



VRATA PAPUKA

Korak u prirodu

Prijedlog Plana upravljanja destinacijom



Čačinci - Voćin, kolovoz 2025.

SADRŽAJ

1. UVODNE NAPOMENE.....	5
1.1. Dionici uključeni u izradu plana upravljanja destinacijom	6
1.2. Profil odredišta – „Vrata Papuka“ (osnovne i sažete informacije)	7
2. ANALIZA STANJA	15
2.1. Resursna osnova, atrakcije, ugostiteljski sadržaji , turistički proizvodi i usluge.....	15
2.2. Javna turistička infrastruktura.....	17
2.3. Komunalna infrastruktura	17
2.3. Prometna infrastruktura	20
1. Cestovna infrastruktura.....	20
2. Željeznička infrastruktura.....	21
3. Javni prijevoz.....	22
4. Prekogranični pristup.....	23
5. Opća povezanost.....	24
2.4. Analiza stanja digitalizacije	25
2.5. Analiza stanja pristupačnosti destinacije osobama s posebnim potrebama	28
2.6. Analiza organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji	31
2.7. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala	32
2.8. Analiza komunikacijskih aktivnosti	33
2.9. Analiza konkurencije.....	41
2.10. Izvješće o analizi stanja.....	44
3. POTENCIJAL ZA RAZVOJ I PODIZANJE KVALITETE TURISTIČKIH PROIZVODA.....	47
3.1. Ključni turistički proizvodi i njihov razvojni i marketinški potencijal	47
3.1.1. Razvojni potencijal i marketinški potencijal ključnih turističkih proizvoda	48
4. POKAZATELJI ODRŽIVOSTI NA RAZINI DESTINACIJE.....	53
4.1. Tablični prikaz pokazatelja održivosti	53
5. RAZVOJNI SMJER S MJERAMA I AKTIVNOSTIMA.....	57
5.1. SWOT analiza	57

.....	57
5.2. Identificiranje općih načela i ciljeva turizma	58
5.3. Oblikovanje strateškog pravca i prioriteta	59
5.4. Mjere i aktivnosti	60
6. SMJERNICE I PREPORUKE ZA DIONIKE RAZVOJA	62
6.1. Smjernice i preporuke za jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave.....	62
6.2. Smjernice i preporuke za turističke zajednice.....	64
6.3. Smjernice i preporuke za druge dionike u turizmu i upravljanju turizmom u destinaciji...	65
7. POPIS PROJEKATA	67
7.1. Popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti na razini destinacije.....	67
9. ZAKLJUČAK	75
10. POPIS IZVORA.....	76
11. POPIS ILUSTRACIJA.....	77
PRILOG: Rezultati ankete o zadovoljstvu lokalnog stanovništva turizmom.....	77

POPIS KRATICA

TZ	Turistička zajednica
VPŽ	Virovitičko-podravska županija
TZP	Turistička zajednica područja
PP	Park prirode
RH	Republika Hrvatska
LAG	Lokalna akcijska grupa
EU	Europska Unija
ESI	Europski strukturni i investicijski fondovi
HBOR	Hrvatska banka za obnovu i razvitak
BBŽ	Bjelovarsko-bilogorska županija
PSŽ	Požeško-slavonska županija
KZŽ	Krapinsko-zagorska županija

1. UVODNE NAPOMENE

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

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

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

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

1.1. Dionici uključeni u izradu plana upravljanja destinacijom

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

Tablica 1. Dionici uključeni u izradu plana upravljanja destinacijom

Dionik	Uloga	Adresa e-pošte
TZP Vrata Papuka	Izrada Plana u koordinaciji s ostalim dionicima, osiguravanje podataka, usuglašavanje strateških ciljeva, prioriteta, mjera i aktivnosti	info@tzip-vratapapuka.hr
Općina Čačinci	Komunikacija u svezi potrebnih podataka u analizi stanja i izračunu pokazatelja održivosti, savjetodavna uloga pri formulaciji strateških ciljeva, prioriteta, mjera i aktivnosti	nacelnik@cacinci.hr
Općina Voćin	Komunikacija u svezi potrebnih podataka u analizi stanja i izračunu pokazatelja održivosti, savjetodavna uloga pri formulaciji strateških ciljeva, prioriteta, mjera i aktivnosti	Info@vocin.hr
JU Park prirode Papuk	Aktivno sudjelovanje na radionicama vezanim uz razradu strateških ciljeva, prioriteta, mjera i aktivnosti	maja.jurlina@pp-papuk.hr
UŠP Slatina, Šumarija Čačinci	Aktivno sudjelovanje na radionicama vezanim uz razradu strateških ciljeva, prioriteta, mjera i aktivnosti	hrvoje.vidovic@hrsume.hr
UŠP Slatina, Šumarija Voćin	Aktivno sudjelovanje na radionicama vezanim uz razradu strateških ciljeva, prioriteta, mjera i aktivnosti	matija.cvekan@hrsume.hr
Udruga pčelara Voćin - Milanko Jeličić	Aktivno sudjelovanje na radionicama vezanim uz razradu strateških ciljeva, prioriteta, mjera i aktivnosti	jelicic@hi.t-com.hr
Dječji vrtić "Lipa" Čačavica	Aktivno sudjelovanje na radionicama vezanim uz razradu strateških ciljeva, prioriteta, mjera i aktivnosti	ana10krmpotic@gmail.com
Veleučilište u Virovitici	Ekspertiza i stručni savjeti pri izradi dokumenta	info@vuv.hr
Privatni i javni sektor – djelatnost pružanja smještaja i pripreme hrane i pića, turistički informativni i interpretacijski centri	Suradnja i koordinacija pri prikupljanju informacija o zadovoljstvu turista; usuglašavanje oko prijedloga strateških ciljeva razvoja turističke ponude i ključnih turističkih proizvoda	
Lokalno stanovništvo - ispitanici koji su sudjelovali u ispitivanju zadovoljstva turizmom	Suradnja oko prikupljanja podataka, mišljenja i prijedloga vezanih uz zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom na području VPŽ	

1.2. Profil odredišta – „Vrata Papuka“ (osnovne i sažete informacije)

Lokacija	TZP Vrata Papuka obuhvaća područja općina Voćin i Čačinci. Općina Voćin nalazi se u južnom dijelu Virovitičko-podravске županije. Sa sjeverne strane graniči sa gradom Slatina i općinom Suhopolje, sa istočne strane graniči s općinom Čačinci i općinom Mikleuš, sa zapadne strane s Bjelovarsko-bilogorskom županijom, a s južne strane sa Požeško-slavonskom županijom. Svojim smještajem Voćin predstavlja poveznicu između virovitičkog, daruvarskog, požeškog, orahovačkog i posebice slatinskog kraja kao njen najznačajniji povijesni lokalitet. Općina Voćin jedna je od većih općina u Virovitičko-podravskoj županiji, sa površinom od 295,80 km², što predstavlja 14,63% površine županije. Općina Čačinci smještena je u jugoistočnom dijelu županije na prostoru Slavonskog gorja. Sa sjeverne strane graniči s općinama Mikleuš, Nova Bukovica i Crnac, na istoku s općinom Zdenci, s južne strane graniči s gradom Orahovica i Požeško-slavonskom županijom, s zapadne strane s općinom Voćin. Površina Općine je 145,02km², zauzima 7,17% površine Virovitičko – podravске županije. Izvori: https://www.vocin.hr/o-opcini/ (pristupljeno: 9/12/2025) https://cacinci.hr/wp-content/uploads/strateski_plan_razvoja.pdf (pristupljeno: 9/12/2025)
Prometna povezanost	Prometna povezanost Općine Čačinci i Općine Voćin temelji se na kombinaciji cestovne i željezničke infrastrukture koja omogućava učinkovitu mobilnost stanovništva, pristupačnost usluga te povezanost s regionalnim središtima. Obje općine nalaze se u zapadnom dijelu Virovitičko-podravске županije i međusobno su povezane mrežom lokalnih i županijskih cesta, koje čine osnovu svakodnevnog prometa u ovom području. Ključnu ulogu u prometnom sustavu ima državna cesta D69, koja prolazi kroz Voćin i povezuje ga s važnim prometnim pravcima D2 i D38. Time se osigurava kvalitetna veza prema Slatini, Virovitici, Orahovici i drugim županijskim središtima. Promet između Čačinaca i Voćina odvija se prvenstveno cestovnim putem, korištenjem lokalnih prometnica koje osiguravaju funkcionalnu i pouzdanu komunikaciju između naselja. Općina Čačinci dodatno je prometno osnažena zahvaljujući željezničkoj pruzi koja prolazi kroz naselje. Izvori: https://www.vocin.hr/wp-content/uploads/2021/10/Nacrt-Strateski-program-razvoja-Općine-Vocin-2021.-2025..pdf?utm_source=chatgpt.com (pristupljeno: 9/12/2025) https://cacinci.hr/wp-content/uploads/strateski_plan_razvoja.pdf (pristupljeno: 9/12/2025)
Udaljenost od glavnog grada i važnijih emitivnih tržišta	Zagreb- 169 km Osijek – 130 km Varaždin - 228 km Rijeka – 327 km Zadar – 451 km Split - 574 km Ljubljana – 309 km Budimpešta – 325 km Beč – 388 km München - 716 km
Geografska obilježja	Nizinske ravnice, nekoć dno Panonskog mora, a danas velika kultivirana područja, glavno su obilježje istočnog dijela Hrvatske, tj. Slavonije. Iz te ravnice izdižu se planine na gotovo tisuću metara nadmorske visine. Planina Papuk odnosno Park prirode Papuk je poveznica koja je spojila ove dvije cjeline u Turističku zajednicu područja Vrata Papuka.

Općina Čačinci nalazi se u jugoistočnom dijelu VPŽ-a. Sa sjeverne strane graniči s općinama Mikleuš, Nova Bukovica i Crnac, s istočne s općinom Zdenci, s južne s gradom Orahovica i Požeško-slavonskom županijom, a sa zapadne s općinom Voćin. U njenom sustavu je 12 naselja (Brezovljani, Bukvik, Čačinci, Humljani, Krajna, Krasković, Paušinci, Prekoračani, Pušina, Rajino Polje, Slatinski Drenovac i Vojlovica) ukupne površine 145,02 km² (7,17 % površine VPŽ-a) što ju čini jednom od većih općina u županiji. Općina Voćin je smještena u južnom dijelu VPŽ-a. Graniči s gradom Slatinom i općinom Suhopolje (na sjeveru), općinama Čačinci i Mikleuš (istok), te s Bjelovarsko-bilogorskom županijom (zapad) i Požeško-slavonskom županijom na jugu. Uz središnje naselje Voćin, Općina Voćin uključuje još 20 naselja: Bokane, Čeralije, Dobrić, Donje Kusunje, Đuričić, Gornje Kusunje, Gornji Meljani, Hum, Hum Varoš, Kometnik–Jorgići, Kometnik–Zubići, Kuzma, Lisićine, Macute, Mačkovac, Novo Kusunje, Popovac, Rijenci, Sekulinci i Smude. Jedna je od većih općina u VPŽ, s površinom od 295,80 km² (14,63% površine županije). Zahvaljujući svom položaju, Voćin predstavlja prirodnu poveznicu između virovitičkog, daruvarskog, požeškog, orahovačkog i slatinskog područja, čime ima značajnu prometnu i geografsku ulogu.

Izvori: <https://tzp-vratapapuka.hr/> (pristupljeno 14/07/2025)

<https://cacinci.hr/o-opcini/naselja/> (pristupljeno 14/07/2025)

<https://www.vocin.hr/o-opcini/> (pristupljeno 14/07/2025)

Gore i planine:

Slavonsko gorje kojem pripada i Papuk smjestilo se u sjeverozapadnom dijelu Hrvatske između rijeka Save i Drave.

Park prirode Papuk obuhvaća prostorno najveći dio planine Papuk, te djelomično Krndije generalnog pružanja SZ-JI. Prostire se na površini od 336 km² (33 600 ha), a nalazi se administrativno na području dviju županija, Požeško-slavonske i Virovitičko-podravске. Općine i gradovi koje se nalaze na području Parka prirode Papuk su: Kaptol, Velika, Brestovac i grad Kutjevo (Požeško-slavonska županija), te općine Voćin, Čačinci i grad Orahovica (Virovitičko-podravska županija). Planine Papuk i Krndija pripadaju slavonskom gorju koje ima središnji geografski položaj u panonskom, nizinskom prostoru Slavonije. Iako slavonska gorja nisu viša od 1 000 m, njihova je prisutnost u krajobrazu vrlo uočljiva, budući da su okolne aluvijalne ravnice na oko 100 m nadmorske visine, a obronci gorja u prosjeku su samo 100 m iznad ravnica. Gorja su izrazito šumske površine, pa ih i to razlikuje i razdvaja od okolnog krajobraza, te su najmarkantnija značajka reljefa istočne Hrvatske. Izvorne šume su dobro očuvane, a posebno su vrijedne šume panonske bukve i jele u višim predjelima. Papuk je proglašen Parkom prirode 1999. zbog iznimne geološke i biološke raznolikosti i vrijedne kulturno- povijesne baštine. Unutar Parka prirode nalaze se brojna područja koja imaju veći stupanj zaštićenosti nego ostali dijelovi parka. Status posebno zaštićenih područja dobili su zbog svojih neuobičajenih značajki koje ih ističu kao jedinstvene u području, regiji, zemlji ili čak i šire. Posebno zaštićena područja su: geološki spomenik prirode Rupnica, park šuma Jankovac, posebni rezervat šumske vegetacije Sekulinačke planine, spomenik prirode Dva hrasta, spomenik prirode Stanište tise, posebni floristički rezervat Pliš-Mališćak-Turjak-Lapjak.

Površina Papuk UNESCO svjetskog geoparka je 524 km², s visinskim razlikama između 180 pa sve do 953 metra i predstavlja područje s izuzetnom geološkom raznolikošću. Lokalitet Rupnica je prvi geološki spomenik prirode u Hrvatskoj zaštićen zbog morfološke pojave stupastog lučenja vulkanskih stijena.

Podzemlje Papuka (brojne špilje, jame i ponori) stanište su zanimljivih vrsta beskralješnjaka, ali su osobito važne kao zimovališta i mjesta na kojima se razmnožavaju šišmiši. One se nalaze na najvišem, krškom području planina Papuk i Krndija. U ponoru Uviraljka zabilježeno je 11 vrsta šišmiša čime je taj ponor stekao status značajnog zimovališta šišmiša u europskim razmjerima. Ponor Uviraljka se sastoji od više od 200 metara labirinta uskih kanala, a dubok je više od 30 metara. Špilja Kovačica je jedinstvena ponornica duga više od 100 metara. Špilja Suhodolka, dubine više od 90 metara, je najdublja špilja u kontinentalnom dijelu Hrvatske. U podzemlju Papuka zabilježeno je više od 80 vrsta životinja.

<https://www.pp-papuk.hr/o-nama/o-parku/> (pristupljeno 14/07/2025)

Rijeke:

	Vršni greben Papuka predstavlja hidrološku vododjelnicu dvaju slivova - sliva rijeke Save i rijeke Drave. Rijeka Voćinka (Voćinska rijeka), ukupne duljine od 36 km, izvire među sjevernim obroncima Papuka te teče prema istoku, gdje se ulijeva u Dravu. Nastaje spajanjem potoka Jovanovica i Đedovica (poznat kao i Djedovica). Zajedno s Branjinskom rijekom, jugoistočno od Čađavice, u šumi Sastavci kod naselja Čađavički Lug, stvara rijeku Karašicu, koja je desna pritoka Drave. Rijeka Voćinka dom je brojnim zaštićenim vrstama, poput vidre, dabra, raznih čaplji, rakova i školjaka. Od ribljih vrsta zanimljivih za sportski ribolov obiluje klenom i podustom. Također, dio je ekološke mreže Natura 2000. Rijeka Čađavica izvire na Papuku, jugozapadno od Voćina. Ulijeva se u kanal sjeverno od Kapinaca nedaleko glavnog toka rijeke Drave. Širina vodotoka je od 3 m u gornjem dijelu pa do 10 m pred ušćem. Dubina vode varira dok je prosječna dubina oko jedan metar. Pogodna je za mrijest riba, ali za sportske ribolovce nije posebno interesantna osim za lov klena i bodorke. https://www.sru-saran-bakic.hr/ribolovne-vode/ (16/07/2025)
	Ostale vode: Papuk je bogat planinskim izvorima i potocima koji predstavljaju stanište specifičnim ribljim vrstama, vodozemcima, gmazovima te brojnim vrstama vodenih beskralješnjaka. U sklopu park-šume Jankovac nalaze se dva jankovačka jezera i slap Skakavac, najpoznatiji i najveći slap u Slavoniji koji se niz 35-metarsku vapnenačku stijenu obrušava u potok Kovačicu. Na izvoru Jankovca otkrivena je endemična vrsta puža, <i>Graziana papukensis</i>, koji živi u sedrenim stijenama na izvorima i potočićima na Jankovcu. https://www.pp-papuk.hr/o-nama/bastine/#vode (pristupljeno 14/07/2025)
Klimat ska obilježj a	Voćin: Voćin se nalazi na sjevernim padinama planine Papuk, na visini od 215 metara nadmorske visine. Smješten je u kotlini kojom protječe rijeka Voćinka, a cijelo područje orijentirano je u smjeru zapad–istok. Područje Voćina pripada umjereno toploj kišnoj klimi koju karakteriziraju izražene godišnje temperaturne varijacije i četiri jasno definirana godišnja doba. Mjesec s najvišom prosječnom maksimalnom temperaturom je kolovoz (27.8°C), dok je mjesec s najnižom prosječnom maksimalnom temperaturom siječanj (3.2°C). Mjesec s najvišom prosječnom minimalnom temperaturom je također kolovoz (15°C). Najhladniji mjesec (s najnižom prosječnom minimalnom temperaturom) je siječanj (-2.5°C). Mjesec s najviše kiše je svibanj (104mm). Mjeseci s najmanje kiše su kolovoz i listopad (43mm), dok je svibanj mjesec s najvećim brojem kišnih dana (20.3 dana). Mjesec s najmanjim brojem kišnih dana je prosinac (10.2 dana). Mjesec s prosječno najviše snježnih oborina je siječanj (148mm), koji također ima i najveći broj snježnih dana (8.8 dana), a snijeg nije zabilježen tijekom ljetnih mjeseci, tj. od svibnja do rujna. Mjesec s najviše sunčanih sati je kolovoz (prosječno sunčanih sati: 11h i 18min). Mjesec s najmanje sunčanih sati je veljača (prosječno 4h i 6min sunčanih sati). Čačinci: Najtopliji mjesec je također kolovoz (29.2°C, s najvišom prosječnom min. temperaturom od 15.3°C). Mjesec s najnižom prosječnom maksimalnom temperaturom od 3.9°C te najnižom prosječnom min. temperaturom od -1.6°C je siječanj. Najvlažniji mjesec s najvećim brojem kišnih dana (17.7) je svibanj s prosječno 67mm kiše, a mjesec s najmanje kiše je studeni (16mm, 6.6 kišnih dana). Mjesec s prosječno najviše snježnih oborina je siječanj (60mm), koji ima i najveći broj snježnih dana (7.6 dana). Period bez snježnih dana proteže se od svibnja do listopada. Mjesec s najviše sunčanih sati je kolovoz (prosječno sunčanih sati: 11h i 30min), a najmanje je sunčanih sati u veljači (prosječno 4h i 12min). Papuk: U najtoplijim mjesecima (srpanj i kolovoz) srednje dnevne temperature kreću se između 27 i 16°C, a u najhladnijem mjesecu (siječanj) između 4 i -2°C. Najkišovitiji je mjesec svibanj s prosječno 18.7 kišnih dana dok je listopad najmanje kišovit. Najsunčaniji je mjesec kolovoz s prosječno 6.7 potpuno sunčanih dana. Mjesec s najviše snježnih dana je siječanj (prosječno 7.2 dana), te prosinac i veljača s 5.5 snježnih dana svaki. Period bez snijega je između svibnja i rujna. Najvjetrovitiji su proljetni mjeseci - ožujak i travanj. https://www.aladin.info/hr/hrvatska/vocin-klima (pristupljeno 16/07/2025) https://www.aladin.info/hr/hrvatska/cacinci-klima (pristupljeno 16/07/2025) https://www.meteoblue.com/hr/weather/historyclimate/climatemodelled/papuk_republic-of-croatia_3193640 (pristupljeno 16/07/2025)

Broj stanovnika (popis 2021)	TZ područja „Vrata Papuka“ obuhvaća prostor dvije jedinice lokalne samouprave, općine Čačinci i općine Voćin. Prema posljednjem popisu stanovništva iz 2021. godine na spomenutom području živi 4.058 stanovnika (Čačinci 2.162 stanovnika, Voćin 1.896 stanovnika) Izvor: DZS (2021) Popis stanovništva – stanovništvo po gradovima i općinama
Broj turista (2024.)	<i>Grafikon 1 Broj dolazaka i noćenja na području TZ Vrata Papuka tijekom 2024. godine</i> Izvor: TZP Vrata Papuka, podaci iz sustava eVisitor U 2024. godini zabilježeno je ukupno 2.335 dolazaka, od čega 2.003 domaćih i 332 strana turista. Istovremeno, u promatranoj godini ostvareno je 4.684 noćenja, od čega su 3.540 noćenja ostvarili domaći turisti, a 1.144 strani.
Prosječna duljina boravka (u danima)	<i>Grafikon 2 Prosječna duljina boravka turista u danima na području TZP Vrata Papuka</i> Izvor: TZP Vrata Papuka, podaci iz sustava eVisitor Prosječna duljina boravka turista u 2024. godini bila je približno dva dana. Strani turisti u prosjeku su ostajali duže, približno tri pol dana, dok su domaći turisti na području TZP Vrata Papuka boravili kraće, u prosjeku nešto malo više od dan i pol.

