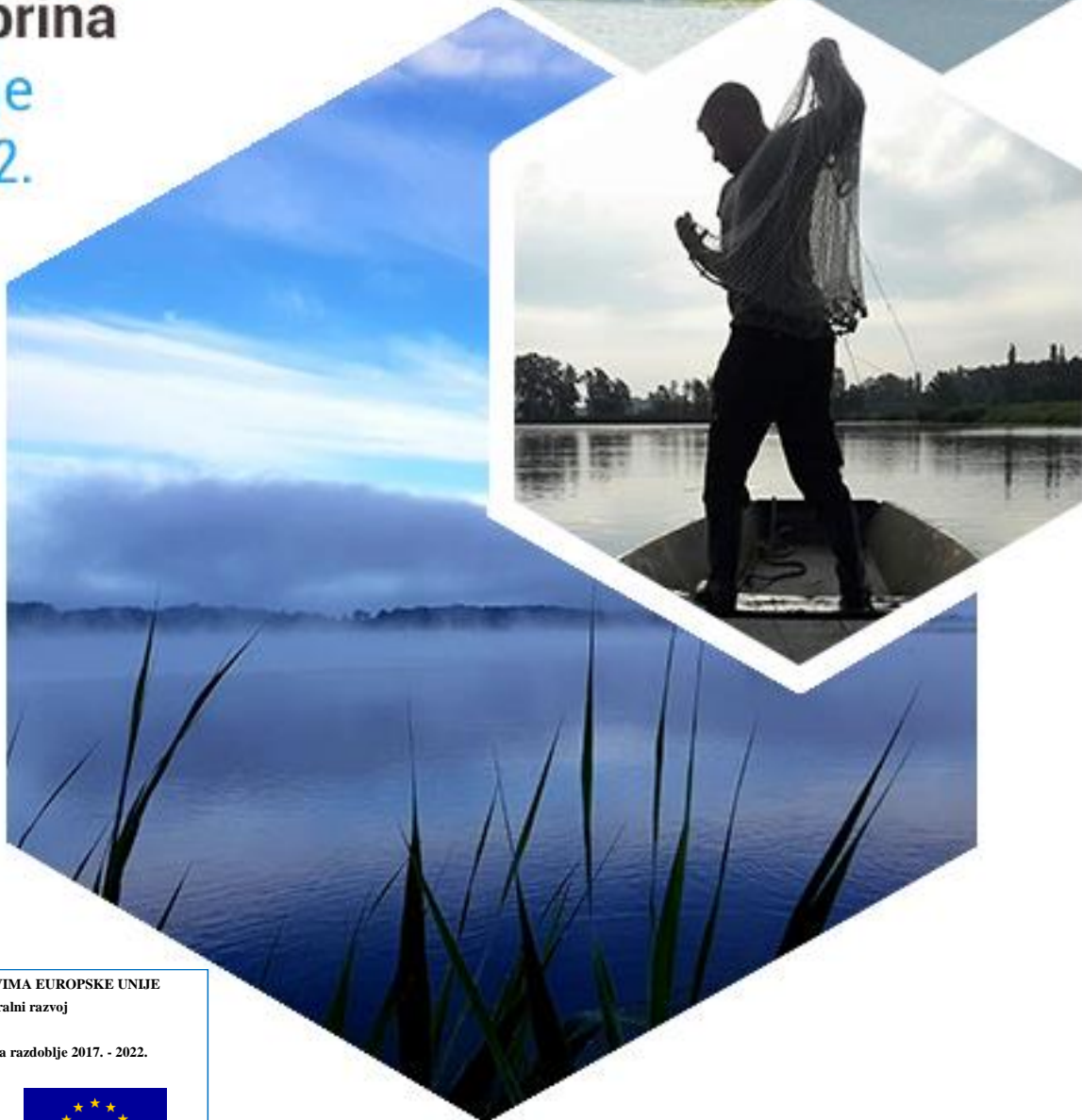




Strateški plan razvoja turizma Općine Bebrina za razdoblje 2017. - 2022.



OVAJ PROJEKT SUFINANCIRAN JE SREDSTVIMA EUROPSKE UNIJE
Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj

Strateški plan razvoja turizma Općine Bebrina za razdoblje 2017. - 2022.



PROGRAM RURALNOG RAZVOJA 2014. - 2020.

Udio u sufinanciranom dijelu: 85% EU, 15% RH

Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj: Europa ulaže u ruralna područja

Sadržaj

1. Uvod	1
Metodologija.....	2
2. Analiza postojećeg stanja	3
2.1. Prostorna i geografska obilježja	3
2.1.1. Geoprometni položaj	3
2.1.2. Prirodno-geografska obilježja	5
2.1.3. Zastava i grb Općine Bebrina	7
2.2. Kulturna baština	8
2.3. Demografska obilježja	11
2.3.1. Veličina i broj stanovništva	11
2.3.2. Dobno-spolna struktura stanovništva.....	12
2.3.3. Narodnosna i vjerska struktura	14
2.3.4. Obrazovna struktura stanovništva	15
2.3.5. Kretanje ukupnog broja stanovnika.....	17
2.3.6. Prirodno kretanje broja stanovnika	18
2.4. Gospodarska i ekonomska obilježja	19
2.4.1. Opća gospodarska obilježja	19
2.4.2. Stanovništvo prema ekonomskoj strukturi	20
2.4.3. Indeks razvijenosti.....	21
2.4.4. Analiza stanja turizma	22
2.4.4.1. Analiza prostorno-planske dokumentacije sa gledišta razvoja turizma	22
2.4.4.2. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine.....	23
2.4.4.3. Strateški marketinški plan hrvatskog turizma za razdoblje 2019. – 2021. godine	26
2.4.4.4. Analiza korištenja turistički resursa	27
3. SWOT analiza	29
4. Strategija razvoja turizma	33
4.1. Vizija i ciljevi razvoja	33
4.2. Detaljan akcijski plan.....	37
4.3. Turistička ponuda.....	43
4.3.1. Potencijalni oblici turizma na području Općine Bebrina.....	43
4.3.1.1. Birdwatching	43
4.3.1.2. Agroturizam	49
4.3.1.3. Kušaonice.....	50
4.3.1.4. Ruralna kuća za odmor.....	51

Sadržaj

4.3.1.5. Ruralni Bed&Breakfest	51
4.3.1.6. Ruralni kamp	52
4.3.1.7. Cikloturizam.....	53
4.4. Turistička potražnja	54
5. Koncept turističkog razvoja	56
5.1. Koncept brendiranja	56
6. Usklađivanje ciljeva sa strateškim dokumentima.....	61
7. Praćenje i izvještavanje	66
Prilog I. Rezultati provedenog anketiranja	67
Prilog II. Popis očuvanja značajnih vrsta i staništa.....	69
Prilog III. Popis slika, tablica i grafikona	71
Literatura	72

1. Uvod

Općina Bebrina je jedinica lokalne samouprave Brodsko-posavske županije smještena u njenom središnjem dijelu, na udaljenosti oko 20 kilometara od Slavenskog Broda kao središta ove županije. Prema posljednjem popisu stanovništva iz 2011. godine, Općina je brojala 3.252 stanovnika. Površina Općine je 100,32 km² i sastoji se od sedam naselja: Banovci, Bebrina, Dubočac, Kaniža, Stupnički Kut, Šumeće i Zbjeg.

Turizam predstavlja jednu od najdinamičnijih i najsloženijih socio-ekonomskih pojava suvremenog doba koja je polovicom 20. stoljeća postala predmetom znanstvenih istraživanja, a dotiče se područja poljoprivrede, arhitekture, okoliša, poduzetništva, političkih znanosti, antropologije, psihologije, ekonomike, sociologije, obrazovanja, prava itd. Prema Hunzikeru i Krapfu, turizam predstavlja skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost. Iz ove definicije proizlaze dvije osnovne determinante turizma, a to su prostor izvan domicila i potrošnja sredstava stečenih izvan mjesta turističkog boravaka što govori da se u turistička putovanja uključuju isključivo osobe koje raspolažu sa slobodnim vremenom i sa slobodnim sredstvima koja mogu potrošiti na putovanje i boravak u turističkoj destinaciji. Glavne motive turističkih putovanja čine želja za odmorom i rekreacijom izvan uobičajene sredine, te želja za novim doživljajima koji se vežu za zdravlje, kulturu, sport, zabavu, ekologiju i slično.

Resursno-atraksijska osnova koju posjeduje Općina Bebrina temelj je za određivanja smjera razvoja Općine, a njeni benefitni elementi poput ugodne klime, očuvanog zraka, tla, voda, te bioraznolikost životinjskog i biljnog svijeta u Jelas polju, koje je prema kategoriji zaštite određene kao značajni krajobraz, te kulturna i tradicijska baština predstavljaju osnovu za strateško planiranje razvoja turizma ovoga područja. Osim resursne osnove, za budući smjer razvoja turizma značajni su kvantitativni i kvalitativni trendovi na današnjem sve zahtjevnijem turističkom tržištu koji dodatno usmjeravaju turistički razvoj Općine Bebrina, a to su u prvom redu želja turista za otkrivanjem novih kultura i običaja, porast zanimanja turista za bavljenje različitim dodatnim aktivnostima u posjećenoj destinaciji, ali i povećana briga za prirodu i zdravlje turista. Prema navedenim raznovrsnim resursno-atraksijskim temeljima kao i novim navedenim

trendovima, može se doći do zaključka kako Općina Bebrina ima povoljne preduvjete za razvoj atraktivnih turističkih proizvoda, ali i za razvoj turističke destinacije koja će biti prepoznatljiva.

Svrha ovoga dokumenta je stvoriti smjernice za strateško planiranje kvalitetne turističke ponude, a sa ciljem kako bi se na područje Općine Bebrina razvio održivi turizam, gospodarstvo diversificiralo, stvorila nova rada mjesta u turizmu i srodnim granama, zadržalo domicilno stanovništvo, unaprijedila postojeća i razvila nova infrastruktura, a u konačnici podigla kvaliteta života stanovništva.

Ova strategija se u svojim glavnim odrednicama oslanja na niz razvojnih i strateških dokumenata Brodsko-posavske županije objavljenih od 2011. godine nadalje kao i na Strategiju razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine. Od općinskih strateških dokumenata, oslanja se na Program ukupnog razvoja Općine Bebrina za razdoblje 2015. – 2020. iz 2016. godine koji se turizmom bavi samo deklarativno.

Metodologija

Metodologija izrade Strategije razvoja turizma općine Bebrina zasnovana je na uobičajenim metodama i alatima koje se koriste pri izradi strateško planskih dokumenata, posebice iz područja turizma, a koje uključuju istraživačke, analitičke i interpretativne metode kao što su prikupljanje podataka iz javno dostupnih izvora, analiza resursne osnove, SWOT analiza i sl. U nastavku teksta detaljnije su pojašnjeni glavni elementi predmetnog strateškog dokumenta.

Analiza postojećeg stanja obuhvaća geografske, prostorne i demografske značajke, te prikazuje glavna obilježja turističke potražnje i ponude u općini Bebrina. Nakon analize postojećeg stanja provedena je detaljna analiza i vrednovanje turističke resursne osnove, te je pregled glavnih kvalitativnih i kvantitativnih trendova na turističkom tržištu koje je relevantno za definiranja koncepta budućeg turističkog razvoja općine Bebrina. Primjenom SWOT analize osiguran je analitički uvid u snage, slabosti, mogućnosti i prijetnje turističkog razvoja općine Bebrina.

Temeljem informacija dobivenih SWOT analizom definira se koncepcija razvoja turizma koja uključuje viziju i ciljeve turističkog razvoja.

2. Analiza postojećeg stanja

2.1. Prostorna i geografska obilježja

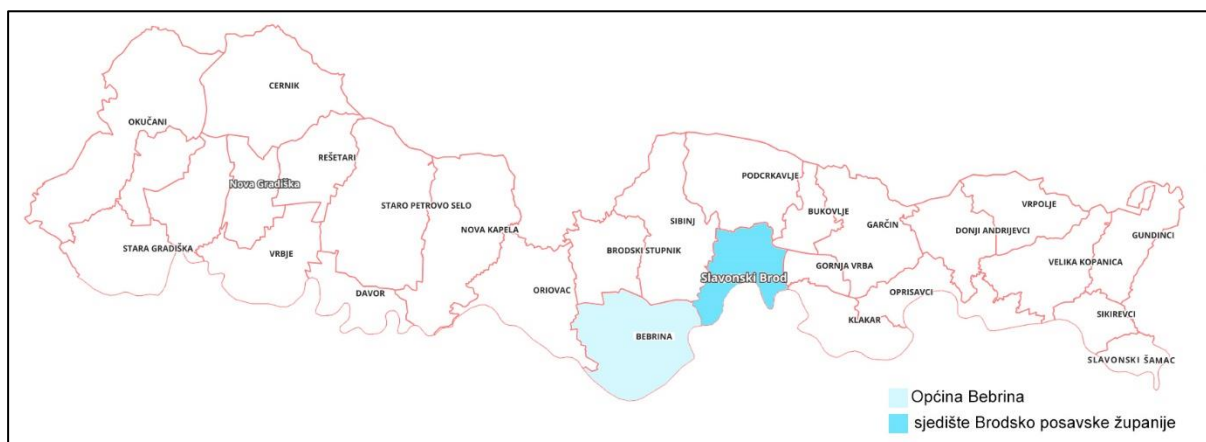
2.1.1. Geoprometni položaj

Brodsko-posavska županija nalazi se u južnom dijelu Slavonske nizine, na prostoru između planina Psunj, Požeškog i Diljskog gorja sa sjevera i rijeke Save s juga, koja je ujedno i državna granica prema BiH u dužini od 163 km.

Unutar Republike Hrvatske, Brodsko-posavska županija graniči na zapadu sa Sisačko-moslavačkom županijom, na sjeveru s Požeško-slavonskom, na sjeveroistoku s Osječko-baranjskom i na istoku s Vukovarsko-srijemskom županijom. Područje županije prostire se na 2.034 km², što čini 3,59% ukupne površine Republike Hrvatske i zauzima 14. mjesto u Republici Hrvatskoj po površini među županijama. Brodsko-posavsku županiju obilježavaju dva osnovna cestovna pravca. Prvim, interkontinentalnim, u pravcu zapad-istok, povezane su zemlje zapadne Europe sa zemljama Bliskog istoka. Tim pravcem, a duž cijelog područja Županije, prolazi željeznička, cestovna, riječna i telekomunikacijska mreža te naftovod. Drugi interregionalni pravac, od sjevera prema jugu, spaja zemlje istočne i srednje Europe s Jadranom.

U sastavu Brodsko-posavske županije nalazi se 28 jedinica lokalne samouprave i to 2 grada i 26 općina s ukupno 184 naselja.

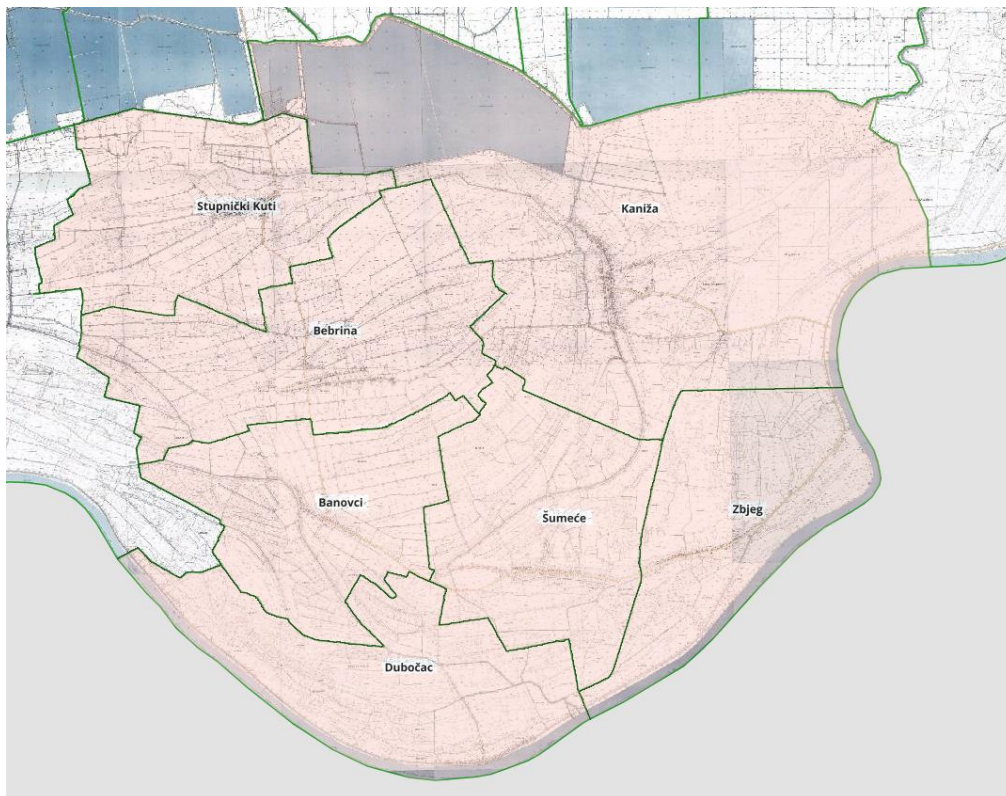
Slika 1. Položaj Općine Bebrina u Brodsko-posavskoj županiji



Izvor: <https://geoportal.dgu.hr/> (prilagođeno autori)

Općina Bebrina sastoji se od naselja Banovci, Bebrina, Dubočac, Kaniža, Stupnički Kuti, Šumeće i Zbjeg. Prema popisu stanovništva iz 2011. godine, općina broji 3.252 stanovnika, raspoređenih na 971 kućanstvo te kao takva spada u općine s relativno niskom gustoćom naseljenosti sa do 50 stanovnika po kilometru kvadratnom. Ukupna površina Općine je 100,32 km² i obuhvaća 4,9% ukupne površine Brodsko-posavske županije.

Slika 2. Naselja Općine Bebrina



Izvor: <https://geoportal.dgu.hr/> (prilagođeno autora)

Općina Bebrina teritorijalno graniči s općinom Oriovac na zapadu, općinama Brodski Stupnik i Sibinj na sjeveru te gradom Slavonskim Brodom na istoku. S južne strane je omeđena rijekom Savom, koja je ujedno i državna granica s Bosnom i Hercegovinom. Prostor općine Bebrina karakterističan je za nizinski prostor uz rijeku Savu, koji čini oko 50% prostora županije. Kroz općinu Bebrina ne prolaze važniji cestovni pravci, osim županijske ceste koja povezuje naselja općine s županijskim središtem Slavonskim Brodom.

Općina Bebrina je jedinica lokalne samouprave Brodsko-posavske županije i smještena na 20 kilometara jugozapadno od Slavonskog Broda.

U procjeni atraktivnosti određenog područja važnu ulogu ima udaljenost lokacije od glavnih prometnica i prometnih čvorišta te urbanih sredina. U tablici 1. Prikazane su navedene udaljenosti za Općinu Bebrina.

Tablica 1. Udaljenost Općine Bebrina od ključnih prometnih čvorišta i urbanih središta

Glavna prometna čvorišta	km
Auto cesta Slavonski Brod-Zagreb	17
Željeznički kolodvor Slavonski Brod	19
Zračna luka Osijek	179
Međunarodna zračna luka Zagreb	188
Urbana središta	km
Osijek	111
Zagreb	184
Beograd	228
Sarajevo	232
Ljubljana	321
Budimpešta	359
Beč	552

Izvor: via Micellin (www.viamichelin.com)

Iz tablice 1. je vidljiva relativno dobra prometna povezanost Općine Bebrina s ključnim prometnim čvorištima koja se nalaze u blizini Općine. Također, za razvoj Općine važna je i blizina Slavanskog Broda, županijskog središta u kojem su smješteni uredi regionalne i državne uprave ključni za društveni i gospodarski razvoj područja. U krugu do 300 km od Općine su četiri urbana središta Osijek, Zagreb, Beograd, Sarajevo.

2.1.2. Prirodno-geografska obilježja

Područje općine je nisko, zaravnjeno zemljište uz rijeku Savu, veće vlažnosti, te još uvijek ne potpuno zaštićeno od visokih vodostaja rijeke Save. To je prostor akumulacijsko-tektonskog reljefa. Karakteristike reljefa su određene mlađim tektonskim procesima i klimatskim promjenama u pleistocenu i imale su velikog utjecaja na hidrografske odnose ovog prostora. Površina cijele općine se nalazi na području sliva Jelas u svrhu zaštite područja od bujičnih potoka s Dilj-gore koji su prijetili Slavanskom Brodu i Jelas polju. U morfološkom smislu u okviru nizine rijeke Save mogu se izdvojiti manje morfo-genetske cjeline: naplavna ravan Save ili poloj Save, fluvio-močvarna nizina, terasna nizina i glacis-terasa. Prema prostornom planu

općine, cijelo područje se nalazi ili u poplavnom pojasu ili u branjenom području od poplava od rijeke Save. Sava ima tipični kišno-snježni režim koji karakterizira glavni maksimum u ožujku, a sekundarni u prosincu. Glavni se minimum, jako izražen, javlja u kolovozu, a sekundarni, vrlo slabo izražen, u siječnju.

