinuirani rad na podizanju kvalitete ponude i usluge privatnog smještaja • Blizina smještajnih kapaciteta staroj jezgri grada • Zdravstvena dostupnost i opća turistička sigurnost • Brojnost rekreativnih i kulturnih objekata 	<ul style="list-style-type: none"> • Zatvaranje ili prodaja jedinog hotela • Nedostatak raspoloživih smještajnih objekata više kategorije (hoteli, kampovi) te kuća za odmor • Nedostatak ponude manjih smještajnih objekata visoko personalizirane usluge i autentičnog ambijenta • Neprepoznatljivost gastro ponude na nacionalnom nivou • Jednoobraznost, skromnost, svaštarenje i neautentičnost ugostiteljske ponude • Neprilagođenost ugostiteljskih objekata potrebama turističkog tržišta • Neprilagođenost muzeja potrebama turističkog tržišta • Ograničena kongresna ponuda • Nedostatak moderno i tehnološki opremljenih objekata za konferencije, sastanke i skupove • Nedefinirani i neinventivni <i>incoming</i> programi turističkih agencija • Nedovoljna razvijenost trgovačke ponude za potrebe turističkog tržišta • Nedostatak malih obrtnika koji nude autohtone proizvode • Nepostojanje ili nedostatno unaprjeđenje turističkih usluga OPG-ova ili malih tvornica / obrta • Slaba povezanost OPG-ova, vinara, medara i pčelara • Nedostatak ponude paket aranžmana



PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> • Gravitirajuća potražnja • Unapređenje imidža i rastuća atraktivnost Kontinentalne Hrvatske • Unapređenje imidža i rastuća atraktivnost Županije • EU fondovi/ programi za poticanje malog i srednjeg poduzetništva • Segmentacija tržišta • Rast interesa za zdravstveni i sportsko-rekreacijski turizam te pripadajućim aktivnostima nižeg intenziteta • Rast interesa za 'weekend escape' i malim ruralnim i gradskim destinacijama dobre gastro ponude • Rast potražnje u proljeće i jesen • Rast interesa za 'neotkrivenim' destinacijama u blizini prebivališta • Rast interesa za VFM turističkim doživljajem ili putovanjem • Rast interesa za izoliranim smještajnim objektima (kuće za odmor, obiteljske kuće) • Privlačenje privatnih investitora za izgradnju poslovnog hotela, hostela ili integralnog difuznog hotela • Udruživanje malih iznajmljivača (u difuzni hotel) • Povezivanje svih dionika • Implementacija manjih projekata za razvoj pametnog grada (<i>Smart city</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> • Loša i nepovezana turistička suprastruktura • Nepostojanje poduzeća/ agencija za prezentaciju i 'guranje' grada prema naprijed • Nepovoljna investicijska klima u Kontinentalnoj Hrvatskoj • Nedostatak institucionalne i stručne podrške u pristupanje (posebice EU) izvorima financiranja • Brži razvoj konkurentske ponude u okruženju (npr. Slavonija, destinacije u radijusu 100-150 km) • Nedovoljno jasan koncept razvoja kontinentalnog turizma u Županiji i susjednim županijama – konkurentima • Neriješeno vlasništvo nad objektima ili zemljom • Neplanske investicije • Cijene nabave • Nestabilna turistička kretanja izazvana COVID-19 pandemijom



- Isticanje bjelovarskih proizvoda (pivo, med, meso, jaja)
- Kreiranje Pub Crawl ponude u ugostiteljskim objektima

Tablica 4.4. SWOT matrica za upravljanje destinacijom

	SNAGE	SLABOSTI
UPRAVLJANJE DESTINACIJOM	<ul style="list-style-type: none"> • Jaka želja lokalne zajednice/ uprave da turizam u srednjem roku bude prihvaćen kao strateško usmjerenje • Dobra postojeća suradnja sa TZBB i Gradom (SZPR) • Interes JLS • Pozitivna orijentacija, upravljanje i otvorenost Grada Bjelovara i ključnih dionika prema turizmu • Kontinuiran rad na razvojnim/ strateškim dokumentima relevantnima za turizam • Postojanje vizije upravljačkih tijela u razvoju specifičnih oblika turizma • Diversifikacija turističkih proizvoda • Pojedini projekti i aktivnosti prilagođeni su turističkim trendovima na tržištu • Razvijeni pojedini elementi suvremene turističke promocije • Podizanje turističkih subvencija • Djelovanje umjetničkih društava 	<ul style="list-style-type: none"> • Nedovoljno diferencirajuće brendiranje Grada Bjelovara • Niska iskorištenost smještajnih kapaciteta i niska prosječna duljina boravka • Kadrovsko, organizacijsko i financijsko nedostatno ulaganje u veće destinacijske projekte i održavanje postojećih • Nedostatna sredstva u budžetu Turističke zajednice Grada za značajnije tržišno pozicioniranje • Kadrovsko, organizacijsko i financijsko nedostatno povezivanje / jačanje / kooperativnost institucija destinacijskog menadžmenta/dionika turističkog razvoja • Nepostojanje zajedničkih nastojanja da se poboljša ponuda, sve ostaje na naporima pojedinaca • Kadrovska i financijska potkapacitiranost dionika turističkog razvoja • Kadrovski, organizacijski i financijski nedostatan kapacitet za povlačenje sredstava iz EU fondova/ programa • Teško budžetiranje zbog nepravovremene informiranosti



Ministarstva o fondovima i natječajima

- Međusektorsko povezivanje, komunikacija i suradnja dionika u turizmu – nerazvijen lanac vrijednosti turističkih proizvoda
- Nedovoljna operativna „turistička“ orijentacija dionika
- Nekonkurentno pozicioniranje smještajnih objekata i turističkih usluga i proizvoda
- Nepostojanje ciljanih programa kontinuiranog obrazovanja u turizmu
- Nedovoljna informiranost potencijalnih poduzetnika o viziji i mogućnostima razvoja Grada (potreba za gradnjom hotela ili kampa)

PRILIKE

PRIJETNJE

- Obvezna i uvriježena praksa strateškog planiranja i umreženog djelovanja u EU
- Destinacijsko brendiranje temeljem razvoja odabranih specifičnih oblika turizma
- Brojnost planiranih i dokumentiranih projekata ('u ladici') u turizmu i povezanih s turizmom koji čekaju na odobrenje i realizaciju
- Preuzimanje inicijative za strateški razvoj turizma i implementaciju projekata na širem području povezanom uz Grad Bjelovar s obzirom na prekid realizacije Strateškog plana koji obrađuje šire područje Bilogora – Bjelovar
- Suradnja na lokalnoj razini

- Nedovoljna prepoznatljivost Grada Bjelovara kao turističke destinacije unutar nacionalnog okvira
- Niska prepoznatljivost Grada Bjelovara kao turističke destinacije izvan nacionalnog okvira
- Usklađenost s potražnjom
- Nedovoljno razvijena praksa i sustav destinacijskog upravljanja u Hrvatskoj (nejasne funkcije i odgovornosti)
- Politika (promjene vlasti, politika, ideja i prioriteta)
- Dostupnost financijskih sredstava
- Zakonodavstvo (reguliranje turističkog sektora i djelatnosti, porezna i birokratska opterećenja)



- Suradnja među institucijama na nacionalnoj razini
- Povezivanje na istim projektima
- Bolje povezivanje s institucijama
- Povezivanje grada i županije vezano uz turizam
- Bolja iskoristivost i povezanost s lokalnim TZ
- Dodatna i ubrzana uključenost u razvoj infrastrukture radi podizanja opće atraktivnosti destinacije
- Praksa profesionalnog upravljanja i prodaje manifestacijskih sadržaja
- Potencijal konkurentskog umrežavanja
- Financijsko i nefinancijsko poticanje i privlačenje poduzetnika u turizmu
- Osmišljavanje novih potpora s dodanom vrijednošću
- Jačanje cjeloživotnog obrazovanja i specijalističkog obrazovanja u turizmu
- Jačanje izletničkog turizma u integraciji sa cijelom Bilogorom
- Planirano nedovoljno sredstava u proračunu
- Potencijalno restrukturiranje sustava turističkih zajednica na širem području Grada Bjelovara na prijedlog novog zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma
- Ovisnost o aktivnostima jačanja imidža i sveobuhvatnom uspjehu djelovanja TZ Bjelovarsko–bilogorske županije
- Zapostavljanje Grada Bjelovara na turističkoj karti od strane viših upravljačkih tijela u turizmu
- Slične ili jednake destinacije odmakle u izgradnji i stavljanje u funkciju javne turističke infrastrukture

4.2. Scenariji razvoja turizma

Planiranje zasnovano na modelu scenarij analize omogućava sagledavanje učinka promjena faktora internog i eksternog okruženja koji, kao varijable modela ponašanja, izravno i neizravno utječu na dinamiku pojave. Valorizirajući i kritički propitujući različite 'verzije' budućnosti, takav model osigurava platformu za proaktivno djelovanje u funkciji ostvarivanja poželjnog rezultata, odnosno adekvatnu pripremu za alternativne, neželjene ishode.

Zbog kompleksnosti promišljanja budućeg stanja razvoja turizma Grada i ovisnosti o brojnim aspektima, razrada scenarija razvoja je dvorazinska. To je omogućilo sagledavanje pojava/ problema iz različitih perspektiva/ interesa te njihovo razumijevanje iz eksterne (tim eksperata Instituta za turizam) te interne perspektive (stručnjaci i dionici s područja Grada). U prvom je koraku scenarije razvio i vrednovao

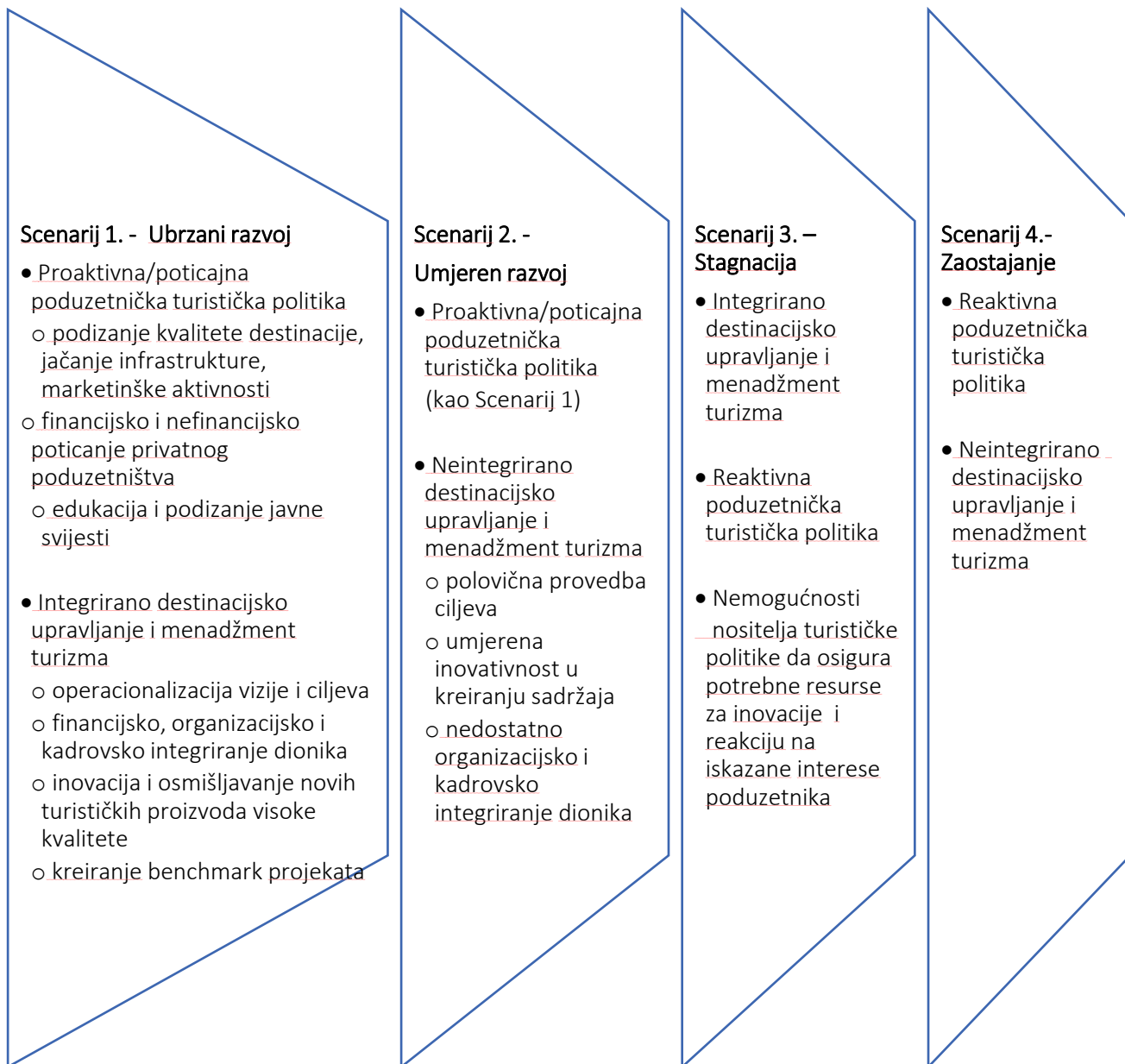


ekspertni tim Instituta za turizam, da bi se u drugom koraku na strateškoj radionici postavljeni scenariji u izravnoj interakciji ekspertnih timova Instituta za turizam i Grada Bjelovara (predstavnici javnog sektora, sustava turističkih zajednica, privatnog sektora kao i institucija zaštite, istraživanja i prezentacije prirodne i kulturne baštine) i raspravili, korigirali i verificirali. Diskusija i približavanje stavova dionika, u konačnici je, uz povezivanje s načelima razvoja, rezultirala i predlaganjem/ prepoznavanjem poželjnog scenarija/ modela razvoja turizma Grada.

Analiza internog okruženja, tržišnih trendova i konkurentske pozicije Grada Bjelovara, kao i utvrđene strateške prednosti i nedostaci te područja strateškog djelovanja, ukazuju na niz činitelja uspjeha u sferi turističke politike, resursno-atraksijske osnove te razvoja proizvoda koji će određivati turistički razvoj Bjelovara u sljedećih pet godina. Riječ je o činiteljima kao što su:

- financijski, organizacijski i kadrovski kapaciteti za razvoj turizma
- usklađenost djelovanja Grada, TZ-a i županijske razine
- poduzetnički mentalitet i potencijal konkurentskog umrežavanja
- relevantnost portfelja turističkih proizvoda te širina i dubina lanca vrijednosti destinacijskih turističkih proizvoda
- suradnja organizatora manifestacija, sajmova i privatnih poduzetnika
- lokacija, kulturna baština i sportsko-rekreacijski resursi
- prepoznatljivost Bjelovara kao turističke destinacije.

Pri tome se, u uvjetima ograničenih resursa i značajnih proračunskih ograničenja, posebno snažno nameće i aspekt sposobnosti i interesa javnih dionika razvoja turizma da se povežu i integriraju resurse da bi osnažili djelovanje turističke politike. Stoga su kao dvije ključne razvojne snage prepoznate upravo: (i) obilježja mjera turističke politike usmjerena prema poduzetništvu i (ii) razina integracije destinacijskog upravljanja i menadžmenta u turizmu. Budući da je riječ o primarnim čimbenicima koji utječu na uspješnost destinacijskog menadžmenta i upravljanja, aktiviranje resursne osnove, podizanje razine vještina izravno i neizravno uključenih u turizam, poticanje javno-privatnog umrežavanja te pokretanje uspješnih poduzetničkih poduhvata i međuodnos njihovih različitih obilježja, stvara prostor za sagledavanje budućih turističkih kretanja. Tako je moguće prepoznati četiri scenarija razvoja koji imaju bitno različite implikacije na turistički tržišni potencijal Grada Bjelovara:



Implikacije i obilježja scenarija

Scenarij 1.	Ubrzani razvoj
Turistički proizvodi i ponuda	Priprema razvoja novih proizvoda i podrška njihovoj realizaciji / tržišnoj komercijalizaciji (javni turistički projekti) Implimentacija novih proizvoda s fokusom na sportsko-rekreacijski turizam, poslovni (sajmovi), zdravstveni, kreativni Povezivanje cikloturističkih i jahačkih ruta s destinacijama Središnje Hrvatske Jačanje postojećih manifestacija kroz brendiranje i osmišljavanje još jedne nove benchmark manifestacije
Investicijska klima	Proaktivna/ poticajna poduzetnička turistička politika



	<p>Financijsko i nefinancijsko poticanje privatnog poduzetništva</p> <p>Privlačenje investicija lokalnih i vanjskih poduzetnika</p> <p>Pokretanje investicija u javnu turističku infrastrukturu</p>
Imidž	<p>Snažna i kontinuirana realizacija programa razvoja konkurentnog imidža Grada i povezivanje s brandom Županije, te aktivnosti komunikacije s tržištem</p>
Povezani projekti	<p>Terme Bjelovar</p> <p>Novi kolektivni smještajni kapaciteti</p> <p>Zatvorena sajamska hala</p> <p>Razvoj biciklističkih ruta</p> <p>Izgradnja nogometnih stadiona i sportskih dvorana</p> <p>Razvoj zelene infrastrukture</p> <p>Dijacezenski muzej</p> <p>Povezivanje povijesno-kulturne baštine i arheoloških nalazišta kroz interpretacijske centre</p> <p>Ostali projekti usmjereni na jačanje javne infastrukture i kreiranje novih sadržaja</p>
Potencijali rasta	<p>Ubrzanje rasta potražnje u drugom dijelu planskog razdoblja uz nagle promjene broja noćenja/ posjetitelja ovisno o aktivizaciji većih razvojnih projekata i projekata povećanja smještajnog kapaciteta</p>
Uključivanje dionika	<p>Aktivno sudjelovanje dionika primarnog kruga, intenzivna suradnja sa sekundarnim i tercijarnim dionicima, osnivanje radnih skupina za razvoj turističkih proizvoda</p>

Scenarij 2.	Umjeren razvoj
Turistički proizvodi i ponuda	<p>Sadržajno obogaćivanje i prostorno širenje postojećeg proizvodnog portfelja</p> <p>Priprema razvoja novih proizvoda, ali bez značajnije komercijalizacije istih</p> <p>Razvoj ponude dominantno je vezan uz postojeće poduzetnike i manje nove poduzetničke pothvate</p> <p>Jačanje imidža manifestacije</p>
Investicijska klima	<p>Privlačenje investicija lokalnih i vanjskih poduzetnika</p> <p>Pokretanje investicija u javnu turističku infrastrukturu (privatni razvojni interesi/projekti usmjeravaju se sukladno uspostavljenim razvojnim prioritetima)</p>
Imidž	<p>Ograničene mogućnosti poduzimanja značajnijih projekata podizanja tržišne prepoznatljivost</p>
Povezani projekti	<p>Novi privatni smještajni kapaciteti (apartmani, OPG-i)</p>



	<p>Razvoj biciklističkih ruta</p> <p>Izgradnja nogometnih stadiona i sportskih dvorana</p> <p>Poučno-tematske staze i lokalne cikloturističke i jahačke staze</p> <p>Razvoj sadržaja za manji broj korisnika (dentalni centri, jahači kampovi i slično)</p> <p>Jačanje lokalnih proizvoda (kvargl) i implementacija u itinerere</p>
Potencijali rasta	Nastavak rasta potražnje na osnovi povoljnih kretanja u okruženju uz marginalno povećavanje smještajnih kapaciteta (manji objekti)
Uključivanje dionika	Aktivno sudjelovanje primarnih dionika (dominantno javni sektor i sektorske udruge), projektno uključivanje ostalih dionika

Scenarij 3.	Stagnacija
Turistički proizvodi i ponuda	<p>Realizaciju pojedinačnih javnih turističkih projekata vezanih uz širenje lanca vrijednosti postojećih i novih proizvoda u petogodišnjem vremenskom horizontu ne prate i privatni poduzetnički projekti</p> <p>Fokus na zadržavanje kvalitete postojećih manifestacija i sajmova</p> <p>Razvoj ponude dominantno je vezan uz postojeće poduzetnike</p>
Investicijska klima	Implementacija javnih investicija (prvenstveno u komunalnu i prometnu infrastrukturu)
Imidž	Konceptualno definiran program razvoja konkurentnog turističkog imidža izložen riziku nedostatka stvarne promjene kvalitete i sadržaja turističke ponude
Povezani projekti	<p>Poučno tematske staze i lokalne cikloturističke i jahačke staze</p> <p>Uređenje javnih prostora i hortikultura</p> <p>Pješačke staze</p>
Potencijali rasta	Nastavak potražnje na osnovi povoljnih kretanja u okruženju te korištenja postojećih sadržaja
Uključivanje dionika	Pozornost nositelja javne vlasti usmjerena je na mjere zaštite prirodnih/ kulturnih resursa, nedovoljno povezivanje s drugim dionicima

Scenarij 4.	Zaostajanje
Turistički proizvodi i ponuda	<p>Zadržavanje postojećeg proizvodnog portfelja</p> <p>Ideje/ inicijative za razvoj novih proizvoda nije moguće realizirati zbog nedostatnih organizacijskih, financijskih i kadrovskih resursa</p>
Investicijska klima	<p>Izostaje značajnija mogućnost osiguranja financijske i kadrovske podrške potencijalnim investitorima</p> <p>Prestanak javnih investicija zbog nedostatnog financiranja iz EU sredstava</p>



Imidž	Nepostojanje imidža koji bi uputio na kompletnu turističku destinaciju
Povezani projekti	Završetak javnih projekata iz segmenata komunalne infrastrukture
Potencijali rasta	Dolazi do pada broja noćenja i dolazaka uslijed neadekvatne poduzetničke klime i izostanka novih projekata, te suradnje dionika
Uključivanje dionika	Javni sektor neadekvatno upravlja razvojem bez uključivanja drugih dionika

U svakom od scenarija nužno je sagledavanje realnih mogućnosti destinacije, kao i izazova na koje scenarij treba odgovoriti (tab.4.1.). Realno je očekivati da je Scenarij Umjerenog razvoja put koji Grad Bjelovar može operativno provesti, dok najpoželjniji scenarij Ubrzanog rasta je realan ukoliko krene realizacija projekta Terma Bjelovar, ali i povezanih privatnih investicija. U konačnici bitno je napomenuti da scenariji 3 i 4 nisu nemogući, već realni ukoliko dođe do daljnje destabilizacije Europskog turističkog tržišta uslijed ratnih zbivanja, jake recesije i energetske nestabilnosti.