Turistički kapaciteti po vrstama

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

	2023			2024		
VRSTA	BROJ OBJEKATA	BROJ SMJEŠTAJNIH JEDINICA	BROJ KREVE TA	BROJ OBJEKATA	BROJ SMJEŠTAJNI H JEDINICA	BROJ KREVE TA
Soba za iznajmljivanje	1	6	12	1	6	12
Planinarski dom	1	1	52	1	1	52
Kuća za odmor	1	1	6	1	1	6
Kuća za odmor (vikendica)	1	1	6	1	3	6
Lovački dom	1	1	6	1	3	6
Objekti u domaćinstvu	5	7	22	10	13	40
Kuća stanovnika općine/grada	1	1	4	1	1	4
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	1	1	6	1	3	6
Ukupno	12	19	114	17	31	132

Izvor: TZP Vrata Papuka, podaci iz sustava eVisitor

Ugostiteljski sadržaji

Tablica 3 Ugostiteljski objekti prema vrstama

Vrsta	Broj objekata
Restoran	1
Pečenjarnica- slastičarnica	1
Bistro	1
Objekt brze prehrane (fast food)	1
Caffe bar	7
Sveukupno	11

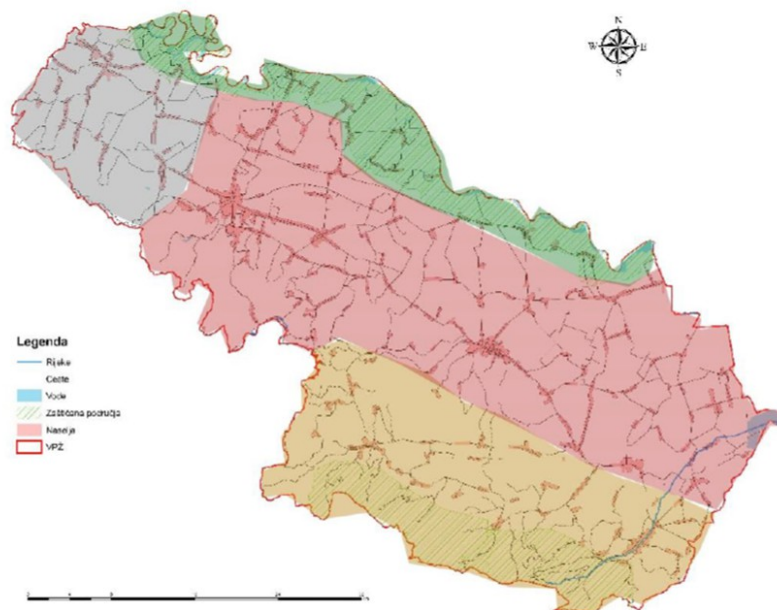
Izvor: Izrada autora

Najpopularnije turističke atrakcije	PRIRODNE ATRAKCIJE Park prirode Papuk Geološki spomenik Rupnica s poučnom stazom Posebni rezervat šumske vegetacije - Sekulinačke planine Park šuma Jankovac Grofova poučna staza na Jankovcu KULTURNE ATRAKCIJE Svetište Gospe Voćinske Crkva Blažene Djevice Marije, Voćin Crkva Presvetog Trojstva u Čačincima Stari grad Voćin, Voćin Ostala kultura života i rada Kulturno-umjetnička udruga "Voćin" Kulturno umjetničko društvo „Čačinci“ Kulturne ustanove/ muzeji i posjetiteljski centri Geo info centar Voćin Važnije manifestacije Srednjovjekovni viteški turnir u Slatinskom Drenovcu Slavonija i Podravina, WINE NOT!? Hodočašća u svetište Majke Božje Voćinske Ribička noć u Čačincima
Glavni turistički proizvodi	Primarni turistički proizvodi: 1. Turizam temeljen na prirodi i outdoor turizam 2. Kulturni i vjerski turizam 3. Apiturizam i turizam zdravlja Sekundarni turistički proizvodi 1. Manifestacijski turizam 2. Lovni turizam

Prema Strategiji razvoja turizma VPŽ do 2030. godine izdvajaju se četiri zasebne prostorne cjeline koje se tematski nadograđuju. Područje destinacija Općine Čačinci i Voćin nalazi se u zoni **Papuk**.

Područja moguće je vidjeti na Slici 1. pri čemu je zelenom bojom označeno područje uz Dravu, žutom bojom zona Papuka, rožom bojom središnji (nizinski) prostor i sivom bojom područje Podravine.

Slika 1. Turističke zone



Izvor: Strategija razvoja VPŽ do 2030. godine. Institut za turizam, 2021.

Turističke zone i površine

Na idućoj Tablici 3. vidljiva je turistička infrastruktura na području obuhvata TZP Vrata Papuka prema atrakciji, tipu i važnosti pojedine razine.

Tablica 3. Javna turistička infrastruktura TZP Vrata Papuka

PRIMARNA JAVNA TURISTIČKA INFRASTRUKTURA			
LOKALITET/ OBJEKT	ATRAKCIJA	TIP	VAŽNOST
Park prirode Papuk	Prirodna, geološka i kulturno-povijesna baština	Održivi turizam	međunarodna
Geo info centar Voćin	multimedijalni i interaktivni postav	Info centar	regionalni
Centar za posjetitelje Jankovac	EKO točka Jankovac	Centar za posjetitelje s multimedijском opremom	međunarodna
Vidikovac Točak	Infrastruktura za posjetitelje	Zeleni i outdoor turizam	regionalna
Vidikovac Stari grad Voćin	Infrastruktura za posjetitelje	Kulturni turizam	regionalna
Biciklistička ruta na kčbr .1019	Sportsko rekreacijska atrakcija za outdoor turizam	Turizam temeljen na prirodi i outdoor turizam	regionalna
Staza mirisa bagrema	Tematska staza	Turizam temeljen na prirodi i outdoor turizam	regionalna
Grofova poučna staza na Jankovcu	Tematska staza	Turizam temeljen na prirodi i outdoor turizam	Regionalna
Geološka poučna staza Rupnica	Tematska staza	Turizam temeljen na prirodi i outdoor turizam	Međunarodna
Poučna staza Stari hrastovi	Tematska staza	Turizam temeljen na prirodi i outdoor turizam	Regionalna
Jankovac-Slatinski Drenovac	Tematska staza	Turizam temeljen na prirodi i outdoor turizam	Regionalna
Staza Stari grad Voćin	Tematska staza	Kulturni i vjerski turizam	Regionalna
Stari grad Voćin	Dvorci/kurije/utvrde	Kulturni i vjerski turizam	Regionalna
Utvrda Klak	Dvorci/kurije/utvrde	Kulturni i vjerski turizam	Regionalna
SEKUNDARNA JAVNA TURISTIČKA INFRASTRUKTURA			
Crkva Blažene Djevice Marije	Sakralni objekt / Bazilika	Vjerski turizam	Nacionalna
Čačinački ribnjaci	Ribnjaci	Sportsko – rekreativni turizam	Regionalna
Crkva Sv.	Sakralni objekt	Kulturni turizam	Nacionalna

Turisti
čka
infrastr
uktura

2. ANALIZA STANJA

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

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

KULTURNE ATRAKCIJE		
• Svetište Gospe Voćinske • Crkva Blažene Djevice Marije, Voćin • Crkva Presvetog Trojstva, Čačinci • Crkva sv. Georgija, Lisičine • Crkva sv. Georgija, Slatinski Drenovac • Crkva Uspenja Bogorodice, Macute • Stari grad Voćin, Voćin • Drenovačka srednjovjekovna utvrda Klak, Slatinski Drenovac • Geo info centar Voćin • Križ na Prebendi, Voćin • Voćinska kalvarija • Ostala kultura života i rada: • Kulturno-umjetnička udruga "Voćin" • Kulturno umjetničko društvo „Čačinci“ • Legenda o Katarini		
PRIRODNE ATRAKCIJE		
• Park prirode Papuk • Posebni rezervat šumske vegetacije - Sekulinačke planine • Geološki spomenik Rupnica s poučnom stazom • Špilja Maksima Bojanića • Park šuma Jankovac • Slap Skakavac • Jankovačka jezera • Potok Kovačica • Špilja Uviraljka • Jama Suhodolka • Dva hrasta kitnjaka u Djedovici • Arboretum Lisičine • Grofova poučna staza na Jankovcu • Poučna staza u Voćinu • Čačinački ribnjaci		

VAŽNIJE MANIFESTACIJE	
• Srednjovjekovni viteški turnir u Slatinskom Drenovcu • Slavonija i Podravina, WINE NOT!? • Hodočašća u svetište Majke Božje Voćinske • Smotra folklora u Voćinu • Kestenijada u Voćinu • „Čačinci za Jaglace“ • Dan općine Čačinci • Dan općine Voćin • Ribička noć u Čačincima • Tijelovo u Čačincima • Dječja smotra folklora u Voćinu • Dani kruha “Za bakinim stolom” u Čačincima • Papučke krijesnice u Voćinu	

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

Tablica 4. Turistički kapaciteti po vrstama objekata u 2023. i 2024. godini

VRSTA	2023			2024		
	BROJ OBJEKATA	BROJ SMJEŠTAJNIH JEDINICA	BROJ KREVETA	BROJ OBJEKATA	BROJ SMJEŠTAJNIH JEDINICA	BROJ KREVETA
Soba za iznajmljivanje	1	6	12	1	6	12
Planinarski dom	1	1	52	1	1	52
Kuća za odmor	1	1	6	1	1	6
Kuća za odmor (vikendica)	1	1	6	1	3	6
Lovački dom	1	1	6	1	3	6
Objekti u domaćinstvu	5	7	22	10	13	40
Kuća stanovnika općine/grada	1	1	4	1	1	4
Objekti na OPG-u (seljačkom	1	1	6	1	3	6

domaćinstvu)						
------------------	--	--	--	--	--	--

Izvor: TZP Vrata Papuka, podaci iz sustava eVisitor

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

Tablica 5. Popis ugostiteljskih objekata na području TZP Vrata Papuka

Vrsta objekta	Naziv	Adresa
Restorani	Planinarski dom Jankovac	Slatinski Drenovac
Pečenjarnica i slastičarna	Elita	Trg Franje Tuđmana 1B, Čačinci
Bistro	Kody	Trg Gospe Voćinske 23, Voćin
Fast food	Grof	Trg kardinala Franje Kuharića 2, Čačinci
Caffe bar	Geo Bar	Nikole Šubića Zrinskog 1A, Voćin
	Tommy	Josipa Martinca 2, Voćin
	Centar	Josipa Martinca 2, Voćin
	Willy	Rijenačka 1, Čeralije
	Desperados	Glavna 20, Čačinci
	Def	Trg Franje Tuđmana 3b, Čačinci
	Buga	Glavna 37, Čačinci

Izvor: izrada autora

D. Turističke usluge

Turistima su dostupne informacije i u okviru Turističke zajednice područja Vrata Papuka na adresi Kardinala Franje Kuharića 2, Čačinci. Suvenire turisti mogu pronaći u Geo info centru u Voćinu, gdje su u ponudi kabanice, majice, svijeće i magneti.

2.2. Javna turistička infrastruktura

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

Popis primarne i sekundarne javne turističke infrastrukture dan je u Tablici 3. na prethodnim stranicama.

2.3. Komunalna infrastruktura

Energetska infrastruktura

Prema PPVPŽ na području VPŽ pa tako i općina Voćin i Čačinci cjelokupne elektroenergetske potrebe podmiruju se iz elektroenergetske mreže HEP-a. Elektroenergetska mreža općine Voćin za prijenos električne energije sadržava objekte distribucijske mreža naponske razine od 35 kV i 10 kV, a udio elektroopskrbnih vodova naponske razine 10 kV iznosi 89,09%.¹

Elektroenergetska mreža općine Čačinci električnom energijom opskrbljuje Elektroslavonija Osijek, Pogon Orahovica. Elektroopskrbna mreža je funkcionalno i tehnički u dobrom stanju i za tranzit električne energije sadržava samo objekte na 110 kV naponskoj razini, dok glavna spojna točka za napajanje Općine Čačinci je TS 35/10 kV.²

Plinoopskrbni sustav VPŽ sastoji se od magistralne i distribucijske plinske mreže te državna tvrtka Plinacro d.o.o. ima u nadležnosti magistralnu plinsku mrežu na području VPŽ, a distribucijska plinska mreža na području općine Čačinci u nadležnosti je Papuk d.o.o. Orahovica. Opskrba plina se odvija putem primopredajnih mjernoredukcijskih stanica (MRS) snabdjevača sistema INA-Industrija nafte d.d. Zagreb te MRS Čačinci distribuira plin putem mreže potrošačima. Na distributivnu mrežu spojeno je naselje Čačinci putem koje se opskrbljuje 75% stanovništva. U sustavu distribucije prirodnog plina izrađena je srednjetlačna plinoopskrbna mreža, ukupne dužine 23 km. Za naselja Bukvik, Čačinci, Humljani, Krajna, Pušina i Slatinski Drenovac postoje izvedbeni projekti razvodne plinske mreže.³

Za općinu Voćin ne postoji plinoopskrbni sustav.

Obnovljivi izvori energije općine Voćin zatupljeni su sa 305,80 kW postojećih solara te je u planu 230 kW novih.

Telekomunikacijska infrastruktura i dostupnost interneta

Na području Općina Crnac, Čačinci, Čađavica, Mikleuš, Nova Bukovica, Sopje, Voćin i Zdeni provodi se projekt PRŠI - Projekt širokopojasnog interneta. Tim projektom općine planiraju omogućiti pristup internetu, te da svaka adresa može se spojiti na optički internet. Općine Voćin i Čačinci su potpuno pokrivene te je ugovor je za sada moguće sklopiti sa A1 i HT-om.⁴

Vodoopskrba i odvodnja

1 HEP ODS (Nikola Huljak, mag.ing.el.)

2 https://cacinci.hr/wp-content/uploads/strateski_plan_razvoja.pdf

3 https://cacinci.hr/wp-content/uploads/strateski_plan_razvoja.pdf

4 TZP Vrata Papuka i <https://prsi-vpz.com>

Na području TZP Vrata Papuka za poslove vodoopskrbe i odvodnje nakon procesa pripajanja više vodovodnih tvrtki, nadležan je Virkom d.o.o. Virovitica. Prethodno su na području TZP Vrata Papuka djelovali Komrad d.o.o Slatina (za područje općine Voćin) i Voda d.o.o. Orahovica (za područje općine Čačinci). U tom kontekstu, sva dosadašnja ulaganja u vodovod i odvodnju na području TZP Vrata Papuka, provodila su prethodne tvrtke u suradnji s nadležnom općinom.

Područje općine Voćin napaja se iz vodocrpilišta "Voćin - Sobunar", kao tipični krški izvor, kapaciteta 10 L/s. Voda iz vodocrpilišta prije opskrbe kućanstvima se obrađuje u objektu za filtraciju. Dužina vodovodne mreže iznosi 68 km, s ukupnim brojem od 637 priključaka zaključno s 2024. godinom (fizičke osobe 574 priključka i pravni subjekt 63 priključka).⁵

Područje općine Čačinci povezano je na vodoopskrbni sustav koji sadrži tri vodocrpilišta (Fatovi, Klanac i Tisovac) i tri vodospreme (Albus, Duzluk i Prosište). Ukupna duljina cjevovoda iznosi 36,33 km (Čačinci 27,48 km, Bukvik 4,18 i Paušinci 4,67), dok je u planu još 17,39 km vodovodne mreže. Ukupni broj priključaka s krajem 2025. Godine je 850, od kojih je 788 priključaka imaju fizičke osobe, dok 62 priključka imaju pravne osobe.⁶

Gospodarenje otpadom

Na području TZP Vrata Papuka djeluju dvije tvrtke koje obavljaju poslove gospodarenja otpadom. Tvrtka Papuk d.o.o. za obavljanje komunalnih djelatnosti Orahovica djeluje na području općine Čačinci, a komunalna tvrtka Eko-flor plus d.o.o. Orosavlje na području općine Voćin. U tom kontekstu, analiza stanja gospodarenja otpadom prikazat će se prema djelokrugu rada pojedine tvrtke.

Cijelo područje općine Voćin pokriveno je organiziranim odvozom otpada. Organizirano se sakuplja i odvozi komunalni otpad koji nastaje u kućanstvima kao i otpad iz poslovnih prostora. Na području općine Voćin odvozom otpada obuhvaćeno je 408 kućanstva (397 fizičke osobe i 11 pravnih osoba). Komunalni otpad sakuplja se 2 puta mjesečno, a odvojeno prikupljanje papira i plastike jednom mjesečno. Također, na području općine postavljeno je 393 kante kapaciteta 120 l (fizičke osobe), 6 kanti kapaciteta 120 l (pravne osobe), 1 kanta kapaciteta 240 lit (pravna osoba) te 4 kontejnera kapaciteta 1100 l (pravne osobe)⁷. Javno dostupne lokacije za stanovništvo za odlaganje otpada osigurane su kroz zelene otoke za tkaninu i staklo na tri lokacije (Ćeralije, Voćin, Hum).

5 Podaci dobiveni od nadležnog subjekta vodoopskrbe Virkom d.o.o. Virovitica, podružnica Slatina

6 Podaci dobiveni od nadležnog subjekta vodoopskrbe Virkom d.o.o. Virovitica, podružnica Orahovica

7 Općina Voćin, Izvješće o izvršenju plana gospodarenja otpadom na području općine Voćin za 2024. Godinu, dostupno na: <https://www.vocin.hr/download/izvjesce-o-izvrsenju-plana-gospodarenja-otpadom-na-podrucju-opcine-vocin-za-2024-godinu/> (3.11.2025.)

U cilju boljeg učinkovitijeg gospodarenja otpadom, Općina Voćin povremeno organizira edukacije i radionice za stanovništvo i poslovne subjekte.

Tablica 6. Tvrtke koje prikupljaju otpad na području TZ Vrata Papuka

Tvrtka	Jedinica lokalne samouprave
Papuk d.o.o. za obavljanje komunalnih djelatnosti Orahovica	Općina Čačinci
Eko-flor plus d.o.o. Oroslavlje	Općina Voćin

Izvor: podatke prikupio autor

2.3. Prometna infrastruktura

1. Cestovna infrastruktura

- **Primarne ceste:**

- Autocesta A3: Najvažnija dionica za dolazak iz smjera Zagreba, Slavonije ili zapadne Hrvatske. Putnici iz smjera Zagreba koriste izlaz Nova Gradiška, zatim nastavljaju državnim cestama preko Požege do Velike – južnog ulaza u Park prirode Papuk. Iz smjera Vinkovaca ili istoka, izlazi na Lužani, a potom preko Pleternice stiže se u Veliku.
- Državna cesta D2 (Podravska magistrala): Vrlo je značajna za sjeverni pristup Papuku. Duž nje se pruža smeđa turistička signalizacija koja usmjerava posjetitelje prema ulazima Voćin, Slatinski Drenovac i Orahovica Park prirode
- Državne ceste D–kategorija: Bez detaljnog broja, ali ove ceste povezuju gradove i naselja te služe kao arterije kroz unutrašnjost Papuka. Sustav državnih cesta u Hrvatskoj koristi jednog do troznamenkaste oznake te su redovito održavane

- **Lokalne ceste:**

- **Županijske ceste (Ž–rute):** Spajaju manje općine, naselja i primarne prometnice, osiguravajući pristup unutrašnjosti parka i ulaznim točkama. Njihove oznake su žute pozadine i četveroznamenkaste (Žxxxx)
- **Lokalne ceste (L–rute):** Rijetko označene ili vidljive na kartama, ali povezane su s poljoprivrednim i udaljenim područjima Papuka i njegovim manje pristupnim dijelovima

- **Blizina glavnim autocestama:** A3 (Bregana – Zagreb – Lipovac)

- Iz smjera Zagreba: izlaz Nova Gradiška, zatim državnim cestama preko Požege do Velike (južni ulaz u Park).

