
SLUŽBENI GLASNIK
OPĆINE ŽAKANJE

Izlazi prema potrebi
Uredništvo, Žakanje 58
Žakanje, tel. 757-836

Broj 6
Godina XXV

ŽAKANJE
10. rujna 2019.g.

SADRŽAJ

OPĆINSKO VIJEĆE OPĆINE ŽAKANJE

- 1. ODLUKA O USVAJANJU STRATEGIJE RAZVOJA TURIZMA OPĆINE ŽAKANJE**

NAČELNIK

- 2. ODLUKA O IMENOVANJU ZAPOVJEDNIKA I ZAMJENIKA ZAPOVJEDNIKA VATROGASNE ZAJEDNICE OPĆINE ŽAKANJE**

1.

Temeljem članka 27. Statuta Općine Žakanje (Službeni glasnik Općine Žakanje, 03/09, 01/13, 01/18) Općinsko vijeće Općine Žakanje je na 13. sjednici održanoj dana 29.08.2019. godine donijelo

ODLUKU
o usvajanju Strateškog plana razvoja turizma Općine Žakanje
za razdoblje 2019-2024

Članak 1.

Usvaja se Strateški plan razvoja turizma Općine Žakanje za razdoblje 2019 – 2024.

Članak 2.

Strateški plan razvoja turizma Općine Žakanje sastavni je dio ove odluke i objavit će se u Službenom glasniku Općine Žakanje.

Članak 3.

Ova Odluka stupa na snagu danom donošenja, a objavit će se u „Službenom glasniku Općine Žakanje“.

KLASA: 334-01/17-01/1

URBROJ: 2133/18-01-19-18

Žakanje, 29.kolovoz 2019.g.

PREDSJEDNIK
OPĆINSKOG VIJEĆA
Zlatko Bućan, v.r.



**STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA
OPĆINE ŽAKANJE
OD 2019. DO 2024. GODINE**

Sadržaj

1.	UVOD	3
2.	CILJEVI I PRISTUP PROJEKTA.....	5
2.1.	CILJEVI PROJEKTA	5
2.2.	PRISTUP PROJEKTU	5
3.	ANALIZA INTERNOG OKRUŽENJA	6
3.1.	OPĆI PODACI O OPĆINI.....	6
3.1.1.	Geografski položaj	6
3.1.2.	Klima.....	8
3.1.3.	Osnovne geološke osobine, karakteristike tla, vegetacije i faune	9
3.1.4.	Demografija	11
3.1.5.	Prometna dostupnost	11
3.1.6.	Infrastrukturna opremljenost	12
3.1.7.	Gospodarstvo i poljoprivreda	14
3.1.8.	Društvena infrastruktura	14
3.1.9.	Stanje okoliša i uređenost prostora	15
3.2.	ODREDNICE RAZVOJA TURIZMA U VAŽEĆIM STRATEŠKIM DOKUMENTIMA	16
3.2.1.	Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine	16
3.2.2.	Strateški marketinški plan hrvatskog turizma 2014.-2020.....	16
3.2.3.	Razvojna strategija Karlovačke županije 2016.—2020.+	17
3.2.4.	Analiza stanja i strategija razvoja turizma Karlovačke županije do 2025. godine	18
3.2.5.	Operativni plan razvoja cikloturizma Karlovačke županije.....	19
3.2.6.	Strateški plan lovnog i ribolovnog turizma Karlovačke županije do 2020. godine.....	20
3.2.7.	Strateški razvojni program Općine Žakanje 2017.-2020.	21
3.2.8.	Prostorni plan Općine Žakanje	21
3.3.	TURISTIČKO RESURSNO-ATRAKCIJSKA OSNOVA.....	22
3.3.1.	Prirodna baština – flora i fauna	22
3.3.2.	Kulturno povijesna baština	23
3.3.3.	Tradicijaska baština	23
3.3.4.	Nematerijalna kulturna baština.....	25
3.3.5.	Znamenite osobe	26
3.3.6.	Razina turističke opremljenosti/valorizacije	26
3.3.7.	Sportsko rekreacijski sadržaji	26
3.3.8.	Okruženje	27
3.4.	PERFORMASE TURISTIČKOG SEKTORA.....	31
3.4.1.	Kretanje turističke potražnje	31
3.4.2.	Kvalitativna obilježja ponude turističkih subjekata.....	34
3.5.	NOVI (PLANIRANI) PROJEKTI U FUNKCIJI RAZVOJA TURIZMA	34
3.6.	ANALIZA STAVOVA DIONIKA.....	35

3.6.1. Spol i dob ispitanika;	35
3.6.2. Obrazovanje ispitanika;	35
3.6.3. Odgovor ispitanika na pitanje ima li njihov gospodarski subjekt potencijala sudjelovati u turističkoj ponudi Općine;	36
3.6.4. Usluge koje se nude u turizmu ili su vezane za turizam na području Općine	36
3.6.5. Odgovor ispitanika na pitanje što je potrebno za ostvarivanje njihovih planova u turizmu	37
3.6.6. Ocjene važnosti i zadovoljstva ispitanika elementima turističke ponude Općine Žakanje	37
3.6.7. Turistička ponuda koju treba razvijati prema mišljenju ispitanika	38
3.6.8. Prijedlog vizije razvoja turizma (prema odgovorima ispitanika)	38
4.1. KVANTITATIVNI TRENDОВI	40
4.2. KVALITATIVNI TRENDОВI	41
4.3. PROIZVODNI TRENDОВI	44
5. SWOT I STRATEŠKA POLJA DJELOVANJA	47
5.1. JAKE I SLABE SNAGE TURIZMA OPĆINE ŽAKANJE	47
5.2. PRILIKE I PRIJETNJE RAZVOJA TURIZMA OPĆINE ŽAKANJE	48
5.3. STRATEŠKE PREDNOSTI I NEDOSTACI RAZVOJA TURIZMA OPĆINE ŽAKANJE	49
6. STRATEGIJA RAZVOJA	50
6.1. RAZVOJNA NAČELA	50
6.2. SUSTAV VRIJEDNOSTI KAO PODLOGA ZA VIZIJU	51
7. VIZIJA I STRATEŠKI CILJEVI RAZVOJA TURIZMA	52
7.1. STRATEŠKI CILJEVI RAZVOJA TURIZMA	52
7.1.1. Razvoj turističke infrastrukture	52
7.1.2. Razvoj turističkih proizvoda i usluga	53
7.1.3. Destinacijski marketing	53
7.2. MARKETINŠKE SMJERNICE	54
7.2.1. Turistički proizvodi i ciljna tržišta	54
7.2.2. Portfelj turističkih proizvoda	57
8. AKCIJSKI PLAN	68
8.1. RAZVOJ TURISTIČKE INFRASTRUKTURE	69
8.2. RAZVOJ TURISTIČKIH PROIZVODA I USLUGA	79
8.3. DESTINACIJSKI MARKETING	86
10. EU FONDOVI I JAVNO - PRIVATNO PARTNERSTVO	100

1. UVOD

Strategija razvoja turizma Općine Žakanje predstavlja okvir za razvoj turizma Općine te ima zadatak postaviti načela, viziju, ciljeve i koncepciju upravljanja turizmom, koji se temelji na održivom razvoju, ekonomskoj stabilnosti i povećanju blagostanja stanovnika Općine. To je dokument koji je osnova za donošenje operativnih turističkih odluka, upravljanje destinacijom, usmjeravanje investicija te „putokaz“ lokalnom stanovništvu za poduzetničke pothvate u funkciji turizma.

Resursno- atrakcijska osnova koju ima Općina Žakanje temelj je određivanja smjera razvoja turizma, a njeni elementi poput ugodne klima, očuvanog tla, zraka, vode, bioraznolikosti biljnog i životinjskog svijeta, kulturno-povijesna i tradicijska baština (rukotvorstvo, tradicijsko graditeljstvo, gastronomija i ekološka proizvodnja, običaji i dr.) tvore bazu za strateško planiranje razvoja turizma.

Općina ima dobre preduvjete za razvoj jedinstvenih i posebnih turističkih proizvoda kao i prepoznatljive i kvalitetne turističke destinacije, gdje će se kroz planirano vrijeme provođenja Strategije povećati kvalitativni i kvantitativni pokazatelji turističkog razvoja destinacije. Očekuje se otvaranje smještajnih kapaciteta, boravak u destinaciji od tri dana za goste koji noće, kao i boravak gostiju od 6 sati za one koji su u tranzitu ili na izletu. Jačanjem turističkih proizvoda povećati će se turistička potrošnja, te stvoriti ekonomska stabilnost turističkog sektora.

Strategija obuhvaća tri osnovne tematske cjeline:

- **Analizu stanja,**
- **Strategiju turističkog razvoja i analizu razvojnih mogućnosti,**
- **Akcijski plan implementacijskih aktivnosti**

Analiza stanja odgovara na pitanje 'gdje smo' te sagledava postojeću resursno atrakcijsku osnovu i značajke turizma. Kroz SWOT analizu utvrđuje poziciju destinacije u odnosu na relevantno okruženje i tržišne trendove;

Strategija turističkog razvoja i analiza razvojnih mogućnosti odgovara na pitanje „kamo idemo“, postavlja jasnu viziju destinacije, ciljeve i koncepciju razvoja turizma, modele rasta turizma, kao i strateške ciljeve razvoja

Akcijski plan implementacijskih mogućnosti odgovara na pitanje „kako do cilja“ i modele provedbe strategije.

Kako bi se kontinuirano upravljalo procesima razvoja predlaže se niz perspektivnih razvojnih projekata podređenih osnovnom cilju – *turističkom, gospodarskom i ekološkom razvoju na dobrobit žitelja, uz istovremeno očuvanje prirodnih i kulturnih vrijednosti i identiteta ovog područja.*

Implementacijom ove Strategije, Općina Žakanje postat će turistička destinacija koja će konkurirati na turističkom tržištu. Turističku destinaciju čini skup komponenata, odnosno amalgami koji se mogu svesti na koncept 6A:

1. **Attractions** - atrakcije (podrazumijevaju prirodne i društvene atraktivnosti, značajne za osiguravanje inicijalne motiviranosti turista za dolazak u destinaciju).
2. **Amenities** - receptivni sadržaji (obuhvaćaju smještajne i ugostiteljske objekte, trgovinu, zabavne sadržaje te ostale usluge).
3. **Accessibility** - pristup (odnosi se na razvoj i održavanje efikasnih prometnih veza s emitivnim tržištima - međunarodni prometni terminali i lokalni transport).
4. **Available packages** - dostupni paket-aranžmani (podrazumijevaju unaprijed pripremljene paket-aranžmane od strane posrednika u prodaji i njihovih zastupnika).
5. **Activities** - aktivnosti (odnose se na sve dostupne aktivnosti u destinaciji i ono čime će se potrošač baviti tijekom boravka u destinaciji).

6. **Ancillary services** - pomoćne usluge (uključuju marketinške, razvojne i koordinacijske aktivnosti koje provodi određena destinacijska organizacija za potrebe potrošača i industrije).¹

Kao temeljna podloga u izradi Strategije razvoja turizma Općine Žakanje korišten je čitav niz relevantnih dokumenta:

- Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020,
- Strateški marketinški plan hrvatskog turizma 2014.-2020,
- Razvojna strategija Karlovačke županije 2016 -2020+,
- Strategija razvoja turizma Karlovačke županije 2012 – 2020.godine,
- Analiza stanja i strategija razvoja turizma Karlovačke županije do 2025. godine,
- Strategija razvoja ljudskih potencijala Karlovačke županije 2019—2024.,
- Operativni plan razvoja cikloturizma Karlovačke županije,
- Katalog projekata Karlovačke županije (2017.),
- Prostorni plan Općine Žakanje,
- Urbanistički plan uređenja ugostiteljsko-turističke zone Jurovo,
- Strateški razvojni program Općine Žakanje 2017.-2020.,
- Strategija razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2013. – 2020.,
- Važeći zakoni i provedbeni propisi iz područja turizma i ugostiteljstva.

¹ Vukonić, B., Čavlek, N., Rječnik turizma, Masmedia, Zagreb, 2001.,

2. CILJEVI I PRISTUP PROJEKTA

2.1. CILJEVI PROJEKTA

Glavni cilj Strategije razvoja turizma Općine Žakanje je stvaranje turističke infrastrukture, jačanje turističkih potencijala i privlačenje posjetitelja.

Poseban naglasak je na zajedničkoj koordinaciji i dogovoru svih dionika koji sudjeluju u razvoju turizma: općinske vlasti, turističkih i gospodarskih subjekata, udruga, društava, stanovništva, usmjeravanju njihovih aktivnosti i djelovanja u podizanju konkurentne sposobnosti turizma, kvalitete turističkih proizvoda i usluga.

Prateći zahtjeve suvremenog turista koji su uvjetovani brojnim socio-demografskim promjenama, gospodarskim kretanjima i tehnološkim napretkom Strategija je usmjerena prema slijedećim ciljevima:

- *definiranje razvojne vizije turizma Općine,*
- *stvaranje pretpostavki za uspješno, dugoročno održivo, tržišno pozicioniranje destinacije,*
- *razvijanje turističkih proizvoda i sadržaja te definiranje njihovih nositelja,*
- *implementacija proizvoda,*
- *definiranje osnovnih promocijskih aktivnosti,*
- *prepoznavanje razvojnih projekata/programa u domeni privatnog i javnog sektora,*
- *usmjeravanje aktivnosti korištenja sredstava EU fondova/programa.*

2.2. PRISTUP PROJEKTU

U izradi Strategije vodilo se računa o suradnji, otvorenosti i multidisciplinarnosti, transparentnosti u izradi i razumljivosti sadržaja, usmjeravanju u smjeru razvoja održivog turizma. Koristila se je metodologija koja se uobičajeno koristi prilikom izrade planskih dokumenata s područja turizma. To podrazumijeva suradnju sa svim interesnim skupinama na definiranju važnih projektnih odrednica, kao što su ciljevi razvoja turizma, vizija razvoja turizma, definiranje konkretnih projekata, plan implementacije i sl.

U više navrata obavljen je obilazak teritorija Općine u cilju upoznavanja resursno-atraksijske osnove, stanja turističke infrastrukture i formiranja obuhvatne fotodokumentacije i kartografske dokumentacije. Preuzeta je sva dosadašnja dokumentacija i razvojni planovi Općine iz bliske prošlosti, provedena je tržišna analiza razvoja turizma šireg okvira (Karlovačka županija i Hrvatska), obavljeni su intervjui sa ključnim dionicima turističkog razvoja na temu razvojnih potencijala i mogućih koncepata razvoja turizma Općine, te je provedena obuhvatna analiza najboljih praksi kao mogući okvir za razvoj turizma Općine Žakanje.

3. ANALIZA INTERNOG OKRUŽENJA

3.1. OPĆI PODACI O OPĆINI

3.1.1. Geografski položaj

Općina Žakanje nalazi se u Karlovačkoj županiji. Površina Karlovačke županije iznosi 3.626 km² gdje živi 128.899 stanovnika. Županijsko središte je Grad Karlovac, a Županiju čini ukupno 5 gradova, 17 Općina i 649 naselja. Županija ima važan prometni, geostrateški i prometni položaj. Graniči sa Zagrebačkom, Sisačko-moslavačkom, Primorsko-goranskom i Ličko-senjskom županijom, te državama Republikom Slovenijom i Bosnom i Hercegovinom.

Županija je sjecište i čvorište važnih nacionalnih i europskih prometnica. Područje Karlovačke županije je slabije naseljeno od prosjeka Republike Hrvatske, a prirodni prirast stanovništva je negativan. Na prostoru Karlovačke županije dotiču se različitosti prirodnih osobitosti alpskog, panonskog i kraškog ozemlja. (Izvor: [www. https://www.kazup.hr/](https://www.kazup.hr/))

Slika 1: Položaj Karlovačke županije

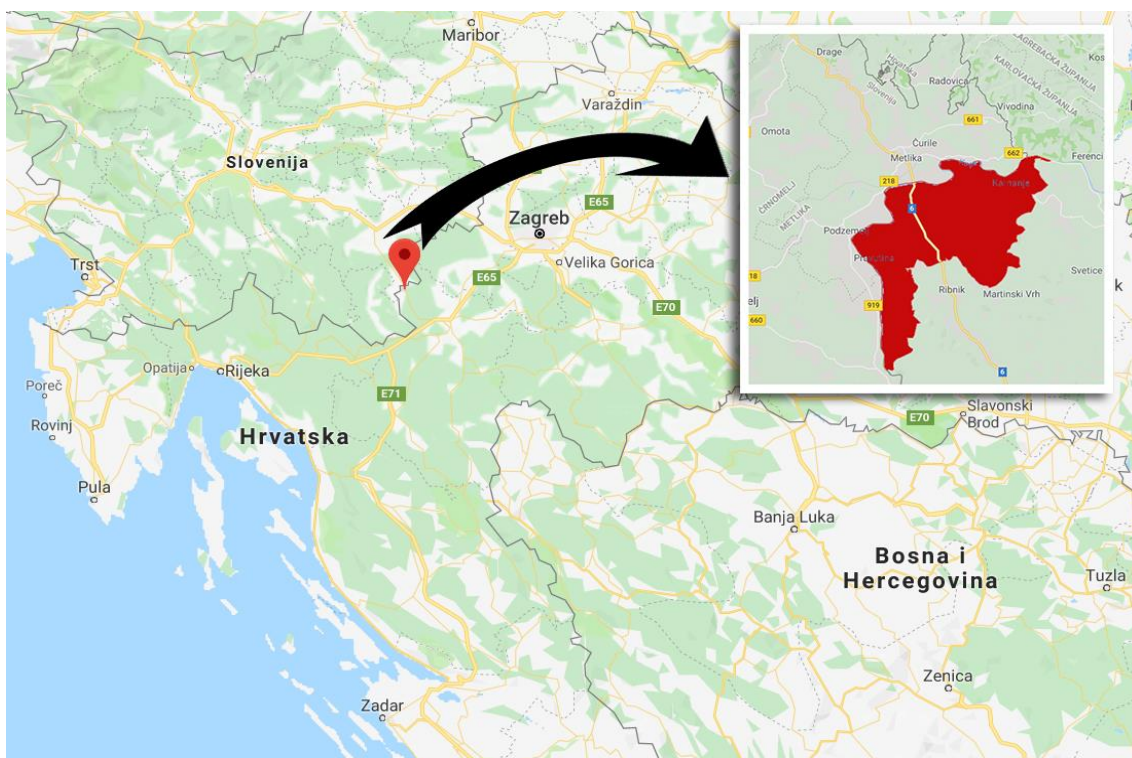


Općina Žakanje formalno je nastala 1993. godine novim lokalnim ustrojem RH, a smještena je u sjeverozapadnom djelu Karlovačke Županije. Općina se proteže na 44,75 km² te prema Popisu stanovništva, kućanstava i stanova u Republici Hrvatskoj 2011. godine broji 1.889 stanovnika. Svojim zapadnim dijelom, tokom rijeke Kupe, Općina Žakanje granična je hrvatska Općina s Republikom Slovenijom, na istoku graniči s Općinom Kamanje te na jugu s Općinama Ribnik i Netretić. Glavni prometni pravac koji presjeca općinu pravac je Karlovac - Novo Mesto; na tom se pravcu nalaze i dvije najvažnije ceste: državna cesta od Karlovca preko Netretića i Žakanja do međunarodnog državnog prijelaza s Republikom Slovenijom, Jurovskog Boda, te županijska cesta od Karlovca preko Ozlja i Kamanja do istog cestovnog

prijelaza. Na tom prometnom pravcu nalazi se i željeznička pruga sagrađena još 1910. godine od Karlovca do Ljubljane.

Općina Žakanje obuhvaća 22 naselja: 1. Breznik Žakanjski, 2. Brihovo, 3. Bubnjarački Brod, 4. Bubnjarci, 5. Donji Bukovac Žakanjski, 6. Ertić, 7. Gornji Bukovac Žakanjski, 8. Jadrići, 9. Jugovac, 10. Jurovo, 11. Jurovski Brod, 12. Kohanjac, 13. Mala Paka, 14. Mišinci, 15. Mošanci, 16. Pravutina, 17. Sela Žakanjska, 18. Sračak, 19. Stankovci, 20. Velika Paka, 21. Zaluka Lipnička i 22. Žakanje.

Slika 2: Geografski položaj Općine Žakanje, izvor: Google maps



Cestovna udaljenost Općine Žakanje od najbližih većih europskih gradova:

Grad	Broj stanovnika	Udaljenost (km)	Vrijeme vožnje
Ljubljana	998.919	101 km	1,32 h
Graz	286.216	247 km	2,51 h
Beč	1.860.000	436 km	4,36 h
Trst	234.682	190 km	2,25 h
Budimpešta	1.756.000	422 km	4,13 h
Beograd	1.374.000	471 km	4,36 h

3.1.2. Klima²

Područje Općine Žakanje karakterizira umjerena kontinentalna klima, odnosno umjereno topla ljeta i hladne zime. Srednja godišnja temperatura kreće se između 7 i 8°C u nižim predjelima te oko 10°C u višim predjelima. Najviše temperature preko 30°C zabilježene su u ljetnim mjesecima dok su najniže temperature zabilježene krajem i početkom godine kada znaju pasti ispod -10°C. Česte i obilne kiše karakteristične su za razdoblje svibnja, lipnja i srpnja, a snijeg najčešće pada u prosincu, siječnju i veljači. Godišnji broj dana s padalinama kreće se od 100 do 120 dana uz prosječne iznose od oko 1.100 mm oborina po metru kvadratnom. Područje Općine Žakanje većim djelom je vapnenačko, nastalo u razdoblju mezozoika i krede, a krajobraz se može podijeliti u dvije cjeline:

1. naplavna ravnica uz rijeku Kupu,
2. brežuljkasti predjeli.

Rijeka Kupa prolazi Općinom od Stankovca do Bubnjaraca i predstavlja prirodnu granicu sa Slovenijom. U predjelu oko Stankovca ima obilježja krške rijeke s koritom duboko urezanim u strme obronke, dok nadalje poprima obilježja nizinske rijeke s niskim obalama obraslima travom. Brežuljkasti predjeli pokriveni su šumama, livadama, oranicama, vinogradima i voćnjacima. U zapadnom dijelu Općine nalazi se šuma hrasta lužnjaka i običnog graba, a većim dijelom Općine dominira šuma hrasta kitnjaka. Najviši vrh je Jugovski vrh s 415 m nadmorske visine.

Na području Općine zastupljena su tla koja su se razvila na geološkim supstratima tvrdih vapnenaca i dolomita, plitkog pokrivenog krša (Kordun, Žumberak). Ovdje prevladavaju lesivirane crvenice i podzolasto smeđa vrištinsko bujadična tla, manje smeđa vapnenačka, a najmanje plitke rendzine. Reljef ovog područja je brežuljkasto brdovit s umjereno blagim i umjereno strmim padinama, manjim zaravnima, s brojnim vrtačama, što sve otežava primjenu poljoprivrednih strojeva. Zbog toga su na ovim površinama velikim dijelom zastupljeni prirodni travnjaci, od kojih su dijelom i neobrađene bujadnice. Zaravnjen teren i blage padine iskorištavaju se za oranice (kukuruz, strne žitarice, krumpir). Uz povoljnu lokalnu klimu i na blagim padinama bez vrtača postoje uvjeti za voćarstvo.

Na području Općine zastupljene su šume Europsko–sjevernoameričke šumske regije, Europske subregije. Na malom prostoru zapadnog dijela Općine nalazi se šuma hrasta lužnjaka i običnoga graba (*Carpino betuli – Quercetum roburis*) koja spada u subpanonske, nizinske šume hrasta lužnjaka. U ovoj zajednici u sloju drveća dominira hrast lužnjak, a u mlađim sastojinama pomiješan je s grabom i klenom. U prizemnom obrastu dolaze vrste koje su uobičajene u kitnjakovo-grabovoj šumi, ali i vrste svježijih terena. Česte su: *Crocus vernus*, *Anemone nemorosa*, *Galanthus nivalis*, *Hedera helix*, *Fragaria vesca*, *Galium silvaticum*, *G. verum*, *Geranium robertianum*, *Oxalis acetosella* i mnoge druge. Ova asocijacija dijeli se na četiri subasocijacije, pa njen sastav varira, ovisno o podlozi i prostoru na kome razvila. Veći dio prostora Općine obrastao je u Medioeuropske, brežuljkaste mezofilne i acidofilne šume hrasta kitnjaka. Na ovom području javljaju se tri njene zajednice: a) šuma hrasta kitnjaka s bekicom (*Luzulo – Quercetum petraeae*) b) šuma hrasta kitnjaka i pitomog kestena (*Quercu – Castanetum sativae*) c) ilirska šuma hrasta kitnjaka i običnoga graba (*Epimedio – Carpinetum betuli*) Šumama na području Općine Žakanje gospodari JP Hrvatske šume putem Uprave šuma Karlovac, Šumarija Ozalj.

² Izvor: Strateški razvojni program Općine Žakanje 2017—2020.

3.1.3. Osnovne geološke osobine, karakteristike tla, vegetacije i faune

Na području Karlovačke županije osnovni pečat daje jedinica karbonatnih naslaga, koju u osnovi čine vapnenci i dolomiti mezozojske starosti. Prema dubini eroziona baze, odnosno dubini do koje je doprla karstifikacija, unutar ove jedinice izdvajaju se dvije zone. To su:

- zona visokog krša – zapadno od Ogulina, Josipdola i Plaškog.
- zona plitkog krša ili fluvio krša – istočno od Ogulina do pravca koji ide od Ozlja preko Karlovca do Duge Rese i Slunja.

U zoni visokog krša došlo je do razvoja krških fenomena kao što su krška polja, rijeke ponornice, škrape, vrtače ponikve itd. Gotovo sva površinska voda gubi se u podzemlju stvarajući podzemne tokove voda. To je jedan od razloga zašto Kupa i ostale rijeke županije imaju relativno mali broj pritoka iako je količina padalina na tom prostoru znatna. Jedan od fenomena visokog krša je i pojava podzemnih pećinskih sustava izuzetne ljepote i biološki neprocjenjivog biotopa bogatog endemičnim i rijetkim vrstama prvenstveno životinjskog, ali i biljnog svijeta.

Geološka podloga ravničarskog područja sačinjena je pretežito od krupnozrnih kvartarnih slabo propusnih taložina koje postupno prelaze u bazensko područje klastičnih naslaga iz tercijara. Područja sjeverno od Žakanja leže na paleozojskim i mezozojskim klastitima metamorfni i magmatskih stijena. Prema podacima iz Prostornog plana Karlovačke županije na njenom prostoru nalazi se zona VIII stupnja intenziteta potresa, velikih površina vodonosnih naslaga bez zaštitnog površinskog pokrivača te manja klizišta i nestabilni tereni.

Tla na području Općine uglavnom se mogu svrstati u tri kategorije:

- A. Tla na dolinskim aluvijalnim i postdiluvijalnim zamočvarenim ilovačama i glinama. Pretežito su glinaste teksture te je na njima otežana detaljna odvodnja. Ova tla protežu se uz tok Kupe od Ertića na jugu do Bubnjaračkog Broda na sjeveru. Pretežito su to livadska sivosmeđa i podzolasto lesivirana umjereno amfiglejasta tla.
- B. Tla brežuljkasto-brdovitog reljefa na diluvijalnim i neopliocenskim ilovačama, ponegdje pijescima. Brežuljkasto-brdoviti reljef ovog područja zastupljen je znatnim dijelom s diluvijalnim terasnim zaravnima i vrlo blagim padinama, ponajviše umjereno blagim, a najmanje strmim padinama. Ova tla razvila su se na neopliocenskim i pliocenskim padinama. To su tla vrlo kisele reakcije i pripadaju najviše tipu podzolasto lesiviranom vrištinsko bujadičnom (ilimeriziranom akričnom). Najveći dio ovih tala iskorištava se za šume, oranice i pašnjake. Uz povoljnu lokalnu klimu postoje uvjeti za razvoj voćarstva. Tla ovog tipa zauzimaju središnji prostor Općine Žakanje.
- C. Tla krša na tvrdim vapnencima, dolomitima, koluvijalnim i reliktnim crvenicama. Krš je geomorfološki pojam s osobitim oblicima površine, gdje se vodena cirkulacija odvija u mreži većih ili manjih podzemnih kanala. Uglavnom je izgrađen od tvrdih vapnenaca i dolomita. Reljef je vrlo raznolik, planinski, brežuljkasto-brdovit, a zastupljene su i kraške površine. Velike količine padalina i jaki vjetrovi uzrokuju eroziju i onih malih količina tla, tako da je lako razumljivo nastajanje krša. Budući da se krš prostire na velikom dijelu Hrvatske, uz geomorfološke i pedološke raznolikosti, ovdje odražava i utjecaj izrazitih klimatskih područja.³

³ Plan djelovanja civilne zaštite Općine Žakanje

- **Rijeka i jezera**

Cijelu Karlovačku županiju karakterizira sliv rijeke Kupe, koji obuhvaća područje ukupne površine od 6.400 km². Prostor koji obuhvaća prostire se južno i jugozapadno od Karlovca do masiva Velike i Male Kapele i Ličke Plješivice na jugu, Zrinjske Gore na istoku, Risnjaka na zapadu te Žumberačke i Samoborske gore na sjeveru i sjeverozapadu. Južna i zapadna granica sliva ujedno je i vododjelnica crnomorskog i jadranskog sliva. Za sliv Kupe je karakteristično da je nesimetričan jer 70% pritoka dobiva sa desne obale, tj. sa područja Karlovačke županije. Rijeka Kupa izvire pod zapadnim pristrancima Risnjaka na 313 m.n.v. To je jedno od najjačih, najprostranijih i najdubljih hrvatskih vrela. Istraživanja su pokazala da Kupa u svom izvorišnom dijelu nastaje skupljanjem podzemnih voda s područja risnjačkog masiva. Budući da je Risnjak prostor s najviše oborina u Hrvatskoj, protok vode na vrelu je ogroman – minimalna protoka iznosi 1200 litara u sekundi. Do danas je istraženo 82 m dubine "cijevi" vrela, ali nije dosegnuto dno. Na područje Općine Žakanje Kupa dolazi kod Stankovaca. Na tom dijelu svog toka ona još ima karakteristike krške, planinske rijeke, sa koritom duboko urezanim u strme obronke. Nadalje poprima odlike nizinske rijeke. Cijelim svojim tokom kroz općinu Žakanje, Kupa je granična rijeka sa Republikom Slovenijom. Do sada na području Općine nisu zabilježene poplave većih razmjera. Jedan od razloga je svakako i taj što najveće pritoke Mrežnica, Dobra i Korana uviru u Kupu nizvodno u blizini Karlovca. Najveći prtok Kupe na području Općine je potok Muljevac koji izvire na području Općine Ribnik, a u Kupu se ulijeva kod Mišinaca, tj. ispod naselja Brihovo.⁴

- **Hidrološki pokazatelji**

U hidrogeološkom smislu područje Županije podijeljeno je na dvije osnovne hidrogeološke jedinice:

1. jedinica mezozojskih karbonatnih naslaga;
2. jedinica mlađih kenozojskih naslaga.

Zona plitkog krša karakterizirana je manjom debljinom karbonatnih naslaga, krške pojave su relativno plitke, pa unatoč brzom poniranju voda ne dolazi do njihova gubitka iz slivova. Vodeni tokovi su uglavnom površinski, a razvodnice slijede morfologiju terena. Prema podacima PP Karlovačke županije u hidrološkoj jedinici kenozojskih naslaga istočno od Ozlja, Karlovca, Duge Rese i Slunja, geološku podlogu formiraju tercijarni i kvartarni sedimenti (lapor, pješčenjaci, konglomerati, vapnenci, gline, šljunci, pijesci), koji su u hidrogeološkom pogledu u pravilu slabo vodopropusni. Lokalno se ipak pojavljuju područja dobre vodopropusnosti, što se posebno odnosi na miocenske vapnence i konglomerate s nešto lapora i glina. Ovdje su moguće i pojave mjestimičnih akumulacija većih količina podzemnih voda u višim nivoima, pri čemu gornji horizont vode temeljnice dopire mjestimično do same površine terena. Ovakve akumulacije izuzetno su podložne zagađenjima s površine. Za razliku od jedinice karbonatnih naslaga gdje lokalno zagađenje može biti pogubno, u zoni kenozojskih naslaga opasnost od širih posljedica zagađivanja je zbog velike dubine horizonata, daleko manja. To, naravno, ne znači da se nad područjima potencijalnih akumulacija pitke vode prostor može koristiti bez ograničenja. Na području Općine Žakanje potencijalni rezervoari pitke vode nalaze se u dubokim slojevima na prostoru Pravutine i Pake.⁵

⁴ Plan djelovanja civilne zaštite Općine Žakanje

⁵ Plan djelovanja civilne zaštite Općine Žakanje

3.1.4. Demografija

Prema popisu stanovnika iz 2011. godine, Općina Žakanje imala je 1.889 stanovnika, što je od ukupnog broja stanovnika na području Karlovačke županije 1,47%. Time je Općina svrstana među manje Općine u Karlovačkoj županiji. Prosječna gustoća naseljenosti iznosi 42,21 stanovnika po km². Proteklih desetljeća stanovništvo Općine se smanjivalo, te su brojna stara naselja svedena na nekoliko staračkih domaćinstava. Najveći pad broja stanovnika od 26,82 % zabilježen je između 1971. g. i 1981. godine. Najviše stanovnika Općine živi u naseljima Pravutina (211) i Bubnjarci (210), koja su ujedno i jedina naselja s preko 200 stanovnika, dok je najslabije naseljeno naselje Jadrići sa 7, Breznik Žakanjski s 13 i Jugovac s 14 stanovnika.