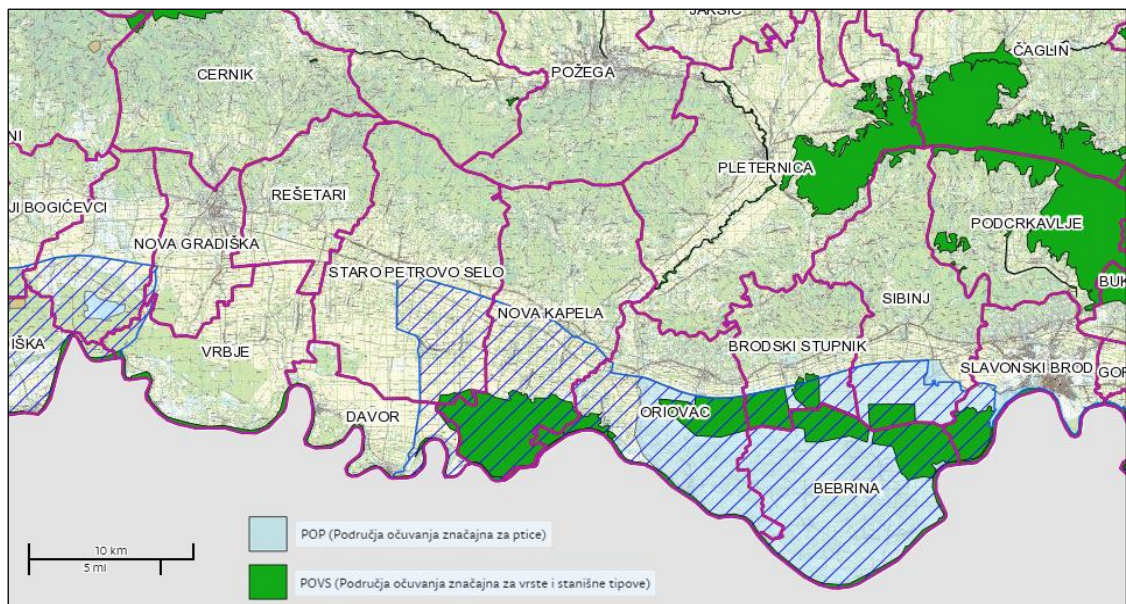
Geološki cijelo područje županije pripada jugozapadnom dijelu Stare panonske mase. Po strukturnim odlikama možemo razlikovati tri geološko-geomorfološke cjeline na ovom području: Slavonsko-srijemska potolina, Savska potolina i Slavonsko gorje. Općina Bebrina se nalazi u središnjoj zoni savske nizine koju obilježava smjena poplavnih polja i ocjeditih prostora između njih, a znatne površine su pod šumama i pašnjacima. Naselja u tom području su izdužena, uz cestu, ostavljajući vrjednije prostore za poljoprivrednu proizvodnju.

Ukupne klimatske karakteristike područja Brodsko-posavske županije, kao dijela šireg područja Istočne Hrvatske, odlikuju osobine umjereno tople klime (prema Köppenovoj klasifikaciji). Ovu klimu karakteriziraju srednje mjesečne temperature više od 10°C tijekom više od četiri mjeseca u godišnje, srednje temperature najtoplijeg mjeseca ispod 22°C, te prosječna godišnja količina oborina od 700-800 mm. Klimatske karakteristike ovog prostora odlikuje homogenost klimatskih osobina, a određena odstupanja javljaju se uslijed reljefnih osobina prostora. Klimatske prilike su također određene i pripadnošću i položajem ovog područja širem području Panonske nizine, te se može generalno konstatirati da se, u klimatskom smislu, ovo područje nalazi na prijelazu između vlažnijih osobina kontinentalne klime na zapadu i sušnijih područja na istoku.

Prisavsku nizinu i njezinu lokalnu klimu, odlikuju visoka relativna vlažnost, češće pojave magle, posebno proljeće i jesen, učestalije pojave mraza te kraće trajanje insolacije. Cijelo područje općine Bebrina nalazi se unutar šireg područja Jelas polja, koji je zaštićen u kategoriji zaštićeni krajolik (ZK). Područje općine Bebrina obuhvaćeno je ekološkom mrežom NATURA 2000. Identifikacijski broj područja je HR1000005, a stručni naziv je „Jelas polje“. Navedeno područje Jelas polje pripada području očuvanja značajna za ptice (POP).

Osim područja očuvanja značajna za ptice, područje općine Bebrina obuhvaćeno je ekološkom mrežom NATURA 2000 i kao područje očuvanja značajna za vrste i stanišne tipove (POVS) i to Jelas polje s ribnjacima broj područja HR2001326.

Slika 3. Prikaz ekološke mreže područja Općine Bebrina



Izvor: <http://www.biportal.hr/gis/>

Jelas polje značajno je jer se nastavlja na dijelove aluvijalnih staništa rijeke Save (Park prirode Lonjsko polje) i predstavlja spoj između zapadnih i istočnih dijelova rijeke Save. Obilježava ga biološka i krajobrazna raznolikost. Posebice se ovdje ističe izmjena plošnih poljodjelskih sa šumolikim oblicima, a napose vodne površine ribnjaka Jelas, vodni resurs ekološkog značaja.

2.1.3. Zastava i grb Općine Bebrina

Zastava općine Bebrina je u plavom srebrni graničar. Radi se o liku vojnika graničara iz vremena Vojne Krajine u karakterističnoj odori koji drži dugačku pušku. Zastava je plava s grbom u sredini obrubljenim crveno i plavo. Svečana zastava je pravi trokutasto završavajući gonfalon s grbom u sredini obrubljenim crveno i plavo, iznad njega u dva luka žuti natpis OPĆINA BEBRINA, a ispod grba okružujući ga hrastova grančica i tri klasa žita.

Slika 4. Grb Općine



Naselja općine Bebrina, a pogotovo Bebrina i Kaniža posjeduju specifičan oblik gradnje, s velikim travnatim površinama koje se nalaze u sredini naselja, s kućama sa

jedne i druge strane. Tradicionalne ceste omeđene kanalima se također nalaze uokolo travnate površine. Općina se trudi zadržati taj tradicionalni oblik gradnje, te se radi i na očuvanju vegetacijskog pokrova tih površina, kako bi se zadržao tradicijski izgled sela u općini.

2.2. Kulturna baština

Područje općine Bebrina karakterizira određeni broj kulturnih dobara koja u budućnosti mogu postati temelj gospodarskog razvoja ovog područja, posebice kroz intenzivniji razvoj turističkih djelatnosti.

Tablica 2. Popis registriranih kulturnih dobara u Općini Bebrina

Oznaka	Mjesto	Naziv	Vrsta kulturnog dobra
Z-1680	Bebrina	Crkva sv. Marije Magdalene	Nepokretno kulturno dobro – pojedinačno
Z-1681	Dubočac	Crkva sv. Mihovila Arkanđela	Nepokretno kulturno dobro – pojedinačno

Izvor: Ministarstvo kulture

Crkva Sv. Marije Magdalene – Bebrina

Crkva je kasnobarokna-klasicistička, s užim polukružnim svetištem i bočnom sakristijom. Izgrađena je 1821. godine. Korpus zvonika ukomponiran je u pročelje, te zaključen kapom u obliku zvonolike kupole s lanternom. Tri prozorska otvora su ostakljena vitrajima. Na zabatu je okulus. Prozori na zvoniku imaju polukružni nadvoj. Pročelje i zvonik su vertikalno raščlanjeni pilastrima. Dva traveja lađe i jedan u svetištu imaju svodove u obliku češke kape. Iznad apside je polukalota. Osnovni materijali od kojih je crkva građena su opeka i drvena građa. Unutrašnjost je opremljena vrijednim baroknim inventarom, propovjedaonicom, oltarima, klupama i klecalima koji su oblikovani u duhu klasicizma.

Inventar župne crkve sv. Marije Magdalene dopremljen je 1825. g. iz požeške crkve sv. Lovre i skladno se uklapa u kasnobaroknu arhitekturu crkve. Čine ga glavni oltar, bočni oltari, propovjedaonica, orgulje, plastika raspeća Krista, slika sv. Antuna Pustinjaka, slika sv. Vida, klupe za vjernike, sakristijski ormar, kalež, svijećnjaci i kandilo. Inventar župne crkve sv. Marije Magdalene odraz je klasicističkog stila, osim dijela barokne plastike, koja se unatoč razlici stilova, skladno uklapa u interijer.

Crkva sv. Mihovila Arkandžela, Dubočac

Crkva je kasnobarokno - klasicistička građevina zaključena užim polukružnim svetištem. Izgrađena 1785. godine. Zvonik s atikom ukomponiran je u glavno pročelje, te zaključen šiljatom kapom. Iznad segmentno zaključenog portala s klasicističkim vratnicama nalazi se lučno zaključeni prozorski otvor, flankiran konkavno uvučenim nišama. U vrijeme izgradnje crkva je imala svod, koji je zamijenjen tabulatom. Unutrašnjost crkve opremljena je vrijednim kasnobaroknim inventarom koji čine glavni oltar s oltarskom palom sv. Mihovila, kasnobarokna propovjedaonica natkrivena baldahinom, relikvijar sv. Križa iz 1745. godine i kamena škropionica na profiliranom podnožju.

Inventar župne crkve sv. Mihovila Arkandžela u Dubočcu stilskih odlika kasnog baroka, većim je dijelom iz 18. st. i čine ga glavni oltar, bočni oltar, slika sv. Antuna Pustinjaka, slika sv. Jurja, plastika sv. Florijana, plastika sv. Mihovila Arkandžela, svijećnjaci, propovjedaonica, relikvijar, navicula, škropionica i raspelo, Oltarna pala s prizorom sv. Mihovila Arkandžela rad je broskog slikara Grubera. Oltar sv. Lucije, s retablom izveden je u polikromiranom drvu. Bočni oltar Majke Božje na prijelazu u svetište iz doba je rokoko. Središnja zona retabla je pravokutna s ostakljenom nišom u kojoj je plastika Madone s djetetom.

Ostala kulturna dobra

Tablica 3. Kulturna dobra novije povijesti

Kulturna dobra novije povijesti:
– Spomen bista ispred osnovne škole F. Marinića, Bebrina
– Spomenik palim borcima i žrtvama fašizma u centru naselja, Bebrina
– Spomenik proslavi tisućgodišnjice hrvatskog kraljevstva 1925.god., Bebrina
– Spomen ploča na spomen svim vojnim i civilnim žrtvama domovinskog rata na domu u Dubočcu
– Spomen ploča na Domu kulture u čast žrtava Fašizma, Kaniža
– Spomen ploča na spomen svim vojnim i civilnim žrtvama domovinskog rata ispred doma u Kaniži
– Spomen ploča Dikanović Petru na rodnoj kući, Stupnički Kuti
– Spomen ploča u spomen tisućgodišnjice hrvatskog kraljevstva na ulazu u crkvu, Stupnički Kuti
– Spomen česma u znak palih boraca i žrtava Fašizma, Šumeće
– Spomen ploča na spomen svim vojnim i civilnim žrtvama domovinskog rata na domu u Šumeću

Tablica 4. Etnološko kulturno dobro/etnološka građevina

Etnološko kulturno dobro/etnološka građevina:
– Posavska visokoprizemnica k.br. 25, Bebrina
– Velika posavska visokoprizemnica s četiri dvokrilna prozora na zabatnom pročelju, Bebrina
– Posavska visokoprizemnica s kolskim i osobnim ulazom k.br. 59, Kaniža
– Posavska visokoprizemnica k.br. 62, Stupnički Kuti
– Posavska visokoprizemnica s kolskim ulazom k.br.116, Stupnički kuti
– Posavska visokoprizemnica k.br. 87., Zbjeg

Tablica 5. Sakralno kulturno dobro

Sakralno kulturno dobro:
– Crkva sv. Grgura u Kaniži,
– Crkva sv. Grgura u Kaniži je jednobrodna građevina građena 1748.g., kao filijalna crkva Brodskog samostana. Godine 1846. je sazidan toranj. Zidovi i svodovi su od cigle, a pokrov je od biber crijepa. Prilikom ratnih razaranja pretrpjela je manje oštećenje na površini. Kao održavanje obnovljen je toranj i krov. Crkva ima barokno-klasicističke stilske karakteristike.

Crkva pohoda BDM Elizabeti

Crkva je jednobrodna građevina građena 1858.g., sa zabatnim tornjem i svodovima. Po vanjskoj površinskoj obradi i pojednostavljenom raščlambom površine pročelja i profilima ne može se svrstati u neko stilsko razdoblje. Prilikom ratnih razaranja pretrpjela je velika površinska oštećenja, a u izravnoj mjeri je i konstruktivno rastrešena. Obnova nakon ratnih razaranja nije obavljena po strožim kriterijima za što i nije bilo materijalnih uvjeta ali je u cijelosti današnje stanje dostojno crkvenoj građevini. S obzirom da je substrukture zidova i svodova izvorna i kao takva izuzetna, ovu građevinu treba tretirati kao kulturno-povijesno dobro šire od lokalnog značaja.

Tradicijaska kuća (Kuća Crnac), Bebrina, k.br. 97

Tradicijaska kuća „čelo puta“ s okućnicom u Bebrini, k.br. 97, ističe se osobitom masivnošću dimenzija, starošću i decentnim dekorom pročelja. Zgrada je značajno svjedočanstvo narodne graditeljske tradicije prve polovice 19. stoljeća. Prema kazivačima, kuću gradi zadružna obitelj Crnac (Zorani) u vrijeme gradnje Župne crkve Sv. Marije Magdalene (1821.), i jedna je od najstarijih zgrada u mjestu. Riječ je o dosta visokoj visoko prizemnoj zgradi s podrumskim prostorijama ispod većeg dijela kuće, smještenoj uz regulacijsku liniju ulice. Zabatno pročelje kuće, monumentalnih je

razmjera i posjeduje četiri identična prozora, dva više od tipično slavonskih tradicijskih kuća sa zabatnim pročeljem.

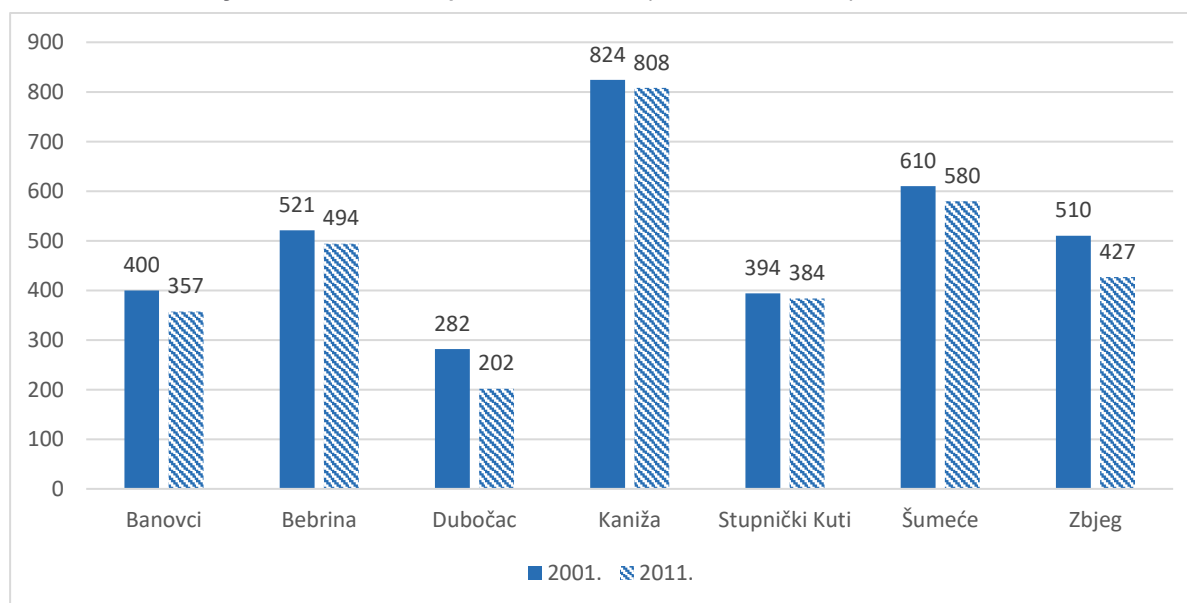
2.3. Demografska obilježja

2.3.1. Veličina i broj stanovništva

Stanovništvo i njegove značajke su veoma značajne stavke svakog područja na način da njegova pojedina demografska obilježja u velikoj mjeri obilježavaju njegov gospodarski, kulturni, društveni kao i sveopći razvoj te su pokazatelj razvojnog potencijala određene društvene sredine.

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku 2011. godine na području općine Bebrina stanuje 3.252 stanovnika u 966 kućanstava. Udio stanovništva općine Bebrina u ukupnom stanovništvu Brodsko – posavske županije, koje broji 158.575 stanovnika iznosi 2%. Naselje Bebrina je administrativno sjedište općine Bebrina, a po broju stanovnika najveće je naselje Kaniža (Grafikon 1).

Grafikon 1. Broj stanovnika u općini Bebrina (2001. – 2011.)



Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske

Iz Grafikona 1. vidljiv je lagani pad broja ukupnog broja stanovništva u razdoblju od 2001. – 2011. godine od 8,16% što je posljedica prirodne depopulacije, ali i iseljavanja, posebice mladog stanovništva. Prosječna gustoća naseljenosti na području općine

Bebrina iznosi 32,20 stan/km² što je značajno ispod županijskog (78,12 stan/km²) i državnog (75,71 stan/km²) prosjeka.

2.3.2. Dobno-polna struktura stanovništva

Dobno-polna struktura temeljna je demografska struktura budući da pokazuje potencijalnu vitalnost stanovništva te iz nje proizlaze kontingenti nužni za biološku reprodukciju i formiranje radne snage.

Općinu Bebrina, Brodsko-posavsku županiju, ali i cjelokupno stanovništvo Republike Hrvatske karakterizira izrazito nepovoljna dobno-polna struktura stanovništva. Općina Bebrina je 2011. godine zabilježila povoljniju dobnu strukturu stanovništva od nacionalne i županijske razine, ali stanovništvo Općine zahvaljujući postupnom smanjivanju rodosti i povećanja smrtnosti i dalje stari. Prosječna starost stanovništva Općine iznosila je 37,9 godina, indeks starenja stanovništva Općine 66,4, a koeficijent starosti 18,8. Stanovništvo Općine do 14 godina činilo je 20,37% ukupnog stanovništva, radno sposobno (15-64) 64,33%, dok je udio stanovništva 65 i više godina činio 15,31%.

Tablica 6. Dobna struktura stanovništva Općine Bebrina, 2011. godine

	Ukupno	0-14 godina	Radno sposobno (15-64 godina)	65 i više godina	Prosječna starost	Indeks starenja	Koeficijent starosti
Republika Hrvatska	4.284.889	652.428	2.873.828	758.633	41,7	115,0	24,1
Brodsko posavska županija	158.575	38.562	103.668	27.844	40,6	96,5	23,1
Općina Bebrina	3.252	662	2.092	498	37,9	66,4	18,8

Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, 2011. godine

Stanovništvo Općine Bebrina pripada tipu starog ili kontraktivnog stanovništva na što ukazuje dobno-polna struktura stanovništva. U odnosu na 2001. godinu, dobno-polna struktura stanovništva Općine 2011. godine zabilježila je negativne promjene, a takvi trendovi mogu se očekivati i u nadolazećim godinama. Dobno-polnu strukturu

stanovništva karakterizira nešto sužena dječja baza (0-4 i 5-9), koja je rezultat smanjenje stope rodnosti.

Tablica 7. Dobno-spolna struktura

Spol	Starost										
	0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54
sv.	200	204	258	261	241	199	186	205	203	258	233
m	94	106	144	134	121	107	88	109	107	141	125
ž	106	98	114	127	120	92	98	96	96	117	108

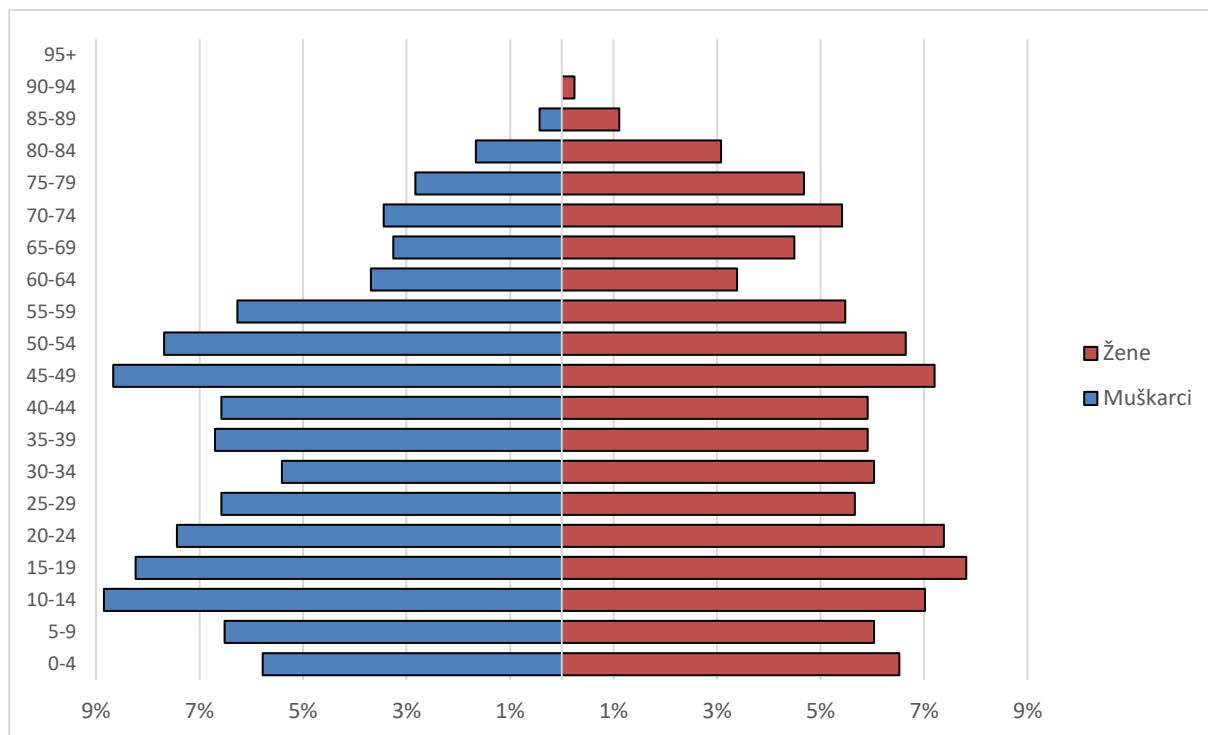
Spol	Starost										nepoznato	ukupno
	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85-89	90-94	95 i više			
sv.	191	115	126	144	122	77	25	4	0	0	0	3.252
m	102	60	53	56	46	27	7	0	0	0	0	1.627
ž	89	55	73	88	76	50	18	4	0	0	0	1.625

Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, 2011. godine

Neravnoteža prema spolu u dobnim skupinama do 14 godina posljedica je diferencijalnog nataliteta (u pravilu većeg broja muške rođene djece), dok se u starijim dobnim skupinama uočava diferencijalni mortalitet, odnosno duži životni vijek žena, a kraći muškog stanovništva. Osim navedenog, muško je stanovništvo u prosjeku više sudjelovalo i u migracijama (diferencijalna migracija).