- Iz smjera Vinkovaca / Slavonskog Broda: izlaz Lužani, preko Pleternice prema Velikoj. Udaljenost od autoceste A3 do Papuka (Velika ili Voćin) je otprilike 30–40 km.
- A5 (Beli Manastir – Osijek – Svilaj, tzv. “Slavonika”) Nalazi se istočno od Papuka, ali nije neposredno povezana. Prilaz Papuku moguć je preko izlaza Osijek ili Đakovo, zatim državnim cestama prema Našicama i Orahovici (sjeverni ulaz u Papuk). Udaljenost: oko 50–60 km do prvih ulaznih točaka.
- A4 (Zagreb – Varaždin – Goričan, prema Mađarskoj) Može poslužiti ako se dolazi iz smjera sjeverne Hrvatske ili Mađarske. Spoj na Podravsku magistralu (D2) kod Varaždina i nastavak prema Virovitici – Voćinu – Slatinskom Drenovcu. Udaljenost: 80–90 km od čvora Varaždin do Papuka.

2. Željeznička infrastruktura

- **Glavne željezničke linije:** Glavne pruge
 - Pruga Zagreb – Novska – Virovitica – Osijek
Vodi kroz Slatinu i Orahovicu, dakle uz sjeverne padine Papuka.
 - Stanice: Slatina, Orahovica, Voćin (manje stanice u blizini).
 - Omogućuje dolazak iz smjera Zagreba (preko Novske) ili Osijeka.
 - Pruga Zagreb – Novska – Nova Kapela – Požega – Velika
Ovo je važna spojna pruga za južnu stranu Papuka.
 - Stanica Velika je izravno uz južni ulaz u Park prirode Papuk.
 - Vlak Zagreb – Velika vozi uz presjedanja u Novskoj ili Požegi.
- **Regionalne željezničke linije:**
 - Glavni pravci iz Čačinaca: **Čačinci – Slatinski Drenovac – Jankovac** Najvažniji i najpoznatiji pravac.
 - Vozi se lokalnom cestom od Čačinaca do **Slatinskog Drenovca** (oko 12 km), a odatle planinskom cestom prema **Park-šumi Jankovac** (još 10 km). Ova cesta vodi do najpoznatije destinacije Papuka (slap Skakavac, Jankovačko jezero, planinarski dom). Zbog konfiguracije terena i zimskih uvjeta, cesta može biti zahtjevna.
 - **Čačinci – Voćin – Rupnica** Drugi pravac ide zapadno preko Voćina. Vodi prema **geološkom spomeniku prirode Rupnica** (bazaltne stijene), jednom od UNESCO Geopark lokaliteta.
 - **Čačinci – Orahovica – Orahovačko jezero – Ružica grad** Istočni pravac iz Čačinaca vodi do **Orahovice** (oko 10 km). Odavde se može nastaviti prema **Orahovačkom jezeru** i dalje do ostataka srednjovjekovnog grada **Ružice grad**.

- **Lokalni vlakovi: Lokalni putnički vlakovi (osnovni prijevoz)**
- Zaustavljaju se na svim stanicama (Slatina, Čačinci, Orahovica, itd.).
- Idealni za lokalno kretanje (npr. Čačinci → Orahovica, 10-ak minuta vožnje).
- **Brzi/regionalni vlakovi**
- Povezuju veće točke (Virovitica – Osijek), staju rjeđe.
- Korisni za dulje relacije (npr. Osijek – Čačinci).
- **Međunarodne željezničke veze: Najbliža međunarodna čvorišta**
 - **Osijek-** Povezan je željeznicom s Mađarskom (preko Belišća – Beli Manastira – Hódmezővásárhely – Szeged). Izravna veza s Budimpeštom (i dalje prema Beču ili Bratislavi). Osijek je oko 1,5 h vlakom od Čačinaca.
 - **Virovitica-** Ima važnu vezu prema Mađarskoj (Barcs). Time se otvara pravac za vlakove prema Pécsu i dalje prema Budimpešti.
 - **Zagreb (Glavni kolodvor)-** Glavno međunarodno središte u Hrvatskoj. Direktne veze prema Beču, Ljubljani, Münchenu, Zürichu, Beogradu. Zagreb je povezan s Papukom prugom preko Novske – Požege – Velike ili alternativno preko Našica – Osijeka.

3. Javni prijevoz

- **Autobusne usluge:**
- **Povezanost i linije: Međugradske linije**
 - Postoje brojne **linije iz Požege** prema većim gradovima:
 - **Zagreb, Osijek, Slavonski Brod, Rijeka, Split, Zadar** – sve su dostupne putem Arriva (Autotrans)
 - **Požega ↔ Velika** (ulaz u Papuk) – lokalna linija preko Pleternice, cijena karte oko 3,5 €
 - **Požega ↔ Slavonski Brod** – 2 do 3 autobusa dnevno, trajanje oko 1 sat, cijena cca 6–7 €⁸

⁸ <https://www.busradar.hr/>

- **Međugradske linije:**
- **Međunarodne linije:** Iako destinacija nema direktne međunarodne linije, **Požega** kao autobusno čvorište povezana je sa:
 - **Beogradom, Münchennom** i drugim destinacijama putem Arriva/Autotrans linija
- **Prijevoznici:**
 - **Arriva (Autotrans d.d.)** je glavni autobusni operator u regiji, pokrivajući međugradske i neke međunarodne relacije iz Požege⁹
 - **Slavonija Bus d.o.o.** pruža turistički i najam prijevoz, ali ne pokazuje redovne linije prema Papuku

FlixBus: trenutno nema direktnih FlixBus linija prema Papuku ili Požegi. FlixBus više pokriva veće gradove poput Zagreba, Splita, Zadra, Beograda itd., ali ne pruža usluge prema lokalnim točkama poput Velike ili Čačinaca.

- **Arriva - Autotrans:**
 - **Usluge i sadržaji:**
 - **Kolodvori i autobusna stajališta:**
 - **Požega – Autobusni kolodvor** (Ul. Industrijska 14) je glavno čvorište za međugradske i međunarodne linije
 - **Velika** – lokalno stajalište za linije Požega–Velika
 - Veze s **Slavonskim Brodom, Zagrebom, Osijekom** su dostupne s polazištima i stajalištima unutar grada Požege

4. Prekogranični pristup

- **Granični prijelaz s Mađarskom:** Najbliži granični prijelazi:
 - Terezino Polje – Barcs (kod Virovitice) → povezuje mađarsku županiju Somogy i hrvatsku Virovitičko-podravsku županiju.
 - Donji Miholjac – Drávaszabolcs → povezuje Osječko-baranjsku županiju i Baranju u Mađarskoj.

⁹ <https://www.arriva.com.hr/en-us/home>

- Goričan – Letenye (dalje na zapadu, važan za pravac prema Zagrebu).
- Povezanost s Papukom:
- Iz Barcsa (Mađarska) do Virovitice i dalje do Slatine – Čačinaca – Orahovice (sjeverni ulazi Papuka).
- Iz Pécsa / Harkánya može se prijeći kod Donjeg Miholjca i cestom prema Našicama i Orahovici.
- Željeznički promet:
- Postoji veza Barcs – Virovitica (regionalni vlak), što omogućuje putovanje vlakom iz Mađarske prema Papuku.
- **Granični prijelaz s BiH:** Najbliži granični prijelazi:
 - **Stara Gradiška – Bosanska Gradiška** → autocesta A3 (Nova Gradiška), odakle se ide prema Požegi – Velikoj (južni ulaz Papuka).
 - **Slavonski Šamac – Bosanski Šamac** → pravac prema Pleternici i Požegi.
 - **Orašje – Županja** → povezuje se s autocestom A3 i omogućuje dolazak prema Požegi.
 - Povezanost s Papukom:
 - Iz **Banja Luke / Bosanske Gradiške** → preko Nove Gradiške → Požega → Velika.
 - Iz **Tuzle / Doboja** → preko Bosanskog Šamca → Slavonski Šamac → Pleternica → Požega → Velika.
 - Javni prijevoz:
 - Neke **međunarodne autobusne linije** povezuju Bosansku Posavinu s Požegom i Zagrebom, a preko njih i Papuk.
 - Željeznički promet s BiH je vrlo ograničen – praktičniji je autobusni ili cestovni prijevoz.

5. Opća povezanost

Geografski položaj

Papuk se nalazi u srcu Slavonije, između Požeške kotline na jugu i Podravine na sjeveru. Iako nije uz samu autocestu ili brzu prugu, relativno je dobro prometno dostupan iz više pravaca (Zagreb, Osijek, Virovitica, Slavonski Brod, Mađarska, BiH).

Cestovna povezanost

Autocesta A3 (Zagreb – Slavonski Brod – Vinkovci – Lipovac) najbliža je glavna autocesta. Izlazi Nova Gradiška i Lužani vode prema Požegi – Velikoj (južni ulaz u Papuk).

Državna cesta D2 (Podravska magistrala) osigurava pristup sa sjevera (Voćin, Slatinski Drenovac, Orahovica).

Županijske i lokalne ceste povezuju manja mjesta uz rub Parka s glavnim ulaznim točkama.

Željeznička povezanost

Južna strana: pruga Zagreb – Novska – Požega – Velika (stanica Velika uz sam ulaz u Park).

Sjeverna strana: pruga Virovitica – Slatina – Čačinci – Orahovica – Našice – Osijek.

Najbliže veće željezničke postaje: Požega, Orahovica, Slatina, Čačinci.

Nema izravne pruge unutar Parka – za atrakcije poput Jankovca ili Rupnice nužan je cestovni transfer.

Autobusni prijevoz

Požega i Slatina su glavna autobusna čvorišta.

Redovne međugradske linije povezuju Papuk s Zagrebom, Osijekom, Slavonskim Brodom, Rijekom, Splitom.

Međunarodne linije postoje prema većim europskim gradovima (npr. München, Beograd), preko Požege.

Glavni prijevoznik je Arriva (Autotrans); FlixBus zasad ne vozi direktno do Požege ili Papuka.

Prekogranični pristup

Mađarska: najbliži prijelazi Barcs – Terezino Polje i Donji Miholjac – Drávaszabolcs, preko Virovitice ili Našica prema Papuku.

Bosna i Hercegovina: najbliži prijelazi Stara Gradiška – Nova Gradiška i Slavonski Šamac – Bosanski Šamac, s pravcem prema Požegi – Velikoj.

Unutarnja povezanost

Park ima razvijenu mrežu planinarskih i biciklističkih staza, dok su cestovni pravci ograničeni na rubna mjesta i nekoliko planinskih cesta (npr. Slatinski Drenovac – Jankovac).

Postoji i turistički “zeleni vlak” koji povezuje Slatinski Drenovac i Jankovac u sezoni.

2.4. Analiza stanja digitalizacije

1. Centralizirane digitalne platforme sa informacijama

Web stranice su glavni izvor digitalnih informacija.

2. Smart city

Senzori brojanja posjetitelja u Park šumi Jankovac i u Geo info centru Voćin.

3. Virtualna i proširena stvarnost

U najvećoj mjeri tehnologija se koristi u Geo info centru Voćin, postoje virtualni vodi i za područje općine Voćin i Čačinci.

4. Edukacijski programi

Edukacijski programi se provode uglavnom za građanstvo kroz projekte. Potrebno je navesti 2023 smo imali edukacije za privatne iznajmljivače u smislu promocije, te je odrađena edukacija o pravilnoj pripremi pčelinjih zajednica. Ujedno se planira projekt povezivanje pčelare, poljoprivredne gospodarstvenike i turističke iznajmljivače. Djelatnici se educiraju kroz odlaske na seminare, konferencije te online radionice koje održava Ministarstvo i HTZ.¹⁰

GEO INFO CENTAR - VOĆIN

1. Centralizirana digitalna platforma s ključnim informacijama za posjetitelje:

- U Geo info centru info točke/paneli su postavljeni u obliku interaktivnih (touch) ekrana koji tematski prate postave
- Uvodni dio obilaska započinje putem interaktivnih ekrana – prikazana su zaštićena područja u RH i karta svjetskih UNESCO geoparkova, razne karte s temama potresa na geologiji ili kultura na kulturno-povijesnoj baštini
- Za upravljanje multimedijom koristi se aplikacija upravljana putem iPada. Za upravljanje svjetlima i otvaranje pojedinih prozora na zgradi koristimo sustav KNX

2. Smart city

- Za posjetitelje postoji odvojen Wi-Fi usmjerivač u kafiću u sklopu Geo info centra
- Smart senzori se koriste na ulaznim kliznim vratima.

3. Virtualna i proširena stvarnost

- virtualni vodiči, aplikacije. VR naočale se koriste kao virtualni vodič s dvije tematike, prikazuje se film u 6D projekciji, a audio vodiči za korištenje u samim postavima.

4. Edukacijski programi

¹⁰<https://www.vocin.hr/2024/05/pcelari-se-u-vocinu-educirali-o-pravilnoj-pripremi-pcelinjih-zajednica-u-skladu-sa-suvremenim-metodama-pcelarenja/>

- tečajevi, radionice. U ponudi su dječje radionice, grupno ili vikendima za individualce (besplatne radionice).

5. Održive destinacije i ekologija

- U sklopu Centa postoji besplatna punionica za električna vozila čime se potiče posjetitelje za korištenje održivog načina prijevoza.

GEO INFO CENTAR – VOĆIN je odličan primjer primjene digitalizacije i korištenja tehnologija u vidljivosti Voćina na turističkim kartama.

Prijedlozi za unaprjeđenje digitalizacije na području TZP Vrata Papuka

1. Razvoj digitalne turističke platforme za TZP Vrata Papuka

- **Preporučeni koraci:**
 - Kreirati centraliziranu digitalnu platformu koja nudi informacije o lokalnim atrakcijama, kulturnim događanjima, smještajnim kapacitetima, gastronomiji i prirodnim ljepotama. Platforma bi trebala omogućiti online rezervacije smještaja, ulaznica za događaje i vodiča za ture. Uključivanje HGK u informiranje tvrtki o platformi.
 - Integrirati interaktivne karte s naglaskom na povijesne lokalitete poput dvorca Pejačević, gradskih parkova i šetnica, kao i ruralnog turizma u okolici.

2. Pametni grad – Implementacija "Smart City" tehnologija

- **Wi-Fi infrastruktura i pametni senzori:**
 - Proširiti besplatne Wi-Fi zone na ključnim turističkim mjestima (spomenici kulture, parkovi, kulturne ustanove).
 - Instalirati pametne senzore u javnim prostorima za prikupljanje podataka o broju posjetitelja, vremenskim uvjetima i prometu.

3. Korištenje tehnologija virtualne i proširene stvarnosti (VR i AR)

- **Virtualni vodiči:** Razviti aplikaciju koja posjetiteljima omogućuje korištenje proširene stvarnosti za interaktivne ture po općinama, posebno u povijesnim objektima– Digitalni turistički vodič. Posjetitelji bi mogli skenirati QR kodove na znamenitostima i dobiti informacije na svojim mobilima u obliku audio i video sadržaja.

4. Poboljšanje digitalnih vještina lokalne zajednice

- **Edukacijski programi:** Organizirati radionice i online tečajeve za lokalne pružatelje usluga (vlasnici smještajnih kapaciteta, ugostitelji, vodiči) kako bi bolje koristili digitalne alate poput online rezervacijskih sustava, marketinga na društvenim mrežama i digitalne prodaje proizvoda.

5. Održiva destinacija putem digitalnih alata

- **Aplikacija za održivi turizam:** Razviti aplikaciju koja potiče posjetitelje na ekološki odgovorno ponašanje, uključujući prijedloge za recikliranje, održive načine prijevoza i smanjenje otpada tijekom boravka na lokacijama.

6. Kibernetička sigurnost i zaštita podataka

- **Sigurnost IT sustava:** Osigurati da svi digitalni sustavi budu u skladu s najnovijim regulativama o zaštiti podataka (GDPR) i provoditi redovne provjere kibernetičke sigurnosti. Obavezna edukacija svih sudionika.

7. Promocija i digitalni marketing

- **Kampanje na društvenim mrežama i online oglašavanje:** Pokrenuti ciljane digitalne marketinške kampanje koje promoviraju Viroviticu kao destinaciju s bogatom kulturnom i prirodnom baštinom. Kampanje bi trebale koristiti SEO optimizaciju i plaćeno oglašavanje kako bi se povećala vidljivost grada na turističkim tržištima.
- **Mini-games:** Osmisliti softverske mini igre - Potaknuti posjetitelje na kratke igre na aplikaciji, radi prikupljanja detaljnije povratne informacije. Sudionici mogu osvojiti mini nagrade/poklone.

2.5. Analiza stanja pristupačnosti destinacije osobama s posebnim potrebama

Podaci Svjetske zdravstvene organizacije (WHO, 2023.) pokazuju da oko 16% svjetske populacije (1,3 milijarde ljudi) ima značajan invaliditet. Visoki udio osoba s invaliditetom u ukupnoj populaciji zahtjeva da pristupačnost turističkih destinacija svima (objekata, proizvoda i usluga) treba biti središnji dio svake odgovorne i održive turističke politike. Pristupačnost, iako osnovno ljudsko pravo koje u turizmu ima posebnu važnost u smislu međusobnog razumijevanja, inkluzije i poštovanja, predstavlja i poslovnu priliku za destinacije i subjekte da prihvate sve posjetitelje i povećaju svoje prihode.¹¹ Europska komisija je predana u povećanju pristupačnosti u turizmu kroz niz aktivnosti, naglašavajući da osnovne prilagodbe objekata, pružanje točnih informacija i razumijevanje potreba osoba s invaliditetom mogu rezultirati povećanim brojem posjetitelja, doprinijeti kvaliteti boravka i doživljaja za sve, ali i kvaliteti života u lokalnim zajednicama. Europska komisija podržava razvoj pristupačnih turističkih itinerera, sufinanciranjem projekata koji se odnose na dizajn, provedbu i marketing pristupačnih turističkih itinerera. Glavni ciljevi takvih turističkih itinerera su povećati mogućnosti pristupačnih putovanja osobama s posebnim potrebama, promicati društvenu uključenost te poboljšati vještine zaposlenika u turističkoj industriji.¹² Prema Izvješću *Mapping and Performance Check of the Supply of Accessible Tourism Services* iz 2015.

11 Un Tourism, dostupno na: <https://www.unwto.org/accessibility> (21.2.2025.)

godine, koje je imalo za cilj identificirati i prebrojati turističke usluge koje mogu zadovoljiti tržište pristupačnog turizma (starije osobe, osobe s invaliditetom, obitelji s malom djecom i osobe s različitim posebnim zahtjevima pristupa), detektirano je 313.286 pružatelja pristupačnih turističkih proizvoda i usluga u državama članicama EU-a (European Commission, 2015).

Republika Hrvatska obvezala se poduzeti određene mjere i aktivnosti, sukladno UN-ovoj Konvenciji o pravima osoba s invaliditetom i donesenom Zakonu o potvrđivanju Konvencije o pravima osoba s invaliditetom i Fakultativnog protokola uz Konvenciju o pravima osoba s invaliditetom. Mjere i aktivnosti imaju za cilj osobama s invaliditetom osigurati pristup turističkoj ponudi, turističkim destinacijama i pristup turističkim aktivnostima. Jednako tako, promiče zapošljavanje i napredovanje osoba s invaliditetom na tržištu rada, kao i pružanje pomoći u pronalaženju, dobivanju, zadržavanju i povratku na posao. Ministarstvo turizma i sporta priprema i provodi niz mjera kojima potiče hrvatsko tržište da osobama s invaliditetom omogući ravnopravno uživanje u turističkoj ponudi, ali i njihovo uključivanje u tržište rada. U okviru Akcijskog plana izjednačavanja mogućnosti za osobe s invaliditetom za razdoblje 2021.-2024., Ministarstvo turizma i sporta koordinira provedbom 3 mjere koje se tiču pristupačnosti u turizmu.¹³Uzimajući u obzir aktualne trendove pristupačnog turizma, nužno je analizirati razinu pristupačnosti destinacije u okviru planskih dokumenata, kako bi se mogla procijeniti tržišna pozicija, a posljedično se odrediti ciljevi za poboljšanje iste.