Općina Žakanje je druga najmlađa Općina u Karlovačkoj županiji. Prosječna starost stanovnika iznosi 42,3 godine. Prema dobnim skupinama najviše stanovnika Općine prema Popisu stanovništva iz 2011. godine je u kategoriji između 45-59 godina, dok je druga najzastupljenija dozna skupina između 20- 34 godine.

Ukupno 1.889 stanovnika živi u 604 kućanstva. Najveći broj kućanstava (137) ima 4 člana. Prosječan broj članova po kućanstvu iznosi 3,13 što je nešto više od prosjeka Karlovačke županije s prosjekom od 2,69 osoba po kućanstvu.

Završeno srednjoškolsko obrazovanje ima 51,33% stanovnika, dok osnovnu školu ima 37,23% stanovnika. Visoko obrazovanje ima 7,63% stanovnika.

3.1.5. Prometna dostupnost

Općina Žakanje ima važan prometni položaj prvenstveno zbog činjenice da je to geografski najpogodniji prostor za povezivanje kontinentalnog i priobalnog dijela Hrvatske. Na području Općine Žakanje najveći udio cesta čine nerazvrstane ceste čija je ukupna duljina 41,1 km dok su državne i županijske zastupljene u gotovo identičnim duljinama od oko 8 km.

Područjem Općine Žakanje prolazi državna cesta D6 (GP Jurovski Brod - Ribnik – Karlovac – Brezova Glava – Vojnić – Glina – Dvor – granični prijelaz BiH) koja povezuje Općinu sa susjednim Općinama Ribnik i Netretić, Gradom Karlovcem i granicom s Bosnom i Hercegovinom te državna cesta D228 (Jurovski Brod – Kamanje – Ozalj – Karlovac) koja povezuje općinu Žakanje sa susjednom općinom Kamanje, gradom Ozljem te sa županijskim središtem, gradom Karlovcem.

Državna cesta D6 dobila je dodatni značaj za općinu Žakanje otvaranjem čvora „Novigrad“ s pristupnom cestom Novigrad – Netretić 2012. godine, budući da pravac Novo Mesto – Metlika – Jurovski Brod – čvor „Novigrad“ koji se spaja na autocestu A1 (Zagreb – Split), odnosno A6 (Zagreb – Rijeka), predstavlja najkraću vezu srednje Europe s cjelokupnim jadranskim prostorom južno od Rijeke.

Općinom prolazi jedna županijska cesta Ž3140 (D6 – Pravutina – Velika Paka – Ribnik) koja spaja njena naselja s državnom cestom D6, te 6 lokalnih cesta. Sve ostale svrstavaju se u kategoriju nerazvrstanih cesta.

Cjelokupan teritorij Općine Žakanje pokriven je mrežom prometnica i one uglavnom udovoljavaju potrebama lokalnog stanovništva. Međutim, iako su državne i županijske ceste asfaltirane cijelom svojom dužinom, stanje dijela tih prometnica nije u potpunosti zadovoljavajuće te su nužna dodatna ulaganja u cestovne građevine. Većina lokalnih i nerazvrstanih cesta također je asfaltirana i udovoljava potrebama prometa koji se na njima

odvija, međutim postoje određeni dijelovi prometnica na kojima je također potrebno uložiti u cestovne građevine; npr. neki dijelovi nisu dostatne širine, kolnik je oštećen, a prometna signalizacija ili ne postoji ili je nedostatna. U općini Žakanje ne postoji redovan organizirani javni prijevoz koji povezuje naselja u općini, kao ni prijevoz koji povezuje Općinu s drugim Općinama i administrativnim, poslovnim i društvenim središtima: gradom Ozljem i gradom Karlovcem. Neke od postojećih autobusnih linija prometuju isključivo u svrhu prijevoza zaposlenika i učenika, a uvjetovane su početkom i krajem radnog vremena, odnosno nastave.

S obzirom na geografski položaj Općine Žakanje, odnosno blizinu teritorija Slovenije u općini se nalaze 3 granična prijelaza:

- stalni međunarodni granični prijelaz za međunarodni promet putnika i roba u cestovnom prometu Jurovski Brod – Metlika,
- stalni granični prijelaz za pogranični promet Pravutina – Krasinec,
- stalni međunarodni željeznički prijelaz II. kategorije „Kamanje“ koji se nalazi u mjestu Bubnjarci.

Općinom prolazi lokalna željeznička pruga L103 (Karlovac – Ozalj – Kamanje – državna granica), koja se nastavlja na slovensku mrežu pruga Metlika – Ljubljana. Usluge koje se pružaju u okviru željezničkog prometa na području Općine ne osiguravaju dovoljno visoku razinu kvalitete što za posljedicu ima smanjeni broj putnika kao i smanjeni broj željezničkih linija. Osim potrebe za obnovom željezničkih pruga, na području Općine Žakanje identificirana je i potreba za obnovom i modernizacijom postojećih objekata u sklopu željezničke postaje u Bubnjarcima. Od ukupne duljine pruge L103 od 28,8 km, duljina iste na području Općine Žakanje iznosi 1,6 km.⁶

3.1.6. Infrastrukturna opremljenost

- Energetski sustav

Elektroenergetska mreža na području Općine Žakanje u nadležnosti je HEP grupe (Elektra Karlovac) i pokriva sve naseljene dijelove Općine. Unatoč tome, zbog velike duljine vodova srednjeg i niskog napona, na određenim dijelovima postoje problemi u kvaliteti opskrbe električnom energijom. Iz tog razloga ograničeno je priključivanje novih korisnika mreže bez dodatnih ulaganja u izgradnju i rekonstrukciju elektroenergetske mreže. Ulaganjem u poboljšanje elektroenergetske mreže osigurat će se stabilan elektroenergetski sustav čime će se poboljšati kvaliteta opskrbe električnom energijom postojećih korisnika mreže te povećati njihovo zadovoljstvo pruženom uslugom. Uspostava stabilnog elektroenergetskog sustava omogućit će priključivanje novih korisnika na mrežu, a time i povećanje gospodarskih aktivnosti.

Na području Općine Žakanje nema opskrbe plinom.

- Vodoopskrbni sustav i odvodnja

Općina Žakanje opskrbljuje se vodom iz vodovodnog sustava „Ozalj“ te su sva domaćinstva priključena na vodovod, odnosno Općina ima 100% opskrbljenost potrošača vodom. Osnovno izvorište vodovoda „Ozalj“ nalazi se na području Općine Ribnik, dok područjem Općine Žakanje prolazi opskrbeni cjevovod te se na njemu nalazi centralna vodosprema „Breznik“ odakle se voda dalje razvodi do potrošača.

⁶ Strateški razvojni program Općine Žakanje 2017. – 2020.

Na području cijele Karlovačke županije, pa tako i na području Općine Žakanje, sustav odvodnje otpadnih i oborinskih voda iz naselja i gospodarskih zona nije riješen na zadovoljavajući način. Naime, većina naselja Općine obavlja prihvata otpadnih voda individualno, putem sabirnih jama koje često nisu odgovarajućeg kapaciteta i vodo nepropusnosti, odnosno ne zadovoljavaju potrebne standarde. Zbog toga često dolazi do njihovog pražnjenja u podzemlje ili prelijevanja u otvorene jarke i vodotoke što dovodi do zagađivanja okoliša. Samo u centru naselja Žakanje postoji uređaj za počišćavanje otpadnih voda koji koristi samo dio naselja. Radi se o separatnom sustavu kanalizacije u kojem se fekalne otpadne vode predtretiraju u bio-uređaju, a nakon tretmana pročišćavanja ispuštaju u vodotok II kategorije – potok Žakanje, koji se potom ulijeva u rijeku Kupu. Izgradnjom cjelovitog sustava odvodnje otpadnih i oborinskih voda iz naselja i gospodarskih zona smanjit će se njihov štetan utjecaj na okoliš te će se kroz očuvanje okoliša unaprijediti i kvaliteta života lokalnog stanovništva.

- Zbrinjavanje otpada

Gospodarenje otpadom u općini Žakanje trenutno se provodi prema postojećem županijskom Planu gospodarenja otpadom, a koji se temelji na uspostavi Županijskog centra za gospodarenje otpadom izvan granica Općine Žakanje. Na području Općine Žakanje prikupljanje, odvoz i odlaganje komunalnog otpada obavlja „Azeliya Eko“ d.o.o. Ozalj specijalnim vozilom u svim naseljima koja obuhvaća Općina Žakanje. Odvojeno se prikupljaju papir, staklo, plastika i limenke. Zeleni otoci postavljeni su na 20 lokacija: Brihovo, Kohanjec, Bubnjarci, Bukovac Donji, Jurovo, Mišinci, Bubnjarački Brod, Jurovski Brod (2), Jadrići, Mala Paka, Mošanci, Sračak, Velika Paka, Pravutina, Gornja Pravutina, Zaluka Lipnička, Žakanje(2), Žakanjska Sela. U Općini je izgrađeno reciklažno dvorište unutar gospodarske zone Žakanje u kojem se prikuplja otpad koji sadržava materijale koji se mogu reciklirati, odnosno ponovno upotrijebiti za istu ili neku drugu svrhu. U Općini nema ilegalnih odlagališta otpada što svjedoči o ekološkoj osviještenosti lokalnog stanovništva..

- Telekomunikacijski sustav i mobilna telefonija

Postojeći poštanski ured u općini Žakanje zadovoljava trenutne potrebe Općine i ne planira se otvaranje novih kapaciteta u skorijoj budućnosti. Prema dostupnim podacima na HAKOM portalu, na teritoriju Općine Žakanje dostupne su širokopojasne mreže preko fiksnih (nepokretnih) i mobilnih (pokretnih) mreža. Prema mogućem pružanju širokopojasnog pristupa internetu u pogledu pristupnih brzina, postoje tri kategorije; od 2 Mbit/s do 30 Mbit/s, 30 Mbit/s do 100 Mbit/s, više od 100 Mbit/s. Prikazano stanje temelji se na podacima koje su dostavili davatelji telekomunikacijskih usluga (operatori). Prikaz na HAKOM portalu obuhvaća područja za koja operatori imaju mogućnost pružanja širokopojasnog pristupa internetu navedenim pristupnim brzinama putem vlastite infrastrukture koja obuhvaća sve tehnologije, odnosno područja na kojima pojedini operatori mogu u kratkom roku i bez značajnih ulaganja spojiti korisnike na vlastitu pristupnu širokopojasnu infrastrukturu.

Naselja Breznik Žakanjski, Bubnjarci, Donji Bukovac Žakanjski, Ertić, Gornji Bukovac Žakanjski, Jadrići, Jugovac, Jurovo, Kohanjec, Mala Paka, Mošanci, Pravutina, Sela Žakanjska, Sračak, Stankovci i Velika Paka spadaju u potpunosti u tzv. bijelu NGA zonu. U svim navedenim naseljima dostupne su samo brzine niže od 30 Mbit/s i to od strane samo jednog operatora. U dijelu naselja Brihovo, Bubnjarački Brod, Jurovski Brod, Mišinci, Zaluka Lipnička i Žakanje dostupne su i brzine od 30 Mbit/s do 100 Mbit/s. Žičani pristup u naseljima Brihovo, Bubnjarački Brod, Jurovski Brod, Mišinci, Zaluka Lipnička i Žakanje također osigurava samo jedan operator. Bežični pristup omogućen je na cjelokupnom naseljenom dijelu Općine Žakanje. Postoje područja pokrivenosti bežične usluge brzinama od 2Mbit/s - 30 Mbit/s od strane jednog operatora kao i područja pokrivenosti ovom brzinom od strane više operatora, te područja pokrivenosti bežične usluge brzinama od 30Mbit/s - 100 Mbit/s od strane jednog

operatora kao i područja pokrivenosti ovom brzinom od strane više operatora. Na području Općine Žakanje ne postoje područja pokrivenosti bežičnim pristupom s brzinama od 100 Mbit/s i većim.

Može se zaključiti da postojeću širokopojasnu infrastrukturu karakteriziraju nedovoljne brzine, nedostatna tržišna konkurencija i ograničene tehnološke mogućnosti, te se može konstatirati kako postoji tržišni neuspjeh jer na području Općine Žakanje ne postoji adekvatna NGA širokopojasna infrastruktura.

3.1.7. Gospodarstvo i poljoprivreda

Općina Žakanje po indeksu razvijenosti nalazi se u skupini jedinica lokalne samouprave čiji je indeks razvijenosti između 50% i 75% prosjeka Republike Hrvatske, odnosno u II skupini, s indeksom od 64,03%.

U općini Žakanje ukupno posluje 86 poduzetnika, odnosno 38 trgovačkih društava i 48 obrta. Najzastupljenije djelatnosti prema klasifikaciji NKD 2007 su prerađivačka industrija s ukupno 20 poduzeća i trgovina na veliko i malo s 19 poslovnih subjekata. Najveći broj poduzetnika posluje na području naselja Žakanje, Bubnjarački Brod i Jurovski Brod.

Na području Općine nalaze se dvije industrijske zone:

- 1) Industrijska zona malog poduzetništva Žakanje. Zona je površine 6,8 ha i nalazi se uz prometnicu Ribnik - Jurovski Brod, južno od centra naselja Žakanje.
- 2) Industrijska zona Bubnjarci. Površina zone je 5,65 ha. Industrijska zona nalazi se 300 m južno od ceste Jurovski Brod - Ozalj nakon ulaza na cestu prema mjestu Bubnjarci.

U općini Žakanje postoji tradicija bavljenja poljoprivredom. Iako je njezin razvoj u stagnaciji zbog depopulacije Općine i mladih ljudi koji se ne žele baviti poljoprivredom, te traže bolja zaposlenja u većim gradovima u okolici, poljoprivreda je još uvijek značajan izbor prihoda za velik broj stanovnika. Poljoprivredna proizvodnja se danas bazira na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima koja zemlju većinom obrađuju samo za vlastite potrebe. Ukupno je registrirano 215 gospodarskih subjekata od kojih je 209 registrirano kao obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo. Posjedi OPG-ova su rascjepkani i usitnjeni što predstavlja problem za značajniji iskorak poljoprivredne proizvodnje u gospodarske svrhe, pa se Strateškim razvojnim programom Općine Žakanje 2017-2020. predlaže povezivanje i osnivanje zadruga, čime bi se ostvario bolji plasman proizvoda. Također, prirodni uvjeti područja Općine su takvi da utječu na odabir kultura koje se mogu ovdje uzgajati, a to su: vinova loza, voće (posebice jabuke), povrće, kukuruz i rjeđe žitarice. Poljoprivredne površine se uglavnom obrađuju na tradicionalan način, što omogućava uzgoj kvalitetnih organskih proizvoda. To je upravo, u smislu plasiranja proizvoda na turističko tržište i jedini mogući pravac razvoja poljoprivrede.

Na području Općine djeluje jedna zadruga - Braniteljska poljoprivredna zadruga Žakanje.

U stočarstvu se uglavnom uzgajaju krave, zatim ovce i svinje, a zastupljeno je i peradarstvo.

3.1.8. Društvena infrastruktura

- Zdravstvena skrb

Stanovnicima Općine zdravstvena zaštita omogućena je putem ambulante opće prakse i ljekarne koje zadovoljavaju trenutne potrebe stanovništva. Na području Općine djeluju još

dvije ordinacije privatne prakse opće medicine. Lokalno stanovništvo koristi usluge veterinarske službe iz Ozlja.

- Školstvo

Na području Općine djeluje matična škola Žakanje, područna škola Kamanje i područna škola Ribnik koje ukupno pohađa oko 200 učenika. U Osnovnoj školi Žakanje djeluje školska knjižnica koju koriste svi učenici i nastavnici. U OŠ Žakanje postoji mogućnost za razvoj dodatnih društvenih programa usmjerenih djeci i mladima, kojima bi se povećala zainteresiranost učenika za izvannastavne aktivnosti ili potaknulo učenike na odabir zanimanja koja su deficitarna u Općini. Na području Općine Žakanje djeluje jedna ustanova za predškolsko obrazovanje, Dječji vrtić "Čarolija". U Općini nema srednjih škola ni ustanova za visoko obrazovanje.

- Civilno društvo

Na području Općine registrirana su tri sportska društva:

- 1) Športsko društvo (ŠD) Bubnjarci koje raspolaže asfaltiranim igralištem s rasvjetom,
- 2) Športsko društvo Pravutina koje raspolaže nogometnim terenom na kojem se održavaju nogometni turniri mladeži i seniora s područja Općina Žakanje, Ribnik i Kamanje te Grada Ozlja.
- 3) Nogometni klub „Croatia 78“, jedini je nogometni klub na području Općine. Ima 110 članova, 4 uzrasne selekcije, natječe se u 1. Županijskoj nogometnoj ligi i raspolaže vlastitim prostorom s nogometnim igralištem.

U Općini djeluju i Kulturno umjetnička društva Žakanje i Sloga s ciljem prikupljanja, čuvanja i prezentacija izvornih pjesama, plesova, običaja i nošnji žakanjskog kraja. Na području Općine djeluje i Lovačko društvo "Trčka" Žakanje koje je okuplja 42 lovca, a posjeduje vlastiti lovački dom koji se koristi u sklopu pružanja usluga lovnog turizma kojeg samostalno organiziraju u lovištu o kojem brinu. Na prostoru Općine, osim LD „Trčka“ djeluju i susjedna lovačka društva: LD „Srnjak“ iz Ribnika i LD „Fazan“ iz Ozlja.

U Općinama Ribnik, Žakanje i Kamanje te gradu Ozlju djeluje Športsko ribolovno društvo Ozalj koje se brine za očuvanje ribljeg fonda, organizira natjecanja i izdaje dozvole za ribolov. O održivom upravljanju šumama brine se Udruga privatnih šumovlasnika „Breza“ iz Bubnjaraca. Osnovni cilj udruge je promicanje i zaštita interesa vlasnika privatnih šuma na području Općine Žakanje, Općine Kamanje i Općine Ribnik, kao i zaštita i očuvanje ruralnog prostora. Vatrogastvo u Općini Žakanje ima dugogodišnju tradiciju te je po broju vatrogasaca i dobrovoljnih vatrogasnih društava (DVD) u odnosu na broj stanovnika Općina Žakanje na 1. mjestu u Republici Hrvatskoj. Ima ukupno 11 dobrovoljnih vatrogasnih društava koja su udružena u Vatrogasnu zajednicu Općine Žakanje. Svako društvo posjeduje i vatrogasni dom. (Izvor: Strateški razvojni program Općine Žakanje 2017. – 2020.)

3.1.9. Stanje okoliša i uređenost prostora

Općina Žakanje raspolaže nezagađenim tlom i okolišem. Najveći se pritisci očituju na području zaštite vodnih resursa, posebice kvalitete podzemne pitke vode. Sustav odvodnje otpadnih voda nije riješen na zadovoljavajući način, no izgradnjom tog sustava smanjiti će se štetan utjecaj otpadnih i oborinskih voda na okoliš. Dijelovi područja uz rijeku Kupu su neuređeni ili zapušteni. Priroda je očuvana i nepromijenjena. Na području Općine nema ilegalnih odlagališta otpada, izgrađeno je reciklažno dvorište, a zeleni otoci za razvrstavanje otpada (papir, staklo, plastika, limenke) postavljeni su na 20-ak lokacija. Prostor Općine dobro je uređen, posebice u naseljima sa većim brojem stanovnika.

3.2. ODREDNICE RAZVOJA TURIZMA U VAŽEĆIM STRATEŠKIM DOKUMENTIMA

3.2.1. Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine

Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine je dokument koji utvrđuje ključne aktivnosti turističke politike usmjerene na osiguravanje proizvodnih, institucionalnih, organizacijskih i ljudskih pretpostavki za povećanje konkurentnosti hrvatskog turizma na međunarodnom tržištu, kao i ciljeve razvoja kao što su poboljšanje strukture i kvalitete smještaja, novo zapošljavanje, investicije i povećanje turističke potrošnje.

Kako bi se ostvarili ciljevi, predstavljeno je 26 prioriteta mjera turističke politike podijeljenih u dvije kategorije. Prvu kategoriju čine mjere bez čije provedbe nije moguće realizirati definirane strateške ciljeve, dok drugu kategoriju čine mjere koje su od ključnog značaja za ostvarivanje pojedinačnih razvojnih ciljeva.

Mjere unapređenja konkurentnosti hrvatskog turizma koje utječu i na razvoj Općine Žakanje:

- Usklađivanje i unapređenje zakonskog okvira u funkciji jačanja poduzetništva i investicija,
- Ubrzavanje investicijske aktivnosti donošenjem posebnog zakona,
- Ubrzano rješavanje imovinsko-vlasničke problematike,
- Proaktivna fiskalna politika u turizmu,
- Pokretanje novih programa za poticanje razvoja malih, srednjih i velikih poduzetničkih poduhvata,
- Nacionalni program razvoja malih obiteljskih hotela,
- Nacionalni program unapređenja obiteljskog smještaja,
- Stvaranje poduzetničkih klastera,
- Definiranje jedinstvenih kriterija za strateško planiranje turističkog razvoja i izrada strateških planova,
- Akcijski plan razvoja kulturnog turizma,
- Program razvoja cikloturizma,
- Usklađivanje sustava obrazovanja u ugostiteljstvu s potražnjom,
- Nacionalni plan cjeloživotnog učenja za djelatnike u turizmu,
- Preustroj sustava turističkih zajednica i izgradnja efikasnog sustava upravljanja turističkom destinacijom,
- Razvojni program specijalizacije receptivnih turističkih agencija,
- Promocija investicija u turizmu,
- Pozicioniranje Ministarstva turizma kao posredničkog tijela u korištenju fondova EU 2014.-2020.

3.2.2. Strateški marketinški plan hrvatskog turizma 2014.-2020.

Strateški marketinški plan hrvatskog turizma 2014.-2020. je dokument kojim je definiran nacionalni turistički marketing te ostvarivanje ciljeva povećanja snage brenda, povećanje broja dolazaka turista u pred i posezoni te povećanje dnevne potrošnje. Marketinški plan predstavio je prijedlog vrijednosti koje opisuju turističku ponudu na način da objašnjava koristi koje turistička destinacija može pružiti svojim gostima te ih iskoristiti u svojoj promociji.

Točke diferencijacije Općine Žakanje u usporedbi s drugim odredištima, prema prijedlogu vrijednosti koji se ugrađuje u stvaranje turističkih proizvoda, su:

- Ljepota prirode,
- Netaknutost i očuvanost,

- Bogata povijest i kultura,
- Tradicijska gastronomija,
- Karakteristike životnog stila (običaji, obrti i zanati, glazba i ples).

Točke diferencijacije Općine Žakanje u usporedbi s drugim destinacijama prema vrijednosnim prijedlozima i portfelju proizvoda su:

- Avanturizam i sport;
- Biciklističke staze;
- Poleti, vozi/bicikliraj;
- Priroda (fotografija prirode, rute u prirodi, promatranje ptica);
- Ruralni i planinski turizam

3.2.3. Razvojna strategija Karlovačke županije 2016.—2020.+

Ključna obilježja turističkog sektora Karlovačke županije su manjak kvalitetnih smještajnih kapaciteta u hotelima, hotelskim naseljima i kampovima, relativno kratko vrijeme boravka turista u turističkim destinacijama, manjak dobro obrazovanih i kvalitetnih turističkih kadrova sa cjeloživotnim obrazovanjem (niža, srednja i viša razina) u ugostiteljskim i turističkim tvrtkama te nedovoljno afirmiran i kvalitetan sustav destinacijskog menadžmenta za turističke destinacije u Karlovačkoj županiji.

Među turističkim kontinentalnim destinacijama, turistička ponuda Karlovačke županije prednjači u biciklističkim, planinarskim i nordic-walking stazama, ponudi pustolovnog turizma vezanog uz rijeke (kanuing, rafting), ribolovnom turizmu te dijelu gastronomske i enološke ponude, vezane uz kvalitetne etablirane restorane i vinske podrumce. Mreža županijskih cikloturističkih staza duža je od 550 km, a uz 10 glavnih cikloturističkih staza (staza 1. Karlovac Jaškovo Karlovac; staza 2. Draganić Ozalj Draganić; staza 3. Ozalj Vivodina Ozalj; staza 4. Žakanje Netretić Žakanje; staza 5. Netretić Bosiljevo Netretić; staza 6. Duga Resa Generalski Stol Duga Resa; staza 7. Ogulin Tounj Ogulin; staza 8. Ogulin Modruš Ogulin; staza 9. Saborsko Rakovica Saborsko te staza 10. Slunj Cetingrad Slunj) mnogo je i manjih, odnosno kraćih cikloturističkih staza osobito na području grada Duge Rese i rijeke Mrežnice, grada Ogulina i HOC „Bjelolasica“ te Općine Rakovica prema Baračevim špiljama i NP „Plitvička jezera“.

Vizija Karlovačke županije kroz razvojnu strategiju je: „Županija razvijene poduzetničke klime i gospodarstva, kvalitetnih ljudskih resursa, održivog razvoja i kvalitetnog življenja.“

3.2.4. Analiza stanja i strategija razvoja turizma Karlovačke županije do 2025. godine

Strategija je definirala viziju Karlovačke županije: Karlovačka županija je 2025. godine vodeća hrvatska kontinentalna regija aktivnog odmora koja privlači posjetitelje kroz cijelu godinu. Svoju atraktivnost temelji na netaknutoj i očuvanoj prirodi, bogatstvu vode, kulturno-povijesnoj baštini, lakoj dostupnosti i ljubaznim domaćinima, tradicionalnoj gastronomiji temeljenoj na lokalnim namirnicama i bogatstvu prostora u kojemu svaki gost pronalazi utočište za bijeg od urbane svakodnevnice.

Tržišno pozicioniranje Karlovačke županije definirano je i usuglašeno na sljedeći način: *Smještena u zelenom srcu Hrvatske, Karlovačka županija je globalno konkurentna regija nadohvat ruke koja svojom očuvanom prirodom, bogatstvom voda, povijesti i delicija nadahnjuje goste na turističko otkrivanje, aktivno bavljenje sportom i rekreacijom, ali i na odmor te vraćanje snage u tihom ruralnom kraju.*

Na području turističke infrastrukture i investicija identificirano je šest ključnih inicijativa:

1. **Infrastruktura za aktivni odmor** - Razvoj visoko kvalitetne turističke infrastrukture (biciklističke staze, planinarske, pješačke i *trekking* staze i dr.) koja će podržavati razvoj *outdoor* proizvoda Županije.
2. **Sustav vidikovaca** - Cilj ovog programa je formiranje i uređenje nekoliko panoramskih vidikovaca koji bi omogućili sagledavanje cjelokupnog prostora Županije na atraktivan i korisnicima siguran način.
3. **Sustav interpretacijskih centara i muzeja** Sustav interpretacijskih centara i muzeja ima za cilj na interaktivan, inovativan i zanimljiv način valorizirati bogato kulturno-povijesno nasljeđe Karlovačke županije.
4. **Revitalizacija i uređenje dvoraca i utvrda** - Osim konzervatorskih zahvata planiranih na dvorcima i utverdama Karlovačke županije, inicijativa ima za cilj dodatno valorizirati takve objekte kroz njihovu komercijalnu namjenu (muzeji, interpretacijski centri, dvorane za vjenčanja, restorani i sl.).
5. **Sustav panoramskih balona** - Panoramski baloni predstavljaju atraktivno iskustvo uživanja u panorami turističkog područja
6. **Tematski turistički parkovi** - Tematski turistički parkovi način su obogaćivanja turističke ponude Županije i postaju primarni motiv dolaska, a mogu biti inspirirani nekim od resursa s područja Karlovačke županije.

Na temelju analize stanja i evaluacije prostora formirano je nekoliko iskustvenih zona. Općina Žakanje pripada **Klasteru 1.** pod nazivom „**Harmonija zelenog i plavog**“, koji obuhvaća još gradove Karlovac i Ozalj, te Općine Draganić, Kamanje, Lasinja i Ribnik.

Za svaki klaster identificirani su ključni proizvodi. Za Klaster 1 (kojem pripada Općina Žakanje) to su:

- **aktivni odmor**

Preporučena infrastruktura - biciklističke staze, riječne plaže i kupališta, centri za aktivnosti na vodi, planinarske staze, konjički centri i staze, *trekking* staze, adrenalinski centri, termalni centri, sustav uređenih špilja;

Preporučena tipologija smještaja: mali obiteljski i tematski hoteli (npr. *bike* hoteli), kuće za odmor, *glamping* i kampovi, *wellness* resort;

Moguće aktivnosti: Kupanje, promatranje zvijezda, speleologija, kajaking, šetnje u prirodi, *trekking*, nordijsko hodanje, organizirane ture pješaćenja, biciklizam, veslanje, splavarenje, jahanje, sportska događanja, sanjkanje, *zip-line* i dr.

- **kulturni turizam**

Preporučena infrastruktura: interpretacijski centar (npr. znanstveni i tehnološki povezan uz Munjaru, Nikola Tesla, dvorci i sl.), muzeji i galerije, Munjara, dvorci i stari gradovi (Ozalj, Dubovac), Vojni kompleks Turanj, Karlovačka zvijezda, Aquatika, Tehno park, sakralna baština, etno kuća i etno park, žitna lađa;

Preporučena tipologija smještaja: smještaj u dvorcima (mali hoteli), gradski hoteli, privatni smještaj, heritage i difuzni hoteli;

Moguće aktivnosti: individualni i organizirani posjeti muzejima i interpretacijskim centrima, posjeti obnovljenim dvorcima, kulturne manifestacije, ljetna kina na otvorenome, glazbene večeri u perivojima i dvorcima, ljetne škole, vođene ture, oživljavanje priča kroz manifestacije, vjerski turizam i sl.

3.2.5. Operativni plan razvoja cikloturizma Karlovačke županije

U Operativnom planu razvoja cikloturizma Karlovačke županije ističe se da iako kroz Karlovačku županiju ne prolazi nijedna EuroVelo ruta, nju presijecaju dvije važne državne glavne rute:

- **Ruta br. 3** koja se županijom kreće smjerom sjever- jug, od granica Slovenije / Jurovski Brod - Ozalj - Karlovac - Slunj - Plitvička jezera - Knin - Sinj - Imotski - Vrgorac - Metković, te čini dio glavne cikloturističke poveznice unutrašnjosti Hrvatske i susjedne Slovenije s Dalmacijom; i
- **Ruta br. 6** koja se Županijom pruža smjerom zapad - istok i čini glavnu poveznicu Sjevernog Jadrana sa Zagrebom i susjednom Mađarskom.

Kroz Operativni plan predlaže se 16 mjera kojima se želi intenzivirati razvoj cikloturizma koje teže ispunjenju glavnih ciljeva Akcijskog plana koji su: *Izgradnja i uređenje cikloturističkih ruta na način da udovoljavaju osnovnim kriterijima važeće domaće zakonske regulative i europskim standardima za cikloturizam (EuroVelo); opremanje ruta ujednačenom prometnom i turističkom signalizacijom; uređenje turističke infrastrukture kroz prilagodbu smještaja „Bike & Bed“ standardima te osiguranje potrebnih ugostiteljskih i servisnih sadržaja od interesa za cikloturiste; umrežavanje svih dionika relevantnih za turističko korištenje bicikala; i promociju cikloturizma kao oblika održivog korištenja prostora i generatora stvaranja cjelogodišnje turističke ponude.*

Na općinu Žakanje odnose se slijedeće mjere:

- **Mjera I. Kreiranje državne glavne rute br. 3 Sjever-Jug ('Plitvička ruta')** koja se područjem Županije pruža smjerom sjever-jug u duljini od 139 km od granice sa Slovenijom kod graničnog prijelaza Jurovski Brod do granice Ličko-senjske županije kod Poljanka. Ova ruta ima i veliki međunarodni potencijal jer s jedne strane čini potencijalno najpogodniju vezu većeg dijela Slovenije s Dalmacijom, dok u Bosni i Hercegovini ima prirodni nastavak trasom nekadašnje željezničke pruge 'Ćiro' prema Dubrovniku i Crnoj Gori;

- **Mjera VII. Obilježavanje i unapređenje lokalnih ruta za rekreativne bicikliste na odmoru i/ili izletu u Županiji**- čime bi se unaprijedio proizvod cikloturizma na lokalnim rutama za rekreativne i trekking bicikliste;
- **Mjera VIII. Kreiranje ruta, bike parkova i ostalih sadržaja za brdske (MTB) bicikliste;**
- **Mjera IX. Razvoj odmorišta i servisnih stanica za cikloturiste;**
- **Mjera X. Razvoj i certificiranje smještajne ponude, unapređenje ugostiteljskih sadržaja i izleta za cikloturiste;**
- **Mjera XI. Razvoj informativnih i interpretativnih sadržaja;**
- **Mjera XII. Unapređenje promocijskih aktivnosti i materijala;**
- **Mjera XIII. Unapređenje dodatnih usluga za cikloturiste i bicikliste;**
- **Mjera XV. Edukacija dionika o važnosti razvoja biciklizma i cikloturizma.**

Operativnim planom razvoja cikloturizma Karlovačke županije formirana je slijedeća vizija:
u 2020. godini cikloturizam će postati jedan od ključnih atributa prepoznatljivosti turizma Karlovačke županije. Zahvaljujući iznimno bogatoj i raznolikoj cikloturističkoj mreži koja povezuje prirodne (i zaštićene) ljepote dolina, rijeka i brežuljaka te brojne neotkrivene kulturno-povijesne atrakcije cikloturizam postaje pokretač razvoja turizma te privlači zaljubljenike u biciklizam svih dobnih skupina.

3.2.6. Strateški plan lovnog i ribolovnog turizma Karlovačke županije do 2020. godine

Cilj i svrha Strategije je da se predlože realno ostvarivi i mjerljivi ciljevi, prioriteti i mjere kojima će se doprinijeti ne samo razvoju cjelogodišnje lovne i ribolovne turističke ponude već i provedbi ruralnog razvoja.

Strategija je podijeljena na dva dijela: **lovn i ribolovni turizam**.