Utjecaj dobne strukture stanovništva na budući razvoj stanovništva proizlazi kako iz njezine uzročno-posljedične veze s komponentama prirodnog kretanja stanovništva tako i iz njezine povezanosti s migracijskim kretanjima te ostalim strukturama stanovništva. Kada se ocjenjuje značenje dobno spolne strukture za budući razvoj stanovništva, i to u normalnim uvjetima demografskih kretanja, tj. kada apstrahiramo od mogućeg utjecaja jake migracije i grupe vanjskih čimbenika, dakle, kad su promjene u dobno-spolnoj strukturi pretežno rezultanta kretanja nataliteta i mortaliteta, treba imati na umu da su promjene postupne, dugoročne i da se stoga mogu predvidjeti sa visokim stupnjem vjerojatnosti. A na temelju predviđenih promjena u dobno-spolnoj strukturi stanovništva, uz poznavanje dosadašnjih obilježja kretanja i distribucije fertiliteta i mortaliteta prema dobi i spolu, moguće je, također, s dosta sigurnosti prognozirati kretanje fertiliteta za jednu pretežno zatvorenu populaciju.

Grafikon 2. Dobno spolna piramida 2011. godine



Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, 2011. godine

Kao i ostatku Republike Hrvatske i na području općine Bebrina uočava se regresivni ili kontraktivni tip dobne strukture kojeg karakterizira niski udjel djece s obzirom na stanovništvo srednje dobi, što uzrokuje nizak, opadajući prirodni porast i pokazuje proces depopulacije.

2.3.3. Narodnosna i vjerska struktura

Ukupno 138 stanovnika (4,24%) općine Bebrina se izjasnilo kao pripadnici nacionalnih manjina. U strukturi nacionalnih manjina najbrojniji su Ukrajinci (83 osobe) i Srbi (34 osobe), zatim slijede Albanci, Bošnjaci, Bugari, Poljaci, Rumunji, Rusi, Slovaci i Slovenci sa po manje od 10 pripadnika.

Međupopisno kretanje narodnosne strukture pokazuje kako se u zadnjih deset godina udio Hrvata u ukupnom broju stanovnika se povećao za 1,89%. Kod drugih narodnosti najznačajniji je pad udjela srpske manjine s 1,81 na 1,05% te pad udjela Ukrajinaca s 3,02% na 2,55%, te zabilježena i pojava stanovništva bugarske, rumunjske nacionalne manjine, koje nisu bile zabilježena na prošlom popisu. Narodnosna struktura se

odražava i na vjersku strukturu stanovništva. Tako u strukturi stanovništva prema vjeroispovijesti u 2011. godini prevladavaju Katolici s 96,65% ukupnog stanovništva. Od ostalih vjeroispovijesti, najbrojniji su Pravoslavci s 2,03%, a slijede ih pripadnici islamske zajednice (0,4%). Udio stanovnika koji nisu vjernici i ateisti, te se po pitanju vjere ne izjašnjavaju se je pao sa 1,24% u 2001. godinu na 0,77% u 2011. godini.

2.3.4. Obrazovna struktura stanovništva

Što se tiče obrazovne strukture stanovništva, od ukupno 2.590 stanovnika, starijih 15 i više godina, 458 osobe (17,68%) je bez škole ili nema završenu osnovnu školu, 950 osoba (36,68%) je završilo osnovnu školu, 1.093 osobe (42,20%) ima završenu srednju školu dok je 89 osoba visokoobrazovane (3,44%). Usporedba podataka na razini općine Bebrina s podacima na županijskoj i državnoj razini ukazuje na lošiju obrazovnu strukturu, posebno u kategoriji visokoobrazovanih.

Tablica 8. Obrazovna struktura Hrvatske, Brodsko-posavske županije i Općine Bebrina, 2011.

	Osnovnoškolsko obrazovanje ili manje	Srednjoškolsko obrazovanje	Visoko obrazovanje	Nepoznato
Republika Hrvatska	30,82%	52,63%	16,39%	0,16%
muškarci	11,36%	28,60%	7,64%	0,07%
žene	19,45%	24,03%	8,75%	0,09%
Brodsko posavska županija	39,77%	50,69%	9,47%	0,07%
muškarci	14,76%	28,53%	4,66%	0,3%
žene	25,01%	22,15%	4,81%	0,05%
Općina Bebrina	54,36%	42,20%	3,44%	0,0%
muškarci	22,28%	25,60%	1,66%	0,0%
žene	32,08%	16,60%	1,78%	0,0%

Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, 2011. godine

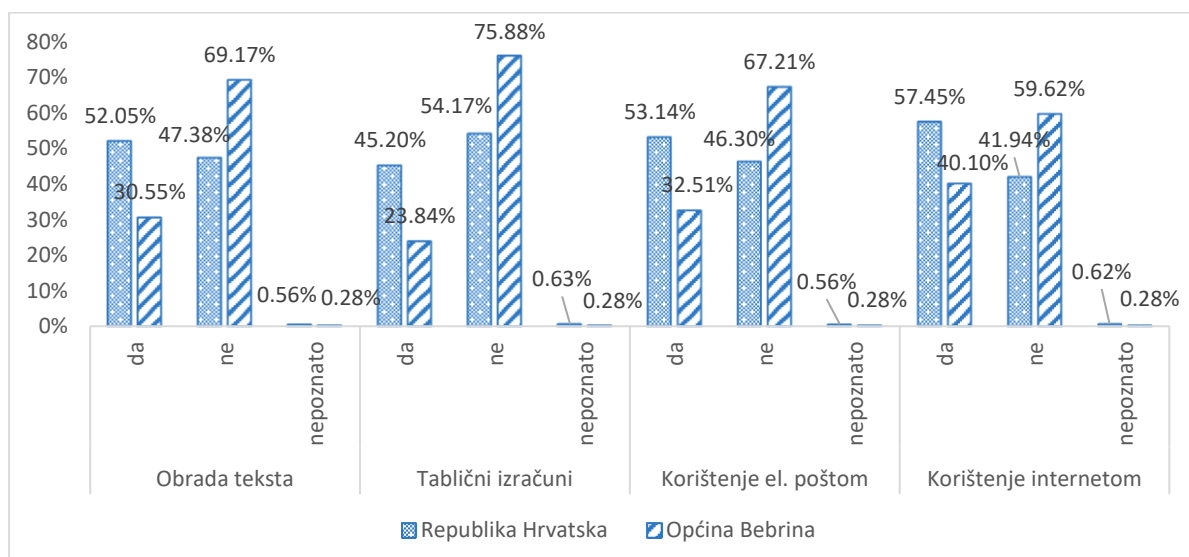
Detaljnija analiza obrazovne strukture stanovništva Općine Bebrina ukazuje na nejednakosti obrazovane strukture prema spolu, a takve nejednakosti karakteriziraju i nacionalnu i županijsku obrazovnu strukturu stanovništva. Udio ženskog stanovništva

Općine starijeg od 15 godina bez škole je za 25% veći nego udio muškog stanovništva s istim stupnjem obrazovanja, što se objašnjava većim udjelom ženskog starijeg stanovništva koje nije imalo priliku se školovati ili im je školovanje bilo otežano. Udio ženskog stanovništva s osnovnoškolskim obrazovanjem je nešto veći nego udio muškog stanovništva, dok je muško stanovništvo zastupljenije u srednjoškolskom obrazovanju.

Usporedba podataka na razini općine Bebrina s podacima na državnoj razini ukazuje na lošiju obrazovnu strukturu, posebno u kategoriji visokoobrazovanih. Prema obrazovnim područjima stanovništva prevladava inženjerstvo, prerađivačka industrija i građevinarstvo (583 osobe), zatim usluge (219 osoba) i društvene znanosti, poslovanje i pravo (195 osoba). Od ostalih djelatnost zastupljene su poljoprivreda (81 osoba), zdravstvo i socijalna skrb (39 osoba) i obrazovanje (18 osoba).

Sve veću važnost u svakodnevnom životu predstavlja informatička pismenost, sposobnost pojedinca u korištenju računala i interneta. Stanovništvo Općine Bebrina starije od 10 godina imalo je 2011. godine informatičku pismenost ispod razine Republike Hrvatske, a upravo ta činjenica može predstavljati poticaj za uključivanje stanovništva u programe cjeloživotnog učenja.

Grafikon 3. Stanovništvo Općine starije od 10 godine prema informatičkoj pismenosti, 2011.



Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, 2011. godine

U kategorijama informatičke pismenosti, obrada teksta, tablični izračuni i korištenje električnom poštom, više od pola stanovništva starijeg od 10 godina nije bilo upoznato s korištenje istih, dok se internetom koristilo nešto više od polovine stanovništva (Grafikon 3.).

2.3.5. Kretanje ukupnog broja stanovnika

Promatrajući demografske promjene Republike Hrvatske posljednjih desetljeća vidljivi su nepovoljni procesi kako depopulacije tako i starenja stanovništva koji u konačnici rezultiraju smanjenjem ukupnog broja stanovnika. Komparacija među popisne promjene broja stanovnika Republike Hrvatske, Brodsko-posavske županije i Općine Bebrina u razdoblju od 2001. do 2011. godine pokazuje smanjenje ukupnog stanovništva. Broj stanovnika Općine se u promatranom razdoblju smanjio za 289 stanovnika ili 8,9%, dok se stanovništvo Županije smanjilo za 11,5%. U istom razdoblju stanovništvo Republike Hrvatske se također smanjilo za 3,6%. Na intenziviranje procesa iseljavanja, utjecali su ekonomski razlozi, poput poteškoća u pronalaženju posla ili gubitka posla, odnosno mogućnosti nalaženja povoljnijeg posla u inozemstvu.

Tablica 9. Među popisna promjena stanovnika Republike Hrvatske, Brodsko-posavske županije i općine Bebrina, 2001. – 2010.

	Broj stanovnika		Apsolutna razlika (2011. 2001.)	Indeks popisne promjene
	2001.	2011.		
Republika Hrvatska	4.437.460	4.284.889	-152.571	96,6 %
Brodsko posavska županija	176.765	158.575	-18.190	89,7 %
Općina Bebrina	3.541	3.252	-289	91,8 %

Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, Popis 2001. i 2011. godine

U među popisnom razdoblju 2001. – 2011. smanjenje broja stanovnika zabilježila su sva naselja u Općini, dok su najveće smanjenja u naselju Dubočac (28,4%), Zbjeg (16,3%), Banovci (10,8%). Dok u promatranom razdoblju (1931. – 2011.) najveća smanjenja su zabilježila naselja Dubočac (64,6%), Bebrina (48,1%), Stupnički Kuti (46,1%), dok je jedino naselje Šumeće zabilježilo povećanje broja stanovnika za 14,08% (Tablica 10.). Temeljni suvremeni demografski procesi u Republici Hrvatskoj,

pa tako i u Općini Bebrina, postali su starenje i depopulacija ukupnog stanovništva čije se usporevanje ne nadzire.

Tablica 10. Ukupno kretanje broja stanovnika Općine Bebrina po naseljima od 1931. do 2011. godine

Naselja	1931.	1948.	1953.	1961.	1971.	1981.	1991.	2001.	2011.
Banovci	501	547	519	494	443	372	399	400	357
Bebrina	952	931	893	836	684	577	536	521	494
Dubočac	571	483	477	417	377	287	268	282	202
Kaniža	1.167	1.191	1.254	1.064	884	755	779	824	808
Stupnički Kuti	712	730	722	633	548	473	430	394	384
Šumeće	582	665	636	639	594	552	602	610	580
Zbjeg	372	405	344	449	468	453	450	510	427
Ukupno	4.857	4.952	4.845	4.532	3.998	3.469	3.464	3.541	3.252

Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske

U odnosu na popis stanovništva iz 1931. godine u Općini Bebrina je bilo 1.605 stanovnika, odnosno 33% više nego na posljednjem popisu stanovništva iz 2011. godine. Stanovništvo Općine je raslo sve do 1948. godine, te nakon toga bilježi kontinuiran pad broja stanovnika sve do danas.

2.3.6. Prirodno kretanje broja stanovnika

Prirodno kretanje označava promjenu broja stanovnika nekog područja kao rezultat prirodnih, bioloških procesa tijekom ljudskog života. Međutim, ono se ne oblikuje isključivo pod djelovanjem bioloških faktora. Ulogu u oblikovanju svakako imaju i društveno-gospodarski, kulturni, psihološki te drugi čimbenici. Osnovne sastavnice prirodnog kretanja stanovništva su: natalitet ili rodost, mortalitet ili smrtnost i prirodni prirast ili pad. Rezultanta nataliteta i mortaliteta je prirodni prirast odnosno sve češći prirodni pad.

U razdoblju od 2009. do 2017. godine broj živorođene djece se kretao od minimalnih 33 živorođenih u 2013. i 2016. godini do maksimalnih 47 živorođenih u 2011. godini. Prema podacima iz 2010. godine ukupno je bilo 54 umrlih i 36 živorođenih, što je činilo negativni prirodni prirast (-18) i u promatranom razdoblju predstavlja najvišu vrijednost opće stope prirodne promjene, odnosno prirodnog pada.

Tablica 11. Pokazatelji prirodnog kretanja stanovništva Općine Bebrina, 2009.-2017.

Godina	Živorodeni	Umrli	Prirodni prirast	Brakovi		Vitalni indeks (živorođeni na 100 umrlih)
				Sklopljeni	Razvedeni	
2017.	34	33	1	27	3	103
2016.	33	36	-3	26	3	91,7
2015.	37	42	-5	15	0	88,1
2014.	34	33	1	16	3	103,0
2013.	33	41	-8	20	4	80,5
2012.	35	40	-5	9	2	87,5
2011.	47	29	18	17	2	162,1
2010.	36	54	-18	16	2	66,7
2009.	45	50	-5	23	0	90,0

Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, Prirodno kretanje stanovništva Republike Hrvatske, 2009. – 2017.

Godine 2011. zabilježen je najveći pozitivni prirodni prirast u promatranom razdoblju (2009. – 2017.) kada je bilo 47 živorođenih i 29 umrlih. S prirodnim kretanjem su usko povezani i pokazatelji o broju sklopljenih i razvedenih brakova. Broj sklopljenih brakova u Općini Bebrina se mijenjao sa godinama u 2012. godini je svega 9 brakova sklopljeno, a u 2017. godini najviše u promatranom razdoblju i to 27, dok se broj razvedenih brakova u promatranom razdoblju povećao od 2009. godini kada nije zabilježen niti jedan razvod braka, dok su u 2017. godini zabilježena 3 razvoda.

2.4. Gospodarska i ekonomska obilježja

2.4.1. Opća gospodarska obilježja

Prema dostupnim podacima iz Registra poslovnih subjekata (Digitalna komora) te Obrtnog registra, na području Općine Bebrina registriran je 21 gospodarski subjekt.

Prema gospodarskim djelatnostima, najviše je poslovnih subjekata koji se bave poljoprivredom, prerađivačkim proizvodima, trgovinom, ugostiteljstvom i prijevozom.

Tablica 12. Prostorni razmještaj gospodarskih djelatnosti

Naselja	Prijevoz	Usluge	Poljoprivreda	Ugostiteljstvo	Ostalo
Banovci	-	-	-	-	-
Bebrina	2	-	-	-	2
Dubočac	-	-	1	-	-
Stupnički Kuti	1	-	-	1	2
Šumeće	-	2	2	-	-
Zbjeg	2	1	3	-	-
Kaniža	1	-	-	-	1

Izvor: Obrtni registar i Registra poslovnih subjekata

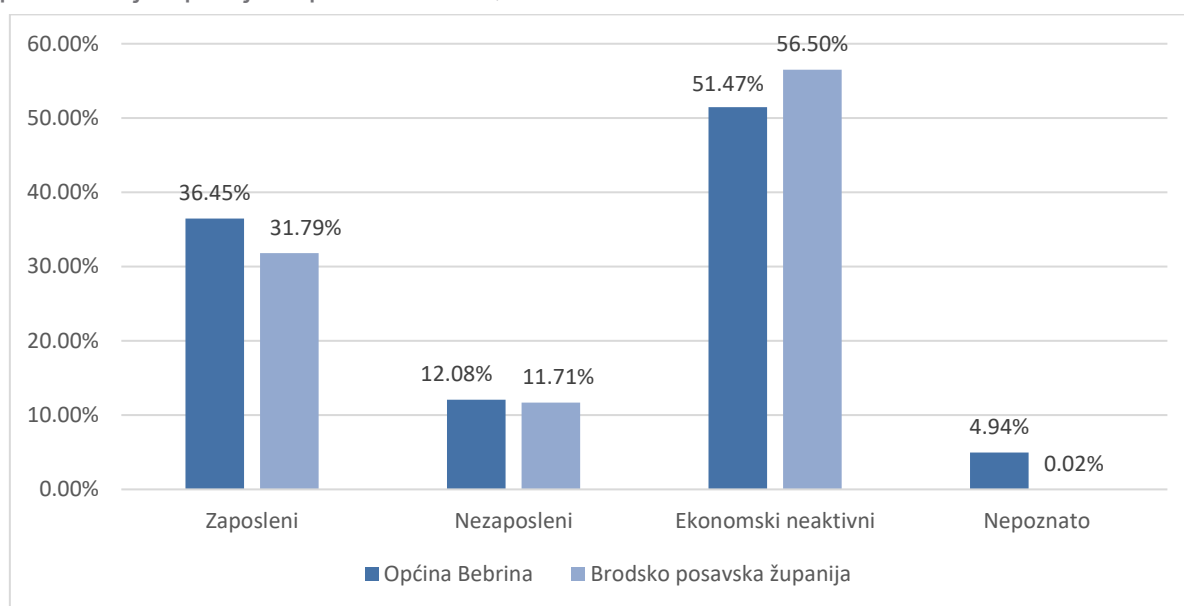
Gospodarstvo općine vezano je najvećim dijelom za valorizaciju poljoprivrednih površina, dakle predstavlja primarnu poljoprivrednu proizvodnju. Ostale djelatnosti su vrlo slabo razvijene, što pokazuje broj radnih mjesta. U uslužnom sektoru je najzastupljenija trgovina kao odraz potrebe opskrbe stanovništva. Općina Bebrina je gospodarski slabo razvijena općina. Gospodarstvo u najvećoj mjeri počiva na primarnoj poljoprivrednoj proizvodnji, tj. na korištenju poljoprivrednog zemljišta kao najrasprostranjenijeg prirodnog resursa. Prema statističkim podacima Hrvatskog zavoda za mirovinsko osiguranje na području općine na dan 31.01.2019. evidentirana su 110 radna mjesta, od čega su 78 radnici kod pravnih osoba. Zaposlenih osoba kod obrtnika ima 13 radnika, zaposlenih u poljoprivrednom sektoru ima 18, a u samostalnim profesionalnim djelatnostima ima samo 1. Proizvodne djelatnosti su simbolično zastupljene i premda spadaju po nacionalnoj klasifikaciji u prerađivačku industriju, one to u pravnom smislu nisu. Napredak i razvoj proizvodnih djelatnosti je vidljiv u posljednjih nekoliko godina tako da sada na području općine djeluju tvrtke koje se bave djelatnostima prerade drveta, proizvodnjom betonskih elemenata i sl.

2.4.2. Stanovništvo prema ekonomskoj strukturi

Ekonomskom aktivnošću podrazumijeva se svaka aktivnost osoba koje pridonose ili su spremne pridonositi proizvodnji dobara i usluga u određenom razdoblju radi stjecanja sredstava za život. Zaposlenim stanovništvom smatraju se osobe koje obavljaju bilo kakav posao za plaću u novcu ili naturi, dok se među ekonomski neaktivnim osobama ubrajaju umirovljenici, osobe koje se bave obvezama u

kućanstvu, učenici, studenti te ostale neaktivne osobe starije od 15 godina. Aktivno stanovništvo je temeljna kategorija pri analizi stanovništva kao proizvodnog faktora. Zaposlenih stanovnika Općine Bebrina 2011. godine bilo je 944 ili 46,5% stanovništva Općine starog 15 i više godina, dok je ekonomski neaktivnih stanovnika bilo znatno više, 1.333 stanovnika. Stanovništvo Općine Bebrina imalo je bolju strukturu stanovništva od županijske razine prema trenutnoj aktivnosti, odnosno zaposlenosti i nezaposlenosti.

Grafikon 4. Stanovništvo staro 15 i više godina prema trenutnoj aktivnosti u Brodsko-posavskoj županiji i Općini Bebrina, 2011.



Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, Prirodno kretanje stanovništva Republike Hrvatske, 2011.

2.4.3. Indeks razvijenosti

Republika Hrvatska je Zakonom o regionalnom razvoju (147/14, 123/17) donijela Uredbu o indeksu razvijenosti (63/10) i Odluku o razvrstavanju jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave prema stupnju razvijenosti (147/14, 123/17). Pri tome, indeks razvijenosti se tumači tako da sve one jedinice lokalne, odnosno područne (regionalne) samouprave koje imaju vrijednost indeksa veću od 100 spadaju u područje iznadprosječne razvijenosti, dok sve one jedinice lokalne, odnosno područne (regionalne) samouprave koje imaju vrijednost indeksa manju od 100 spadaju u područje ispodprosječne razvijenosti. Prema tome kompozitni pokazatelj koji

se računa kao ponderirani prosjek više osnovnih socio-ekonomskih indikatora. Prema ponderiranom prosjeku pet pokazatelja (prosječni dohodak i prosječni izvorni prihodi per capita, prosječna stopa nezaposlenosti, kretanje stanovništva i udio obrazovnog stanovništva) dobiven je indeks razvijenosti Općine Bebrina koji je ispod nacionalnog prosjeka čime Općina Bebrina spada u II. skupinu razvijenosti. Sukladno Zakonu o regionalnom razvoju (NN 147/14, 123/2017), potrebno je dodatno ulagati i poticati razvoj jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave čiji stupanj razvijenosti zaostaje za nacionalnim prosjekom.