Sukladno Smjernicama i uputama za izradu plana upravljanja destinacijom, pristupačnost se odnosi na primjenu univerzalnog dizajna koji omogućuje da ljudi s poteškoćama (kretanje, vid, sluh i kognitivne dimenzije) i posebnim potrebama funkcioniraju neovisno i ravnopravno kroz osigurane pristupačne proizvode, usluge i okruženja. U tom kontekstu, analiza pristupačnosti se razmatra na razini četiri glavna aspekta (Tablica 7.): 1) fizička pristupačnost turističke infrastrukture i javnih prostora; 2) komunikacijska pristupačnost kroz informacije, signalizaciju i označavanje; 3) pristupačnost usluga smještaja, ugostiteljskih objekata te kulturnih i zabavnih sadržaja; 4) društvena i kognitivna pristupačnost u smislu kulturalne osjetljivosti i obuke osoblja.

Na području TZ Vrata Papuka, kao i u cijeloj VPŽ, ne postoji sustavno praćenje turističke pristupačnosti okruženja, proizvoda, usluga i sadržaja, niti registar turističke pristupačnosti istih. Stoga je analiza provedena u komunikaciji s glavnim nositeljima turističke ponude, općinskim upravama i TZP Vrata Papuka, udrugama osoba s invaliditetom i ostalih udruga koje se dotiču pitanja pristupačnosti.

12 European Commission, Accessible tourism, dostupno na: https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/eu-funding-and-businesses/funded-projects/accessible-tourism_en (21.2.2025.)

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

Tablica 7 Analiza pristupačnosti područja TZ Vrata Papuka

Aspekt pristupačnosti	Objekti i sadržaji	Analiza pristupačnosti
1. Fizička pristupačnost	Javna infrastruktura	Većina javnih institucija (dom zdravlja, ljekarne, pošta i dr.) su fizički dostupne i prilagođene za osobe s invaliditetom (rampe ili dostupnost u prizemlju). Izuzetak su prostorije općine Čačinci koje se nalaze na katu (stepenice). Parkovi, pješačke staze, pristupni prilazi kao i prijelazi u središtu JLS-a prilagođeni su za kretanje osoba s invaliditetom, kao i javni prostori na otvorenom. Na širem području JLS-a, nesmetano kretanje osobama s invaliditetom je u većoj mjeri omogućeno, međutim, ne postoji javni prijevoz koji je prilagođen osobama s invaliditetom.
	Geo info centar i Veliki park u Voćinu	Geo info centar i Veliki park u Voćinu pristupačni su u potpunosti osobama s invaliditetom. Geo info centar je opremljen dizalom te omogućuje kretanje i obilazak svih postava i sadržaja.
	Park šuma i izletišta Jankovac	Park šuma i izletišta Jankovac su također dostupni osobama s invaliditetom, međutim atrakcije poput Grofove poučne staze i objekt Eko točka djelomično su pristupačne.
	Ugostiteljsko-turistički sadržaji (restorani, smještajni objekti)	Većina ugostiteljsko-turističke infrastrukture područja fizički je pristupačna, ali djelomično prilagođena za kretanje unutar objekata osobama s invaliditetom. Gotovo svi ugostiteljski objekti koji pružaju usluge hrane i/ili pića u potpunosti su pristupačni, dok većina smještajnih objekata nije pristupačna za kretanje unutar istih (stepenice).
2. Komunikacijska pristupačnost	Glavne web stranice područja	Gotovo sve službene web stranice područja (TZP Vrata Papuka, općina Čačinci, općina Voćin, PP Papuk) optimizirane su za čitače zaslona te osobe s invaliditetom.
	Brailleovo pismo i alati pristupačnosti	Poučna staza Stari hrastovi na području Đedovice i Grofova poučna staza na Jankovcu opremljene su Brailleovim pismom.
3. Pristupačnost usluga	Usluge u smještajnim objektima	U većini smještajnih objekata ne postoje dodatne usluge i sadržaji prilagođeni osobama s invaliditetom (pomagala i druga oprema za ugodniji boravak). Također, smještajne jedinice na katu nisu pristupačne osobama s invaliditetom.
	Usluge u ugostiteljskim objektima	Većina restorana i ugostiteljskih objekata u većoj su mjeri prilagođeni osobama s invaliditetom (ulazi, toaleti, prostor za kretanje između inventara za konzumiranje hrane i pića).
	Pristupačnost kulturnih i zabavnih sadržaja	Turistički događaji (kulturni, vjerski, zabavni i drugi sadržaji) koji se odvijaju na otvorenom su u potpunosti pristupačni u smislu pristupa istih, ali i za kretanje osobama s invaliditetom, stoga je osigurana maksimalna pristupačnost istima. Pristupačnost događaja u zatvorenim prostorima, ovisi o objektu u kojima se održavaju.
4. Društveno kognitivna pristupačnost	Obučenost osoblja i kulturna	Kontinuiranim djelovanjem patronažne i palijativne službe, ali i neprofitnih organizacija u zajednici koje pružaju potporu i različite usluge osobama s invaliditetom (UOSI Slatina, GDCK Slatina, Centar za edukaciju GDCK Osijek u Orahovici, Udruga

	senzibilizirano st društva	osoba s intelektualnim teškoćama Jaglac, Udruga Kos i ostale), lokalno stanovništvo je djelomično senzibilizirano. Također, na prostoru TZP Vrata Papuka osigurani su i asistenti u nastavi kod djece s teškoćama u razvoju i određenim stupnjem invaliditeta, što doprinosi porastu informiranosti i razine svijesti. Svakako, u cilju jačanja svijesti stanovništva o potrebama i nužnosti adekvatnog pristupa osobama s invaliditetom, kao i utjecaja na stavove stanovništva prema osobama s invaliditetom, nužno je povećati vidljivost poduzetih aktivnosti u destinaciji i provoditi aktivnosti senzibilizacije stanovništva. Kako je dio stanovnika obavljao poslove u okviru projekata potpore i pružanja usluga osobama s invaliditetom koji se kontinuirano provode iz godine u godinu, povećava se broj osposobljenih osoba za rad s osobama s invaliditetom. Međutim, trenutno nema organiziranih edukacija za obučavanje stanovništva za rad s osobama s invaliditetom.
--	-------------------------------	---

Izvor: izrada autora

2.6. Analiza organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji

U idućoj Tablici 8. prikazan je popis javnih ustanova.

Tablica 8 Popis javnih ustanova

Dječji vrtići
Dječji vrtić Lipa
Dječji vrtić „Jelenko“ u Voćinu i njegov područni odjel u Čeralijama
Osnovne škole
Osnovna škola Voćin (matična škola) sa sjedištem u Voćinu te dvije područne škole u Humu i Čeralijama.
Osnovna škola Antun Gustav Matoš u Čačincima
Šport
Općinski nogometni klub „Voćin“
Nogometni klub „Čeralije“
Airsoft klub „Sat“ Voćin
Auto klub „Oktan“
Ženski rukometni klub Voćin
Športsko ribolovna udruga „Pastrva“ Voćin
športsko ribolovna udruga „Klen“
Nogometni klub „Mladost“
Košarkaški klub „Mladost“
Boćarski klub "Dalmatinac"
Lovačka udruga "FAZAN"
Lovačka udruga "JELEN - JANKOVAC"

Samostalna hrvatska lovačka udruga „Jelen“ Voćin
Udruga
Udruga umirovljenika općine Čačinci
Udruga voćara i vinogradara
Udruga Hrv. Branitelja dragovoljaca domovinskog rata policijske postaje Orahovica 1990.-1991.
Udruga Povratnika
Dobrovoljna vatrogasna društva
Udruga dragovoljaca i veterana domovinskog rata - ogranak Voćin
Udruga pčelara „Papuk Voćin“
Kulturno-umjetnička udruga „Voćin“
Udruga umirovljenika „Voćin“

Izvor: izrada autora

2.7. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala

Kako bi se utvrdile trenutne potrebe za kadrovima u turizmu, prvenstveno u djelatnostima pružanja smještaja i pripreme i usluživanja hrane i pića, Hrvatski zavod za zapošljavanje, područni ured u Virovitici koji pokriva i područje općina Čačinci i Voćin, dostavio je podatke o provedenim natjecajima i broju traženih radnika tijekom 2024. godine. Podaci su prikazani u Tablici 9. u nastavku.

Tablica 9. Potrebe za radnicima u djelatnosti pružanja smještaja i pripreme i usluživanja hrane i pića u 2023. i 2024. godini

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

Izvor: podaci Hrvatskog zavoda za zapošljavanje, područni odjel Virovitica

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

diplomski studije menadžmenta - smjer Destinacijski menadžment). Broj upisanih učenika i studenata u području turizma i ugostiteljstva vidljiv je u Tablici 10.

Tablica 10. Broj upisanih učenika i studenata u području turizma i ugostiteljstva u školskoj i akademskoj godini 2024/25

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

Izvor: podaci Srednjih škola i Veleučilišta s područja VPŽ

2.8. Analiza komunikacijskih aktivnosti

2.8.1. Pregled korištenja postojećih komunikacijskih kanala

Komunikacija TZP Vrata Papuka koristi se primarno službenom mrežnom stranicom^[1] i društvenim mrežama poput Facebooka^[2] i Instagrama^[3]. Također, postoji suradnja s medijima unutar Virovitičko-podravске županije, koji redovno objavljuju vijesti i najave događanja, a što je vidljivo ako se pretraže lokalni internetski portali poput Portal 95.7, ICV i slično. Promotivni materijali specifični za područje TZP-a Vrata Papuka su u planu, dok su dostupni materijali koji pokrivaju širu regiju VPŽ, a u što je uključena i promatrana TZP Vrata Papuka.

^[1] TZP Vrata Papuka, dostupno na <https://tzp-vratapapuka.hr/> (16.7.2025.)

^[2] Facebook profil, dostupno na <https://www.facebook.com/tzvratapapuka> (16.7.2025.)

^[3] Instagram profil, dostupno na <https://www.instagram.com/vratapapuka/> (16.7.2025.)

2.8.2. Analiza digitalnog prisustva

U svrhu analize digitalnog prisustva TZP Vrata Papuka analizirani su digitalni kanali komuniciranja: službena mrežna stranica, Facebook i Instagram profil.

Službena mrežna stranica Vrata Papuka^[1] ima stabilnu bazu: jasna struktura, relevantan sadržaj i prisutnost na društvenim mrežama te mogućnost pregleda na engleskom i mađarskom jeziku. Međutim, da bi stranica zaista privukla i zadržala moderne turiste, preporuka je ulaganje u vizualnu privlačnost, mobilnu optimizaciju, interaktivne značajke (rezervacije, karte, kalendari) i SEO sadržajnu strategiju. Time bi se povećalo korisničko iskustvo, vidljivost destinacije i angažman posjetitelja.

Prednosti mrežne stranice:

1. **Jasan navigacijski izbornik**

Stranica koristi strukturu s glavnim kategorijama: Početna, Destinacije, Događanja, Smještaj, Novosti i Kontakt. To pruža jednostavno i logično kretanje za posjetitelje.

2. **Kontakt i pristupačnost**

Direktno istaknute kontakt-informacije (e-mail, telefon, forma za upit). Također,

integrirana je opcija za pristupačnost poput povećanja fonta i sivi ton.

3. **Raznolik sadržaj**

Stranica sadrži rubrike "Dokumenti", "Novosti", "Destinacije", "Smještaj" i arhive video materijala i turističkih ponuda, što omogućuje korisnicima detaljne informacije o destinaciji.

4. **Povezanost s društvenim mrežama**

Linkedani su na Facebook i Instagram, što može povećati aktivnost posjetitelja komunikacijom na nekoj od tih mreža.

Nedostaci i preporuke za poboljšanje mrežne stranice:

1. **Dizajn i vizualna privlačnost**

Stranica djeluje suhoparno. Nedostaje vizualnih materijala na početnoj stranici poput slika, videozapisa ili interaktivnih karata destinacija.

Preporuka: Uvesti vizualni slider, moderni izgled destinacijskih sekcija s fotografijama i istaknute "call to action" (*book now, plan your trip*).

2. **Opis destinacija i ponuda**

Tekstovi su minimalni, bez atraktivnih opisa, korisničkih recenzija, ruta, aktivnosti ili itinerera.

Preporuka: Svakoj destinaciji dodati opis uz popratne karte, preporuke, galeriju, lokator na Google mapama i korisničke priče.

3. Mobilna optimizacija i brzina

Iako pristupačnost postoji, ne pronalaze se indikacije za responzivni dizajn i optimizaciju brzine (npr. *lazy loading*, kompresija).

Preporuka: Napraviti test brzine i prilagoditi stranicu za mobilne uređaje – ključna je za turiste “on the go”.

4. Interaktivni elementi

Nedostaju blog, FAQ, iskustva posjetitelja, opcija rezervacije smještaja ili tura.

Preporuka: Implementirati integriranu rezervaciju, *online* kalendar događanja s opcijom prijave, interaktivne karte i kontakt forme na više lokacija.

5. SEO i sadržajna strategija

Naslovi stranica (npr. "Informacije") nisu dovoljno SEO-optimizirani.

Preporuka: Koristiti ključne riječi, meta opise, alt tekst za slike. Dodati strukturirane podatke (schema.org LocalBusiness / TouristAttraction).

6. Praćenje učinkovitosti

Nije vidljivo da stranica koristi Google Analytics, newsletter ili kontakte za prikupljanje cijele e-mail baze.

Preporuka: Integrirati analitiku, sustav za newsletter prijave, kontakt forme s GDPR suglasnošću, te sustav za mjerenje konverzija.

Službeni profil na Facebooku^[2] analiziran je također kroz prednosti, ali i kroz nedostatke i preporuke za bolju učinkovitosti. Trenutno (srpanj 2025.) Facebook profil ima 2,9 tisuća oznaka "svidi mi se" i 3,5 tisuća pratitelja.

Prednosti Facebook profila:

1. Redovito objavljivanje sadržaja

Objave su česte i konzistentne – uključuju aktualnosti, događanja, pozive na sudjelovanje, kao i promoviranje lokalnih atrakcija.

2. Kvalitetan vizualni sadržaj

Korištene su atraktivne fotografije prirode, događanja, i lokalnih znamenitosti. Sadržaj je autentičan i često prikazuje lokalne ljude i atmosferu.

3. Lokalna orijentacija i zajednica

Profil aktivno promovira događaje poput sajмова, koncerata i manifestacija u mjestima unutar TZP područja. Dobro komunicira s lokalnim stanovništvom.

4. **Interakcija sa zajednicom**

Korisnici reaguju na objave (lajkovi, komentari, dijeljenja), a TZ zna odgovoriti na komentare i poruke. To povećava angažman i kredibilitet.

5. **Informativne objave i suradnje**

Objave sadrže linkove na mrežnu stranicu, druge organizacije i partnere (npr. park prirode, lokalne OPG-ove), što doprinosi informiranju i umrežavanju.

Nedostaci i preporuke za poboljšavanje:

1. **Nedostatak strateškog vizuala (cover i profilna)**

Trenutni **naslovni vizual (cover)** je relativno jednostavan i ne prenosi snažan identitet brenda.

Preporuka: Uvesti vizual koji jasno prikazuje destinaciju kroz slogan, logo i atraktivnu fotografiju prirode / aktivnosti.

2. **Nema jedinstvenog vizualnog identiteta objava**

Objave nemaju prepoznatljiv grafički stil – nedostaje brandiranih elemenata (npr. logo, boje, tipografija).

Preporuka: Uvesti predloške za objave (Canva/Adobe Express), s prepoznatljivim okvirom, fontom i bojama TZP-a.

3. **Slaba video- prisutnost i stories sadržaj**

Iako ima fotografija, **video sadržaj je rijedak**, a **stories/Instagram reels** nisu povezani ili korišteni.

Preporuka: Redovito koristiti kratke video formate – npr. “Minuta s Papuka”, najave događanja, pozdravi lokalnih ljudi.

4. **Nedovoljna upotreba hashtagova i tagiranja partnera**

Objave često nemaju ili imaju nasumične hashtagove (#Papuk, #Slatina itd.).

Preporuka: Osmisliti vlastite brendirane hashtagove (npr. #VrataPapuka, #DoživiPapuk) i redovno tagirati partnere i destinacije.

Prijedlog brendiranih hashtagova koje treba koristiti u svim objavama:

- #VrataPapuka (*glavni brendirani hashtag*)
- #DoživiPapuk
- #TurizamVrataPapuka
- #IstražiPapuk
- #VisitVrataPapuka
- #DiscoverPapuk
- #PapukExperience
- #ZeleniPapuk
- #PapukNaturePark
- #SlavonijaINatura

- #AktivniTurizam

Prijedlog općih turističkih hashagova koje treba kombinirati s brendiranim hashtagovima:

- #CroatiaFullOfLife
- #VisitSlavonia
- #HiddenCroatia
- #RuralCroatia
- #ExploreSlavonia
- #CroatiaNature

Preporuka kod korištenja hashtagova je uvijek kombinirati 1 do 2 brendirana hashtaga, 3 do 5 tematskih (npr. #PlaninarenjePapuk, #MojPapuk, #VolimPapuk, #OkusiPapuka) i do 3 općih hrvatskih/turističkih. Koristiti i lokalne varijante ako se promovira i konkretno mjesto, npr. #Voćin, #Orahovica, #Čačinci (ako cilja se lokalnu publiku).

5. Nema poziva na interakciju ni sadržaja korisnika (UGC)

Objave su informativne, ali ne potiču korisnike da dijele svoja iskustva.

Preporuka: Pokrenuti kampanju npr. "Papuk i ja" – gdje pratitelji dijele svoje fotografije uz nagradu ili repost.

6. Nema povezanih društvenih mreža

Na profilu nisu istaknuti linkovi na Instagram, ili mrežnu stranicu. *Preporuka:* Jasno povezati druge kanale i uskladiti objave za veću doseg i vidljivost.

Facebook stranica TZP Vrata Papuka ima stabilnu osnovu – redovita objavljivanja, kvalitetan lokalni sadržaj i osnovnu interakciju. Međutim, da bi ispunila puni potencijal, preporučuje se: profesionalizacija vizualnog identiteta, aktivno korištenje video i stories sadržaja, bolje strukturiran poziv na interakciju i UGC (korisnički sadržaj), povezivanje s drugim platformama (Instagram, internet), korištenje strategije objava (tematski dani, kampanje, ponavljajuće rubrike).

Službeni profil na Instagramu^[3] ima 306 pratitelja i 73 objave (na dan 17.7.2025.) što nije dovoljno i treba sigurno poraditi na boljem angažmanu.

Prednosti Instagram profila:

1. Vizualna prezentacija prirode i lokalnih sadržaja

Objave sadrže kvalitetne fotografije geolokaliteta, što privlači ljubitelje prirode i aktivnog turizma.

2. Opisne objave s relevantnim informacijama

Mnoge objave (npr. o događanjima poput Čačinačkih maskara) sadrže bitne informacije o datumu i organizatorima

3. Hashtag upotreba

Korištenje #tzvratapapuka i drugih lokalnih tagova olakšava pretragu sadržaja i povezivanje s korisnicima

4. Suradnje s partnerima

Objave tagiraju relevantne partnere kao što su Park prirode Papuk, lokalni KUD-ovi i udruge, čime se jača lokalna mreža i vidljivost

Nedostaci i preporuke za poboljšavanje:

1. Nedostatak konzistentne estetske linije

Vizuali su različiti, što smanjuje profesionalni dojam brenda.

Preporuka: Uvesti **brendirane predloške za objave** (Canva/Adobe Express) s logom, bojama i stiliziranim fontovima.

2. Ograničeno korištenje video sadržaja

Instagram profil sadrži pretežno statične fotografije.

Preporuka: Uvesti **reels i kratke videozapise** (npr. #MinuteNaPapuku) s pejzažima, pričama vodiča i događanjima.

3. Nedovoljna frekvencija objava

S 68 objava i 292 pratitelja, aktivnost može izgledati skromno.