Strategija lovnog turizma - postavlja viziju Karlovačke županije kao prostor za bavljenje održivim lovstvom i lovnim turizmom. Postavljaju se tri strateška cilja za koja su određeni prioriteti i mjere:

1. Unapređenje fondova divljači i izgradnja lovno-gospodarskih objekata,
2. Održivo upravljanje lovištima i jačanje kapaciteta za lovstvo i lovni turizam,
3. Konkurentnost lovstva i lovnog turizma te razvoj lovno-turističke ponude i usluge.

Strategija ribolovnog turizma - postavlja viziju Karlovačke županije kao prostor za bavljenje održivim ribolovom i ribolovnim turizmom. Postavljaju se isto tako tri strateška cilja za koje su određeni prioriteti i mjere:

1. Unapređenje ribljih fondova i izgradnja mrjestilišta,
2. Održivo upravljanje ribolovnim zonama i jačanje kapaciteta za ribarstvo i ribolovni turizam,
3. Konkurentnost ribolova i ribolovnog turizma te razvoj ribolovno-turističke ponude i usluga.

3.2.7. Strateški razvojni program Općine Žakanje 2017.-2020.

Strateški razvojni program Općine Žakanje 2017—2020. poljoprivredi daje važnu ulogu u razvoju selektivnih oblika turizma, kroz proizvodnju kvalitetnih poljoprivrednih proizvoda, ali i kroz pružanje ponude turističkih usluga u obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima. Ocjenjuje turizam slabo razvijenim, a uglavnom se radi o izletničkom ili tranzitnom turizmu.

U Općini postoji potencijal za razvoj turizma, ali još uvijek nema plansko-provedbenih smjernica za razvoj selektivnih oblika turizma kao i za uređenje i izgradnju turističke infrastrukture. Prije donošenja istih, potrebno je provesti valorizaciju prirodnih i kulturno-povijesnih resursa u turističke svrhe, kao i posebni program poticanja bavljenja turizmom od strane privatnih iznajmljivača. Osim valorizacije prirodnih bogatstava, na području Općine Žakanje predviđa se provedba arheoloških istraživanja i iskapanja u svrhu njihove turističke prezentacije. Razvoj turizma svakako je potrebno vezati uz sačuvani prirodni krajolik, osobito dolinu Kupe, te činjenicu da predstavlja izuzetno atraktivan prostor te ekološki vrlo stabilan, smješten u neposrednoj blizini Žumberka i turističkih destinacija u Sloveniji. Uređenje i izgradnju odgovarajućih sadržaja potrebno je planirati i provoditi prvenstveno u građevinskim područjima naselja, tako da se u najvećoj mogućoj mjeri očuva izvorna vrijednost prirodnog i kulturno-povijesnog okruženja.

3.2.8. Prostorni plan Općine Žakanje

Općina Žakanje prepoznala je potencijal turističkog razvoja te je u okviru Prostornog plana uređenja Općine predviđeno pet zona ugostiteljsko - turističke namjene (T) unutar statističkih granica naselja Bubnjarački Brod, Žakanje (2 zone), Jurovo i Zaluka Lipnička, a u cilju razvoja izletničkog turizma, valorizacije krajobraznih i prirodnih vrijednosti, ukupne površine 5,0 ha.

Prostornim planom određena je i jedna zona ugostiteljsko – turističke namjene – autokamp (T3) unutar statističkih granica naselja Bubnjarački Brod, kao i 11 zona sportsko – rekreacijske namjene (R) unutar statističkih granica naselja Bubnjarci, Jurovo / Jurovski Brod, Jurovo (4 zone), Pravutina, Velika Paka (2 zone), Sračak, Zaluka Lipnička i Žakanje, ukupne površine 6,9 ha.

3.3. TURISTIČKO RESURSNO-ATRAKCIJSKA OSNOVA

3.3.1. Prirodna baština – flora i fauna

Današnja geomorfološka slika prostora Općine Žakanje oblikovala se prije 65-75 milijuna godina u razdoblju mezozoika i krede. Na ovom, većim dijelom vapnenačkom području, javljaju se krške osobine: uvale, ponikve, vrtače, spilje i ponornice. Između Žakanja i Breznika nalazi se neistraženi spiljski lokalitet Grabrak, te jednako tako u samom brdu Lipnik Metlička jama. (Izvor: www.opcina-zakanje.hr)

Najznačajnija prirodna znamenitost Općine Žakanje je dolina rijeke Kupe, visokovrijedan ekološki krajobraz koji ima karakteristike planinske rijeke i kvalitetu I. i II. kategorije. Na pojedinim dijelovima rijeke nalaze se sedrene barijere i slapovi. Rijeka je čista i bogata ribom. Na cijelom toku Kupe koji prolazi općinom Žakanje nalazi se dvanaest slapova, a šest slapova su ponovno uređeni: Sračak, Pravutina, Mišinci, Bubnjarci, Mala Paka i Jurovo. Na rijeci Kupi uređena su kupališta: Pravutina, Jurovo, Bubnjarci.

Dolina potoka Muljevca je područje pod šumama hrasta lužnjaka i crne johe te površine pod bujadnicama (steljniki). Dio je povremeno zamočvaren pa je značajan za močvarnu ornitofloru.

Jugovac (Jugov vrh) – najviši vrh u Općini. Područje je obraslo šumom, sa nekoliko manjih skupina starijih kuća. Dio padina prema zapadu i sjeverozapadu je obrađen i zasađen voćnjacima i vinogradima, dok je dio pod livadama i šumama.

Temeljem važećeg Pravilnika o strogo zaštićenim vrstama na području Općine Žakanje nalazi se niz strogo zaštićenih životinjskih vrsta. Jedno od glavnih obilježja ovog područja je da u njemu žive sve tri velike zvjeri: **vuk, ris i medvjed**.

- **Sisavci:** širokouhi mračnjak, vuk, ris, dugokrili pršnjak, puh orašar, velikouhi šišmiš, dugonogi šišmiš, riđi šišmiš, veliki šišmiš, sivi dugoušan, južni potkovnjak, veliki potkovnjak, mali potkovnjak, smeđi medvjed.
- **Ptice:** jastreb, dugorepa sjenica, prugasta trpteljka, orao kliktaš, škanjac, češljgar, zelendur, dugokljuni puzavac, bijela roda, batokljun, golub dupljaš, piljak, veliki djetlić, žuta strnadica, sivi sokol, lastavica vijoglav, slavuj, veliki ronac, bijela pastirica, vuga, plavetna sjenica, velika sjenica, planinska sjenica, škanjac osaš, mrka crvenrepka, zviždak, šljuka (samo gnijezdeća i proljetna preletnička populacija), žutarica, brgljez, šumska sova, crnokapa grmuša, grmuša pjenica, pjenava grmuša, palčić.
- **Gmazovi:** barska kornjača, zidna gušterica
- **Vodozemci:** žuti mukač, šumska smeđa žaba, veliki vodenjak
- **Ribe:** veliki vijun, Keslerova krkuša, bjeloperajna krkuša, zlatni vijun.

Područje Općine bogato je prirodnim ljepotama, šumama na umjereno strmim padinama kao i prirodnim travnjacima.

Prema Pravilniku o popisu stanišnih tipova, karti staništa te ugroženim i rijetkim stanišnim tipovima na području Općine nalaze se sljedeći ugroženi i rijetki stanišni tipovi:

- *Trščaci, rogozici, visoki šiljevi i visoki šaševi*
- *Mezofilne livade košanice Srednje Europe*
- *Srednjeeuropske livade rane pahovke*
- *Brdske livade uspravnog ovsika na karbonatnoj podlozi*
- *Bujadnice*
- *Visoke zeleni s pravom končarom*
- *Mješovite hrastovo – grabove i čiste grabove šume*
- *Srednjeeuropske acidofilne šume hrasta kitnjaka te obične breze.*

3.3.2. Kulturno povijesna baština

Arheološki nalazi (kameni predmeti, ulomci glinenih posuda sa ornamentikom karakterističnom za neolitik, ali i stakleni i metalni predmeti te novac iz rimskog doba) svjedoče o tome da je ovaj prostor bio naseljen još u doba neolita. Kasnije su ovdje obitavala ilirska stočarsko-ratnička plemena i kasnije keltska plemena. Nakon propasti Zapadnog rimskog carstva, ovo područje naseljavaju slavenska plemena današnjih Hrvata koja žive u sastavu tadašnje Panonske ili Posavske Hrvatske. U srednjem vijeku slobodne seoske Općine na jugu Kupe spadaju u sastav Goričke županije.

Područje Općine Žakanje nekada je bilo dom najznačajnijih hrvatskih velikaških obitelji Zrinskih i Frankopana i njihovih vazala. O time danas svjedoče samo pisani dokumenti u različitim arhivima i kao i rijetki ostaci građevina.

- **Dvorac i imanje Bubnjarci** sa dvorcem spominje se još u 15. st., a jedan od njegovih vlasnika bio je Filip Šufflay, u svoje vrijeme najznačajniji veleposjednik u Hrvatskoj. Danas na žalost nema ostataka dvorca.
- **Dvorac Jurovo** je sagrađen u 17. st.. Bio je u vlasništvu Zrinskih, Benića i baruna Vranyczanija, okružen prekrasnim perivojem s ribnjakom i imanjem od 225 hektara. Srušen je 1956. godine te mu se danas raspoznaju samo temelji.
- **Dvorac Šimunec**, koji se nazivao još i Šimunvrh nalazio se na brijegu iznad Žakanja. 1651. godine Petar Zrinski darivao ga je Gašparu Colariću, a posljednji vlasnici su obitelj Vuk. Poznati su još i dvorci i kurije u Zaluki, Kohanjcu i Obrhu, gdje je rođen Juraj Križanić, značajan hrvatski jezikoslovac XVII stoljeća.

U Registar kulturnih dobara upisana je obnovljena Crkva Uznesenja Djevice Marije (Žakanje) i Kapelica Svetog Križa (Bubnjarci). Na području Općine nema ugroženih kulturnih dobara.

3.3.3. Tradicijska baština

Vrednovanjem zatečenih kulturno povijesnih vrijednosti Prostornim planom Općine Žakanje iz 2007. godine, predložene su za zaštitu:

- Civilne građevine
 - Bubnjarci, kompleks željezničke postaje s vodospremom i radničkim naseljem
 - Bubnjarci, željezni most
 - Velika Paka, zgrada škole
 - Žakanje, zgrada škole
- Gospodarske građevine
 - Brihovo, mlin na potoku Muljevac

- Bubnjarci, mlin na rijeci Kupi
- Bubnjarci 1, «his» i sjenik
- Jurovo bb, gospodarska građevina dvorca Jurovo
- Jurovski Brod 19, «pod»
- Mala Paka, ruševine mlina na rijeci Kupi
- Mišinci 21, mlin sa stambenim prostorom, na rijeci Kupi
- Žakanje, gospodarska zgrada dvora (Podvor)

- Sakralna arhitektura

Na području Općine nalazi se Župna crkva i 13 kapelica.

- **Crkva Uznesenja Djevice Marije** – crkva je smještena u naselju Žakanje, sagrađena je 1896. g. cjelovitog je i skladnog oblikovanja vanjskog i unutarnjeg prostora s odlikama razdoblja historicizma s kraja 19. stoljeća. Jednobrodna je građevina pravokutnog tlocrta s užim poligonalnim svetištem, sakristijom sjeverno uz svetište i zvonikom iznad glavnog pročelja. U njoj se nalazi vrijedan mramorni bočni oltar iz 1726. godine posvećen Svetome Mihovilu, koji je bio četrnaesti oltar u zagrebačkoj katedrali. Glavni oltar Uznesenja Blažene Djevice Marije izradio je slovenski majstor Jereb 1882. godine, a mehanizam orgulja djelo su graditelja G Göstla iz 1858. godine. U crkvi ima više grobnih kripta u kojima su pokopani članovi plemenitaške obitelji Tomašić.
- **Kapele** – pripadaju pučkom graditeljstvu religioznog sadržaja od fonda koji je danas sačuvan najviše ih je iz druge polovice 19. stoljeća i prve polovice 20. stoljeća. Motivi za njihovo podizanje bili su uglavnom religiozni, a podizali su ih pojedinci, obitelji, skupine ljudi ili seoske zajednice u svrhu zahvale za prošlost, zagovora za budućnost ili samo zbog svoje pobožnosti. Razlozi su često upisani na samo objektu.
 - Kapela Majke Božje Kraljice Svibnja u Selima Žakanjskim
 - Kapelica Svetog Filipa u Brihovu
 - Kapela Svetog Križa u Bubnjarcima
 - Kapela na čast Majke Božje u Donjem Bukovcu
 - Kapela Svetog Antuna u Mišincima
 - Kapelica Srca Isusova u Brezniku
 - Kapelica Sedam Žalosti Majke Božje u Kohanjcu
 - Kapelica Svetog Ivana Krsitelja u Maloj Paki
 - Kapela Majke Božje Žalosne u Lipničkoj Zaluki
 - Kapela Svetog Leonarda u Pravutini
 - Kapelica Svetog Mihovila u Velikoj Paki
 - Kapelica Majke Božje Kraljice Hrvata u Mošancima

Uz ceste i putove kao i na raskrižjima putova nalaze se mnoga drvena raspela.

Posebno su značajna raspela u Jugovcu, Mošancima, Stankovcima i Velikoj Paki, te pil u Žakanju

- Pučko graditeljstvo

Pučko /tradicijsko je graditeljstvo izuzetno očuvano na području Općine Žakanje. Gledajući s današnje perspektive to je ekološko graditeljstvo. Sve, sav materijal što ga je trebao za svoju kuću, seljak, narodni graditelj, uzimao je iz prirode. Drvene kuće gradile su se sve do sredine 20. stoljeća od drveta hrasta i kestena. U Središnjoj Hrvatskoj, gdje je na raspolaganju uz drvo

bilo i kamenje, za gradnju su se upotrebljavala oba materijala, kamen u donjim, a drvo u gornjim zonama.

Burna povijest, napadi Turaka, stvaranje Vojne krajine i svi ostali prirodni i društveni čimbenici odrazili su se na tradicijsko graditeljstvo. Kuće su sadržajem i volumenom skromne drvene prizemnice, a kada su na kosom terenu, s podrumom zidanim kamenom, pokrivene slamom ili šindrom katnice. Novijega su, odnosno mlađega tradicijskoga razdoblja (obradba planjki, uglova i drugih detalja) s dvostrešnim krovovima pokrivenima crijepom. Imaju karakteristične male prozore i osebujne dijagonalne grede na vanjštini drvenih stijenki uglavnom štala i sjenika što je utjecaj iz susjedne Slovenije. Prostornim planom predviđena je zaštita 25 tradicijskih kuća ili okućnica te dijela naselja Bubnjarci.

- Trase povijesnih komunikacija

Prostornim planom Općine 2007. predložena je zaštita:

- Srednjovjekovne ceste Slovenija, Ribnik, Netretić, Duga Resa, Belaj, Velemerić, Donji Budački, Krnjak, Vojnić, Bosna i
- Željezničke pruge Karlovac – Bubnjarci - Metlika

- Kulturni krajolik

Kroz kulturni krajolik očitavamo identitet prostora kroz međudjelovanje čovjeka i prostora. Prostornim planom iz 2007. godine predložena je zaštita slijedećih kulturnih krajolika:

- vinogradi oko Sela Žakanjskih
- oranice uz Kupu od Mišinaca, Zaluke do Donje i Gornje Pravutine.
- potok Muljevac
- Sela Žakanjska, vidikovac
- vizure u kontinuiranom potezu -sela uz Kupu
- vizure s ceste od Gornjeg Bukovca do Sela Žakanjskih i Žakanja

3.3.4. Nematerijalna kulturna baština

Tradicionalni obrti, znanja i vještine:

- proizvodnja vina,
- medarstvo,
- pečenje rakije,
- tradicionalna gastronomija
- tradicionalna obrada zemlje i uzgoj stoke i peradi,
- obrada drva,
- mljevenje žitarica u mlinovima,
- tkanje domaćeg platna i tepiha,
- lov i ribolov,
- sakupljanje aromatičnog i ljekovitog bilja,
- prerada mlijeka i mliječnih proizvoda,
- napjevi i plesovi.

3.3.5. Znamenite osobe

Juraj Križanić - rođen u malom naselju kraj Lipnika, kod Ribnika, između 1617. i 1619. godine, a koji je bio hrvatski svećenik, teolog, pisac, jezikoslovac, glazbenik, političar te zagovornik crkvenog i slavenskog jedinstva;

Božidar Širola - rođen u Žakanju 20. prosinca 1889. godine, a koji je bio hrvatski skladatelj i glazbeni pisac, muzikolog i etnomuzikolog.

3.3.6. Razina turističke opremljenosti/valorizacije

Domena	Razina turističke opremljenosti/valorizacije
<i>Prirodna baština</i>	Niska - cjelokupan prostor nije turistički opremljen. Djelomično je uređen sustav biciklističkih staza.
<i>Kulturna baština</i>	Srednja – Na području Općine ima mnogo očuvanih tradicijskih kuća. Dio ih je obnovljen (selo Bubnjarci), no na obroncima, uz vinograde mnogo je ruševnih tradicionalnih kuća. Nisu razvijeni kulturni proizvodi ni atrakcije.
<i>Kultura života i rada</i>	Srednja - Sakralni objekti su uređeni, no nisu interpretirani. Gastronomska tradicija nije odražena u današnjoj ponudi.
<i>Povijesne ličnosti</i>	Niska - uz povijesne ličnosti nije vezan ni jedan događaj ili manifestacija u Općini.
<i>Manifestacije</i>	Niska - na području Općine trebalo bi osmisliti manifestacije vezane za turističke proizvode koji će se ovdje razvijati, a koji će stvarati image destinacije i biti motiv dolaska gostiju.
<i>Ceste, rute, staze i šetnice</i>	Niska – Sadržaji nisu obilježeni turističkom signalizacijom. Nema osmišljenih i tematiziranih staza i šetnica., a za staze i tematizacija.
<i>Sportski objekti</i>	Niska –nema sportskih objekata gdje bi gosti mogli utrošiti vrijeme za hladnih i kišovitih dana.
<i>Smještajni kapaciteti</i>	Niska – na području Općine registrirano je tek nekoliko privatnih smještaja.

3.3.7. Sportsko rekreacijski sadržaji

- **Biciklističke staze** - Na području Općine, biciklističke je staze razvijala Turistička zajednica Karlovačke županije. Dvije staze prolaze općinom, jedna u dužini od 8 km, teške težine kao i staza u dužini od 20 km lagane težine. Staze su kružne i obilježene, no nedostaje infrastruktura (GPS, servisi, iznajmljivanje bicikla, bike&bad smještaj, ugostiteljski objekti i sl.).

- **Lov i ribolov** – Ovdje postoji tradicija lova i ribolova. Rijeka Kupa bogata je mnogim slatkovodnim ribama, a ribom je najbogatije područje od Jurovskog Broda do Bubnjaraca. Športsko ribolovno društvo Ozalj djeluje na području cjelokupnog toka Kupe Općina Ribnik, Žakanje i Kamanje, te grada Ozlja i brine o očuvanju ribljeg fonda, organizira takmičenja i izdaje dozvole za ribolov. Ribolovne karte moguće je kupiti u Restoranu "Doris". Na području Općine djeluje Lovačko društvo "Trčka" Žakanje, osnovano 1963. godine, koje okuplja 42 lovca. Društvo posjeduje vlastiti lovački dom i brine se o lovištu, te organizira lovni turizam na prostoru Općine. Osim domicilnog društva na prostoru Općine Žakanje djeluju i susjedna lovačka društva: LD "Srnjak" Ribnik i LD "Fazan" Ozalj. (Izvor. www.opcina-zakanje.hr).

3.3.8. Okruženje

Slunj (Rastoke)

Prostor Grada Slunja ima najviše obilježja klasičnog dinarskog karaktera. Reljef je izrazitih kraških karakteristika, a krasi ga tri prekrasne kraške rijeke: Slunjčica, Korana i Mrežnica. Zbog kraških svojstava na istom području nalazi se i velik broj manjih rječica, izvora i potoka. Na području grada Slunja nalazi se gradsko vodeničarsko naselje koje je nastalo na mjestu spajanja rijeka Slunjčice i Korane - Rastoke. Mnogi nazivaju Rastoke „Plitvicama u malom“. Zbog svoje arhitektonske, etnografske i prirodne vrijednosti već više od 40 godina upisane su u Registar nepokretnih spomenika kulture. Zbog njih se proteklih godina izgradilo i obnovilo mnogo starih kuća i drvenih mlinica, a i brojna su se domaćinstva u okolici zbog njih okrenula turizmu te poljoprivredi i gastronomiji.

U 2017. godini TZ grada Slunja zabilježila je 53.203 dolazaka turista kao i više od 110.000 noćenja. Tada je prosječna duljina boravka bila 2.04 dana. Najviše noćenja ostvarili su gosti iz Njemačke, Južne Koreje, Francuske, Izraela i Hrvatske.



Izvor: Wikipedia

Destinacija Bela Krajina (SLO)

Destinacija okuplja tri Općine Črnomelj, Metlika i Semič. Metlika je prvo mjesto uz samu Općinu Žakanje, nakon granice Jurjevski brod.

Primarna turistička ponuda destinacije oslanja se na prirodne znamenitosti. Naime, gotovo polovica destinacije nalazi se u Naturi 2000. Središnja prirodna znamenitost je rijeka Kupa uz koju su organizirane brojne sportske i rekreativne aktivnosti (adrenalinski parkovi, kajaking,

Team Building programi, planinarenje, skijanje). Veliki potencijal za razvoj održivih inovativnih proizvoda vide u zaštiti, ali i prezentaciji izvorne glazbe, plesova, obrtništva.

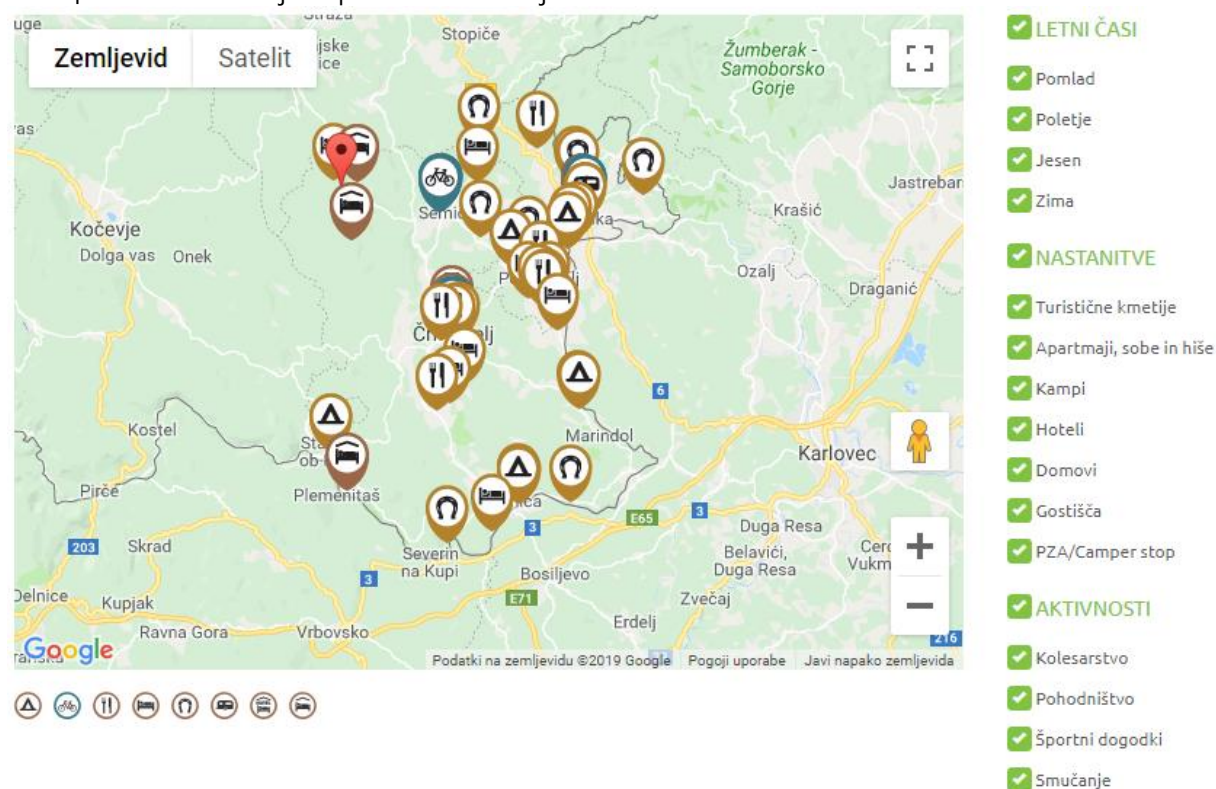
Na području destinacije kulturna baština je izuzetno bogata, te se stoga mnogo financijskih sredstava ulaže u dobro organizirane tematske, pješačke i biciklističke rute, namijenjene različitim ciljnim skupinama koje povezuju različite znamenitosti.

Ponuda smještaja je koncentrirana na kampove, ali dobro je razvijen i smještaj u apartmanima, kućama za odmor i farmama. Većina noćenja ostvaruje se od lipnja do rujna, a najviše noćenja ostvaruju gosti iz Njemačke, Francuske i Nizozemske koji ostaju dva dana u destinaciji.

Ugostiteljstvo je dobro razvijeno, a također se temelji na tradicionalnoj kuhinji. Razvijaju se OPG-ovi, vinarije, kušaonice, pivovare. Najpoznatiji zaštićen gastronomski proizvod je belokrajnska pogača.

Manifestacije su usmjerene na etnografsku tradiciju. Najstariji festival Slovenije „Jurjevanje“ odvija se u Črnomlju, tako da tih dana grad zaživi, postane centar plesa, muzike, belokranjskih vina. Uz mnoge druge manifestacije, posebno se ističe Božićni koncert koji se odvija u pećinskoj galeriji, 15m pod zemljom.

Slika 4: Interaktivni zemljovid ponuđača Bela krajina



Park prirode Žumberak

Park prirode Žumberak nalazi se u sjeverozapadnom dijelu Hrvatske u kojem se miješaju obilježja Dinarida, Alpa i Panonske nizine. U ovom dijelu Hrvatske nalazi se najveći broj naselja smještenih na nadmorskim visinama od 400-700 m.n.v. što je jedno od vrijednih obilježja ovog Parka. Uz sjevernu granicu Parka nalazi se najviši planinski greben.

Prirodni činitelji, ali i dugogodišnje djelovanje čovjeka i njegov suživot s prirodom, učinili su Park prirode "Žumberak – Samoborsko gorje" područjem zanimljive i bogate bioraznolikosti. Biljni pokrov područja Parka vrlo je raznolik i bogat vrstama, a broji više od tisuću svojti. Iako ne često, ovdje je moguće susresti i velike grabežljivce kao što su medvjed (*Ursus arctos*) i vuk (*Canis lupus*). Brojni su mali sisavci, vodozemci, gmazovi te vrlo raznolik svijet beskralješnjaka. Mnogo je vrsta ptica koje obitavaju na ovom području – tu su, između ostalih i grabljivice (primjerice jastreb kokošar) te ptice koje obitavaju uz potoke (vodenkos, gorska pliska).

Na području Parka organizirana su dva eko centra i dva sjedišta i postaje čuvara prirode. Kroz Park prirode formirano je niz pješačkih i poučnih staza različitih tematika, biciklističke staze, razne edukativne radionice. Od sportskih i adrenalinskih sadržaja organizirani su jahanje, penjanje i paraglajding.

Smještajni kapaciteti raspoređeni su u deset planinarskih domova, četiri izletišta, četiri kuće za odmor, hostelu i apartmanima, a domaće specijalitete moguće je kušati u šest ugostiteljskih objekata.

Na području Parka organiziraju se razna događanja kao što su planinarski pohodi, proštenja, sportske priredbe i natjecanja, kulinarske radionice i natjecanja.



3.4. PERFORMASE TURISTIČKOG SEKTORA

Karlovačka županija u posljednjih pet godina bilježi dvoznamenkaste stope rasta dolazaka i noćenja što je čini jednom od pet najbrže rastućih kontinentalnih županija u Hrvatskoj, no ona je i jedina kontinentalna županija s izraženom krivuljom sezonalnosti koja prati obrazac Jadranske Hrvatske. Tome doprinosi smještajna struktura (preko 60% ponude u kampovima i privatnom smještaju). (Izvor: Analiza stanja i strategija razvoja turizma Karlovačke županije do 2025. godine)

Osnovni indikatori turizma Karlovačke županije u 2016. godini					
	kreveti	noćenja	zauzetost	direktan prihod po noćenju u EUR	ukupan direktan prihod u EUR
Hoteli	665	100.824	41,5%	26,89	2.711.467
Privatni smještaj*	2.690	150.297	15,3%	10,93	1.642.916
Kampovi	2.773	146.394	14,5%	9,29	1.360.133
Ostali smještaj	1.280	83.048	17,8%	10,92	906.934
UKUPNO	6.128	480.563	21,5%	13,78	6.621.450

Izvor: Horwath HTL na temelju podataka s FINA-e, TZKŽ, *procjena

Strategijom razvoja turizma Karlovačke županije do 2025. godine postavljen je model rasta:

- 900 novih turističkih kreveta u hotelima više i visoke kvalitete;
- 1.800 novih kreveta u privatnom smještaju s fokusom na razvoj ruralnog smještaja, prije svega kuća za odmor;
- 660 kreveta u kampovima i *glamping* resortima;
- rast u drugim oblicima smještaja (hosteli, planinarski i lovački domovi i sl.);
- rast zauzetosti smještaja (kreveta) iznad 25% (s postojećih nešto manje od 25%) temeljem jačanja općeg lanca turističke vrijednosti.

Iako je na području Općine Žakanje razvoj turizma tek u začetima, te je registriran jedan subjekt sa smještajnim kapacitetom.- domaćinstvo koje nudi dvije sobe sa četiri ležajeva, situacija će se vrlo brzo promijeniti.

3.4.1. Kretanje turističke potražnje

Prema podacima Turističke zajednice Karlovačke županije, na području Općine je u 2016. godini ostvareno 103 noćenja i 77 dolazaka. U 2017. godini zabilježeno je 87 dolazaka i 135 noćenja, dok je u 2018. godini registrirano 83 dolazaka i 135 noćenja.

Tablica 2: Dolasci i noćenja turista u 2016., 2017. i 2018. godini (Podaci TZ Karlovačke županije)

Godina	Država turista	Dolasci	Noćenja
2018.		83	135
	Italija	33	65
	Hrvatska	8	26
	Njemačka	18	18
	Albanija	4	4
	BiH	2	3

	Češka	2	3
	Poljska	3	3
	Slovenija	3	3
	UK	3	3
	Austrija	2	2
	Nizozemska	2	2
	Rumunjska	2	2
	Belgija Crna Gora, Srbija, Švedska, Švicarska	1	1
2017.		87	135
	Hrvatska	12	34
	Italija	17	34
	Njemačka	32	34
	Češka	5	12
	Švicarska	6	6
	Francuska	5	5
	Srbija	4	4
	BiH	3	3
	Slovenija	2	2
	Albanija	1	1
2016.		77	103
	Njemačka	32	33
	Italija	14	28
	Hrvatska	10	17
	BiH	6	6
	Češka	1	4
	Albanija	2	3
	Poljska	3	3
	Švicarska	3	2
	Danska	2	2
	Slovenija	2	2
	Turska	1	2
	Srbija, Crna Gora, Kosovo, Makedonija	1	1

U sve tri godine najviše noćenja ostvarili su gosti iz Njemačke, Italije i Hrvatske.

3.4.2. Kvalitativna obilježja ponude turističkih subjekata

Gospodarski subjekti koji se na području Općine posredno ili neposredno bave turizmom su:

1. *Ljubica Gršić, Bubnjarački Brod 37, 47276 Žakanje*
2. *Ugostiteljski obrt MARIJANA, Marijana Jurić, Pravutina 52a, Žakanje*
3. *CARPIO sport d.o.o. za turizam i trgovinu, Pravutina 52a, Žakanje*
4. *UKUS d.o.o., Velika Paka 29, Žakanje*
5. *RESTORAN DORIS ugostiteljski obrt, Grgurić Duško, Bubnjarački Brod 4, Žakanje*
6. *IZLETIŠTE HAJSAN, vlasnik Hajsan Branko, Mišinci 1/1, Žakanje*
7. *VIR trgovačko ugostiteljski obrt, Ana Katunić, Bubnjarci 1/G*
8. *KAJ, obrt za trgovinu i ugostiteljstvo, Kraševac Josip, Bubnjarački Brod 20, Žakanje*
9. *CAFFE BAR „DIONIZ“, Dražen Gršić, Žakanje 58, Žakanje*
10. *BRUNSKI SUZANA j.d.o.o., za pripremu i usluživanje hrane, Žakanje 59/D, Žakanje*
11. *CAFFE BAR „CLASSIC“, Nikola Liković, Žakanje 59b, Žakanje*
12. *RONALDO, ugostiteljski obrt, Josip Rehorić, Žakanje, Mišinci 1/6*

(Izvor: Općina Žakanje)

3.5. NOVI (PLANIRANI) PROJEKTI U FUNKCIJI RAZVOJA TURIZMA

U pripremi je planiranje i izvedba niza projekata koji će posredno ili neposredno pridonijeti turističkoj atraktivnosti i turističkom razvoju Općine. Pretežito su to projekti iz domene javne infrastrukture, prometa i uređenja prostora.