Tablica 4.1. Pregled utjecaja scenarija na ključne izazove hrvatskog turizma

Izazov	Scenarij 1	Scenarij 2	Scenarij 3	Scenarij 4
Sezonalnost				
Broj noćenja				
Prihod po noćenju				
Udio hotelske ponude				
Kvaliteta života i dobrobit lokalnog stanovništva				
Ljudski potencijali				
Intenzitet uključivanja ostataka lanca vrijednosti				
Utjecaj na ekonomsku održivost				
Utjecaj na društvenu održivost				
Utjecaj na okolišnu održivost				

Legenda:

	Izrazito pozitivni
	Umjereni pozitivni
	Neutralni
	Umjereni negativni
	Izrazito negativni

VIZIJA I CILJEVI

Srednjoročna vizija razvoja turizma

Posebni ciljevi





5. Vizija i ciljevi turističkog razvoja Grada Bjelovara

5.1. Srednjoročna vizija razvoja turizma

Vizija razvoja turizma neke destinacije odnosi se na željenu sliku budućnosti turizma. Ona se, s jedne strane oslanja na glavna obilježja Bjelovara, posebno prepoznate snage i prilike. S druge strane, vizija treba u pozitivnom smislu prikazati željene pomake koje Grad treba ostvariti kako bi postao kvalitetniji za život građana i posjet turista. U sažetom iskazu daje se pregled onoga što se želi postići u turističkom razvoju i taj iskaz treba biti inspirirajući, motivirajući za dionike u smislu da ga prihvaćaju, da ih okuplja i potiče na zajedno djelovanje. Uz to, mora potaknuti prevladavanje razlike između postojećeg i poželjnog stanja te time postaje ideja vodilja za destinacijsku politiku.

Vizija grada Bjelovara rezultat je analize sekundarnih podataka, obilaska terena, a ponajviše konzultativnog procesa s dionicima koji su provedeni prilikom izrade ovo studije. Kao vizija može se navesti sljedeće:

Grad Bjelovar **uređena je destinacija** prepoznata po **ambijentu malog, skladnog grada i ugodnoj atmosferi za život**. Lijep vizure Grada komplementarne su prostoru okruženja koje nudi mnoštvo mogućnosti boravka u prirodi i motiva dolaska u ovaj kraj. Zajedno s Termama Bjelovar, povijesnom, vojnom, kulturnom i industrijskom baštinom Bjelovar se na tržištu pozicionira kao kvalitetna destinacija kontinentalnog turizma privlačna različitim segmentima gostiju, a posebno onima koji traže sadržajan i miran boravak., s naglasak na manifestacije visoke kvalitete.

Bjelovar bi kao uređena destinacija dodatno istaknula svoje lijepe vizure i karakterističnu pravokutnu povijesnu jezgru s vojnom baštinom. Javni parkovi i općenito javne površine u funkciji su stvaranja ugodnog osjećaja življenja 'po mjeri'. Uređenost destinacije i briga o svakom njenom detalju dodatno ističe skladnost zgrada, ulica, trgova i cijelog prostora. Tako uređen i skladan grad nadopunjuje se s mnoštvom sadržaja koji boravak gostiju mogu učiniti zanimljivim, a turistička ponuda i interpretacija kroz pričanje priča iz bogate povijesti mogu zaintrigirati goste da nauče i istraže još više. Konačno, spajanje ponude samog Grada sa zelenom i čistom okolicom i očuvanim ruralnim prostorom i termama mogu produžiti boravak na više dana i ponuditi iskustva 'odmaka' od vreve i užurbanosti.

Bjelovar kao destinacija kontinentalnog turizma može gostima ponuditi gradski ugođaj i atmosferu, ali posve drugačije od one u velikim gradovima. Ta atmosfera je blizu, dostupna i lako dohvatljiva i time Bjelovar zajedno s okruženjem i budućim termama može privlačiti goste različitih interesa i zahtjeva koji dijele želju za uživanjem u okruženju koje nudi osjećaj 'odmaka' i vraćanja mira. Važan element vizije su i manifestacije i sajmovi koji tokom cijele godine pružaju kvalitetan i kreativan sadržaj za osobe različitih interesa (kultura, kreativnost, sport, lokalna hrana, poljoprivreda, sajmovanje).



5.2. Posebni ciljevi

Ciljevi turističkog razvoja predstavljaju razlaganje vizije na konkretne, detaljnije operativne zadatke čije je ostvarenje moguće mjeriti, nadzirati i poticati. Odgovarajući na problem uklanjanja strateških nedostataka te kapitalizirajući na postavljenim strateškim prednostima, ciljevi konzistentno i sažeto opisuju željene kompatibilne ishode razvoja u vremenskom horizontu Plana.

Polazeći od analize internog i eksternog okruženja, razine konkurentnosti, rezultata SWOT analize i poželjnih scenarija razvoja, odnosno, od važnosti proizvoda i njegove kvalitete za ostvarivanje vizije Grada Bjelovara kao prepoznatljivog i konkurentnog srednjoeuropskog grada, kao glavni cilj razvoja turizma Bjelovara do 2027. godine određuje se jačanje tržišne pozicije Bjelovara kao destinacije profiliranog kulturnog, manifestacijskog i sportsko-rekreacijskog sadržaja, iskazano kao utrostručenje noćenja turista u 2027. godini u odnosu na 2021. godinu.

Glavni cilj:

Jačanje tržišne pozicije Bjelovara kao destinacije profiliranog kulturnog, manifestacijskog i sportsko-rekreacijskog sadržaja.

Operativni ciljevi:

1. Obogaćivanje destinacijskog lanca vrijednosti i kvalitete cjelovitog destinacijskog proizvoda
2. Unapređenje sustava destinacijskog menadžmenta i upravljanja manifestacijama
3. Podizanje turističke prepoznatljivosti

Ostvarenje glavnog cilja podrazumijeva ostvarivanje sljedećih operativnih ciljeva:

1. Obogaćivanje destinacijskog lanca vrijednosti i kvalitete cjelovitog destinacijskog proizvoda iskazanog mjerljivim ciljem kao povećanja smještajnih kapaciteta Grada za 60% do 2027. godine (619 ležajeva 2021. godine, sukladno podacima eVisitora); operativni cilj ostvaruje se provedbom prioriternih operativnih strategija:

- povećanje kvantitete i kvalitete smještajnih kapaciteta
- osuvremenjivanje i obogaćivanje ostale turističke ponude/suprastrukture
- unapređivanje destinacijske turističke infrastrukture
- kreiranje *benchmark* projekta
- podizanje razine dostupnosti Grada.

2. Unapređenje sustava destinacijskog menadžmenta i upravljanja manifestacijama iskazanog mjerljivim ciljem kao povećanje prosječne dnevne potrošnje domaćih posjetitelja za 30% do 2027. godine (sukladno podacima Državnog zavoda za statistiku, posebna/županijska obrada istraživanja/priopćenja Turistička aktivnost stanovništva Republike Hrvatske); operativni cilj ostvaruje se provedbom prioriternih operativnih strategija:



- podizanje kvalitete zaštite i turistifikacije resursno-atraksijske osnove
- povezivanje atrakcijske osnove u tematske rute/itinerare
- unapređenje upravljačko-organizacijskog modela destinacijskog menadžmenta
- podizanje razine kvalitete ljudskih potencijala
- podizanje razine kvalitete usluga
- podizanje i inovacija manifestacija i sajмова.

3. Podizanje turističke prepoznatljivosti iskazanog mjerljivim ciljem kao utrostručenje broja turističkih noćenja produljenjem prosječnog boravka i/ili generiranjem nove potražnje (u odnosu na 2021. godinu - 17 tisuća noćenja prema eVisitoru); operativni cilj ostvaruje se provedbom prioriternih operativnih strategija:

- razvoj prepoznatljivog turističkog identiteta Bjelovara
- pokretanje 'imidž' projekata.



KONCEPCIJA TURISTIČKOG RAZVOJA

Brand koncept i željeni imidž

Turistički proizvodi

Prostorna koncepcija



6. Konceptija turističkog razvoja

Valorizirajući resursno-atraksijski potencijal Grada Bjelovara te polazeći od postavljenih razvojnih načela, zacrtane vizije i strateških ciljeva, koncepcijom turističkog razvoja razrađuju se destinacijski brand-koncept, diversificirani portfelj turističkih proizvoda i prostorno zoniranje turističke aktivnosti. Konceptija, naime, ima cilj osmisliti odrednice privlačnog destinacijskog imidža, bogatu ponudu turističkih doživljaja kojima je moguće zadovoljiti interese različitih ciljnih segmenata gostiju tijekom većeg dijela godine, istovremeno osiguravajući turističko aktiviranje što većeg dijela JLS-a i povezanog okruženja. U konačnici, konceptija turističkog razvoja predstavlja temelj za predlaganje sustava mjera, aktivnosti i razvojnih projekata u funkciji podizanja konkurentne sposobnosti Bjelovara na turističkom tržištu.

6.1. Brand koncept i željeni imidž destinacije

Brand koncept i željeni imidž destinacije predstavljaju polazište za promišljanje aktivnosti razvoja proizvoda i komunikacijskih aktivnosti prema tržištu. Budući da gradu Bjelovaru predstoji stvaranje prepoznatljivosti i privlačnog imidža, koji će goste poticati na posjet i boravak, važno je definirati attribute pozicioniranja Bjelovara, odnosno, po čemu se razlikuje od drugih destinacija.

Budući da brand predstavlja određeno obećanje koje se daje potencijalnim gostima, ključno je naglasiti kako se brand mora temeljiti na istini i odražavati ono što destinacija stvarno može pružiti. Jednom kada gosti borave u destinaciji oni moraju taj brand 'osjetiti' i istinski moći i iskusiti ono što ih je motiviralo na dolazak. U promišljanju branda svakako treba uzeti u obzir i aktualna kretanja na tržištu, u smislu da se ono mijenja pod utjecajem suvremenih gospodarskih, političkih, tehnoloških i drugih kretanja i da su gosti sve zahtjevniji u smislu otkrivanja novih destinacija, da su im bitne ekološke komponente, da traže autohtonost kao i originalnost turističkog doživljaja. Zbog toga se oblikovanje turističke ponude treba temeljiti na naglašavanju autohtonih i lokalnih vrijednosti i isticanje svega onoga što Bjelovar čini posebnim.

U tom kontekstu, kao glavni atributi jedinstvenosti grada Bjelovara može se izdvojiti sljedeće:

Bjelovar – grad ugodnog života. U Bjelovaru se osjeća ritam mirnije atmosfere, laganijeg i mirnijeg 'hoda', više druženja i poznavanja među ljudima. Sve je bliže i dostupnije, jednostavnije i dohvatljivije. Kulturni sadržaji i događanja, koji ne zaostaju za velikim gradovima ovdje su 'na dohvat ruke'. Ukratko, scena velikog grada ovdje je samo u manjem mjerilu prilagođena ugodnom ritmu življenja. Potencijalnom izgradnjom terma, naglasak će biti i na spoju ugone kroz sportsko- rekreativne aktivnosti vodenih sportova i sportova na otvorenom (biciklizam, timski sportovi, jahanje i drugo)

Bjelovar – skladnost grada i ruralnog okruženja. Bjelovar je skladan grad u kojem se ulice i trgovi nadopunjuju, a ruralno se okruženje prirodno nastavlja nudeći niz različitih mogućnosti koje mogu



odgovoriti onima koji žele samo šetnje, koji žele aktivan odmor u prirodi, koje zanimaju terme i zdrav život ili jahanje, mir i tišina.

Bjelovar – grad stvaranja kroz povijest i suvremenost. Bjelovar je grad velikih i poznatih tvornica (Sirela, Koestlin) čiji se proizvodi i danas nalaze na policama trgovina i imaju svoju prepoznatljivost. Stvaralaštvo i rad ogledaju se i u drugim aktivnostima – organizaciji velikog broja manifestacija, brojnim izložbama i sajmovima, radu udruga, klubova i zajedništvu stvaranja.

U tom kontekstu, kao koncept branda može se istaknuti sljedeće:



Brand koji predstavlja obećanje čini ishodište za komunikaciju i razvoj proizvoda. Njegovo stvaranje je dugotrajan proces i razvoj turizma i realizacija budućih projekata vremenom će omogućiti da brand postane nešto što svi prihvaćaju i oko čega se dionici u destinaciji u svom djelovanju okupljaju.

Valja ovdje naglasiti da segment brand-koncepta, koji govori o Bjelovaru kao velikom gradu u malom mjerilu, s nizom pozitivnih asocijacija na „ugodno“, „po mjeri čovjeka“, „poduzetno“, „napredno“ mjesto, može izuzetno dobro funkcionirati i kao krovni gradski brand-koncept. Naime, sve su to konotacije koje imaju snagu pridonijeti prepoznatljivosti i reputaciji, ne samo turizma Bjelovara, već i svih drugih proizvoda koji dolaze iz Bjelovara. Snagom sinergije što potom proizlazi iz zajedničkog korištenja jednog, krovnog brand-koncepta bitno jača sposobnost Grada u izgradnji vlastite tržišne prepoznatljivosti.

Važno je napomenuti i nužnost uključivanja u županijski brand koncept, koji će biti kreiran u narednom razdoblju, a trebao bi reflektirati i elemente imidža Bjelovara koji ga diferenciraju (npr industrija, proizvodnja, vojna baština), ali i elemente koji povezuju (terme, prirodno okruženje, mali gradovi).

6.2. Turistički proizvodi

Polazeći od resursno-atraktivne osnove Grada Bjelovara te od suvremenih trendova na turističkom tržištu, prepoznaje se potencijal Bjelovara za razvoj diversificiranog portfelja turističkih proizvoda namijenjenih različitim ciljnim skupinama turista i posjetitelja.



Turistički proizvodi sadržani u planiranom proizvodnom portfelju Grada Bjelovara međusobno se razlikuju u odnosu na tip i volumen potražnje koji se može očekivati da će svaka grupa generirati. Naime, iako cijeli portfelj može imati i izletnički ili jednodnevni, odnosno stacionarni ili višednevni karakter, realno je očekivati da će proizvodi „termalnog turizma“, „sportskih priprema“, „kulturnog turizma“ te „turizam sajмова“ sudjelovati s najvećim udjelom u turističkim noćenjima, a „turizam manifestacija i događanja“, „cikloturizam“, pa i „kulturni turizam“ bit će izraženije izletnički orijentirani. U cjelini, međutim, postavljeni portfelj predstavlja skup komplementarnih i nadopunjavajući proizvodnih grupa koje upravo u međusobnim kombinacijama (npr. medicinski wellness i sport, kulturni touring i gastronomija itd.) nude različitim segmentima turista sadržajno turističko iskustvo.

Tablica 6.1. Portfelj turističkih proizvoda Grada Bjelovara

Turistički proizvodi			Stacionarni	Izletnički
Kulturni turizam				
Gastronomski turizam				
Turizam manifestacija i događanja				
Turizam sajмова (poslovni)				
Cikloturizam				
Konjički turizam				
Memorijalni turizam				
Sportske pripreme i natjecanja				
Termalni turizam				
Primarni	sekundarni	tercijarni		

Predviđeni proizvodi danas se nalaze na različitoj razini razvijenosti, od tržišno spremnih, primjerice, „turizma manifestacija“ i „turizma sajмова, do tržišno poluspremni „kulturni turizam“, „cikloturizam“, „konjički turizam“, „gastronomski“, odnosno u potpunosti nespreni (te ovisni o projektu izgradnje Termi) „sportske pripreme i natjecanja“ i „termalni turizam“. Bilo da je riječ o razvoju novih proizvoda ili o daljnjem razvoju onih postojećih u svrhu daljnjeg podizanja njihove kvalitete, buduća konkurentna pozicija Bjelovara ovisi o kompleksnosti sadržaja i usluga svakog od proizvoda.

Skupina proizvoda „kulturnog turizma“ prezentira vrijednu kulturno-povijesnu i vojnu baštinu, ali kulturu života i rada koja je primarno povezana s proizvodnjom lokalnih proizvoda (bjelovarski kvargl), te tradicijom proizvodnje hrane (Sirela, Koestlin). Uz kulturni turizam se povezuje i kreativni turizam, te sadržaji povezani za glumačke, kazališne i slične radionice i skupove. Niz proizvoda aktivnog turizma, od cikloturizma, konjički turizma do „sportskih priprema“ valoriziraju bogatu, dijelom već vrlo razvijenu ponudu sportskih i rekreativnih sadržaja u Bjelovaru, poput biciklističkih staza, konjičkih staza i klubova, sportskih dvorana, odnosno počivaju na nizu projekata njihova daljnjeg razvoja, pri čemu je za potrebe sportskih priprema presudna izgradnja Termi, te dovršetak nogometnog stadiona i rekonstrukcija atletske staze i dvorana. „Termalni turizam“ obuhvaća integriranje sportsko-rekreacijske ponude



sportova u vodi, wellness, turizma primarno u okviru planiranih Terma, ali i u manjim, specijaliziranim objektima koji se uz njih mogu vezati (wellness centri, dentalne i estetske klinike, fizioterapijski centri). Proizvodi „gastronomije“ proizlaze iz snažne poljoprivredne tradicije kao i današnje proizvodnje i imidža bjelovarskog kraja. Lokalni proizvodi predstavljaju prednost u daljnjem razvoju zanimljive i inovativne gastronomske ponude kako u Gradu, tako i u ruralnom prostoru u okruženju. U konačnici već razvijeni proizvodi manifestacija i sajмова zahtijevaju daljnje unaprjeđenje kvalitete, te prepoznatljivosti (osobito velik broj manifestacija), na temelju kojih se može kreirati imidž destinacije.

U nastavku se opisuje portfelj proizvoda važan za budući razvoj turizma u Gradu Bjelovaru.

KULTURNI TURIZAM

Kulturni sadržaji uvijek čine dio turističkog doživljaja i boravka u destinaciji bez obzira predstavlja li kulturni turizam primarni motiv putovanja ili za turiste predstavljaju samo jedan od elemenata ponude. Turizam baštine obuhvaća kulturno nasljeđe u Bjelovaru, muzeje, knjižnicu i galerije, gradsko središte.