Preporuka: Usvojiti **posting grid**: 2–3 objave tjedno + barem 3–5 storyja (najave, ankete, pitanja).

4. Nedostatak UGC/poticanje korisnika

Ne koristi se potencijal fotografija ili priča posjetitelja.

Preporuka: Kampanja poput #MojPapuk sa repostanjem najboljih UGC objava (uz nagradu ili priznanje).

5. Slaba integracija s drugim kanalima

Profil nije povezan (ili nije jasno istaknut) s mrežnom stranicom, Facebookom.

Preporuka: U bio staviti link na mrežnu stranicu, Instagram feed, te cross-promote između kanala.

6. Hashtag strategija može biti šira

Koriste se osnovni tagovi.

Preporuka: Dodati popularne turističke hashtagove (#ExploreCroatia, #HiddenCroatia) i kreirati vlastiti (#DoživiPapuk). Sličan pristup usvojiti kao i kod Facebook profila (isti popis hashtagova).

Instagram profil @vratapapuka ima odličan vizualni sadržaj i lokalnu relevantnost, ali može postići još veći kreativni i angažirajući utjecaj uz brendiranu estetiku, redovit video sadržaj, poticanje korisničkog sadržaja i stratešku prisutnost kroz hashtagove i cross-kanale.

Reels su trenutačno jedan od najmoćnijih formata za promociju turizma jer brzo prenose emocije, iskustvo i ljepotu destinacije. Prijedlog mogućeg reelsa:

„Aktivni vikend na Papuku – 3 stvari koje moraš isprobati“

Format: Top 3 aktivnosti u području (npr. planinarenje, biciklizam, zipline), prikazane s natpisima i brzim prijelazima.

Trend: "Listicle" video-forma ("Top 3/Top 5"), vrlo popularna jer pruža brze i korisne informacije.

Hashtagovi: #ActiveWeekend #ExplorePapuk #AdventureCroatia #SlavoniaOutdoors #VrataPapuka #HiddenCroatia #ExploreSlavonia #ZiplinePapuk

Dodatne sugestije za bolju učinkovitost:

- Dodati natpise (titlove) u video – mnogi gledaju bez zvuka
- Uvijek koristiti autentične snimke (mobitelom je sasvim dovoljno)
- Uključiti lokalne vodiče, OPG-ove ili posjetitelje – ljudi vole lica i stvarne priče
- Objaviti reels u isto vrijeme kad i story + feed post za bolji doseg

^[1] TZP Vrata Papuka, dostupno na <https://tzp-vratapapuka.hr/> (16.7.2025.)

^[2] Facebook profil, dostupno na <https://www.facebook.com/tzvratapapuka> (16.7.2025.)

^[3] Instagram profil, dostupno na <https://www.instagram.com/vratapapuka/> (16.7.2025.)

2.8.3. Analiza offline aktivnosti

Onsite promocija provodi se putem letaka, brošura, te različitih događaja, manifestacija i sajmova na području i izvan područja TZP-a, kao i putem drugih tiskanih medija partnerskih institucija i njihovih promotivnih aktivnosti izravno prema ciljanim tržištima.

2.8.4. Analiza suradnji s trećim stranama

Iz aktivnosti koje provodi TZP Vrata Papuka vidljivo je da surađuju s lokalnom samoupravom (Općine Voćin i Čačinci), obrazovnim i religijskim ustanovama (OŠ A.G. Matoša Čačinci, Svetište Gospe Voćinske), s Parkom prirode Papuk te s različitim udrugama koje djeluju na tom području koje obuhvaća TZP (KUU Voćin, , Slavonski planinari, HPD Papuk i slično).

Također, povezano djeluju i organiziraju različita događanja u suorganizaciji s TZ Virovitičko-podravске županije.

2.8.5. Analiza mogućnosti prikupljanja i distribucije informacija za turiste

Prikupljanje informacija bi se trebalo raditi kroz korištenje različitih izvora kako bi se prikupili podatke o interesima, ponašanju i očekivanjima turista, kroz sljedeće oblike:

- **Online obrasci i newsletter pretplate** – korisno za izravno prikupljanje kontakata i interesa.
- **Ankete i recenzije** (npr. putem društvenih mreža, Google Reviews ili QR kodova na lokacijama).
- **Suradnja s lokalnim iznajmljivačima, OPG-ovima i ugostiteljima** radi dobivanja povratnih informacija iz prve ruke.
- **Web-analitika** – korištenjem alata poput Google Analyticsa mogu se pratiti ponašanja korisnika na mrežnoj stranici (koje sadržaje posjećuju, koliko dugo ostaju itd.).

Distribucija informacija bi trebala ići na sljedeće načine:

- **Mrežna stranica** treba biti ažurna i višejezična, s informacijama o smještaju, događanjima, prirodnim i kulturnim atrakcijama, kartama i vodičima.
- **Društvene mreže** (Facebook, Instagram) – ključne za vizualni sadržaj i redovitu komunikaciju s publikom.
- **Brošure, letci i info-punktovi** – osobito važni za fizičke posjetitelje (na primjer, u parkovima prirode, muzejima, ili info-centrima).
- **Mobilne aplikacije i QR kodovi** – moderni alati za pristup interaktivnim sadržajima.
- **Newsletter** – redovita komunikacija s turistima koji su prethodno pokazali interes.

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

Na regionalnoj razini:

- **Suradnja s TZ Požeško-slavonske županije i susjednim TZ-ima** – zajedničke promotivne kampanje, tematske rute (npr. vinske ceste, biciklističke staze), integracija u regionalne vodiče.
- **Uključivanje u regionalne manifestacije i sajmove**, npr. Dani otvorenih podruma, Slavonija fest, itd.
- **Brendiranje destinacije** kroz autentične doživljaje (gastro, eno, aktivni turizam, kultura).

Na nacionalnoj razini:

- **Sudjelovanje u kampanjama HTZ-a**, kao što su „Doživi domaće. Istraži ruralnu Hrvatsku“ ili „Croatia Full of Life“.
- **Upis u nacionalne tematske itinerare**, npr. kulturni turizam, cikloturizam, eko-etno rute.

- **Partnerstva s velikim tour-operatorima i online platformama** (HTZ, Booking, Airbnb Experiences, GetYourGuide).
- **PR i influenceri** – organizacija press tripova i influencer posjeta.
- **SEO i Google kampanje** – optimizacija za ključne pojmove poput „Papuk“, „Park prirode“, „obiteljski izlet Slavonija“ itd.

2.9. Analiza konkurencije

S obzirom na razinu razvijenosti turizma na području TZP Vrata Papuka, analiza konkurencije na turističkom tržištu sagledava se na razini najbližih destinacija sličnih administrativno-teritorijalnih obilježja (destinacije koje čine više JLS), prirodnih obilježja (reljef, klima, vegetacija) i zastupljenih turističkih proizvoda u istima. U analizi konkurencije obuhvaćene su destinacije koje se nalaze u različitim županijama, od TZ Zlatni Papuk (PSŽ) i TZP Južna Bilogora (BBŽ), do TZ Zlatni istok Zagorja (KZŽ). Ovisno o mikro ili makro perspektivi, destinacije koje su međusobno povezane reljefnim obilježjima (Papuk), mogu se osim konkurencije (mikro razina), sagledati i kao komplementarne destinacije (makro razina). U nastavku (Tablica 11.), prikazani su primarni i sekundarni turistički proizvodi te ciljane tržišta i zastupljeni posjetitelji u analiziranim destinacijama.

Tablica 11. Analiza konkurenata – pregled turističkih proizvoda te ciljanih tržišta i segmenata potrošača

Područje	Primarni turistički proizvodi	Ostali turistički proizvodi	Ciljana tržišta i segmentacija posjetitelja
TZP Vrata Papuka	Turizam temeljen na prirodi i outdoor turizam Kulturni i Vjerski turizam Apiturizam i turizam zdravlja	Lovni turizam Manifestacijski turizam	Ciljana tržišta su Hrvatska, Slovenija, Austrija i Njemačka. Posjetitelji iz Mađarske, Srbije i Italije su slabije zastupljeni. Dominantni segmenti posjetitelja su obitelji s djecom, mladi i zrela dob, učeničke grupe i studenti, ljubitelji prirode i aktivnog odmora, rekreativci i ljubitelji pustolovnih aktivnosti, zainteresirani za kulturu i nasljeđe.
TZP Zlatni Papuk	Aktivni turizam u prirodnom okruženju, Pustolovni turizam, Kulturni turizam	Vinski turizam Gastro turizam, turizam događaja	Ciljana tržišta su Hrvatska, Slovenija, Austrija i Njemačka. Posjetitelji iz Mađarske, Srbije i Italije su slabije zastupljeni. Dominantni segmenti posjetitelja su obitelji s djecom, mladi i zrela dob, učeničke grupe i studenti, ljubitelji prirode i aktivnog odmora, rekreativci i ljubitelji pustolovnih aktivnosti, zainteresirani za kulturu i nasljeđe.

TZP Južna Bilogora	Kulturni i interpretacijski turizam, Turizam temeljen na prirodi – zeleni i rekreacijski, Gastro i seoski turizam	Manifestacijski turizam, Školski i dječji turizam	Ciljana tržišta su Hrvatska, Slovenija, Austrija i Njemačka. Posjetitelji iz Mađarske, Srbije i Italije su slabije zastupljeni. Dominantni segmenti posjetitelja su obitelji s djecom, mladi i zrela dob, učeničke grupe i studenti, ljubitelji prirode i aktivnog odmora, rekreativci i ljubitelji pustolovnih aktivnosti, zainteresirani za kulturu i nasljeđe.
TZP Zlatni istok Zagorja	Aktivni turizam u prirodnom okruženju, Eno gastro turizam, Kulturni turizam	Lovni turizam, Pustolovni turizam, Turizam događaja	Ciljana tržišta su Hrvatska, Slovenija, Austrija i Njemačka. Posjetitelji iz preostalih susjednih zemalja nisu značajno zastupljeni u turističkoj statistici destinacije. Dominantni segmenti posjetitelja su obitelji s djecom, mladi i zrela dob, turisti starije životne dobi, ljubitelji prirode i aktivnog odmora, rekreativci i ljubitelji pustolovnih aktivnosti, zainteresirani za kulturu i nasljeđe te lovci.

Izvor: izrada autora prema javno dostupnoj dokumentaciji

Na temelju prethodno provedene analize prikupljenih podataka (Tablica 11.), izdvajaju se turistički proizvodi koji su zajednički svima. Kulturni turizam je zastupljen u svim destinacijama, bilo kao primarni ili sekundarni turistički proizvod, kao i aktivni turizam na otvorenom u prirodnom okruženju koji se promatra kao dio integriranog turističkog proizvoda turizma temeljenog na prirodi. U okviru analize konkurencije posebno je važno istaknuti primarne turističke proizvode koji su zastupljeni na području TZP Vrata Papuka te na područjima koji su predmet ove analize, kao i one koji nisu prisutni u niti jednom od promatranih područja analiziranih TZ-a (Tablica 12.).

Tablica 12. Primarni turistički proizvodi koje VPŽ dijeli sa gradovima i općinama u okruženju

Primarni turistički proizvodi TZP Vrata Papuka	Prisutni kao primarni turistički proizvodi u gradovima i općinama u okruženju
Turizam temeljen na prirodi i outdoor	TZ Zlatni Papuk TZP Južna Bilogora
Kulturni i vjerski turizam	-
Apiturizam i turizam zdravlja	-

Izvor: izrada autora prema javno dostupnoj dokumentaciji

Nastavno na provedenu analizu stanja i aktualnih trendova na turističkom tržištu, može se zaključiti da destinacija TZP Vrata Papuka ima izražene komparativne prednosti u području vjerskog turizma (svetište Gospe Voćinske) i turizma u zaštićenim područjima prirode (Park prirode Papuk), te poglavito u apiturizmu i turizmu zdravlja. U slijedećem dijelu se uspoređuju dolasci, noćenja i broj ležaja na razini promatranih konkurentskih destinacija (Tablica 13.).

Tablica 13. Analiza konkurenata – pregled dolazaka i noćenja gostuju te broja postelja

Područje	Dolasci 2024. godine			Noćenja 2024. godine			Postelje u 2024. godini	
	domaći	strani	Ukupno	domaći	strani	Ukupno	Ukupno	Hoteli
TZP Vrata Papuka	2.003	332	2.335	3.540	1.144	4.684	132	0
TZP Zlatni Papuk	4.975	1.675	6.650	10.827	4.394	15.221	413	0
TZP Južna Bilogora	279	89	368	2.064	391	2.455	88	43
TZP Zlatni istok Zagorja	1.038	1.313	2.351	1.660	4.758	6.418	383	0

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

Uzimajući u obzir statističke pokazatelje dolazaka i noćenja gostiju, uočava se da je prosječna duljina boravka gostiju na području destinacije TZP Vrata Papuka najniža, u odnosu na preostale promatrane destinacije. U posljednjem dijelu analize konkurencije, razmatraju se pristupi u promociji i komunikaciji konkurentskih destinacija prema turističkom tržištu (Tablica 14.).

Tablica 14. Analiza konkurenata – pregled načina promocije destinacije i komunikacijskih strategija

Područje	Načini promocije destinacija /komunikacijske taktike
TZP Vrata Papuka	Promocija destinacije većinom se provodi putem službene web stranice i društvenih mreža (Facebook i Instagram) TZP Vrata Papuka te drugih online kanala partnerskih institucija (Park prirode Papuk, TZ VPŽ, Plava TV i sl.). Onsite promocija provodi se putem letaka, brošura, te različitih događaja, manifestacija i sajмова na području i izvan područja TZP-a, kao i putem drugih tiskanih medija partnerskih institucija i njihovih promotivnih aktivnosti izravno prema ciljanim tržištima. Svakako, snažan doprinos promociji destinacije osigurava JU Park prirode Papuk kroz svoje online promotivne aktivnosti, ali i onsite putem posjetiteljskih centara i drugih posjetiteljskih lokaliteta.
TZP Zlatni Papuk	Destinacija se promovira integracijom tradicionalnih i digitalnih kanala marketinške komunikacije. Primarno se koriste online promotivni alati – službena web stranica i društvene mreže TZ Zlatni Papuk (Facebook, Instagram i YouTube kanal). Od ostalih, koriste se partnerski marketing, tiskani materijali (npr. karta Zlatnog Papuka), promocija na sajmovima i drugim događajima (npr. međunarodne konferencije o kulturnom turizmu), promocija kroz različite javne medije i servise.
TZP Južna Bilogora	Destinacija se promovira integracijom online i onsite komunikacije s tržištem. Online komunikacija provodi se putem web-stranice TZP Južna Bilogora kao središnjeg digitalnog kanala te putem društvenih mreža – Facebook, Instagram, YouTube kanal Također se koriste QR-kodovi koji vode na digitalne sadržaje (npr. interaktivna karta destinacije), kao i plaćeno oglašavanje (targetirane kampanje prema ključnim tržištima) te suradnja s influencerima i medijima na nacionalnoj razini kako bi se prezentirala cjelokupna ponuda destinacije. Onsite komunikacija provodi se na samim događanjima (manifestacijama, sajmovima u Hrvatskoj) te korištenjem promotivnih materijala za izravnu komunikaciju s posjetiteljima (tiskane brošure, letci info-točke i štandovi). Organizirani su i dolasci predstavnika turističkih agencija specijaliziranih za Ciklo – gravel turizam.
TZP Zlatni istok Zagorja	Promocija turizma većinom se provodi putem službene web stranice i društvenih mreža (Facebook i Instagram) TZ Zlatni istok Zagorja. Offline promocija provodi se putem letaka, brošura, te različitih događaja, manifestacija i sajмова na području i izvan područja TZ-a. Promocija se odvija i putem partnerskih i angažiranih

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

Temeljem provedene analize konkurencije, predlaže se poduzimanje aktivnosti koji mogu pridonijeti poboljšanju konkurentne pozicije TZP Vrata Papuka:

- podržavati daljnji razvoj turizma temeljenog na prirodi i vjerskog turizma poboljšavanjem postojećih te aktiviranjem novih sadržaja i drugih komplementarnih atributa destinacije, kao i dionika koji mogu obogatiti turističku ponudu, a sve s ciljem jačanja turističkog doživljaja i produljenja boravka posjetitelja u destinaciji.
- potencirati uspostavljanje novih autentičnih smještajnih kapaciteta disperziranih širom destinacije u cilju dugoročne održivosti turizma s obzirom na mogući porast pritiska na glavnim turističkim lokalitetima, a usporedno s time i prihvata većeg broja posjetitelja te posljedično povećanja i broja noćenja
- povećati marketinške aktivnosti u području aktivnog odmora i *outdoor* rekreacije u prirodi, kao i prisutnosti na tržištu spomenutih turističkih proizvoda.
- usmjeravati turističku ponudu prema tržištu ekološki svjesnijih posjetitelja
- kod kreiranja novih događaja i reorganizacije postojećih, razmotriti njihovu adekvatnu vremensku raspodjelu tijekom godine u cilju podržavanja kontinuiteta dolazaka i boravka posjetitelja u destinaciju
- kreirati višednevne itinerere za različite ciljne skupine posjetitelja u suradnji s relevantnim turističkim posrednicima koji teže održivosti destinacija, a koji djeluju na tržištu turizma temeljenog na prirodi, rekreacije na otvorenom, aktivnog odmora i sl.
- usmjeravati razvoj svih turističkih aktivnosti u skladu s načelima održivog turizma u cilju jačanja konkurentnosti destinacije, zadovoljstva posjetitelja i lokalne zajednice.

2.10. Izvješće o analizi stanja

Temeljem cjelokupne provedene analize stanja turističke destinacije TZP Vrata Papuka, uključujući pregled resursne osnove, infrastrukturne razvijenosti, dostupnosti usluga, digitalne zrelosti, konkurentne pozicije te uvida dobivenih kroz fokus grupe s ključnim dionicima, mogu se izvesti objedinjeni zaključci koji prikazuju stvarno stanje destinacije i njezine razvojne kapacitete.

- **Resursna osnova i atrakcije destinacije**

TZP Vrata Papuka raspolaže izrazito bogatom prirodnom i kulturnom baštinom koja predstavlja temelj njezina identiteta. Posebnu vrijednost čini položaj unutar Parka prirode Papuk i UNESCO geoparka, uključujući atrakcije međunarodne važnosti poput Rupnice, Park-šume Jankovac i niza poučnih staza. Kulturna baština, posebno Svetište

Gospe Voćinske, Stari grad Voćin i lokalne manifestacije, nadopunjuje ponudu i čini destinaciju prepoznatljivom u nacionalnom kontekstu.

Ponuda turističkih proizvoda definirana je jasno i temelji se na tri snažna razvojna stupa:

1. turizmu temeljenom na prirodi i outdoor aktivnostima,
2. kulturnom i vjerskom turizmu,
3. apiturizmu i turizmu zdravlja, uz sekundarne proizvode poput manifestacijskog i lovnog turizma.

Resursna osnova je visoko vrijedna, ali još uvijek nedovoljno interpretirana i tržišno valorizirana, posebno na manje poznatim lokalitetima.

- **Turistička infrastruktura i komunalni sustavi**

Analiza infrastrukture pokazuje da destinacija posjeduje ključne elemente osnovne turističke infrastrukture (interpretacijski centri, staze, vidikovci, sakralni objekti), no njihova razvijenost i standardizacija variraju po lokacijama. Geo Info centar Voćin i Jankovac izdvajaju se kao najbolje opremljeni i najposjećeniji resursi.

Komunalna i prometna infrastruktura u cjelini je funkcionalna, ali postoje prostori za poboljšanje — osobito u dostupnosti ruralnih dijelova, obnovi lokalnih cesta i dodatnom unaprjeđenju pješačkih i biciklističkih ruta. Telekomunikacijska infrastruktura napreduje zahvaljujući PRŠI projektu, što stvara temelje za daljnju digitalizaciju turističkih usluga.

Sustav gospodarenja otpadom i vodoopskrbe pokazuje zadovoljavajuću pokrivenost, no u ruralnim dijelovima i oko atrakcija postoji potreba za poboljšanjem servisne infrastrukture kako bi se odgovorilo na potencijalni rast broja posjetitelja.

- **Smještajni i ugostiteljski kapaciteti**

Smještajna ponuda razmjerno je skromna (ukupno 132 kreveta), s rastućim brojem privatnih smještaja, dok hoteli ne postoje. Najveći kapacitet nosi Planinarski dom Jankovac. Ograničeni kapaciteti utječu na kratku prosječnu duljinu boravka (2,01 dan), a time i na ukupne ekonomske učinke turizma.