Infrastruktura:

- Razvoj infrastrukture širokopojasnog pristupa za područje Karlovačke županije
- Izgradnja Etno kuće
- Uređenje pješačke staze i vidikovca
- Proširenje i uređenje dječjeg vrtića „Čarolija“ Žakanje
- Nabava spremnika za odvojeno prikupljanje otpada
- Izrada projektne dokumentacije za izgradnju sustava kanalizacije Žakanje- Jurovski Brod
- Wifi4eu
- Rekonstrukcija javne rasvjete

Promet:

- Pojačano održavanje nerazvrstanih cesta na području Općine Žakanje
- Pojačano održavanje prilazne prometnice uz kogeneracijsko postrojenje s oborinskom odvodnjom u Poslovnoj zoni Žakanje
- Izgradnja nerazvrstane ceste D. Bukovac- B. Brod
- Izgradnja šumske ceste
- Izrada projektne dokumentacije za izgradnju nogostupa uz državnu cestu D-6

Uređenje prostora:

- Izgradnja reciklažnog dvorišta Žakanje
- Projekt „Pokupi, iskoristi, očisti“
- Uređenje kupališta na području Općine Žakanje

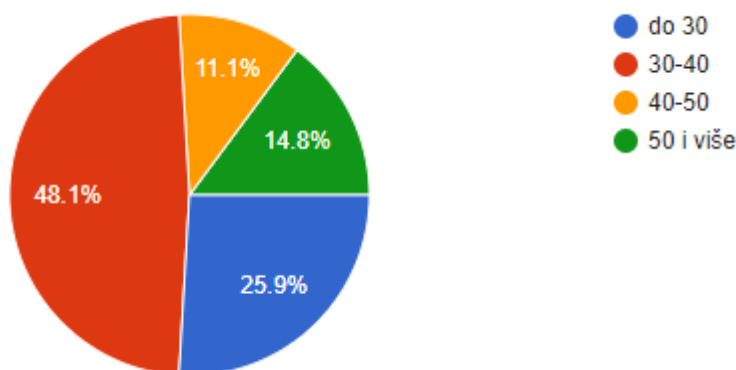
Trenutno je u provedbi nekoliko privatnih investicija:

- Kamp Jurovo, vl. Zdravko Jurkaš
- Kamp „Doris“, vl. Duško Grgurić
- Odmorište Podrebarac, vl. Josip Podrebarac

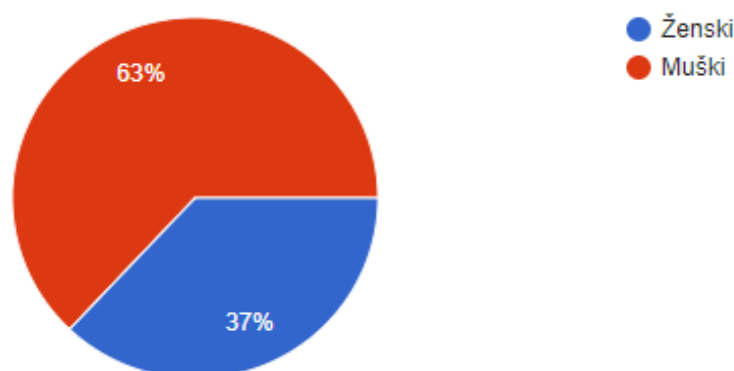
3.6. ANALIZA STAVOVA DIONIKA

Kako turizam počiva na suradnji svih ključnih dionika, tijekom travnja, a u sklopu izrade ove Strategije, provedeno je anketno istraživanje u kojem su sudjelovali predstavnici upravnog, gospodarskog i civilnog sektora Općine Žakanje. Cilj istraživanja je bio utvrditi stupanj zadovoljstva navedenih dionika elementima turističke ponude Općine koji su temelj razvoja turizma kao i utvrditi njihove stavove o budućem razvoju turističkih proizvoda na ovom području. U nastavku se prikazuju rezultati analiza dobivenim istraživanjem povezanim sa stavovima relevantnih dionika.

3.6.1. Spol i dob ispitanika;



3.6.2. Obrazovanje ispitanika;



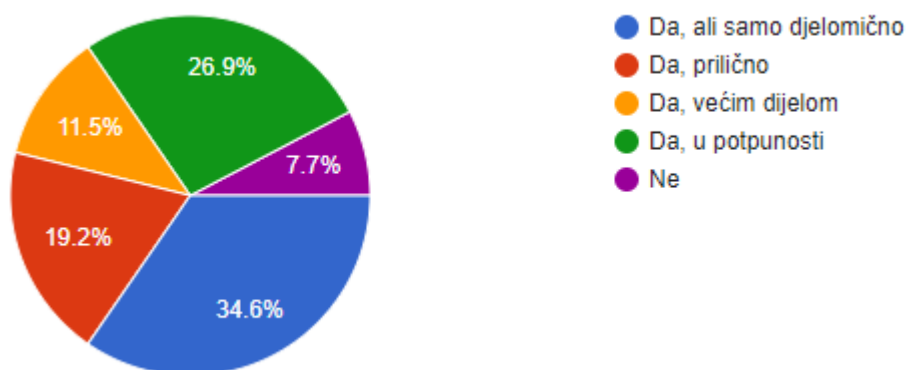
Sukladno podacima istraživanja, u anketi je sudjelovao veći broj ispitanika muškog spola, najvećeg udjela u dobi od 30 – 40 godina. U obrazovnoj strukturi najviše ispitanika ima fakultet (33.3%), zatim višu školu (25.9%), srednju školu (22.2%), magisterij (14,8%) i doktorat (3.8%).

Čak 48.1 % ispitanika ima organizacijski oblik obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva, 22.2% odnosi se na fizičke osobe, a 11.1% ispitanika pripada trgovačkom društvu sa udjelom

društvenog vlasništva. Iz organizacijskih oblika udruga i obrta na pitanja je odgovorilo po 7.4% ispitanika, a iz trgovačkih društava u privatnom vlasništvu 3,7%.

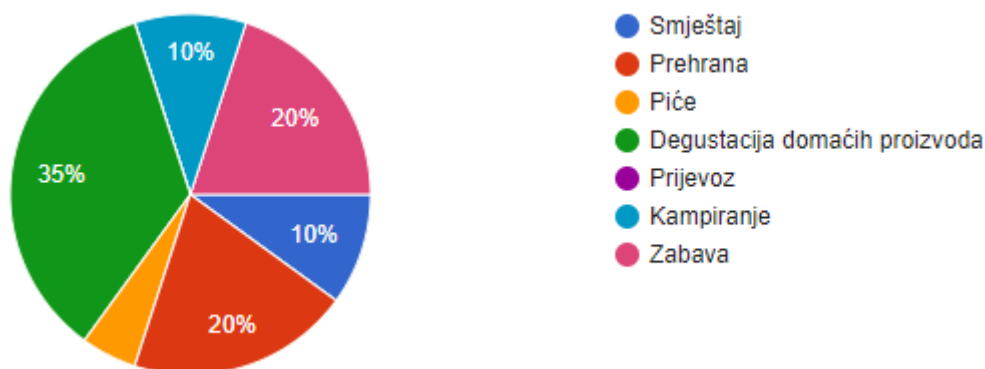
Većina ispitanika bavi se proizvodnjom domaćih proizvoda.

3.6.3. Odgovor ispitanika na pitanje ima li njihov gospodarski subjekt potencijala sudjelovati u turističkoj ponudi Općine;

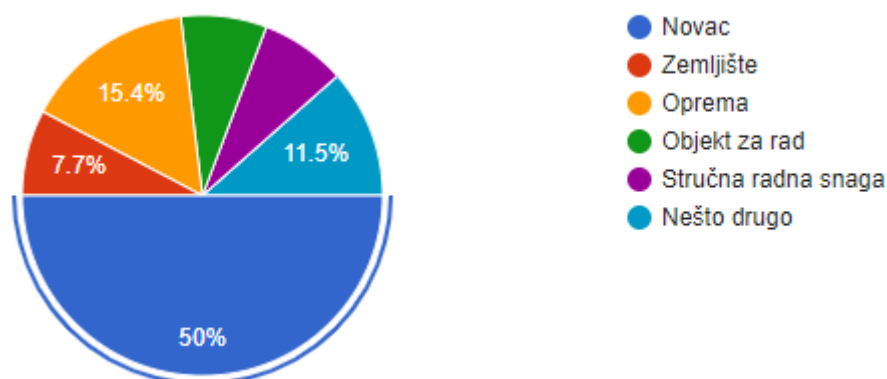


34.6% ispitanika smatra da njihov gospodarski subjekt ima potencijala djelomično sudjelovati u turističkoj ponudi Općine, dok u potpunosti može sudjelovati 26.9% ispitanika. Prilično bi u stvaranju turističke ponude mogli sudjelovati 19.2% ispitanika, a 11.5% većim dijelom.

3.6.4. Usluge koje se nude u turizmu ili su vezane za turizam na području Općine



3.6.5. Odgovor ispitanika na pitanje što je potrebno za ostvarivanje njihovih planova u turizmu



Da bi ostvarili svoje planove vezane za ulaganje u turističkih sadržaj ispitanici najviše trebaju novac (50%) i opremu (15.4%) za što najviše očekuju potporu od EU fonda, a zatim od Općine. Polovica ispitanika bi željeli neku vrstu subvencije dok bi ostala polovica htjeli pomoć u pisanju projekata.

3.6.6. Ocjene važnosti i zadovoljstva ispitanika elementima turističke ponude Općine Žakanje

Raspon ocjenjivanja: 5 – u potpunosti zadovoljan/a, 1 – u potpunosti nezadovoljan

1. Ljepote prirode i krajolika

- 73.1% - 5
- 23.1% - 4
- 3.8% - 3

2. Kulturno povijesna baština

- 51.9% - 3
- 18.5% - 4
- 18.5% - 2
- 7.4% - 5
- 3.7% - 1

3. Prometna dostupnost

- 40.7% - 5
- 33.3% - 4
- 14.8% - 3
- 11.1% - 2

4. Osjećaj sigurnosti

- 44.4% - 5
- 29.6% - 4
- 22.2% - 3
- 3.7% - 2

5. Turistička infrastruktura

- 51.9% - 2
- 25.9% - 3
- 11.1% - 1
- 2,4% -1

6. Kvaliteta dostupnih informacija na web stranicama Općine, TZ Karlovačke županije i dr.

- 29.6% -4
- 29.6% -3
- 29.6% -2
- 11.1% -1

Ispitanici su lošije ocijenili slijedeće elemente: kulturno-povijesnu baštinu i turističku infrastrukturu.

3.6.7. Turistička ponuda koju treba razvijati prema mišljenju ispitanika

Ispitanici smatraju da bi Općina morala razvijati ruralni i eko turizam, agroturizam, pustolovni turizam te lovni i ribolovni turizam. 92.3% ispitanika želi ulagati u turističke sadržaje.

3.6.8. Prijedlog vizije razvoja turizma (prema odgovorima ispitanika)

Ispitanici smatraju da bi se Općina trebala usmjeriti na razvoj kampova, u turističkoj ponudi povezati se sa Ozljom i Ribnikom, obnoviti stare kuće, razvijati pustolovni turizam, gastro turizam, odmorišni, lovni i ribolovni turizam, agroturizam, biciklizam, kajaking, te povezati turističku ponudu.

Pitali smo ispitanike da nabroje tri najpozitivnije stvari vezane za turizam u destinaciji. Najčešći odgovori bili su:

- *Netaknuta priroda, rijeka Kupa, prometna povezanost*
- *Gostoprimstvo, radne navike stanovništva*
- *Mir, sigurnost i priroda*
- *Ugoda života, dostupnost društvenih sadržaja*

Ispitanici smatraju da je u njihovom zavičaju najnegativnije slijedeće:

- *Premalo mogućnosti za aktivnosti u slobodno vrijeme*
- *Neuređeni putevi, odlaganje smeća, kućni ljubimci bez nadzora*
- *Nerazvijeno gospodarstvo, nerazvijena industrija i proizvodnja*
- *Nerazvijena infrastruktura, nedostatak radne snage, iseljavanje mladih*
- *Nedostatak sadržaja za mlade,*
- *Loša povezanost javnim prijevozom, neorganiziranost,*
- *Nemogućnost udruživanja i grupnih projekata, nezainteresiranost i neuključenost stanovništva, nedovoljan interes za razvoj turističke ponude*
- *Neiskorištenost resursa postojećih OPG-ova,*
- *Nerazvijenost turističke ponude, nepostojanje planova za razvoj turizma.*

Razlozi zbog kojih bi gosti trebali posjetiti općinu Žakanje su:

- *Ljepota krajolika, odmor i mir, domaći proizvodi, aktivni i pustolovni turizam, eko turizam, enogastronomija, lov i ribolov.*

4. TRENDovi NA TURISTIČKOM TRŽIŠTU

4.1. KVANTITATIVNI TRENDovi

Turizam je jedna od najbrže rastućih gospodarskih aktivnosti. Prema podacima Svjetske turističke organizacija (UNWTO) u razdoblju do 2030. godine bilježit će prosječnu godišnju stopu rasta od 3,3 %. Kako je Europa trajno privlačna turistima i do danas najznačajnija receptivna makro-regija svijeta i dalje će zadržati tu poziciju s udjelom od 52 % međunarodnih turističkih kretanja, dok se unutar Europe kao vodeća mikro-regija ističe Južna Europa/Mediterran s udjelom od 18 % svih međunarodnih dolazaka.

Danas unutar Europe pozitivan iznadprosječni rast bilježe zemlje: Grčka, Malta, Bugarska, Portugal i Hrvatska, no dolazi do promjene u strukturi emitivnih tržišta te Kina preuzima vodeću ulogu.

Najveći potrošači u turizmu su SAD, Velika Britanija i Rusija.

Razvijene zemlje sve se više usmjeravaju prema post-materijalističkim vrijednostima koji stvaraju drugačije potrošače koji imaju i drugačije sustave vrijednosti. „Novi“ turisti se više ne zadovoljavaju ujednačenom, odnosno sličnom turističkom ponudom. Oni su dinamični, iskusni, željni su učenja i traže doživljaj. Žele drugačije, autentično i očuvano te su ekološki orijentirani. Oni žele upoznati lokalnu kulturu, žele doći u kontakt s lokalnim stanovništvom, upoznati nacionalni folklor, gastronomiju, posjetiti festivale, muzeje, galerije. Svjesni su društvenih vrijednosti, prihvaćaju različitost i učenje, te aktivno koriste nove komunikacijske tehnologije koje im omogućuju brzu i kvalitetnu dostupnost informacija, kao i širenje informacija. Više puta godišnje konzumiraju kraće i aktivne odmore.

Mnoge turističke destinacije susreću se s problemom kako povećati vrijednost sveukupne turističke ponude. Danas su najtraženije turističke destinacije koje omogućuju turistima bavljenje različitim aktivnostima, koje njeguju tradiciju i prilagođavaju ponudu interesima, potrebama, motivaciji i ponašanju turista.

Demografska kretanja, rast razine obrazovanja, svijest o zdravlju, te promjene o slobodnom vremenu i iskustvu suvremenog putnika predstavljaju važne činitelje koji utječu na turizam danas. Potrebe modernih ljudi koji pripadaju generaciji postindustrijskog društva vezuju se za snažni proces promjena potreba i navika koji se nužno reflektiraju i na zahtjeve vezane uz različite segmente turističke ponude. S obzirom na povećanje bogatstva u zemljama gdje su gospodarstva u nastajanju, svijet doživljava značajnu i brzu ekspanziju globalne srednje klase. Kupovna moć i potrošnja te klase raste pa će ona imati sve veću ulogu u turističkoj potrošnji.

Zbog povećavanja očekivanog trajanja života i smanjenje stope plodnosti (ESPAS 2015.), u slijedećih 35 godina, zbog starenja populacije, očekuje se da će se udvostručiti u globalnoj populaciji broj ljudi starijih od 60 godina. Infrastruktura usluga i podrške morati će se prilagoditi kako bi zadovoljila povećanu potražnju i potrebu tih turista.

Svijest o zdravlju i zdravom životu je sve veća, raste potreba 'vraćanja ravnoteže' odnosno odmaka od posla i svakodnevnog stresa. S obzirom na rast obrazovanja povećana je potražnja za edukativnom komponentom odmora, što uključuje upoznavanje običaja, specifičnosti, učenje o enologiji, gastronomiji, posebnostima prirodnog ambijenta, povijesti, kulture i slično. Konačno, život u 21. stoljeću podrazumijeva sve veći stres, što stvara potrebu za više kratkih odmora, odlazak na vikend te potrebu za relaksacijom i rekreativnim sadržajima

Generacija Z (rođeni krajem 1990-ih do početka 2010.) i Generacija Y (rođeni početkom 1980-ih do sredine 1990-ih) predstavljati će važne potrošače u sektoru turizma do 2040. godine. Obje generacije odrasle su s tehnologijama i na internetu, što će imati ključnu ulogu u pristupu, usmjeravanju (navigaciji) i interakciji s različitim turističkim proizvodima i uslugama. Oni će vjerojatno biti puno zahtjevniji u odnosu na prethodne generacije, prije svega jer su odrasli u brzom i izravnom komuniciranju, te pristupom informacijama omogućenih digitalnom tehnologijom („svijet na dlanu“). Svoje zadovoljstvo ili nezadovoljstvo dijele po društvenim mrežama i specijaliziranim turističkim stranicama. Također je vjerojatnije da će, u odnosu prema prijašnjim generacijama, sami putovati i biti otvoreniji za iznajmljivanje proizvoda i usluga kao što su prijevoz ili smještaj, nego da ih sami posjeduju.

Tablica 4.1. Obilježja post-turista

Obilježja post-turista
<ul style="list-style-type: none"> • relativno mlad (18-45) • visoka razina raspoloživog dohotka • kompulzivni potrošač • malo vremena na raspolaganju • individualan/neovisan • eskapist na odmoru, ali opsjednut poslom kod kuće • više zainteresiran za zabavu nego za edukaciju ili samo ispunjenje • sakupljač doživljaja • uživa u sigurnosti, luksuzu i udobnosti • u potrazi za uzbuđenjem, ali u kontroliranom okruženju • kratkotrajnog raspona pažnje • zainteresiran za novu tehnologiju i medije • fasciniran kultom slavni osoba (celebrity)

Izvor: Smith et al. (2010), *Key Concepts in Tourist Studies*, Sage, London. Preuzeto iz Dujmović u Gržinić i Bevanda, ur., (2014).

4.2. KVALITATIVNI TREND OVI

Turističke destinacije su danas u situaciji da moraju nuditi sofisticirane i uzbuđljive atrakcije i sadržaje kroz inovativnu ponudu kako bi privukle što veći broj gostiju, sve zahtjevnije i informiranije turiste, a sve u cilju ostvarivanja razlike ili kvalitativnog pomaka u odnosu na konkurenciju (Dujmović u Gržinić i Bevanda, ur., 2014).

Tablica 4.2. Trendovi u pružanju usluga smještaja

TREND OVI U PRUŽANJU USLUGA SMJEŠTAJA
HOTELI
<ul style="list-style-type: none"> • Stalni porast standarda smještaja u europskim i svjetskim hotelima: 1960. hotelska soba imala je bruto površinu 14 m², 1970.- 16 m², 1980.- 18 m², a 2004.-24 m². Udobnost smještaja ima stalno uzlaznu putanju, najprije u površini sobe, ali posebno u standardu opreme sanitarnog čvora i ukupnosti kvalitete opreme. Očekuje se da će prosječna površina hotelske sobe po gostu iza 2020. iznositi više od 38 m². • Raste broj gostiju koji traže specijalizirane hotelske sadržaje i objekte za pružanje posebnih usluga: incentive i kongresni sadržaji, aktivni odmor, wellness, učenje vještina, specijalizirani programi za obuku itd. Preferiraju se objekti s polivalentnim prostorima koji se mogu fleksibilno prilagoditi traženoj namjeni. Snažno se otvara tržište za tematizirane hotele, club hotele, boutique hotele, namijenjene posebnim tržišnim

nišama. Tržišne prednosti ostvaruju brendirani hoteli.
KAMPOVI
<ul style="list-style-type: none"> • Stalni porast standarda života i potrebe za životom u prirodi jačat će potražnju za kampovima. Osobe treće životne dobi postaju atraktivna tržišna niša za kampove. • Raste potražnja za mobilnim kućicama visokog standarda opreme uz korištenje suvremene tehnologije koja smanjuje negativne utjecaje na okoliš. Glamping ponuda u kampovima postat će prihvaćeni oblik rezerviran za kamping ponudu najviše razine kvalitete s posebnim atrakcijama i visoko kvalitetnim uslugama u svim segmentima ponude. Nužno je osigurati kvalitetno zimovanje opreme i servis suvremene opreme. •Kampiranje se doživljava kao stil života i u ovaj segment ulazi sve bolje platežna turistička potražnja.
APARTMANI
<ul style="list-style-type: none"> • Stalni porast standarda života i potrebe za promjenom mjesta boravka, navodi potencijalne turiste da u mjestu svog privremenog boravka potraže ugodaj i toplinu doma. Stalni rast standarda života i odmora, raste kvaliteta kao stalni proces u životu, tražit će se sve komforniji i kvalitetniji apartmani po veličini i opremi, kvaliteti. • Predviđa se rast potražnje za tipovima apartmana za dvije osobe (studio, manji apartmani). Rast će potražnja za kućama za odmor. Okruženje turističkih apartmana mora biti s puno sadržaja koji čine osnovni motiv dolaska u destinaciju. Tražit će se potpuno doživljavanje okoline i destinacije. Tržišne prednosti mogu se osigurati i prepoznatljivim brendiranjem ovoga segmenta ponude.

Izvor: Milohnić, 2009.

Smještajni kompleksi 'nove generacije', trebaju posvećivati pažnju okolišu, uklopljenosti u okoliš, ambijentu, atmosferi i dizajnu koji počiva na 'osjećaju za mjesto' ili nekoj temi, kombinirajući različite vrste i veličine građevina (npr. hotelske zgrade, vile) kako bi se pridonijelo osjećaju privatnosti, ponudi niza sadržaja od bazena, ugostiteljstva i sporta do ujedno zabavne i edukativne ('edutainment') animacije (Strategija razvoja turizma RH do 2020.).

Trendovi smještaja se mijenjaju posebno pod utjecajem konkurencije smještaja i globalne potrebe za doživljajem i korištenjem širokog spektra turističkih sadržaja i usluga. Stoga se usklađivanje postojećih s međunarodnim standardima za smještajne objekte nameće kao polazište na putu podizanja kvalitete, a specijalizacija za posebne ciljane skupine gostiju te uvođenje dodatnih sadržaja osiguralo bi povećanje stupnja zadovoljstva i lojalnosti turista.

Tablica 4.3. Trendovi u pružanju usluga prehrane i pića

Trendovi u pružanju usluga prehrane i pića
<ul style="list-style-type: none"> • Nestaje puni 'pansion' • Prigotavljanje hrane pred gostom • Autohtona i mediteranska kuhinja • Lagani i zdravi obroci • Crna vina 'brand' • Izvorske i mineralne vode • Prirodni sokovi (spravljeni pred gostom) • Catering Kvaliteta • opreme ugostiteljskih objekata Unikatni kulinarski doživljaj
Povećanje stupnja gosta i lojalnosti korisnika

Izvor: Milohnić, 2009.

Sve su značajniji segment turističke ponude gastronomija i enologija. Pretpostavlja se da će u budućnosti gosti htjeti konzumirati uslugu prehrane i pića u ambijentima u kojima se lakše doživljava destinacija. Poseban naglasak se daje pripremi „zdrave“ hrane čija kvaliteta mora biti osigurana i dokazana. Dizajn restorana pružaju dojam gostu, dok je kvaliteta hrane na prvom mjestu (kuhari postaju zvijezde) – gastronomija postaje doživljaj destinacije.

Tablica 4.4. Trendovi potreba za novim oblicima sporta i rekreacije

Trendovi potreba za novim oblicima sporta i rekreacije
<ul style="list-style-type: none"> • Rekreacija kao potreba • Aktivni boravak u prirodi • „Nedirnuta i zdrava okolina“ • Zdravstveni tretmani na selima • Standard rekreacijske opreme • Standardi sigurnosti • Specijalizirani sadržaji u okruženju • Uzbuđenje i avanturizam • „Adrenalinski sportovi“ • Tradicija (old timer clubovi...)
<p>Povećanje stupnja zadovoljstva i lojalnosti korisnika</p>

Izvor: Milohnić, 2009.

U Strategiji razvoja turizma RH do 2020.g. u kontekstu trendova na turističkom tržištu, ističu se, među ostalima, slijedeća predviđanja (Ministarstvo turizma RH, 2013):

- **Rast važnosti osobne sigurnost i imidža sigurnog odredišta** (jedan od dominirajućih kriterija pri donošenju odluke o gotovo svim aspektima putovanja, od odabira destinacije, prijevoznog sredstva i rute do izbora smještaja, događanja i aktivnosti)
- **Daljnji rast mjera sigurnost** (na granicama, prometnim terminalima, javnim i općenito svim mjestima velike koncentracije ljudi)
- **Nužnost razvoja strategija i planova za upravljanje kriznim situacijama** (posebice na destinacijskoj razini kao preduvjeta osiguranja efikasnih mjera sigurnost posjetitelja)
- **Rast međunarodnih i domaćih odmorišnih i VFR putovanja** (VFR - engl. Visiting Friends and Relatives, posjet rodbini i prijateljima)
- **Rast poslovnih putovanja**
- **Rast globalnih turističkih korporacija** (koncentracija moći u rukama relativno malog broja velikih multinacionalnih i transnacionalnih operatora)
- **Rast nišnih operatora** (koji paralelno s rastom globalnih korporacija, razvijaju domenu visoko specijaliziranih proizvoda i usluga uključivo 'boutique' hotele i individualizirane ture, ciljajući manje, nišne segmente kupaca)
- **Rast hotelskih lanaca i brendiranih hotela**
- **Pojačan trend izgradnje mješovitih resort naselja** (u kojima se u jednoj integriranoj zoni razvija hotelski smještaj, poslovni, trgovački i zabavni sadržaji)
- **Pojava „novog turista“** (koji je kupac životnih iskustava, doživljava i priča, koji želi biti sudionikom, koji je informiran, izbirljiv, kritičan, pridaje važnost kvaliteti, nije vjeran gost, cijeni vrijednost za novac)
- **Putovanje postaje emotivna potreba i sastavni dio života** (odluke o putovanju sve se više donose temeljem emotivne vrijednosti putovanja odnosno procjene koliko će putovanje biti u skladu sa životnim stilom i hoće li omogućiti neku vrstu kreativnog, fizičkog ili duhovnog razvoja. Marketinške poruke usmjerene su na osjećaje i doživljaje koje će izazvati boravak u destinaciji, a ne na prikaz obilježja destinacije)

- **Izrazita segmentacija tržišta** (rast niza specifičnih tržišnih segmenata baziranih na životnim stilovima, interesima i hobijima uključujući, primjerice, 'mlade urbane profesionalce', 'samce', 'srebrene pantere', 'LOHAS' ('Lifestyles of Health and Sustainability'), nautičare, ronioce, itd.)
- **Rast putovanja 50+ dobnih skupina, uključujući 'zrelu' (50-65) i 'treću dob' (65+)** (riječ je o brojčano i ekonomski vrlo potentnim segmentima, sklonima putovati u više navrata tijekom cijele godine, s izrazitom preferencijom za sadržajima kulture, gastronomije i zdravlja)
- **Rast putovanja koja 'maksimiziraju' raspoloživo vrijeme** (namijenjena suvremenim kupcima koji „nemaju vremena“. Povećava se udio 'all-inclusive' putovanja, odnosno kupnje cjelovitog paketa usluga što kupcu omogućava uštedu vremena koje bi mu inače bilo potrebno za planiranje i organizaciju različitih dijelova putovanja. Jednako tako, kontinuirano se povećava udio putovanja u trajanju od jednog do tri ili četiri dana (uobičajeno produženi vikend) koja se koriste višestruko tijekom godine, a zamjenjuju duži „glavni“ godišnji odmor)
- **Diversifikacija turističkih proizvoda** (razvoj široke palete različitih doživljaja, kao trenda prilagođavanja ponude visoko segmentiranom tržištu. Uz, i u budućnosti dominantan proizvod 'sunca i mora', predviđa se rast 'vrućih' proizvoda uključujući, između ostaloga, ekoturizam, kulturni, zdravstveni, sportski, ruralni turizam i kruzinge)
- **Razvoj novih koncepata smještajne ponude** (koji svojom fleksibilnošću bitno šire i mijenjaju uvriježene standarde izgradnje, opremanja i upravljanja smještajnim objektima).
- **Rastući značaj upravljanja destinacijom i razvoj destinacijskih menadžment organizacija** (čiji zadaci uključuju planiranje razvoja turizma, koordinaciju između interesnih skupina u destinaciji, lobiranje, marketinške aktivnosti, brendiranje i edukaciju).

4.3. PROIZVODNI TRENDOVI ⁷

S obzirom na strukturu proizvoda, razvojne planove i resursnu osnovu kojom raspolaže destinacija, nezaobilaznu ponudu za općinu Žakanje predstavljaju slijedeći proizvodi :

- **Sport i avanturizam (biciklizam, hodanje/trekking, adrenalinski sportovi)**
 - Obilježja potražnje (segmenti): pretežito obrazovani pojedinci, profesionalnih zanimanja i više platežne moći; ekološki visoko osviješteni, paze na zdravlje, putuju često kao dio grupe/klubova ili su rekreativci; cjelogodišnja (izvanzimska) putovanja.
 - Ključni faktori uspjeha destinacije: raznolikost i posebnost prirodnog krajolika, atraktivnost; dobra opremljenost lokaliteta (npr. signalizacija, odmorišta, vidikovci; precizne karte i prateće informacije); ponuda usluga vezanih uz aktivnosti kao i različite vrste (prilagođenih) smještajnih objekata; širina ponude destinacije (posebice enogastroponuda i zabava) te okolišna odgovornost svih u proizvodnom lancu vrijednosti.
 - Očekivana kretanja: očekuje se daljnja diverzifikacija proizvoda te će se razvijati 'kombinirani' proizvodi koji povezuju, primjerice, pustolovno-sportski turizam s gastronomijom, kulturom ili nekom društveno korisnom aktivnošću u sklopu 'putovanja sa značenjem'. Naročito se rast očekuje u domeni adrenalinskih sportova te u neturističkim destinacijama.
- **Kulturni turizam (festivali i manifestacije, „kultura života“)**

⁷ Ministarstvo turizma RH (2013) Strategija razvoja turizma RH do 2020., Zagreb

- Obilježja potražnje (segmenti): dominiraju stariji (50+) te mlađi (25 – 35 godina) parovi; kupci su na putovanju skloni iznadprosječnoj potrošnji, a potražnja za proizvodom traje cijele godine
 - Ključni faktori uspjeha destinacije: uređenost destinacije uz različit i zanimljiv sadržaj, arhitektura, povijest, tradicija; inovativnost prezentacije, ponuda različitih oblika smještaja karakterizirana ugodom i šarmom; kvaliteta ugostiteljske ponude i raspoloživost/mogućnost kupnje lokalnih proizvoda/suvenira.
 - Očekivana kretanja: zbog starenja stanovništva očekuje se daljnji rast potražnje ovog proizvoda. Trend daljnje diverzifikacije potražnje i rast nišnih proizvoda podržavat će rast manjih, specijaliziranih ponuđača usluga. Posebice se predviđa rast 'kreativnog turizma' koji na neki način omogućuje aktivnije uključivanje posjetitelja u lokalnu kulturu. Rastuća osjetljivost kupaca na etička pitanja, posebice vezana uz utjecaj putovanja na okoliš i lokalne društvene zajednice, pridonijet će daljnjem jačanju 'odgovornosti' u ponudi proizvoda kulturnog turizma.
- **Lov i ribolov**
 - Obilježja potražnje: muška populacija starija od 40 godina, samostalna organizacija putovanja osim za udaljene ili nepoznate destinacije za što se koriste all-inclusive paketi; želja za iskušavanjem novog i uživanje u prirodi, odmoru i druženju; preferiraju boravak u lovačkim kućama, smještaj u seoskim domaćinstvima te malim obiteljskih hotelima i pansionima;
 - Ključni faktori uspjeha destinacije: faktori za lov u odabiru destinacije su vrste divljači, atraktivnost okoliša i vjerojatnost uspješnog lova; opremljenost destinacija/objekata za specifične potrebe lovaca (cjelovitost destinacijske usluge koja objedinjuje usluge vodiča, mogućnosti čuvanja oružja i prostora za pse, mogućnost prijevoza divljači, različitih opcija smještaja, zabave) i ribolovaca (primjerice usluge najma čamaca i opreme, molovi i platforme i sl).
 - Očekivana kretanja: stabilni proizvodi koji imaju vjerne kupce.
 - **Eno-gastro turizam**
 - Obilježja potražnje: proizvodi vina i hrane povezuju se s odmorom i opuštanjem, individualizam, demografske promjene, potraga za osjećajem činjena dobrog za sebe, potraga za nečim drugačijim, multikulturalnost. Potrošači su mladi parovi i parovi u zreloj dobi.
 - Ključni faktori uspjeha destinacije: izgradnja gastronomske reputacije gdje se mogu isprobati domaća jela sa proizvodima iz domaćeg vrta, povezan je sa zabavom i ukupnim doživljajem destinacije. Traži se identifikacija destinacije (tipični proizvodi, upoznavanje, informacije, prepoznatljivost, suveniri i dr.).
 - Očekivana kretanja: očekivani rast između 7% i 12% godišnje, posebno očekivani rast posjetitelja zainteresiranih za kulinarske destinacije.
 - **Eko turizam**
 - Obilježja potražnje: proizvodi i usluge "eko" predznaka. Neka osnovna obilježja koja se vežu za pojam ekoturizma jesu: prirodno očuvan prostor, korištenje jednostavnih vrsta smještaja, strogo pridržavanje zaštite okoliša. Turistički proizvodi sve više prepoznaju potrebu turista za boravkom u destinacijama očuvanih prirodnih, ali i socijalnih okoliša. Motivi ekoturista su želja za povratkom prirodi, bijeg od stresa i svakodnevnog života.
 - Ključni faktori uspjeha destinacije: obrazovna dimenzija je uz dobru interpretaciju okoliša ključni element turističkog doživljaja. Gost želi biti u interakciji s prirodom, lokalnom zajednicom. Gost koji se koristi takvom vrstom odmora očekuje očuvan okoliš ili minimalno transformiran okoliš te na neki način doživljaj povratka prirodi. Aktivnosti koje prakticiraju ekoturisti su „soft rekreacija“ (vožnja biciklom, trekking,

rafting, kanuing i sl.) ili promatranje prirode (birdwaching, promatranje divljih životinja, leptira i sl.).