Glavni tržišni segmenti	<ul style="list-style-type: none"> - Zrela dob (50-65) - Mladi - Obitelji s djecom - Kulturni kreativci
-------------------------	---

Pozicioniranje	Mladi Grad, ali bogatog kulturnog nasljeđa s naglaskom na vojnu baštinu, te multikulturalni i ekumenski duh. Kroz svoju kulturu i povijest Bjelovar odražava razdoblje svoje izgradnje, te povezivanja s srednjoeuropskim duhom kroz lik carice Marije Terezije.
----------------	--

Ključni turistički sadržaji	<ul style="list-style-type: none"> • Gradska jezgra Bjelovar • Katedrala sv. Terezije Avilske • Crkva sv. Trojice • Arheološko nalazište Malo Korenovo • Sinagoga/Dom kulture • Crkva sv. Tome – Tomaš • Zgrada križevačke pukovnije • Zgrada stare komande • Sokolarski dom • Spomen područje Lug • Bjelovarski graničari- Husari • Gradski muzej Bjelovar • Bjelovarsko kazalište • Poznate osobe (carica Marija Terezija, glumci, pjevači)
-----------------------------	---



Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • Daljnje unapređenje prezentacije baštine, posebno korištenjem novih tehnologija • Tematska povezivanja s okruženjem u kulturne rute • Uvođenje <i>storytellinga</i> u interpretaciju atrakcija, npr. Interpretacije Korenovske kulture • Daljnja partnerstva i povezivanja kulturnog i turističkog sektora
Komunikacija s tržištem	<ul style="list-style-type: none"> • Prilagođena promocija pojedinim tržišnim segmentima

MANIFESTACIJE I DOGAĐANJA

Manifestacije mogu potaknuti goste na dolazak u destinaciju, posebno kad se radi o vikend potražnji što je za Bjelovar velika mogućnost. Osim što mogu motivirati posjet obogaćuju i boravak turista. Za manifestacije je važno da se kontinuirano unapređuju, da imaju zvučna imena koja mogu poticati goste na dolazak te da su medijski kvalitetno popraćena.



Glavni tržišni segmenti	<ul style="list-style-type: none"> - mladi i srednja dob - stariji parovi - obitelji s djecom - poslovni segment gostiju – poduzetnici
Pozicioniranje	Destinacija različitih tematskih događanja tijekom cijele godine, s fokusom na glazbene, kazališne, filmske i dokumentarne manifestacije. Manifestacije nude sadržajan boravak i izvođačima i posjetiteljima, te nude povezivanje i van samih okvira događanja.
Ključni turistički sadržaji	<ul style="list-style-type: none"> • Božićni gala koncert – Bjelovar • Smotra folkloru Bjelovarsko-bilogorske županije • Proljetna bilogorska biciklijada • Dan Grada Bjelovara i Dan bjelovarskih branitelja • Dani Češke kulture • Bjelovarsko kulturno ljeto • Fun run • Komedijski fest • Sajam cvijeća • Amadeus fest



Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • Pravovremena promocija i najava događanja i programa • Stalno unapređenje suradnje organizatora događanja s dionicima u turizmu (sustav turističkih zajednica, mediji) • Izdvajanje i dodatna promocija nekoliko 'marker' događanja • Osmišljeni paketi usluga (ulaznice, smještaj, gastronomija, atrakcije) • Stalno osuvremenjivanje skupa događanja
Komunikacija s tržištem	<ul style="list-style-type: none"> • Provedba posebnog medijskog plana za pojedine manifestacije • Korištenje društvenih mreža za informiranje i komunikaciju s ciljnim skupinama

TURIZAM SAJMOVA (POSLOVNI)

Gospodarski sajmovi su primarni proizvod s tradicijom i postojanim imiđem na nacionalnoj i međunarodnoj razini. Nužna su infrastrukturna ulaganje, te posljedična mogućnost organizacije većeg broja tematiziranih sajmova.



Glavni tržišni segmenti	<ul style="list-style-type: none"> - Tvrtke, posebno SME - IT tvrtke i <i>start-up</i>ovi - Digitalni nomadi - Javne ustanove i institucije - Organizatori/ sudionici skupova i događanja 	<ul style="list-style-type: none"> - PCO i DMC - OPG i obrtnici - poljoprivrednici - poduzetnici - Školarci i umirovljenici
--------------------------------	--	--

Pozicioniranje Grad Bjelovar je ugodna i lako dostupna destinacija za manje poslovne skupove, konferencije, natjecanja i manifestacije specijalizirane u određenim sektorima kao što su IT, poduzetništvo, poljodjelstvo te velike sajmove (poljoprivredno-gospodarski), a koji nudi kvalitetu i dobru vrijednost za novac u organizaciji manjih poslovnih događaja što prati i tehnička opremljenost (internet, audio, video), te kapacitet i multifunkcionalnost prostora velikih događanja..

Ključni turistički sadržaji	<ul style="list-style-type: none"> • Sajamski prostor – Prostor sajma u Gudovcu, prometno lako dostupan; zatvorene sportske dvorane (3 velike + 4 manje, u rasponu od 500 do 2000 mjesta) • Posebni prostori s pripadajućim multimedijalnim dvoranama – KMC Ivan Trnski (147 mjesta), Dom kulture (344 mjesta), Gradski muzej Bjelovar (120 mjesta u multimedijalnoj dvorani + 180 mjesta u atriju), Bjelovarsko kazalište (120 mjesta, sa stajacim do 200)
------------------------------------	---



	<ul style="list-style-type: none"> • Tehnološko–inovacijski centar (Tehnološki park Bjelovar) • Dvorana za održavanje manjih sastanaka, skupova, proslava i banketa u hotelu 3* (100 mjesta)
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • Izgradnja velike zatvorene sajamske hale • Usmjerenost kreiranju događaja za veliki broj posjetitelja • Uređenost užeg centra Grada Bjelovara (pješačka zona, parkovi, blizina parkinga i ugostiteljskih objekata) • Profesionalno osoblje s potrebom dodatnog educiranja u turizmu i poznavanja stranih jezika • Intervencija u pakete usluga (ulaznice, atrakcije, smještaj, gastronomija) • Osmišljavanje sajмова koja potiču imidž destinacije
Komunikacija sadržaja na tržištu	<ul style="list-style-type: none"> • Pravovremena izrada programa, najava i promocija događanja • Intervencije u unaprjeđenje promocije, prodaju paket aranžmana te kontinuirano inoviranje događaja novim sadržajima

GASTRONOMSKI TURIZAM

Gastronomski turizam se nalazi u začetcima u Bjelovaru, no dobar temelj predstavlja lokalna opskrba, nekoliko ponuditelja visoke kvalitete, kao i mogućnost diverzifikacije na temelju nacionalnih kuhinja manjina.



Glavni tržišni segmenti	- Zrela dob (55-65)	- Treća dob (+65)
	- Mladi parovi (26-35)	- Obitelji
	- Ljubitelji tradicionalne i internacionalne kuhinje	

Pozicioniranje

Grad Bjelovar prepoznat je kao:

- 'Hrvatski grad kafića', tj. kao grad s najviše kafića prema broju stanovnika;
- grad s najviše nacionalnih manjina u Hrvatskoj (22), ali bez razvijene internacionalne gastro ponude koja bi predstavila i manjinsko lokalno stanovništvo;
- grad kvargla.

Grad Bjelovar može se pohvaliti izrazito gostoljubivim ugostiteljskim djelatnicima te objektima koji pripremaju tradicionalna jela po



pristupačnim cijenama. Unatoč kvalitetnim i lokalnim namirnicama, nedostaje raznolikost i originalnost ponude tradicionalnih jela koji prate međunarodne standarde.

Ključni turistički sadržaji**- Hrana i piće:**

- 67 poduzetnika iz djelatnosti pripreme i usluživanja pića
- 19 poduzetnika iz djelatnosti restorana i ostalih objekata za pripremu i usluživanje hrane
- Nekoliko kvalitetnih OPG-ova u i oko Grada Bjelovara (Izletišta Vinia, Maglenča, Veliko Trojstvo)
- Intervencija na izletišta s tradicijskom gastro ponudom
- Dominacija neautohtonih restorana, kavani i slastičarni
- Kvalitetan restoran s tradicijskim (autohtonim) jelima i zadovoljavajućom prezentacijom – restoran Franz
- 49 obrtnika izvan smještajnog ugostiteljstva
- **Lokalni proizvodi i suveniri:** eno-gastro suveniri, lokalni specijalitet kvargl, ponuda tipičnih bjelovarskih prehrambenih suvenira
- **Ruralni / agroturizam:** seoska domaćinstva u okolici i na obroncima Bilogore
 - **Marker manifestacije:** postojeće gastro manifestacije

Razvoj proizvoda

- Izgradnja gastro cesta– projektni planovi (pčelarski put, put pisanica i sl.)
- Otvaranje i obilazak kušaonica i mini proizvodnji (mljekare, tvornice, obrti) te kulinarskih tečajeva u tematiziranim rutama tek u povojima (intervencija u investicije i educiranje ljudskih potencijala – animacija gosta, radno vrijeme, interakcija, prezentacija proizvoda i hrane)
- Cesta restorana bjelovarskih nacionalnih manjina kao ideja nove turističke ponude
- Unifikacija ugostiteljskih objekata (terase, stolice)
- Intervencija u edukaciju za lokalne OPG-ove i ugostitelje, izrada i zajednička promocija gastro suvenira (npr. kvargl)

Komunikacija sadržaja na tržištu

- Popularizacija eko i lokalnih proizvoda, specijaliteta i namirnica putem kulturnog turizma (tematizirane manifestacije)
 - Promocija lokalnih specijaliteta (npr. Bjelovarski kvargl) na lokalnom, ali i na nacionalnom te međunarodnom nivou
 - Identitet 'Bjelovar – grad s najviše kafića' nedovoljno komuniciran u javnosti (online)
 - Inovativna marketinška aktivnost – knjižica kafića Grada Bjelovara
-



CIKLOTURIZAM

Cikloturizam najširem smislu uključuje turistička putovanja biciklom po destinaciji, odlazak na biciklističke izlete, rekreaciju po obilježenim ili neobilježenim biciklističkim rutama kao i posjet i sudjelovanje u sportskim biciklističkim manifestacijama. Također, cikloturizam vodi računa i o rekreativnim potrebama lokalnog stanovništva. Njegovu



razvoju pridonosi okoliš, bogata kulturno-povijesna baština, povoljna klima, blizina velikih tržišta, sigurnost te veliki broj cesta s manjim intenzitetom motornog prometa pogodnih za kretanje bicikala. Posljednjih godina popularnost mu iznimno raste zbog sve veće orijentiranosti na zdrav život, boravak u prirodi, potrebu za opuštanjem od svakodnevnog stresa. Cikloturisti su zahtjevni gosti, visoke platežne moći sa sve većom potrebom na prilagođenim oblicima smještaja i ugostiteljstva (certifikati).

Ciljni segmenti	<ul style="list-style-type: none"> - Mladi profesionalci (26-35) u svim oblicima cikloturizma, a osobito u segmentu cestovnog (sportskog) i brdskog biciklizma - Obitelji s djecom - Generalno populacija višeg stupnja naobrazbe i visoke ekološke svijesti
Pozicioniranje	<p>Grad očuvane prirode s mnoštvo sigurnih i povezanih biciklističkih staza atraktivnih za različite segmente gostiju koje privlači sadržajan i miran boravak u prirodi.</p>
Ključni turistički sadržaji	<ul style="list-style-type: none"> • Međunarodne biciklističke rute <ul style="list-style-type: none"> ○ Ruta Lonjsko Polje – Balaton ○ Ruta Podgarić – Bjelovar ○ Ruta Bjelovar – Đurđevac • Županijske biciklističke rute <ul style="list-style-type: none"> ○ Kružna cikloturistička županijska ruta • Lokalne biciklističke rute <ul style="list-style-type: none"> ○ Bilogorska ruta ○ Vinogradska ruta ○ Sajamska ruta • Manifestacije: XCM Terezijaner – biciklistički maraton, Proljetna bilogorska biciklijada, Jesenska biciklijada
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • Unaprjeđenje i razvoj biciklističko-pješačke infrastrukture u Gradu Bjelovaru • Daljnje povezivanje cikloturističkih ruta u Županiji s Gradom Bjelovarom



	<ul style="list-style-type: none"> • Kvalitetno interpretiranje atrakcija na cikloturističkoj ruti • Opremanje ruta kvalitetnim i opremljenim odmorima (nadstrešnica, alat, pitka voda) • Izrada/nadopuna kvalitetnih kartografskih materijala i aplikacija, s naglaskom na korištenju GPS tehnologija • Edukacija djelatnika turističkih zajednica i poduzetnika iz područja cikloturizma (turističke agencije, bike vodiči, pružatelji servisnih usluga) • Poticanje razvoja Bike & Bed turističke ponude (specijalizacija privatnih iznajmljivača)
Komunikacija s tržištem	<ul style="list-style-type: none"> • Unapređenje informacija kroz web portal (karte, pretraživanja, specijalizirane informacije) • Mobilne aplikacije • Društveni mediji

KONJIČKI TURIZAM

Konjički turizam obuhvaća aktivnosti u kojima turist sudjeluje od pasivne do aktivne rekreacije, gdje jaše, putuje s konjima na duže ili kraće udaljenosti u urbanom ili ruralnom području.¹⁰ Korisnike konjičkog turizma ponajprije veže ljubav prema konjima. Drugi motivi su najčešće vezani uz relaksaciju, jahanje, boravak u prirodi i zdravlje, druženje.



Ciljni segmenti	<ul style="list-style-type: none"> - Pasionirani jahači/ profesionalci - Rekreativci i obitelji s djecom
Pozicioniranje	Grad Bjelovar zbog svojih geografskih obilježja i duge povijesti konjaništva atraktivna je destinacija za zaljubljenike u prirodu i konje.
Ključni turistički sadržaji	<ul style="list-style-type: none"> ○ Konjički klub Bjelovar ○ Konjički klub Brezovac ○ Konjički klub Vinia ○ Bilogorska konjička staza ○ Bjelovarski Graničari – Husari 1756.
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • Unaprjeđenje infrastrukture za daljnji razvoj konjičkog turizma • Realizacija predviđenih projekata (dvorana za turističko i sportsko jahanje) • Certificiranje konjičkih staza i 'horses welcome' punktova

¹⁰ Čačić, M. (2012). Konjički turizam. Zagreb: Agrolider.



	<ul style="list-style-type: none"> • Edukacija vodiča za turističke jahaće programe • Osmišljavanje jahaćih programa • Povezivanje konjičkog turizma s drugim turističkim proizvodima (posebno kulturnim turizmom, obilaskom grada)
Komunikacija s tržištem	<ul style="list-style-type: none"> • Unapređenje prodaje putem DMK • Unapređenje ciljane promocije prema interesnim segmentima

SPORTSKE PRIPREME I NATJECANJA

Ciljni segmenti	<ul style="list-style-type: none"> - Sportski savezi - Klubovi različitih dvoranskih sportova - Klubovi sportova na otvorenom - Udruženja sportskih veterana u različitim sportovima, ali i profesionalna udruženja
Pozicioniranje	Zahvaljujući dobroj klimi, geografskoj lokaciji i potrebnoj infrastrukturi, Grad Bjelovar je idealno mjesto za provođenje priprema sportskih ekipa te organizaciju sportskih natjecanja.
Glavne atrakcije i sadržaji	<ul style="list-style-type: none"> • Otvoreni gradski bazen s gledalištem • Dvorana europskih prvaka • Nogometni stadion Bjelovar • Planinarske staze Bilogore • Sokolana I • Sokolana II • Staro rukometno igralište (Partizanovo igralište) • Trim staza Borik • Sportski aerodrom Brezovac
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • Obnova i unapređenje sadržaja na atletskom stadionu • Razvoj suradnje između turističkog i sportskog sektora • Specijalizacija turističkih agencija za formiranje paketa 'sportskih priprema' i drugih događanja, sukladno potrebama pojedinih sportova • Stvaranje alijansi sportskih i turističkih organizacija u cilju objedinjavanja pojedinih elemenata ponude
Komunikacija s tržištem	<ul style="list-style-type: none"> • Unapređenje prodaje, koje obuhvaća objedinjavanje ponude i poticanje nacionalnih saveza na organizaciju međunarodnih natjecanja • Kreiranje online informacijsko-prodajne platforme specijalizirane za ovaj proizvod



- Organizacija studijskih putovanja za predstavnike klubova i saveza

TERMALNI TURIZAM (SPA)

Termalni turizam dio je kompleksnijeg zdravstvenog turizma, te uključuje light oblike zdravstvenog turizma. U fokusu je rekreativno korištenje termo mineralnih voda, uz komplementarne sportske i zdravstvene sadržaje. Naglasak je i na održivosti jer termalne vode imaju veliki potencijal za kaskadno korištenje, te energetska učinkovitost. U budućnosti prijedlog je organizacije wellness i zdravstvenih sadržaja, te certificiranja.



- | | |
|-----------------|---|
| Ciljni segmenti | <ul style="list-style-type: none"> - Zrela dob (55-65) - Mladi parovi (26 - 35) - Školska djeca - Treća dob (65+) - Obitelji s djecom - Umirovljenici |
|-----------------|---|

Pozicioniranje	Zahvaljujući geografskoj lokaciji i potrebnoj infrastrukturi, Grad Bjelovar je idealno mjesto za rekreaciju na bazenima i opuštanje u spa prostorima termalnog centra. U Termama postoji bogata ponuda specijaliziranih programa rekreacije, a uključivanjem lokalno proizvedenih i biodinamičkih namirnica u ponudu podignuta je kvaliteta usluge. U samom Gradu sve je više komplementarnih poduzetničkih pothvata (dentalne, estetske klinike, homeopatske usluge, wellness centri). Uz same terme nalazi se objekt (objekti) koji nude visoku kvalitetu smještaja.
----------------	--

- | | |
|-----------------------------|---|
| Glavne atrakcije i sadržaji | <ul style="list-style-type: none"> • Terme Bjelovar • Otvoreni bazeni u Bjelovaru • Wellness centri • Privatne dentalne, fizioterapijske, estetske klinike, kozmetičke usluge |
|-----------------------------|---|

- | | |
|------------------|--|
| Razvoj proizvoda | <ul style="list-style-type: none"> • Specijalizacija turističkih agencija koji će nuditi organizirane dolaske i itinerere (jednodnevne i višednevne) u Terme • Kreiranje tematskih tura s ishodištem u zoni Veliko Korenovo • Razvoj komplementarne inovativne gastronomske ponude u sklopu Terma • Povezivanje privatnih poduzetnika u segmentu wellnessa, zdravlja, sporta i ljepote i proizvoda spa turizma |
|------------------|--|



	<ul style="list-style-type: none"> • Stvaranje alijansi sportskih i turističkih organizacija u cilju objedinjavanja pojedinih elemenata ponude
Komunikacija s tržištem	<ul style="list-style-type: none"> • Opsežne aktivnosti međunarodne i nacionalne promocije • Usmjereni plasman spa proizvoda prema ciljnim segmentima (udruge umirovljenika, škole i slično) • Kreiranje online informacijsko-prodajne platforme specijalizirane za ovaj proizvod • Kampanja plasmana proizvoda na društvenim mrežama i ostalim medijima

MEMORIJALNI TURIZAM

Memorijalni turizam odnosi se na putovanja koja su primarno motivirana edukacijom o prošlosti, empatijom i sjećanjem na masovne žrtve ratnih sukoba, u ovom slučaju Domovinskog rada i 2. svjetskog rata i njegovog poraća. Naglasak je na jasno sagledavanje informacija o razlozima ratnih zbivanja, te na žrtvama te njihovoj patnji, a nikako ne na agresoru, a time su ova područja pragatori mira.



Ciljni segmenti	<ul style="list-style-type: none"> • Školska djeca • Zrela dob i umirovljenici • Udruženja veterana
Pozicioniranje	Mjesta memorije na kolektivna stradanja u domovinskom ratu, kao i u 2. svjetskom ratu povezana su s vojnom povijesti i baštinom Bjelovara, te tvore izletničku cjelinu
Glavne atrakcije i sadržaji	<ul style="list-style-type: none"> • Spomen područje Barutana • Spomen područje Lug • Borik • Muzej rata • Gradski muzej Bjelovar • Knjižnica Grada Bjelovara • Zgrada Glavne komande
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • Interpretacija stradavanja Grada tokom domovinskog rata (i van područja Barutane) • Povezivanje memorijalnih područja tematskom biciklističkom stazom • Razvoj memorijalnog prostora s fokusom na slavne vojne ličnosti Bjelovara • Povezivanje sa sličnim sadržajima u okruženju (Podgarić i drugi)
Komunikacija s tržištem	<ul style="list-style-type: none"> • Organizacija terenski posjeta za djecu školskog uzrasta • Komunikacija s interesnim skupinama



6.3. Prostorna koncepcija razvoja turizma

Razvojem tercijarnih i kvartalnih djelatnosti, turizam sve više dobiva na značenju te postaje jedan od važnih ciljeva razvoja jedinica lokalne samouprave, kako na obalnom tako i na kontinentalnom dijelu Hrvatske.