Ugostiteljska ponuda je prisutna, no izvan ključnih atrakcijskih zona još uvijek nedovoljno diversificirana. Nedostatak tematskih i iskustvenih ugostiteljskih sadržaja smanjuje mogućnost produljenja boravka i stvaranja cjelovitog doživljaja.

- **Digitalna zrelost, komunikacija i vidljivost destinacije**

Digitalna prisutnost destinacije je u fazi razvoja. Postoje službena mrežna stranica i profili na društvenim mrežama, no analiza ukazuje na potrebu značajnijeg unaprjeđenja vizualnog identiteta, interaktivnosti, SEO optimizacije, sustavne produkcije sadržaja i jačanja online kampanja.

Geo Info centar predstavlja najbolji primjer digitalne interpretacije i integracije VR/AR tehnologija u doživljaj destinacije. Unatoč tome, destinaciji nedostaje integrirana digitalna platforma, sustav digitalnog označavanja i jedinstveni digitalni narativi.

Marketing u destinaciji je fragmentiran, a valorizacija proizvoda nedovoljno integrirana na regionalnoj i nacionalnoj razini.

- **Pristupačnost destinacije osobama s invaliditetom**

Analiza pokazuje kako destinacija u ključnim točkama (Geo Info centar, dio javnih ustanova, odabrane staze) postiže određenu razinu pristupačnosti, no sustav pristupačnosti još nije cjelovito razvijen. Posebno je potrebno dodatno urediti sakralne lokalitete, interpretacijske rute, sadržaje u prirodi i smještajne objekte kako bi se osigurao univerzalni dizajn i jednake mogućnosti kretanja i korištenja usluga.

- **Organiziranost, dostupnost usluga i ljudski potencijali**

Destinacija posjeduje osnovnu mrežu javnih institucija i udruga koje doprinose društvenom životu, no kapaciteti za profesionalni turistički rad još uvijek su ograničeni. Potrebe tržišta rada pokazuju visoku potražnju za ugostiteljskim zanimanjima (posebno konobari i kuhari), dok je bazen radne snage ograničen, a dio lokalnog stanovništva nedovoljno uključen u turistički sektor.

Postoji izrazit nedostatak organiziranih edukacija za turoperatore, iznajmljivače, OPG-ove i udruge u području digitalnog marketinga, upravljanja doživljajem, apiturizma i upravljanja događanjima.

- **Konkurentska pozicija destinacije**

U odnosu na usporedive destinacije (Zlatni Papuk, Južna Bilogora, Zlatni istok Zagorja), destinacija Vrata Papuka ima izražene prednosti u autentičnoj prirodi, vjerskoj baštini i potencijalu apiturizma, ali zaostaje u smještajnim kapacitetima, prosječnoj duljini boravka, vidljivosti na tržištu i razini turističkih usluga.

Potencijal rasta je vrlo visok, ali zahtijeva strateško upravljanje i stvaranje koherentnog brenda destinacije.

Isto tako, u procesu izrade ovoga Plana upravljanja, održane su i radionice s ključnim dionicima iz destinacije tj. rasprave u okviru dvije fokus grupe. Jedna fokus grupa bila je sastavljena od dionika s područja općine Čačinci, a druga s područja općine Voćin. Temeljem rasprave na radionicama izvedeni su zaključci, odnosno izdvojeni su oni naglasci u kojima se podudaraju stavovi u obje fokus grupe:

- ✓ **Najveće snage destinacije**

Sudionici obje fokus grupe naglašavaju kako je najveća vrijednost destinacije iznimno bogata i očuvana prirodna baština Papuka, koja pruža snažan temelj za razvoj turizma temeljenog na prirodi, outdoor iskustvima i aktivnom boravku na otvorenom. Istaknuti su brojni prirodni resursi poput šuma, geoloških formacija te mreže planinarskih staza, uključujući i manje poznate rute koje imaju potencijal postati atraktivne turističke ponude.

Geo Info Centar izdvojen je kao najjača postojeća turistička točka u destinaciji s velikim brojem posjetitelja te kao mjesto koje može služiti kao pokretač dodatnog razvoja i diverzifikacije turističkih sadržaja. Uz prirodne resurse, naglašena je i bogata kulturno-povijesna baština, posebno Stari grad Voćin te lokalne manifestacije poput viteškog turnira u Čačincima i Voćinske kestenijade.

Obje skupine prepoznaju i značajan potencijal u lokalnim proizvođačima i OPG-ovima, posebice u segmentu pčelarstva, meda, vina i drugih poljoprivrednih proizvoda koji mogu obogatiti turističku ponudu destinacije.

- ✓ **Izazovi i prepreke u razvoju turizma**

Kao glavni problem navodi se nedovoljna valorizacija postojećih prirodnih i kulturnih resursa, posebno nedostatak interpretacijskih sadržaja koji bi posjetiteljima na zanimljiv i pristupačan način prezentirali lokalnu baštinu. Mnoge vrijedne lokacije nisu uključene u turističku ponudu, a narativnu komponentu (storytelling) tek treba sustavno razviti.

Kao značajna prepreka identificirana je i slaba uključenost lokalnih proizvođača u turističke tokove. Iako destinacija raspolaže kvalitetnim proizvodima, ne postoji sustav povezivanja OPG-ova s turizmom niti zajednički brend koji bi doprinio njihovoj vidljivosti. Obje grupe upozoravaju i na nedostatnu infrastrukturu za prezentaciju proizvoda te manjak dodatnih sadržaja koji bi produljili boravak posjetitelja.

Organizacijski izazovi također su snažno naglašeni: komunikacija između dionika je nedovoljno strukturirana, suradnja fragmentirana, a mnoge aktivnosti nisu usklađene. Nedostatak koordiniranog upravljanja i zajedničkog planiranja ograničava razvoj destinacije. Uz to, marketinška vidljivost destinacije i njezinih ponuda na digitalnim platformama još uvijek je nedovoljna.

✓ **Potrebne mjere i aktivnosti za poboljšanje ponude i održivosti destinacije**

Sudionici obje fokus grupe slažu se da je potrebno sustavno raditi na razvoju interpretativnih sadržaja koji će posjetiteljima približiti prirodnu i kulturnu baštinu. Prijedlozi uključuju tematske ture, jačanje storytellinga, digitalne i VR sadržaje u Geo Info Centru te bolje povezivanje interpretacije Starog grada Voćin s ostatkom ponude.

Poseban naglasak stavljen je na jačanje uloge lokalnih OPG-ova kroz stvaranje zajedničkog brenda (primjerice „100% Papuk“), organiziranu prisutnost na manifestacijama, prezentacijske prostore i uređen sustav degustacija te razvoj standardiziranih paketa lokalnih proizvoda.

Manifestacije se vide kao važan promotivni alat destinacije, ali zahtijevaju sadržajno unapređenje, produženje trajanja i jaču uključenost lokalne zajednice. Digitalni marketing prepoznat je kao ključno područje, uz potrebu za jačim online oglašavanjem, zajedničkim kampanjama te suradnjom s influencerima.

Sve navedeno treba biti podržano boljom infrastrukturom, boljom signalizacijom te razvojem sadržaja koji omogućuju dulji boravak posjetitelja u destinaciji.

✓ **Suradnja i partnerstva dionika**

U obje fokus grupe jasno je izražen stav da je za dugoročni razvoj destinacije nužna snažnija i strukturiranija suradnja među ključnim dionicima. Kao prioritetni partneri navode se OPG-ovi, ugostitelji, lokalne udruge, Park prirode Papuk, Turističke zajednice, Crkva (posebno u Voćinu), organizatori manifestacija te jedinice lokalne samouprave.

Sudionici smatraju kako je potrebno uspostaviti jasnu ulogu koordinatora — Turističku zajednicu Vrata Papuka — koja bi povezivala sve dionike, inicirala zajedničke projekte, organizirala redovite koordinacijske sastanke i osigurala da svi sektori djeluju usklađeno. Naglašava se potreba za zajedničkim digitalnim platformama, standardiziranom vizualnom komunikacijom i transparentnom razmjenom informacija.

Kao ključni smjer razvoja preporučuje se stvaranje modela suradnje tipa „100% Papuk partneri“, kroz koji bi se lokalni proizvođači, udruge i turistički subjekti organizirali u koherentnu mrežu s jasno definiranim standardima i ciljevima.

3. POTENCIJAL ZA RAZVOJ I PODIZANJE KVALITETE TURISTIČKIH PROIZVODA

3.1. Ključni turistički proizvodi i njihov razvojni i marketinški potencijal

Tablica 15. Portfelj turističkih proizvoda

Primarni proizvodi	Sekundarni proizvodi
Turizam temeljen na prirodi i outdoor	Lovni turizam
Kulturni i vjerski turizam	Manifestacijski

Apiturizam i turizam zdravlja	
----------------------------------	--

Izvor:

3.1.1. Razvojni potencijal i marketinški potencijal ključnih turističkih proizvoda

Tablica 16. Primarni turistički proizvodi i njihov potencijal-Turizam temeljen na prirodi i outdoor

Turizam temeljen na prirodi i outdoor			
Glavne atrakcije i sadržaji: • Park prirode Papuk (poučne staze, geomorfološki lokaliteti, šumske cjeline) • Jankovac: park-šuma, slap Skakavac, jezera • Geološki spomenik Rupnica • Sustav tematskih i planinarskih staza (Grofova staza, Staza mirisa bagrema, Jankovac–Slatinski Drenovac) • Biciklističke rute i vidikovci (Točak, Stari grad Voćin) • Špilje, ponori i geobaština (Uviraljka, Suhodolka)			
Razvojni potencijal	Ključni razvojni pravci	Mogućnost uvezivanja u širi sustav atrakcija	Boravišno/izl etničke značajke
Najveći razvojni potencijal od svih proizvoda — potvrđeno i od strane fokus grupa. Brojčano i prostorno najrasprostranjeniji resurs destinacije. Visoka mogućnost diferencijacije: UNESCO geopark, autentična geobaština, iznimna biološka raznolikost.	• Velika potražnja na tržištu za outdoor doživljajima, posebice kod aktivnih turista, obitelji, škola. • Standardizacija i uređenje signalizacije i interpretacije prirodne baštine. • Stvaranje cjelogodišnjih outdoor programa (proljeće–jesen: hiking, biking; zima: snježni trekking, sanjkanje). • Uvezivanje staza, odmorišta i vidikovaca u prepoznatljive tematske rute (npr. „Papuk Wilderness Experience“). • Razvoj interpretacije georaznolikosti u suradnji s Geo Info centrom.	Mogućnost snažne integracije u šire doživljajne proizvode: Geo Info centar Voćin – interpretacija geobaštine Svetište Voćin – kombinacija prirode i duhovnosti Apiturizam – senzorni doživljaji u prirodi Manifestacije – outdoor festivali i sportski	Pretežito izletnički Za povećan broj boravišnih gostiju potrebno je: - Razviti outdoor višednevne programe; - organizirati edukativne kampove - razviti tematske ture - otvoriti dodatne smještajne kapacitete

		dogadaji	
Marketinški potencijal	Informacijska dostupnost	Turistička opremljenost	Fizička i javna dostupnost
	- Trenutno dobra, ali neujednačena; potreban integrirani digitalni sustav (karte, rute, interaktivne aplikacije). - Geo Info centar i Centar za posjetitelje u Slatinskom Drenovcu pozicionirati kao glavne interpretacijske točke	Visoka na Jankovcu, srednja do niska na ostalim lokalitetima. Prioritet: odmorišta, sanitarni čvorovi, staze, pristupačnost.	Pristupačno st dobra, ali zahtijeva modernizaciju kritičnih prilaznih cesta Turistički „zeleni vlak“ do Jankovca velika je prednost

Izvor: Izrada autora prema podacima dobivenim od strane ključnih dionika

Tablica 17. Primarni turistički proizvodi i njihov potencijal- Kulturni i vjerski turizam

Kulturni i vjerski turizam			
Glavne atrakcije i sadržaji: - Svetište i Bazilika Gospe Voćinske — najznačajnija kulturno-vjerska točka destinacije - Stari grad Voćin (arheološko nalazište, utvrda visoke simboličke vrijednosti) - Crkve i sakralna baština (Lisičine, Čačinci, Slatinski Drenovac, Macute) - Geo Info centar — interpretacija kulturno-geološkog nasljeđa - Hodočasničke rute prema Voćinu			
Razvojni potencijal	Ključni razvojni pravci	Mogućnost uvezivanja u širi sustav atrakcija	Boravišno/izletničke značajke
Jedan od ključnih nositelja identiteta destinacije. Velika frekvencija posjetitelja u Voćinu (hodočasnici, kulturni	- Osuvođenjivanje interpretacije Svetišta i integracija u digitalne rute (AR/VR, storytelling). - Oživljavanje Starog grada Voćin kroz arheološke	Prirodna baština (staze → vođena hodočasnička ruta). Manifestacije (Kestenijada, viteški turnir – dodavanje	Prevladava izletnički tip posjeta, visoka sezonalnost (blagdani) Potencijal značajnog produljenja boravka kroz

posjetitelji).	programe, događanja i edukaciju.	interpretativnih točaka).	paket-aranžmane (vjera + kultura + priroda).
Podloga za stvaranje specifičnih doživljaja: vjerske, duhovne, meditativne i poučne rute	- Kreiranje tematskih kulturnih itinerara: npr. „Putovima Voćinske povijesti“, „Od Rupnice do Svetišta“. - Razvoj višednevnih hodočasničkih programa („Voćin – vjersko srce zelene Slavonije“).	Apiturizam (vjera+duhovnost + zdravlje + priroda = jedinstvena tržišna niša).	
Marketinški potencijal	Informacijska dostupnost	Turistička opremljenost	Fizička i javna dostupnost
	- Dobra, ali strategija komunikacije nije jedinstvena. - Velika potreba za profesionalnim interpretacijskim materijalima i digitalnim mapama.	Svetište dobro uređeno, Stari grad Voćin i arheološki lokaliteti zahtijevaju ulaganja	Javno dostupno, ali dio lokaliteta teško dostupan osobama smanjene pokretljivosti

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

Tablica 18. Primarni turistički proizvodi i njihov potencijal- Apiturizam i turizam zdravlja

Apiturizam i turizam zdravlja			
Glavne atrakcije i sadržaji: - OPG-ovi i lokalni pčelari - Med, propolis, vosak, matična mliječ — autohtoni resursi - Potencijalna mreža api-inhalacijskih komora - Senzorne staze uz pčelinje pašne - Lokalni proizvodi i brend „100% Papuk“			
Razvojni potencijal	Ključni razvojni pravci	Mogućnost uvezivanja u širi sustav atrakcija	Boravišno/izletničke značajke
Identitet destinacije u nastajanju — fokus grupe prepoznaju ga kao najperspektivniji novi proizvod. Apiturizam u Hrvatskoj snažno raste, tržište wellnessa također.	- Izgradnja i otvaranje Centra zdravlja u Voćinu - Otvaranje api-inhalacijskih komora uz standard kvalitete.	Hodočasničke i kulturne rute (zdravlje + duhovnost). Outdoor proizvodi – staze	Pogodno za jednodnevne posjete, ali i za višednevne programe uz wellness i edukaciju

Sinergija s prirodnim i vjerskim turizmom stvara jedinstvenu kombinaciju doživljaja „priroda + zdravlje + mir“.	• Programi „Zdravlje s Papuka“ (meditacija, šumska kupanja, api-wellness). • Izgradnja brenda „100% Papuk – med i pčelinji proizvodi“. • Edukacija pčelara za rad s turistima, digitalno oglašavanje, razvoj suvenirskog programa	povezane s pčelinjim pašnjacima. Centar „Vrata Papuka“ u Slatinskom Drenovcu – središte promocije i kušaonica	
Marketinški potencijal	Informacijska dostupnost	Turistička opremljenost	Fizička i javna dostupnost
	• Trenutno ograničena; nužna izrada zajedničke online platforme OPG-ova i usluga	Raste, ali varira; potrebna standardizacija i opremanje komora, kušaonica i staza	Lokacije OPG-ova dobro dostupne, no zahtijevaju signalizaciju i parking

Izvor: Izrada autora prema podacima dobivenim od strane ključnih dionika

Tablica 19 Sekundarni turistički proizvodi i njihov potencijal- Manifestacijski turizam

Manifestacijski turizam			
Glavne atrakcije i sadržaji: • Srednjovjekovni viteški turnir u Slatinskom Drenovcu • Voćinska Kestenijada • Ribička noć, Dani kruha, smotre folklora, lokalne svečanosti • Ciklus manifestacija TZP Vrata Papuka			
Razvojni potencijal	Ključni razvojni pravci	Mogućnost uvezivanja u širi sustav atrakcija	Boravišno/izletničke značajke
Manifestacije imaju snažnu emotivnu i identitetsku vrijednost. Visok potencijal za brendiranje, ali zahtijevaju profesionalizaciju i produženje trajanja.	• Razvoj tematskih sadržaja i interpretacijskih točaka. • Umrežavanje manifestacija u godišnji kalendar „100% Papuk“. • Jačanje gastronomskog i	Idealno za integraciju OPG-ova, kulturnih udruga, PP Papuk	Pogodno za jednodnevne posjete, ali i za višednevne programe uz wellness i edukaciju

	lokalnog proizvodnog segmenta.		
Marketinški potencijal	Informacijska dostupnost	Turistička opremljenost	Fizička i javna dostupnost
	• Snažnija promocija putem digitalnih i specijaliziranih komunikacijskih kanala • Potrebno izraditi godišnji kalendar događanja	Dodatno opremiti prostore održavanja manifestacija standardiziranom opremom – značajke brenda destinacije	Poboljšati pristupačnost osobama s invaliditetom

Izvor: Izrada autora prema podacima dobivenim od strane ključnih dionika

Tablica 20 Sekundarni turistički proizvodi i njihov potencijal- Lovni turizam

Lovni turizam			
Glavne atrakcije i sadržaji: • Lovišta u općinama Voćin i Čačinci • Lovački domovi, prateća infrastruktura • Tradicija lovstva i gastronomije			
Razvojni potencijal	Ključni razvojni pravci	Mogućnost uvezivanja u širi sustav atrakcija	Boravišno/izletničke značajke
Stabilan segment, ali s ograničenim volumenom. Može predstavljati dodatnu vrijednost izvan sezone.	• Uključivanje u paket-aranžmane s outdoor turizmom (foto lov)	Povezivanje doživljaja lova s gastronomijom i apiturizmom.	Pretežito boravišne
Marketinški potencijal	Informacijska dostupnost	Turistička opremljenost	Fizička i javna dostupnost
	• Pojačati ciljano oglašavanje zbog izrazito nišnog segmenta	Dodatno opremiti lovačke čeke te izgraditi promatračnice za promatranje životinja Dodatno	Redovito održavati šumske pute

		označavanje i signalizacija	
--	--	-----------------------------	--

Izvor: Izrada autora prema podacima dobivenim od strane ključnih dionika

4. POKAZATELJI ODRŽIVOSTI NA RAZINI DESTINACIJE

4.1. Tablični prikaz pokazatelja održivosti

Tablica 21. Pokazatelji održivosti

	Pokazatelj	Vrijednost (izračun)
1.	Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone	0,64
2.	Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom (prosječan postotak zadovoljnih ispitanika)	
3.	Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji	
4.	Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom	45%
5.	Broj organiziranih turističkih ambulanti	0
6.	Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije (m3)	
7.	Omjer količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji (tone)	
8.	Udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije (ukupno i pojedinačno po kategoriji zaštite)	23,88
9.	Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije (Kwh)	
10.	Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika	NE
11.	Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim opterećenjem (06/2024))	381
12.	Prosječna duljina boravka turista u destinaciji (u danima)	2,01
13.	Ukupan broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i posluživanja hrane	
14.	Poslovni prihod gospodarskih subjekta (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja i usluživanja hrane	
15.	Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija	PARK PRIRODE PAPUK, površina: 15