- Očekivana kretanja: Procjenjuje se da oko 30 % međunarodnih putovanja u sebi sadrži komponentu ekoturizma, no s obzirom na velik broj niša ekoturizma, kao i na činjenicu da je svaki posjetitelj zaštićenih prirodnih područja ekoturist, teško je govoriti o preciznim brojkama, no interes za tom vrstom turizma neosporno raste.
- **Turizam na seoskim gospodarstvima**
 - Obilježja potražnje: heterogena potražnja, uključuje obiteljski orijentirane turiste, turiste u potrazi za opuštanjem te aktivne turiste, višeg su obrazovanja i platežne moći, mlađe ili srednje dobi.
 - Ključni faktori uspjeha destinacije: atraktivnost i očuvanost ruralnog pejzaža, blizina i dostupnost destinacije; raspoloživost i kvaliteta različitih fizičkih aktivnosti na otvorenom izvan smještajnih objekata; kvalitetna ponude smještaja u ruralnim kućama; kvaliteta lokalnih proizvoda.
 - Očekivana kretanja: globalni rast potražnje, kontinuirana edukacija ponuđača i ulaganje u kvalitetu.



5. SWOT I STRATEŠKA POLJA DJELOVANJA

Swot analiza je izvedena iz prethodnih analiza i daje uvid u „snage“, „slabosti“, „prilike“ i „prijetnje“ koje dolaze iz okruženja. Najveća prednost Općine Žakanje je u njenom geografskom položaju, dostupnosti, kulturnoj baštini i očuvanoj neizmijenjenoj prirodi.

Općina Žakanje ima veliki potencijal koji je tek potrebno probuditi. Njene prirodne ljepote i slikovitost pejzaža uz razvoj sportskih, pustolovnih i adrenalinskih sportova, te domaću kuhinju koja se može kušati u tradicijskim kućama, vinskim podrumima i šarmantnim kušaonama mogu biti pravi mamac za goste željne otkrivanja, doživljaja i emocija.

Općina Žakanje je zajedno s Gradom Ozljem i Općinama Draganić, Kamanje, Lasinja i Ribnik pokrenula osnivanje Turističke zajednice područja Kupa što će dati zamah razvoju turizma povezivanjem ponude, diversifikacijom proizvoda, specijalizacijom usluga i jačim marketingom i promocijom zajedničke destinacije.

Boljim korištenjem sredstava fondova EU i edukacijom stanovništva o značaju turizma vrlo brzo se mogu pokrenuti investicije i intenzivirati razvoj.

5.1. JAKE I SLABE SNAGE TURIZMA OPĆINE ŽAKANJE

Prostor, društvo, infrastruktura, gospodarstvo, turistička razvijenost

• SNAGE

- Povoljan geografski položaj, blizina Zagreba
- Dobra prometna povezanost, tranzitni tokovi
- Dostupnost zračnog prometa (Zračna luka Zagreb)
- Raznolikost i očuvanost prirodnih resursa (ugodna klima, geomorfološka obilježja, čistoća zraka i vode, bogata bioraznolikost)
- Slikovitost pejzaža
- Čistoća područja
- Poljoprivredna tradicija
- Kulturna baština
- Nematerijalna baština, tradicijsko graditeljstvo, običaji
- Nepostojanje velikih industrijskih zagađivača
- Uspostava jasnih prostorno-planskih odrednica turističke izgradnje.
- Proaktivnost lokalne samouprave – agilnost u pokretanju razvojnih i planskih dokumenata
- Kontinuirani naponi Općine za unapređenje prometne i komunalne infrastrukture
- Razumijevanje nositelja javne vlasti o vlastitim konkurentskim nedostacima
- Laka dostupnost kvalitetne i organske hrane
- Gostoljubivost lokalnog stanovništva
- Cjenovna pristupačnost

• SLABOSTI

- Ne postoji tradicija bavljenja turizmom
- Ne postoji turistička infrastruktura
- Nedostatak smještajnih kapaciteta (kampova, hostela, hotela, obiteljskog smještaja)
- Nedostatna infrastrukturna opremljenost – nedovršeni sustavi odvodnje
- Neuređenost/neturistificiranost ključnih turističkih resursa
- Neriješeni imovinsko- pravni odnosi

- Needuciranost u turizmu
- Inicijative za razvoj ruralnog turizma
- Vrlo ograničena turistička ponuda
- Nedostatak turističkih proizvoda
- Nedostatak uređenih šetnica i staza
- Nedostatak sportskih objekata
- Nedostatan interes malih poduzetnika za ulaganja u turizam
- Nedostatak lokalne inicijative za ulaganja u turističku ponudu
- Iako se kontinuirano unapređuje, na nekim područjima nedovoljna kvaliteta lokalnih prometnica
- Loš javni prijevoz
- Needuciranost stanovništva i neiskorištavanje fondova Europske Unije
- Mali financijski kapacitet Općine i nedostatak financijskih sredstava za razvoj turizma
- Nedostatak promocije destinacije
- Nепреpoznatljivost destinacije
- Nedostatak turističkog imagea i brenda
- Nepostojanje receptivne turističke agencije
- Nepostojanje mogućnosti kupnje tradicionalnih proizvoda
- Osim Općine ne postoji nositelj turističkog razvoja u općini, odnosno turistička zajednica
- Nedostatak inovativnih ideja i poduzetničkog duha
- Ovisnost o rijeci Kupi i toplim ljetima
- Internetna infrastruktura
- Odljev kadrova – odlazak mladog, visoko obrazovanog stanovništva
- Starenje stanovništva

5.2. PRILIKE I PRIJETNJE RAZVOJA TURIZMA OPĆINE ŽAKANJE

• PRILIKE

- Trendovi u razvoju sportskog, avanturističkog i outdoor, eko, eno-gastro, kulturnog turizma
- Rast interesa kupaca za 'zelenim', zdravim, emotivno angažirajućim i autentičnim iskustvima
- Razvoj zajedničke destinacije s Gradom Ozljem i Općinama Draganić, Kamanje, Lasinja i Ribnik i osnivanje Turističke zajednice područja Kupe
- Daljnja valorizacija prirodne i kulturne baštine
- Povezivanje sa slovenskim destinacijama u blizini
- Razvoj inovativnih proizvoda koji će „pričati priču“ i izazvati emocije
- Razvoj kvalitetnog smještajnog kapaciteta koji će biti u sinergiji sa ambientom okoliša
- Stvaranje brenda
- Porast putovanja na globalnoj razini
- Sklonost turista da putuju češće i kraće
- Porast segmentacije turističkog tržišta
- Porast potražnje za turističkim proizvodima koji se temelje na autentičnom, drugačijem, neotkrivenom,
- Jačanje gospodarske snage i kupovne moći
- EU fondovi – programi za jačanje infrastrukture
- Podizanje svijesti lokalnog stanovništva i investitora o važnosti turizma za ekonomski razvoj
- Razvoj OPG-ova (eko farmi), kušaonica, vinskih podruma
- Razvoj adrenalinskog sporta
- Educiranje lokalnog stanovništva
- Ekološka proizvodnja (duga tradicija u poljoprivredi, stočarstvu)

- Nova zakonska regulativa za destinacijski menadžment
- Ponuda obrazovnih programa/korištenje sustava cjeloživotnog obrazovanja
- **PRIJETNJE**
 - Pomanjkanje želje dionika da promijene sadašnju situaciju
 - Pomanjkanje financijskih sredstava za razvoj turizma
 - Nepovoljna investicijska klima u Hrvatskoj
 - Ekonomska kriza
 - Pasivnost domaćeg stanovništva i pomanjkanje ambicija turističkih subjekata
 - Komplicirana zakonska regulativa, učestale zakonodavne promjene u turizmu
 - Zapostavljanje kontinentalnog turizma
 - Pristup izvorima financiranja
 - Nedostatak institucionalne podrške poduzetništvu
 - Nedostatak stručnog kadra
 - Dobna i obrazovna struktura lokalnog stanovništva
 - Ekološka degradacija prostora
 - Smanjenje autohtonosti destinacije
 - Nedovoljna suradnja javnog i privatnog sektora u razvojnim projektima u turizmu
 - Nedovoljna implementacija strateških razvojnih dokumenata
 - Nedostatak razvojno poticajnih investicijskih projekata
 - Nedovoljna prepoznatljivost kao atraktivne destinacije

5.3. STRATEŠKE PREDNOSTI I NEDOSTACI RAZVOJA TURIZMA OPĆINE ŽAKANJE

Temeljem postavljene SWOT analize mogu se izdvojiti ključni faktori uspjeha/strateške prednosti razvoja turizma Općine Žakanje.

- **Strateške prednosti na kojima treba temeljiti buduću poziciju Općine su:**
 - a) Izuzetno vrijedna prirodna i kulturna resursna osnova
 - b) Autentičan ruralni prostor - bogato nasljeđe kulture života i rada temelj su za osmišljavanje turističkih doživljaja i itinerera za sve ciljne skupine
 - c) Otvorenost prema turizmu i turističkom razvoju na strateško-planskoj razini
 - d) Poticanje osnivanja turističke zajednice područja (DMO-a)
 - e) Pokretanje privatnih poduzetničkih inicijativa
- **Strateški nedostaci čiji utjecaj na razvoj turizma treba maksimalno smanjiti su:**
 - a) Nedovoljna financijska snaga lokalne jedinice za veće destinacijske projekte
 - b) Nedostatak smještajnih kapaciteta u destinaciji
 - c) Nedostatak turističke zajednice koja formira ponudu i sadržaj u destinaciji
 - d) Nedostatak promocije i marketinga
 - e) Nedovoljno pro-aktivan odnos prema resursnoj i atrakcijskoj osnovi

6. STRATEGIJA RAZVOJA

6.1. RAZVOJNA NAČELA

Rukovodeći se razvojnim načelima hrvatskog turizma, kako su definirani u Strategiji razvoja turizma RH do 2020, kao i strateškim razvojnim dokumentima Općine Žakanje, moguće je postaviti sljedeća načela na kojima se temelji dugoročan razvoj turizma Općine koje se odnose na prostorno-ekološku održivost, društvenu održivost i ekonomsku održivost:

- **Zaštita i ekološki odgovoran razvoj**– podrazumijeva poduzimanje aktivnosti koje osiguravaju čuvanje kakvoće okoliša, bioraznolikosti, georaznolikosti i krajobraza, kao i sprečavanje turističkog razvoja u smjeru uništavanja okoliša. Poštuju se mogućnosti kapaciteta destinacije i priključenja na postojeće infrastrukturne sustave.
- **Sinergijski razvoj poljoprivrede i turizma** – ne primjenjuje se na sirovinsku proizvodnju velikog obujma. Radi se o proizvodima visoke dodane vrijednosti kao što su sir, vino, mesne delicatese, neke vrste voća i povrća koji su marketinški povezani sa turizmom, te su ugrađeni u turističke proizvode i usluge.
- **Očuvanje autohtonih vrijednosti u prostoru, gastronomiji i načinu života**- procesom globalizacije ubrzano se gube tradicionalne vrijednosti u prostoru, načinu života i gastronomiji, što je identitetska osnova destinacije.
- **Inovativnost** – isticanje identitetskih i vrijednosnih obilježja kao što su raznolikost, sadržajnost, autentičnost, očuvanost okoliša, bogatstvo vode, gostoljubivost, ali i stvaranje kreativnog kulturnog sadržaja pretpostavka su stvaranja konkurentne prednosti.
- **Turistifikacija obale rijeke Kupe** – taj prostor ima najveći potencijal za kapitalne turističke projekte.
- **Povećanje svijesti stanovništva o potrebi razvoja turizma** – kako područje nema tradiciju bavljenja turizmom, potrebno je educirati i informirati lokalno stanovništvo o mogućnostima razvoja turizma, njihovom uključivanju u turističku ponudu, te o ekonomskim koristima koje oni i sredina mogu imati od intenzivnog razvoja turizma,
- **Poticanje interesa investitora za ulaganje u turizam**– s obzirom da do sada nije bilo investicija u turizam na području Općine, potrebno je potencijalne investitore informirati o mogućnostima ulaganja u turizam, poduzeti određene aktivnosti kako bi se zainteresirali investitori (npr. oslobađanje od komunalne naknade).

⁸ Ministarstvo turizma RH (2013), Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, Zagreb

6.2. SUSTAV VRIJEDNOSTI KAO PODLOGA ZA VIZIJU

Vizija razvoja turizma Općine Žakanje temelji se na odrednicama definiranim Strategijom turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, kao i na provedenoj anketi među stanovništvom Općine, odnosno interesima žitelja da sudjeluju u stvaranju suvremenog turističkog proizvoda. Gradnja vizije turizma odgovara na pitanja:

- 1) *Kakav bi turizam u Općini Žakanje trebao biti ?*
- 2) *Koji su ključni preduvjeti razvoja turizma?*
- 3) *Čime će turizam Općine Žakanje privlačiti potražnju i koji su ključni preduvjeti (srži atrakcijskog miksa)?*

- **KAKAV BI TURIZAM OPĆINE ŽAKANJE TREBAO BITI?**

- Ekološki odgovoran
- Raznovrstan (diferencirana ponuda)
- Bogat sadržajima adrenalinskog i pustolovnog turizma

- **KOJI SU KLJUČNI PREDUVJETI RAZVOJA TURIZMA?**

- Održivo upravljanje destinacijom
- Konkurentnost i atraktivnost za investicije
- Povećanje znanja i vještina na svim razinama
- Destinacijsko upravljanje – (DMO)

- **ČIME ĆE TURIZAM OPĆINE ŽAKANJE PRIVLAČITI PAŽNJU?**

- Autentičnost ambijenta
- Mir i odmor
- Raznovrsni sadržaji i doživljaji
- Vrhunska tradicionalna enogastronomija

Proizvodima i doživljajima utemeljenima na autentičnosti ambijenta, različitim aktivnostima i sadržajima u prirodi koji čine „savršen“ odmor, bogata enogastronomija temeljena na domaćim proizvodima su osnova na kojoj se pozicionira Općina Žakanje na turističkom tržištu.

7. VIZIJA I STRATEŠKI CILJEVI RAZVOJA TURIZMA

Dubinskom analizom unutarnjeg i vanjskog okruženja, trendova na turističkom tržištu, postavljanjem SWOT analize i sustava vrijednosti moguće je definiranje strateških pravaca daljnjeg razvoja, a prije svega vizije – definicije željene budućnosti. Vizija mora biti nit vodilja koja usmjerava turističke aktivnosti i određuje proizvode koji će se razvijati, a temeljena je na turističkim atrakcijama koje područje ima, njegovim konkurentskim prednostima, ali i atrakcijama i proizvodima koje će imati u budućnosti.

▪ VIZIJA RAZVOJA TURIZMA OPĆINE ŽAKANJE

Općina Žakanje je destinacija sa prepoznatim identitetom, autentičnim ambientom sa vrijednom tradicionalnom arhitekturom, uzbudljivih i raznovrsnih ekološki orijentiranih sadržaja i doživljaja. Prirodna i netaknuta baština, miran i siguran odmor te vrhunska tradicionalna enogastronomija temeljena na domaćim proizvodima pozivnica su gostima da uživaju u destinaciji.

7.1. STRATEŠKI CILJEVI RAZVOJA TURIZMA

Strateškim ciljevima razvoja trebali bi se neutralizirati problemi ponude i opasnosti iz okruženja, kao i kapitalizirati jake strane i prilike iz okruženja. Oni moraju biti dio vizije, biti prihvatljivi lokalnoj zajednici te moraju biti prilagodljivi brzim promjenama u okruženju. Strateški ciljevi u metodološkom smislu moraju omogućiti određivanje konkretnih operativnih zadataka koje je moguće delegirati dionicima, odnosno koje je moguće mjeriti, poticati ili nadzirati. Moraju se provoditi kako bi se ostvarila i zacrtana vizija.

KROVNI CILJ	Turistička prepoznatljivost Općine Žakanje
POD CILJEVI	Razvoj turističke infrastrukture
	Razvoj turističkih proizvoda i usluga
	Destinacijski marketing

7.1.1. Razvoj turističke infrastrukture

Definicijom proizvoda koji se žele razvijati potrebno je razvijati materijalne i nematerijalne elemente u destinaciji. Investicije trebaju pratiti željenu viziju i image destinacije, te one koje ne utječu negativno na okoliš.

Kako bi se pokrenuo razvoj potrebna je koordinacija i zajedničko planiranje dionika, kao i kasnije organiziranje i koodiniranje svih aktivnosti u funkciji turizma.

Ulaganjem u turističku infrastrukturu stvara se atrakcijska osnova i motiv dolaska turista u destinaciju.

- Razvoj staza (cikloturističkih, pješačkih, jahačkih, vinskih...)
- Opremanje prostora opremom (stajališta, odmorišta, igrališta...)
- Opremanje prostora turističkom signalizacijom (smeđa signalizacija, table dobrodošlice)
- Interpretacija kulturnih i prirodnih atrakcija
- Uređenje plaža

- Centar za posjetitelje/Interpretacijski centar
- Razvoj smještajnih kapaciteta
- Podizanje kvalitete zaštite resursno-atraktivne osnove
- Podizanje kvalitete usluga u turizmu

7.1.2. Razvoj turističkih proizvoda i usluga

Specifičnosti turističke destinacije proizlaze iz turističkih proizvoda koji se nude na tržištu. Turistički proizvodi predstavljaju iskustvo i doživljaj koji moraju zadovoljiti očekivanja turista, a odnose se na osnovne i dopunske usluge, opipljive i neopipljive elemente proizvoda.

Kako bi se postiglo ono što je trend na tržištu – jedinstveno i novo iskustvo – potrebno je kreirati i inicirati inovativne turističke proizvode koji su vezani uz identitet žakanjskog kraja, očuvanost prirode, autentični ambijent. Na taj će se način buditi emocije gostiju koji su i „okidač“ prilikom odabira destinacije.

Na području Općine primarna je potreba razvijati smještajne kapacitete kako bi se turistički proizvodi mogli koristiti. Uz planirani kamp, nove smještajne objekte treba izgraditi u skladu s tradicijom, a postojeće tradicijske kuće staviti na turističko tržište. U svijetu se u takvom tipu ruralnog prostora razvijaju difuzni hoteli. Također je potrebno u sklopu agroturizama razvijati kvalitetni smještaj kao i ugostiteljski sadržaj, kušane, vinske podume, jer će jedino na taj način u potpunosti biti doživljena autentična atmosfera područja.

Ostvarenje ovog cilja podrazumijeva razvoj:

- proizvoda pustolovnog i avanturističkog turizma,
- proizvoda sportskog i rekreacijskog turizma,
- proizvoda ruralnog i agroturizma,
- proizvoda enogastroturizma,
- proizvoda kulturnog turizma,
- proizvoda ekoturizma,
- smještajnih kapaciteta (kampovi, difuzni hoteli, agroturizmi),
- ugostiteljske ponude.

7.1.3. Destinacijski marketing

Kako bi se Općina prepoznala na turističkom tržištu potrebno je uspostaviti učinkovito upravljanje turističkom destinacijom i turističkim proizvodima, te postaviti koncept marketinga i promocije. Promotivne aktivnosti se odnose na oglašavanje i komunikaciju između turističke destinacije i potencijalnog posjetitelja. Promociju na razini destinacije obavlja turistička zajednica, a kako u Općini trenutno nije osnovana, veliku ulogu imat će lokalna vlast, te Turistička zajednica Karlovačke županije ili novoosnovana Turistička zajednica područja Kupa. Također je zbog sve zahtjevnijih gostiju i sve kompleksnijih turističkih proizvoda koji se kontinuirano nadograđuju, mijenjaju i prilagođavaju, potrebno simultano upravljanje od strane destinacije i lokalnih pružatelja usluga, kao i trenutna potrebna primjena najsuvremenijih marketinških alata.

Ostvarenje ovog cilja podrazumijeva djelovanje na:

- razvoj prepoznatljivog turističkog identiteta,

- primjenu suvremenih alata tržišne komunikacije,
- pokretanje image projekata (projekti koji jačaju image destinacije).

7.2. MARKETINŠKE SMJERNICE

7.2.1. Turistički proizvodi i ciljna tržišta


Resursna osnova Općine Žakanje je zbog svojih performansi i ekološki visokovrijednog prostora idealna za razvoj turizma posebnih interesa koji je posljednjih godine u porastu. Uglavnom turizam posebnih interesa koriste osobe koje imaju iskustva sa putovanja, više su platežne moći i izraženih hobija. Međutim, takvi turisti su i zahtjevni potrošači, koji imaju očekivanja i žele dobiti vrijednost za novac. Stoga se potrebno strateški orijentirati, kako bi proizvodi koji se razvijaju bili što bolji i potpuniji, čime će se potaknuti potrošnja, ali i privući tržište. Važno je dobro proučiti tržište i ciljne skupine koje će „kupiti“ proizvod jer će jedino tako proizvod postići najbolje rezultate i postići dobru prodaju. Pri donošenju odluka, važno je voditi brigu o potrošačima, njihovim potrebama i željama, ali i kupovnoj moći (potrošač srednje klase neće kupiti jedan od satova najskupljih marki). Ponekad potrošači dobro daju naslutiti proizvođačima za što su zainteresirani.

Općina Žakanje nalazi se u situaciji kada iz početka razvija svoje proizvode, što je s jedne strane dobro, budući da lakše može usmjeravati turistički razvoj prema današnjim trendovima. S druge pak strane, potrebno je potaknuti dodatni interes potrošača koji će posjetiti destinaciju, a i postoji mogućnost razvoja proizvoda koji neće biti tržišno isplativi ili će biti neprimjereni zbog neiskustva dionika.

Imajući na umu takvo stanje, u nastavku se daju ciljni demografski segmenti koje se može privući, te ciljni interesni segmenti.

Ciljni demografski segmenti:

<p>OBITELJ KOJA VOLI SPORT I UŽIVANJE U PRIRODI</p> 	<p>Primarni motiv putovanja im je doživjeti nešto novo i biti aktivan te upoznati prirodni okoliš. Očekuju užitak i opuštanje, produbljivanje znanja, povlačenje iz svakodnevnog života, osjećaj povezanosti s obitelji. Žele neograničeno kretanje u prirodi. Na njihovo donošenje odluka najviše utječe web i tiskani vodiči. Zainteresirani su za sve aktivnosti u prirodi, osobito sportske (rafting, jahanje, biciklizam) koje su prilagođene cijeloj obitelji kao i aktivna istraživanja na biciklu. Putuju automobilom, biciklom ili pješice. Odsjedaju u privatnom smještaju ili kampu.</p>
<p>MLADI PAROVI/PRIJATELJI (25.-35. god.)</p> 	<p>Mladi poduzetnici/menadžeri bez djece. Posvećeni su karijeri i imaju malo slobodnog vremena i visoke prihode. Traže dostupne destinacije zbog kraćeg odmora. Važno im je „posebno iskustvo“. Odsjedaju u kvalitetnom smještaju visoke kategorije. Obilaze dobre restorane i poznate atrakcije. Putuju tijekom cijele godine ali izbjegavaju vrijeme školskih praznika. Za odabir destinacije ključne su preporuke, proučavaju Internet forume kao i life-style časopise. Bave se 'mekim avanturizmom' (aktivno hodanje, planinarenje, biciklizam, rafting i sl.) i razgledavanjem. Koriste niz usluga koje pruža destinacija (kultura, manifestacije, izleti, eno-gastro ponuda i sl.).</p>
<p>MLADI (18-24 god.)</p> 	<p>Grupe prijatelja koji su mobilni i aktivni, ograničenih financijskih sredstava. Odsjedaju u jeftinijim privatnim smještajima/apartmanima s mogućnošću kuhanja ili u kampovima. Putuju pretežito ljeti tijekom školskih praznika. Najvažnije su im aktivnosti, sportski i avanturistički sadržaji u destinaciji (biciklizam, rafting, kanuing, planinarenje...), a manje sama atraktivnost destinacije. Preporuke prijatelja, internet i internetski forumi najvažniji su izvori informacija</p>
<p>ZRELA DOB (50-65 god.)</p> 	<p>Radno su aktivni, djeca su napustila dom – „Baby boomer“ generacija. Žive bogat društveni život. Primarni motiv za putovanje je kontakt s prirodom i bijeg od svakodnevnog života. Očekuju odmor, opuštanje, uživanje u prirodi. Žele upoznati novu zemlju i doživjeti nešto novo. Na donošenje odluke o putovanju najviše utječe web, tiskani vodiči/specijalizirani časopisi i preporuke prijatelja. Zainteresirani su za prirodu i kulturu, a osobito za lakše pješačke staze, lakše aktivnosti, prirodne parkove i atrakcije, lokalna događanja (sportska i gastronomska). Putuju tijekom cijele godine.</p>

<p>TREĆA DOB (65+)</p> 	<p>Umirovljenici koji su vrlo aktivni, raspolažu slobodnim vremenom za putovanja. Žele se družiti i zanimljivo provesti vrijeme obilazeći kulturne sadržaje i upoznavanjem prirode. Žele očuvati svoje zdravlje, a preferiraju bliža mjesta, mirna i sigurna. Cjenovno su osjetljiviji. Borave u udobnim hotelima sa tri ili četiri zvjezdice. Putuju u kasno proljeće i ranu jesen. Informiraju se preko vlastitog iskustva, obitelji i prijatelja kao i iz tiska.</p>
---	---

Ciljni interesni segmenti:

<p>„MEKI AVANTURISTI“ i FIZIČKI AKTIVNI (BICIKLISTI, AKTIVNI ŠETAČI, PLANINARI, ZMAJARI, JAHAČI)</p>	<p>Različitih su dobnih skupina. Putuju tijekom cijele godine. Za 'meke avanturiste' najvažnija je atraktivnost prirodnih resursa, uređeni i opremljeni sadržaji (šetnice i staze). Odsjedaju u udobnom smještaju, privatnom smještaju, pansionima ili manjim obiteljskim hotelima. Očekuju dobru, 'domaću' hranu. Na turama, organizirani prijevoz prtljage predstavlja prednost. Pri odabiru destinacije važne su preporuke prijatelja, informacije u specijaliziranim časopisima i direktan marketing. Važna je kvalitetna prezentacija destinacije na Internetu.</p>
<p>EKOTURISTI</p>	<p>Očekuju aktivnosti u prirodi i odgovorno ponašanje destinacije prema okolišu i prirodnom okruženju. Preferiraju aktivnosti u prirodi i sve proizvode vezane za prirodu. Kupuju domaće, autohtone proizvode, po mogućnosti iz ekološkog, odnosno organskog uzgoja, te vole upoznavati običaje i kulturu lokalnog stanovništva. Koriste jednostavnu vrstu smještaja. Uživaju u raznim aktivnostima u prirodi kao što su sportski ribolov, biciklizam, jahanje, planinarenje.</p>
<p>KULTURNJACI</p>	<p>Obrazovani pojedinci više platežne moći, iskusni su putnici koji traže nove doživljaje. Osnovni motiv putovanja im je upoznavanje kulturne baštine i lokalne kulture (sa fokusom na povijest i umjetnost, glazbu, tradiciju, stil života). Traže višu kvalitetu smještaja sa posebnom atmosferom i šarmom (što je važnije od zvjezdica), a žele isprobati tradicionalnu gastronomiju i proizvode. Informiraju se na internetu i društvenim mrežama, temeljem preporuke, iz lifestyle medija.</p>
<p>LOVCI I RIBOLOVCI</p>	<p>Najvećim su dijelom muškarci srednje i starije životne dobi. Glavni termini njihovog dolaska u destinaciju su jesen i zima. Važna im je očuvanost prirode, boravak u prirodi, raznolikost i kvaliteta divljači, ponajviše trofeja. Popratni sadržaji koje očekuju su kvalitetna i domaća gastro ponuda, lovačke zabave i mogućnost izleta s prirodnim i/ili kulturnim temama. Odsjedaju u lovačkim kućama ili nekom drugom udobnom smještaju, pansionu ili manjem obiteljskom hotelu. Čuvanje i prijevoz opreme, osigurane</p>

	hladnjače ili smještaj za pse smatra se prednošću.
TRANZITERI	Tranziteri su putnici na proputovanju (npr. Jadran), koje je moguće skrenuti na kraći boravak u destinaciju. Važna je smeđa signalizacija prema atrakcijama, mogućnost parkiranja, jednostavna ugostiteljska ponuda. Usputni boravci se planiraju unaprijed te su stoga važne informacije autoklubova i nacionalnih turističkih organizacija. Također su važne i informacije o pojedinim atrakcijama na benzinskim crpkama i odmorištima.

7.2.2. Portfelj turističkih proizvoda

Portfelj turističkih proizvoda polazi od valorizacije resursa i atrakcija koje ima Općina Žakanje, a koje će doprinijeti kvaliteti života lokalnog stanovništva kao i njihovoj ekonomskoj sigurnosti.

Portfelj turističkih proizvoda čini:

- **CIKLOTURIZAM–TREKKING ,NORDIJSKO HODANJE**

Profil posjetitelja:

Općina Žakanje bi zbog svojih geografskih osobina trebala razviti sustav biciklističkih staza koje će služiti biciklistima, i trekkerima svih dobnih skupina, uključujući i obitelji. To su posjetitelji koji se vole samostalno kretati u prirodi na atraktivnim i sigurnim stazama. Stoga su im bitni prijedlozi itinerera i detaljne informacije o stazama kako bi se mogli i samostalno kretati. Osim za „meki avanturizam“ zainteresirani su i za enogastronomске, kulturne i wellness sadržaje. Informiraju se putem preporuka, u klubovima, internetu, specijaliziranim brošurama. Putuju najviše tijekom proljeća, ljeta i jeseni. Posjetitelji su mladi parovi, obitelji s djecom i osobe zrele dobi (50 do 60).

Biciklizam se tržišno segmentira uglavnom prema važnosti koju vožnja biciklom ima tijekom putovanja. Tako se izdvajaju pasionirani biciklisti i rekreativci. Pasionirani biciklisti su osobe kojim je biciklizam je glavna aktivnost tijekom odmora, ali i glavni oblik transporta. Uglavnom su u dobi od 40 do 55 godina, a potom slijede oni od 20 do 25 godina starosti. Uglavnom se radi o iskusnim biciklistima koji putuju u manjim grupama, sami organiziraju svoje putovanje. Biciklisti – rekreativci su turisti koji se tijekom odmora bave biciklizmom i njima je vožnja biciklom samo jedna od aktivnosti tijekom odmora.

Faktori uspjeha proizvoda:

- Jedinstvene prirodne predispozicije područja
- Atraktivnost prirodnih resursa, posebnost, očuvanost prirodnog okoliša, sadržajnost destinacije,
- Pristupačnost s glavnih prometnih pravaca i dobro signalizirana polazišta,
- Raznolikost, održavanost i opremljenost staza. Staze moraju biti raznolike s obzirom na duljinu, težinu, različitih tema, namjena (pr. obitelji s djecom).

Moraju biti održavane i označene signalizacijom, interpretacijom, imati odmorišta, vidikovce, dostupnost pitkoj vodi, „samopopravne“ stupove (servisne stanice), odmorišta, skloništa, piknik točke, vidikovce, nužnike, parkirališta za bicikle. Staze moraju biti i sigurne, po mogućnosti odvojene od prometa. Bitni su i servisi za popravak bicikla (specijalizirane trgovine),

- Kvaliteta pratećih usluga (najam bicikla, opreme, vodiči, prijevoz prtljage),
- Kvaliteta smještajnih objekata- preferiraju se jednostavni, mali obiteljski tip hotela ili pansiona. Mlađi posjetitelji biraju kampove. Prednost su certificirani objekti ponudom bike&bad, koji imaju poseban prostor za smještaj i čuvanje opreme, različite wellness sadržaje,
- Kvalitetna gastronomija,
- Ponuda „paketa“ koji bi trebali uključivati različite itinerere, opise ruta sa duljinom i težinom, prilagođene ciljnim skupinama, različitih tema s obzirom na atrakcije koje se obilaze. Itinereri bi morali sadržavati popis objekata/OPG-ova koji nude hranu i piće, transfere opreme, točke najma bicikala i servisnih stanica, smještaj. Proizvod mora biti kvalitetno integriran. Ukoliko je moguće trebale bi se formirati i info-točke gdje bi biciklisti mogli dobiti kvalitetne informacije,
- Važna je i uspostava DMK specijaliziranih za proizvode biciklizma (zajedno s komplementarnim proizvodima „mekog avanturizma“, sporta, jahanja), a koji bi nudili „pakete“, uključujući ture, smještaj, hranu i piće, najam opreme i brigu o opremi, prijevoz ostale prtljage i sl.
- Promocija brošurama, vodičima s naglaskom na boravak u očuvanoj prirodi i rekreaciji

Razvoj proizvoda:

- unapređenje sadržaja turističke interpretacije na stazama (npr. poučne staze, interpretacijske table, odmorišta s vidikovcima),
- uređenje točaka za uživanje u prirodi,
- uređenje vidikovaca,
- opremanje staza (skloništa, odmorišta, izvori pitke vode, samopopravni stupovi...)
- razvoj kapilarne tematizirane mreže biciklističkih staza kroz ruralni krajolik (npr. tradicijska hrana), opremljenih turističkom interpretacijom (signalizacija, table, GPS sustav, karte),
- razvoj specijalističkog infopunkta za bicikliste,
- razvoj cyclers welcome smještaja, enogastro i drugih objekata,
- turistifikacija ruralnih „točaka od interesa“,
- razvoj sportskih manifestacija i događanja te njihova intenzivna promocija,
- poticanje smještajnih objekata na specijalizaciju za aktivne goste,
- mogućnost kupnje lokalnih proizvoda.