Za osmišljavanje prostorne koncepcije razvoja turizma potrebno je razumjeti sadašnje stanje na području Grada, sagledati važeće razvojne dokumente te turističke resurse, ali i poznavati trendove u turizmu. Turistička resursna osnova Grada Bjelovara kao i razumijevanje svih njenih vrijednosti važna su podloga za osmišljavanje prostorne koncepcije razvoja turizma. Stanje resursne osnove je kompleksno i, kao takvo, rezultat je dosadašnjeg antropogenog i prirodnog djelovanja. Kada se pri tome uzme u obzir ekološka i održiva komponenta turizma, koja je važna za osmišljavanje prostorne koncepcije turizma, dolazi se do višerazinske složenosti.

Prema broju stanovnika, Grad Bjelovar sa 40.276 stanovnika (2011.) (preliminarni podaci za 2021. 36.433) je 14. od ukupno 127 gradova u Hrvatskoj. Uzimajući u obzir povijesni razvoj, Grad Bjelovar je jedan od mlađih gradova u Hrvatskoj (odluka o osnivanju 1756.). Njegova prostorna struktura – urbanistička zamisao osmišljena je planski, koristeći jednostavnu geometrijsku shemu koja podrazumijeva jednostavan, jasan i razumljiv raster ulica pod pravim kutom. Takva geometrijska shema osmišljena je na način da se glavni park i trg nalaze u samom središtu osmišljene prostorne strukture. Građevine koje su važne za nesmetano funkcioniranje grada (uprava i samouprava, sud, obrazovanje, vjerske i dr.) razmještene su oko glavnog trga/ parka. Ostale zgrade grada razmještene su u drugi ili treći red. U urbanističkom smislu shema grada u staroj gradskoj jezgri danas je prepoznatljiva na razini Hrvatske i čini posebnu prostorno-turističku atrakciju. Iz te povijesne jezgre grada zvijezdasto se šire ulice prema ostalim naseljima: Zvijerci, Trojstveni Markovac, Ždralovi, Brezovac, Veliko Korenovo, Gudovac, Stare Plavnice i dr. koja imaju semiurbani karakter.

Bez obzira što Bjelovar ulazi u grupu 15 najvećih gradova u Hrvatskoj, u europskom kontekstu on ulazi u grupu malih povijesnih gradova jedinstvenih i specifičnih gospodarskih, kulturnih, sportskih i društvenih vrijednosti koje je moguće prezentirati u turizmu.

Kako u hrvatskom, tako i u europskom planiranju razvoja turizma, između ostalog treba uzeti u obzir razumijevanje prostornih mogućnosti i (materijalnih i nematerijalnih) potencijala uz prethodno prepoznavanje vrijednosti koje Grad i njegovu okolicu čini prepoznatljivom i zanimljivom. Za razliku od hrvatske obale, Bjelovar nije izložen tako snažnim špekulativnim dimenzijama prometa nekretnina i građenja. Ta činjenica je važna za planiranje i organiziranu provedbu razvoja turizma, jer je jednostavnije i lakše za provedbu. Slijedom navedenog, prostorni koncept razvoja turizma Grada Bjelovara bazira se na prepoznavanju i razvijanju bitnih značajki prostora Grada, što može biti od velike važnosti za planiranje novog ciklusa razvoja turizma na području Bjelovara, koji je moguće očekivati.



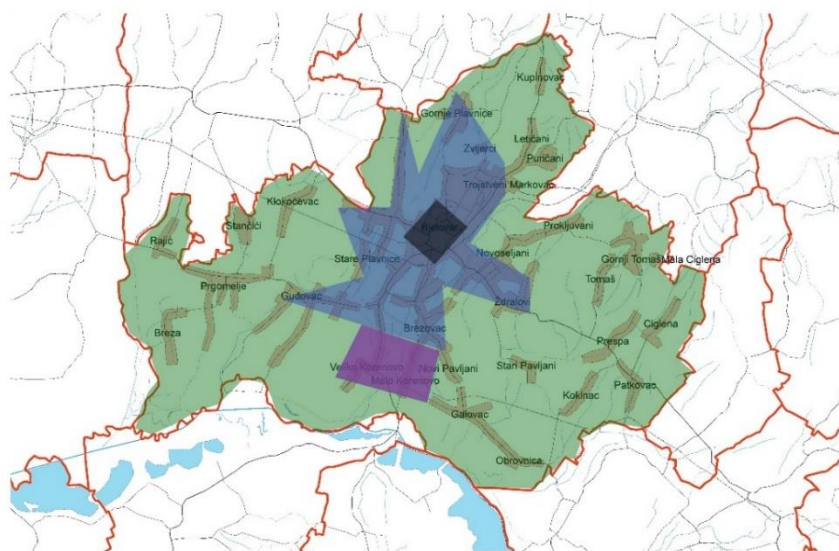
Prilikom promišljanja dugoročnog razvoja turizma prepoznate su ključne turističke prostorne značajke koje se očituju kroz prostorne cjeline i od osobite su važnosti za Grad Bjelovar. Kao što je navedeno one su kompleksne jer odražavaju različite vrijednosti materijalne i nematerijalne baštine (prirodna i kulturna baština, kultura života i rada, manifestacije te sport i rekreaciju), a koje su vidljive u prostoru. Znači, sagledavanjem morfoloških i sadržajnih komponenti prostor je podijeljen na pojedine prostorne cjeline (dijelove cjelina) koje istovremeno pružaju uvid u cjelinu Grada. Sagledavanje pojedinih dijelova prostora u cjelini važno je za planiranje prostorne koncepcije razvoja turizma, ali i održivog razvoja koji u sebi sadržava turizam.

Prepoznati prostorni dijelovi cjeline Grada koje odražavaju prostornu segmentaciju su:

- Gradska jezgra – urbani akcent – sadrži plansku prostorna struktura s arhitekturom. Ona je središnja točka prostora bogata kulturnom baštinom, u kojoj se odvijaju brojne manifestacije, a istovremeno odražava kulturu života i rada Grada.
- Novo planirana turistička zona Veliko Korenovo važna je prostorna cjelina koja koristi termalne izvore, a kroz turizam objedinjuje zdravstvenu te sportsko-rekreaciju komponentu. Za razliku od stare gradske jezgre – novo planirana turistička zona odraz je novog vremena i novih potreba u turizmu.
- Okolna naselja s naglaskom na Gudovac, koja, iako imaju semiurbani karakter, mogu imati veliku važnost za razvoj poslovno-izložbenog turizma, a istovremeno je povezano i s kulturnom baštinom (sakralne građevine, arheološka nalazišta i dr.), te gastronomskom ponudom i sportskom rekreacijom.
- Prirodne površine i ostala ruralna naselja (Kupinovac, Puričani, Tomaš, Ciglena, Patkovac, Obrovnica, Breza, Rajić, Klokočevac i dr.) kao sportsko-rekreativne površine povezane su s cikloturizmom, konjičkim, i drugim oblicima sportske rekreacije, ali i gastronomskom i enološkom ponudom (šume, vinogradi, ribnjaci i dr.).



Slika 6.1. Shematski prikaz prostorne koncepcije

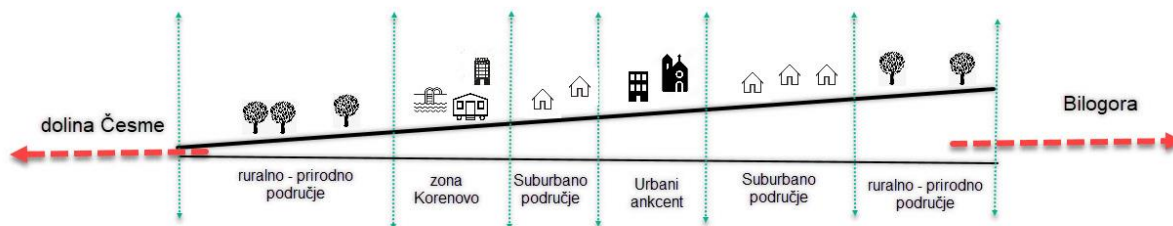


Izvor: autori studije

Kartografski prikaz segmentacije prostora pokazuje prepoznatljivu i pojednostavljenu matricu prostornih turističkih značajki Grada Bjelovara koja je pretpostavka za razvoj i unaprjeđenje turističkog unaprjeđenja i razvoja, iz čega se može iščitati pozitivna interakcija lokalnog stanovništva i razvoja.

Čak i 'presjek' prostora sjever jug i istog zapad ukazuje kako Grad Bjelovar predstavlja prostorni urbani akcent koji (zbog urbanizma, arhitekture, baštine, trgovine, gospodarstva, gastronomskom ponudom, kulturom života i rada, manifestacijama i dr.) upotpunjuje povezanost s okolnim naseljima i kulturnim krajolikom.

Slika 6.2. Shematski presjek JLS Bjelovar



Izvor: autori studije

Ovakva segmentacija prostora ukazuje na vrijedan turistički potencijal Grada Bjelovara kao povijesnog, a istovremeno i suvremenog grada u kontinentalnoj Hrvatskoj. Takvom Gradu pristaje planski i organizirani razvoj turizma (i sam grad je nastao planski). Pri tome se misli da mu ne priliči model intenzivnog turističkog razvoja s mnogobrojnim turističkim resortima, već razvoj turizma povezan s lokalnim stanovništvom svih naselja.



Spoznaje o povezanosti Bjelovara s okolnim naseljima, čak i izvan njegovih teritorijalnih granica, može biti od velike koristi u kreativnom i aktivnom planiranju turizma. Može se zaključiti da prostor grada Bjelovara predstavlja zanimljiv, specifičan i osjetljiv turistički resurs.

Stoga se prostorna koncepcija razvoja turizma bazira na razumijevanju prostorno-razvojnih specifičnosti te potencijala i povezivanju s planovima razvoja ostalih sektora, tj. razvoj turizma koji uvažava prostorne vrijednosti, trendove razvoja i održivosti.



AKCIJSKI PLAN

Razrada mjera

Vremenski okvir



7. Akcijski plan

Akcijski plan utemeljen je na razvojnim potrebama Grada Bjelovara (i užeg okruženja), postojećoj resursnoj osnovi (realnoj i potencijalnoj), te polazištima utemeljenima na planovima višeg reda, Nacionalnoj strategiji razvoja turizma (NN 55/13), prostornim planovima razvoja Grada, Strategiji razvoja Grada Bjelovara, te Studiji prostornog razvoja Grada Bjelovara. Kao osnovne potrebe razvoja turizma prepoznato je nužno povećanje kvantitete i kvalitete smještajnih kapaciteta, ali i ostalih vrsta ugostiteljskih objekata (naglasak na posluživanju hrane), te integracije s lokalnim proizvođačima poljoprivrednih proizvoda. Nadalje, nužno je daljnje jačanje organizacijskih kapaciteta sa svrhom kreiranja sadržaja u funkciji kreiranja odabranog imidža destinacije, te njene prepoznatljivosti. Operativni ciljevi u nastavku poglavlja razlažu se na niz mjera definiranih s funkcijom ostvarivanja operativnih ciljeva. Svaka od mjera sadrži elemente čija je glavna funkcija jasna i olakšana provedba iste:

- Cilj mjere
- Opis mjere
- Nositelj (odgovornost u koordinaciji i provedbi mjere)
- Ostali dionici (potencijalni partneri u provedbi i/ili korisnici mjere)
- Vremenski obuhvat (okvirni, do razine kvartala)
- Aktivnosti (opis aktivnosti potrebnih za provedbu mjere)
- Programi/projekti (postojeći ili planirani programi i projekti u funkciji postizanja ciljeva)
- Prioritet (niski/srednji/visoki)
- Izvori financiranja (potencijalni)
- Pokazatelji (definiraju elemente s pomoću kojih vrednujemo provedbu mjere).

U nastavku slijedi sažet pregled Operativnih ciljeva i pridruženih mjera, koji će u idućem poglavlju biti detaljno obrazložen.



Obogaćivanje destinacijskog lanca vrijednosti i kvalitete cjelovitog destinacijskog proizvoda

- I.1. Razvoj hotelske ponude
- I.2. Razvoj kamping (glamping + bungalovi) ponude
- I.3. Razvoj smještajne ponude OD i OPG
- I.4. Jačanje i podizanje kvalitete gastronomske ponude
- I.5. Razvoj ponude zdravstvenih / wellness-turističkih centara / kompleksa
- I.6. Kreiranje tematskih cikloturističkih i konjičkih ruta
- I.7. Uspostavljanje sustava izletišta i vidikovaca Bjelovara i Bilogore
- I.8. Podizanje razine turistifikacije i tržišna prepoznatljivost lokaliteta memorijalnog turizma
- I.9. Razvoj i povećanje tržišne prepoznatljivosti / tržišnog udjela kapaciteta sportsko–rekreacijskog turizma

Unapređenje sustava destinacijskog menadžmenta i upravljanja manifestacijama

- II.1. Uspostava prepoznatljivosti kulturnih manifestacija
- II.2. Stvaranje poduzetničkih klastera
- II.3. Programi podizanja razine svijesti o vrijednosti kulturne i prirodne baštine lokalne zajednice
- II.4. Razvoj prepoznatljive Gastronomije
- II.5. Unapređenje modela upravljanja/ partnerstva i B2B aktivnosti
- II.6. Unapređenje turističke interpretacije, signalizacije i informiranja gostiju
- II.7. Poticanje razvoja ponude distribucijskih kanala (agencije i DMK)
- II.8. Praćenje pokazatelja održivog razvoja turizma, certificiranje i eko označavanje

Podizanje turističke prepoznatljivosti

- III.1. Kreiranje marke kvalitete "lokalno i domaće" za ugostiteljske objekte
- III.2. Razvoj konkurentskog turističkog brenda Grada
- III.3. Uređenje Gradske jezgre Bjelovara
- III.4. Kreiranje tematske rute kafića (Bjelovar – grad kafića)
- III.5. Interpretacijski centar i muzej manjina
- III.6. Uređenje Sportsko-rekreacijske zone i izradnja Terma Bjelovar, Veliko Korenovo
- III.7. Uređenje tematskog zabavnog parka u zoni Veliko Korenovo
- III.8. Izgradnja velike sajamske hale (Gudovac)
- III.9. Izgradnja zatvorene konjičke hale
- III.10. Kreiranje cjelogodišnjih sadržaja povezanih s filmom, kazalištem i dokumentarnim filmom



7.1. Akcijski plan – razrada mjera

Operativni cilj:

I. Obogaćivanje destinacijskog lanca vrijednosti i kvalitete cjelovitog destinacijskog proizvoda

Mjera	I.1. Razvoj hotelske ponude
Cilj mjere	Izgradnja većeg broja malih (tematiziranih) hotela uključujući i difuzne/integralne hotele i hostele s ciljem obogaćivanja ponude Grada, s naglaskom na kreiranje dodatne vrijednosti kroz tematizaciju.
Opis mjere	Izgradnja/uspostava više malih, obiteljskih smještajnih objekata, uključujući i difuzne/integralne hotele i hostele s naglaskom na naselje Bjelovar i turističku zonu Veliko Korenovo, što bi omogućilo brzi rast kvalitetne ponude prilagođene očekivanjima i potrebama ciljnih tržišnih segmenata. Program obuhvaća uspostavljanje prikladnih financijskih i nefinancijskih poticaja povezanih / nadograđenih na nacionalne EU programe/fondove, uz poseban naglasak na poticanje tematiziranih objekata kojima se podržava revitalizacija graditeljske baštine i pozicioniranje Grada (hoteli baština, wellness hoteli, sportski hoteli, biohoteli i sl.).
Nositelj	Grad Bjelovar - Upravni odjel za gospodarstvo
Ostali dionici	Privatni poduzetnici Grad Bjelovar - Upravni odjel za komunalne djelatnosti i uređenje prostora TZ Bilogora – Bjelovar Bjelovarsko-bilogorska županija
Vremenski obuhvat	IV. 2022 – IV. 2027.
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Procjena tržišnog potencijala kampinga prema segmentima potražnje • Kreiranje kataloga zgrada za potencijalne <i>brownfield</i> investicije • Definiranje potencijalnih tržišnih segmenata • osmišljavanje i uspostavljanje nefinancijskih poticaja (tehnička pomoć, priprema projektne dokumentacije, interni marketing, medijatorske usluge prema različitim institucijama) • osmišljavanje i uspostavljanje financijskih poticaja (komunalna naknada, koncesije)
Programi/projekti	<ul style="list-style-type: none"> • Izgradnja (ili prenamjena postojećeg objekta druge namjene) dva nova hotelska objekata (uključujući i difuzne/integralne hotele) • Adaptacija i profesionalizacija postojećeg hotela Central <p>Otvorenje dva nova hostela</p>
Prioritet	Visoki
Izvori financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • dio aktivnosti u okviru djelatnosti službi JLS te sustava turističkih • zajednica • nefinancijski poticaji: u okviru djelatnosti službi JLS • financijski poticaji: sredstva Županije, gradova i općina



	<ul style="list-style-type: none"> • financiranje investicijskih projekata: EU fondovi/programi, HBOR, komercijalne banke, vlastita sredstva investitora
Pokazatelji	<ul style="list-style-type: none"> • uspostavljen sustav financijskih i nefinancijskih poticaja podrške za razvoj hotelske ponude • izgrađen jedan novi hotel ili slični objekt te dva nova hostela • uspostavljen barem jedan difuzni/integralni hotel

Mjera	I.2. Razvoj kamping (glamping + bungalovi) ponude
Cilj mjere	Razvoj kamping (glamping + bungalovi) ponude na području Grada Bjelovara kao faktora obogaćivanja destinacijskog proizvoda izgradnjom / uspostavom barem jednog novog kampa više kategorije s većim brojem raznovrsnih objekata (glamping objekti + bungalovi), te razvoj dosadašnje kamping ponude.
Opis mjere	U zoni izdvojene ugostiteljsko – turističke namjene moguća je izgradnja i uređenje smještajnih kapaciteta (npr. kampa i autokampa) te pripadajućih turističkih sadržaja (ugostiteljsko – zabavni, sportsko – rekreacijski, trgovački, poslovni i servisi) te zelenih površina. Organizirano mjesto za smještaj kampera i / ili turista koji borave u glamping objektima i bungalovima omogućilo bi Gradu Bjelovaru kompetitivnost i atraktivnost na tržištu u odnosu na ostale destinacije sličnog karaktera. Izgradnja / uspostava novog kampa više kategorije raznolike strukture ponude (šatori, glamping objekti, kamp kućice, bungalovi, automobili) inducirala bi dodatnu turističku potražnju temeljem razvoja opće turističke suprastrukture te bi omogućila brzi rast kvalitetne ponude prilagođene očekivanjima i potrebama ciljnih tržišnih segmenata (npr. sportske grupe, rekreativci, mladi, obitelji i sl.). Program obuhvaća uspostavljanje prikladnih gradskih financijskih i nefinancijskih poticaja povezanih/nadograđenih na nacionalne EU programe/fondove, uz poseban naglasak na poticanje tematiziranih, održivih, tehnološki bolje opremljenih i dizajnerski diferenciranih kamp objekata ili bungalova (eko, boutique kampovi, kamp odmorišta, kampovi na seoskim gospodarstvima).
Nositelj	Grad Bjelovar - Upravni odjel za gospodarstvo Izletišta i vinotočje Vinia Privatni poduzetnici / investitori
Ostali dionici	Grad Bjelovar - Upravni odjel za komunalne djelatnosti i uređenje prostora TZ Bilogora – Bjelovar TZ Bjelovarsko–bilogorske županije Udruženje obrtnika Bjelovar Ceh ugostitelja i turističkih djelatnika
Vremenski obuhvat	III. 2022. – IV. 2025.
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Procjena tržišnog potencijala kampinga prema segmentima potražnje (studija izvedivosti i opravdanosti projekta) • Valorizacija poželjnih lokacija za izgradnju kamping ponude • Izgradnja infrastrukture u zonama namjene za kamping