		362 ha POSEBNI REZERVAT SEKULINAČKE PLANINE, površina: 11,2 ha SPOMENIK PRIRODE RUPNICA, površina: 0,5 ha SPOMENIK PRIRODE DVA HRASTA KITNJAKA U PODRUČJU DJEDOVICA, OPĆINA VOĆIN Na području Općine Čačinci i Općine Voćin se, prema registru kulturnih dobara, nalaze zaštićena sljedeća kulturna dobra: arheologija- • Arheološka zona Gradina, Voćin (preventivno zaštićeno) • Arheološko nalazište Gradina, Hum (preventivno zaštićeno) • Arheološko nalazište Lenije, Macute kulturni krajolik- • Kulturno - povijesni krajolik Jankovac, Slatinski Drenovac
--	--	---

		kulturno povijesna cjelina- • Partizansko groblje, Voćin nepokretno kulturno dobro- pojedinačno- • Crkva Blažene Djevice Marije, Voćin • Crkva sv. Georgija, Lisičine • Crkva sv. Georgija, Slatinski Drenovac • Crkva Uspenja Bogorodice, Macute • Skupna grobnica palih boraca NOR-a, Donje Kusonje • Spomenik žrtvama fašističkog terora i zgrada bivše općine, Voćin • Stari grad Voćin, Voćin • Spomenik i grobnica seljaka iz sela Kometnik i Dobrić, Kometnik-Jorgić
16.	Status implementacije aktivnosti iz plana upravljanja destinacijom	-
17.	Broj ostvarenih noćenja u smještaju u destinaciji po hektaru izgrađenog građevinskog područja JLS	1,765002901

Izvor: izrada i izračun autora prema prikupljenim podacima

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

Tablica 22 Pristupačnost atrakcija i lokaliteta osobama s invaliditetom

Atrakcija / lokalitet	Fizička pristupačnost	Informacijsko-komunikacijska pristupačnost
Svetište Gospe Voćinske	✓	djelomično
Crkva Blažene Djevice Marije, Voćin	✓	djelomično
Crkva sv. Georgija, Lisičine	✓	-
Crkva sv. Georgija, Slatinski Drenovac	✓	-

Crkva Uspenja Bogorodice, Macute	-	-
Stari grad Voćin, Voćin	-	-
Drenovačka srednjovjekovna utvrda Klak, Slatinski Drenovac	-	-
Geo info centar Voćin	✓	✓
Kulturno-umjetnička udruga "Voćin"	✓	-
Kulturno umjetničko društvo „Čačinci“	-	-
Park prirode Papuk	u većini	djelomično
Posebni rezervat šumske vegetacije - Sekulinačke planine	-	-
Geološki spomenik Rupnica s poučnom stazom	-	-
Park šuma Jankovac	djelomično	djelomično
Slap Skakavac	-	-
Spomenik prirode Dva hrasta kitnjaka u Đedovici	djelomično	djelomično
Arboretum Lisičine	djelomično	-
Grofova poučna staza na Jankovcu	djelomično	djelomično
Poučna staza Rupnica	-	-
Srednjovjekovni viteški turnir u Slatinskom Drenovcu	djelomično	-
Slavonija i Podravina, WINE NOT!?	✓	✓
Hodočašća u svetište Majke Božje Voćinske	✓	-
Smotra folkloru u Voćinu	djelomično	-
Kestenijada u Voćinu	✓	-
„Čačinci za Jaglace“	✓	✓
Dan općine Čačinci	djelomično	-
Dan općine Voćin	djelomično	-
Ribička noć u Čačincima	-	-
Tijelovo u Čačincima	djelomično	-
Dječja smotra folkloru u Voćinu	djelomično	-

Izvor: Izrada autora

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

Utvrđivanja pokazatelja održivosti prema kriteriju zaštite bioraznolikosti definira se kroz udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije. Pokazatelj se izračunava na razini ukupnog udjela svih zaštićenih područja, kao i na razini svake pojedinačne kategorije zaštićenog područja (Tablica 23). Iako na području destinacije postoji ukupno pet zaštićenih područja prirode, oni su površinom obuhvaćeni unutar Parka prirode Papuk, s obzirom da su formalno unutar obuhvata područja istoga.

Tablica 23. Udio zaštićenih područja u ukupnoj površini obuhvata TZP Vrata Papuka

Obilježje/kategorija	Broj zaštićenih područja/naziv	Pokazatelj površine (ha)	Pokazatelj udjela (%)
Površina destinacije	-	44.082	-

Zaštićena područja prirode u destinaciji	5	10.526	23,88
Park Prirode Papuk	1	10.526	23,88
Posebni rezervat Sekulinačke planine	1		
Spomenik prirode Rupnica	1		
Spomenik prirode Hrastovi u Djedovici	1		
Park šuma Jankovac	1		

Izvor: Izrada autora

5. RAZVOJNI SMJER S MJERAMA I AKTIVNOSTIMA

5.1. SWOT analiza

Tablica 24. prikazuje analizu snaga, slabosti, prilika i prijetnji prema različitim područjima od interesa za dinamiziranje turističkog razvoja područja TZP Vrata Papuka.

Tablica 24. SWOT analiza destinacije TZP Vrata Papuka

SNAGE	SLABOSTI
-povoljni klimatski uvjeti za bavljenje poljoprivredom i turizmom - bogata prirodna i kulturna baština - razvijen lovni i vjerski turizam - tradicija obrtništva i poduzetništva -tradicija postojanja prerađivačke industrije uz konstantan porast uslužnih djelatnosti -izgrađene poduzetničke zone i kontinuirano ulaganje u iste -kvalitetna šumska i poljoprivredna zemljišta (značajni za razvoj ekološke poljoprivrede) - turistički atraktivan i očuvan prirodni krajobraz -postojanje smještajnih kapaciteta -kontinuirano ulaganje u prometnu infrastrukturu -članstvo općina u LAG-u „Papuk“ -izrađeni Prostorni planovi uređenja općina kao temelj daljnjeg razvoja infrastrukturnih projekata -izrađen Plan gospodarenja otpadom -postojeća odgojno-obrazovna infrastruktura -podrška lokalne samouprave i zajednice udrugama i njihovim inicijativama -pripadnost područja Parku prirode Papuk, koji promovira područje i privlači brojne posjetitelje -prisutnost glavnih turističkih atrakcija i sadržaja Parka prirode Papuk na području destinacije (Park šuma Jankovac, Geološki spomenik Rupnica, Geoinfo centar Voćin) koji generiraju potrošnju -kontinuirana edukacija svezi napretka u poljoprivredi -gostoljubivost dionika u turizmu	- nedostatak inovativnosti u poduzetništvu -nedostatak vlastitih izvora financiranja za nova ulaganja/projekte -nedovoljno iskorištene mogućnosti financiranja iz EU fondova -nedovoljna informiranost i obrazovanje za jači rast i razvoj postojećih poduzeća i obrta -nedovoljna umreženost poljoprivrednika i turizma -nedovoljna intencija planiranja razvoja turističke infrastrukture -potreba intenzivnije promocije postojeće ponude u turizmu -nedovoljan broj smještanih kapaciteta -neravnomjerno razvijena naselja Općine Čačinci -rascjepkanost poljoprivrednog zemljišta -stagnacija gospodarskih aktivnosti -nedovoljno razvijena svijest stanovništva o kulturnim, prirodnim i ostalim resursima kao potencijalu za razvoj turizma -ovisnost udruga o proračunu Općina -potreba ulaganja u znanja, vještine i kapacitete udruga vezano za izradu projekata i vođenje aktivne politike samoodrživosti -nedovoljna participacija i uključenost građana u kulturnim/športskim/društvenim manifestacijama
PRILIKE	PRIJETNJE
-krajobrazna i biološka raznolikost važan su	-depulacija i starenje stanovništva

potencijal za razvoj specifičnih oblika turizma -rastući trendovi u povezivanju poljoprivrede, turizma, prirode i rekreacije (povećana potražnja za ruralnim turizmom) -uvođenje više marketinških aktivnosti za privlačenje novih investicija i investitora -dostupnost edukacija i radionica namijenjenih poduzetnicima i obrtnicima -dodatna ulaganja u edukaciju i profesionalni razvoj poduzetnika, obrtnika i njihovih zaposlenika -mogućnost korištenja strukturnih fondova za poticanje i jačanje malog i srednjeg poduzetništva -mogućnost korištenja ESI fondova i nacionalnih programa za razvoj i unaprjeđenje turizma -udruživanje i zajednički nastup na tržištu mladih proizvođača -dostupnost kreditnih linija za mlade poduzetnike (HBOR) -modernizacija poslovanja i proizvodnje (nove tehnologije) -veća suradnja udruga s javnim sektorom i s drugim udrugama u RH i inozemstvu	-odlazak mladih obrazovanih ljudi -nedostatak adekvatne radne snage -administracija i dugotrajnost postupka -dugotrajnost razvoja i unaprjeđenja prometne i komunalne infrastrukture -nedostatak domaćih i stranih investicija -usporen razvoj poduzetničkih zona -elementarne nepogode -neriješeni imovinsko-pravni odnosi poljoprivrednih zemljišta (izostajanje investicijskih turističkih projekata) -visoki kriteriji za ostvarivanje poticaja u poljoprivredi -nekontrolirano korištenje prirodnih resursa -ograničena sredstva iz proračuna za poboljšane uvjete i rad u obrazovnim ustanovama -nedovoljna ulaganja u suvremenu zdravstvenu opremu -nedostatak sredstava za unaprjeđenje društvenog i kulturnog života stanovništva -nedostatak sredstava za izgradnju, restauraciju i održavanje zgrada i programa u kulturi
--	--

Izvor: izrada autora prema Strateškim programima razvoja Općina Čačinci i Voćin za razdoblje 2021.-2025.

5.2. Identificiranje općih načela i ciljeva turizma

S obzirom na činjenicu da definiranje općih načela i ciljeva turizma određuju stratešku usmjerenost destinacije na razvoj specifičnih i održivih oblika turizma koja mora biti temeljena na održivosti, očuvanju prirodne i kulturne baštine te zajedničkoj ulozi i koordiniranom djelovanju svih dionika u razvoju i upravljanju turizmom, dostupnih strateških dokumenta općina Čačinci i Voćin, Plana upravljanja destinacijom VPŽ i informacija dobivenih kroz radionice s dionicima, definirana su opća načela razvoja turizma na području TZP Vrata Papuka:

1. Načelo održivosti i očuvanja prirode – Očuvanost i atraktivnost područja u i oko PP Papuk, prepoznata je kao najveća privlačna snaga destinacije

2. Načelo vrednovanja kulturne, povijesne i religijske baštine – Svetište i bazilika Gospe Voćinske, Geo info park u Voćinu i budući informativni centar u Slatinskom Drenovcu, Srednjevjekovni viteški turnir te lokalna kultura života i rada čine temelj identiteta destinacije

3. Načelo dobrobiti lokalne zajednice i ravnomjernog teritorijalnog razvoja turizma

4. Načelo razvoja inovativne ponude usmjerene na zdravstvenu i duhovnu dobrobit – kroz razvoj i promicanje ponude primarnih turističkih proizvoda temeljenih na prirodi, religiji i duhovnosti te apiturizmu, stvara se snažna vrijednost za diferencijaciju destinacije TZP Vrata Papuka na tržištu.

5. Načelo pristupačnosti i inkluzivnosti – podizanje svijesti i educiranje svih dionika u destinaciji o potrebi unaprjeđenja pristupačnosti turističkih atrakcija i sadržaja osobama s invaliditetom i starijim osobama

5.3. Oblikovanje strateškog pravca i prioriteta

Temeljem provedene SWOT analize, zaključaka nakon provedenih radionica s lokalnim dionicima, Plana upravljanja destinacijom VPŽ te definiranih načela održivog i odgovornog razvoja turizma na području TZP Vrata Papuka, oblikovan je okvir strateškog pravca kojim se usmjerava budući razvoj destinacije. Strateški smjer razvoja TZP Vrata Papuka temelji se na pozicioniranju destinacije kao ulaznog područja Parka prirode Papuk te istodobno najznačajnijeg duhovnog i pčelarskog središta Virovitičko-podravске županije i ovoga dijela Slavonije.

Strategija razvoja turizma ovoga područja počiva na tri identitetska temelja:

1. Papuk kao jezgra iznimno očuvane prirode i poželjno odredište za outdoor turističke aktivnosti
2. Voćin kao središte vjerskog i kulturno interpretacijskog turizma
3. Čačinci i Slatinski Drenovac kao centri ruralnog turizma te ishodište za otkrivanje destinacije, apiturizam i turizam zdravlja

Tablica 25. Ciljevi i operativne strategije u razvoju turizma TZP Vrata Papuka

Strateški ciljevi	Prioriteti
Cilj 1: Održivo upravljanje prirodnom baštinom i posjetiteljskim tokovima u PP Papuk	Prioritet 1: Unaprjeđenje upravljanja posjetiteljskim tokovima
	Prioritet 2: Jačanje edukacije o prirodi i georaznolikosti
	Prioritet 3: Sustavna zaštita i unaprjeđenje interpretacije geoloških i bioloških vrijednosti PP Papuk
Cilj 2: Jačanje kulturno-duhovnog identiteta Voćina	Prioritet 4: Razvoj i interpretacija Svetišta Gospe Voćinske te hodočasničkih ruta
	Prioritet 5: Razvoj hodočasničkih ruta i digitalizacija sakralne baštine
	Prioritet 5: Uvezivanje svih atrakcija nasljeđa oko središnje točke interpretacije odredišta Geo Info Centra
Cilj 3: Razvoj apiturizma i turizma zdravlja	Prioritet 6: Jačanje brend „Med 100% Papuk“ uz razvoj manifestacije kao podrške brendu npr. „Dani meda s Papuka“
	Prioritet 7: Podrška pčelarima za otvaranje api-inhalacijskih komora
	Prioritet 8: Edukacijski programi za pčelare i ostale dionike o turističkim aktivnostima na gospodarstvima
Cilj 4: Razvoj turističke infrastrukture i cjelogodišnje turističke ponude	Prioritet 9. Modernizacija i označavanje staza i ruta za sportsko-rekreacijske aktivnosti na otvorenom te unaprjeđenje pristupačnosti za osobe s invaliditetom

	Prioritet 10. Pozicioniranje Interpretacijskog centra u Slatinskom Drenovcu kao središnjeg mjesta za otkrivanje destinacije Prioritet 11: Brending kampanja 100% Papuk kao okosnica povezivanja svih atrakcija i tematskih ruta
Cilj 5. Implementacija suvremenog marketinga i brendiranja	Prioritet 12: Izrada i implementacija brend koncepta „100% Papuk – 100% priroda, duhovnost i zdravlje“ uz digitalnu kampanju i storytelling

Izvor: izrada autora

5.4. Mjere i aktivnosti

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

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

Tablica 31. u nastavku prikazuje mjere povezane s pojedinim prioritetima te konkretne aktivnosti koje su temelj za izradu operativnih i godišnjih akcijskih planova.

Tablica 26. Prijedlog mjera i aktivnosti za postizanje strateških ciljeva

STRATEŠKI CILJ / MJERA	AKTIVNOSTI
SC1: Očuvanje i održivo upravljanje prirodnim resursima Papuka M1. Uređenje i održavanje planinarskih, poučnih i tematskih staza M2. Edukativna komponenta turističkog doživljaja	A.1.1. Uvođenje standardizirane signalizacije (standardi PP Papuk + 100% Papuk brend), označavanje postojećih i novo trasiranih staza A.1.2. Izrada digitalne mape staza A.1.3. Uređenje odmorišta (nadstrešnice, klupe, pitka voda, prostori za piknik) A.2.1. Organiziranje vođenih tura s temom bioraznolikosti i geologije A.2.2. Osmišljavanje i stavljanje na tržište edukativnih programa za djecu, mladež i obitelji
SC2: Jačanje kulturnog-duhovnog identiteta Voćina M3: Unaprjeđenje interpretacije svetišta i Bazilike Gospe Voćinske M4: Razvoj i označavanje hodočasničkih ruta te povezivanje s ostalim ključnim atrakcijama u destinaciji	A.3.1. Dodatno uređenje prostora oko svetišta te opremanje prostora suvremenom interpretacijskom infrastrukturom A.4.1. Obilježavanje smjerova i infrastrukturno opremanje odmorišta A.4.2. Izrada klasičnih i digitalnih karata hodočasničkih ruta

	A.4.3. Uspostava suradničke mreže za razvoj vjerskoga turizma (Crkva, Geo Info centar, lokalni dionici i poduzetnici, udruge) . A.4.4. Osmišljavanje višednevnog turističkog paketa „Voćin – hodočasničko srce zelene Slavonije“
SC 3: Razvoj ponude apiturizma i turizma zdravlja M5: Podizanje svijesti lokalnih dionika o razvoju apiturizma M6: Potpora otvaranju api-inhalacijskih komora M7: Brendiranje meda i proizvoda od meda „100% Papuk“ M8: Razvoj zaokruženih iskustvenih proizvoda „Papuk 100% zdravlje“	A.5.1. Organiziranje edukativnih programa za lokalne pčelare i OPG-ove A.6.1. Izrada dizajna i osiguravanje potpora za otvaranje api-inhalacijskih komora A.6.2. Uređenje senzornih staza na mjestima pčelinje paše M.7.1. Izrada vizualnog identiteta i košarice „100% Papuk“ M.8.1. Osmišljavanje jednodnevnih i višednevnih api i wellness programa s temom meda i prirode
SC 4: Razvoj turističke infrastrukture i cjelogodišnje turističke ponude M9: Pozicioniranje Centra za posjetitelje „Vrata Papuka“ u Slatinskom Drenovcu kao središnjeg mjesta za otkrivanje destinacije M10: Razvojno i marketinško vrednovanje lokaliteta Stari grad Voćin M11. Produženje turističke sezone i proširivanje smještajne ponude M12: Umrežavanje i interesno udruživanje dionika pod krovnim brendom „100% Papuk“	A.9.1. Komunikacijska kampanja „Otvorite Vrata Papuka“ A.9.2.U prve 2 godine nakon otvaranja intenzivna organizacija tematskih događanja i obilazaka Centra „Vrata Papuka“ A.9.3. Uspostava kušaonice i suvenirske prodavaonice lokalnih proizvoda „100% prirodno“ (med i pčelinji proizvodi, gljive, suhomesnati proizvodi, rakije, rukotvorine, prirodna kozmetika...) A.10.1. Izrada projektnog prijedloga za revitalizaciju i turističko vrednovanje lokaliteta Stari grad Voćin A.10.2. Integriranje Starog grada Voćin u tematske staze i turističke itinerare te ponudu doživljaja Geo Info centra A.11.1. Osmišljavanje i uvođenje na tržište zimskih outdoor programa (snježni trekking, sanjkanje) A.11.2. Izrada godišnjeg programskog kalendara za radionice u Geo Info centru u Voćinu A.11.3. Potpore za otvaranje smještaja u na OPG-ovima i u domaćinstvima A.11.4. Standardizacija i označavanje „100% domaćin“ A.12.1. Pokretanje inicijative za stvaranje interesnog udruženja „100% Papuk – prirodno,

	zdravo, mirno“
SC 5: Implementacija suvremenog marketinga i brendiranja	A.13.1. Digitalne kampanje za: • outdoor Papuk experience • Voćin mjesto vjere i duhovnog zdravlja • Geo info centar iskustvene programe • Apiturizam – zdravlje iz prirode
M13: Unaprjeđenje digitalnog marketinga	
M14: Osnaživanje brenda destinacije	A.14.1. Izrada i implementacija branding strategije destinacije „100% Papuk“

Izvor: izrada autora

6. SMJERNICE I PREPORUKE ZA DIONIKE RAZVOJA

Uspostava učinkovitog sustava upravljanja destinacijom podrazumijeva ne samo jasno definiranje uloga, odgovornosti i međusobnih odnosa svih relevantnih dionika, već i stvaranje okvira koji omogućuje kontinuiranu komunikaciju, usklađivanje prioriteta i zajedničko djelovanje prema održivim razvojnim ciljevima. Takav sustav mora poticati suradnju između javnog i privatnog sektora, lokalne zajednice i posjetitelja te osigurati da se odluke donose na temelju pouzdanih podataka, analiza i praćenja učinaka.

Polazeći od provedenih analiza i uvida dobivenih tijekom izrade ovoga plana, u nastavku se iznose strateške preporuke i ključne smjernice usmjerene nositeljima razvoja destinacijske ponude. One imaju za cilj unaprijediti organizacijsku strukturu destinacije, povećati učinkovitost upravljanja te stvoriti preduvjete za kvalitetniji, konkurentniji i održiviji turistički razvoj.

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

6.1.1. Upravljačka i planska uloga JLS

- Osigurati dosljednu provedbu strateških dokumenata (Prostorni planovi, Strateški programi razvoja, Plan upravljanja destinacijom).
- Uključiti turizam u sve lokalne politike (komunalna infrastruktura, promet, digitalizacija, ruralni razvoj).
- Uspostaviti redoviti model koordinacije s TZP Vrata Papuka, PP Papukom, Geo Info centrom i drugim javnim institucijama radi zajedničkog planiranja i izvještavanja.