- **KONJIČKI TURIZAM -JAHANJE**

Profil posjetitelja:

Konjički turizam je nastao pedesetih godina u Europi i obuhvaća niz aktivnosti od jahanja ili vožnje konjima, utrke, različita natjecanja, posjet muzejima ili ergelama. Značajniji rast potražnje bilježi zadnjih 20-tak godina. Ponudom konjičkog turizma služe se podjednako žene i muškarci u 40-tima, viših prihoda i visoko educirani. Važan segment su i 'baby boomeri' koji imaju više prihoda i slobodnog vremena. Jahanje se kao aktivnost često veže uz sam boravak u nekoj destinaciji ili se vikend putovanja poduzima primarno motivirano jahanjem i boravkom u prirodi. Jahanje je usko povezano sa ekologijom i zaštitom prirode, interesom za otkrivanje novih područja i lokalnog načina života.

Faktori uspjeha proizvoda:

- atraktivnost prirodnog krajolika i prirodnih uvjeta,
- atrakcije koje se mogu posjetiti ili vidjeti na području jahanja
- osjećaj sigurnosti za odrasle i djecu
- različiti sadržaji za odrasle i djecu
- mogućnost povoljnijeg smještaja
- dostupnost automobilima

Razvoj proizvoda:

- staze za jahanje
- škola jahanja
- izgradnja hipodroma
- OPG-ovi sa uzgojem konja
- Vođene rute
- Kompatibilni smještajni kapaciteti
- Uključivanje u nacionalna i međunarodna natjecanja

- **ADRENALINSKI SPORTOVI: KAJAKING, KANUING, PAINTBALL, STRELIČARSTVO, PARAGLAJDING, BALONARSTVO**

Profil posjetitelja:

Ponudom adrenalinskih sportova pretežito se bave muškarci mlađe i srednje dobi (18 – 45), a kajakarenjem i paintballom širi spektar posjetitelja, uključujući obitelji. Odsjedaju u jednostavnom i udobnom smještaju, a posjećuju restorane i OPG-ove sa tradicionalnom dobrom kuhinjom. Zainteresirani su i za druge sportsko-rekreativne sadržaje u destinaciji. Informiraju se putem preporuka, u klubovima, na internetu. Putuju tijekom proljeća, ljeta i jeseni.

Faktori uspjeha proizvoda:

- atraktivnost prirodnog krajolika i prirodnih uvjeta,
- kvaliteta sportske infrastrukture,
- kvaliteta pratećih usluga (npr. najam opreme, instrukcije i škole, licencirani vodiči),
- mjere sigurnosti (atestirana oprema, hitna pomoć),
- raspoloživost udobnog smještaja (manji hoteli/pansioni i kampovi),
- raspoloživost drugih sadržaja komplementarnih interesima posjetitelja (npr. eno-gastronomija, drugi oblici rekreacije, wellness, zabavni sadržaji i sl.).

Razvoj proizvoda:

- razvoj komplementarne ponude riječnog kanuinga,
- profesionalizacija usluga riječnog kajakinga i kanuinga („škole“, pojačani standardi sigurnosti, standardi opreme, organizacija kluba, uređena polazišta, i sl.),
- uređenje lokacija za mjesta uzleta/slijetanja balona, zmaja
- razvoj adrenalinskog parka
- tereni za paintball i streličarstvo,
- turistifikacija ruralnih „točaka od interesa“ (npr OPG-ovi, vinski podrumi i kušaone, proizvođači tradicionalne hrane, program suvenira i sl.)

- **LOV I RIBOLOV / FOTO SAFARIJ, PROMATRANJE PTICA I DIVLJIH ŽIVOTINJA**

Profil posjetitelja:

U Europi je preko 6,5 milijuna lovaca, a po brojnosti prednjači Francuska (1,7 milijun), za kojom slijede Italija, Španjolska, Velika Britanija, Njemačka, Finska, Švedska i Austrija. Hrvatski lovni tereni privlače većinom Talijane, Austrijance i Skandinavce. To su posjetitelji koji najveći dio putovanja posvećuju lovu odnosno ribolovu, ali bitnu komponentu doživljaja čini i druženje unutar grupe, odmor u promatranju prirode i samo nagrađivanje. Pri odabiru destinacije bitna im je vrsta divljači, atraktivnost okoliša i vjerojatnost za uspješan lov. Očekuju udoban smještaj, vrlo često borave u lovačkim kućama, seoskim domaćinstvima ili obiteljskim pansionima. Vole isprobati tradicionalnu eno-gastro ponudu. Na destinaciji koriste sportske sadržaje, dok su same atrakcije destinacije u drugom planu. Informiraju se putem preporuka i unutar klubova, premda sve više kupuju *all-inclusive* pakete za udaljene ili nepoznate destinacije. *All-inclusive* paketi nude prijevoz, izbor smještaja, objede na terenu, večeru i vodiča kao i dodatne usluge kao što su dozvole ili najam vatrenog oružja. Ti se paketi lovcima nude ili kao luksuzna putovanja s trofejima i velikom mogućnosti za uspješan lov, ili se ističe pustolovni i fizički izazov, ili se nude paketi za obiteljski odmor u kombinaciji s lovom. Putuju u vrijeme sezone lova/ribolova.

Lov uglavnom organiziraju lovačka društva, prema ustaljenoj tradiciji. Međutim, turizam nije njihova osnovna djelatnost te stoga u organizaciji lovnog turizma zaostaju za tržišnim trendovima. Danas tržište zahtjeva dobro organiziranu ponudu sa kompletnim sadržajem i opremom (vodiči, smještajni kapaciteti, hoteli za pse, hladnjače za divljač, prijevoz divljači, dozvole i sl.) Također, proizvod se prilagođava širem rasponu lovaca – od onih koji putuju isključivo motivirani lovom do onih koji žele doživjeti iskustvo lovaca.

Ponuda ribolova nije u tolikoj mjeri organizirana, iako na području djeluju ribolovna društva, organiziraju se natjecanja i manifestacije. Ribolov jedan je od najpopularnijih oblika rekreacije, s obzirom da se radi o pasivnoj aktivnosti koja u većini slučajeva ne

traži velika ulaganja u opremu. Procjenjuje se da je u zemljama Europske unije oko 15 milijuna sportskih ribolovaca na slatkovodnu ribu. Ovo tržište može podijeliti na: pasionirane sportske ribolovce i rekreativne sportske ribolovce. Pasionirani sportski ribolovci su motivirani ulovom što veće ribe, uživaju u adrenalinu i usavršavanju vještina ribolova te ih ne zanima ništa drugo. Članovi su ribolovnih društava. Sudjeluju u natjecanjima i uglavnom su se specijalizirali za točno određene ribe. Kako se dugo zadržavaju u ribolovu traže smještaj koji je blizu vodi kao i infrastrukturu za ribolov (platforme uz obalu ili nad vodom, uređena mjesta na obali). Spremni su dosta potrošiti na usluge vezane uz ribolov (iznajmljivanje čamaca, platformi, usluge dostave hrane, pića i sl.) Rekreativni sportski ribolovci uživaju u prirodi, a ribolov im je samo razlog da borave na otvorenom. Važan im je odmor i opuštanje uz vodu i društvena komponenta ribolova. Često nisu članovi ribolovnih društava, kupuju jednodnevne ribolovne dozvole i zadovoljni su s dva-tri sata ribolova.

Daljnji razvoj proizvoda lova i ribolova, osim što će podrazumijevati prilagođavanje faktorima uspjeha i time, unapređenje kvalitete i plasmana proizvoda, može se usmjeriti i na određene oblike inovacije proizvoda.

Promatranje ptica kao turistička aktivnost u zadnjih 30-ak godina postala dobro organizirana turistička aktivnost. Promatranje ostalog životinjskog svijeta nije sustavno istraživano, iako se pojavljuje sve izraženiji trend za promatranjem divljih životinja u njihovom prirodnom okruženju, čemu svjedoči i sve veća popularnost tzv. foto-safarija. Valja pritom istaknuti da su lovišta županije, sa šumskim cestama, čekama i lovačkim skloništimama te s dobrim poznavateljima životinjskog svijeta spremnija za organiziranje foto-safarija od ribnjaka i močvarnog područja gdje za razvoj ovog proizvoda postoje tek osnovne pretpostavke. Glavni motivi su dokoličarska edukacija i upoznavanje prirodne i kulturne baštine. Oni traže mjesta na kojima će moći promatrati i slušati ptice, općenito uživati u flori i fauni i šetati u prirodi. Kombinacija motiva i aktivnosti koji traže tijekom putovanja motiviranog promatranjem ptica ovisi o tome koliko su pasionirani. Promatrači s općenitim interesom čine većinu i njih primarno privlači boravak i rekreacija u prirodi tijekom putovanja (šetnje, biciklizam, izleti), dok im promatranje faune zapravo usputna aktivnost. Zainteresirani su za edukativne programe o prirodi. Privlače ih one destinacije koje osim prirode i ptica imaju kulturno-povijesne znamenitosti i gdje se mogu posjetiti slikovita naselja te kupiti autohtoni lokalni proizvodi.⁹

Faktori uspjeha proizvoda:

- atraktivnost, posebnost, očuvanost prirodnog okoliša
- bogatstvo lovnog/ribolovnog fonda, kvaliteta fonda divljači – trofeji
- efikasne administrativne procedure (npr. izdavanje lovnih/ribolovnih dozvola)
- djelotvorna lovočuvarska služba
- uređeno lovište
- kvaliteta pratećih usluga i organizacija lovišta (najam opreme, vodiči, prijevoz prtljage, cijene, sezona lova,)
- samostalno spravljanje ulova ili mogućnost pohrane u hladnjače
- blizina smještaja, prilagođenost, udobnost, zajedničke prostorije za druženja
- raspoloživost drugih sadržaja komplementarnih interesima posjetitelja (npr. eno-gastronomija, druge vrste sportske ponude, izleti i sl.)

⁹ Scott, D., Thigpen, J. (2003) Understanding the birder as tourist: Segmenting visitors to the Texas Hummer/Bird celebration. Human Dimension of Wildlife. 8:199-218

Razvoj proizvoda:

- formiranje točaka za ribolov (npr. molovi/pristupi, ribičke platforme), s mogućnošću kupnje karte, ponudom usluge najma opreme i plovila, „školom ribolova“, ponudom ugostiteljstva (uključujući mjesta za roštilj na otvorenom za vlastitu pripremu ulova) i parkiralištima.
- lovno streljaštvo
- formiranje točaka za promatranje ptica i divljih životinja (promatračnice sa dalekozorima, točke za fotografiranje i sl.)
- hranilišta i staze
- prilagođavanje nekoliko smještajnih i ugostiteljskih objekata za prihvata lovaca/ribiča kroz „Welcome“ sustav (npr. zamrzivači za čuvanje ulova, prostor za čuvanje, čišćenje, servisiranje opreme, mogućnost pripreme ulova i sl.)
- razvoj prepoznatljivog međunarodnog lovačkog natjecanja i manifestacije te pratećih aktivnosti (npr. stručni skupovi na temu upravljanja lovištima, održavanja lovnog fonda, suradnje s lokalnim zajednicama, ekologije i sl.)
- turistifikacija ruralnih „točaka od interesa“ (npr. vidikovci, kušaonice vina, proizvođači tradicionalne hrane i sl.)

• RURALNI TURIZAM / EKO TURIZAM

Profil posjetitelja:

Sadržaje ruralnog turizma konzumiraju posjetitelji zrele dobi, mladi parovi i obitelji s djecom, fakultetski obrazovani. Očekuju na destinaciji kontakte s domaćim stanovništvom, mir i opuštanje u prirodi daleko od stresa i psihofizičku obnovu. Žele isprobati jednostavan i tradicionalan način života u destinaciji, tradicionalnu gastronomiju i provesti kvalitetno vrijeme sa svojom obitelji. Posjetitelji putuju s obitelji i/ili prijateljima, a aktivnosti kojima se bave tijekom boravka su neformalne i neplanirane (npr. ribolov, jahanje, trekking, planinarenje, posjet nacionalnim parkovima i/ili parkovima prirode, posjet kulturnim atrakcijama). Na putu su fleksibilni i sami planiraju svoje vrijeme. Informiraju se putem interneta. Odsjedaju na seoskim gospodarstvima i ugodnim malim obiteljskim pansionima.

Prema definiciji Vijeća Europe (1986 g.), „ruralni turizam“ je oblik turizma koji obuhvaća sve aktivnosti u ruralnom području, a ne samo aktivnosti koje bi se mogle odrediti kao agroturizam ili farmerski turizam. Prema definiciji Organizacije za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD, 1994.) o ruralnom turizmu je riječ ako je: a) lociran u ruralnim prostorima, b) izgrađen na osnovu ruralnih tipičnosti (mali poduzetnici, otvoreni prostor, kontakt s prirodom i kulturno naslijeđe, „tradicionalno“ društvo i običaji, c) ruralan u mjerilu (mala izgrađenost i mala naselja), d) tradicionalnih obilježja (sporo rastući i povezan s lokalnim stanovništvom), e) održiv (njegov razvoj ne narušava osobitosti ruralnog prostora, a održiv je u smislu korištenja resursa, posebice prirodnih).

Najčešće vrste objekata na ruralnom prostoru Republike Hrvatske su:

- turistička seljačka obiteljska gospodarstva,
- obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo – OPG
- vinotočja/ kušaonice (vinski podrumi, kušaonice, smještaj na vinotočju, vinske ceste)

- izletišta/restoran–objekti tradicijskog pripremanja hrane, tradicijski obrt, radionica i suveniri.
- smještaj na ruralnom prostoru: tradicijske i druge ruralne kuće za odmor, sobe, apartmani, kampovi
- eko-etno sela i gospodarstava s etno-zbirkama
- eko gospodarstava i eko proizvodnja
- tematske ceste i putovi, staze i itinereri na ruralnom prostoru

Eko-turizam nije do kraja definiran pojam. Radi se o proizvodu koji konzumiraju ekološki svjesni posjetitelji. Zanima ih očuvana priroda, bioraznolikost. Očekuju lokalne proizvode koji su ekološki uzgojeni, tradicionalnu gastronomiju sa domaćim proizvodima, vole posjećivati nacionalne parkove i parkove prirode, neistražene prirodne ljepote. Opuštaju se u prirodi, vole promatrati floru i faunu destinacije. U Hrvatskoj je eko turizam slabo razvijen unatoč očuvanom okolišu i prirodi te njenoj atraktivnosti.

Prvi se problematikom ekoturizma počeo baviti TIES (Međunarodno društvo za ekoturizam) koji je definirao ekoturizam kao „odgovorno putovanje u prirodna područja kojim se čuva okoliš i unaprjeđuje blagostanje lokanog stanovništva“, te je uobličio sljedeća načela ekoturizma:

- minimiziranje negativnih utjecaja na prirodu i kulturu koji mogu nanijeti štetu destinaciji
- obrazovanje turista o važnosti zaštite okoliša
- naglašavanje važnosti odgovornog poslovanja, koje se provodi u suradnji s lokalnom vlašću i sa stanovništvom radi zadovoljavanja lokalnih potreba i stvaranja koristi od zaštite okoliša
- težnja za maksimiziranjem ekonomske koristi za zemlju domaćina, lokalna poduzeća i zajednice, naročito za stanovništvo koje živi u prirodnim i zaštićenim područjima i oko njih
- težnja za razvoj turizma ne prelazi društvene i prirodne granice prihvatljivih promjena koje određuju istraživači u dogovoru s lokalnim stanovništvom
- oslanjanje na infrastrukturu koja je razvijena u skladu sa životnom sredinom, odnosno minimiziranje upotrebe fosilnih goriva, očuvanje lokalnoga biljnog i divljega životinjskog svijeta i uklapanje u prirodno i kulturno okružje.

U osnovi te definicije kriju se dva osnovna cilja ekoturizma, a to su:

1. svesti na minimum negativne utjecaje na mjesto koje se posjećuje i pridonijeti održivim razvoju cijelog područja i lokane zajednice
2. stvoriti svijest o očuvanju okoliša među lokalnim stanovništvom i turistima.¹⁰

Općina Žakanje ima odličnu resursnu osnovu za razvoj ruralnog kao i eko turizma, prije svega jer je zadržala osobine ruralne zajednice u očuvanoj i nepromijenjenoj prirodi. Više se treba okrenuti razvoju ekološke proizvodnje jer je prosječno poljoprivredno zemljište maleno te poljoprivredna proizvodnja ne može konkurirati komercijalnoj proizvodnji. Potrebna je proizvodna orijentacija na uzgoj ekološki zdrave hrane i njen plasman na tržište kroz povezivanje s ugostiteljstvom. Ekoturizam Općine treba se zasnivati na originalnom doživljaju destinacije (kroz kulturnu baštinu), a sama jedinstvenost mora postati element prepoznatljivosti. Nositelji razvoja ekoturizma

¹⁰ Klarić, Z.; Hrvatski turizam- plavo, bijelo, zeleno, Zagreb 2006, str.151-152

Općine trebaju biti obiteljska poljoprivredna gospodarstva koja će na svojim gospodarstvima proizvoditi ekološki uzgojene proizvode.

Faktori uspjeha proizvoda:

- uređenost ruralnog prostora,
- uređenost i kvaliteta tematskih ruta i šetnica,
- uređeni OPG-ovi i ponuda lokalnih namirnica,
- unaprjeđenje interpretacije i signalizacije,
- kvalitetna gastronomske ponude, korištenje ekološki uzgojenih namirnica, lokalna eko hrana
- ponuda lokalnih pića,
- sadržajnost ponude, a prije svega aktivnosti i događanja koja zadovoljavaju potrebe gostiju za edukativnom zabavom i stjecanjem iskustava,
- personalizirana usluga, upoznavanje starih zanata,
- kvaliteta smještaja, jednostavni i ugodni smještaj na poljoprivrednim gospodarstvima, malim obiteljskim pansionima, privatnim smještajima,
- raspoloživost kupnje lokalnih proizvoda, uključujući i uporabne predmete,
- raspoloživost vode, električne energije i mobilnih mreža,
- kvaliteta interpretacije prostora (suprastruktura),
- gastronomske manifestacije.

Razvoj proizvoda:

- uređenje kuća i okućnica,
- poticanje ponude i uređenja OPG-ova i njihovo certificiranje (farma ovaca, farma konja, farma pčela, epiterapija, aromaterapija...),
- unapređenje ugostiteljske ponude,
- uređenje seoskih cjelina,
- revitalizacija napuštenih dijelova sela,
- razvoj turističke signalizacije i interpretacije,
- poticanje proizvodnje i prodaje lokalnih namirnica,
- poticanje proizvodnje eko namirnica
- certificiranje eko proizvoda
- „eko tržnica“ i „zeleni sajmovi“
- edukacija vlasnika privatnog smještaja i hotelijera,
- edukacije za OPG-ove, poljoprivrednike, proizvođače eko hrane,
- eko marka tradicionalnih i domaćih proizvoda,
- festivali sa temom tradicije

• GASTROTURIZAM

Profil posjetitelja:

Gastroturizam konzumiraju parovi zrele dobi (50-65), obitelji (gastronomija) i mladi parovi (25- 35). Dolazak je motiviran obilaskom restorana (tradicionalna kuhinja- ali ne obavezno), OPG-ova, kušaonica. U zadnjih desetak godina kušanje proizvoda na obiteljskim gospodarstvima postao sve popularniji oblik turizma specijalnog interesa. Veći dio njih zainteresiran je i za druge sadržaje kao što su boravak u prirodi i mirnom okruženju. Borave u smještajnim objektima sa osobnošću. Informiraju se putem preporuka, na internetu, iz tiskanih medija. Putuju tijekom cijele godine.

Faktori uspjeha:

- raznolikost gastronomske ponude,
- specifičnosti lokalne kuhinje (npr. prepoznatljiva specifična obilježja, tradicionalna domaća receptura);
- lokacija (npr. ruralni prostor, lokacije s pogledom);
- kvaliteta hrane
- kušaonice rakije, vina i lokalnih proizvoda,
- uspjesi i nagrade lokalnih proizvoda,
- atraktivnost tematskih cesta (i drugih sličnih ruta) u smislu ljepote prirode, kvalitete usluge, edukativne i zabavne prezentacije, vrijednosti za novac,
- imidž destinacije kao "mjesto dobre hrane",
- raspoloživost drugih sadržaja komplementarnih interesima posjetitelja (npr. ponuda kulture, ponuda rekreacije i wellnessa, suveniri, smještaj i sl.).

Razvoj proizvoda:

- Poticanje razvoja raznolike gastro ponude s naglaskom na domaćoj hrani spravljenoj od lokalnih namirnica,
- Razvoj gastro ruta sa komponentom uključivanja sudionika,
- Razvoj programa edukacije za ugostitelje i OPG- ove (meniji, lokalni sastojci, prezentacija hrane i vina, uređenje interijera i eksterijera i dr.),
- Razvoj gastro manifestacije,
- Gastronomska takmičenja u suradnji sa Hrvatskim kuharskim savezom,
- Poticanje povezivanja lokalnih proizvođača hrane,
- Uspostavljanje standarda marke tradicionalne hrane.

• KULTURNI TURIZAM

Profil posjetitelja:

Prema WTO-u oko 37% međunarodnih putovanja uključuje komponentu kulturnog turizma. Kulturni turizam definira kao putovanja izvan mjesta stalnog boravka s ciljem prikupljanja novih informacija i doživljaja kojima se zadovoljavaju kulturne potrebe¹¹. Konzumiraju ga gosti različitih dobnih skupina raznih interesa i profesionalne orijentacije. Najčešće se radi o posjetima kulturno-povijesnim znamenitostima, muzejima i galerijama, festivalima, folklornim smotrama, crkvama i samostanima, tematskim rutama, kreativnim radionicama.

Faktori uspjeha proizvoda:

- turistička signalizacija do kulturnih znamenitosti i atrakcija,
- uređen prilaz do atrakcija i znamenitosti,
- interpretacija znamenitosti i inovativnost u prezentaciji,
- jednako je potrebno tretirati spomenike kulture koji se obnavljaju kao i one obnovljene
- uvezivanje atrakcija i znamenitosti u zajedničku rutu,
- razvoj proizvoda koji uključuju kreativno uključivanje sudionika,
- povezati tematsku rutu s komercijalnim turističkim sadržajima,
- izleti.

Razvoj proizvoda:

- prezentacija običaja, zanata, vjerovanja,
- organizacija tradicijskih manifestacija,
- tematski vođene kulturne ture,
- unapređenje interpretacije sa zanimljivim pričama iz povijesti (minimum je engleski i njemački jezik),
- tradicijska i kulturna događanja,
- edukativna i zabavna prezentacija „kulture života i rada“,
- organizacija tematski vođenih tura.

¹¹ Richards, G. (2006). Introduction: Global trend in cultural tourism. U: G.Richards (urd.) Cultural tourism: Global and local perspectives. New York: Harworth Hospitality Press.

- **POSEBNI PROIZVODI: IZLETI I TRANZIT**

Izleti:

Važan su faktor u zadovoljavanju aktivnog i znatiželjnog „novog turista“.

Faktori uspjeha:

- ponuda široke palete izleta različite tematike (gastronomija, kultura i baština, priroda),
- povezivanje sa destinacijama u okruženju,
- ponuda zabavnih izleta (izlet kao natjecanje, „u potrazi za blagom“, kao edukacija, izlet najljepših lokacija i sl.),
- DMK koja kreira zanimljiv i zabavan sadržaj,
- ponuda vođenih izleta i samostalnih izleta.

Tranzitni turizam:**Profil posjetitelja:**

Ciljani posjetitelji su putnici koji putuju prema Jadranu i vraćaju se s Jadrana. Radi se o osobama širokog spektra interesa, različitih dobnih skupina. Raspolažu kratkim vremenom za zaustavljanje ikako bi se odmorili, nešto na brzinu razgledali ili se osvježili. Najveći broj tranzitera je ljeti.

Faktori uspjeha proizvoda:

- dostupnost informacija o atrakcijama i sadržajima uz ceste,
- lakoća usputnog razgledavanja (npr. blizina atrakcija, mogućnost jednostavnog parkiranja, mogućnost obilaska pješice),
- raspoloživost i atraktivnost ugostiteljske ponude (naročito u blizini ključnih atrakcija), kvalitetna, autentična brža hrana, ambijentalni interijeri,
- program suvenira.

Razvoj proizvoda u prvoj fazi:

- postavljanje informacija o „prijedlozima za zaustavljanje“ na internetske stranice TZ Karlovačke županije,
- turistifikacija ruralnih „točaka od interesa“ (npr. prirodne znamenitosti, proizvođači tradicionalne hrane, program suvenira i sl.),
- izrada „brzog“ itinerera obilaska destinacije.

8. AKCIJSKI PLAN

Akcijni plan predviđa provedbu aktivnosti u više područja.

To su sljedeće aktivnosti:

<p>RAZVOJ TURISTIČKE INFRASTRUKTURE</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Uređenje destinacije kao i poboljšanje prometne i komunalne infrastrukture ▪ Razvoj šetnica i tematskih staza (vinska staza, staza jabuka, gastro rute...) ▪ Razvoj biciklističkih, pješačkih i konjičkih staza ▪ Opremanje prostora turističkom signalizacijom (smeđa signalizacija, table dobrodošlice), ▪ Interpretacija kulturnih i prirodnih atrakcija ▪ Rekreacija na rijeci Kupi/ sportski i rekreacijski sadržaji, wellness u prirodi ▪ Ustrojavanje Centra za posjetitelje/Interpretacijskog centra ▪ Razvoj smještajnih kapaciteta ▪ Projekt difuznog hotela
<p>RAZVOJ TURISTIČKIH PROIZVODA I USLUGA</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Razvoj eno i gastro ponude - vinotočja, kušaone ▪ Poticanje razvoja avanturističkog i pustolovnog turizma ▪ Poticanje razvoja ruralnog turizma i agroturizma ▪ Poticanje razvoja eko turizma /promatranje ptica, divljih životinja, foto safari ▪ Poticanje proizvoda kulturnog turizma, ▪ Cjeloživotno obrazovanje
<p>DESTINACIJSKI MARKETING</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Osnivanje DMO – Turistička zajednica područja Kupa ▪ Provedba internog marketinga ▪ Razvoj prepoznatljivog turističkog identiteta i brenda destinacije ▪ Izrada destinacijskih promocijskih materijala i web stranica ▪ Plan promocijskih aktivnosti

8.1. RAZVOJ TURISTIČKE INFRASTRUKTURE

Projekt 1: Uređenje destinacije kao i poboljšanje prometne i komunalne infrastrukture

Cilj: Podignuti atraktivnost destinacije i atmosferu dobrodošlice.

Opis: Uz osnovnu komunalnu infrastrukturu potrebno je ulagati u uređenje destinacije, odnosno uređenje javnih i privatnih prostora koji doprinose imageu destinacije. Naime, samo uređenje destinacije kao i čistoća prostora utječu na turističku privlačnost, kvalitetu doživljaja i emocionalnu povezanost.

Kako bi se postavio funkcionalni i siguran kolni i pješački sustav prometa potrebno je proširiti postojeće lokalne ceste za promet biciklima i izgraditi nogostupe za pješake (gdje je moguće). Također je potrebno omogućiti pristup osobama s invaliditetom.

Kad je riječ o javnim prostorima važno je osim na infrastrukturu obratiti pažnju na sve elemente uređenja destinacije poput uređenja zelenih površina, trgova, spomenika, nogostupa, postavljanja klupa, rasvjete, koševa za smeće, posuda za cvijeće, izgled autobusnih nadstrešnica, oglasnih ploča i drugu urbanu galanteriju kao i na korištenje tradicionalnih materijala i boja (npr. drvo, kamen...). Prostoru gdje se kreću turisti (općinski trg, turistički lokaliteti, javni prostori, privatne okućnice i vrtovi) uvijek moraju biti hortikulturno uređeni i na zavidnom nivou.

Kod privatnih prostora (ugostitelji, hoteli, trgovine) pažnju treba staviti na oglašavanje u prostoru, tende (prodajni kutak za lokalne proizvode, sjenice s voćem i sl.), korištenje materijala za opremanje, uređenje izloga trgovina.

Hortikulturno uređenje bi također trebalo biti u funkciji ambijentalnosti posebno na mjestima gdje se kreću posjetitelji.

Provedbeni koraci uključuju:

- Projektna dokumentacija i izvedbeni projekti (sukladno Prostornom planu)
- Implementacija i uređenje komunalne i prometne infrastrukture (osiguravanje osnovne komunalne infrastrukture na turističkoj lokaciji ili koja vodi do turističke lokacije)
- Inventarizaciju raspoloživih javnih površina i definiranje prikladnih sadržaja
- Izrada studije uređenja
- Provođenje akcija sadnje cvijeća u svim naseljima
- Izgradnja, rekonstrukcija, i opremanje igrališta za djecu te tematskih i obiteljskih parkova
- Osmisliti plan hortikulturnog uređenja cjelokupne destinacije sukladno željenom vizualnom identitetu
- Osmisliti izgled jednoobraznog oglašavanja u prostoru za privatne subjekte (ugostiteljski i smještajni objekti, trgovine) kao i reklama
- Uređenje postojeće galanterije (pr.tradicijske klupe)
- Postavljanje urbane galanterije uz lokalitete i na mjestima gdje se kreću turisti.

Odgovorne institucije i financiranje: Općina, novoosnovana TZ (DMO), Županijske ceste Karlovačke županije, Karlovačka županija.

Vrijeme provedbe: 2019- kontinuirano

Projekt 2: Razvoj šetnica i tematskih staza (vinska staza, staza jabuka, staza za nordijsko hodanje, hodočasnička staza, sustav vidikovaca...)

Cilj: Uspostava mreže šetnica i tematskih staza, razvoj turističkog proizvoda, poticanje lokalne proizvodnje

Opis: Turističke staze, putevi i šetnice predstavljaju specifičnu turističku infrastrukturu, te su i same za sebe atrakcija. Njihov razvoj stvarati će turističku ponudu Općine Žakanje, te pružati posjetiteljima doživljaj destinacije. Sustav staza potrebno je tematizirati i interpretacijski opremiti (moraju obuhvaćati raznoliku ponudu, uključujući primjerice vinsku stazu ili stazu jabuka, staza meda, šetnicu koja povezuje vidikovce, šetnicu uz rijeku koja povezuje mlinove, stazu za nordijsko hodanje uz tradicijske kuće i sl. odnosno stazama se trebaju povezivati važne destinacijske atrakcije). Moraju biti prilagođene pješačkom kretanju turista. Sustav staza potrebno je unaprijediti mjerama uređenja (rasvjeta, ograde gdje je potrebno, odmorišta, klupe, hortikulturno uređenje, ugostiteljska ponuda, interpretacijski sadržaji. Vidikovci i odmorišta trebali bi se urediti da odgovaraju ambijentu u kojem se nalaze. Na šetnicama se mogu obilježiti mjesta za fotografiranje najljepših prirodnih vizura ili mjesta za selfije i sl. sadržaji).

Provedbeni koraci uključuju

- odabir primjerenih točaka s iznimno lijepim vizurama
- odabir točaka sa pričama (lokacija ruševina žakanjskih dvoraca)
- definiranje sustava šetnica i tematskih staza
- izrada projektne dokumentacije za uređenje i opremanje turističkih staza i puteva
- interpretacijska rješenja za obilježavanje
- rješavanje vlasničkih pitanja
- razvoj pratećih sadržaja i usluga
- organizacija radionica s dionicima
- mjere uređenja
- realizacija

Odgovorne institucije i financiranje: Općina Žakanje, novoosnovana TZ (DMO), TZ Karlovačke županije, fondovi EU, Hrvatska turistička zajednica, državni proračun

Vrijeme provedbe: 2020- 2024.

Projekt 3: Razvoj biciklističkih, pješačkih i konjičkih staza

Cilj Razvoj sustava biciklističkih, pješačkih i konjičkih staza

Opis Projektom se podrazumijeva dogradnja postojećeg sustava biciklističkih staza (koje je implementirala TZ Karlovačke županije) i uspostava „kapilarnih“ ruta koje prolaze lokalnim cestama, seoskim i šumskim putevima, a koje bi se mogli dodatno tematizirati (med, vino, seoski turizam, povijesni lokaliteti, izletišta i sl.), a koje bi trebale biti kružnog oblika te se vezati na glavne biciklističke rute Karlovačke županije.

Druga faza razvoja projekta biciklističkih staza odnosi se na razvoj i unapređenje niza uslužnih djelatnosti i gastroponude, te uspostavu prikladne smještajne ponude sukladno preferencijama ciljnih kupaca (primjerice Bed and Bike objekti, kampirališta, agroturistički objekti i sl.). Biciklističke staze potrebno je dodatno opremiti samoposluživačkim servisnim stupovima, parkinzima, punionicama za e-bicikle, modernim pumpama za vodu i sl.

Konjički turizam primarno bi se odvijao u sklopu objekata konjičkog turizma kojih za sada nema na području Općine. Njihovim otvaranjem, bilo bi potrebno urediti konjičke staze po postojećim seoskim i šumskim putevima u bližoj okolici ovih objekata.

Sustav staza i šetnica mogao bi uključivati i određen broj tematiziranih poučnih staza. To uključuje tematiziranje i interpretacijsko opremanje pojedinih ruta, odnosno stvaranje poučnih staza, zatim uređenje vidikovaca i odmorišta na ključnim točkama, a po potrebi i uređenje novih staza u prostorima gdje ih za sada nema.