2.4.4. Analiza stanja turizma

Analiza stanja turizma predstavlja analizu postojeće prostorno-planske dokumentacije promatrane kroz razvoj turizma, te analizu korištenja turističkih resursa i analizu Programa ukupnog razvoja Općine Bebrina 2015. – 2020. i glavnih trendova na turističkom tržištu.

2.4.4.1. Analiza prostorno-planske dokumentacije sa gledišta razvoja turizma

Analizirajući dostupnu prostorno-plansku dokumentaciju kroz prizmu turizma nastoje se razmotriti sve mogućnosti, ali i ograničenja koja mogu doći kod budućeg planiranja razvoja Općine, a sve u skladu sa dokumentima više razine. Usklađivanjem lokalne strategije razvoja turizma na razini Republike Hrvatske važno je kako bi se lokalno gospodarstvo, odnosno turizam razvijao prema zajedničkim razvojnim ciljevima. Važno je napomenuti kako su sve strategije više razine u potpunosti usklađene sa strateškim dokumentima Europske unije, među kojima su Europa 2020, sa sva tri njena prioriteta: 1. pametni rast – koji podrazumijeva razvijanje gospodarstva utemeljenog na znanju i inovacijama, 2. održivi rast – promicanje gospodarstva koje učinkovitije iskorištava resurse, koja je zelenija i konkurentnija, te 3. uključiv rast.

Također, Strategija razvoja turizma Općine Bebrina je usklađena sa sektorskim strategijama ključnim za razvoj turizam: Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske 2020 godine, Strateški marketinški plan hrvatskog turizma za razdoblje 2014. – 2020., Akcijski plan razvoja kulturnog turizma.

Na regionalnoj razini, točnije u Brodsko-posavskoj županiji postoji strategija cjelokupnog razvoja Županije za razdoblje do 2020. godine (nacrt prijedloga), Operativni plan razvoja cikloturizma Brodsko-posavske županije, dok je potpuni nedostatak ostalih planskih dokumenata za razvoj turizma. Nedostatak strateških dokumenata razvoja turizma na županijskoj razini otežava planski razvoj turizma te u konačnici i izradu lokalnih razvojnih strategija u turizmu. Na području Općine Bebrina postoji strategija tj. Program ukupnog razvoja Općine Bebrina 2015. – 2020., koji predstavlja smjernice za ukupni budući gospodarski razvoj Općine.

2.4.4.2. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine

Strategija razvoja turizma je dokument koji precizno definira smjernice za povećanje konkurentnosti hrvatskog turizma na međunarodnom tržištu, daje jasne naputke za pokretanje investicija u sektoru te će ujedno biti i osnova za povlačenje sredstava iz fondova Europske unije.

Za ostvarenje zacrtanog razvojnog cilja hrvatskom turizmu do 2020. godine, navodi se u Strategiji, implementacija sljedećih strateških ciljeva:

1. ostvariti nove investicije u iznosu od 7 milijardi eura
2. poboljšati strukturu i kvalitetu smještaja (izgradnja novih 20 tisuća soba u hotelima i rast njihovog udjela s 13,1% na 18,1%; izgradnja novih sadržaja u kampovima; povećanje kvalitete obiteljskog smještaja)
3. otvoriti oko 30 tisuća novih radnih mjesta u turizmu i u pratećim djelatnostima (oko 20 tisuća u turizmu i oko 10 tisuća u pratećim djelatnostima)
4. povećati turističku potrošnju (ostvarivanje 14,3 milijardi eura ukupne godišnje turističke potrošnje 2020. godine)

Operativne strategije

Strategija je precizna i kada je riječ o definiranju ključnih područja na kojima je potrebno djelovati („operativne strategije“) i na kojima bi trebao biti naglasak turističke politike naše zemlje do 2020. godine. Definirano je pet ključnih područja:

1. Marketing

- novi organizacijski ustroj Glavnog ureda HTZ-a i reorganizacija sustava TZ-a prema DMO-ima
- profesionalna procedura turističkog brendinga
- profesionalizacija odnosa s javnošću u turizmu
- prelazak na online komunikaciju prema tržištima
- permanentna edukacija kadrova na svim razinama

2. Razvoj turističke ponude

- definirano deset ključnih turističkih proizvoda: sunce i more, nautički turizam, zdravstveni turizam, kulturni turizam, poslovni turizam, golf turizam, cikloturizam, eno i gastroturizam, ruralni i planinski turizam te pustolovni i sportski turizam,
- razvoj tih proizvoda će omogućiti smanjenje sezonalnosti i povećanje turističke potrošnje.

Za snažniji razvoj turističke ponude potrebni su i:

- a) privatizacija i aktiviranje državne imovine (privatizacija turističke imovine u državnom vlasništvu, aktiviranje neaktivne vojne i industrijske imovine; brownfield i greenfield),
- b) unaprjeđenje smještajne ponude (novi kapaciteti većinom u hotelima i resortima 4 i 5* te malim hotelima, povećanje kvalitete obiteljskog smještaja, podizanje kvalitete kampova),
- c) unaprjeđenje ostale turističke ponude (tematski parkovi, plaže, staze i šetnice, centri za posjetitelje, zabava, shopping ponuda i dr.).

3. Investicije

S obzirom da su nove investicije preduvjet za jačanje turističke konkurentnosti, Strategija jasno definira i Investicijsku strategiju, kojom se do 2020. godine predviđaju ukupna ulaganje od 7 milijardi eura i to u sljedeće svrhe:

- izgradnju novih hotela i resorta (oko 20 tisuća novih hotelskih soba) – 2,2 milijarde eura

- obnovu i rekonstrukciju postojećih hotelskih kapaciteta (oko 15-ak tisuća soba) – 825 milijuna eura
- ulaganje u male obiteljske hotele i pansione (200 novih malih obiteljskih hotela i podizanje kvalitete postojećih malih hotela) – 295 milijuna eura
- ulaganje u ploveće male hotele (100 novih plovećih malih hotela (brodova) i podizanje kvalitete postojećih) – 110 milijuna eura
- ulaganja u kampove (400 milijuna eura); smještajne kapacitete u kućanstvima (700 milijuna eura); luke nautičkog turizma (552 milijuna eura); kongresne centre (izgradnja najmanje dva velika centra, 46 milijuna eura); tematske parkove (300 milijuna eura)
- ulaganja u ostalu turističku infrastrukturu: sadržaji zabave, rekreacije, plaže, hrana i piće, shopping (1,5 milijarde eura)

U dijelu investicijskog okruženja predviđa se:

- a) privatizacija državnih poduzeća
- b) rješavanje pitanja turističkog zemljišta
- c) približavanje uvjeta poslovanja konkurentskim destinacijama
- d) nastavak jačanja uloge HBOR-a kao razvojne banke s poticajnim uvjetima za razvojne turističke projekte
- e) korištenje EU fondova za sljedeća područja: javna infrastruktura za razvoj turizma, privatni poduzetnički pothvati, projekti obrazovanja u turizmu, promocije i zaštite okoliša

4. Razvoj ljudskih potencijala

- cilj: tržišno orijentiran sustav obrazovanja u turizmu

S obzirom da su tržišno konkurentni ljudski potencijali preduvjet kvalitete i rasta konkurentnosti hrvatskog turizma potrebno je:

- a) uspostaviti jake regionalne centre obrazovanja za turizam unutar mreže srednjih strukovnih škola
- b) uskladiti kurikulume sukladno potrebama gospodarstva
- c) uspostaviti trening centre i tehnički opremiti strukovne škole
- d) uspostaviti specijalizirane visoke poslovne škole
- e) uspostaviti sustav cjeloživotnog obrazovanja

5. Upravljanje procesima

- Ministarstvo turizma definirano glavnim nositeljem provođenja Strategije
- potrebno konstituirati Međuministarsko stručno vijeće za turizam, čiji je glavni
- zadatak rasprava i donošenje godišnjih Akcijskih planova provedbe Strategije
- profesionalizirati sustav turističkih zajednica zbog povećanja učinkovitosti (DMO)

Akcijski plan

Strategija definira i konkretan i precizan Akcijski plan, sastavljen od 26 prioriternih mjera koje se, između ostalog, odnose na: jasno definiranje izmjena i dopuna zakonske regulative, zatim akcijske planove razvoja pojedinih turističkih proizvoda, nacionalne programe razvoja određenih segmenata smještajnih kapaciteta, izradu novog strateškog marketing plana hrvatskog turizma i preustroj sustava turističkih zajednica.

Proces izrade

Strategiju je izradio Institut za turizam iz Zagreba, a u njezinu su pripremu bili uključeni predstavnici hrvatskog javnog i privatnog turističkog sektora te šira javnost. Za potrebe izrade dokumenta Institut je proveo niz istraživanja o imidžu i percepciji Hrvatske kao turističke destinacije, stavovima javnog sektora i lokalne populacije, a u kojima je sudjelovalo oko pet tisuća ispitanika. Provedeno je i osam fokus grupa s predstavnicima strukovnih udruga i ostalih dionika u turizmu, zatim sedam radionica i 33 dubinska intervjua o, između ostalog, pozicioniranju turističkih regija i razvoju turističkih proizvoda.

2.4.4.3. Strateški marketinški plan hrvatskog turizma za razdoblje 2019. – 2021. godine

Strateški marketinški plan hrvatskog turizma za razdoblje 2019. – 2021. godine je dokument kojim se definira nacionalni turistički marketing te ostvarenje ciljeva povećanja snage brenda, povećanje broj dolazaka turista u pred i posezoni te povećanje ukupne dnevne potrošnje. Marketinški plan hrvatske za razdoblje 2014. – 2020 predstavio je prijedlog vrijednosti koje opisuju turističku ponudu na način da opisuje koristi koje pojedina turistička destinacija može pružiti svojim posjetiteljima te

ih iskoristiti u što boljoj promociji. Prema navedenom, prednosti Općine Bebrina u usporedbi sa drugim odredištima, prema prijedlogu vrijednosti koji zadovoljavaju potrebe ciljanog gosta, a ugrađuju se u stvaranje turističkih proizvoda su:

1. Ljepota prirode
2. Netaknutost odredišta
3. Bogata povijest i kultura
4. Opsežna i raznolika gastronomija
5. Različitost životnih stilova (običaji, stari obrti, folklor, glazba, ples...)

Navedene aktivnosti, su inicijative na koje je potrebno obratiti pozornost prilikom stvaranja turističkih proizvoda, odnosno brendiranja određene destinacije, poput oblikovanja primamljivog brenda za ciljane skupine gostiju, komunikacijske inicijative koje ojačavaju brend kroz medijske formate poput oglašavanja ili odnosa sa javnošću, zatim stvaranje inicijativa osmišljenih da udovolje očekivanjima gostiju te davanje podrške turističkoj industriji. Slijedom svega navedenog navedeni marketinški planovi hrvatskog turizma su dali i smjernice za izradu koncepta brendiranja i promocije destinacije Općine Bebrina.

2.4.4.4. Analiza korištenja turistički resursa

Hrvatski turizam karakterizira izrazita sezonalnost, prvenstveno zbog primarnog turističkog proizvoda sunca i mora, no sezonalnost nije karakteristika turizma Kontinentalne Hrvatske koja je 2017. godine bilježila 13,2% svih turističkih dolazaka i 4,9% svih noćenja turista u Republici Hrvatskoj. U Brodsko-posavskoj županiji u 2017. godine ostvareno je 28.614 dolazaka i 50.791 noćenja turista. Izletničke destinacije s bogatom prirodnom i kulturnom baštinom, kao i raznolike manifestacije, vinske ceste i biciklističke staze glavni su privlačni čimbenici dolazaka turista na područje Županije, a time i Općine Bebrina.

Tablica 13. Dolasci i noćenja turista u Brodsko-posavskoj županiji

		2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.
Dolasci	Strani	10.516	12.658	13.260	13.656	15.301	17.006
	Domaći	9.627	11.070	11.035	10.335	11.268	11.608
	Ukupno	20.143	23.728	24.295	23.991	26.569	28.614
Noćenja	Strani	16.869	19.453	19.609	21.252	24.895	28.383
	Domaći	18.716	24.092	21.059	21.637	21.136	22.408
	Ukupno	35.585	43.545	40.668	42.889	46.031	50.791

Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske

Na području Općine Bebrina ne postoje smještajni kapaciteti za prihvat turista te zbog toga i ne postoje podaci o broju noćenja ostvarenih proteklih godina. Također, ne postoje informativni centri ili punktovi, kao ni ured turističke zajednice koji bi evidentirao posjetitelje ili izletnike koji su se zatekli na području Općine Bebrina.

Bez odgovarajućih smještajnih objekata poput seoskih domaćinstava, kuća za odmor, kampova, tradicionalnih kuća ili sličnih objekata za pružanje smještaja nije moguć daljnji razvoj turizma, kao ni organizacijskih oblika u turizmu (turistička zajednica, turistička agencija ili turistička udruga) koje bi vodile evidenciju broja dolazaka i noćenja na području Općine Bebrina.

3. SWOT analiza

SWOT analiza (snage, slabosti, mogućnosti i prijetnje) koja slijedi odražava informacije i uvid prikupljene tijekom pripreme Pregleda master plana turizma. Informacije su preuzete iz postupka pregleda dokumenata, a najvažnije od nedavnih konzultacija s dionicima. Većina pregledanih dokumenata sadržavala je neki oblik SWOT procjene, koji je odražavao trendove i socioekonomske uvjete tog vremena. U procesu SWOT procjene postoje zajedničke teme, a donji popis sažima glavne i najčešće ponavljajuće koji su zabilježeni u nedavnoj prošlosti.

SWOT analiza daje ocjenu snaga i slabosti te prilika i prijetnji bitnih za razvoj svakog od ključnih društveno-gospodarskih područja Općine, kao i Općine u cjelini. Izrađena je na temelju analize stanja općine Bebrina gdje su identificirane SNAGE koje predstavljaju područja, resurse i sposobnosti unutar Općine na koje se ona može osloniti u razvoju, s najvećim mogućnostima za uspjeh. Identificirane SLABOSTI ukazuju koja područja, resursi i sposobnosti unutar općine ograničavaju ili onemogućuju njezin razvoj.

PRILIKE ukazuju na područja, resurse i sposobnosti koje su izvan kontrole Općine, a koje bi mogla iskoristiti za svoj razvoj (povećati snage i/ili smanjiti slabosti).

PRIJETNJE predstavljaju područja, resurse i sposobnosti izvan kontrole Općine koje mogu ugroziti njezin razvoj (smanjiti snage i/ili povećati slabosti). U procesu izrade SWOT analize općine Bebrina identificirani su ključni čimbenici razvoja turizma: **analiza prometne, komunalne, društvene i turističke infrastrukture, analiza turističkih atrakcija, analiza organizacijskog (ljudskog) potencijala za razvoj turizma.**

SWOT analiza izrađena je na temelju osnovne analize stanja Općine Bebrina, a u procesu izrade poseban je naglasak stavljen upravo na ključne čimbenike razvoja turizma.

Slika 5. SWOT analiza prometne, komunalne, društvene i turističke infrastrukture

<p><i>Blizina autoceste Slavonski Brod – Zagreb</i></p>	<p><i>U većem djelu Općine nema izgrađenih pješačkih staza, dok veliki dio postojećih pješačkih staza treba rekonstrukciju</i></p>
<p><i>Blizina rijeke Save</i></p>	<p><i>Na području Općine nema dovoljno uređenih biciklističkih staza</i></p>
<p><i>Bogata, očuvana i raznolika prirodna osnova javnih površina i obale Save</i></p>	<p><i>Nedostatak smještajnih kapaciteta</i></p> <p><i>Niska kvaliteta turističke prometne signalizacije</i></p> <p><i>Nepostojanje željezničke povezanosti</i></p> <p><i>U svim naseljima Općine nije uveden plin, a ne postoji niti vodoodvodnja</i></p>
<p>Snage</p>	<p>Slabosti</p>
<p>Prilike</p>	<p>Prijetnje</p>
<p><i>Mogućnost korištenja fondova Europske unije za izgradnju prometne i komunalne infrastrukture (nerazvrstane ceste, nogostupi i sl.)</i></p>	<p><i>Smanjenje ulaganja u razvoj prometne i komunalne infrastrukture uslijed nedostatka financijskih sredstava</i></p>
<p><i>Postojanje društvene infrastrukture koja može poslužiti u turističke svrhe (društveni domovi)</i></p>	<p><i>Needuciranost i neiskorištavanje prilika koje nude fondovi Unije</i></p>
<p><i>Povećani interes lokalnih vlasti za razvoj prometne i komunalne infrastrukture</i></p>	<p><i>Pasivnost lokalnog stanovništva i nedostatak poduzetničkog duha</i></p> <p><i>Izostajanje investicijskih projekata uslijed nerješavanja imovinsko-pravnih odnosa</i></p>

Slika 6. SWOT analiza turističkih atrakcija

<i>Raznolikost i očuvanost prirodnih resursa</i>	<i>Neprijmjerena dosadašnja turistička valorizacija prirodnih i kulturnih resursa</i>
<i>Netaknuta priroda i bogatstvo ruralnog područja</i>	<i>Nedovoljno kvalitetnog (potrebnog) i educiranog kadra u turizmu</i>
<i>Autohtoni i tradicionalni proizvodi</i>	<i>Nepostojanje strategije i koncepta upravljanja turističkim resursima</i>
<i>Raznoliki turistički resursi</i>	<i>Nepostojanje marketinga i strategije manifestacija</i>
<i>Dobri preduvjeti za razvoj športskog, biciklističkog, ruralnog, seoskog turizma i birdwathinga</i>	<i>Niska razina turističkih kulturnih sadržaja</i>
<i>Nizak stupanj onečišćenja zraka i vode te bogata bioraznolikost – Natura 2000</i>	<i>Nedovoljno brendiranje i zaštita nematerijalne i materijalne baštine</i>
Snage	Slabosti
Prilike	Prijetnje
<i>Danji trend rasta posjećenosti turističkih atrakcija i destinacije</i>	<i>Neorganiziranost i premala suradnja potencijalnih dionika ruralnog turizma na nacionalnoj i lokalnoj razini</i>
<i>Razvitak proizvodnje autohtonih, ekoloških i tradicionalnih proizvoda</i>	<i>Nedefinirana nacionalna strategija razvitka poljoprivrede i ruralnog turizma</i>
<i>Visok postotak očuvanog kulturnog krajolika, kao potencijal za razvitak ruralnog turizma</i>	<i>Brži razvoj i trend rasta konkurentske ponude u okruženju</i>
<i>Proizvodnja zdrave hrane i autohtonih proizvoda</i>	

Slika 7. SWOT analiza organizacijskog (ljudskog) potencijala za razvoj turizma

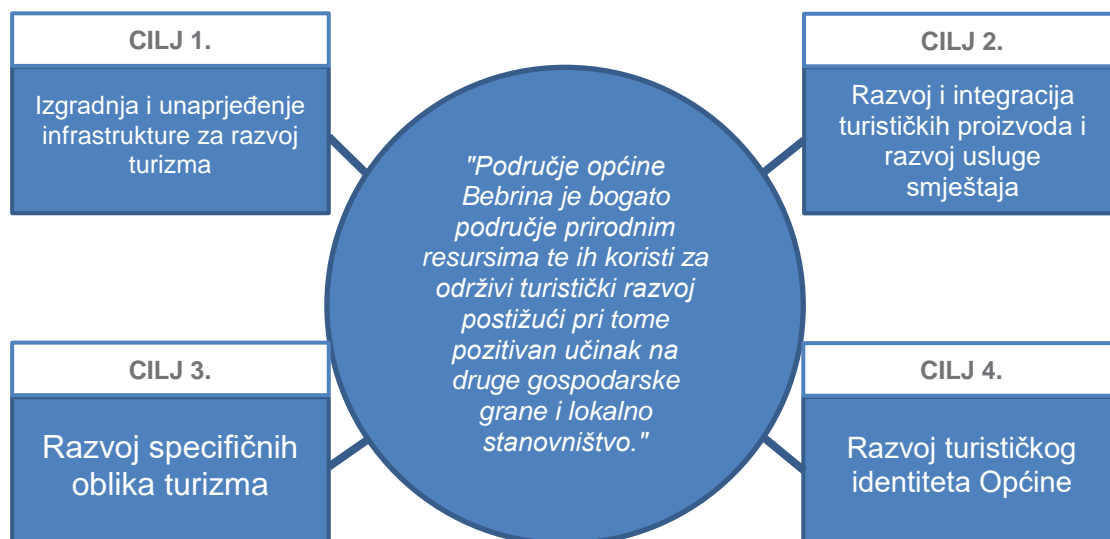
<i>Podrška i naponi lokalne vlasti i pojedinih skupina stanovništva za razvoj turizma</i>	<i>Nepostojanje turističke aktivnosti i nepostojanje prihoda od turizma</i>
<i>Uključivanje udruga u organizaciju raznih manifestacija i događanja na području Općine</i>	<i>Nepostojanje nositelja turističkog razvoja u Općini, tj. nepostojanje turističke zajednice</i>
<i>Gostoljubljivost lokalnog stanovništva</i>	<i>Nepostojanje turističke udruge koja bi pružala usluge i promovirala Općinu</i>
	<i>Nedostatak brenda na području Općine</i>
	<i>Nedostatak turističke tradicije</i>
Snage	Slabosti
Prilike	Prijetnje
<i>Osnivanje turističke zajednice u Općini Bebrina</i>	<i>Odseljavanje lokalnog stanovništva</i>
<i>Osnivanje info centra, turističkih udruga i sličnih organizacija za pružanje informacija i usluga u turizmu</i>	<i>Nedostatak interesa za razvoj turizma lokalnog stanovništva</i>
<i>Poticanje poduzetništva i investicija u turizmu</i>	<i>Trend odlaska visokobrazovanih i kvalitetnih kadrova u inozemstvo</i>
<i>Stvaranje brenda Općine</i>	<i>Nedostatak radne snage uslijed pada broja radno aktivnog stanovništva</i>

4. Strategija razvoja turizma

4.1. Vizija i ciljevi razvoja

Definiranje vizije turističke destinacije odgovara na pitanja kakva će ona biti u budućnosti, odnosno, kakva je njena željena slika kroz dulje vremensko razdoblje. S jedne strane ta slika počiva na postojećem stanju i mogućnostima koje proizlaze iz vlastitih snaga i okruženja, a sa druge strane se temelji na željama i ambicijama dionika i vjerovanju da se ona može ostvariti. Zbog toga je važno da ju svi u destinaciji prihvate kako bi postala polazna točka promišljanja u djelovanju i poslovnim planovima dionika, kao i točka inspiracije za turistički razvoj Bebrine.