	<ul style="list-style-type: none"> Izrada koncepta razvoja kamping ponude na području Grada te skladištanje prostorno planske dokumentacije Grada s postavljenom koncepcijom Prezentiranje projekta potencijalnim privatnim investitorima i provedba projekata podizanja razine znanja i vještina potencijalnih pružatelja kamping usluga Poticanje poduzetnika za pokretanjem investicije u razvoj kamping ponude: <ul style="list-style-type: none"> osmišljavanje i uspostavljanje nefinancijskih (tehnička/savjetodavna pomoć, priprema projektne dokumentacije, interni marketing, medijatorske usluge prema različitim institucijama) osmišljavanje i uspostavljanje financijskih poticaja (komunalna naknada, koncesije, pokrivanje dijela troška kamata)
Programi/projekti	<ul style="list-style-type: none"> Izgradnja infrastrukture u turističkoj zoni Veliko Korenovo (2021. - 2025.) Proširenje i profesionalizacija postojećeg kampa Vinia (2022.) Izgradnja / uspostava jednog novog kampa više kategorije s većim brojem raznovrsnih objekata (glamping objekti + bungalovi)
Prioritet	Vrlo visok
Izvori financiranja	<ul style="list-style-type: none"> Dio aktivnosti u okviru djelatnosti službi JLS te sustava turističkih zajednica Nefinancijski poticaji: u okviru djelatnosti službi JLS Financijski poticaji: sredstva Županije i Grada Bjelovara Financiranje investicijskih projekata: EU fondovi/programi/poticaji, HBOR, komercijalne banke, vlastita sredstva investitora Primjeri poticaja: komunalne naknade, koncesije, subvencioniranje (pokrivanje dijela troška) kamata na kredite, bespovratna sredstva i sl.
Pokazatelji	<ul style="list-style-type: none"> Uspostavljen sustav financijskih i nefinancijskih poticaja podrške za razvoj kamping ponude Dovršetak proširenja postojećeg kampa Uspostavljen jedan novi kamp više kategorije s većim brojem raznovrsnih objekata (glamping objekti + bungalovi)

Mjera	I.3. Razvoj smještajne ponude obiteljskih domaćinstava i obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava
Cilj mjere	Unaprjeđenje postojeće i izgradnja nove smještajne ponude obiteljskih domaćinstava i obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava (OPG-ova)
Opis mjere	Gosti sve više žele boraviti u prostorima koji su mirni, zeleni i omogućuju odmak od svakodnevice uz digitalni detox, a odabir njihove destinacije putovanja često proizlazi iz motivacije za odmorom u diferenciranom, sadržajnom, specijaliziranom i atraktivnom smještajnom objektu (npr. kuće za odmor visoke kategorije, OPG-ovi s pružanjem usluga u turizmu, neobični ili tematizirani privatni objekti, objekti s mnoštvom sadržaja). Na području Grada Bjelovara može se razvijati seoski turizam s gastronomsko-ekološkom i enološkom



	ponudom, što svakako može pridonijeti raznolikosti turističke ponude, a razvoj privatnih objekata podrazumijeva unaprjeđenje postojeće i izgradnju nove smještajne ponude, koji će pratiti i porast kategorizacije istih.
Nositelj	Grad Bjelovar – Upravni odjel za gospodarstvo Srednji i mali privatni poduzetnici u ugostiteljstvu i turizmu Nekoliko OPG-ova u i oko Grada Bjelovara (Izletišta Vinia, Maglenča, Veliko Trojstvo)
Ostali dionici	Grad Bjelovar – Upravni odjel za komunalne djelatnosti i uređenje prostora TZ Bilogora – Bjelovar Udruženje obrtnika Bjelovar Ceh ugostitelja i turističkih djelatnika Ostali sporedni dionici u turizmu
Vremenski obuhvat	II. 2022 – IV. 2027.
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Presentiranje projekta dosadašnjim i potencijalnim privatnim iznajmljivačima, obrtnicima i ugostiteljima te provedba projekata podizanja razine znanja o važnostima i benefitima, razvoju kvalitete, specijalizacije i sadržaja smještajne ponude te mogućnostima izgradnje ili uspostave (proširenje smještajnih jedinica, renovacija ili izgradnja objekata, prenamjena prostora i sl.) • Poticanje malih i srednjih (ponajviše lokalnih) poduzetnika za pokretanjem investicije u razvoj smještajne ponude obiteljskih domaćinstava i obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava: <ul style="list-style-type: none"> - osmišljavanje i uspostavljanje nefinancijskih (tehnička/savjetodavna pomoć, priprema projektne dokumentacije, interni marketing, medijatorske usluge prema različitim institucijama) • osmišljavanje i uspostavljanje financijskih poticaja (komunalna naknada, jednokratna bespovratna sredstva, EU fondovi/programi)
Programi/projekti	<ul style="list-style-type: none"> • Unaprjeđenje 30% postojećih privatnih smještajnih objekata • Izgradnja pet novih privatnih smještajnih objekata
Prioritet	Visoki
Izvori financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • Financiranje investicijskih projekata: EU fondovi/programi/poticaji, HBOR, komercijalne banke, vlastita sredstva investitora • Primjeri poticaja: komunalne naknade, koncesije, subvencioniranje (pokrivanje dijela troška) kamata na kredite, bespovratna sredstva i sl.
Pokazatelji	<ul style="list-style-type: none"> • Uspostavljen sustav financijskih i nefinancijskih poticaja podrške za razvoj ponude OPG-ova • Otvorena dva nova OPG-a s funkcijom smještaja

Mjera	I.4. Jačanje i podizanje kvalitete gastronomske ponude
Cilj mjere	Unaprjeđenje i diversifikacija ponude i usluge restorana i ostalih ugostiteljskih objekata
Opis mjere	Unaprjeđenje i diversifikacija ponude i usluge restorana i ostalih ugostiteljskih objekata koji oživljavaju životni stil turista, utječu na zabavu i odmor, te pružaju



	<p>doživljaj i iskustvo. Program podrazumijeva jačanje i podizanje kvalitete pripreme, serviranja, prezentacije i usluživanja jela i pića, ugostiteljskog obrazovanja te popratne gastro ponude (organizirane gastro ture, aktivnosti u poljima, kušaonice, eno-gastro suvenirnice, manifestacije i događanja i sl.).</p>
Nositelj	<p>Turističko – ugostiteljska i prehrambena škola Bjelovar Grad Bjelovar – Upravni odjel za gospodarstvo Nezavisna udruge ugostitelja BBŽ Ceh ugostitelja i turističkih djelatnika</p>
Ostali dionici	<p>Poduzetnici iz djelatnosti restorana i ostalih objekata za pripremu i usluživanje hrane Nekoliko OPG-ova u i oko Grada Bjelovara (Izletište Vinia, Maglenča, Veliko Trojstvo) Ostali privatni poduzetnici Grad Bjelovar – Upravni odjel za komunalne djelatnosti i uređenje prostora Udruženje obrtnika Bjelovar Ostale udruge (Pčelarska udruga 'Bilogora' Bjelovar, Udruga voćara 'Dar Bilogore')</p>
Vremenski obuhvat	<p>III. 2022. – IV. 2027.</p>
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Poticanje gastronomije vođene kvalitetom i domaćim ekološkim uzgojem • Poticanje i popularizacija gastronomije temeljene na tipičnim i tradicionalnim eno i gastro specijalitetima te eko i lokalnih proizvoda i namirnicama kraja • Jačanje originalnosti i raznolikosti ponude jela i serviranja, te prezentacije (<i>storytelling</i>) i usluživanja jela u svrhu stvaranja iskustva i doživljaja • Jačanje prepoznatljivosti i autohtonosti gastro ponude Grada Bjelovara i kvalitete bjelovarskih proizvoda te povezivanje s turizmom • Jačanje prepoznatljivosti internacionalne gastro ponude nacionalnih manjina Grada Bjelovara • Jačanje kompetencija ugostitelja i povezanih djelatnika • Jačanje gastronomije preko raznovrsnih tematskih manifestacija i događanja tijekom cijele godine • Povezivanje gastronomije s izletištima, kušaonicama, vinskim i gastro cestama, kulinarskim tečajevima, prodajom eno-gastro suvenira • Intervencija na izletišta s tradicijskom gastro ponudom • Unifikacija ugostiteljskih objekata i izgradnja identiteta restorana • Intervencija u edukaciju za lokalne OPG-ove i ugostitelje, izrada i zajednička promocija gastro suvenira (npr. kvargl)
Programi/projekti	<ul style="list-style-type: none"> • Registracija zemljopisnog podrijetla bjelovarskog kvargla (2018.) • Obrazovni programi: <ul style="list-style-type: none"> • Vještine za budućnost! (2021.-2022.) • <i>A sustainable table for multiculturalism and inclusion</i> (2020.-2023.)



	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Long Live Cultural Diversity!</i> (2020.-2023.) • Znanje je u modi! (2020.-2023.) • Otvaranje i obilazak kušaonica i mini proizvodnji (mljekare, tvornice, obrti) te kulinarskih tečajeva u tematiziranim rutama • Cesta restorana bjelovarskih nacionalnih manjina kao ideja nove turističke ponude
Prioritet	Umjeren
Izvori financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • Financiranje projekata: EU fondovi/programi/poticaji, HBOR, komercijalne banke, vlastita sredstva investitora • Primjeri poticaja: komunalne naknade, koncesije, subvencioniranje (pokrivanje dijela troška) kamata na kredite, bespovratna sredstva i sl.
Pokazatelji	<ul style="list-style-type: none"> • Uspostavljen sustav financijskih i nefinancijskih poticaja podrške za razvoj gastronomske ponude • Promjena radnog vremena (radna nedjelja, neradni ponedjeljak) • Jedan restoran s Michelinovom preporukom

Mjera	I.5. Razvoj ponude zdravstvenih / wellness-turističkih centara / kompleksa
Cilj mjere	Unaprjeđenje postojeće ponude i programa zdravstvenih / wellness – turističkih centara / kompleksa te izgradnja / uspostava novih
Opis mjere	Razvoj Grada Bjelovara kao grada idealnog za razvoj zdravstvenog i wellness turizma (medicinski wellness, spa programi, fizikalna medicina, zabava i odmor, privatne dentalne, fizioterapijske, estetske klinike, kozmetičke usluge) u zoni izdvojene ugostiteljsko – turističke namjene (sportsko – rekreacijski sadržaji: zatvoreni i otvoreni bazeni; prostori i građevine u funkciji zdravstvenog turizam: specijalističke ambulante, klinike i poliklinike, lječilišta, wellness i drugi slični sadržaji u funkciji zdravstvenog turizma). Razvoj ponude odnosi se na unaprjeđenje portfelja postojeće javne i privatne ponude te izgradnju nove javne ponude uz mogućnost privlačenja novih investitora zdravstvenog turizma i ostalih <i>beauty</i> tretmana tijela i lica te usluga u turizmu. Za pružanje pratećih usluga kao nadopuna turističkim sadržajima mogu se urediti prostori kao što su wellness, sauna, prostori za liječenje tradicionalnim i alternativnim metodama kao (akupunktura, akupresura, aromaterapija i druge manje ambulante za pružanje zdravstvenih usluga) i sl.
Nositelj	Terme Bjelovar d.o.o.
Ostali dionici	Ministarstvo turizma i sporta Ministarstvo zdravstva – Sektor za zdravstveni turizam Hrvatski Olimpijski odbor Grad Bjelovar – Upravni odjel za kulturu, zdravstvo, socijalnu skrb i opće poslove Grad Bjelovar – Upravni odjel za gospodarstvo Wellness, fitness i zdravstveni centri Privatni poduzetnici / investitori TZ Bilogora – Bjelovar



	TZ Bjelovarsko–bilogorske županije Gradsko poduzeće za upravljanje sportskim objektima d.o.o. Športska zajednica Grada Bjelovara
Vremenski obuhvat	I.2023. – I. 2025.
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Izgradnja i unaprjeđenje bazenske infrastrukture • Unaprjeđenje turističkih zdravstvenih, rekreacijskih i wellness proizvoda i programa nižeg intenziteta • Medijsko jačanje prepoznatljivosti Grada Bjelovara kao grada bazenskih kompleksa • Povezivanje zdravstvene i wellness ponude na županijskoj razini • Kreiranje paketa usluga kroz javno-privatno partnerstvo • Specijalizacija turističkih agencija koji će nuditi organizirane dolaske i itinerere (jednodnevne i višednevne) u Terme • Kreiranje tematskih tura s ishodištima u turističkoj zoni Veliko Korenovo • Razvoj komplementarne inovativne gastronomske ponude u sklopu Termi • Povezivanje privatnih poduzetnika u segmentu wellnessa, zdravlja, sporta i ljepote i proizvoda spa turizma • Usmjereni plasman spa proizvoda prema ciljnim segmentima (udruge umirovljenika, škole i slično) • Kreiranje online informacijsko-prodajne platforme specijalizirane za ovaj proizvod
Programi/projekti	<ul style="list-style-type: none"> • Gradnja bazenskog kompleksa u Velikom Korenovu, Terme Bjelovar (2022. – 2024.)
Prioritet	Visok
Izvori financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • Financiranje investicijskih projekata: EU fondovi/programi/poticaji, HBOR, komercijalne banke, vlastita sredstva investitora • Primjeri poticaja: komunalne naknade, koncesije, subvencioniranje (pokrivanje dijela troška) kamata na kredite, bespovratna sredstva i sl.
Pokazatelji	<ul style="list-style-type: none"> • Uspostavljen sustav financijskih i nefinancijskih poticaja podrške za razvoj ponude zdravstvenih/ wellness – turističkih centara / kompleksa • Uspostavljen jedan novi bazenski kompleks • Razvoj barem jedne nove zdravstvene poliklinike u turističkom smjeru • Uspostava platforme zdravstvenog i wellness turizma Grada Bjelovara

Mjera	I.6. Kreiranje tematskih cikloturističkih i konjičkih ruta
Cilj mjere	Unaprjeđenje tematskih cikloturističkih i konjičkih ruta kreiranjem i prilagođavanjem infrastrukture, suprastrukture i povezane turističke ponude i usluga
Opis mjere	Daljnji razvoj ponude namijenjene uskim tržišnim segmentima na osnovi guste mreže različitih i sadržajno atraktivnih staza i ruta te komplementarnih usluga



	<p>jedan je od ključnih programa diferencijacije i atraktivnosti destinacije na specijaliziranom turističkom tržištu. Mjere razvoja konjičkih ruta temelje se na uzgoju konja, konjičkim priredbama i povezanim manifestacijama i rekreativnom i sportskom jahanju po konjičkim rutama organiziranim od strane konjičkih klubova. Mjere razvoja cikloturističkih ruta temelje se na kreiranju turističkih izleta, ciklo programima po obilježenim i neobilježenim biciklističkim rutama te sudjelovanju u sportskim biciklističkim manifestacijama. Tematske rute uključuju i potrebu za kreiranjem sigurnih i povezanih staza prema potrebama lokalnog stanovništva, terenskoj pristupačnosti i motornom prometu (razvoj biciklističke infrastrukture) te potrebu za povezivanjem lokalnih, sa županijskim i međunarodnim biciklističkim rutama. Mreža tematskih biciklističkih ruta naslanja se na manje prometne lokalne ceste, napuštene trase željeznica, seoske putove, riječne nasipe i brdske staze oplemenjene temama kao što su vino, med, seoski turizam, i sl.</p>
<p>Nositelj</p>	<p>TZ Bilogora – Bjelovar TZ Bjelovarsko–bilogorske županije Grad Bjelovar – Upravni odjel za komunalne djelatnosti i uređenje prostora</p>
<p>Ostali dionici</p>	<p>Konjički klub Vinia Privatni mali i srednji poduzetnici Grad Bjelovar – Upravni odjel za odgoj, obrazovanje i sport JU Priroda BBŽ Udruženje obrtnika Bjelovar Športska zajednica Grada Bjelovara Biciklistički klub 'Gema' Nacionalna udruga turističkih konjičkih vodiča 'Engea Hrvatska' Konjički klub Bjelovar, Brezovac, Vinia Bjelovarski Graničari – Husari 1756 Komunalac Bjelovar</p>
<p>Vremenski obuhvat</p>	<p>I. 2024. – IV. 2027.</p>
<p>Aktivnosti</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Unaprjeđenje i razvoj biciklističko – pješačke infrastrukture u Gradu Bjelovaru i okruženju (kvalitetna odmorišta – nadstrešnica, alat, pitka voda, karte; izrada /nadopuna kvalitetnih kartografskih materijala i aplikacija, s naglaskom na korištenju GPS tehnologija; servis) • Unaprjeđenje i izgradnja prateće turističke i rekreativne suprastrukture na rutama (npr. odmorišta i vidikovci, signalizacija i interpretacija – putokazi, smeđe table, informacijski punktovi – interpretacijske ploče) • Daljnje povezivanje cikloturističkih i konjičkih ruta u Županiji s Gradom Bjelovarom • Kvalitetno interpretiranje atrakcija na cikloturističkim rutama • Razvoj edukacije specijaliziranih vodiča, servisa i agencija, cikloturističkih i konjičkih sadržaja i tematsko-kulturnih programa na rutama, organizacije itinerera



	<ul style="list-style-type: none"> • Kreiranje tema ruta u sklopu postojeće, nove manifestacije ili natjecanja • Realizacija predviđenih projekata (dvorana za turističko i sportsko jahanje) kao supstituta tijekom vremenskih neprilika • Certificiranje konjičkih staza i „horse welcome“ punktova • Unaprjeđenje prodaje programa na tematskim rutama putem DMK • Ciljna promocija tematskih cikloturističkih i konjičkih ruta
Programi/projekti	<ul style="list-style-type: none"> • Razvoj biciklističkih ruta Grada Bjelovara • Gradnja pješačko-biciklističke staze i pješačko-biciklističkog mosta u Gradu Bjelovaru (2022.-?) • Vinia endurance akademija (2022.) • Povijesna poučna staza Ab ovo
Prioritet	Umjereni
Izvori financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • Sredstva Županije, Grada Bjelovara te pripadajućih TZ-a • Financiranje investicijskih projekata: EU fondovi/programi/poticaji, HBOR, komercijalne banke, vlastita sredstva investitora • Primjeri poticaja: komunalne naknade, koncesije, subvencioniranje (pokrivanje dijela troška) kamata na kredite, bespovratna sredstva i sl.
Pokazatelji	<ul style="list-style-type: none"> • Povećanje broja noćenja cikloturista za 50% i konjičkih turista za 100% • Karta (online) s postojećim stazama, objektima i interpretacijom • Otvoreno pet novih B&B objekata, te tri nova R&B objekta

Mjera	I.7. Uspostavljanje sustava izletišta i vidikovaca Bjelovara i Bilogore, uključujući i lokacije za sportove i rekreaciju na vodi te ribičke točke
Cilj mjere	Uspostavljanje sustava izletišta i vidikovaca Bjelovara i Bilogore, uključujući i lokacije za sportove i rekreaciju na vodi te ribičke točke
Opis mjere	Program podrazumijeva unaprjeđenje i izgradnju novih izletišta koja pripremaju lokalne gastro specijalitete, s fokusom na organizaciju obiteljskih druženja, proslava, jahanja, dječje izlete i sl. te infrastrukturno unaprjeđenje i povezivanje vidikovaca Bjelovara i Bilogore, uključujući i lokacije za sportove i rekreaciju na vodi, te ribičke točke (npr. Jezero Lug)
Nositelj	Grad Bjelovar – Upravni odjel za komunalne djelatnosti i uređenje prostora
Ostali dionici	<p>Grad Bjelovar – Upravni odjel za gospodarstvo</p> <p>Grad Bjelovar – Upravni odjel za odgoj, obrazovanje i sport</p> <p>TZ Bilogora – Bjelovar</p> <p>TZ Bjelovarsko–bilogorske županije</p> <p>Privatni poduzetnici (investitori)</p> <p>Ceh ugostitelja i turističkih djelatnika</p> <p>Izletišta i vinotočje Vinia</p> <p>Športska zajednica Grada Bjelovara</p> <p>JU Priroda BBŽ</p> <p>Komunalac Bjelovar</p>
Vremenski obuhvat	I. 2025. – IV. 2026.



Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Razvoj turističke suprastrukture • Intervencija na izletišta s tradicijskom gastro ponudom • Intervencija na vidikovce, lokacije za sportove i rekreaciju te ribičke točke • Povezivanje izletišta s vidikovcima i ostalim sportskim i rekreativnim sadržajima
Programi/projekti	<ul style="list-style-type: none"> • Poučno tematska staza s pratećim sadržajima – šuma Lug, Bjelovar (2021.-2023.)
Prioritet	Niski
Izvori financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • Sredstva Grada • Financiranje investicijskih projekata: EU fondovi/programi/poticaji, HBOR, komercijalne banke, koncesije
Pokazatelji	<ul style="list-style-type: none"> • Uspostavljenja barem 2 nova vidikovca • Uspostavljena barem jedna nova ribička točka

Mjera	I.8. Podizanje razine turistifikacije i tržišna prepoznatljivost lokaliteta memorijalnog turizma
Cilj mjere	Stavljanje u funkciju turizma memorijalnih lokaliteta kako bi se aktivirao memorijalni turizam koji bi istovremeno služio za jačanje prostornog identiteta kao i edukacije.
Opis mjere	Evidentiranje, uređenje i održavanje lokaliteta memorijalnog turizma na prostoru Grada Bjelovara radi povećanja turističke potražnje uz prilagođenu prezentaciju za edukaciju, ali i povećanja turističke potražnje prilagođene očekivanjima i potrebama ciljnih tržišnih segmenata. Mjera se može provoditi kroz različite programe Ministarstva branitelja, Ministarstva kulture i medija te županijskih i gradskih financijskih poticaja. Na prostoru Grada postoje brojne lokacije koje se mogu urediti i koristiti za potrebe memorijalnog turizma (Barutana, Lug, Borik, centar Grada). Lokacije memorijalnog turizma mogu se vezati uz različite tematske staze, rute (cikloturizam, pješačenja, i dr).
Nositelj	Ministarstvo branitelja
Ostali dionici	TZ Grada Bjelovara Ministarstvo kulture i medija Ministarstvo obrane Povijesne udruge Grad Bjelovar
Vremenski obuhvat	III. 2023 – II. 2025.
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Razvoj atrakcijske osnove memorijalnog turizma • Osmišljavanje i uspostavljanje nefinancijskih poticaja (tehnička pomoć, priprema projektne dokumentacije, interni marketing, medijatorske usluge prema različitim institucijama) • Osmišljavanje i uspostavljanje financijskih poticaja (komunalna naknada, koncesije, pokrivanje dijela troška kamata) • Evidentiranje, uređenje i održavanje lokaliteta memorijalnog turizma



	<ul style="list-style-type: none"> Izrada programa edukacije prilagođenih različitim dobnim i ciljnim skupinama Osmišljavanje programa posjećivanja i obilježavanje obljetnica
Programi/projekti	<ul style="list-style-type: none"> Projekt uređenja spomen područja Lug Interpretacija spomen područja Barutana
Prioritet	Umjereni
Izvori financiranja	<ul style="list-style-type: none"> Dio aktivnosti u okviru djelatnosti službi Grada te sustava TZ Nefinancijski poticaji u okviru djelatnosti službi tijela državne uprave Financijski poticaji: sredstva države, Županije, Grada Sredstva udruga i darovi
Pokazatelji	<ul style="list-style-type: none"> Uspostava praćenja organiziranih posjetitelja Zastupljenost u medijima Praćenje kroz obrazovni program različitih ciljnih i dobnih skupina

Mjera	I.9. Razvoj i povećanje tržišne prepoznatljivosti / tržišnog udjela kapaciteta sportsko–rekreacijskog turizma
Cilj mjere	Unaprjeđenje i održavanje postojeće sportske infrastrukture te gradnja novih, suvremenih javnih sportskih i rekreacijskih objekata, prostora, sadržaja i programa s ciljem promicanja zdravog načina života i poticanja sportsko–rekreacijskog turizma
Opis mjere	Programa osigurava adekvatne prostorne uvjete za bavljenje sportskim i sportsko-rekreativnim aktivnostima te utječe na podizanje razine stručnosti voditelja programa za sve skupine, od amatera, rekreativaca i djece do nadarenih pojedinaca i natjecatelja. Sportsko-rekreacijski turizam je jedan od temeljnih resursa razvoja turizma sportskih priprema, izletničkog i manifestacijskog turizma.
Nositelj	Grad Bjelovar – Upravni odjel za odgoj, obrazovanje i sport
Ostali dionici	Grad Bjelovar – Upravni odjel za komunalne djelatnosti i uređenje prostora Gradsko poduzeće za upravljanje sportskim objektima d.o.o. NK Mladost Terme Bjelovar MORH Privatni poduzetnici Športska zajednica Grada Bjelovara Preko 75 sportskih i rekreacijskih udruga i klubova Komunalac Bjelovar
Vremenski obuhvat	III. 2022 – IV. 2026.
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> Obnova i unaprjeđenje sadržaja na atletskom stadionu Izgradnja nove i obnova postojeće sportsko–rekreacijske infrastrukture i kapaciteta Redovno održavanje objekata, hortikulturno uređenje, nabava urbane i sportske opreme, informativna signalizacija, uređenje okupljališta, sanitarni čvorovi



	<ul style="list-style-type: none"> • Prilagodba objekata osobama s invaliditetom • Razvoj suradnje između turističkog i sportskog sektora • Specijalizacija turističkih agencija za formiranje paketa 'sportskih priprema' i drugih događanja, sukladno potrebama pojedinih sportova • Stvaranje alijansi sportskih i turističkih organizacija u cilju objedinjavanja pojedinih elemenata ponude • Unapređenje prodaje, koje obuhvaća objedinjavanje ponude i poticanje nacionalnih saveza na organizaciju međunarodnih natjecanja • Kreiranje online informacijsko-prodajne platforme specijalizirane za ovaj proizvod • Organizacija studijskih putovanja za predstavnike klubova i saveza • Edukacija sportskih voditelja i trenera te medicinskog osoblja
Programi/projekti	<ul style="list-style-type: none"> • Izgradnja novog nogometnog stadiona Bjelovar (2021.-2022.) • Rekonstrukcija atletskog stadiona • Nogometni stadion Ždralovi (2021.-2022.) • Izgradnja područne škole Sjever – izgradnja škole i dvorane (2022.-2024.) <ul style="list-style-type: none"> • Izgradnja sportske dvorane na zemljištu vojarne 'Bilogora'
Prioritet	Visoki
Izvori financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • Financijska potpora Ministarstva turizma i sporta • Sredstva Županije i Grada Bjelovara • Financiranje investicijskih projekata: EU fondovi/programi/poticaji, HBOR, komercijalne banke, vlastita sredstva investitora <p>Primjeri poticaja: komunalne naknade, koncesije, subvencioniranje (pokrivanje dijela troška) kamata na kredite, bespovratna sredstva i sl.</p>
Pokazatelji	<ul style="list-style-type: none"> • Kvadrati novih sportsko-rekreacijskih površina (dvorane, igrališta, bazeni, travnjaci i sl.) • Broj novih sportskih i sportsko-rekreacijskih programa • Broj učesnika sportskih zdravstveno-preventivnih programa • Porast broja novih kapaciteta (stajaći i sjedeći) svih dvorana • Porast zakupa dvorana • Porast broja natjecanja, sportskih događaja, priprema, manifestacija



Operativni Cilj:

II. Unapređenje sustava destinacijskog menadžmenta i upravljanja manifestacijama

Mjera	II.1. Uspostava prepoznatljivosti kulturnih manifestacija
Cilj mjere	Jačanje prepoznatljivosti i imidža Grada Bjelovara kao kulturne destinacije
Opis mjere	<p>Kulturne manifestacije mogu predstavljati efektan i efikasan način turističke prepoznatljivosti i poželjnog imidža određene turističke destinacije. Kada su one dovoljno atraktivne, a time i prepoznate na turističkom tržištu, mogu privući pažnju u relativno malim i slabije prepoznatljivim destinacijama. Iako se u Gradu Bjelovaru organizira više kulturnih manifestacija među kojima neke, poput Terezijane i dr. generiraju visoku posjećenost, ali pretežito lokalne i regionalne potražnje. Stoga bi bilo važno dodatno ojačati neke od postojećih manifestacija na razinu nacionalne, odnosno međunarodne prepoznatljivosti. Polazeći od vizije da je Bjelovar „Urbano središte tradicionalno poljoprivredne regije, prepoznatljiva i zanimljiva kulturna i turistička destinacija koja osigurava poticajno okruženje za gospodarstvo, kvalitetan obiteljski život, obrazovanje i rad svih građana“, potrebno je aktivirati manifestacije te odrediti im značenje razvoja (lokalno, županijsko, državno i međunarodno). S obzirom na prepoznatljivost, daljnji prioritet imaju Terezijana, BOKfest, Dokuart, Božićni Gala koncert i Tjedan udaraljkaša. Kako bi ispunile svoju misiju 'generatora kulturnog imidža' te da bi im se ujedno osigurala adekvatna organizacijska i financijska podrška, ovakve manifestacije pretpostavljaju suradnju više subjekata i lokacija, multidisciplinarnost u stvaranju inovativnih i kreativnih sadržaja te stručno i posvećeno vođen program manifestacija.</p> <p>Mjera se može provoditi kroz različite programe Ministarstva kulture i medija te drugih državnih, županijskih i gradskih financijskih poticaja.</p>
Nositelj	TZ Bilogora - Bjelovar KMC Bjelovar Ministarstvo kulture i medija
Ostali dionici	Grad Bjelovar Gradska knjižnica Pučko učilište Bjelovar Udruga za kulturu Bjelovara Amatersko kazalište Bjelovar poznate osobe iz kulture
Vremenski obuhvat	I.2023. – IV.2024.
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Izrada idejnog koncepta i sadržaja manifestacije(a) • Komunikacija i povezivanje potencijalnih dionika • Uspostava stručne/profesionalne organizacije za vođenje manifestacije(a). • Osmišljavanje i uspostavljanje financijskih i nefinancijskih poticaja (tehnička pomoć, priprema projektne dokumentacije, interni marketing, medijatorske usluge prema različitim institucijama)



	<ul style="list-style-type: none"> • Imenovana operativna ekspertna grupa za vođenje unaprijed određenih najznačajnijih manifestacija • Provedba manifestacija • Zastupljenost u medijima
Programi/projekti	Brojni programi udruga u kulturi i nacionalnih manjima usmjerenih na događanja u kulturi
Prioritet	Visok
Izvori financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • Dio aktivnosti u okviru djelatnosti službi Grada te TZ • Nefinancijski poticaji: u okviru djelatnosti službi Grada • Financijski poticaji: sredstva Grada i Županije, Ministarstvo kulture i medija
Pokazatelji	<ul style="list-style-type: none"> • Uspostava ekspertne grupe za realizaciju mjere kroz definiranje programa i procesa rada • Zastupljenost u medijima • Realizacija planiranog programa manifestacija

Mjera	II.2. Stvaranje poduzetničkih klastera
Cilj mjere	Horizontalno i vertikalno povezivanje direktnih i indirektnih poduzetnika u turizmu
Opis mjere	Kvalitetno osmišljeno turističko tržište pretpostavlja stvaranje kompleksnih turističkih proizvoda koji podrazumijevaju povezivanje kroz suradnju većeg broja ponuditelja različitih usluga koji su direktno i indirektno uključeni u pružanje usluga u turizmu. Jedno su od sredstava poticanja takve suradnje i proizvodni (tematski) klasteri. Klasteri kao pravne osobe ili neformalne mreže povezanih gospodarskih subjekata (poduzeća, dobavljači, javne i obrazovne institucije) imaju svrhu vertikalnu/horizontalnu integraciju, razmjenu iskustava, lobiranje, unapređivanje kvalitete proizvoda i/ili usluge standardizacijom, lakšim tržišnim nastupom, povećanjem tržišne prepoznatljivosti i sl. Poželjno je i šire klastersko udruživanje sa sličnim organizacijama (klasterska udruženja) u Hrvatskoj i/ili na području relevantnog konkurentskog kruga srednjoeuropskih regija. Mjerom se stoga potiče proces udruživanja/povezivanja poduzetnika orijentiranih prema turizmu. Navedeno udruženje posebno je vidljivo kroz održavanje različitih manifestacija.
Nositelj	Grad Bjelovar – upravni odjel za gospodarstvo
Ostali dionici	JURA BBŽ LAG Sjeverna Bilogora Obrtnička komora HGK Županijska komora Bjelovar Ceh Ugostitelja Nezavisna udruga ugostitelja BBŽ
Vremenski obuhvat	I. 2023. – II.2024.
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Analiza interesa i potreba za tematskim klasterima • Iniciranje suradnje zainteresiranih subjekata i usuglašavanje područja djelovanja



	<ul style="list-style-type: none"> • Definiranje pravnog i poslovnog modela udruživanja, uključujući i scenarije tržišnog nastupa • Procjena financijskih potreba i očekivanih učinaka
Programi/projekti	-
Prioritet	Niski
Izvori financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • Dio aktivnosti u okviru djelatnosti službi Grada te TZ • Financijski poticaji: sredstva Grada i Županije • Vlastita sredstva poduzetnika
Pokazatelji	<ul style="list-style-type: none"> • Uspostavljen barem jedan poduzetnički klaster

Mjera	II.3. Programi podizanja razine svijesti o vrijednosti kulturne i prirodne baštine lokalne zajednica
Cilj mjere	Podizanje interesa i svijesti lokalnog stanovništva o vrijednostima kulturne i prirodne baštine kroz uključivanje u osmišljavanje održivog razvoja turizma i njegovih mogućnosti.
Opis mjere	Planiranje razvoja i provedba samog turizma pretpostavlja podršku lokalnog stanovništva, često kroz suprotstavljene interesa ključnih stavova dionika/stanovnika. Kroz dijalog i suradnju osigurava se međusobno povjerenje za provedbu različitih vrsta programa podizanja razine svijesti, odnosno internog marketinga, usmjerenih prema lokalnoj zajednici, da bi se lokalni dionici informirali i educirali o mogućnostima i željenom smjeru razvoja turizma. Poseban segment/smjerni program odnosi se na popularizaciju kulturne i prirodne baštine u turizmu. Provedba ove mjere obuhvaća edukaciju lokalnog stanovništva kroz različite materijale za komunikaciju (info-brošure, tematske info-edukativne radionice, studijska putovanja i partnerstva, zajednički projekti s dionicima i sl.), radio emisije, lokalna TV i sl. Posebna se pozornost pridaje aktivnostima za popularizaciju razumijevanja ključnih obilježja turističke aktivnosti, faktora uspjeha i trendova usmjerenih, ne samo na lokalno stanovništvo, već i na širi spektar dionika u javnom i privatnom sektoru.
Nositelj	TZ Bilogora-Bjelovar
Ostali dionici	Narodna knjižnica „Petar Preradović“ Gradski muzej Bjelovar Državni arhiv u Bjelovaru Udruge u kulturi JU Priroda BBŽ Lokalne medijske kuće
Vremenski obuhvat	II. 2022. – IV. 2027.
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Razrada i operacionalizacija aktivnosti internog marketinga • Planiranje radionica za podizanje svijesti odraslog lokalnog stanovništva o kulturnom i prirodnom identitetu • Predavanje stručnjaka o turizmu u školama • Suradnja s lokalnim medijima



	<ul style="list-style-type: none"> • Procjena financijskih potreba • Osiguranje financijskih izvora i realizacija
Programi/projekti	Povijesna poučna staza Ab ovo Interpretacijski centar Gradina
Prioritet	Umjereni
Izvori financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • Dio aktivnosti u okviru djelatnosti službi Grada te TZ, te ostalih javnih institucija
Pokazatelji	<ul style="list-style-type: none"> • Zastupljenost u medijima • Broj izdanih brošura • Broj informacija na web-u • Broj održanih edukativnih radionica • Broj održanih radio i TV emisija

Mjera	II.4. Razvoj prepoznatljive Gastronomije
Cilj mjere	Kreiranje manifestacije koja će potaknuti diversifikaciju gastro ponude, s ciljem unapređenja sustava destinacijskog menadžmenta i upravljanja manifestacijama
Opis mjere	U Gradu Bjelovaru kao jedna od najbogatijih i raznovrsnijih skupina atrakcija ističu se manifestacije (dominantno zabavnog i kulturnog karaktera), no, s obzirom da je jedan od prioritetnih proizvoda gastronomski turizam, nužno je i osmišljavanje gastronomske manifestacije. Potencijalni smjerovi razvoja manifestacije su sir (Sirela) - Bjelovarski kvargl (zaštita zemljopisnog podrijetla – ali nedostatna proizvodnja), hrana utemeljena na domaćim proizvodima visoke kvalitete (od proizvodnje povrća, mesa, meda, itd.), nacionalne kuhinje (preko 20 manjina koje žive i kulturno djeluju u Bjelovaru). Važno je naglasiti da manifestacija mora imati i kreativni karakter, gdje osim kušanja i promatranja pripreme hrane, moraju kao popratni element biti organizirani tečajevi kuhanja, <i>show cooking</i> i slično.
Nositelj	Ugostiteljsko-turistička škola Ceh ugostitelja Nezavisna udruga ugostitelja BBŽ
Ostali dionici	TZ Bilogora Bjelovar TZ Bjelovarko-bilogorske županije Poduzetnici iz područja ugostiteljstva JRE Hrvatska Nacionalna udruga ugostitelja OPG-ovi
Vremenski obuhvat	II. 2023. – II. 2025.
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Osnivanje radne skupine sastavljane primarno od predstavnika restoratera • Definiranje teme i razdoblja održavanja manifestacije • Uključivanje dionika (potencijalnih izlagača i/ili kreatora sadržaja)



	<ul style="list-style-type: none"> Definiranje ciljnih segmenata manifestacije (lokalna zajednice, gastronomadi, foodisi i drugi) Promocija putem digitalnih platformi i specifičnih kanala oglašavanja (časopisi s fokusom na gastronomiju) Uključivanje područja Bilogore u ponudu Provedba manifestacije Praćenje učinaka manifestacije na porast kvalitete gastronomske ponude u Bjelovaru
Programi/projekti	-
Prioritet	Visoki
Izvori financiranja	<ul style="list-style-type: none"> Sredstva TZ-a Bilogora-Bjelovar Potpore Ministarstva turizma (za udruge i strukovna udruženja) Potpore HGK
Pokazatelji	<ul style="list-style-type: none"> Realizacija manifestacije Broj posjetitelja Broj sudionika (ponuditelja usluga)

Mjera	II.5. Unapređenja modela upravljanja/ partnerstva i B2B aktivnosti
Cilj mjere	Unapređenje sustava destinacijskog menadžmenta i upravljanja manifestacijama
Opis mjere	Za kvalitetno upravljanje destinacijom i kreiranje turističkih proizvoda, turistički dionici moraju biti informirani. Oni traži ažurne i strukturirane informacije koje su jednostavne za korištenje i mogu se brzo pronaći. Aktualne informacije mogu uključivati rezultate relevantnih istraživanja, upute za pojedine aktivnosti, pomoć pri donošenju odluka i slično. Stoga je unutar E-marketing aktivnosti potrebno definirati i formirati skup informacija i aktivnosti koje bi bile važne za poslovnu javnost grada Bjelovara. Skup informacija, uobičajeno, uključuje važna događanja u turizmu, najavu poslovnih događanja, nastupe na sajmovima i PR aktivnosti, kao i edukacije i radionice na teme relevantne za turizam, razvojne strategije i marketinške planove, te EU projekte. Shodno tome, na stranicama Turističke zajednice Bjelovar-Bilogora predlaže se postaviti posebna sekcija koja se odnosi na pružanje kvalitetno i pregledno organiziranih i aktualnih informacija koje mogu pomoći poslovnom sektoru u unapređenju njihova poslovanja. Trenutno, na stranici postoje neki od elemenata, no potrebna je nadogradnja sadržaja, posebice u vidu tržišnih istraživanja, trendova, primjera najbolje prakse i dr.
Nositelj	TZ Bilogora - Bjelovar
Ostali dionici	JURA BBŽ Tvrtka za izradu i održavanje internetskih stranica Turistički konzultanti
Vremenski obuhvat	II. 2023. – I. 2024.
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> Istražiti interes i područje za jače povezivanje



	<ul style="list-style-type: none"> • Kreiranje/dodavanje sekcije na web portalu TZ Grada Bjelovara s najvažnijim B2B informacijama • Izrada godišnjeg plana edukacijskih aktivnosti/ radionica • Prijedlog aktivnosti unapređenja proizvoda grada Bjelovara po ugledu na primjere dobre prakse
Programi/projekti	Postojeća sekcija na stranicama TZ Bilogora - Bjelovar
Prioritet	Umjereni
Izvori financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • Sredstva TZ Bilogora – Bjelovar
Pokazatelji	<ul style="list-style-type: none"> • Broj objava za poslovne subjekte • Broj održanih edukacija/radionica

Mjera	II.6. Unapređenje turističke interpretacije, signalizacije i informiranja gostiju
Cilj mjere	Unapređenje sustava destinacijskog menadžmenta i upravljanje manifestacijama
Opis mjere	<p>Kvalitetan sustav turističke signalizacije i interpretacije je važan čimbenik doživljaja turističkog proizvoda destinacije. Turistička signalizacija upućuje goste na atrakcije, a kvalitetna i dobro organizirana interpretacija omogućuje da gosti upoznaju atrakcije i educiraju se, što ih čini posebnim i vrijednim pažnje.</p> <p>Osvremenjivanjem i nadopunom postojećeg sustava turističke signalizacije i interpretacije moguće je ubrzano poboljšati atraktivnosti grada Bjelovara, odnosno njezinih ključnih atrakcija/proizvoda. Stoga je važno da interpretacijske ploče budu na vidljivim i dostupnim mjestima, uz mogućnost sigurnog parkiranja, a važnije lokalitete opremiti i odmorišnim sadržajima (klupe, WC).</p> <p>Isto tako, potrebno je osigurati kvalitetnu informiranost gostiju o destinaciji kroz turističke informativne centre, recepcije smještajnih objekata, centre za posjetitelje, muzeje i galerije i sva druga mjesta gdje turisti mogu dobiti informacije.</p>
Nositelj	TZ Bilogora – Bjelovar
Ostali dionici	<p>Grad Bjelovar – upravni odjel za komunalne djelatnosti</p> <p>JU Priroda BBŽ</p> <p>Gradski muzej Bjelovar</p> <p>Udruge u kulturi</p>
Vremenski obuhvat	IV. 2022 – IV. 2027.



Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Formiranje tima stručnjaka za izradu koncepta interpretativnih ploča, karata i drugih informativnih sadržaja • Inventarizacija postojećeg stanja gradske turističke signalizacije i interpretacije te ocjena stanja/kvalitete • Izrada projektnog zadatka za uređenje pojedinih lokaliteta uz glavne atrakcije • Natječaj i odabir specijalizirane tvrtke za izradu informativno-interpretativnih materijala i uređenje pojedinih lokacija • Izrada interpretacijskih ploča, postavljanje, održavanje i nadopunjavanje • Istraživanje o potrebi edukacije o cjelokupnoj ponudi grada Bjelovara • Provedba edukacija • Redovito ažuriranje izvora informacija (web portali) te opskrba info-centra s promotivnim materijalima
Programi/projekti	-
Prioritet	Visoki
Izvori financiranja	<ul style="list-style-type: none"> - Proračun grada Bjelovara - Sredstva sustava TZ Bilogora - Bjelovar - Sredstva državnog proračuna (Ministarstvo turizma i sporta, Ministarstvo Gospodarstva i održivog razvoja) - Sredstva EU programa/fondova
Pokazatelji	<ul style="list-style-type: none"> • Osmišljene i implementirane interpretacijske table na minimalno tri nova lokaliteta • Broj održanih edukacija

Mjera	II.7. Poticanje razvoja ponude distribucijskih kanala (agencije i DMK)
Cilj mjere	Unapređenje sustava destinacijskog menadžmenta i upravljanje manifestacijama
Opis mjere	Povećanje interesa za posjetom grada Bjelovara izravno ovisi o ponudi tematskih programa turističkih agencija i destinacijskog menadžmenta. SWOT analiza za grad Bjelovar je pokazala nedostatak zaokružene destinacijske ponude, nedovoljan broj turističkih doživljaja spremnih za tržište, kao i kratku prosječnu dužinu boravka te nedovoljna ponuda smještajnih kapaciteta. Nadalje, analiza stanja je pokazala potpuni nedostatak ponude turističkih paketa od strane turističkih agencija, tako da se može zaključiti kako postojeće turističke/putničke agencije nisu preuzele funkciju destinacijskih menadžment kompanija. Stoga je na razini grada Bjelovara potrebno ispitati interes agencija za kreiranje složenih proizvoda, formiranje paketa usluga i lansiranje takvih proizvoda na ciljna tržišta i to ona koja su najsklonija posjeti ove destinacije.
Nositelj	TZ Bilogora – Bjelovar
Ostali dionici	Turističke agencije DMK Ponuditelji turističkih sadržaja i smještaja Sektorske udruge (UHPA)



Vremenski obuhvat	II. 2023 – II. 2026
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> Ispitivanje interesa lokalnih dionika i poticanje kulture suradnje dionika Osmišljavanje turističkih paketa Kreiranje poticaja za lansiranje kreiranih paketa doživljaja na tržište (DMK poticaji) i osiguranje potrebnih sredstava Kontinuirana evaluacija ostvarenja
Programi/projekti	-
Prioritet	Visoki
Izvori financiranja	<ul style="list-style-type: none"> Potpore Hrvatske turističke zajednice Sredstva TZ Bilogora - Bjelovar Gospodarski subjekti – investicijski ciklus
Pokazatelji	<ul style="list-style-type: none"> Broj turističkih paketa Broj turističkih noćenja u Gradu Bjelovaru

Mjera	II.8. Praćenje pokazatelja održivog razvoja turizma, certificiranje i eko označavanje
Cilj mjere	Poticanje održivog razvoja destinacije i dionika u sastavu destinacije s ciljem povećanja kvalitete života lokalne zajednice
Opis mjere	<p>Rezultati provedbe turističke politike ovise o planiranju i provedbi mjera kao i praćenja njihova rezultata kroz kvalitetnu bazu pokazatelja, na temelju koje će se moći pratiti smjer (održivosti) destinacije. Potrebno je definiranje održivih pokazatelja usklađenih sa sustavom turističkih pokazatelja održivog destinacijskog menadžmenta Europske unije (ETIS – <i>European Tourism Indicators System for sustainable destination management</i>) i uspostavljanja procesa njihova prikupljanja i obrade. Mjera podrazumijeva i razvoj ažurnog i dinamičnog (informatičkog) sustava diseminacije informacija/podataka razvojnim dionicima. Kao polazna točka može poslužiti i CROSTO opservatorij. Važno je da se izabere set pokazatelja koji će obuhvaćati temeljna područja održivosti, ali i pokazatelje specifične za destinaciju. Nadalje, iznimno je bitno uspostaviti vremenski kontinuitet praćenja, jer on daje najbolji uvid u smjer kojim destinacija ide.</p> <p>Isto tako, bilo bi poželjno da destinacija, ali i dio gospodarskih subjekata, pristupi sustavima dobrovoljnog certificiranja, te stekne neki od prepoznatljivih ekoloških oznaka, poput <i>Green Globa</i>, <i>Green Keya</i>, <i>EU eco labela</i> (npr. Terme imaju velik potencijal), <i>Travelife</i> ili održivih shema upravljanja (EMAS). Bitno je utvrditi koje oznake bi mogle dovesti do najveće moguće prepoznatljivosti na tržištu, uz standardiziranje upravljačkih procesa.</p>
Nositelj	TZ Bilogora-Bjelovar
Ostali dionici	<p>Grad Bjelovar – upravi odjela za gospodarstvo</p> <p>Privatni poslovni subjekti</p> <p>Terme Bjelovar</p> <p>JURA BBŽ</p>



Vremenski obuhvat	I. 2025. - IV. 2027.
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Imenovanje lokalnog koordinatora za praćenje pokazatelja održivosti • Formiranje lokalne radne skupine • Odabir pokazatelja detektiranjem izvora podataka • Odabir specifičnih pokazatelja destinacije • Provedba primarnih istraživanja (ankete turista, lokalne zajednice, gospodarskih subjekata) • Prikupljanje podataka, izračun pokazatelja, izrada izvještaja • Kreiranje aktivnosti utemeljenih na podacima • Edukacija o certifikatima, eko oznakama i prednostima • Pružanje potpore u procesu prilagodbe zahtjevima certifikata pravnim osobama
Programi/projekti	-
Prioritet	Umjereni
Izvori financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • Za praćenje pokazatelja dostatna su postojeća sredstva TZ-a, uz eventualno financiranja primarnih istraživanja • Za certifikate i eko oznake sredstva Grada (sufinanciranje dijela iznosa za certifikat) • Sredstva Fonda za energetske učinkovitost i krediti HBOR-a za prilagodbu okolišnim praksama
Pokazatelji	<ul style="list-style-type: none"> • Broj pokazatelja koje se kontinuirano prati • Broj poduzeća s eko oznakama



Operativni cilj:

III. Podizanje turističke prepoznatljivosti

Mjera	III.1. Kreiranje marke kvalitete "lokalno i domaće" za ugostiteljske objekte
Cilj mjere	Podizanje turističke prepoznatljivosti
Opis mjere i	Jedna od glavnih prednosti gastronomske ponude Bjelovara jest mogućnost korištenja kratkih lanaca opskrbe s obzirom na bogatstvo poljoprivredne proizvodnje u okruženju. Da bi se dodatno istaknula da vrijednost, koja se očituje u kvaliteti samih proizvoda, hrane, ali i niskom ugljičnom otisku lanaca opskrbe, potrebno je kreirati marku kvalitete. Nositelji marke kvalitete bi bili oni restorani i ostali srodni objekti koji u svojoj ponudi imaju minimalno 70% proizvoda iz lokalnog uzgoja (područje Županije). Navedeno bi se moglo deklarirati i za pojedina jela iz menija koja bi nosila marku kvalitete „lokalno i domaće“.
Nositelj	Ugostiteljsko- turistička škola Bjelovar Nezavisna udruga ugostitelja BBŽ
Ostali dionici	Ministarstvo turizma i sporta Ministarstvo poljoprivrede Ceh ugostitelja Bjelovar LAG Sjeverna Bilogora
Vremenski obuhvat	I.2024. – II.2025.
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Definiranje standarda/pravila marke kvalitete • Aplikacija marke kvalitete u resornim ministarstvima • Osmišljavanje vizualnog identiteta • Promotivna kampanja • Uključivanje ugostitelja i proizvođača • Promotivni mjesec marke kvalitete (upoznavanje potrošača s standardima kroz nove menije i promotivne cijene) • Kontinuirana promocija • Nadzor provedbe standarada
Programi/projekti	-
Prioritet	Umjereni
Izvori financiranja	- Ministarstvo poljoprivrede - Agencija za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju
Pokazatelji	- Broj uključenih ugostitelja i proizvođača - Broj posjetitelja ugostiteljskih objekata u promotivnom mjesecu

Mjera	III.2. Razvoj konkurentskog turističkog brenda Grada
Cilj mjere	Podizanje turističke prepoznatljivosti
Opis mjere i	Grad Bjelovar kao turistička destinacija nije dovoljno prepoznata na domaćem i još više na međunarodnom tržištu. Rad na konkurentskom identitetu omogućio bi ostvarenje bolje pozicije na tržištu i stvaranja prepoznatljivosti. Bjelovar kao uređene destinacije profiliranog kulturnog, manifestacijskog i sportsko-rekreacijskog sadržaja. Prepoznatljivost će se stvarati kroz unapređenje i razvoj



	<p>proizvoda temeljenih na jedinstvenim resursima, ali bi tome u velikoj mjeri pridonio i vizualni identitet, slogan i logo. Shodno tome, Grad Bjelovar bi izradom vizualnog identiteta omogućio ostvarenje sinergijskih učinaka promocijskih aktivnosti i materijala te njihovo vizualno ujednačavanje. Vizualni identitet trebao bi sažeto održavati glavne atribute pozicioniranja Grada Bjelovara te na kratak i jezgrovit način stvarati željene asocijacije. Njegova sustavna primjena ne samo u turističkoj promociji, već i kod gospodarskih subjekata, poduzetnika, ugostitelja i drugih dionika u turizmu omogućila bi posjetiteljima jednostavno percipiranje i prepoznavanje destinacije.</p>
Nositelj	TZ Bilogora – Bjelovar
Ostali dionici	<p>Grad Bjelovar</p> <p>TZ Bjelovarsko-bilogorske županije</p> <p>Ugostitelji i pružatelji smještaja</p>
Vremenski obuhvat	III.2023. – III. 2024.
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Izrada projektnog zadatka za izradu vizualnog identiteta i uspostava tima stručnjaka iz različitih područja (turizam, dizajn, grafika) • Odabir reklamne agencije • Generiranje prijedloga vizualnog identiteta • Odabir ideje • Implementacija brend koncepta kroz prikladne promocijske i komunikacijske aktivnosti na razini Grada • Uključivanje brend konstanti u sve marketinške aktivnosti
Programi/projekti	Postojeća online kampanja TZ Bilogora – Bjelovar
Prioritet	Umjereni
Izvori financiranja	<p>Sredstva TZ Bilogora - Bjelovar</p> <p>Natječaji HTZ-a za slabije razvijena turistička područja</p>
Pokazatelji	Kreiran logo i vizualni identitet

Mjera	III.3. Uređenje Gradske jezgre Bjelovara
Cilj mjere	Aktiviranje cijele Gradske jezgre Bjelovara, kao malog povijesnog grada, unutar zaštićenog područja kulture (zgrade, park i dr. sadne površine) s naglaskom za kulturni, poslovni i sportski turizam kao i održavanje različitih tematskih manifestacija.
Opis mjere	Iskorištavanje tržišnog potencijala globalno rastućeg interesa za male povijesne gradove specifične kulturne ponude podrazumijeva uređenje i aktiviranje cijelog prostora zaštićenog dijela Gradske jezgre Bjelovara. Taj proces podrazumijeva uspostavu različitih poticaja, kako onih usmjerenih izravno prema poduzetnicima, tako i onih koji se odnose na podizanje razine svijesti svih dionika o potencijalima identiteta u turizmu. Polazeći od međunarodnih iskustava/standarda i uređenju gradskih jezgri posebna pozornost pridaje se



	<p>upravljanju kvalitetom uređenja Gradske jezgre sa svom urbanom opremom kroz tematiziranje sadržaja i međusobnog povezivanja.</p> <p>Prilikom obnove i uređenja Gradske jezgre voditi računa o arhitektonskoj i hortikulturnoj baštini grada (sadne urbane površine), odnosno o arhitektonskom identitetu grada.</p> <p>Osim o očuvanju i unaprjeđenju gradske jezgre suvremenim potrebama potrebno voditi računa o parkirnim površinama.</p>
Nositelj	<p>Grad Bjelovar</p> <p>Ministarstvo kulture i medija,</p>
Ostali dionici	<p>TZ Bjelovar-Bilogora</p> <p>Biskupija Bjelovarsko-križevačka</p> <p>Privatni vlasnici</p> <p>Udruge</p> <p>Lokalno stanovništvo</p>
Vremenski obuhvat	<p>II. 2022. – I. 2024.</p>
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Osmišljavanje cjelokupnog programa stavljanje Gradske jezgre u funkciju različitih vrsta turizma • Pomoć u rješavanju vlasničkih odnosa / koncesija / prava korištenja i usuglašavanje prostorno-planske dokumentacije te dobivanje dozvola • Realizacija - projekti, dozvole, financiranje, javni natječaji, izgradnja i opremanje, marketing • Osmišljavanje i uspostavljanje nefinancijskih (tehnička pomoć, priprema projektne dokumentacije, interni marketing, medijatorske usluge prema različitim institucijama) • Osmišljavanje i uspostavljanje financijskih poticaja (komunalna naknada, koncesije, pokrivanje dijela troška kamata)
Programi/projekti	<ul style="list-style-type: none"> • Uređenje cjelokupne Gradske jezgre te stavljanje svih njezinih zgrada i prostora u direktnu i indirektnu funkciju turizma • Održavanje i unaprjeđenje zelenih / sadnih površina (parkovna hortikultura, ostale sadne površine) • Uspostava sustava povezivanja gradske jezgre s različitim manifestacijama (prostorni koncept i dr.)
Prioritet	<p>Vrlo visoki</p>
Izvori financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • Dio aktivnosti u okviru djelatnosti službi Grada • Financijski poticaji: u okviru djelatnosti službi Grada i države (različita ministarstva) • Financijski poticaji: sredstva Županije, Grada • Financiranje investicijskih projekata: EU fondovi/programi, HBOR, komercijalne banke, vlastita sredstva investitora
Pokazatelji	<ul style="list-style-type: none"> • Uspostavljen sustav praćenja posjetitelja i turista • Zastupljenost u medijima • Uspostava financijskih i nefinancijskih poticaja podrške za uređenje Gradske jezgre



Mjera	III.4. Kreiranje tematske rute kafića (Bjelovar – grad kafića)
Cilj mjere	Kreiranje tematske rute kafića i programa u svrhu brendiranja Grada Bjelovara kao grada kafića
Opis mjere	Kreiranje raznovrsnih tematskih ruta kafića i tematiziranih događaja i programa (prema manifestacijama, blagdanima, kulturnim običajima, kulturnoj baštini, poznatim ličnostima i sl.) koji mogu pratiti i tzv. turističku turu i kušaonice po kafićima (npr. Ćir po Bjelovaru). Tematske rute kafića podrazumijevaju i njihovu nadopunu ili promjenu prezentacije, serviranja i ponude pića, tako da budu inovativniji, tematizirani i različiti. Navedeno podrazumijeva i unaprjeđenje i tematizaciju postojećih interijera te unifikaciju terasa i tendi, što pruža dodatni doživljaj destinacije. Tematske rute kafića se kroz dostupnu knjižicu kafića mogu dopunjavati (novi i ugostiteljski objekti i postojeći, ali i novo tematizirani objekti), unaprjeđivati (poticaji i programi za turiste) te promovirati (<i>offline</i> i <i>online</i>), u svrhu brendiranja Grada Bjelovara kao grada kafića, tj. grada s najvećim brojem kafića u Hrvatskoj u odnosu na broj stanovnika.
Nositelj	TZ Bilogora – Bjelovar
Ostali dionici	Poduzetnici iz djelatnosti pripreme i usluživanja pića Grad Bjelovar – Upravni odjel za gospodarstvo Grad Bjelovar – Upravni odjel za komunalne djelatnosti i uređenje prostora Ceh ugostitelja i turističkih djelatnika Udruženje obrtnika Bjelovar Komunalac Bjelovar Turističko – ugostiteljska škola Bjelovar Nezavisna udruga ugostitelja Bjelovarsko-bilogorske županije
Vremenski obuhvat	IV. 2023. – IV. 2024.
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Inovativna marketinška aktivnost – knjižica kafića Grada Bjelovara (• Aplikacija za tematske rute kafića (ruta, programi, poticaji, ture...) • Unaprjeđenje postojeće ponude prezentacije, serviranja, usluživanja pića te kreiranje raznolike, tematizirane i originalne pripreme i usluživanja pića • Promocija tematske rute kafića na nacionalnoj i međunarodnoj razini (intenzivnija online komunikacija u javnosti) • Održavanje javnih površina oko ugostiteljskih objekata • Unifikacija eksterijera i individualizacija interijera • Javno-privatno partnerstvo, tj. uključenost kafića u manifestacije i ostala događanja te sinergija s ostalim turističkim subjektima
Programi/projekti	<ul style="list-style-type: none"> • Knjižica kafića Grada Bjelovara • Aplikacija za tematske rute kafića (ruta, programi, poticaji, ture...)
Prioritet	Niski
Izvori financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • Sredstva Grada Bjelovara i TZ-a
Pokazatelji	<ul style="list-style-type: none"> • Dopunjena knjižica kafića Grada Bjelovara • Medijska popraćenost: 'Bjelovar – grad kafića'