Provedbeni koraci uključuju:

- definiranje pješačkih i biciklističkih staza koje je potrebno urediti, održavati i opremiti potrebnim sadržajima te definiranje programa uređenja biciklističkih kapilarnih staza koje se vežu na županijske rute,
- organizacija radionica s dionicima,
- rješavanje vlasničkih pitanja i dobivanje prava korištenja na dijelove staza i šetnica koje nisu u vlasništvu Općine
- usuglašavanje prostorno planske dokumentacije s prihvaćenim dokumentom, izrada detaljne projekte dokumentacije i dobivanje dozvola,
- poticanje razvoja konjičkog turizma
- u suradnji sa vlasnicima objekata konjičkog turizma razvijati staze i ponudu,
- realizacija
- suradnja sa DMK, Udrugama i privatnim sektorom – organizacija dolaska cikloturista, jahača, hodača.

Odgovorne institucije i financiranje: Općina Žakanje, Karlovačka županija, Fondovi EU, sredstva proračuna RH, sredstva investitora/poduzetnika.

Vrijeme provedbe: 2020.-2023.

Projekt 4: Opremanje prostora turističkom signalizacijom (smeđa signalizacija, table dobrodošlice)

Cilj Usmjeravanje posjetitelja te njihovo informiranje o sadržajima u destinaciji, stvaranje pretpostavki za kvalitetniji boravak u destinaciji, stvaranje osjećaja dobrodošlice, povećanje zadovoljstva gostiju i njihove potrošnje

Opis Jedna od prioritarnih aktivnosti za područja Općine Žakanje je provođenje jedinstvene politike smeđe signalizacije. Smeđa signalizacija je potrebna kako bi se bolje upravljalo turističkom destinacijom, kako bi se privukla pažnja posjetiteljima na niz znamenitosti i atrakcija kao i motiviralo putnike u tranzitu na zaustavljanje. Smeđa signalizacija pruža posjetiteljima sigurnost u destinaciji i pokazuje mu put do turističke znamenitosti. S gledišta turističke destinacije, ona povećava broj posjeta turističkim znamenitostima ili ugostiteljskim objektima, potiče posjetitelje da ostanu duže i da potroše više.

Potrebno je osigurati i prilaznu destinacijsku signalizaciju za posjetitelje koji dolaze automobilom iz smjera Republike Slovenije, Zagreba ili Karlovca, kao i table dobrodošlice na ulazu u destinaciju.

Provedbeni koraci uključuju:

- Odabir točaka interesa koji će se obilježavati signalizacijom
- Projektna dokumentacija sustava smeđe signalizacije (lokacija, sadržaj, oblikovno rješenje). Putokazi bi trebali biti jednoobrazni kako bi se olakšalo gostima snalaženje te izbjegao neuredan izgled i „šuma znakova“ u prostoru
- Usuglašavanje s vlasnicima privatnih objekata korištenje putokaza. Putokazi bi se trebali grupirati tamo gdje je to moguće, odnosno na mjestima gdje se u neposrednoj blizini nalazi više atrakcija odnosno objekata.
- Implementacija

Odgovorne institucije i financiranje: Hrvatske ceste, Općina Žakanje, TZ područja Kupa, Županijske ceste; Hrvatska turistička zajednica, gospodarski subjekti.

Vrijeme provedbe: 2020. – 2023. god.

Projekt 5: Interpretacija kulturnih i prirodnih atrakcija

Cilj Povećanje atraktivnosti i turističke posjećenosti, omogućavanje dostupnosti važnijih turističkih atrakcija, zadovoljstvo gostiju i sadržajan boravak turista na destinaciji.

Opis Sustav interpretacije (panoi sa sadržajem koji objašnjava značaj nekog lokaliteta) važan je čimbenik doživljaja turističkog proizvoda destinacije odnosno ključnih atrakcija/proizvoda Općine Žakanje. Doprinosu percepciji važnosti lokaliteta, sadržajnosti destinacije i ukupnom zadovoljstvu gosta boravkom na destinaciji. Stoga je interpretacija sadržaja uz „smeđu signalizaciju“ važan korak u stvaranju imagea destinacije kao i unapređenju turističke ponude.

Provedbeni koraci uključuju:

- Odabrati atrakcije koje je potrebno obraditi u sustavu turističke interpretacije (sakralni objekti, srednjovjekovna cesta, vidikovci, ruševine dvoraca, bunari, staze i šetnice, odmorišta, kulturni lokaliteti, kultura života i rada i sl.),
- Odrediti jedinstveni dizajn usuglašen sa potrebama različitih tržišnih segmenata kao i standarde izrade interpretacijskih tabli. One mogu biti različite u veličini, načinu prezentacije sadržaja, materijalima, ali bi dizajnom tj. vizualom trebale odražavati brend koncept destinacije te biti u skladu sa ambientom.
- Interpretacijske table moraju biti tematski određene, zabavnog i preglednog sadržaja, višejezične (najviše tri jezika)
- Potrebno je uključiti označene i interpretirane turističke atrakcije u promotivne materijale Općine
- Moguće je novim tehnologijama (QR kodovima i sl.) interpretirati atrakcije.

Odgovorne institucije i financiranje: TZ (novoosnovana DMO), Općina Žakanje

Vrijeme provedbe: 2020. – kontinuirano

Projekt 6: Rekreacija na rijeci Kupi/sportski i rekreacijski sadržaji, wellness u prirodi

Cilj Razvoja atraktivne turističke ponude uz rijeku, aktiviranje i razvoj komercijalnih smještajnih kapaciteta, duži boravak turista na području destinacije

Opis Rijeka Kupa pored prirodne i krajobrazne vrijednosti nudi velike mogućnosti za rekreaciju, sportski ribolov, kupanje, sunčanje vožnje čamcem, izlete/piknike, kampiranje i sl. Na području Općine uređene su tri plaže; u Pravutini, Jurovu i Bubnjarcima, koje koristi lokalno stanovništvo. Općina Žakanje donijela je Urbanistički plan uređenja ugostiteljsko turističke zone Jurovo kojim je planirana ugostiteljsko-turistička namjena područja (T3 zone), sportsko-rekreacijska namjena područja (R zone) i površine infrastrukturnih sustava. Stupanj korištenja rijeke Kupe je do sada bio neiskorišten, no planirano je ulaganje domaćih investitora u kamp s mobilnim kućicama, što će inicirati razvoj sadržaja i ponude uz rijeku.

Provedbeni koraci uključuju:

- Plan privlačenja investitora
- Uređenje i razvoj komunalne i prometne infrastrukture
- Razvoj sportsko- rekreacijskih sadržaja sukladno UPU
- Izrada plana upravljanja zonom

Odgovorne institucije i financiranje: Općina Žakanje, Karlovačka županija, sredstva HBOR, Fondovi EU, privatni sektor

Vrijeme provedbe: 2021. – kontinuirano.

Projekt 7: Ustrojavanje Centra za posjetitelje (Interpretacijski centar ruralne baštine i arhitekture)

Cilj Informiranje i orijentacija gostiju, iskazivanje dobrodošlice, mjesto prodaje proizvoda i usluge

Opis Osnivanjem Turističke zajednice područja Kupa, te planiranim ulaganjem u smještajne kapacitete, razvoj turističke ponude i usluge na području Općine Žakanje stvoriti će se uvjeti za prihvat turista i njegov boravak u destinaciji. Samim time će se trebati planirati ustrojavanje Centra za posjetitelje (Interpretacijskog centra), kao središnje informacijske točke koji bi trebao imati više sadržaja: prostor za pružanje informacija gdje se izlažu i promotivni materijali, prostor za kupovinu (suveniri, monografije, knjige sa temama tradicije, kulture, vina, gastronomije i sl., filmovi i CD-ovi, primjereno pakirani domaći proizvodi i sl.), Internet kutak za posjetitelje, prostor za prezentacije, ugostiteljski prostor, sanitarije, parkiralište. Uređenje Centra mora biti usklađeno sa brend konceptom destinacije, a usluge moraju obuhvatiti pružanje informacija i savjetovanje gostiju o ponudi u destinaciji.

Provedbeni koraci uključuju:

- Osiguranje primjerene lokacije
- Idejno osmišljavanje projekta sa analizom troškova i koristi
- Arhitektonsko-urbanistički natječaj za idejno rješenje
- Izrada projektne dokumentacije (izvedbeni projekt)
- Implementacija

Odgovorne institucije i financiranje: Općina Žakanje, Fondovi EU, sredstva proračuna RH, HBOR.

Vrijeme provedbe: 2021.-2023.

Projekt 8: Razvoj smještajnih kapaciteta (tematizirana smještajna ponuda)

Cilj Stvoriti uvjete za razvoj smještajne ponude, povećati stupanj zadovoljstva turista,

Opis Općina Žakanje uskoro će imati mali obiteljski kamp čime će se otvoriti pretpostavke za brži turistički razvoj ponude. Zbog geografske različitosti koja se nudi na malom prostoru i prekrasne ambijentalnosti važna je ponuda tematiziranih smještajnih kapaciteta (posebice eco friendly smještaj), gdje su osnovni faktori uspjeha gostoljubivost i domaćinstvo, privatnost, personalizirana usluga, uređenost interijera, hortikulturno uređenje, ekološka orijentacija. Posjetitelji očekuju kvalitetne smještajne objekte više kategorije.

Razvojem ponude stvoriti će se potražnja za većim smještajnim kapacitetima-tematiziranim malim hotelima, pansionima i hostelima sa „domaćim osjećajem“ .

U realizaciji programa potrebno je voditi računa o uklopljenosti izgleda (interijer, eksterijer) malog hotela/pansiona/hostela u prirodni ambijent, kao i o poštivanju okolišne odgovornosti investitora. U segmentu aktiviranja smještajnih objekata naglasak treba staviti na aktiviranje obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava, lovačkih domova i ribarskih kuća.

Kako bi se brže stvorili uvjeti za razvoj smještajne ponude potrebno je uspostaviti primjereni sustav financijskih i nefinancijskih poticaja na razini Općine kao i sustav obrazovanja i radionica za privatne iznajmljivače. Pristup svakom iznajmljivaču mora biti individualan.

Provedbeni koraci uključuju:

- podrška i savjetovanje u pripremi i razradi projekata,
- pomoć u aplikaciji za sredstva financiranja,
- izmjene prostorno planskih dokumenata,
- subvencioniranje ulaganja u izgradnju smještajnih kapaciteta
- priprema projektne dokumentacije.

Odgovorne institucije i financiranje: Općina Žakanje, Karlovačka županija, sredstva HBOR, Fondovi EU, sredstva proračuna RH, sredstva investitora/poduzetnika

Vrijeme provedbe: 2020. – 2023.

Projekt 9: Projekt difuznog hotela

Cilj Razvoj smještajne ponude

Opis Projekt difuznog hotela ne podrazumijeva klasičan tip hotela. On je zamišljen kroz koncept udruživanja privatnih iznajmljivača. Okupljao bi više starih, tradicijskih kuća koje su raspršene na području Općine. Na taj bi način turisti mogli boraviti u izabranoj tematiziranoj smještajnoj jedinici (autohtonoj kući za odmor) koja bi zajedno sa drugim smještajnim jedinicama bila povezana preko zajedničke hotelske recepcije, koja upravlja svim smještajnim jedinicama i gdje bi se mogle dobiti servisne usluge i informacije o destinaciji, te zajedničke prostorije za boravak te sanitarni čvor. Osim smještajne usluge, hotel bi pružao i ugostiteljsku uslugu koja može biti i izdvojena. Takvim načinom udruživanja bili bi zajednički organizirani u prodaji, bookingu i prihvatu gostiju..

Upravljačku strukturu činili bi vlasnici smještajnih jedinica te Općina Žakanje.

Provedbeni koraci uključuju:

- dogovor sa vlasnicima tradicijskih kuća i budućim privatnim iznajmljivačima,
- obnovljene, opremljene i kategorizirane kuće
- osigurana lokacija za središnju recepciju difuznog hotela i prostorije za boravak
- priprema projektne dokumentacije
- realizacija i eksploatacija projekta (brendiranje, promocija, prodaja)

Odgovorne institucije i financiranje: Općina Žakanje, Karlovačka županija, sredstva HBOR, Fondovi EU, sredstva proračuna RH, sredstva investitora/poduzetnika

Vrijeme provedbe: 2021. – 2023.

Primjer dobre prakse:

<https://www.atlasobscura.com/places/painted-village-of-cicmany>



8.2. RAZVOJ TURISTIČKIH PROIZVODA I USLUGA

Projekt 10: Razvoj eno i gastro ponude

Cilj Ponuda lokalnih proizvoda, razvoj gastronomske ponude,

Opis Lokalni proizvodi i gastronomija – domaća hrana, ključni su elementi turističkog proizvoda. Izvor su posebnog iskustva posjetitelja, a njihova kvaliteta odnosi se na očuvanje tradicijske proizvodnje hrane i način njezine prezentacije. Trend gastro ponude je autohtona lokalna ponuda kuhinje sa ekološki uzgojenim namirnicama sa domaćeg područja, što Općina Žakanje umrežavanjem proizvođača poljoprivrednih proizvoda i prerađevina može svakako ponuditi. Potrebno je poticati razvoj enogastronomskih objekata u prirodi/ autentičnom ambijentu gdje je sam objekt turistička atrakcija. Polazeći od tradicije proizvodnje proizvoda od meda, voća, mesa nužno je stvoriti gastro rute sa kušaonicama i punktevima (put eko hrane, tradicionalne hrane i sl). To bi stvorilo gostima još jedan doživljaj, a proizvođačima hrane novu tržišnu mogućnost plasmana njihovog proizvoda. Kušaonice se organiziraju u gospodarstvima gdje je poljoprivredna proizvodnja osnovna djelatnost, a koja je usmjerena na profesionalnu proizvodnju jednog ili najviše dva tipična proizvoda karakteristična za mjesto gdje se gospodarstvo nalazi, (vino, rakije, med, sir, suhomesnati proizvodi, voće, tradicionalne slastice, itd.). Proizvodi se prodaju na mjestu proizvodnje, gdje se organizira i turistička usluga kušanja proizvoda koja se naplaćuje.

Provedbeni koraci uključuju:

- Razne vrste edukacija i radionica s dionicima,
- Uspostava programa poticanja povezivanja s lokalnim proizvođačima hrane,
- Uspostava sustava poticaja na otvaranje OPG-a i ugostiteljskih objekata u ambijentalnom okruženju,
- Uspostava nekoliko tematskih gastro ruta kroz udruživanje
- Uspostava tržišne komunikacije.

Odgovorne institucije i financiranje: državni proračun, fond EU, HBOR, Općina Žakanje, TZ područja Kupa

Vrijeme provedbe: 2020. – 2023.

Primjer dobre prakse / povezivanje lokalnih proizvoda i turizma : regija Alto Adige

<https://www.prodottipicialtoadige.com/it/prodotti.html>

The screenshot displays a website interface for 'prodottipicialtoadige.com'. The top navigation bar includes 'Prodotti', 'Ricette', 'Marchio', 'Produttori', and 'Notizie'. The main content area is divided into two sections. The left section, titled 'I nostri prodotti', features three product cards: 'Miele' (Miele) with the image of a honey jar, 'Erbe aromatiche' (Aromatic herbs) with a bouquet of flowers, and 'Piccoli frutti' (Small fruits) with raspberries. Each card includes a title, a short description, and a 'DETTAGLI' (Details) link. The right section shows three promotional banners with dates: '28.02.2019' for 'Compra e vinci i prodotti con Marchio di Qualità Alto Adige', '14.02.2019' for 'Facili da preparare e dal gusto versatile', and '23.01.2019' for 'Avventure sulla neve e piacevoli soste nei rifugi'. Each banner includes a small image and a 'DETTAGLI' link.

Projekt 11: Poticanje razvoja lovnog i ribolovnog turizma

Cilj Razvoj turističke ponude

Opis Unatoč odličnim predispozicijama za razvoj lovnog i ribolovnog turizma na području Općine, on je još uvijek u početnoj fazi razvoja, unatoč činjenici da je to tržište u stalnoj potrazi za novim, relativno neotkrivenim područjima. Neophodno je preispitati tržišni potencijal, valorizaciju potencijala pojedinih lokacija kao i sadržaja koji su neophodni za ovu vrstu turističke potražnje. Važno je sudjelovati u paketima lovno- turističkih agencija te se jače povezati sa lovačkim udrugama iz Hrvatske i inozemstva. Na ribnjacima i na rijeci tijekom cijele godine moguć je rekreacijski ribolov po principu „ulovi i pusti“. Proizvod je potrebno marketinški pratiti, ulagati u promociju s ciljem privlačenja većeg broja lovaca/ribolovaca.

Provedbeni koraci uključuju:

- Identifikacija i valorizacija lokacija
- Sagledavanje tržišnog potencijala
- Definiranje potrebnih sadržaja
- Identificiranje potreba za dodatnim uslugama i/ili potrepštinama
- Identificiranje investicijskih mogućnosti za privatni sektor (tj. specijalizirane trgovine, najam opreme, usluge, smještaj pogodan za lovce i ribolovce)
 - Implementacija
- Sklapanje suradnje sa lovno turističkim agencijama
- Unapređenje i kategorizacija lovačkog doma i OPG-ova za potrebe lovnog turizma
- Organiziranje sajмова lova i ribolova
- Organiziranje raznih natjecanja
- Razvoj promotivnog plana

Odgovorne institucije i financiranje: Općina Žakanje, ribolovne i lovne udruge, državni proračun, EU fondovi, privatni investitor

Vrijeme provedbe: 2020.-2022.

Projekt 12: Poticanje razvoja avanturističkog i pustolovnog turizma (adrenalinski park)

Cilj Razvoj turističke ponude

Opis Aktivan odmor te svjesnost o potrebama zdravog življenja sve je veći motiv putovanja. Prirodne predispozicije područja kao i atraktivnost prirodnih resursa, posebnost, očuvanost prirodnog okoliša idealni su faktori za razvoj avanturističkog i pustolovnog turizma. Suvremeni turist za vrijeme svojeg boravka na turističkoj destinaciji traži sadržaje aktivnog odmora, što je rezultat stila i njegovog načina života. Osim tradicionalnih oblika aktivnog odmora (cikloturizam, pješaćenje, penjanje,) sve više se na turističkim destinacijama dopunjuju aktivnostima aktivnog odmora u tzv. adrenalinskim parkovima. Infrastruktura i sadržaji adrenalinskih parkova formirana je s ciljem da se kod posjetitelja izazove „pozitivna napetost“ koja liječi posljedice profesionalnog stresa. S obzirom na prirodne – prostorne resurse Općine moguće je razvijati ovakav tip ponude, posebno što je njegova valorizacija neovisna o vremenskim prilikama i turističkoj sezoni. Uz adrenalinski park za manje „sportski aktivne“ turiste predlažu se lakše adrenalinske staze ili trim staze.

Provedbeni koraci uključuju:

- Pripremne radnje, dozvole za izgradnju potrebne infrastrukture
- Izgradnja adrenalinskog parka
- Adrenalinske staze i trim staze različitih težina
- Razvoj komplementarne ponude

Odgovorne institucije i financiranje: Općina Žakanje, državni proračun, EU fondovi, privatni investitor

Vrijeme provedbe: 2020.-2022.

Primjer dobre prakse:

<https://www.travelandleisure.com/trip-ideas/adventure-travel/walk-along-treetop-canopy-denmark>



Projekt 13: Poticanje razvoja ruralnog turizma i OPG-a

Cilj Razvoj ponude ruralnog turizma

Opis Zbog ljepote prirode, očuvanosti krajolika Općina Žakanje pogodna je za razvoj ruralnog turizma. Međutim, na području Općine nedostaje objekata ruralnog turizma kao i OPG-ova koji se bave turizmom. Njihov razvoj trebao bi se ostvariti kroz opremanje, za ruralni turizam, manjih obiteljskih imanja orijentiranih na autohtonu ponudu lokalno proizvedenih prehrambenih proizvoda (voće, povrće, likeri, ljekovito bilje), proizvoda vezanih uz stočarsku proizvodnju (domaće meso, mliječni proizvodi, jaja, med), kao i tradicijskih obrta. Turistička potražnja za lokalno proizvedenim proizvodima raste, te bi se oni pod markom ruralnog odmora mogli nuditi kroz turističko ugostiteljske objekte. Također je zanimljiva mogućnost prodavanja proizvoda na kućnom pragu ili uređenje izložbeno-prodajnog prostora. Proizvodi ruralnog turizma uključivali bi aktivan odmor, od pomaganja u poljoprivrednim poslovima, do raznih aktivnosti u prirodi (vožnja biciklom, šetnja u prirodi, branje grožđa, berba ljekovitog bilja, promatranje biljnog i životinjskog svijeta i sl).

Vlasnici poljoprivrednih gospodarstava mogli bi, pored ekološke poljoprivrede i turizma, razvijati i edukacijsku komponentu u smislu interakcijskih edukacijskih radionica:

- Tradicionalni načini prerade i proizvodnje proizvoda od jabuka, grožđa, gljiva...
- Tečajevi tradicijske kuhinje
- Izrada autohtonih suvenira i sl..
-

Provedbeni koraci uključuju:

- Pomoć u razradi projekata za prijavu na javne pozive ministarstava, kao i fondove EU
- Pokretanje programa cjeloživotnog obrazovanja za potencijalne poduzetnike
- Uspostava financijskih poticaja za razvoj ruralnog turizma
- Definiranje razvojnih prioriteta
- Marketinška podrška

Odgovorne institucije i financiranje: Općina Žakanje, TZ područja Kupa, TZ Karlovačke županije, Državni proračun, Fond EU

Vrijeme provedbe: 2019.-2022.

Projekt 14: Poticanje razvoja eko- etno turizma

Cilj Unapređenje ponude ruralnog turizma, diverifikacija destinacijskog proizvoda, stimuliranje lokalne proizvodnje, jačanje kulturnog identiteta destinacije, stvaranje sustava turističkih doživljaja

Opis Kako je područje Općine Žakanje visoke ekološke vrijednosti, bogate flore i faune idealno je područje za razvoj eko turizma. Eko-etno turizam je specifičan oblik turizma koji sadrži elemente ruralnog, kulturnog i ekoturizma i ima velik potencijal u smislu doprinosa revitalizaciji ruralnih područja, tradicijskih zanata i ekološke poljoprivredne proizvodnje. Za razvoj eko-etno turizma iznimno su važna obiteljska poljoprivredna gospodarstva te resursi kao što su: očuvan okoliš, tradicijska gradnja, folklorno stvaralaštvo, tradicijski obrti, rukotvorstvo ekološka proizvodnja, gastronomija...
U budućnosti bi trebalo raditi na prenamjeni tradicijskih kuća kako bi se razvio novi turistički sadržaj.

Provedbeni koraci uključuju:

- Uspostava prikladnog sustava poticaja privatnim poduzetnicima (primjerice oslobađanje dijela komunalne naknade, pokriće dijela troškova kamata, tehnička pomoć u pripremi projektne dokumentacije i sl.),
- Informiranje OPG-ova za turističko privređivanje
- Savjetovanja na temu eko- etno turizma
- Stručna podrška OPG-ovima prilikom pisanja projekata koji će se aplicirati za Fondove EU
- Razvoj tradicionalnih suvenira u modernoj interpretaciji,
- Razvoj turističkih paketa za izlete.

Odgovorne institucije i financiranje: Općina Žakanje, TZ područja Kupa, TZ Karlovačke županije, Karlovačka županija, Državni proračun, Ministarstvo zaštite okoliša i energetike, Fond EU

Vrijeme provedbe: 2019.-2023.

Projekt 15: Promatranje ptica (birdwatching), leptira, divljih životinja, foto safari – mali ZOO edukativnog karaktera

Cilj Razvoj destinacijskog lanca vrijednosti, generiranje motiva dolaska u destinaciju, povećanje turističkog prometa

Opis Potencijal destinacije je velik za razvoj birdwatchinga. Birdwatching je rekreacijska aktivnost koja podrazumijeva opažanje različitih ornitoloških vrsta u njihovom prirodnom staništu golim okom ili uz pomoć dalekozora.

Također lovišta s postojećom infrastrukturom mogu ponuditi foto safari, odn. promatranje životinja u njihovim prirodnim staništima. U suradnji sa Lovačkim društvima može se napraviti mali ZOO u šumi za divlje životinje koji će biti edukacijskog karaktera.

Ovaj projekt može biti integralni turistički proizvod u kojem će različiti pružatelji usluga stvarati jedinstveno iskustvo: smještaj u tradicijskim kućama, vožnja čamcima, kušanje specijaliteta žakanjskog kraja i sl.

Provedbeni koraci uključuju:

- Uspostava ekspertne grupe za realizaciju programa i organizacija radionica s dionicima,
- Analiza flore i faune, inventarizacija flore i faune,
- Projektne aktivnosti vezane za implementaciju infrastrukture,
- Izbor lokacija i projekcija ornitološkog rezervata i foto safari (promatračnice, postavljanje kamera u blizini staništa, hranilice, pojilice,
- Infrastruktura za promatranje divljih životinja,
- Vodiči s kartama sa „hot spot“ lokacijama,
- Razvoj turističkih paketa za izlete.

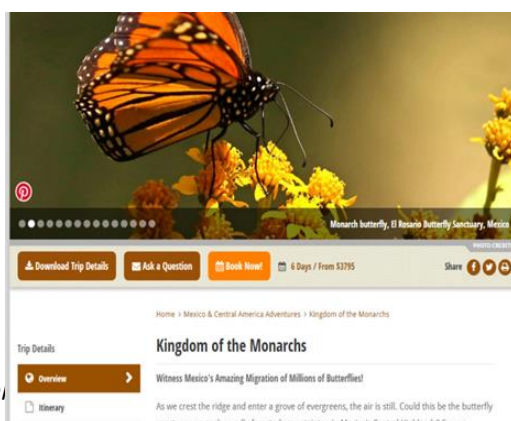
Odgovorne institucije i financiranje: Općina Žakanje, TZ područja Kupa, TZ Karlovačke županije, Karlovačka županija, Državni proračun, Ministarstvo zaštite okoliša i energetike, Fond EU

Vrijeme provedbe: 2019.-2023.

Primjeri dobre prakse:

<https://www.nathab.com/central-america/monarch-butterfly-tour/>

<https://www.nathab.com/alaska-northern-adventures/>



Projekt 16: Cjeloživotno obrazovanje

Cilj Poboljšavanje konkurentnosti turizma

Opis U uvjetima sve veće konkurencije na turističkom tržištu, potrebno je neprestano unapređivanje razine kvalitete ponude i korištenje inovacija koje će zadovoljiti sve zahtjevnije goste današnjice. U ponudi turističkih doživljaja bitna je komponenta čovjek odn. ljudski kapital, što već sada nosi važnu kariku u tržišnoj utakmici. Stoga je važno kako u javnom, tako i u privatnom sektoru osigurati i omogućiti kvalitetno cjeloživotno obrazovanje i podizanje znanja i vještina svim poduzetnicima ili potencijalnim poduzetnicima i njihovim zaposlenicima, kao i djelatnicima javnih sektora povezanih s turizmom.

Provedbeni koraci uključuju:

- uspostava ekspertne grupe za realizaciju programa i organizacija radionica s dionicima
- definiranje ključnih područja cjeloživotnog učenja kao i modela njihovog izvođenja
- osiguranje sredstava za provedbu programa
- implementacija programa
- kontrola pružatelja usluga

Odgovorne institucije i financiranje: Općina Žakanje, TZ područja Kupa, Karlovačka županija, TZ Karlovačke županije, specijalizirana učilišta, visokoškolske institucije, gospodarski subjekti, javne ustanove, privatni poduzetnici, državni proračun (Ministarstvo turizma, Ministarstvo poduzetništva i obrta), EU fondovi

Vrijeme provedbe: 2019-kontinuirano

8.3. DESTINACIJSKI MARKETING

Projekt 17: Osnivanje DMO- Turistička zajednica područja Kupa

Cilj Turistički razvoj destinacije, uspostavljanje sustava destinacijskog menadžmenta

Opis Promjenom zakona o turističkim zajednicama radi se preustroj turističkih zajednica u destinacijske menadžment organizacije koje povezuju više Općina/gradova i županija po modelu funkcionalne i proizvodne cjelovitosti. DMO će se definirati kao organizacija koja okuplja dionike javnog, privatnog i civilnog sektora u cilju strateškog i operativnog upravljanja destinacijom i ostvarenja zajedničke, prethodno usuglašene, vizije. Poslovna misija takvog DMOa će biti razvoj i promocija destinacije kroz koordiniranje i upravljanje ključnim aktivnostima turističkog razvoja kao što su planiranje, marketing, financiranje, donošenje i provedba odluka kao i razvoj turističkih proizvoda u destinaciji.

Predviđene su slijedeće zadaće DMO-a:

- razvoj proizvoda i inicijativa na destinacijskoj razini (koordinacija provedbe ključnih investicijskih projekata javnog sektora, koordinacija provedbe ključnih projekata konkurentnosti, sve razvojne aktivnosti vezane uz povezivanje elemenata ponude paketa i proizvoda, razvoj događanja i drugih inovativnih motiva dolazaka u destinaciji, razvoj ponude za individualne i grupne goste, razvoj svih ostalih elemenata proizvoda, praćenje i sudjelovanje na natječajima za EU fondove),
- informacije i istraživanja (distribucija tiskanih materijala, kreiranje sadržaja destinacijske web stranice, koordinacija i upravljanje podružnicama na području destinacije, suradnja s javnim tvrtkama u destinaciji, suradnja s RMO u operativnom marketingu, krizni menadžment),
- distribucija (slanje podataka o turističkom prometu u RMO; priprema i slanje podataka o turističkoj ponudi na području DMO u RMO, priprema marketinških materijala o destinaciji i slanje na konačno oblikovanje i umnožavanje u RMO),
- provođenje programa edukacije i osposobljavanja zaposlenika.

Provedbeni koraci uključuju:

- Definiranje prioriternih razvojnih projekata kroz godišnji plan rada
- Priprema aktivnosti i kreiranje proizvoda
- Uređenje javne turističke infrastrukture
- Definiranje prioriternih komunikacijskih aktivnosti kroz godišnji plan rada,
- Komunikacija prema javnosti i PR destinacije
- Suradnja sa svim dionicima u turističkom sektoru
- Suradnja i stručna pomoć prema turističkom sektoru
- Komunikaciju prema društvenim mrežama koja podrazumijeva upravljanje društvenim mrežama ili community management, pripremu PR sadržaja za primarna i sekundarna tržišta te praćenje i vrednovanje objava,
- Realizaciju posebnih projekata na društvenim medijima kroz promociju određenih događanja u destinaciji,
- Definiranje i izrada promocijskih materijala prema godišnjim planovima u skladu s brendom ,
- Povezivanje sa drugim destinacijama u smislu razvoja projekata i promocije,
- Monitoring provođenja aktivnosti.

Odgovorne institucije i financiranje: TZ područja Kupa, TZ Karlovačke županije, Općina Žakanje, Karlovačka županija, javni i privatni sektor

Vrijeme provedbe: 2020.- kontinuirano

Projekt 18: Provedba internog marketinga

Cilj Motiviranje lokalnog stanovništva na bavljenje turizmom, edukacija lokalnog stanovništva o važnosti razvoja turizma, unapređenje razvoja turizma

Opis Jedan od ograničavajućih faktora razvoja turizma je nezainteresiranost lokalnog stanovništva da se bave turizmom ili da u njemu sudjeluju. Kako bi se destinacija razvijala potrebna je podrška lokalne zajednice u kontinuiranom razvoju turističkih proizvoda, kao i usuglašavanje interesa dionika. Stoga je potrebno interni marketing usmjeriti u podizanje razine svijesti o turizmu, njegovom značenju i perspektivama koje nudi, edukacijama lokalnog stanovništva, uspostavljanja međusobnog povjerenja i suradnje između dionika u turizmu kao i informirati o najznačajnijim projektima, viziji i ciljevima Strategije razvoja turizma. Pri tom se mogu koristiti različiti načini, sredstva i metode: poruke u lokalnim medijima, putem interneta na mrežnim stranicama Općine, pisani materijali, rane edukativne radionice, paneli i radionice, skupni sastanci sa sudionicima razvoja i sl. Uspješnim internim marketingom osigurati će se uključenost i senzibilnost lokalnog stanovništva, posebice subjekata koji imaju predispozicije za bavljenje turizmom: obiteljska poljoprivredna gospodarstva, udruge, poduzetnici.

Provedbeni koraci uključuju:

- Razrada programa aktivnosti internog marketinga
- Zajednička suradnja nositelja razvoja turizma u općini,
- Iznalaženje financijskih sredstava,
- Provedba programa internog marketinga.

Odgovorna institucija i financiranje: Općina Žakanje, TZ područja Kupa, TZ Karlovačke županije

Vrijeme provedbe: 2020-kontinuirano

Projekt 18: Razvoj prepoznatljivog turističkog identiteta i brenda destinacije

Cilj Tržišna prepoznatljivost Općine Žakanje, sustavna uspostava imidža destinacije

Opis Usporedno sa razvojem turističkih proizvoda potrebno je raditi na tržišnom pozicioniranju. Kako bi se to moglo, potrebno je razviti svoj destinacijski brend, što će dovesti do formiranja imidža destinacije te omogućiti lakšu prepoznatljivost novootkrivene destinacije tržištu kao destinacije zanimljivih i raznovrsnih sustava doživljaja i omogućiti jednostavno razumijevanje prednosti boravka u općini Žakanje. Sustav brendiranja mora se temeljiti na identitetu destinacije, ključnim atributima prostora i prirodnim atrakcijama, te biti usklađen sa glavnim obilježjima za tržište spremnih turističkih proizvoda kao i postojećom ugostiteljsko-turističkom ponudom. Treba odgovoriti na pitanje po čemu se destinacija razlikuje od konkurencije u okruženju. Prodajna poruka mora sadržavati emocionalno-doživljajnu komponentu, biti lako prilagodljiva različitim ciljnim skupinama i proizvodima. Mora biti usuglašena sa regionalnim destinacijskim brendom. Za osmišljavanje strategije brenda te izradu vizualnog identiteta, slogana i loga treba koristiti usluge specijalizirane reklamne agencije, a postavljeni grafički standardi moraju imati razrađeni način korištenja za specifično apliciranje (brošure, plakati, interpretativne ploče i sl.).