Vizija predstavlja budući razvoj turizma u destinaciji i potrebno je imati kolektivnu potporu svih dionika unutar određene destinacije. Samo uz potporu svih dionika kako na strani ponude, tako na strani posrednika u prodajnim kanalima, tako i uz stanovništvo koje je direktno ili indirektno povezano s aktivnostima turističke destinacije, određeni ciljevi mogu biti ostvareni.



Strateški cilj 1. Izgradnja i unaprjeđenje infrastrukture i kapaciteta za razvoj turizma

Ishodišna točka stvaranja turističke destinacije je posjedovanje turističke infrastrukture koja će omogućiti prihvat gostiju i podršku procesima u turizmu. Tu su na prvom mjestu komunikacijski faktori, ceste i općenito putevi koji destinaciju čine dostupnijom turistima. Osim toga primarno je važno uspostaviti osnovnu infrastrukturu za prijem gostiju kao što su ruralne kuće za smještaj, kampovi, restorani, sportski tereni itd., kako bi se stvorila integralna turistička infrastruktura. Osim izgradnje nove infrastrukture i postojeću je potrebno obnavljati i održavati, a sve kako bi ju prilagodili sadašnjoj situaciji i potrebama današnjih turista/posjetitelja, te u konačnici ju spriječili od propadanja i urušavanja.

Cilj je usmjeren na oblikovanje sadržaja koji olakšavaju pokretanje, razvoj i opstanak svih subjekata koji se planiraju baviti turističkom djelatnosti na području Općine Bebrina. Kako bi se stvorili preduvjeti za razvoj turizma na području Općine Bebrina potrebno je realizirati aktivnosti izgradnje cestovne, kanalizacijske infrastrukture pomoću koje gospodarski subjekti te svi zainteresirani pojedinci mogu lakše i učinkovitije razvijati svoje djelovanje unutar turističke gospodarske grane. Uz navedenu infrastrukturu u sklopu ovoga cilja je predviđeno uređivanje javnih sadržaja koji mogu poslužiti kao katalizator u procesu utvrđivanja predmetnog područja u svrhu rasta atraktivnosti područja za dolazak turista. Sadržaji koji su usmjereni na ovaj cilj su biciklističke staze, pješačke zone i staze i sl. Sva ulaganja i zahvati unutar ovoga cilja, kao i drugih ciljeva strategije podrazumijeva usklađenost sa aktualnim II. Izmjenama i dopunama Prostornog plana Općine Bebrina.

Strateški cilj 2. Razvoj i integracija turističkih proizvoda i razvoj usluge smještaja

Smještajni kapaciteti i usluge posluživanja hrane i pića važan su segment turističke ponude svakoga područja. S obzirom na činjenicu da trenutno ne postoji gospodarska aktivnosti u području usluga smještaja i posluživanja hrane i pića ovaj cilj predstavlja jedan od prioriternih. Ovaj cilj je potrebno ostvariti i zbog činjenice da se navedeno

ulaganje nalazi u početnoj fazi pokretanja razvoja turističke djelatnosti i turističke ponude, a pružanje usluge smještaja te posluživanja hrane i piće pozitivno utječu na kvalitetu ponude i doživljaj cjelokupnog područja Općine Bebrina. S obzirom da na području Općine Bebrina ne postoje iznajmljivači i subjekti koji pružaju usluge smještaja te posluživanja hrane i pića ovaj cilj je direktno usmjeren na animiranje fizičkih i pravnih subjekata koji imaju potencijal djelovanja unutar ovoga područja. Razvoj nove ponude i usluga kroz financiranje dostupnim bespovratnim sredstvima je način na koji cilj direktno djeluje na individualnu konkurentnost investitora ali i konkurentnost područja. Upravo fokus ovoga cilja je i razvoj obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava koji također mogu biti nositelji projekata za razvoj nepoljoprivrednih djelatnosti u sklopu mjera ruralnog razvoja. Kroz mjere ruralnog razvoja mogu se financirati projekti za razvoj i unapređenje usluga smještaja te posluživanja hrane i pića. Projekti koji se mogu financirati bespovratnim sredstvima iz ruralnog razvoja su izgradnja i opremanje objekata za pružanje usluga smještaja te posluživanja hrane i pića te su usmjereni na izgradnju dodatnih sadržaja (bazeni, sportski sadržaji...) kako bi se razvio turistički sadržaj te ojačala konkurentnost i atraktivnost turističke ponude. Sve investicije i zahvati unutar ovoga cilja, kao i drugih ciljeva strategije podrazumijeva usklađenost sa trenutnim aktualnim II. Izmjenama i dopunama Prostornog plana Općine Bebrina.

Strateški cilj 3. Razvoj specifičnih oblika turizma

Analiza postojećeg stanja Općine Bebrina pokazuje kako promatrano područje obiluje sa kulturnom, a naročito prirodnom baštinom koja trenutno nije dovoljno istražena i tržišno valorizirana. Zbog trenutnih turističkih trendova koji pokazuju sve veću potražnju za specifičnim oblicima turizma te obzirom na podatke iz SWOT analize vidljiv je potencijal u razvoju ovakvih oblika turizma, te ovaj cilj stoga predstavlja osnovu za kontrolirani, planski i održivi razvoj turističke gospodarske grane na područje Općine Bebrine. Razvojem specifičnih oblika turizma u isto vrijeme se mora i motivirati potencijalne posjetitelje/turiste za dolazak određenom dominantnom turističkim atrakcijom, a upravo na području Općine Bebrina prirodna baština posjeduju potencijal da to i postane. Specifični oblici turizma koji su temeljem podataka iz SWOT analize, odrađenih radionica i individualnih sastanaka ostvarivi na području Općine

Bebrina su: ruralni/seoski turizam, lovni i ribolovni turizam, cikloturizam, birdwatching, kulturni turizam... Svaki pojedinačno navedeni specifični oblik turizma ima barem jedan dominantan turistički motiv u obliku prirodne baštine, a koje se daljnjim ulaganjima i razrađivanjem planova investiranja može tržišno pozicionirati.

Strateški cilj 4. Razvoj turističkog identiteta Općine

Identitet turističkog prostora predstavlja važan čimbenik u turizmu neke zemlje, a ujedno predstavlja jedan alat uz pomoć kojega se neki prostor može učiniti prepoznatljivim. Stvaranje identiteta u turizmu predstavlja proces koji izdvaja određenu destinaciju po svojim karakteristikama, stvarajući pri tome upravo identitet destinacije. Identitet destinacije se kreira s obzirom na ciljeve koji se žele postići. Ciljevi mogu biti raznoliki, od promoviranja turističkih proizvoda, razvoja gospodarstva do očuvanja prirode i kulturne baštine, a sve u svrhu postizanja konkurentske prednosti. Stvaranje prepoznatljivog konkurentskog identiteta destinacije čini okosnicu definiranja brenda destinacije, a njime će se prezentirati sve glavne turističke atrakcije. Slijedom navedenog, kroz koncept destinacijskog brenda, destinacija će stvoriti jak i prepoznatljiv identitet Općine kojim će se ona isticati i ostvariti konkurentsku prednost. Ovaj cilj je usmjeren na sadržaje koji će doprinijeti stvaranju prepoznatljivosti Općine Bebrina kao poželjnoj turističkoj destinaciji. Kako bi se stvorili preduvjeti za razvoj turističkog identiteta u sklopu ovoga cilja je predviđeno osnivanje turističke zajednice, izrada web stranica TZ Općine Bebrina na kojoj će se promovirati turistička destinacija, zatim osmišljavanje i izrada različitih turističkih promotivnih materijala, odnosno različiti suveniri.

4.2. Detaljan akcijski plan

STRATEŠKI CILJ 1. IZGRADNJA I UNAPRJEĐENJE INFRASTRUKTURE ZA RAZVOJ TURIZMA			
Mjera 1.1. Razvoj infrastrukture potrebne za turistički razvoj			
Podmjera 1.1.1. Izgradnja i unaprjeđenje sustava prometne infrastrukture			
Indikatori	<ul style="list-style-type: none"> - broj kilometara novih i uređenih postojećih prometnica - broj adekvatno razvijene i označene prometne infrastrukture 		
Vrijeme provedbe	2017. – 2022.	Nositelji	Općina Bebrina
Financijska sredstva	1.000.000 kn	Izvori financiranja	EU fondovi, Općina Bebrina
Podmjera 1.1.2. Razvoj biciklističkih i pješačkih staza, poučnih staza, pješačkih zona i ostale rekreacijske infrastrukture			
Indikatori	<ul style="list-style-type: none"> - broj kilometara izgrađenih i uređenih biciklističkih i pješačkih staza, poučnih staza i pješačkih zona - duljina uređene i izgrađene izletničke i rekreacijske infrastrukture - povećanje korisnika bicikala kao prijevoznog sredstva - broj održanih natjecanja u biciklizmu i rekreativnim sportovima - broj korisnika poučnih i pješačkih staza 		
Vrijeme provedbe	2017. – 2022.	Nositelji	Općina Bebrina, Brodsko-posavska županija
Financijska sredstva	2.000.000 kn	Izvori financiranja	EU fondovi, Općina Bebrina, Ministarstvo nadležno za turizam
Podmjera 1.1.3. Izgradnja sustava vodoopskrbe i odvodnje			
Indikatori	<ul style="list-style-type: none"> - dužina izgrađenog sustava vodoopskrbe i odvodnje - broj korisnika vodopskrbnog sustava i sustava odvodnje 		
Vrijeme provedbe	2017. – 2022.	Nositelji	Općina Bebrina, Brodsko-posavska županija
Financijska sredstva	3.000.000 kn	Izvori financiranja	EU fondovi, Općina Bebrina
Podmjera 1.1.4. Izgradnja turističke infrastrukture i iskorištavanje rijeke Save kao resursa			
Indikatori	- izgrađena turistička infrastruktura uz rijeku Savu		
Vrijeme provedbe	2017. – 2022.	Nositelji	Općina Bebrina, Brodsko-posavska županija
Financijska sredstva		Izvori financiranja	EU fondovi, Općina Bebrina
Mjera 1.2. Razvoj smještajnih kapaciteta			

Podmjera 1.2.1. Izgradnja i uređenje novih smještajnih kapaciteta			
Indikatori	- Broj otvorenih jedinica privatnog smještaja - Broj ostvarenih noćenja		
Vrijeme provedbe	2017. – 2022.	Nositelji	Fizičke i pravne osobe
Financijska sredstva	3.000.000 kn	Izvori financiranja	EU fondovi, vlastita sredstva, bankovni krediti
Podmjera 1.2.2. Izgradnja kampova			
Indikatori	- broj jedinica privatnog smještaja u kampu - broj ostvarenih noćenja		
Vrijeme provedbe	2017. – 2022.	Nositelji	Općina Bebrina, fizičke i pravne osobe
Financijska sredstva	3.000.000 kn	Izvori financiranja	EU fondovi, vlastita sredstva, bankovni krediti
Podmjera 1.2.3. Očuvanje lokalnih tradicionalnih obilježja naselja			
Indikatori	- broj uređenih starih i zapuštenih kuća - broj objekata uređenih/rekonstruiranih/izgrađenih prema tradicionalnim obilježjima - broj provedenih projekata - broj novih „tradicijskih vrtova“ - povećan broj uređenih i očuvanih objekata tradicijske gradnje		
Vrijeme provedbe	2017. – 2022.	Nositelji	Općina Bebrina, fizičke i pravne osobe
Financijska sredstva	2.000.000 kn	Izvori financiranja	EU fondovi, vlastita sredstva, bankovni krediti

STRATEŠKI CILJ 2. RAZVOJ I INTEGRACIJA TURISTIČKIH PROIZVODA I RAZVOJ USLUGE SMJEŠTAJA			
Mjera 2.1. Razvoj seoskog turizma			
Podmjera 2.1.1. Razvoj seoskog turizma na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima i ostalim gospodarskim subjektima			
Indikatori	- broj uređenih objekata za bavljenje turizmom u ruralnom području - broj otvorenih tradicijskih i umjetničkih obrta		
Vrijeme provedbe	2017. – 2022.	Nositelji	Poljoprivredna gospodarstva, tradicijski i umjetnički obrti, fizičke i pravne osobe
Financijska sredstva	3.000.000 kn	Izvori financiranja	EU fondovi, vlastita sredstva, bankovni krediti
Podmjera 2.1.2. Razvoj nepoljoprivrednih djelatnosti na poljoprivrednim gospodarstvima			

Indikatori	<ul style="list-style-type: none"> - broj novouređenih objekata za pružanje usluga - broj novozaposlenih - broj otvorenih kuća starih zanata 		
Vrijeme provedbe	2017. – 2022.	Nositelji	Poljoprivredna gospodarstva i drugi gospodarski subjekti
Financijska sredstva	1.000.000 kn	Izvor financiranja	EU fondovi, vlastita sredstva, bankovni krediti
Podmjera	2.1.3. Informiranje, edukacija i udruživanje dionika turizma na poljoprivrednim gospodarstvima i ostalim gospodarskim subjektima		
Indikatori	<ul style="list-style-type: none"> - broj educiranih ponuditelja turističkih usluga - broj informiranih posjetitelja - broj edukacija posjetiteljima o prirodnim vrijednostima - broj udruženih dionika turizma na poljoprivrednim gospodarstvima 		
Vrijeme provedbe	2017. – 2022.	Nositelji	Općina Bebrina, poljoprivredna gospodarstva i drugi gospodarski subjekti
Financijska sredstva	1.000.000 kn	Izvori financiranja	EU fondovi, Općina Bebrina, BPŽ, nadležna Ministarstva
Mjera 2.2. Unaprjeđenje postojećih manifestacija i razvoj novih			
Podmjera	2.2.1. Unaprjeđenje postojećih manifestacija s višegodišnjom tradicijom održavanja i organizacija novih		
Indikatori	<ul style="list-style-type: none"> - broj manifestacija - broj posjetitelja 		
Vrijeme provedbe	2017. – 2022.	Nositelji	Općina Bebrina, udruge
Financijska sredstva	500.000 kn	Izvori financiranja	Općina Bebrina, nadležna Ministarstva
Mjera 2.3. Razvoj gastronomske ponude			
Podmjera	2.3.1. Razvoj, unaprjeđenje i povećanje prodaje lokalnih proizvoda		
Indikatori	<ul style="list-style-type: none"> - količina prodanih lokalnih proizvoda - broj razvijenih proizvoda - broj uspostavljenih prodajnih mjesta na poljoprivrednom gospodarstvu, tradicijskom obrtu i dr. 		
Vrijeme provedbe	2017. – 2022.	Nositelji	Pravne i fizičke osobe
Financijska sredstva	200.000 kn	Izvori financiranja	Vlastita sredstva

STRATEŠKI CILJ 3. RAZVOJ SPECIFIČNIH OBLIKA TURIZMA**Mjera 3.1. Razvoj sportsko-rekreacijskog turizma****Podmjera 3.1.1. Razvoj ribolovnog turizma**

Indikatori	<ul style="list-style-type: none">- kilometri uređenih pristupnih puteva i uređenih mjesta za ribolov- broj kupljene opreme za ribolovna društva, te općenito ulaganja i sve aktivnosti ribolovnih društava- broj dolazaka posjetitelja- broj noćenja- broj održanih ribolovnih natjecanja		
Vrijeme provedbe	2017. – 2022.	Nositelji	Općina Bebrina, ribolovna društva
Financijska sredstva	1.000.000 kn	Izvori financiranja	EU fondovi, Općina Bebrina, nadležna Ministarstva

Podmjera 3.1.2. Razvoj lovnog turizma

Indikatori	<ul style="list-style-type: none">- broj izgrađenih i uređenih lovačkih zgrada/domova, te lovnogospodarskih i lovnotehničkih objekata- broj održanih lovnih i streljačkih natjecanja- broj održanih kinoloških natjecanja- broj postavljene informativne signalizacije- broj dolazaka posjetitelja- broj noćenja		
Vrijeme provedbe	2017. – 2022.	Nositelji	Općina Bebrina, Lovne udruge/društva
Financijska sredstva	1.500.000 kn	Izvori financiranja	EU fondovi, Općina Bebrina, BPŽ, nadležna Ministarstva

Podmjera 3.1.3. Razvoj cikloturizma

Indikatori	<ul style="list-style-type: none">- broj uređenih biciklističkih staza- broj dolazaka posjetitelja- broj postavljene turističke signalizacije na području Općine Bebrina- broj održanih natjecanja u biciklizmu		
Vrijeme provedbe	2017. – 2022.	Nositelji	Općina Bebrina, udruge
Financijska sredstva	2.000.000 kn	Izvori financiranja	EU fondovi, Općina Bebrina, nadležna Ministarstva

Podmjera 3.1.4. Razvoj ostalih oblika sportskog turizma za individualne i timske sportove

Indikatori	<ul style="list-style-type: none">- broj izgrađenih igrališta, terena i ostale infrastrukture i opreme za sport (nogomet, košarka, rukomet, tenis, paintball i dr.)- broj održanih natjecanja u individualnim i timskim sportovima- broj natjecatelja		
Vrijeme provedbe	2017. – 2022.	Nositelji	Općina Bebrina, udruge
Financijska sredstva	2.500.000 kn	Izvori financiranja	EU fondovi, Općina Bebrina, nadležna Ministarstva

Podmjera 3.1.5. Razvoj Birdwatchinga			
Indikatori	<ul style="list-style-type: none"> - napravljena analiza stanja ornitofaune - napravljena analiza i valorizacija ornitofaune - postavljeni infrastrukturni elementi - napravljena promocija ponude promatranja ptica 		
Vrijeme provedbe	2017. – 2022.	Nositelji	Općina Bebrina, udruge, Javna ustanova za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode Brodsko-posavske županije
Financijska sredstva	3.000.000 kn	Izvori financiranja	EU fondovi, Općina Bebrina, BPŽ, nadležna Ministarstva
Podmjera 3.1.6. Razvoj istraživačkog turizma flore i faune			
Indikatori	<ul style="list-style-type: none"> - broj postavljenih informativnih ploča - broj posjetitelja - broj objavljenih znanstvenih istraživanja - broj objavljenih izdanja (članaka, brošura, stručnih radova i dr.) 		
Vrijeme provedbe	2017. – 2022.	Nositelj	Općina Bebrina, udruge, Javna ustanova za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode Brodsko-posavske županije i druge fizičke i pravne osobe
Financijska sredstva	1.000.000 kn	Izvori financiranja	EU fondovi, Općina Bebrina, BPŽ, nadležna Ministarstva
Mjera 3.2. Razvoj vjerskog turizma			
Podmjera 3.2.1. Postavljanje informativnih ploča u svrhu obilježavanja sakralnih objekata			
Indikatori	<ul style="list-style-type: none"> - broj postavljene različite infrastrukture za obilježavanje sakralnih objekata - turistička valorizacija pokretne i nepokretne kulturne baštine - stavljena u upotrebu kulturno-povijesna baština Općine Bebrina - broj posjetitelja 		
Vrijeme provedbe	2017. – 2022.	Nositelj	Općina Bebrina
Financijska sredstva	1.000.000 kn	Izvori financiranja	EU fondovi, Općina Bebrina, BPŽ, nadležna Ministarstva
Mjera 3.3. Razvoj kulturnog turizma			
Podmjera 3.3.1. Promocija i valorizacija narodnih običaja lokalnog stanovništva i nacionalnih manjina			
Indikatori	<ul style="list-style-type: none"> - turistička valorizacija kulturne lokalne baštine - broj posjetitelja - broj održanih manifestacija 		
Vrijeme provedbe	2017. – 2022.	Nositelj	Općina Bebrina, udruge

Financijska sredstva	100.000 kn	Izvori financiranja	EU fondovi, Općina Bebrina, BPŽ, nadležna Ministarstva
-----------------------------	------------	----------------------------	--

STRATEŠKI CILJ 4. RAZVOJ TURISTIČKOG IDENTITETA OPĆINE			
Mjera 4.1. Razvoj turističkog identiteta			
Podmjera 4.1.1. Osnivanje turističke zajednice			
Indikatori	- osnovana turistička zajednica		
Vrijeme provedbe	2017. – 2022.	Nositelj	Općina Bebrina
Financijska sredstva	200.000 kn	Izvori financiranja	Općina Bebrina
Podmjera 4.1.2. Izrada web stranice TZ Općine Bebrina			
Indikatori	- Izrađena web stranica TZ Općine Bebrina		
Vrijeme provedbe	2017. – 2022.	Nositelj	Općina Bebrina, Turistička zajednica Općine
Financijska sredstva	50.000 kn	Izvori financiranja	Općina Bebrina
Podmjera 4.1.3. Osmišljavanje i izrada turističkih tiskanih i ostalih promotivnih materijala			
Indikatori	- osmišljeni i izrađeni turistički tiskani promo materijali - izrađen promotivni video Općine		
Vrijeme provedbe	2017. – 2022.	Nositelj	Općina Bebrina, Turistička zajednica Općine
Financijska sredstva	50.000 kn	Izvori financiranja	Općina Bebrina
Podmjera 4.1.4. Izrada originalnih suvenira Općine			
Indikatori	- osmišljeni i izrađeni suveniri Općine Bebrina		
Vrijeme provedbe	2017. – 2022.	Nositelj	Općina Bebrina, Turistička zajednica Općine, gospodarski subjekti
Financijska sredstva	50.000 kn	Izvori financiranja	Općina Bebrina, Turistička zajednica Općine, vlastita sredstva

4.3. Turistička ponuda

4.3.1. Potencijalni oblici turizma na području Općine Bebrina

4.3.1.1. Birdwatching

Republika Hrvatska posjeduje bogatu prirodnu baštinu i u europskim razmjerima se, s obzirom na biološku i krajobraznu raznolikost, nalazi pri samom vrhu. Zbog toga ne čudi što turisti ističu da im je ljepota i očuvanost naše prirode i čistoća Jadranskog mora glavni motiv dolaska u Hrvatsku. Naša priroda je velikim dijelom još netaknuta, ali je pod sve većim pritiskom od nas samih. Nažalost, vlastiti kapaciteti ovog oblika turizma su nedovoljno razvijeni i često inozemne agencije dovode strane turiste promatrače ptica u Hrvatsku kako bi im pokazali našu osebujnu prirodnu baštinu. Hrvatska ima dugu i bogatu tradiciju turizma i postoji dobro razvijena infrastruktura za turističku ponudu, tako da se nameće zaključak da turističke zajednice, lokalna samouprava, nadležne državne institucije i javnost nisu dovoljno upoznati s mogućnostima koje pruža promatranje ptica. Promatranje ptica podrazumijeva opažanje i proučavanje ptica golim okom ili uz pomoć optičkih pomagala poput dalekozora (dvoгледа), durbina (teleskopa), te u novije vrijeme i fotografske opreme (fotoaparati s jakim objektivima). U međunarodnim okvirima se, za promatranje ptica, koristi engleska riječ birdwatching, a u novije vrijeme i riječ birding („ptičaranje“). Obje riječi predstavljaju brend čitavog sektora turizma promatranja ptica. Danas, na globalnoj razini, postoji više desetaka milijuna promatrača ptica koji imaju značajni gospodarski utjecaj koji se mjeri u milijardama dolara godišnje. S druge strane, ova zajednica, potiče i unaprjeđuje zaštitu okoliša i ptica na lokalnim razinama.