Mjera	III.5. Interpretacijski centar i muzej manjina
Cilj mjere	Izgradnja / osnivanje javnog interpretacijskog centra i javnog ili privatnog muzeja manjina ili stalnog postava idealno u sklopu postojećeg Gradskog muzeja Bjelovar ili odvojeno, u sklopu novog ili prenamijenjenog objekta
Opis mjere	Izgradnja / osnivanje javnog interpretacijskog centra i javnog ili privatnog muzeja manjina ili stalnog postava podrazumijeva uspostavu u sklopu Gradskog muzeja Bjelovar ili u sklopu novog ili prenamijenjenog objekta gdje je planirana veća turistička potražnja. Dosadašnja ponuda nije bazirana na cjelovitoj interpretaciji materijalne i nematerijalne kulturne baštine zbog čega je osim digitalizacije i tehnološke opremljenosti muzeja u programu nužna organizacija in-situ interpretacije. Prikaz brojnosti i kulturnog bogatstva nacionalnih manjina Grada koji ima najviše nacionalnih manjina u Hrvatskoj (22), dio je mjere koja bi prilagođenim turističkim sadržajem i inovativnom interpretacijom i sadržajem mogao oblikovati ne samo kao stalni postav dijela muzeja, već i kao izdvojen muzej koji sadržava već postojeći stalnu izložbu o Romima „Podrijetlo, život i običaji Roma“, ali i sve druge manjine.
Nositelj	Gradski muzej Bjelovar
Ostali dionici	Turističko-ugostiteljska škola Bjelovar Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar Privatni poduzetnici u kulturi i turizmu Turistička zajednica Bjelovarsko–bilogorske županije Grad Bjelovar – Upravni odjel za gospodarstvo Grad Bjelovar – Upravni odjel za kulturu, zdravstvo, socijalnu skrb i opće poslove Grad Bjelovar – Upravi odjel za odgoj, obrazovanje i sport Kulturni i multimedijalni centar Bjelovar Centar za cjeloživotno učenje i kulturu Bjelovar Udruge iz područja kulture Udruge nacionalnih manjina Tradicijski i kulturni centar Bjelovar HORKUD Golub
Vremenski obuhvat	III. 2025. – I. 2027.
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Unaprjeđenje postojećeg muzeja razvojem interpretacijskog centra • Unaprjeđenje postojećeg muzeja kreiranjem nove stalne postave svih nacionalnih manjina Grada Bjelovara ili osnivanje novog muzeja „Muzej manjina“ • Kreiranje inovativnih i tematiziranih programa i tura te povezivanje s postojećim manifestacijama • Digitalna, dizajnerska i interpretacijska (<i>storytelling</i>) modernizacija i inovativnost interpretacijskog centra i muzeja manjina (npr. nekada i danas) • Jačanje kompetencija djelatnika (<i>storytelling</i>, predavanja, vođenje, znanje)



	<ul style="list-style-type: none"> • Turistička valorizacija interpretacijskog centra i muzeja manjina • Daljnja partnerstva i povezivanja kulturnog i turističkog sektora
Programi /projekti	<ul style="list-style-type: none"> • Obrazovni programi o nacionalnim manjinama Grada: <ul style="list-style-type: none"> - <i>A sustainable table for multiculturalism and inclusion</i> (2020.-2023.) - <i>Long Live Cultural Diversity!</i> (2020.-2023.) • Program 'živih slika' i osobna izlaganja osoba nacionalnih manjina
Prioritet	Niski
Izvor financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • Sredstva Županije, Grada Bjelovara, TZ-a i Gradskog muzeja Bjelovar • Financiranje investicijskih projekata: EU fondovi/programi/poticaji, HBOR, komercijalne banke, vlastita sredstva investitora (privatni muzej)
Pokazatelji	<ul style="list-style-type: none"> • Uspostavljen interpretacijski centar • Uspostavljen muzej manjina ili stalni postav o manjinama Grada Bjelovara • Tehnološka opremljenost interpretacijskog centra i muzeja • Broj vođenih individualnih i grupnih tura

Mjera	III.6. Uređenje Sportsko-rekreacijske zone i izgradnja Terma Bjelovar, Veliko Korenovo
Cilj mjere	Kreiranje <i>banchmark</i> atrakcije Grada Bjelovara kao elementa diferencijacije
Opis mjere	Važećim prostornim planom je utvrđena turistička zona na području Velikog Korenova koja će u jednom svom dijelu biti iskorištena za izgradnju kapitalnog projekta Terme Bjelovar. Na području T zone provedena su bušenja te je detektirana geotermalna voda prikladne temperature, kapaciteta i kakvoće. Temeljem provedenih hidro-geoloških istraživanja kreiran je i projekt, te je za isti izdana građevinska dozvola. Projekt je trenutno u fazi prijave za financiranje iz Nacionalnog plana za obnovu i oporavak. Bazenski kompleks trebao bi se graditi na površini od četiri hektara. Sastoji se od unutarnjih bazena, sportskog i olimpijskog bazena s bazenom za rasplivavanje, zatim rekreacijskog dijela za različite uzraste i s različitim atrakcijama te vanjskog bazena koji će također biti popunjen raznim elementima. Kompleks će imati i nižu razine ovisnosti o drugim energentima, jer će se putem getermalne energije zagrijavati i sam kompleks.
Nositelj	Terme Bjelovar d.o.o.
Ostali dionici	Grad Bjelovar – Upravni odjel za kulturu, zdravstvo, socijalnu skrb i opće poslove Grad Bjelovar – Upravni odjel za gospodarstvo Ministarstvo turizma i sporta Ministarstvo zdravstva – Sektor za zdravstveni turizam Hrvatski Olimpijski odbor TZ Bilogora – Bjelovar TZ Bjelovarsko–bilogorske županije Gradsko poduzeće za upravljanje sportskim objektima d.o.o. Športska zajednica Grada Bjelovara
Vremenski obuhvat	II. 2022. – I. 2025.
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Izgradnja i unaprjeđenje bazenske infrastrukture



	<ul style="list-style-type: none"> • Unaprjeđenje turističkih zdravstvenih, rekreacijskih i wellness proizvoda i programa nižeg intenziteta • Detektiranje najzanimljivijih segmenata potražnje i usmjerene promotivne aktivnosti • Povezivanje zdravstvene i wellness ponude na županijskoj razini • Kreiranje paketa usluga kroz javno-privatno partnerstvo • Specijalizacija turističkih agencija koje će nuditi organizirane dolaske i itinerere (jednodnevne i višednevne) u Terme • Usmjereni plasman spa proizvoda prema ciljnim segmentima (udruge umirovljenika, škole i slično) • Kreiranje online informacijsko-prodajne platforme specijalizirane za ovaj proizvod
Programi/projekti	Gradnja bazenskog kompleksa u Velikom Korenovu, Terme Bjelovar (2022. – 2024.) Izgradnja infrastrukture u poslovnoj zoni 'Veliko Korenovo'
Prioritet	Vrlo Visok
Izvori financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • Nacionalni plan oporavka i otpornosti 2021. – 2026. • Sredstva Grada Bjelovara + krediti HBOR/komercijalne banke
Pokazatelji	<ul style="list-style-type: none"> • Izgrađen novi bazenski kompleks • Broj posjetitelja kompleksa • Povećanje broja ležajeva povezanih s projektom Termi

Mjera	III.7. Uređenje tematskog zabavnog parka u zoni Veliko Korenovo
Cilj mjere	Kreiranje prepoznatljivog sadržaja namijenjenog za obitelji u okviru novog kompleksa Termi
Opis mjere	Osnovna predviđena funkcija budućih termi je rekreativno-sportska, a uslijed najave izgradnje zabavnih atrakcija namijenjenih prvenstveno za obitelji s djecom, u kompleksu je nužno osmišljavanje komplementarnih sadržaja koji će produžiti boravak na području Grada. Shodno navedenom, nužno je determiniranje tematskog zabavnog parka u okviru rekreacijske zone Veliko Korenovo. Kao primjer sličnog zabavnog parka može se istaknuti Krašograd pokraj Jastrebarskog, koji nudi odličan miks zabavnih sadržaja za djecu i odrasle, boravak u prirodnom okruženju i gastronomiju. Sličan koncept bi se mogao primijeniti i na području Velikog Korenova, pri čemu je moguće povezivanje s prehrambenom industrijom (npr. Koestlin i Frank), prirodnom baštinom, tradicijom stočarstva (konji, krave, ovce, svinje), ali i potencijalno suvremenijim temama koje nisu nužno odjek resursa (Park Svemira, Baltazar park i sl.).
Nositelj	Grad Bjelovar + investitor
Ostali dionici	Terme Bjelovar TZ Bilogora-Bjelovar Ministarstvo turizma i sporta Park znanosti Gradski muzej Bjelovar KMC Bjelovar



	Bjelovarsko Veleučilište
Vremenski obuhvat	IV. 2023. – II. 2025.
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Definiranje teme i tržišnih segmenata • Feasibility studija • Integracija ponude s Termama Bjelovar • Projektiranje zabavnog parka • Izgradnja zabavnog parka, te kontinuirana medijska promocija procesa • Promocija i kreiranje zajedničkih proizvoda s Termama Bjelovar, te zajednička prodaja • Uključivanje Parka u tematske itinerere
Programi/projekti	Izgradnja infrastrukture u poslovnoj zoni 'Veliko Korenovo'
Prioritet	Visok
Izvori financiranja	Financijski poticaji: sredstva Županije, Grada, Ministarstvo turizma i sporta Financiranje iz EU fondova – Interreg projekti Privatni investitori + sredstva komercijalnih banaka
Pokazatelji	<ul style="list-style-type: none"> • Izgrađen tematski zabavni park • Broj prodanih ulaznica • Broj ostvarenih noćenja na području Grada Bjelovara

Mjera	III.8. Izgradnja velike sajamske hale (Gudovac)
Cilj mjere	Podizanje turističke prepoznatljivosti i kvalitete
Opis mjere i	Sajamski prostor na području Gudovca, jedan je od neprepoznatljivijih elemenata turističke ponude Grada Bjelovara, s izrazitim međunarodnim značajem (posebno u spektru izlagača), pri čemu jačanje branda sajma ograničava infrastruktura na području sajmenog prostora. Da bi sajam kreirao još veću potražnju za vrijeme proljetnog i jesenskog sajma, nužna je daljnja profesionalizacija i podizanje kvalitete infrastrukture. Nadalje, profitabilnost sajma bila bi veća ukoliko bi bila i viša razina iskorištenosti prostora u svrhu sajmovanja. U tu svrhu nužna je izgradnja velike sajamske hale (700 do 1000 m ²), koja bi omogućila održavanje većeg broja manjih sajмова, ali i bila centralno mjesto velikih sajмова čija bi posjećenost, u tom slučaju, manje ovisila o atmosferskim prilikama.
Nositelj	Bjelovarski sajam
Ostali dionici	Grad Bjelovar Bjelovarsko-bilogorska županija Poduzetnici (primarni i sekundarni sektor djelatnosti)
Vremenski obuhvat	I. 2025. – I. 2026.
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Izrada prefeasability studije • Definiranje najbolje moguće uporabe i potencijalnih novih sajмова • Izrada idejnog projekta velike sajamske hale



	<ul style="list-style-type: none"> • Razgovor s potencijalnim partnerima poduzetnicima/sponzorima o financiranju projekta • Prijava na natječaje za financiranje • Građevinska dozvola • Odabir tvrtke za izgradnju hale • Izgradnja hale • Plasman novih sajмова na tržište, te povezivanje s partnerima • Kreiranje kontinuirane promotivne kampanje Bjelovarskog sajma
Programi/projekti	<ul style="list-style-type: none"> • Projekt obnove postojećih izložbenih prostora • Projekt realizacije velike sajamske hale
Prioritet	Visoki
Izvori financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • Sredstva Grada Bjelovara i Bjelovarsko-bilogorske županije • Krediti komercijalnih banaka
Pokazatelji	<ul style="list-style-type: none"> • Održani broj sajмова na razini jedne godine • Broj posjetitelja na godišnjoj razini • Broj ostvarenih partnerstava s izlagačima/poduzetnicima

Mjera	III.9. Izgradnja zatvorene konjičke hale
Cilj mjere	Odabir lokacije, projektiranje i izgradnja zatvorene konjičke hale.
Opis mjere i	<p>S obzirom na potencijale za razvoj konjičkog turizma osim certificiranih staza (Bilogorska konjička turistička staza duga 91 kilometara, na njoj je 23 <i>horses welcome</i> punktova – seoskih turističkih gospodarstava, konjičkih klubova, odmorišta, vinarija, izletišta, etno kuća i drugih objekata kulturne i povijesne baštine- certificirana i uvrštena u međunarodni katalog konjičkog turizma), potrebna je izgradnja zatvorene konjičke hale. Za izgradnju zatvorene konjičke hale potreban je odabir lokacije, sređivanje imovinsko-pravnih odnosa, projektiranje i izvedba. Zatvorena konjička hala, osim za treniranje, koristila bi se za prezentaciju konja, a time i za unaprjeđenje konjičkog turizma.</p> <p>Na području Bjelovarsko-bilogorske županije označena je prva i za sada jedna certificirana konjička turistička staza u zemlji. Također u prilog izgradnje zatvorene konjičke hale ide i činjenica da na području Županije žive certificirani konjički turistički vodiči.</p>
Nositelj	Konjički klub "Bjelovar" Nacionalna udruga turističkih konjičkih vodiča "Engea Hrvatska" Bjelovarski Husari
Ostali dionici	Grad Bjelovar, TZ Bjelovar-Bilogora Privatni poduzetnici OPG-ovi Ministarstvo poljoprivrede
Vremenski obuhvat	IV. 2025. – IV. 2026.



Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Odabir lokacije, izrada projektne dokumentacije, izgradnja • Osmišljavanje i uspostavljanje nefinancijskih aktivnosti (tehnička pomoć, priprema projektne dokumentacije, interni marketing, medijatorske usluge prema različitim institucijama) • Osmišljavanje i uspostavljanje financijskih poticaja (komunalna naknada, koncesije, pokrivanje dijela troška kamata).
Programi/projekti	Međunarodne manifestacije i škole jahanja
Prioritet	Srednji
Izvori financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • Dio aktivnosti u okviru djelatnosti službi Grada i TZ • Financijski poticaji: sredstva Županije, Ministarstva poljoprivrede • Financiranje investicijskih projekata: EU fondovi/programi, HBOR, komercijalne banke
Pokazatelji	Izgradnja zatvorene konjičke hale

Mjera	III.10. Kreiranje cjelogodišnjih sadržaja povezanih s filmom, kazalištem i dokumentarnim filmom
Cilj mjere	Kreiranje cjelogodišnjeg sadržaja povezanih s filmom, kazalištem i dokumentarnim filmom sa svrhom diferencijacije Grada
Opis mjere	Grad Bjelovar gradi svoju prepoznatljivost s manifestacijama koje su povezane s filmom i kazalištem. Prepoznate su brojne manifestacije kao što su DOKUart, Festival dokumentarnog filma, BOKfest, MALI BOKfest, Komedija fest, Amadeus fest i dr. Mali oblici predstava osim kulture mogu biti povezane s ugostiteljskim sektorom kroz održavanje malih predstava (<i>stand up</i>).
Nositelj	KMC Bjelovar
Ostali dionici	Grad Bjelovar TZ Bjelovar- Bilogora Amatersko bjelovarsko kazalište Ministarstvo kulture i medija Privatni poduzetnici Poznati glumci iz Bjelovara Ugostiteljski objekti
Vremenski obuhvat	III.2022. – II. 2024.
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Osmišljavanje i uspostavljanje sustava edukacijskih radionica i predstava za različite ciljne i dobne skupine za cijelu godinu • Nefinancijskih (interni marketing, medijatorske usluge prema različitim institucijama) • Osmišljavanje i uspostavljanje financijskih poticaja Grada i TZ • Izrada web stranice za mjesečna / godišnja događanja
Programi/projekti	Obnova Doma kulture i objedinjavanje kulturnih ustanova Grada
Prioritet	Visoki
Izvori financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • Dio aktivnosti u okviru djelatnosti službi Grada i TZ • Nefinancijski poticaji: u okviru djelatnosti službi Grada



	<ul style="list-style-type: none"> • Financijski poticaji: sredstva Ministarstva kulture i medija, Županije i Grada, • Financiranje investicijskih projekata: EU fondovi/programi, vlastita sredstva ugostitelja
Pokazatelji	<ul style="list-style-type: none"> • Broj održanih edukativnih radionica za različite ciljne i dobne skupine • Broj održanih manifestacija • Broj održanih predstava • Broj posjetitelja • Zastupljenost u medijima



7.2. Akcijski plan – vremenski okvir

	2022			2023				2024				2025				2026				2027				
	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	
I. Obogaćivanje destinacijskog lanca vrijednosti i kvalitete cjelovitog destinacijskog proizvoda																								
I.1. Razvoj hotelske ponude																								
I.2. Razvoj kamping (glamping + bungalovi) ponude																								
I.3. Razvoj smještajne ponude obiteljskih domaćinstava i obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava																								
I.4. Jačanje i podizanje kvalitete gastronomske ponude																								
I.5. Razvoj ponude zdravstvenih / wellness-turističkih centara / kompleksa																								
I.6. Kreiranje tematskih cikloturističkih i konjičkih ruta																								
I.7. Uspostavljanje sustava izletišta i vidikovaca Bjelovara i Bilogore, uključujući i lokacije za sportove i rekreaciju na vodi te ribičke točke																								
I.8. Podizanje razine turistifikacije i tržišna prepoznatljivost lokaliteta memorijalnog turizma																								
I.9. Razvoj i povećanje tržišne prepoznatljivosti / tržišnog udjela kapaciteta sportsko–rekreacijskog turizma																								
II. Unapređenje sustava destinacijskog menadžmenta i upravljanja manifestacijama																								
II.1. Uspostava prepoznatljivosti kulturnih manifestacija																								
II.2. Stvaranje poduzetničkih klastera																								
II.3. Programi podizanja razine svijesti o vrijednosti kulturne i prirodne baštine lokalne zajednica																								
II.4. Razvoj prepoznatljive Gastronomije																								
II.5. Unapređenja modela upravljanja/ partnerstva i B2B aktivnosti																								
II.6. Unapređenje turističke interpretacije, signalizacije i informiranja gostiju																								

A photograph of a pine forest. The trees are tall and slender, with dark trunks and green needles. The sun is shining from behind the trees, creating a bright glow and long shadows on the grass. The ground is covered in green grass. The text "UPRAVLJAČKI MODEL" is overlaid on the bottom left of the image.

UPRAVLJAČKI
MODEL



8. Upravljački model za praćenje i vrednovanje Plana

Efikasno i kvalitetno upravljanje procesom implementacije Plana razvoja turizma Grada Bjelovara zahtijeva osnivanje radne skupine za provedbu Plana, gdje ključnu ulogu u organizaciji ima Grad Bjelovar, no uz suradnju sa svim detektiranim dionicima (poglavlje 2.3.1.). To implicira uključivanje lokalnog stanovništva i predstavnika tzv. civilnog društva u donošenje razvojnih odluka od zajedničkog interesa, kao i stvaranje poticajne investicijske/poduzetničke klime. Međusobno povjerenje i ostvarivanje partnerskih odnosa te osiguranje posvećenosti relevantnih razvojnih dionika ključni su čimbenici uspješne provedbe koncepcije razvoja i prioriternih operativnih strategija. Koordinaciju rada radne skupine trebao bi preuzeti Upravi odjel za gospodarstvo Grada Bjelovara u suradnji s TZ Bilogora-Bjelovar. Nadalje, nužna uspostava nadzornog/korektivnog tijela nadležnog za monitoring procesa realizacije, otklanjanje ograničenja, kao i eventualno korigiranje planiranih mjera/aktivnosti; tijekom predsjedava Gradonačelnik, a u njemu Pročelnici te neovisni stručnjaci.

Uspostavljanje sustava kvantitativnih pokazatelja uspješnosti provedbe Plana razvoja turizma Grada Bjelovara do 2027. godine, povezano je s mjerom II.8, te sa svim pokazateljima definiranim po pojedinačnim mjerama. Međutim za nadzor ukupne uspješnosti provedba Plana, sustav pokazatelja treba minimalno uključivati:

- kapacitete smještajnih objekta (po vrstama) i praćenje kvalitete na rezervacijskim tražilicama
- broj turista i noćenja prema vrstama objekata
- broj posjetitelja na manifestacijama, sajmovima i ključnim atrakcijskim točkama
- broj prodanih ulaznica (po vrstama ulaznica) za Terme Bjelovar
- broj višednevnih posjetitelja/noćenja iz Hrvatske koji borave u komercijalnim i nekomercijalnim objektima
- broj gospodarskih subjekata u turističkim djelatnostima (prema vrsti)
- zaposlenost u gospodarskim subjektima u turističkim djelatnostima (prema vrsti)
- zadovoljstvo jednodnevnih i višednevnih posjetitelja boravkom (posebno istraživanje)
- uspostavljen sustav turističkih pokazatelja održivog menadžmenta destinacijama (usklađen sa ETIS-om)
- broj nominiranih i dobivenih projekata EU financiranjem
- planirana i plasirana sredstva u različitim sustavima financijskog poticanja poduzetničke aktivnosti
- javne i privatne investicije u planirane projekte (prema vrsti i aktivnosti)
- broj osoba u edukativnim programima (prema vrsti)
- broj posjetitelja web-stranice TZ Bilogora- Bjelovar.