Provedbeni koraci uključuju:

- Definiranje brenda,
- Razvoj komunikacijskih konstanti, slogana i loga
- Implementacija, praćenje, evaluacija

Odgovorna institucija i financiranje: TZ područja Kupa, Općina Žakanje

Vrijeme provedbe: 2020-kontinuirano

Projekt 19: Izrada destinacijskih promocijskih materijala i web stranica

Cilj Informiranost gostiju, zadovoljstvo gostiju, promocijski učinci

Opis Promocijski materijali imaju važnu i značajnu ulogu u komunikaciji turističkih destinacija s potencijalnim gostima ili turističkim posrednicima i predstavljaju važan alat u promotivnim aktivnostima. Oni pridonose poticanju i informiranosti posjetitelja. Riječ je o jednostavnim materijalima koji prenosi osnovne poruke i korisne informacije. Svi tiskani promocijski materijali moraju biti vizualno i sadržajno ujednačeni; tekstovi, naslovnice, boje, fotografije moraju prenositi brend destinacije; informacije u promotivnim materijalima moraju biti korisne gostima odn. odgovarati na njihove potrebe (što se može vidjeti, doživjeti, gdje odsjesti, gdje ručati i sl.)

Za destinaciju se predviđaju korisni destinacijski materijali i to : imidž info brošura, brošura proizvoda i karta.

Imidž info brošura bi predstavila glavne proizvode i posebnosti destinacije s naglaskom na doživljajnoj i emotivnoj komponenti boravka u destinaciji (mir, opuštanje, uroda, upoznavane, istraživanje). Prvi dio brošure sadržavao bi imidž destinacije (sa lijepim fotografijama koje prenose atmosferu i specifičnosti doživljaja destinacije) dok bi drugi dio sadržavao informacije o destinaciji.

Brošure proizvoda su kraći materijali (leci ili deplijani) koji su svojevrsni nastavak image info brošure. Naglasak bi bio na specifičnosti proizvoda (cikloturizam, aktivni turizam i rekreacija na rijeci, tradicija i baština)

Turistička karta se kombinira sa cestovnom kartom sa prijedlogom tematskih obilazaka.

Web stranice moraju komunicirati brend koncept destinacije, koristiti suvremene trendove u izradi stranica kao i izvora za prikupljanje informacija i dijeljenja iskustva boravka u destinaciji. Sadržaj mora „pokrivati“ sve faze putovanja: promišljanje i sanjarenje, planiranje putovanja, boravak te dijeljenje iskustva s drugima. Treba biti zanimljiv kako bi zainteresirao javnost, te informativan do detalja koji bi zanimali korisnika. Dio stranica može biti zaseban za internu javnost i poslovne partnere te za medije. Za medije se ovdje pružaju baze fotografija i videa s mogućnošću pretraživanja i selektiranja, svi press materijali te baze različitih tekstova. Na stranicama za internu javnost nalazi se informacije potrebne internim dionicima u razvoju turističke ponude (informacije o radionicama, projektima, mogućnostima uključivanja u projekte, brend konceptu...).

Tekstovi web stranica moraju biti kratki i jasni, a dizajn mora biti usklađen sa imidžem destinacije, te mora imati estetsku i funkcionalnu komponentu. Stranice bi trebale pratiti trendove u korištenju tehničkih elemenata (interaktivne, zanimljive za pretraživanje, multimedijalni sadržaji, društvene mreže i sl.).

Provedbeni koraci uključuju:

- Izrada projektnog zadatka
- Izrada koncepta materijala
- Testiranje koncepta
- Izrada i distribucija materijala
- Izrada web arhitekture
- Odabir specijalizirane agencije za izradu web stranica
- Izrada web stranice

Odgovorna institucija i financiranje: TZ područja Kupa, TZ Karlovačke županije, HTZ

Vrijeme provedbe: 2020. – kontinuirano

Projekt 20: Plan promocijskih aktivnosti

Cilj Gradnja brenda destinacije

Opis Kako destinacija nije prepoznata na domaćem i inozemnom tržištu, predviđa se izrada plana promocijskih aktivnosti na godišnjoj razini. Posebno je bitan odnos s javnostima koji predstavljaju neutralnu stranu koja priča priču o nekoj destinaciji, atrakciji ili proizvodu koje sami plasiramo. Mogu se slati i informacije o aktualnim događanjima, plasirati informacije vezane uz realizaciju pojedinih projekata čime se generira veći publicitet. Turizam današnjice je turizam doživljaja i emocije. Stoga takve moraju biti i priče.

Kod tradicionalnih medija nema individualnog kontakta i povrata informacije, no kod, online medija i društvenih mreža ima putem „lajka“ komentara u realnom vremenu, što daje vrlo brzo sliku reakcije javnosti. Potrebno je kontinuirano i cijele godine biti u kontaktu sa medijima. Za aktivnosti na društvenim mrežama potrebno je napraviti mjesečni plan objave i voditi računa da se poveća broj objava u prvoj polovici godine.

Također je važno, u okviru mogućnosti, organizirati studijska putovanja za novinare, pripremati press release prilikom događanja, osmisliť press mapu. Vezano uz nastupe na sajmovima valja razmisliti o specijaliziranim događanjima vezanim za proizvode koji se razvijaju. Potrebno je izraditi bazu tiskanih i elektroničkih izdanja te bazu novinara.

Oglašavanje se može provoditi putem udruženog oglašavanja sa županijskim (ili regionalnim) turističkim zajednicama. Ovisno o financijskim sredstavima moguće je planirati i pojedinačna oglašavanja vezana uz glavna događanja

Provedbeni koraci uključuju:

- Odabir medija i novinara – on-line i off-line
- Izrada tematskih tekstova kojima se predstavljaju atrakcije područja
- Formiranje baza za slanje, „newslettera“
- Plasiranje informacija u medije
- Korištenje društvenih mreža
- Povezivanje sa portalima (posebno sa Trip Advisor i Booking)

Odgovorna institucija i financiranje: TZ područja Kupa, TZ Karlovačke županije, HTZ.

Vrijeme provedbe: 2020. – kontinuirano

9. EU PROGRAMI ZA TURIZAM

Ulaskom u punopravno članstvo Europske unije, Republika Hrvatska postala je korisnica sredstava iz europskih fondova. U financijskom razdoblju 2014.-2020. RH je iz Europskih strukturnih i investicijskih (ESI) fondova na raspolaganju ukupno 10,676 milijardi eura. Od tog iznosa 8,397 milijardi eura predviđeno je za ciljeve kohezijske politike, 2,026 milijarde eura za poljoprivredu i ruralni razvoj te 253 milijuna eura za razvoj ribarstva.

U Republici Hrvatskoj ESI fondovi u financijskom razdoblju 2014.-2020. raspoređeni su kroz tri operativna programa: Operativni programi Konkurentnost i kohezija 2014.-2020., Operativni programi Učinkoviti ljudski potencijali 2014.-2020. i Program ruralnog razvoja Republike Hrvatske 2014.-2020. temeljem kojih se može započeti s korištenjem dodijeljenih sredstava.

Upravljačko tijelo za [Operativni program Konkurentnost i kohezija 2014.-2020.](#) je Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije. Taj program pokriva ulaganja Europskog fonda za regionalni razvoj i Kohezijskog fonda (prvenstveno tematskih ciljeva 1-7) te njegova alokacija iznosi 6,8 milijarde EUR.

Prioriteti za turizam u okviru Operativnog programa Konkurentnost i kohezija 2014.-2020.:

- Jačanje gospodarstva primjenom istraživanja i inovacija
- Korištenje informacijskih i komunikacijskih tehnologija
- Poslovna konkurentnost
- Promicanje energetske učinkovitosti i obnovljivih izvora energije
- Klimatske promjene i upravljanje rizicima
- Zaštita okoliša i održivost resursa
- Povezanost i mobilnost
- Obrazovanje, vještine i cjeloživotno učenje

Upravljačko tijelo za [Operativni program Učinkoviti ljudski potencijali 2014.-2020. \(OPERATION PROGRAMME UNDER THE 'INVESTMENT FOR GROWTH AND JOBS' GOAL\)](#) je Ministarstvo rada i mirovinskog sustava. Ovaj program pokriva ulaganja Europskog socijalnog fonda (prvenstveno tematskih ciljeva 8-11) te njegova alokacija iznosi 1,6 milijardi EUR. U okviru ovog programa Ministarstvo turizma je posredničko tijelo 1. razine. u dva prioriteta, investicijski prioriteti Socijalno uključivanje i Obrazovanje i cjeloživotno učenje.

Prioriteti za turizam u okviru Operativnog programa Učinkoviti ljudski potencijali 2014.-2020.:

- Visoka zapošljivost i mobilnost radne snage
- Socijalno uključenoost
- Obrazovanje i cjeloživotno učenje
- Dobro upravljanje

Za [Program ruralnog razvoja Republike Hrvatske 2014.-2020.](#) nadležno je Ministarstvo poljoprivrede. Pokriva ulaganja Europskog poljoprivrednog fonda za ruralni razvoj.

Mjere za turizam:

- Mo6 Razvoj poljoprivrednih gospodarstava i poslovanja
- Mo7 Temeljne usluge i obnova sela u ruralnim područjima
- Mo8 Ulaganje u razvoj šumskog područja i u poboljšanje održivosti šuma

Središnje mjesto za informiranje o Europskim strukturnim i investicijskim fondovima u Republici Hrvatskoj je www.strukturnifondovi.hr, a o Programu ruralnog razvoja Republike Hrvatske 2014.-2020. informacije su dostupne na mrežnoj stranici www.ruralnirazvoj.hr. (Info: <https://mint.gov.hr/eu-programi-za-turizam/9814>)

Najveći dio poticaja za turizam odvija se preko Ministarstva poljoprivrede. Nakon zatvaranja IPARD programa koji je 2013. godine bio jako značajan, razvoj turizma na ruralnim područjima RH potiče se kroz mjere usvojenog Programa ruralnog razvoja za razdoblje 2014. – 2020. godine, pri čemu su za razvoj turizma posebno važne mjera 6 i mjera 7.

Osim Ministarstva poljoprivrede, poticanje razvoja seoskog turizma moguće je i u sklopu operativnog programa 'Konkurentnost i kohezija' (provedbeno tijelo: Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova EU), odnosno 'Učinkoviti ljudski potencijali' (provedbeno tijelo: Ministarstvo rada i mirovinskog sustava).

Aktualni programi poticanja razvoja seoskog turizma RH prikazani su u sljedećem tabličnom prikazu:

<p>Program ruralnog razvoja RH za razdoblje 2014. – 2020.</p> <p>Mjera 6: Razvoj poljoprivrednih gospodarstva i poslovanja</p> <p>Provedbeno tijelo: MP</p>	<p><u>Podmjera 6.2. Potpora ulaganju u pokretanje nepoljoprivrednih djelatnosti u ruralnom području</u></p> <p>Korisnici</p> <ul style="list-style-type: none"> • poljoprivredna gospodarstva upisana u Upisnik poljoprivrednika u rangu mikro i malih poslovnih subjekata, • fizičke osobe u svojstvu nositelja ili člana obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva koji pokreću novu nepoljoprivrednu djelatnost u ruralnim područjima. <p>Potpota se dodjeljuje za novu nepoljoprivrednu djelatnost koja nije započeta do vremena podnošenja Zahtjeva za potporu.</p> <p>Namjena sredstava:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Potpora se dodjeljuje za provođenje aktivnosti navedenih u Poslovnom planu. • Prihvatljive su aktivnosti iz sektora: turizam u ruralnom području; tradicijski, umjetnički obrti, izrada suvenira; usluge u ruralnim područjima; prerada/ trženje proizvoda. <p>Potpota: Do 100% ukupnih prihvatljivih troškova, 50.000 EUR-a po korisniku</p>
<p>Program ruralnog razvoja RH za razdoblje 2014. – 2020.</p> <p>Mjera 6: Razvoj poljoprivrednih gospodarstva i poslovanja</p> <p>Provedbeno tijelo: MP</p>	<p><u>Podmjera 6.4. Ulaganja u razvoj nepoljoprivrednih djelatnosti u ruralnim područjima</u></p> <p>Korisnici</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poljoprivredna gospodarstva upisana u Upisnik poljoprivrednika u rangu mikro i malih poslovnih subjekata, • Fizičke osobe u svojstvu nositelja ili člana obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva. <p>Namjena sredstava: turizam u ruralnom području; tradicijski, umjetnički obrti, izrada suvenira; usluge u ruralnim područjima; prerada/ trženje proizvoda.</p> <p>Potpota: Do 70% ukupnih prihvatljivih troškova, između 3.500 – 200.000 EUR-a.</p>
<p>Program ruralnog razvoja RH za razdoblje 2014. –</p>	<p><u>Podmjera 7.1. Sastavljanje i ažuriranje planova za razvoj Općina i sela u ruralnim područjima I njihovih temeljnih usluga te planova zaštite i upravljanja koji se odnose na lokalitete Natura 2000. i</u></p>

<p>2020.</p> <p>Mjera 7: Temeljne usluge i obnova sela u ruralnim područjima</p> <p>Provedbeno tijelo: MP</p>	<p><u>druga područja visoke prirodne vrijednosti</u></p> <p>Korisnici: Općine i gradovi do 10.000 stanovnika</p> <p>Namjena:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Izrada ili izmjena I dopuna prostornog plana uređenja Općine ili grada; strateškog razvojnog programa Općine ili grada; • strateških planova razvoja pojedinih gospodarskih sektora Općine ili grada (poljoprivreda, ribarstvo, šumarstvo, industrija, turizam, trgovina, promet, obrtništvo, građevinarstvo, informatika, energija.). <p>Potpora: Do 100% ukupnih prihvatljivih troškova, između 5.000 – 70.000 EUR-a</p>
<p>Operativni program Konkurentnost i kohezija 2014. - 2020.</p> <p>Operativna os 3.</p> <p>Provedbeno tijelo: MRRFEU</p>	<p><u>Tematski cilj: Jačanje konkurentnosti malih i srednjih poduzeća, poljoprivrednog sektora (za EPFRR) i sektora za ribarstvo i akvakulturu (za EFPR)</u></p> <p>Namjena:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promicanje poduzetništva, posebno olakšavajući ekonomsko iskorištavanje novih ideja i poticanje stvaranja novih poduzeća, uključujući putem poslovnih inkubatora (3a) • Podupiranje kapaciteta MSP-ova za rast na regionalnim, nacionalnim i međunarodnim tržištima i inovacijske procese (3d) • Očuvanje, zaštita, promicanje i razvoj prirodne i kulturne baštine (6c)
<p>OP Učinkoviti ljudski potencijali 2014-2020</p> <p>Prioritetna os 3. Kvalitetni sustavi obrazovanja I cjeloživotnog učenja</p> <p>Provedbeno tijelo: MRMS</p>	<p><u>TO 10. Ulaganje u obrazovanje, vještine i cjeloživotno učenje</u></p> <p>Namjena:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poboljšavanje kvalitete i efikasnosti kao i pristup tercijarnom i sličnom obrazovanju s cilju povećanja uključenosti stanovništva u cjeloživotno obrazovanje • Osiguranje ravnopravnog pristupa cjeloživotnom obrazovanju za sve starosne skupine, unapređenje znanja, vještina i kompetencija radne snage kao i promocija fleksibilnih načina učenja • Unapređenje relevantnosti sustava edukacije na zapošljavanje u cilju lakše tranzicije 'iz škole na posao'.

Natječaj za tip operacije 6.4.1. " Razvoj nepoljoprivrednih djelatnosti u ruralnim područjima.
Vrsta poziva: Javni natječaj za dodjelu potpore (bespovratna sredstva) Područje: Poljoprivreda / Ruralni razvoj Prijavitelji : Poljoprivredni gospodarski subjekti
Raspoloživost sredstava: 100.000.000,00 kn
Fond: Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj Program: Program ruralnog razvoja Republike Hrvatske za razdoblje 2014.-2020.
Sažetak: Prihvatljivi korisnici su poljoprivredna gospodarstva upisana u Upisnik poljoprivrednika najmanje jednu godinu prije podnošenja Zahtjeva za potporu, u Registar poreznik obveznika najmanje 12 mjeseci prije podnošenja zahtjeva za potporu uz posjedovanje rješenja/odobrenja od nadležnog tijela za obavljanje nepoljoprivredne djelatnosti koja se želi dalje razvijati. Prihvatljive aktivnosti su ulaganja u sektorima prerade i/ili marketinga i/ili izravne prodaja proizvoda, usluge u poljoprivrednim, šumarskim i veterinarskim djelatnostima, usluge u društvenim djelatnostima, intelektualne usluge, tradicijski i umjetnički obrti, turizam u ruralnom području. (info https://strukturnifondovi.hr/natjecaji/)

Natječaj za provedbu podmjere 3.2. „Potpora za aktivnosti informiranja i promoviranja koje provode skupine proizvođača na unutarnjem tržištu“
Vrsta poziva: Javni natječaj za dodjelu namjenskih bespovratnih novčanih sredstava Područje: Poljoprivreda/ Ruralni razvoj Prijavitelji: a)skupine proizvođača, bez obzira na pravni oblik, sastavljene uglavnom od proizvođača ili prerađivača istog proizvoda, a koji sudjeluju u sustavima kvalitete b) udruge ekoloških poljoprivrednih proizvođača čiji su članovi proizvođači uključeni u ekološku proizvodnju u skladu s nacionalnim zakonodavstvom.
Raspoloživost sredstava: 10.700.000,00 kuna
Fond: Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj Program: Program ruralnog razvoja Republike Hrvatske za razdoblje 2014.-2020.
Sažetak: Svrha natječaja je sufinanciranje troškova za provođenje aktivnosti predviđenih Planom informiranja i promoviranja, a u cilju poboljšanja svijesti potrošača o postojanju i specifikaciji proizvoda proizvedenih u okviru sustava zaštićenih oznaka izvornosti (ZOI) i zaštićenih oznaka zemljopisnog podrijetla (ZOZP) te sustava zajamčeno tradicionalnog specijaliteta (ZTS), kao i u sustavu ekološke proizvodnje. Prihvatljive aktivnosti su aktivnosti i s njima povezani troškovi navedeni u Planu informiranja i promoviranja o poljoprivrednim i prehrambenim proizvodima čiji su nazivi registrirani na

razini Europske unije kao zaštićene oznake izvornosti, zaštićene oznake zemljopisnog podrijetla ili zajamčeno tradicionalni specijaliteti ili o ekološkim proizvodima. Prihvatljive aktivnosti su: 1. organizacija sajмова, izložbi, manifestacija i drugih namjenskih promotivnih događanja gdje će se promovirati proizvodi iz sustava kvalitete i ekološki poljoprivredni proizvodi, 2. sudjelovanja korisnika na sajmovima, izložbama, manifestacijama i drugim namjenskim promotivnim događanjima gdje će se promovirati proizvodi iz sustava kvalitete i ekološki poljoprivredni proizvodi, 3. organizacija radionica, seminara i konferencija, 4. sudjelovanja korisnika na radionicama, seminarima i konferencijama, 5. izrada promotivnih materijala, 6. izrada, razvoj i održavanje interaktivne mrežne stranice skupine/udruge namijenjene promoviranju proizvoda iz sustava kvalitete i ekoloških proizvoda, 7. zakup oglasnog prostora, 8. informativne i promotivne aktivnosti putem različitih kanala komunikacije, aktivnosti na prodajnim mjestima od nacionalnog ili EU značaja ili kroz HoReCa kanale. (info: <https://www.apprrr.hr/podmjera-3-2-potpورا-za-aktivnosti-informiranja-i-promicanja-koje-provode-skupine-proizvodaca-na-unutarnjem-trzistu/>)

Natječaj za provedbu Podmjere 7.4 „Ulaganja u pokretanje, poboljšanje ili proširenje lokalnih temeljnih usluga za ruralno stanovništvo, uključujući slobodno vrijeme i kulturne aktivnosti te povezanu infrastrukturu“ – provedba tipa operacije 7.4.1 „Ulaganja u pokretanje, poboljšanje ili proširenje lokalnih temeljnih usluga za ruralno stanovništvo, uključujući slobodno vrijeme i kulturne aktivnosti te povezanu infrastrukturu“

Vrsta poziva: Javni natječaj za dodjelu namjenskih bespovratnih novčanih sredstava

Područje: Poljoprivreda/ Ruralni razvoj

Prijavitelji:

- a) jedinice lokalne samouprave
- b) trgovačka društva u većinskom vlasništvu jedinica lokalne samouprave
- c) javne ustanove neprofitnog karaktera u kojima su osnivači jedinice lokalne samouprave osim javnih vatrogasnih postrojbi, lokalnih i regionalnih razvojnih agencija, škola
- d) udruge koje se bave humanitarnim i društvenim djelatnostima od posebnog interesa za lokalno stanovništvo i čije su djelatnosti u skladu s ciljnim skupinama i klasifikacijom djelatnosti udruga, povezane s prihvatljivim ulaganjem (isključujući lokalne akcijske grupe, zajednice udruga, zaklade, fundacije)
- e) vjerske zajednice koje imaju organizacijski oblik na lokalnom nivou i koje se bave humanitarnim i društvenim djelatnostima od posebnog interesa za lokalno stanovništvo
- f) lokalne akcijske grupe koje su odabrane unutar Programa ruralnog razvoja.

Raspoloživost sredstava: 1.000.000.000,00 kuna (- 500.000.000,00 HRK za projekte iz Sektora dječjih vrtića, 50.000.000,00 HRK za projekte iz Sektora zajedničkih vatrogasnih domova, 450.000.000,00 HRK za projekte iz Sektora lokalne infrastrukture)

Fond: Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj

Program: Program ruralnog razvoja Republike Hrvatske za razdoblje 2014. -2020.

Sažetak:

Svrha natječaja je poboljšanje životnih uvjeta u ruralnim sredinama, doprinos atraktivnosti sela i njegovom razvojnom potencijalu za druge aktivnosti te poticanje rasta i društveno - ekonomske održivosti kroz potporu ulaganjima u osnivanje, poboljšanje ili proširenje lokalnih temeljnih usluga za ruralno stanovništvo, uključujući slobodno vrijeme i kulturu, te pripadajuću infrastrukturu.

Prihvatljivi projekti po sektorima su:

I. SEKTOR – DJEČJI VRTIĆI

- građenje (izgradnja ili rekonstrukcija) i/ili opremanje dječjeg vrtića

II. SEKTOR – ZAJEDNIČKI VATROGASNI DOMOVI

- građenje (izgradnja ili rekonstrukcija) i/ili opremanje zajedničkog vatrogasnog doma i spremišta

III. SEKTOR – LOKALNA INFRASTRUKTURA

- građenje (izgradnja ili rekonstrukcija) i/ili opremanje:

1. vatrogasnog doma i spremišta,
2. društvenog doma/kulturnog centra
3. planinarskog doma i skloništa
4. turističkog informativnog centra
5. dječjeg igrališta
6. sportske građevine
7. objekta za slatkovodni sportski ribolov (ribički dom, nadstrešnica i drugo)
8. rekreacijske zone na rijekama i jezerima
9. biciklističke staze (koja nije sastavni dio ceste)
10. tematskog puta i parka
11. javne zelene površine (park i slično)
12. pješačke staze (koja nije sastavni dio ceste)
13. pješačke zone
14. otvorenog odvodnog kanala (koji nije sastavni dio ceste)
15. groblja (komunalna infrastruktura i prateće građevine)
16. tržnice
17. javne prometne površine (trg, pothodnik, nadvožnjak, javne stube i prolaz koji nisu sastavni dio ceste)
18. rekonstrukcija i opremanje prostora za izvođenje programa predškole u osnovnoj školi
19. rekonstrukcija i opremanje prostora za igraonicu pri knjižnici, zdravstvenoj, socijalnoj, kulturnoj i sportskoj ustanovi, udruzi te drugoj pravnoj osobi u kojima se provode kraći programi odgojno-obrazovnog rada s djecom rane i predškolske dobi
20. građevine koja sadrži kombinaciju najmanje dvije od sljedećih vrsta projekata: vatrogasni dom i spremišta, društveni dom/kulturni centar, turističko informativni centar, dječji vrtić/igraonica (rekonstrukcija i opremanje prostora za igraonicu u kojima se provode kraći programi odgojno-obrazovnog rada s djecom rane i predškolske dobi)
21. građevine koja sadrži kombinaciju najmanje dvije od sljedećih vrsta projekata: biciklističke staze, tematskog puta i parka, javne zelene površine, pješačke staze, pješačke zone, javne prometne površine. (info: <https://www.aprrr.hr/podmjera-7-4-ulaganja-u-pokretanje-poboljsanje-ili-prosirenje-lokalnih-temeljnih-usluga-za-ruralno-stanovnistvo-ukljucujuci-slobodno-vrijeme-i-kulturne-aktivnosti-te-povezanu-infrastrukturu/>)

<p>Natječaj za provedbu tipa operacije 8.5.2 „Uspostava i uređenje poučnih staza, vidikovaca i ostale manje infrastrukture“ iz podmjere 8.5 „Potpora za ulaganja u poboljšanje otpornosti i okolišne vrijednosti šumskih ekosustava“</p>
<p>Vrsta poziva: Javni natječaj za dodjelu namjenskih bespovratnih novčanih sredstva</p> <p>Područje: Poljoprivreda/ Ruralni razvoj</p> <p>Prijavitelji:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. šumoposjednici 2. udruge šumoposjednika 3. trgovačka društva i druge pravne osobe koje na temelju zakona imaju javne ovlasti i koje na temelju Zakona o šumama gospodare šumama i šumskim zemljištima u vlasništvu Republike Hrvatske 4. udruge civilnog društva čije je područje djelovanja usmjereno na zaštitu okoliša i prirode i 5. druge pravne osobe koje na temelju zakona imaju javne ovlasti, a čije je područje djelovanja usmjereno na zaštitu okoliša i prirode.
<p>Raspoloživost sredstava: 30.000.000,00 kuna</p>
<p>Fond: Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj</p> <p>Program: Program ruralnog razvoja Republike Hrvatske za razdoblje 2014. -2020.</p>
<p>Sažetak:</p> <p>Svrha natječaja je dodjela sredstava projektima koji će omogućiti dostupnost rekreacijske, turističke i zdravstvene funkcije šuma (npr. izgradnja poučnih staza, malih rekreacijskih objekata, postavljanje signalizacije, informativnih ploča, skloništa, vidikovaca itd.) u javne svrhe.</p> <p>Prihvatljivi opći troškovi su:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. troškovi usluga arhitekata, inženjera i konzultanata i 2. troškovi izrade studija izvedivosti, elaborata/studija utjecaja zahvata na okoliš/ekološku mrežu i slično. <p>Prihvatljivi materijalni troškovi su:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Uspostava i uređenje staza, vidikovaca i ostale manje infrastrukture: <ol style="list-style-type: none"> a) Pripremni radovi- zemljani radovi (čišćenje terena, iskopi, izgradnja/postavljanje odvoda i drenaža), radovi osiguravanja i stabilizacije stabala, sječa i orezivanje potencijalno opasnih stabala, stabilizacija terena i tla, b) Ugradnja, postavljanje i nabava – ugradnja, postavljanje i nabava konstrukcija manje infrastrukture (ograde, staze, odmorišta, vidikovci, stube, ljestve, nadstrešnice, edukacijske i informativne ploče, sjenice, smjerokazi, rampe, klupe, stolovi, kante za otpad i drugo), ugradnja, postavljanje i nabava hranilišta, pojilišta, solišta, ograde za informativno edukacijske svrhe, nabava i ugradnja elemenata za staze od prirodnih materijala, nabava i postavljanje elemenata za prijelaze, nabava i postavljanje sprava za rekreaciju i edukaciju, uređenje izvora, bunara, prilaza i ulaza u špilje za informativne edukacijske svrhe, radovi uređenja postojećih staza, uspostava i uređenje staza za osobe s teškoćama u razvoju i invalidne osobe, izolatorsko-instalacijski radovi, stolarski radovi, kamenarski radovi, fasaderski radovi, betonarski radovi, elektroinstalacijski radovi, tesarski radovi, krovopokrivački radovi. c) Završni radovi – hortikulturni radovi, impregnacija i zaštita, odvoz i deponiranje materijala. 2. Izrada, dizajn i uređenje edukativno-informativnih kazala - izrada i dizajn, izrada i uređenje ploča na Braillevom pismu. (info: https://www.apprrr.hr/podmjera-8-5-potpora-za-ulaganja-u-poboljsanje-otpornosti-i-okolisne-vrijednosti-sum-ekosustava/)

<p>Natječaj za provedbu tipa operacije 8.5.1 „Konverzija degradiranih šumskih sastojina i šumskih kultura“ iz podmjere 8.5 „Potpora za ulaganja u poboljšanje otpornosti i okolišne vrijednosti šumskih ekosustava“</p>
<p>Vrsta poziva: Javni natječaj za dodjelu namjenskih bespovratnih novčanih sredstva</p> <p>Područje: Poljoprivreda/ Ruralni razvoj</p> <p>Prijavitelji:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. šumoposjednici 2. udruge šumoposjednika i 3. trgovačka društva i druge pravne osobe koje na temelju zakona imaju javne ovlasti i koje na temelju Zakona o šumama gospodare šumama i šumskim zemljištima u vlasništvu Republike Hrvatske.
<p>Raspoloživost sredstava: 70.000.000,00</p>
<p>Fond: Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj</p> <p>Program: Program ruralnog razvoja Republike Hrvatske za razdoblje 2014. -2020.</p>
<p>Sažetak:</p> <p>Svrha natječaja je dodjela sredstava za prevođenje degradiranih šumskih sastojina, šumskih sastojina narušene strukture po vrstama drveća i šumskih kultura u mješovite sastojine autohtonih vrsta drveća visokog uzgojnog oblika.</p> <p>Potpora za ulaganja dodjeljuje se po hektaru na temelju standardnih troškova prema natječaju, za četiri tipa i devet načina izvođenja konverzije:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Konverzije listačama na kontinentu: <ol style="list-style-type: none"> a) sadnja sadnica uz ograđivanje zaštitnom ogradom – 8.344 eura b) sjetva sjemena uz ograđivanje zaštitnom ogradom – 6.448 eura c) sadnja sadnica uz korištenje štitnika za sadnice – 7.535 eura 2. Konverzije četinjačama na kontinentu: <ol style="list-style-type: none"> a) sadnja sadnica uz ograđivanje zaštitnom ogradom – 6.080 eura b) sadnja sadnica uz korištenje štitnika za sadnice – 8.794 eura 3. Konverzije listačama na kršu: <ol style="list-style-type: none"> a) sadnja sadnica uz ograđivanje zaštitnom ogradom – 12.927 eura b) sadnja sadnica uz korištenje štitnika za sadnice – 8.882 eura 4. Konverzije četinjačama na kršu: <ol style="list-style-type: none"> a) sadnja sadnica uz ograđivanje zaštitnom ogradom – 5.464 eura b) sadnja sadnica uz korištenje štitnika za sadnice – 7.327 eura. <p>Potpora se umanjuje za procijenjenu vrijednost drvne mase na panju prije konverzije u skladu s podacima iz plana konverzije. (info: https://www.apprrr.hr/podmjera-8-5-potpora-za-ulaganja-u-poboljsanje-otpornosti-i-okolisne-vrijednosti-sum-ekosustava/)</p>

10. EU FONDOVI I JAVNO - PRIVATNO PARTNERSTVO

Od 2014. godine postoji mogućnost financiranja projekata u kombinaciji Europskih fondova i JPP-a. Ovim kombiniranim pristupom financiranja projekata, smanjuje se rizik ulaganja za privatnog partnera i javni sektor. Koristi javnog sektora su:

- javno tijelo nema plaćanja sve do stavljanja građevine u uporabu,
- provodi se samo jedna faza nabave odnosno odabir privatnog partnera
- nema vlastitih izvora financiranja iz zajmova i kredita
- ne ugrožava se fiskalna pozicija javnog tijela, a posljedično ne dolazi do rasta javnog duga
- ukupno smanjenje društvenih i projektnih troškova reflektira se na smanjenje proračunskog deficita
- kontrola korištenja sredstava iz EU fondova je dio kontrole JPP-a .

2.

Na temelju članka 17. stavka 4. Zakona o vatrogastvu („Narodne novine“ br. 106/99, 117/01, 36/02, 96/03, 139/04-pročišćeni tekst, 174/04, 38/09 i 80/10) i članka 43. Statuta Općine Žakanje (Službeni glasnik Općine Žakanje 3/09 i 01/13), općinski načelnik Općine Žakanje dana 21.8.2019.godiine donosi

O D L U K U
O potvrđivanju zapovjednika i zamjenika zapovjednika
Vatrogasne zajednice Općine Žakanje

Članak 1.

Općinski načelnik Općine Žakanje potvrđuje imenovanog zapovjednika i zamjenika zapovjednika Vatrogasne zajednice općine Žakanje i to:

- TOMISLAV HRIBLIJAN, Bubnjarački Brod 17a – zapovjednik
- DINO PEČAVER, Jurovski Brod 16a – zamjenik zapovjednika

Članak 2.

Ova Odluka objavit će se u „Službenom glasniku Općine Žakanje“.

KLASA: 214-01/17-01/1

URBROJ: 2133/18-03-19-23

Žakanje, 21. kolovoza 2019.g.

NAČELNIK
Danijel Jurkaš, v.r.

IZDAJE: **OPĆINA ŽAKANJE. Žakanje 58 47276 ŽAKANJE**
opcina.zakanje1@ka.t-com.hr
www.opcina-zakanje.hr

UREDIO: **JEDINSTVENI UPRAVNI ODJEL OPĆINE ŽAKANJE**