Privlačenje ptica u svrhu promatranja obavlja se na tri uobičajena načina:

- privlačenje na hranilice i/ili pojilice
- privlačenje u kućice za gnježđenje
- privlačenje glasanjem

Hranilice i pojilice se, uglavnom, postavljaju zbog brige o pticama, a promatranje je samo usputna aktivnost. Ipak, neke se ptice hrane upravo zbog mogućnosti promatranja i fotografiranja. Etički pristup pri hranjenju i pojenju ptica zasniva se na

principu da što manje utječemo na prirodnu ravnotežu. To znači da ptice moramo hraniti kvalitetnom i raznolikom hranom kako bismo privukli veći broj vrsta.

Promatrači ptica i ture za promatranje ptica

Općenito, promatrači ptica su obrazovani ljudi koji imaju razvijenu svijest glede zaštite prirode i okoliša, što se odražava na njihov način života, putovanja i odmora. Prije svega, turist promatrač ptica, dolazi u zemlju kako bi upoznao prirodnu baštinu i promatrao ptice koje nisu česte ili kojih nema u zemlji iz koje dolazi. Taj cilj želi ostvariti na održivi način, što racionalnijim korištenjem resursa, odnosi smanjiti osobni CO₂ otisak te zbog toga preferiraju putovanja vlakom. Također se mora uračunati mogućnost da ima turista koji su vegetarijanci ili vegani koji imaju posebne prehrambene navike na koje se mora obratiti pažnja.

Turističke se ture promatranja ptica mogu osmisliti kao „čiste ptičarske ture“ ili se mogu nadograditi dodatnim elementima kulturnog i ruralnog turizma. Promatrači su ptica, većinom, obrazovani i zanimaju se za autohtonu kulturnu baštinu. Često ih zanimaju tradicionalni zanati i tradicionalni način poljoprivrede i stočarstva. Zanimljive su i berbe, kao npr. berba maslina i grožđa te naknadna prerada plodova u ulje i vino. Zbog toga se preporuča smještaj u tradicionalno izgrađenim objektima koji, s druge strane, imaju sve pogodnosti suvremenog smještaja u kojima se poslužuje autohtona i, po mogućnosti, domaća hrana i piće.

Ture promatranja ptica traju, uobičajeno, između 5 do 10 dana tijekom kojih se obilaze atraktivna mjesta koja obuhvaćaju raznolika staništa. Hodanje prirodom je osnovni element izleta. Treba uzeti u obzir da se ptice najbolje promatraju u ranim jutarnjim satima, dok im aktivnost tijekom dana opada. Promatrači ptica uglavnom su osobe srednje i starije dobi. To svakako treba imati u vidu prilikom planiranja izleta (težina staze, prohodnost). Turisti su, uglavnom, dobro opremljeni terenskom opremom (planinarske cipele, vodootporna odjeća, štapovi za planinarenje), tako da loši vremenski uvjeti ne sprječavaju realizaciju izleta. Promatranje ptica se prvenstveno odvija na proljeće kad je sezona gniježdenja većine vrsta ptica. Najpovoljniji mjeseci su svibanj i lipanj kad su prisutne sve gnjezdarice. Tada su ptice najaktivnije zbog pjevanja, snubljenja, svadbenih i teritorijalnih letova. Očito je da se turizam promatranja ptica odvija u predsezoni što povećava iskorištenje postojećih kapaciteta

koji su popunjeni ljeti, tijekom srpnja i kolovoza. Na taj način turizam promatranja ptica doprinosi proširenju turističke sezone, što je u skladu s hrvatskom turističkom strategijom.

Infrastrukturni elementi za promatranje ptica

Budući da se turizam promatranja ptica zasniva na pokazivanju prirode i životinja moramo biti svjesni da je nemoguće kontrolirati prirodne uvjete, a u manjoj mjeri možemo jamčiti promatranje određenih vrsta. Čak ako neko područje obiluje vrstama ptica to nužno ne znači da ćemo ih moći i promatrati. Zbog toga je neophodno, prije dovođenja turista, točno proučiti teren i definirati gdje i kada možemo promatrati zanimljive vrste. Često je promatranje ptica nezadovoljavajuće jer se ptice, pri dolasku čovjeka, razbježe i samo ih manji dio grupe turista uopće uspije uočiti. Međutim, postoje infrastrukturni elementi kao što su promatračnice, koje omogućavaju nesmetano i dugotrajno promatranje ptica. Takve su promatračnice neophodne za kvalitetno promatranje, a s druge strane, smanjuju uznemiravanje ptica od strane čovjeka. Na razvijenim odredištima, gdje se promatraju ptice, promatračnice su sveprisutne i najčešće su uklopljene u poučne staze na kojima postoji više njih. Putevi između pojedinih promatračnica su skriveni grmljem ili trskom, tako da promatrači ne uznemiravaju ptice ni tijekom hodanja. To omogućuje što prirodnije ponašanje ptica (hranjenje, gniježđenje, odmaranje) na dobrobit ptica i promatrača. Promatračnice mogu biti raznih oblika i veličina. Svima je zajedničko da imaju otvore (male prozore) koji služe za promatranje ptice pomoću dalekozora i durbina. Osmatračnice se mogu opremiti info-materijalom, poučnim tablama, te bilježnicom u koju se bilježe promatrane vrste po datumima. Promatračnice su korisne i za fotografiranje ptica. U novije je vrijeme učestala i upotreba kamera na atraktivnim mjestima ili na gnijezdima ptica. Kamerama uživo možemo pratiti što se događa u gnijezdu, te moguće takve snimke prikazivati uživo internetom ili u posjetiteljskim centrima. Web kamere se također mogu ugraditi u postavljene kućice za gniježđenje.

Ekonomski potencijali turizma promatranja ptica

Zajednica promatrača ptica se snažno razvija i predstavlja jednu od najvećih skupina organiziranog civilnog društva u razvijenim zemljama na zapadu (Europa, Sjeverna Amerika). Udruge građana koje se deklariraju ljubiteljima ptica i koje aktivno sudjeluju u njihovoj zaštiti broje nekoliko milijuna članova. Među najvećima su udruge u Ujedinjenom Kraljevstvu (RSPB preko milijun članova) i u Njemačkoj (NABU oko 420.000 članova). Značajne zajednice ptičara postoje također u zemljama Skandinavije, Beneluksa i u drugim velikim državama Europe te u Sjevernoj Americi. Najveća svjetska organizacija za zaštitu ptica je Bird Life International, koja ima ukupno više od 10 milijuna članova s preko 3.000 zaposlenika diljem svijeta. Bird Life čini mrežu koja se sastoji od nacionalnih udruga u preko 100 država. Ovaj veliki broj aktivnih i osviještenih građana odražava sve veću svijest i brigu o zaštiti prirode i okoliša, a i o pažljivom ekonomskom razvoju. Broj ljubitelja ptica, diljem svijeta, je u stalnom porastu i u sebi krije veliki potencijal za oblike turizma koji su povezani s prirodom i pticama, a koji se drže načela održivosti.

Atraktivna područja i staništa za promatranje ptica

Raznolikost krajolika i staništa te očuvanost prirode u Hrvatskoj omogućava promatranje velikog broja različitih vrsta ptica. Atraktivna područja, uglavnom, pružaju mogućnost promatranja većeg broja rijetkih i zanimljivih vrsta. Vlažna staništa (močvare, veliki ribnjaci) su posebno istaknuta područja gdje možemo vidjeti najveći broj vrsta, dok na morskoj pučini možemo promatrati svega nekoliko vrsta ptica koje su zbog svoje rijetkosti i specifičnosti vrlo tražene. Šumska staništa su iz više razloga (nepreglednost, kratkoća opažanja, raštrkanost jedinki) uglavnom zanimljiva samo iskusnijim promatračima. Stjenovita i travnata staništa su atraktivna zbog mogućnosti promatranja grabljivica, vrsta posebno vezanih za to stanište, ali i zbog dobre preglednosti. Većina područja, popularnih među promatračima ptica, nije jednako privlačna tijekom cijele godine. Neka su područja zanimljiva samo u sezoni gniježđenja, a neka samo za zimovanja ili u vrijeme seobe. Najatraktivnija staništa u Hrvatskoj su velike površine voda stajaćica (močvare, ribnjaci, prirodna jezera) na kojima možemo promatrati veliki broj vrsta iz različitih skupina (patke, guske, labudovi,

grabljivice, čaplje, rode, ćurlini, čigre, gnjurci, pjevice). Promatranje nije zahtjevno u smislu identifikacije vrsta, jer se većina jedinki može promatrati dulje vrijeme.

Koraci potrebni za razvijanje turizma promatranja ptica:

1. Utvrđivanje stanja ornitofaune

Moramo točno znati što obitava na području interesa, tj. koje su vrste ptica prisutne, u koje doba godine i na kojim lokalitetima.

2. Analiza i valorizacija ornitofaune

Moramo znati odgovoriti na slijedeća pitanja:

- Koje se vrste mogu promatrati?
- Koje su vrste najatraktivnije?
- Kada i gdje ih možemo promatrati?

3. Postavljanje infrastrukturnih elemenata

Kako bi se ptice mogle što bolje promatrati, često je potrebno postavljanje određenih infrastrukturnih elemenata kao što su promatračnice, poučne staze koje služe za informiranje građana, školaraca i turista.

4. Promocija ponude promatranja ptica

Turisti i lokalna zajednica moraju biti dobro informirani o mogućnostima promatranja prirode i ptica. To se odnosi i na škole; izrada promidžbenih materijala (poster, letci, brošure, vodiči), nadopuna postojećih internetskih stranica – na njima označiti mjesta gdje se najbolje mogu promatrati ptice i kada.

5. Web-kamere i kućice za gniježđenje

Lokalna uprava može, dodatno, unaprijediti i promatranje ptica pomoću postavljanja kućica za gniježđenje (tamo gdje ne narušavaju ekološku ravnotežu), instalirati web-kamere pomoću kojih je moguće internetom promatrati gniježđenje ptica, postavljanje posebnih kućica u kojima su monitori ili u posjetiteljskim centrima.

6. Suradnja s lokalnim iznajmljivačima smještaja i lokalnim poljoprivrednicima

Turisti, koji promatraju prirodu i ptice, najčešće žele biti smješteni u autohtonom ambijentu, te žele kušati autohtonu gastronomsku ponudu; često žele upoznati ekološki i tradicionalni način poljoprivredne proizvodnje.

7. Izobrazba vodiča za promatranje ptica

Nužno je moći ponuditi lokalnog vodiča koji je sposoban voditi grupu po prirodnim znamenitostima područja, prepoznati sve ptice, te da pritom dovoljno zna o kulturnoj i povijesnoj baštini regije; mora se dobro koristiti engleskim jezikom, te, po mogućnosti, i dodatnim stranim jezicima (njemački, francuski).

Seoski turizam

Seoski turizam je takav oblik turizma koji uključuje kompleksnost svih aktivnosti i aspekata cjelovitog proizvoda turizma (rekreacija u seoskoj sredini, uživanje u dokolici i miru ruralnih predjela, uživanje u prirodi i raznovrsnim krajolicima, nacionalnim parkovima te parkovima prirode, kulturni turizam, turizam na seoskim domaćinstvima).

Definicija koja nam se čini najprikladnijom za promišljanje seoskog turizma u hrvatskim okvirima u smislu rekreacije u seoskoj sredini, uživanje u dokolici i miru ruralnih predjela, uživanje u prirodi i raznovrsnim krajolicima, nacionalnim parkovima te parkovima prirode, kulturni turizam te turizam na seoskim domaćinstvima. Također, za seoski turizam važan je spektar aktivnosti, usluga i dodatnih sadržaja koje organizira seosko stanovništvo na obiteljskim gospodarstvima u cilju privlačenja turista u vlastito područje te stvaranja dodatnog prihoda. Seoski turizam razlikuje se od ostalih vrsta turizama prema sljedećim elementima: ruralna/mirna sredina, očuvan okoliš, smještaj u tradicijskim seoskim domaćinstvima, komunikacija s domaćinima, domaća hrana u lokalno prepoznatljivom ambijentu (npr. klijeti, konobe i sl.) te upoznavanje poljoprivrednih poslova. Nadovezujući se na prethodno, navodimo ključne elemente seoskog turizma:

- a) lociran je u ruralnim područjima;
- b) funkcionalno je seoski: utemeljen na malom poduzetništvu, na otvorenom prostoru u izravnom dodiru s prirodom, zasniva se na naslijeđu i tradicijskim aktivnostima;
- c) dozvoljava sudjelovanje u aktivnostima, tradicijama i načinu života lokalnog stanovništva;
- d) osigurava personaliziran kontakt;
- e) naselja i građevine su ruralni (malih razmjera);
- f) tradicijski je po značenju, raste sporo i organski, povezan je s lokalnim obiteljima;

- g) različitih vrsta, predstavlja kompleksan uzorak ruralnog okruženja, ekonomije, povijesti i lokaliteta;
- h) visok udio turističkog prihoda koji koristi lokalnoj zajednici.

4.3.1.2. Agroturizam

Agroturizam je takav oblik turizma u kojem pripadnici lokalne zajednice nude obilazak u sklopu vlastitoga poljoprivrednog projekta i na taj način dopuštaju posjetitelju izravno sudjelovanje u iskustvu sadnje, žetve/berbe i procesiranja hrane određenog lokaliteta, kao što su kokosovi orasi, ananas, šećerna trska, kukuruz ili bilo koji drugi proizvod koji posjetitelj inače ne susreće u domicilnoj zemlji. Često farmeri nude i priliku za boravak na vlastitoj farmi te za obrazovanjem. Najveću dobrobit od agroturizma ostvaruje lokalno stanovništvo, a ne turistički radnici ili hoteli. Čest je slučaj uništavanja prirode na štetu zarade. Agroturizam i ekoturizam alternativni su oblici takvoj štetnoj praksi kao što su sječa drveća, ribolov dinamitom, uništavanje prašuma i džungla (What is Agro Tourism? 2006).

Agroturizam predstavlja tip turističkog obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva čija je osnovna djelatnost poljoprivredna proizvodnja dok dodatnu aktivnost čine turističke usluge smještaja i prehrane gostiju. Također, uz te dodatne aktivnosti mogu se organizirati i ostale turističke usluge koje zaokružuju agroturizam (paketi usluga) koje imaju za cilj gostima pružiti seoski doživljaj i mogućnost aktivnog odmora. Takvim načinom poslovanja se maksimalno iskorištava seoski potencijal gospodarstva. Na ovakav način će se gost iz prve ruke upoznati sa običajima, kulturnom baštinom, tradicijom, kulturom življenja, tradicionalnom poljoprivredom, zanatima, karakterističnim proizvodima za seosko gospodarstvo i lokalnom gastronomijom. Turistu se mora pružiti poseban doživljaj pružanjem usluge ili prodajom proizvoda koja će karakterizirati seosko gospodarstvo i seoski turizam. Trebao bi se izbjegavati masovni pristup pri pružanju usluga zbog nekvalitetne pružene usluge i neautentičnosti sa seoskim turizmom. Također, većina posjetitelja bira ovakve destinacije za odmor zbog mira i tišine koju ova vrsta turizma pruža. Na to se mora obratiti velika pozornost jer se gostu pruža individualan pristup i netaknuta priroda koje u Općini Bebrina ima na pretek i bez gradske gužve i vreve.

4.3.1.3. Kušaonice

Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu (NN 54/16) definira vinotočje/kušaonicu kao subjekt u koje se gostima pripremaju i uslužuju vina i/ili voćna vina i/ili proizvodi od vina i/ili voćnih vina i/ili ostala alkoholna pića i/ili naresci (suhomesnati proizvodi, sirevi i slično) koji se sljubljuju s tim pićima i/ili namazi. Umjesto naziva Vinotočje/Kušaonica se mogu koristiti i nazivi: Vinotočje (uslužuju se pretežno vina, naresci i/ili namazi) ili Kušaonica (uslužuju se pretežito naresci i/ili namazi i/ili pića). Na ovakav način se vrši direktna prodaja, usluga kušanja proizvoda i prezentacija proizvodnje uz ograničenje broja osoba za koje se može organizirati kušanje, a to je 80 osoba, te im se ne smiju posluživati topla jela.

Dodatno pokretanje i razvoj kušaonica na obiteljskim gospodarstvima moguće je financirati i EU sredstvima iz Programa ruralnog razvoja u okviru podmjera 6.2. i 6.4. Na ovakav način bi se stvorila u Općini Bebrina mreža kušaonica na kojima bi se tradicionalni proizvodi ovoga kraja mogli kušati i direktno od proizvođača u konačnici i kupiti.

Kušaonica se organizira kao dodatna djelatnost i dio turističke ponude na turističkom seoskom obiteljskom gospodarstvu na kojem je poljoprivredna proizvodnja osnovna djelatnost. Dodana djelatnost je usmjerena ka proizvodnji jednog ili više specifičnih proizvoda koji su karakteristični kao tradicija. Karakteristični proizvodi su: vino, rakija, med, ulje, suhomesnati proizvodi, voće, bademi, tradicionalne poslastice, proizvodi od brašna mljevenog na mlinu na vodu i sl.). Proizvodi se proizvode na gospodarstvu te se direktno na mjestu proizvodnje organizira i pakiranje te direktna prodaja tih proizvoda a isto tako u sklopu ponude organizira se i turistička usluga kušanja proizvoda i prezentacija proizvodnje. Ovisno o želji domaćina, na njemu je da osmisli ponudu koju želi pružati sa svojim proizvodom. Prezentacija proizvodnje se obavlja u organiziranom prostoru, uz nadoplatu. Uz ovu dodatnu djelatnost ne postoje smještajni kapaciteti već se samo nudi usluga kušanja i prodaje tradicionalnih proizvoda. Također, u sklopu ove djelatnosti ne nude im se ugostiteljske usluge (kao što je navedeno u agroturizmu), moguće je samo poslužiti nareške. Kušaonice kao oblik turističkom seoskom obiteljskom gospodarstvu pružaju gostu direktnu nabavu specifičnih i karakterističnih proizvoda za seoski turizam. Gost iz prve ruke dobiva

tradicionalne proizvode. Kušaonice mogu biti organizirane kao posebna turistička ponuda (vinske ceste, ceste sira, ceste rakije).

4.3.1.4. Ruralna kuća za odmor

Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu (NN 54/16, NN 69/17) definira ruralnu kuću za odmor kao objekt u kojem OPG pruža uslugu smještaja i korištenja okućnice, opremljene da gost sam može pripremati i konzumirati hranu. OPG mora pripremati i usluživati jela, pića i napitke, na zahtjev gosta.

Ruralna kuća za odmor se registrira kao dodatna djelatnost i to kao kuća za odmor ili apartman, odnosno kao „privatni iznajmljivač“ sukladno Pravilniku o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu (NN 9/16, NN 54/16, NN 61/16, NN 69/17).

Vrsta registracije: pružatelji ugostiteljskih usluga u domaćinstvu – „privatni iznajmljivač“.