6.1.2. Razvoj javne turističke i komunalne infrastrukture

- Unaprjeđivati cestovnu, digitalnu i komunalnu infrastrukturu, posebno na pristupnim točkama destinacije (Voćin, Slatinski Drenovac, Čačinci).
- Prioritetno ulagati u uređenje i održavanje pristupa turističkim atrakcijama, tematskim stazama i vidikovcima.
- Planirati standarde pristupačnosti za osobe s invaliditetom u svim budućim infrastrukturnim projektima.
- Osigurati sustavno održavanje javnih površina, odmorišta i prostora oko sakralnih i kulturnih lokaliteta.

6.1.3. Poticanje lokalnog gospodarstva i poduzetništva

- Uvesti poticajne mjere za razvoj smještajnih kapaciteta na OPG-ovima i u domaćinstvima (subvencije, edukacije, pojednostavljene procedure).
- Promicati suradnju poljoprivrednika i turističkog sektora, osobito u području apiturizma i lokalnih proizvoda pod brendom „100% Papuk“.
- Uključiti poduzetnike u izradu projektnih prijava za EU fondove te osigurati stručnu podršku za pripremu dokumentacije.
- Aktivno poticati osnivanje tematskih klastera ili udruženja (npr. klaster apiturizma, klaster outdoor pružatelja usluga).

6.1.4. Jačanje ljudskih potencijala i društvene kohezije

- Poticati programe osposobljavanja u turizmu, interpretaciji baštine, digitalnom marketingu i vođenju poslovanja.
- Pružati kontinuiranu podršku lokalnim udrugama koje doprinose kulturnom, sportskom i društvenom životu, jer su važan dio identiteta destinacije.
- Uključiti lokalno stanovništvo u procese odlučivanja kroz javne rasprave, savjetovanja i participativne radionice.

6.2. Smjernice i preporuke za turističke zajednice

6.2.1. Uloga TZP Vrata Papuka kao koordinatora destinacijskog upravljanja

- Uspostaviti trajni model koordinacije dionika u destinaciji (kvartalni sastanci, radne skupine za ključne proizvode).
- Aktivno prikupljati, analizirati i distribuirati podatke o turističkom prometu, zadovoljstvu turista, zadovoljstvu lokalnog stanovništva i nosivim kapacitetima.
- Izraditi godišnje planove aktivnosti usklađene sa strateškim smjerovima i mjerama Plana upravljanja.

6.2.2. Marketing destinacije i upravljanje brendom „100% Papuk“

- Razviti i implementirati brend strategiju „100% Papuk – priroda, duhovnost i zdravlje“.
- Voditi integrirane marketinške kampanje usmjerene na primarne turističke proizvode:
 - outdoor i priroda,
 - vjerski i kulturni turizam,
 - apiturizam i turizam zdravlja.
- Unaprijediti digitalni ekosustav destinacije (web stranica, digitalne karte, booking info, sustav newslettera, kampanje na društvenim mrežama).
- Povećati profesionalni standard vizualnih i komunikacijskih materijala, uključujući storytelling i tematizirane sadržaje.

6.2.3. Upravljanje doživljajem posjetitelja

- Razviti i promovirati standardizirane interpretacijske programe (edukativne ture, hodočasničke rute, apituristička iskustva).
- Uvesti sustav kvalitete „100% domaćin“ za iznajmljivače, OPG-ove i pružatelje usluga.

- Redovito provoditi edukacije za turističke dionike (digitalni marketing, održivost, sigurnost, interpretacija baštine).
- Poticati stvaranje integriranih turističkih paketa u suradnji s PP Papukom, Geo Info centrom, udrugama i privatnim sektorom.

6.3. Smjernice i preporuke za druge dionike u turizmu i upravljanju turizmom u destinaciji

6.3.1. Pružatelji smještaja, OPG-ovi i pružatelji turističkih usluga

- Ulagati u kvalitetu smještaja i dodatne sadržaje koji povećavaju duljinu boravka (kušaonice, tematske ture, radionice).
- Razvijati iskustvene proizvode u skladu s identitetom destinacije (npr. api-inhalacije, šumska kupanja, gastro radionice).
- Aktivno se uključiti u brend „100% Papuk“ i koristiti vizualni identitet u promociji.
- Sudjelovati u edukacijama o digitalnom marketingu, održivosti i standardima kvalitete.

6.3.2. Udruge, kulturne i sportske organizacije

- Razvijati i unapređivati manifestacije koje doprinose prepoznatljivosti destinacije (viteški turnir, hodočasničke manifestacije, Kestenijada, folklorne smotre).
- Uključiti elemente interpretacije, lokalne baštine i tradicije u postojeće programe.
- Suradnjom s TZP-om i JLS-ovima osigurati profesionalnije vođenje događanja i kvalitetniju promociju.
- Uključiti volontere i mlade u organizaciju događanja i edukativne programe.

6.3.3. Park prirode Papuk, Geo Info centar i druge stručne institucije

- Razvijati zajedničke programe interpretacije georaznolikosti, bioraznolikosti i kulturne baštine.

- Uskladiti standarde signalizacije, vođenja tura i edukativnih programa na razini cijelog područja Papuka.
- Osigurati redovitu razmjenu podataka o posjetiteljima, opterećenosti staza i potrebama upravljanja posjetiteljskim tokovima.
- Podržati razvoj novih proizvoda temeljenih na prirodnoj i geološkoj baštini (digitalne ture, edukativni kampovi, tematske rute).

7. POPIS PROJEKATA

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

Tablica ? Projekti koji pridonose mjerama za doprinos pokazatelja održivosti

Naziv projekta		Nositelj	Lokacija	Planirani početak i završetak	Studijska dokumentacija (DA, NE, U IZRADI)	Vrijednost	Doprinos strateškim cilju/mjeri
Rekonstrukcija i dogradnja zgrade društvenog doma u Voćinu	Projektom će se rekonstruirati i nadograditi Društveni dom u Voćinu s ciljem poboljšanja uvjeta korištenja istog za potrebe udruga i stanovnika sa području Općine. Rezultat će biti funkcionalno uređen prostor, u kojem će se održavati kulturno-umjetničke, društvene i ostale manifestacije.	Općina Voćin	Kč.br. 130/5 k.o. Voćin	2027. – 2030.	DA	1.300.000,00 €	

Centar za kulturu „Papuk“	Rekonstrukciju zgrade javne i društvene namjene - prenamjena dijela Osnovne škole u Centar za kulturu. Prenamjena prostora u okviru javne društvene namjene odnosi se na namjenu sadržaja na način da se umjesto sadržaja obrazovanja prostor prenamijenjuje u sadržaj kulture. Konceptcija projektiranog rješenja je formirati dvoranu sa pozornicom površine 79,31 m², deniveliranim parterom i galerijom što će omogućiti prihvat 285 mjesta, od čega u parteru	Virovitičko - podravska županija	Općina Čačinci	1.01.2025-1.01.2027	DA	1.000.000,00 € (780.000,00 €) trošak radova i opremanja, 220.000,00 € ostali troškovi: stručni nadzor, trošak promocije, trošak managementa) (vlastito sufinanciranje 15%)	
----------------------------------	--	----------------------------------	----------------	---------------------	----	---	--

	223 mjesta + 2 mjesta za invalidska kolica, te 60 mjesta na galeriji.						
Rekonstrukcija i dogradnja ceste, Slatinski Drenovac, Ulica Mire Koščaka	Slatinski Drenovac je turističko naselje koje se nalazi uz izletište Jankovac i ova cesta će poboljšati lokalnu povezanost	Općina Čačinci	Slatinski Drenovac	07.11.2024 .- 06.03.2025 .	DA	121.383,54 € (88.383,54 €)	
Konzervatorsko-restauracijski radovi na „Starom gradu“ u Voćinu	Restauracija i istraživanje ostatka vidljivih zidina, te arheološka iskopavanja na lokalitetu „Starog grada“ u Voćinu	Općina Voćin / Zavičajni muzej Slatina	Voćin, Stari grad	2025. – 2026.	U izradi	40.000,00 € (8.000,00 €)	
Ciklus manifestacija na Vratima Papuka	Kulturno turističke manifestacije na području djelovanja TZP Vrata Papuka kojima se podiže turistička konkurentnost na području općina Čačinci i Voćin	TZP Vrata Papuka	Voćin-Čačinci	Od 11.mj. svake godine.	4- Nije primjenjivo	80.000,00 € (16.000,00 €)	

Srednjovjekovni viteški turnir	Kulturno-povijesna manifestacija uprizorenja života ljudi u srednjem vijeku, te bitaka i s njima povezanih aktivnosti	TZP Vrata Papuka	Slatinski Drenovac	8. mjesec svake godine	Nije primjenjivo	30.000,00 € (6.000,00 €)	
Voćinska kestenijada	Kulturno-zabavna manifestacija s naglaskom na tradiciju	TZP Vrata Papuka	Voćin	10. mjesec svake godine	Nije primjenjivo	20.000,00 (4.000,00 €)	
Ciklus promotivnih aktivnosti na Vratima Papuka	PR i promotivne kampanje usmjerene s ciljem podizanja prepoznatljivosti destinacije na tržištu turizma.	TZP Vrata Papuka	Cijelo područje TZP Vrata Papuka	4 – 11. mjesec 2025.		40.000,00 € (8.000,00 €)	
Uspostava vidikovaca na Vratima Papuka	Izgradnja vidikovaca na Starom gradu u Voćinu i u Slatinskom Drenovcu		Voćin, Slatinski Drenovac	2026 - 2029	Ne	50.000,00 € (10.000,00 €)	

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

Tablica ? Projekti od posebnog značaja za razvoj destinacije

Naziv projekta	Kratki opis projekta	Nositelj	Lokacija	Planirani početak i završetak	Studijska dokumentacija (DA, NE, U IZRADI)	Vrijednost	Doprinos strateškom cilju/mjeri
Centar za posjetitelje i kulturu zdravlja sa smještajnim kapacitetima (izgradnja i opremanje)	Izgradnja predmetne zgrade planirana je na mjestu nekadašnjeg dvorca Jankovića koji je sada ruševina. S obzirom da predmetna lokacija ima status spomenika parkovne arhitekture gradnja novo projektirane građevine planira se u skladu s povijesnom matricom kao replika nekadašnje građevine te će nova građevina vanjskim gabaritima, oblikovanjem i pročeljima u velikoj mjeri odgovarati srušenoj građevini, a čiji se ostaci u potpunosti uklanjaju. Zahvat u prostoru obuhvaća postojeće k. č. br. 40 i 39/1, k.o. Voćin. Dio čestice 39/1 će se odcijepiti za potrebe izgradnje predmetne građevine te će se od tog dijela i čestice k.č.br. 40 formirati nova česticu. Zgrada je samostojeća,	Općina Voćin	Kč.br. 40 k.o. Voćin	2026. – 2029.	DA	6.000.000,00 €	

	sa 4 nadzemne etaže te se sastoji od nekoliko cjelina s prostorima javne namjene ugostiteljsko – turistička. U prizemlju se nalazi prostor kuhinje, restorana, konferencijske sale te popratnih gospodarskih sadržaja. Recepcija je smještena na 1. katu koji preko vanjskog stubišta ima direktan pristup na vanjski prostor. Na toj etaži te na etaži 2. kata smještene su smještajne jedinice – 25 dvokrevetnih soba i 4 apartmana. Na etaži potkrovlja smještena je teretana te prostori za masažu, aroma terapiju i saunu, sa svim popratnim sadržajima i sanitarnim čvorovima. Zgrada je položena u smjeru sjeverozapad – jugoistok te je glavni ulaz u zgradu sa sjeveroistočne strane. Kao vertikalna komunikacija unutar zgrade izvest će se centralno postavljeno stubište te lift.						
--	--	--	--	--	--	--	--

Izgradnja sportsko-rekreacijske infrastrukture sa smještajnim kapacitetima u Voćinu	Projektnom dokumentacijom predviđa se uređenje dijela područja Klokočevac kao rekreacijske zone sa smještajnim jedinicama. Namjena predmetnog područja označena je kao sportsko-rekreacijska (R5-športski) i mješovita namjena. Unutar obuhvata zahvata predviđen je osnovni sadržaj– smještajne jedinice ukupnog kapaciteta 13 smještajnih jedinica te prateći sportsko-rekreacijski sadržaj; adrenalinski park, igralište za mali nogomet i dva teniska terena. Sve smještajne jedinice s pratećim sportsko rekreacijskim sadržajima unutar zadanog obuhvata povezuje pješačka staza.	Općina Voćin (Votina d.o.o.)	Kč.br. 325/34 k.o. Voćin	2026. – 2029.	DA	2.500.000,00 €	
Izgradnja eko bazena u Voćinu	Tehnološki sustav bazena treba djelovati na prirodnom principu te čistiti vodu uz pomoć vodenih biljaka i šljunčanih filtriranih supstrata. Biološki bazen bit će prilagođen za kupanje plivača i	Općina Voćin	Kč.br. 326/1, 326/2, 327/1 k.o. Voćin	2027. – 2030.	U izradi	3.000.000,00 €	

	neplivača. Sastavni dio ograđenog kupališta bit će krajobrazno uređene zelene površine. Potrebno je osigurati travnu površinu namijenjenu takozvanoj „zelenoj plaži“. Uz potok i rubove kupališta predvidjeti sadnju odgovarajućeg broja visokog i niskog raslinja te drveća za pružanje hladovine posjetiteljima. Biološki bazen je ekološki prihvatljiva vodena površina koja je iz tehnoloških razloga podijeljena na dva dijela – dio za plivanje i dio za biološki tretman. Bazen se koristi u svrhu kupanja, rekreacije i plivanja gostiju kompleksa.						
--	--	--	--	--	--	--	--

9. ZAKLJUČAK

Plan upravljanja destinacijom TZP Vrata Papuka izrađen je s ciljem uspostavljanja dugoročnog, održivog i koordiniranog pristupa razvoju turizma na TZP „Vrata Papuka“ uz puno vrednovanje prirodnih, kulturnih, vjerskih i društvenih resursa. Dokument objedinjuje analitičku podlogu, strateško planiranje, razvojne prioritete i operativni okvir koji destinaciji omogućuje jasno pozicioniranje na turističkom tržištu te sustavno upravljanje budućim razvojem.

Analiza stanja pokazala je da destinacija posjeduje iznimno vrijednu resursnu osnovu: Park prirode Papuk i UNESCO Geopark, geološku i biološku raznolikost, Jankovac kao jednu od najatraktivnijih hrvatskih park-šuma, geološki spomenik Rupnicu, bogatu sakralnu baštinu sa središnjim lokalitetom – Svetištem Gospe Voćinske, te širok spektar kulturno-povijesnih lokaliteta, manifestacija i lokalnih tradicija. Ovi resursi predstavljaju čvrste temelje za razvoj turizma temeljenog na prirodi, kulturnog i vjerskog turizma te apiturizma i turizma zdravlja – triju ključnih proizvoda koji čine identitet destinacije.

Istodobno, analiza je ukazala na postojeće izazove: nedovoljnu interpretaciju baštine, fragmentiranost marketinških aktivnosti, ograničene smještajne kapacitete, neujednačenu infrastrukturu pristupa atrakcijama te nedovoljnu uključenost lokalnih proizvođača i poduzetnika u turističke tokove. Uočen je i nedostatak koordinacije među dionicima te potreba za profesionalizacijom upravljanja manifestacijama, jačanjem digitalne prisutnosti i unaprjeđenjem turističkih usluga.

Uvidi iz fokus grupa dodatno su potvrditi ove nalaze te naglasili ključne zajedničke smjernice: potrebu za boljim povezivanjem svih dionika, razvojem integriranog brenda, jačanjem ponude kroz interpretaciju i doživljajne sadržaje, te snažnim uključivanjem lokalne zajednice – posebice OPG-ova – u stvaranje prepoznatljivog turističkog proizvoda.

Na temelju sveobuhvatne analize oblikovan je strateški pravac razvoja destinacije koji počiva na trima identitetskim stupovima:

1. Papuk kao jezgra iznimno očuvane prirode i nositelj outdoor turizma
2. Voćin kao središte vjerskog identiteta, duhovnosti i kulturno-interpretacijskih sadržaja
3. Čačinci i Slatinski Drenovac kao ulazna vrata ruralnog, apiturističkog i zdravstvenog doživljaja Papuka

Strateški ciljevi definirani Planom usmjereni su na: održivo upravljanje prirodnom baštinom, jačanje kulturno-duhovnih vrijednosti, razvoj apiturizma i wellness ponude, modernizaciju i razvoj turističke infrastrukture, povećanje kvalitete i dostupnosti usluga, stvaranje cjelogodišnje ponude te implementaciju suvremenih marketinških alata i snažnog destinacijskog brenda „100% Papuk“.

Posebna pažnja posvećena je operativnoj provedbi kroz jasno definirane prioritete, mjere i aktivnosti – od standardizacije signalizacije, jačanja interpretacije i digitalizacije baštine, preko podrške pčelarima i razvoju api-inhalacijskih komora, do profesionalizacije manifestacija, umrežavanja dionika i razvoja novih doživljajnih programa. Popis ključnih projekata, kao i projekata od posebnog značaja, čini investicijski okvir koji omogućuje realizaciju definiranih strateških pravaca.

Zaključno, Plan upravljanja destinacijom TZP Vrata Papuka predstavlja temeljni strateški dokument za usmjeravanje održivog razvoja turizma te uspostavu

funkcionalnog i koordiniranog destinacijskog upravljanja. Uspjeh njegove provedbe ovisit će o partnerskoj suradnji svih dionika, osiguranju potrebnih financijskih sredstava, jačanju kapaciteta lokalnih sudionika i kontinuiranom praćenju učinaka mjera. Kroz implementaciju Plana, destinacija ima potencijal postati jedno od najprepoznatljivijih ulaznih područja Parka prirode Papuk i središte održivog doživljajnog turizma u Virovitičko-podravskoj županiji i široj regiji.

10. POPIS IZVORA

1. <https://www.vocin.hr/o-opcini/> (15.03.2025.)
2. DZS (2021) Popis stanovništva – stanovništvo po gradovima i općinama https://podaci.dzs.hr/media/td3jvrbu/popis_2021-stanovnistvo_po_gradovima_opcinama.xlsx (15.03.2025.)
3. Elaborat zaštite okoliša - Uređenje vodnog režima rijeke Voćinke u Voćinu (izradio Hidroing d.o.o. Osijek) https://www.vpz.hr/wp-content/uploads/2024/12/I-2347_24-EZO-Vo%C4%87inka-V4-28-11-2024.pdf (16.07.2025.)
4. Prostorni plan uređenja općine Čačinci chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://juzpuvpz.hr/wp-content/uploads/2018/05/e-1polazista1.pdf (20.05.2025.)
5. Prostorni plan uređenja Voćin - <https://www.vocin.hr/ppuo/ppuo.zip>
6. <https://podaci.dzs.hr/media/ryynjuzk/popis-2021-stambene-jedinice-po-gradovima-i-opcinama.xlsx> (20.05. 2025.)

7. Strateški plan gospodarskog razvoja općine Čačinci 2015-2020, dostupno na: https://cacinci.hr/wp-content/uploads/strateski_plan_razvoja.pdf (20.05.2025.)
8. STRATEŠKI PROGRAM RAZVOJA OPĆINE VOĆIN ZA RAZDOBLJE 2021.-2025., dostupno na: <https://www.vocin.hr/download/strateski-program-razvoja-opcine-vocin-2021-2025/> (20.05.2025.)
9. Ministarstvo kulture i medija-Registar kulturnih dobara RH, dostupno na: <https://registar.kulturnadobra.hr/#/> (20.05.2025.)
10. Strateški program razvoja Općine Čačinci 2021.-2025. Dostupno na: <https://cacinci.hr/download/strateski-program-razvoja-opcine-cacinci-2021-2025/>
11. Institut za turizam (2021): Strategija razvoja turizma Virovitičko-podravske županije do 2030. godine.
12. Plan upravljanja TZ VPŽ (2024) dostupno na: <https://www.vpz.hr/wp-content/uploads/2025/02/Prijedlog-Plana-upravljanja-destinacijom-za-područje-VPŽ.pdf>

11. POPIS ILUSTRACIJA

Tablice:

Slike:

Grafikoni:

PRILOG: Rezultati ankete o zadovoljstvu lokalnog stanovništva turizmom