4.3.1.5. Ruralni Bed&Breakfest

Ruralni Bed&Breakfest obuhvaća gospodarstvo koje pokraj osnovne usluge smještaja (sobe, koje moraju imati zasebnu kupaonicu ili apartmani) obavezno moraju imati uslugu doručka. Vlasnik gospodarstva ne mora biti poljoprivredni proizvođač, ali u ponudi doručka mora imati barem jedan tradicijski proizvod vlastite proizvodnje iz razloga što je ovo oblik seoskog turizma i usluga se nalazi na ruralnom području. Doručak mora biti organiziran u zasebnoj prostoriji, uređenoj za ugošćivanje. Vlasnik živi na gospodarstvu, a gost može biti smješten u istoj kući ili zasebnoj kući za potrebe smještaja. Bez obzira šta je gost smješten u istoj kući sa vlasnikom gospodarstva, moraju postajati zasebne i odvojene prostorije gdje je gost smještaj jer mu se na taj način osigurava privatnost.

Ruralni Bed & Breakfast registrira se kao sobe ili apartmani ili kuća za odmor, također kao „privatni iznajmljivači“, sukladno Pravilniku o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu NN 88/07, NN 58/08, NN 45/09,

NN 78/14. Također, za ovaj oblik turističkog seljačkog gospodarstva registraciju možete zatražiti kao seljačko domaćinstvo. No ako niste za to zainteresirani, registrirate kao „privatni iznajmljivač“.

Vrsta registracije: pružatelj ugostiteljskih usluga u domaćinstvu – „privatni iznajmljivač“

4.3.1.6. Ruralni kamp

Ruralni kamp je objekt u kojem se gostima pružaju usluge kampiranja (smještaj na uređenom prostoru na otvorenom – na kamp mjestu i/ili kamp parceli) uz korištenje pokretne opreme za kampiranje (vlastite/iznajmljene od pružatelja usluga: vreće za spavanje, šatori, kamp prikolice – kamp kućice, karavani, autodomovi (kamperi), stolovi, stolice i sl. Atraktivnost ruralnog kampa se očituje u smještaju u prirodi, na otvorenom prostoru bez gradske gužve. Nije potrebna nikakva prometna povezanost, osim pristup vozila (dostupnost) ruralnom kampu. Ovoj djelatnosti je karakteristično prirodno i seosko okruženje. Ruralni kamp može biti smješten u netaknutoj prirodi na otvorenome, na atraktivnoj mirnoj lokaciji ili seoskom gospodarstvu. Ruralni kamp mora omogućavati usluge prehrane, pića i napitaka (doručka, polupansiona i pansiona). Prilikom uređenja moraju se koristiti tradicionalni elementi moslavačkog kraja. To se odnosi na elemente unutar kampa (sanitarni čvorovi, kupatila, praonice, prostori za pripremu i usluživanje jela) te same smještajne jedinice. Smještajne jedinice se razvrstavaju po kamp mjestu i kamp parceli. Razlika je što kamp parcela predstavlja posebno uređeno i ograđeno (živicom ili ukrasnim biljem) mjesto unutar kampa dok kamp mjesto je samo označeno te ne osigurava privatnost. Pokretna oprema za kampiranje ne smije biti vezana za jedno mjesto (teren) već mora imati pokretni mehanizam. Priključci za infrastrukturu se mogu maknuti u bilo kojem trenutku. Također, od strane gosta je zabranjeno samoinicijalno postavljanje trajnih učvršćivača, ograda, popločenje tla i sl. Kod organizacije ruralnog kampa mora se pripaziti da ne narušava prirodnu ravnotežu, okoliš, onečišćuje okoliš ili mijenja postojeće stanje.

4.3.1.7. Cikloturizam

Cikloturizam i drugi oblici korištenja bicikala u turizmu spadaju u rastuće oblike turističkih aktivnosti. Procjenjuje se da će u europskim okvirima udio putovanja tijekom kojih je vožnja bicikala glavna aktivnost ili je bicikl glavno prijevozno sredstvo porasti u idućih desetak godina više od deset posto, a još je značajniji tržišni segment onih kojima je tijekom odmora vožnja biciklom važna dodatna aktivnost. Iz toga proizlazi da cikloturizam predstavlja jedan od turističkih proizvoda s najvećom perspektivom razvoja.

Atraktivan i raznolik prirodni okoliš, bogata kulturno-povijesna baština iz raznolikih perioda, povoljna klima, blizina velikih tržišta, sigurnost zemlje te mnoštvo cesta s manjim intenzitetom motornog prometa i puteva pogodnih za kretanje bicikala pružaju Hrvatskoj brojne komparativne prednosti za razvoj cikloturizma. To je prepoznato i Strategijom razvoja turizma RH do 2020. godine (NN 55/2013.), zbog čega je Ministarstvo turizma potaklo izradu posebnog akcijskog plana razvoja cikloturizma, Njegov osnovni cilj je stavljanje Hrvatske na poziciju jedne od vodećih mediteranskih cikloturističkih destinacija.

Akcijski plan cikloturizam promatra u najširem mogućem smislu, dakle kao turističko putovanje biciklom, biciklistički izlet, dodatnu sportsko rekreativnu ponudu vožnje biciklom uređenim ili neuređenim stazama, sportsku manifestaciju, sportski trening te povremenu vožnju. Naime, cikloturizam u užem smislu kao oblik turističkih putovanja tijekom kojih je vožnja bicikla glavna aktivnost ili je bicikl glavno prijevozno sredstvo obuhvaća razmjerno uzak segment turističke potražnje, dok znatno širu skupinu čine turisti kojima je vožnja biciklom dodatna aktivnost. U Akcijskom planu vodi se računa i o potrebama domicilne populacije koja koristi bicikl kao prijevozno sredstvo i sredstvo za rekreaciju, a tako i o biciklističkoj infrastrukturi u većim gradovima i njihovoj bližoj okolini.

Glavna prepreka snažnijem razvoju cikloturizma i korištenju bicikala za prijevoz i rekreaciju u Hrvatskoj je nepostojanje osnovne prometne infrastrukture (Nacionalne mreže cikloturističkih putova), mali broj posebno izgrađenih biciklističkih staza i traka, loše održavanje i trasiranje postojećih ruta te nepovezanost cikloturističkih ruta uslijed nedostatka veza pogodnih za bicikliste između pojedinih dijelova Hrvatske. Problem je i nedovoljno poznavanje osnovnih pojmova od strane mnogih dionika cikloturističkog

razvoja, posebice razlikovanje biciklističkih ruta kao poveznica određenih točki u prostoru po prometnicama kojima se kreću biciklisti, od biciklističkih traka, staza i putova kao posebnih prometnica ili dijelova prometnica namijenjenih biciklistima.

Razvijanjem cikloturističke rute koja bi povezivala određene znamenitosti na prostoru Općine, obilježene smjerokazima predstavljalo bi posebnu ponudu koja bi se mogla nadovezati na već postojeću cikloturističku ponudu Brodsko-posavske županije koja povezuje pojedina naselja Županije i na taj način umrežavajući postojeće biciklističke rute i staze kao gotove turističke proizvode. Na ovaj način vožnjom kroz područje Općine Bebrina omogućuje pristup različitim sadržajima poput susreta s lokalnim stanovništvom, zatim degustacije jela i pića, upoznavanje sa kulturnom baštinom i doživljaja vezanim uz prirodna bogatstva.

4.4. Turistička potražnja

Potražnja se može definirati kao količina roba i usluga koje je moguće plasirati na nekom tržištu i u nekom vremenu uz određenu razinu cijena. Turistička potražnja predstavlja skupinu potencijalnih turista-potrošača koja svojim stavovima, navikama, željama i mogućnostima određuje količine, kvalitetu i cijenu pojedinih roba i usluga na turističkom tržištu.

Potražnja za ruralnim turizmom za kojim na području Općine Bebrina ima potencijala, izrazito je heterogena obuhvaćajući skupine različite dobi, profesionalne orijentacije i kupovne moći. Njihovi motivi za putovanjem uključuju ponajprije interes za upoznavanjem ruralnog stila života i tradicije (npr. arhitektura, događanja, gastronomija i/ili enologija), potrebu za provođenjem slobodnog vremena u mirnijem i/ili prirodnom okruženju, ali i mogućnost zabave, jeftinijeg odmora, posjete rodbini i/ili prijateljima. Među starijim dobnim skupinama primjetna je nostalgija za mladosti vezanoj uz ruralna područja, za obitelji s djecom vrlo je bitna edukativna komponenta putovanja te jednako kao i mlađi posjetitelji iskazuju potrebu povratka u 'romantiziran' autentičan krajolik istinskih vrijednosti. Sezona putovanja traje cijelu godinu, pri čemu mlađi posjetitelji i obitelji preferiraju razdoblje ljeta i školskih praznika, a stariji proljeće i/ili jesen kada je intenzitet prometa niži. Boravci su uobičajeno kraći trajajući u prosjeku oko 3 dana što je vjerojatno rezultat velikog udjela domaće potražnje.

S obzirom na navedeno proizlaze i četiri vrste turističke potražnje:

- idealna masa – čini stanovništvo jedne regije koje gravitira na određeno turističko receptivno područje uz neka ograničenja (stari i nemoćni, odsluženje vojnog roka)
- potencijalna skupina – svi oni koji imaju mogućnost zadovoljiti svoje turističke potrebe, ali još nisu donijeli odluku o ostvarenju
- realni segment – čini onaj dio turističke potencijalne potražnje koji se odlučio za kupnju turističkog proizvoda
- efektivna potražnja – konačni učinak turističkog djelovanja.

5. Koncept turističkog razvoja

5.1. Koncept brendiranja

Koncept brendiranja je danas sve prisutniji u praksi destinacijskog marketinga kao i ukupnog upravljanja turizmom u nekoj destinaciji. Uz pomoć dobro razvijenog brenda kupci/posjetitelji mogu na jednostavan način razumjeti o kakvoj se destinaciji radi, tj. što mogu očekivati u njoj i koje su njene glavne karakteristike. Brend je puno više od nekoga slogana ili loga koji su samo alati za dobru komunikaciju. Sam proces brendiranja neke destinacije je izuzetno složen i polazi od razumijevanja destinacije i njenih glavnih karakteristika po kojima se ona može razlikovati od sličnih destinacija u okruženju.

Brendiranje Općine Bebrina treba sadržavati:

- definiranje jedinstvenosti i prednosti koje destinaciju razlikuju od konkurencije,
- postavljanje jasnih prioriteta sa motivacijskim porukama potencijalnim posjetiteljima koje odražavaju pozitivan stav zajednice prema njima,
- stvaranje kreativnog i lako prepoznatljivog loga i slogana za destinaciju, a koje se slaže sa smjerom ukupnog razvoja turizma.

U Općini Bebrina su prirodni resursi prepoznati kao jedna od atrakcijskih osnova koji strateškim marketingom mogu postati i turistička ponuda i brendirani proizvod. Upravo navedeni prirodni resurs Općina treba učinkovitije iskoristiti te se na tržištu nametnuti kao brendirana turistička destinacija koja turistima nudi određenu prepoznatljivost, originalnost, a u isto vrijeme različitost i posebnost. Sam proces izgradnje turističkog brenda je dugotrajan, a njegovi konačni rezultati su višestruko isplativi. Glavni faktor uspjeha u razvoju brenda Općine Bebrina biti će u spajanju lokacije, angažiranosti glavnih dionika, atraktivnosti sadržaja, kao i doživljaja koje posjetitelji ponesu sa sobom iz Općine. Analizom su određene sljedeće jedinstvenosti Općine Bebrina:

- Općina Bebrina je mirna ruralna zajednica u blizini Slavenskog Broda,
- Općina Bebrina je područje bogate i očuvane prirodne i kulturne baštine,
- Općina Bebrina ima potencijal razvoja različitih oblika turističkih proizvoda i usluga,

- Općina Bebrina je prijateljska Općina otvorena za sve posjetitelje, turiste i investitore.

Razvoj marketing turističke destinacije Općine Bebrina treba biti usmjeren na razumijevanje potreba i očekivanja turista, tržišno pozicioniranje, dizajniranje grupa turističkih proizvoda, a sve u skladu sa potrebama ciljanih skupina turista, konkretniji i atraktivniji imidž, zatim bolju informiranost turista o turističkoj ponudi te na zadovoljavanje interesa dionika u turizmu. Za bolju prepoznatljivost turističke destinacije, Općina Bebrina mora dizajnirati logo, prepoznatljivi znak, a sve sa ciljem lakše daljnje promotivne aktivnosti.

Vizija ukupnog razvoja turizma Općine Bebrina treba se postići kvalitetnim marketingom, ali i promocijom kroz dostupne kanale komunikacije. Kao osnovni i najjednostavniji komunikacijski kanal prepoznat je E-marketing, odnosno komunikacija sa potencijalnim turistima putem službene internetske stranice Općine Bebrina (www.bebrina.hr) koju je potrebno nadograditi prema turističkoj promociji, zatim putem društvenih mreža poput Facebooka, Twittera, YouTube i sl.

Komuniciranje s tržištem moguće je ostvariti na više načina, no jedan od najviše primjenjivanih je tzv. promocijski miks ili splet. Jedan od elemenata marketinškog spleta je promocija, koja u turizmu ima svoje specifičnosti, ne zbog samih oblika promocije, već prvenstveno radi specifičnosti turističkoga proizvoda. Putuje, naime, potrošač – turist, a ne proizvod, tu je i neopipljivost turističkog proizvoda kao i potreba promocije na širokom, zahtjevnom i konkurentnom međunarodnom tržištu. Kad se govori o turizmu, posebno je važna promocija na razini destinacije – države, regije ili neke druge cjeline. Na takvim se razinama rjeđe javljaju pojedina poduzeća s individualnim promotivnim ciljevima i akcijama. Naime, najčešće je u pitanju postići zajednički marketinški i promocijski cilj. Takve ciljeve, pak, najčešće ostvaruje društvena turistička organizacija kroz nacionalne turističke organizacije te njene regionalne i lokalne oblike i uz suradnju sa svim kreatorima turističkog proizvoda. Upravo je promocija destinacije jedan od najzahtjevnijih i složenih marketinških poslova, posebice sa stajališta njene pripreme, ciljeva, učinkovitosti pa i budžetiranja. Poslije odabira medija za prijenos poruka, ali i unaprjeđenje prodaje, zadatak je svakog oglašivača pravilan izbor, kreiranje i primjena propagandnog sredstva. Sredstva ekonomske propagande su nositelji cjelokupne propagadne poruke, te se koriste za promociju turističke destinacije i mogu se svrstati u više grupa:

Oglas

Oglas je najmoćnije i najdominantnije oglašivačko sredstvo. Osnovni elementi oglasa su slika, naslov, tekst i identifikacija oglašivača. Za kreiranje učinkovitog oglasa potrebno je poznavati oglasnu tehniku, način objave teksta i ilustracija, način djelovanja pojedinog medija te vrijeme koje je najprikladnije za oglašavanje.

Poslovno oglašivačka sredstva

Poslovno propagandna sredstva su sva ona sredstva koja su potrebna za normalno funkcioniranje i poslovanje svakog poduzeća te je njihov sadržaj prodajno-poslovnog karaktera. Tu spadaju poslovna pisma, omotnica, poslovna karta, garantna pisma, godišnji poslovni izvještaji i slično.

Direktna oglašivačka sredstva

Letak je jedan od najpoznatijih masovnih direktnih sredstava. Izrađuje se i priprema za specijalne propagandne kampanje poput sajмова, sportskih i kulturnih priredbi, sniženja cijena, uvođenja novih proizvoda i slično. Obično prilikom kupnje leci njegovom donositelji donose specijalni popust. Leci se često umeću u prospekte ili kataloge, a sadrži poslovne podatke o pojedinom proizvodu/usluzi i informira potrošače o svim njegovim detaljima potičući ga na akciju kupnje.

Katalog je najčešće korišteno oglašivačko sredstvo koje sadrži bogat i detaljan opis i sliku proizvoda/usluge koje poduzeće nudi, kvalitetu, kvantitetu, cijenu i sve bitne informacije koje bi mogle zanimati potencijalnog kupca.

Brošure kao oglašivačko sredstvo posebno su interesantne ne samo što stvaraju i šire propagandne poruke već zato što kod potrošača pobuđuju povoljno mišljenje i povjerenje u poduzeće i njegove proizvode/usluge. Sadrže poučan i ilustrirani prikaz proizvoda/usluge.

Reprezentativna (prigodna) oglašivačka sredstva

U ovu grupu sredstava spadaju sva ona sredstva koja poduzeća izrađuju radi reprezentacije i unaprijeđena prodaje. Tu ubrajamo pozivnice za određene događaje, čestitke, kalendare, propagandne predmete, suvenire.

Vanjska oglašivačka sredstva

Pod utjecajem brojnih promjena iz okoline mediji i oblici vanjskog oglašavanja se stalno povećavaju. Razlozi povećanja su višestruki, a to su prije svega, razvoj i primjena novih tehnologija, te promjene dimenzija panoa, korištenje rotirajućih, osvjetljenih, digitalnih panoa i sl. Oglasne panoe i ploče koji se koriste kao sredstva vanjskog oglašavanja, predstavljaju standardni oglasni panoi, gigantski elektronički panoi, osvjetljeni gradski panoi i oslikani panoi.

Projekcijska oglašivačka sredstva

Promidžbeni filmovi koji se projiciraju preko projektora ili preko televizije imaju značajnu ulogu u promociji proizvoda/usluge zbog same atmosfere i mogućnosti stvaranja jačeg dojma na potencijalnog kupca. Projekcijsko-oglašivačka sredstva primjenjuju se u promociji prilikom sajmova, sastanaka, u poslovnim prostorijama i izlozima.

Akustična oglašivačka sredstva

Akustična oglašivačka sredstva su poruke izražene riječima, govorom, zvučnim signalima te drugim zvučnim efektima i njihovim kombinacijama.

Općina Bebrina kao brend nije poznata na tržištu te će ona nakon brendiranja prolaziti kroz četiri faze:

1. Stvaranje svijesti o postojanju brenda među potencijalnim turistima,
2. Prepoznavanje brenda od strane budućih korisnika,
3. Odluka korisnika o kupnji ili odbijanju brenda,
4. Lojalnost privlačnom brendu od strane korisnika turističkog proizvoda.

Osim brendiranja same turističke destinacije, u turizmu je nužno i brendiranje pojedinih proizvoda. Brendiranje turističke destinacije i proizvoda temelje se na prepoznavanju i stvaranju skupa vrijednosti koje su usmjerene prema tržištu, a razlika je u tome što je brendiranje jednog područja puno kompleksnije jer proizvodi dolaze na tržište pojedinačno.

Brendovi koje će se u Općini razviti predstavljati će jamstvo kvalitete i sredstvo razlikovanja dobara jednog proizvođača od drugoga. Zaštita jedinstvenih karakteristika proizvoda omogućava dodatne prihode, a u kojoj će mjeri brend biti prihvaćen ovisi o iskustvu s proizvodom i njegovim marketinškim programom. Također, potrebno je razvijati i suvenire.

6. Usklađivanje ciljeva sa strateškim dokumentima

Obzirom da je za postizanje zadanih ciljeva važna usklađenost istih sa temeljnim dokumentima na regionalnoj, nacionalnoj i EU razini u tablici 14. prikazana je usklađenost ciljeva razvoja turizma Općine Bebrina sa ostalim relevantnim strateškim dokumentima na lokalnoj i regionalnoj razini (Program ukupnog razvoja Općine Bebrina 2015. – 2020. godine, Strategija razvoja Brodsko-posavske županije do 2020. godine – Nacrt prijedloga, Operativni plan razvoja cikloturizma Brodsko-posavske županije, Program ruralnog razvoja 2014. – 2020.), nacionalnoj te EU razini, a što ukazuje na činjenicu da je svaki cilj razvoja u Strategiji u potpunosti usklađen sa ciljevima važećih programskih/strateških dokumenata, odnosno ima jasno uporište u nekom od navedenih strateških dokumenata.

Tablica 14. Prikaz usklađenosti ciljeva razvoja Općine Bebrina sa ostalim relevantnim strateškim dokumentima

Strategija razvoja turizma Općine Bebrina za razdoblje od 2017. do 2022.	Regionalni, nacionalni i EU strateški dokumenti
<p>Cilj 1. Izgradnja i unaprjeđenje infrastrukture za razvoj turizma</p>	<p>Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine</p> <ul style="list-style-type: none"> • SC3. Investicije <p>Strategija prometnog razvitka Republike Hrvatske 2014. – 2030.</p> <ul style="list-style-type: none"> • C4. Sukladan i postupan razvitak ukupnog prometnog sustava i njegovih pojedinih dijelova <p>Strategija prometnog razvoja Republike Hrvatske za razdoblje od 2017. do 2030. godine</p> <ul style="list-style-type: none"> • SC - U pojedinim dijelovima Hrvatske upotpuniti, gdje je primjenjivo, razvoj turističkog sektora kao glavnog gospodarskog čimbenika adekvatnim razvojem prometa, osobito u prilog JP-a i zelene mobilnosti. <p>Strategija razvoja brodsko-posavske županije do 2020. godine</p> <ul style="list-style-type: none"> • C1. Razvoj ljudskih potencijala i unaprjeđenje kvalitete života • C3. Razvoj komunalne i prometne infrastrukture, uz održivi razvoj i zaštitu bioraznolikosti <p>Lokalna razvojna strategija LAG-a Posavina do 2020.</p> <ul style="list-style-type: none"> • SC3. Razvoj i jačanje umrežavanja, partnerstva i suradnje u svrhu jačanja socijalne inkluzije te stvaranja uvjeta jednakih razvojnih mogućnosti uz razvoj društvene infrastrukture <p>Program ruralnog razvoja 2014. – 2020.</p> <ul style="list-style-type: none"> • M07. Temeljne usluge i obnova sela u ruralnim područjima • M07.2. Ulaganja u izradu, poboljšanje ili proširenje svih vrsta male infrastrukture, uključujući ulaganja u obnovljive izvore energije i uštedu energije

Strategija razvoja turizma Općine Bebrina za razdoblje od 2017. do 2022.	Regionalni, nacionalni i EU strateški dokumenti
<p>Cilj 2. Razvoj i integracija turističkih proizvoda i razvoj usluge smještaja</p>	<p>Strateški plan Ministarstva turizma za razdoblje 2019. – 2021. godine</p> <ul style="list-style-type: none"> • Posebni cilj 1.1. Unapređenje turističke kvalitete i sadržaja turističkog proizvoda <p>Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine</p> <ul style="list-style-type: none"> • SC1. Poboljšanje strukture i kvalitete smještaja • SC2. Novo zapošljavanje • SC3. Povećanje turističke potrošnje <p>Strategija razvoja brodsko-posavske županije do 2020. godine</p> <ul style="list-style-type: none"> • C2. Jačanje i povećanje konkurentnosti gospodarstva i učinkovitosti resursa <p>Lokalna razvojna strategija LAG-a Posavina do 2020.</p> <ul style="list-style-type: none"> • SC 2. Razvoj diverzifikacije djelatnosti u području LAG-a održivim korištenjem postojećih razvojnih resursa na okolišno održiv način <p>Program ruralnog razvoja 2014. – 2020.</p> <ul style="list-style-type: none"> • M6.2. Potpora ulaganju u pokretanje nepoljoprivrednih djelatnosti u ruralnim područjima • M6.4. Ulaganja u stvaranje i razvoj nepoljoprivrednih djelatnosti <p>Tematski ciljevi EU 2014. – 2020.</p> <ul style="list-style-type: none"> • TC3. Jačanje konkurentnosti malih i srednjih poduzetnika, poljoprivrednog sektora te sektora ribarstva i akvakulture

Strategija razvoja turizma Općine Bebrina za razdoblje od 2017. do 2022.	Regionalni, nacionalni i EU strateški dokumenti
<p>Cilj 3. Razvoj specifičnih oblika turizma</p>	<p>Strateški plan Ministarstva turizma za razdoblje 2019. – 2021. godine</p> <ul style="list-style-type: none"> • Posebni cilj 1.1. Unapređenje turističke kvalitete i sadržaja turističkog proizvoda <p>Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine</p> <ul style="list-style-type: none"> • SC1. Poboljšanje strukture i kvalitete smještaja • SC2. Novo zapošljavanje • SC3. Povećanje turističke potrošnje <p>Strategija razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2013. - 2020.</p> <ul style="list-style-type: none"> • SC1. Poboljšanje ekonomske uspješnosti <p>Strategija razvoja brodsko-posavske županije do 2020. godine</p> <ul style="list-style-type: none"> • C2. Jačanje i povećanje konkurentnosti gospodarstva i učinkovitosti resursa <p>Akcijski plan za provedbu Strategije razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014. – 2020.</p> <ul style="list-style-type: none"> • SC 2. Poboljšanje sustavne podrške poduzetništvu žena • SC 3. Uvođenje poduzetništva žena u cjelokupnu institucionalnu infrastrukturu <p>Lokalna razvojna strategija LAG-a Posavina do 2020.</p> <ul style="list-style-type: none"> • SC 2. Razvoj diverzifikacije djelatnosti u području LAG-a održivim korištenjem postojećih razvojnih resursa na okolišno održiv način <p>Program ruralnog razvoja 2014. – 2020.</p> <ul style="list-style-type: none"> • M6.2. Potpora ulaganju u pokretanje nepoljoprivrednih djelatnosti u ruralnim područjima • M6.4. Ulaganja u stvaranje i razvoj nepoljoprivrednih djelatnosti <p>Tematski ciljevi EU 2014. – 2020.</p> <ul style="list-style-type: none"> • TC3. Jačanje konkurentnosti malih i srednjih poduzetnika, poljoprivrednog sektora te sektora ribarstva i akvakulture

Strategija razvoja turizma Općine Bebrina za razdoblje od 2017. do 2022.	Regionalni, nacionalni i EU strateški dokumenti
<p>Cilj 4. Razvoj turističkog identiteta Općine</p>	<p>Strateški plan Ministarstva turizma za razdoblje 2019. – 2021. godine</p> <ul style="list-style-type: none"> • Posebni cilj 1.1. Unapređenje turističke kvalitete i sadržaja turističkog proizvoda <p>Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine</p> <ul style="list-style-type: none"> • SC2. Novo zapošljavanje • SC4. Povećanje turističke potrošnje <p>Strategija razvoja brodsko-posavske županije do 2020. godine</p> <ul style="list-style-type: none"> • C2. Jačanje i povećanje konkurentnosti gospodarstva i učinkovitosti resursa <p>Tematski ciljevi EU 2014. – 2020.</p> <ul style="list-style-type: none"> • TC3. Jačanje konkurentnosti malih i srednjih poduzetnika, poljoprivrednog sektora te sektora ribarstva i akvakulture

7. Praćenje i izvještavanje

Općina Bebrina je izradom Strategije razvoja turizma postavila osnove budućeg razvoja turizma na njenom području. Ovim strateškim dokumentom su postavljeni ciljevi i zadaci te su definirani turistički proizvodi i djelatnosti koji se žele razviti i unaprijediti. Uz navedeno dani su i prijedlozi mjera realizacije same strategije. Iz svega navedenoga razvidno je da sama izrada Strategije razvoja turizma je samo početak cijelog procesa razvoja turizma i tek predstoje pravi izazovi tj. njena primjena u praksi. U tom smislu posebnu važnost ima uvođenje sustava praćenja, koji treba osigurati pravovremenu identifikaciju problema pri daljnjem razvoju, uz preporučene mjere za njihovo rješavanje. Praćenje provedbe Strategije podrazumijeva kontinuirani monitoring, evaluaciju učinaka provedbe i to kako narativnih, tako i kvantitativnih financijskih pokazatelja te vrednovanje strateškog plana turizma u cjelini, a sve sa ciljem ocjene uspješnosti provedbe plana, tj. pokazivanja na potrebu provođenja pravovremenih promjena plana za određeni vremenski period.

Prilikom izrade Strategije vodilo se računa da postavljeni ciljevi budu provedivi i u praksi. S obzirom na kretanja na turističkom tržištu, kako globalnom, pa tako i lokalnom, postoji mogućnost izmjene Strategije zbog novonastalih gospodarskih uvjeta koji mogu uzrokovati djelomično odstupanje od zacrtanih smjernica Strategije. S obzirom na navedeno, važno je naglasiti kako je u okviru perioda praćenja primjene Strategije moguće raditi njene izmjene i dopune, odnosno prilagođavati ju novonastalim situacijama u budućnosti, a sve dok te prilagodbe nisu u totalnoj suprotnosti od zacrtanih strateških ciljeva. Tijekom procesa praćenja primjene Strategije važno je pratiti tijek ostvarenja pojedinih ciljeva Strategije. U prvom redu se odnosi na praćenje kvalitativnog kretanja broja i strukture smještajnih kapaciteta, izgradnje turističke infrastrukture, praćenje stavova lokalnog stanovništva i njihovo prihvaćanje usmjerenja ka razvoju turizma kao jednom od budućih segmenta razvoja gospodarstva područja općine Bebrina. Slijedom navedenog, nameće se potreba stalnog osluškivanja globalnih i lokalnih trendova na turističkom tržištu, te stavova lokalnog stanovništva kao i ostalih relevantnih subjekata o važnim preprekama za razvoj turizma, te stalnog ispitivanja stavova, zadovoljstva i očekivanja posjetitelja o turističkim proizvodima koje se nude na području općine Bebrina.

Prilog I. Rezultati provedenog anketiranja

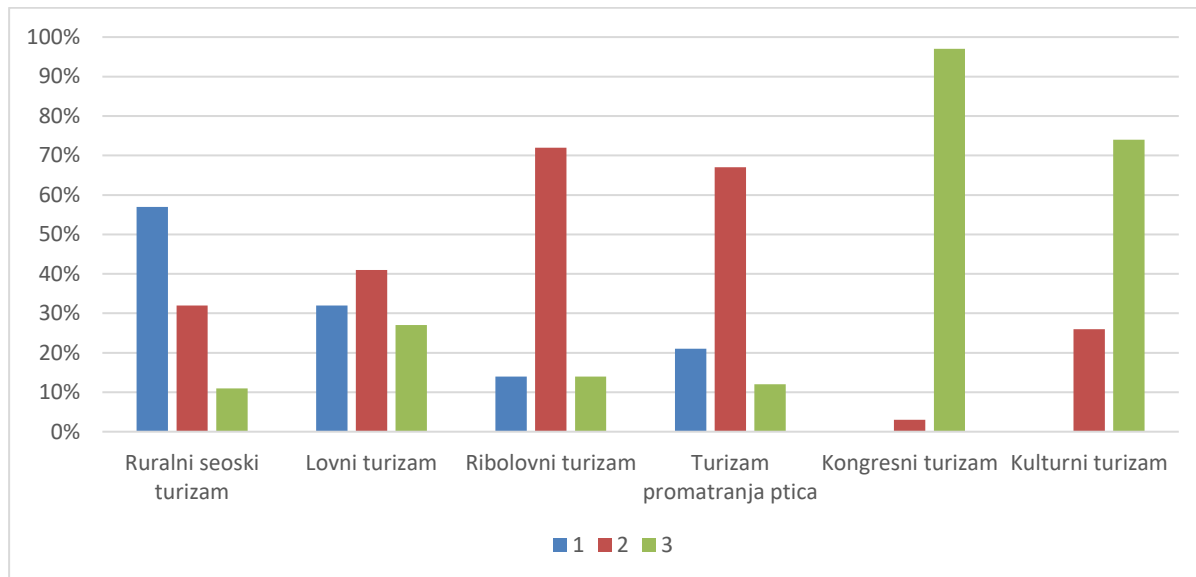
Anketnim ispitivanjem obuhvaćena su podjednako sva naselja općine Bebrina, a promatrajući spolnu strukturu u ispitivanju je sudjelovalo 55% žena i 45% muškaraca i to najviše u dobi od 31 do 50 godina (44,9%). Ispitanika od 20 do 25 godina te 51 do 60 godina bilo je 18,40%, dok je najmanje ispitanika bilo u skupini 61 i više godina i to 6,10%. Analizom anketiranih upitnika utvrđeno je da na anketiranom području trenutno nema registriranih pružatelja usluge smještaja. Ispitanici navode da bi potencijalnim posjetiteljima kao glavne proizvode i/ili usluge mogli ponuditi tradicijske specijalitete, smještaj, razne suhomesnate proizvode, te vožnju kočijom i jahanje konja. Istraživanjem je utvrđeno da je na području općine Bebrina registrano 347 obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava, koja se primarno bave ratarskom i stočarskom proizvodnjom. Kod opisa trenutnog statusa poslovanja ispitanici navode stagnaciju prihoda. Upravo poljoprivredna gospodarstva mogu ponuditi turističkom sektoru razne domaće proizvode i na taj način upotpuniti turističku ponudu ovoga kraja.

Mišljenje ispitanika o efektima turizma u lokalnoj zajednici je pozivan i to u smislu stvaranja novih radnih mjesta, zapošljavanja mladih, podizanja cijena dobara i usluga, te stimuliranja lokalnih zanata/vještina i kulture.

Anketirano stanovništvo smatra da blizina grada Slavenskog Broda, niska komunalna naknada i potpora lokalne samouprave pozitivno utječu na razvoj turizma i povezanih djelatnosti. Analiza anketnih upitnika pokazala je nedostatak infrastrukture i to kanalizacijske mreže, plinske mreže, pješačkih staza, javnog prijevoza (autobus...), nedovoljne brzine interneta i slabe pokrivenosti signalom. Nadalje, ispitanici u anketnom upitniku navode da je potrebno organizirati više društvenih sadržaja poput plesa, koncerata, lokalnih zabava..., izgraditi avanturističke parkove i biciklističke staze, te razviti agroturizam. Vezano uz budući razvoj turizma ispitanici najviše ističu nedostatke u smislu nepostojanja primjerene turističke infrastrukture i nedovoljnog broja budućih zainteresiranih posjetitelja. Ispitanici također upućuju na izrazitu potrebu za investicije u opremu odnosno u proizvodno prodajne prostore namijenjene razvoju djelatnosti koje obavljaju ili koje će u budućnosti razvijati, a doprinose razvoju turizma. Kao nedostatak za obavljanje turističke djelatnosti i ukupan razvoj turizma ispitanici navode nedostatak edukacija i obuka iz područja marketinga, promocije i stranih jezika.

Grafikon 5. prikazuje mišljenje stanovništva o pojedinim vrstama turizma na kojima bi se trebao temeljiti budući razvoj turizma.

Grafikon 5. Mišljenje stanovništva o pojedinim vrstama turizma



Rangirano prema važnosti od 1 – najznačajniji do 3 – najmanje značajan

Prilog II. Popis očuvanja značajnih vrsta i staništa

Područja očuvanja značajna za vrste i stanišne tipove

Identifikacijski broj područja	Naziv područja	Znanstveni naziv vrste
HR2001326	Jelas polje s ribnjacima	<i>Bombina</i>
		<i>Leucorrhinia pectoralis</i>
		<i>Barbastella barbastellus</i>
		<i>Lutra</i>
		<i>Emys orbicularis</i>

Područja očuvanja značajna za ptice¹

Identifikacijski broj područja	Naziv područja	Znanstveni naziv vrste
HR1000005	Jelas polje	<i>Acrocephalus melanopogon</i>
		<i>Alcedo atthis</i>
		<i>Anas acuta</i>
		<i>Anas clypeata</i>
		<i>Anas crecca</i>
		<i>Anas penelope</i>
		<i>Anas platyrhynchos</i>
		<i>Anas querquedula</i>
		<i>Anas strepera</i>
		<i>Anser alPticeifrons</i>
		<i>Anser</i>
		<i>Anser faPticealis</i>
		<i>Ardea purpurea</i>
		<i>Ardeola ralloides</i>
		<i>Aythya ferina</i>
		<i>Aythya ferina</i>
		<i>Aythya fuligula</i>
		<i>Aythya nyroca</i>
		<i>Pticeucephala clangula</i>
		<i>Chlidonias hyPticeridus</i>
		<i>Chlidonias niger</i>
		<i>Ciconia</i>
		<i>Ciconia nigra</i>
		<i>Circus aeruginosus</i>
		<i>Circus cyaneus</i>
		<i>Cygnus olor</i>
<i>Dendrocopos medius</i>		
<i>Dendrocopos syriacus</i>		

¹ Osim navedenih ptica na području Općine Bebrina moguće su i druge ptičije vrste.

		<i>Dryocopus martius</i>
		<i>Egretta alPticea</i>
		<i>Egretta garzetta</i>
		<i>Ficedula alPticeicollis</i>
		<i>Fulica atra</i>
		<i>Gallinago</i>
		<i>Grus grus</i>
		<i>Haliaeetus alPticeicilla</i>
		<i>IxoPticyrchus minutus</i>
		<i>Lanius collurio</i>
		<i>Lanius minor</i>
		<i>Limosa limosa</i>
		<i>Milvus migrans</i>
		<i>Netta rufina</i>
		<i>Numenius arquata</i>
		<i>Nycticorax nycticorax</i>
		<i>Pandion haliaetus</i>
		<i>Pernis apivorus</i>
		<i>Phalacrocorax pygmeus</i>
		<i>Philomachus pugnax</i>
		<i>Picus canus</i>
		<i>Platalea leucorodia</i>
		<i>Plegadis falcinellus</i>
		<i>Porzana parva</i>
		<i>Porzana porzana</i>
		<i>Rallus aquaticus</i>
		<i>Sterna hirundo</i>
		<i>Sylvia nisoria</i>
		<i>Tringa erythropus</i>
		<i>Tringa glareola</i>
		<i>Tringa nePticeularia</i>
		<i>Tringa totanus</i>
		<i>Vanellus vanellus</i>

Druge važne vrste flore i faune

Identifikacijski broj područja	Naziv područja	Znanstveni naziv vrste
HR1000005	Jelas polje	<i>Anas strepera</i>
		<i>Anser anser</i>
		<i>Netta rufina</i>
		<i>Riparia riparia</i>
		<i>Podiceps nigricollis</i>

Prilog III. Popis slika, tablica i grafikona

Popis slika

Slika 1. Položaj Općine Bebrina u Brodsko-posavskoj županiji.....	3
Slika 2. Naselja Općine Bebrina	4
Slika 3. Prikaz ekološke mreže područja Općine Bebrina	7
Slika 4. Grb Općine	7
Slika 5. SWOT analiza prometne, komunalne, društvene i turističke infrastrukture.....	30
Slika 6. SWOT analiza turističkih atrakcija.....	31
Slika 7. SWOT analiza organizacijskog (ljudskog) potencijala za razvoj turizma	32

Popis tablica

Tablica 1. Udaljenost Općine Bebrina od ključnih prometnih čvorišta i urbanih središta	5
Tablica 2. Popis registriranih kulturnih dobara u Općini Bebrina	8
Tablica 3. Kulturna dobra novije povijesti	9
Tablica 4. Etnološko kulturno dobro/etnološka građevina	10
Tablica 5. Sakralno kulturno dobro	10
Tablica 6. Dobna struktura stanovništva Općine Bebrina, 2011. godine	12
Tablica 7. Dobno-spolna struktura	13
Tablica 8. Obrazovna struktura Hrvatske, Brodsko-posavske županije i Općine Bebrina, 2011.	15
Tablica 9. Među popisna promjena stanovnika Republike Hrvatske, Brodsko-posavske županije i općine Bebrina, 2001. – 2010.	17
Tablica 10. Ukupno kretanje broja stanovnika Općine Bebrina po naseljima od 1931. do 2011. godine	18
Tablica 11. Pokazatelji prirodnog kretanja stanovništva Općine Bebrina, 2009.-2017.	19
Tablica 12. Prostorni razmještaj gospodarskih djelatnosti.....	20
Tablica 13. Dolasci i noćenja turista u Brodsko-posavskoj županiji.....	28
Tablica 14. Prikaz usklađenosti ciljeva razvoja Općine Bebrina sa ostalim relevantnim strateškim dokumentima.....	62

Popis grafikona

Grafikon 1. Broj stanovnika u općini Bebrina (2001. – 2011.)	11
Grafikon 2. Dobno spolna piramida 2011. godine	14
Grafikon 3. Stanovništvo Općine starije od 10 godine prema informatičkoj pismenosti, 2011.	16
Grafikon 4. Stanovništvo staro 15 i više godina prema trenutnoj aktivnosti u Brodsko-posavskoj županiji i Općini Bebrina, 2011.....	21
Grafikon 5. Mišljenje stanovništva o pojedinim vrstama turizma	68

Literatura

1. Akcijski plan razvoja cikloturizma, https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//151014_AP_ciklotuirizam.pdf
2. Alica Wertheimer-Baletić (1999.): Stanovništvo i razvoj, MATE, Zagreb.
3. Bolfek, B., Jakičić, D., Lončarić, B. (2012.): Polazišta za brendiranje Slavonije kao turističke destinacije, Ekonomski vjesnik, sv. 25 (2): 363-375.
4. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, www.dzs.hr
5. Grbac, B., Dlačić, J., First, I. (2008.): Trendovi marketinga, Sveučilište u Rijeci, Solutio, Rijeka.
6. Gregorić, M., Skenderović, Lj. (2012.): Uloga poduzetništva i cjeloživotnog učenja u brendiranju turističke destinacije, Učenje za poduzetništvo, Vol. II (2).
7. Turističko tržište i potražnja, <https://fmtu.lumens5plus.com/sites/fmtu.lumens5plus.com/files/40-f8fb2b9cac890e748dd61ac0552807c2.pdf> (15.02.2019.)
8. Jafari, J. (2000.): Encyclopaedia of Tourism. London: Routledge
9. Jakovljević, M. (2012): Promocija turističkih destinacija – oglašavanje i(li) odnosi s javnošću? Acta turistica nova, Vol. 6 No. 1
10. Jelinčić, D. A. (2007.): Agroturizam u europskom kontekstu, Stud. ethnol. Croat., vol. 19, str. 269-291, Zagreb
11. Kušen, E. (2011). Positioning medical tourism in the broader framework of health tourism, Tourism: an international interdisciplinary journal, vol. 59 (1), 95-99
12. Nejašmić, I., 2005: Demogeografija: Stanovništvo u prostornim odnosima i procesima, Školska knjiga, Zagreb
13. Obadić, A., Smolić, Š. (2007.): Analiza radnog kontingenta i ekonomska aktivnost stanovništva Hrvatske, EFZG working paper series, No. 11, 1-15.
14. Obrtni registar, <https://or.portor.hr/pretraga.htm>
15. Oliva, E., Paliaga, M. (2015.): Regionalni autohtoni proizvodi hrane u funkciji izgradnje marke regije, Pula: vlastita naknada.
16. Pokos, N., Peračković, K. (2016.): Promjene u strukturi radno aktivnosg stanovništva Hrvatske od 1971. do 2011., Revija za sociologiju, Vol. 46, No. 3, 297-323.
17. Priručnik za početnike i postojeće poduzetnike, <http://www.ra-mrav.hr/wp-content/uploads/2014/04/PRIRUCNIK-ZA-POCETNIKE-I-POSTOJECE-PODUZETNIKE.pdf>

18. Promatranje ptica u Hrvatskoj, Priručnik za razvijanje turizma promatranja ptica, Udruga za biološka istraživanja – BIOM
19. Program ukupnog razvoja Općine Bebrina 2015. - 2020. godina
20. Pirjevec, B. (1998.): Ekonomska obilježja turizma, Golden marketing, Zagreb
21. Kantar, S. (2016.): Razvoj održivoga ruralnoga turizma: potencijali Koprivničko Križevačke županije, doktorska disertacija
22. Registra poslovnih subjekata, <https://digitalnakomora.hr/>
23. Senečić, J. i Vukonić, B. (1997.): Marketing u turizmu. Zagreb, Mikrorad.
24. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine
25. Vulas, D. (2016): Turistička valorizacija kulturnih manifestacija, Sveučilište u Splitu Ekonomski fakultet, Završni rad
26. Bioportal, Web portal informacijskog sustava zaštite prirode, <http://www.bioportal.hr/gis>
27. Geoportal Državne geodetske uprave Republike Hrvatske, <https://geoportal.dgu.hr/>