institutzaturizam

Strateški plan razvoja turizma destinacije Petrinja

Zagreb, travanj 2013.

Strateški plan razvoja turizma destinacije Petrinja: završni prijedlog

Naručitelj:
TZ grada Petrinje

Voditelj projekta:
Dr. sc. Renata Tomljenović

Autori:
Dr. sc. Snježana Boranić-Živoder
Dr. sc. Eduard Kušen
Dr. sc. Renata Tomljenović

Zagreb, travanj 2013.

Sadržaj:

1. UVOD 5
   1.1. Pristup izradi plana 5
   1.2. Ciljevi i metode 6
   1.3. Program istraživanja 7
   1.4. Struktura i način izvođenja projekta 8
2. RAZVOJNO-PLANSKI OKVIR 11
   2.1. Dionici turističkog razvoja 11
   2.2. Prostorno-planski dokumenti 15
   2.3. Ostali relevantni planski dokumenti 25
3. ANALIZA POSTOJEĆE SITUACIJE 32
   3.1. Prometni položaj, ekonomsko i društveno okruženje 32
   3.2. Turizam 35
      Turistička ponuda i potražnja 35
      Obilježja destinacijskog marketinga i menadžmenta 39
4. TURISTIČKI RESURSI I ATRAKCIJE 43
   4.1. Turistička atrakcijska osnova grada Petrinje 44
      Geološke značajke prostora 45
      Klima 47
      Voda 47
      Biljni svijet 49
      Životinjski svijet 51
      Zaštićena prirodna baština 52
      Kulturna baština 53
      Kultura života i rada 58
      Znamenite osobe i povijesni događaji 63
      Manifestacije 65
      Kulturne i vjerske ustanove 67
      Sportsko-rekreacijske građevine i tereni 68
      Turističke staze, putovi i ceste 70
   4.2. Atrakcijska osnova gravitacijskog područja 71
   4.3. Sinteza turističke atrakcijske osnove grada Petrinje 72
5. ANALIZA TRŽIŠTA 79

5.1. Globalni turistički trendovi 79
5.2. Identifikacija potencijalne tržišne potražnje 80
5.3. Potražnja prema aktivnostima 83
Gradski turizam temeljen na baštini 84
Ruralni turizam 86
Tržište mototurizma (engl. self-drive tourism) 89
Ostali proizvodi temeljeni na atrakcijskoj osnovi grada Petrinje 90
6. ANALIZA KONKURENATA 99
6.1. Identifikacija i analiza konkurentskog okruženja 99
6.2. SWOT analiza 102
7. STRATEŠKA VIZIJA, MISIJA I CILJEVI PETRINJA 103
7.1. Metodologija i pristup 104
7.2. Strateške smjernice za razvoj turizma 105
7.3. Vizija i misija turističkog razvoja 106
7.4. Strateški cijevi 108
8. KONCEPCIJA TURISTIČKOG RAZVOJA DESTINACIJE PETRINJA 110
8.1. Prostorna koncepcija turističkog razvoja 110
8.2. Programska koncepcija turističkog razvoja 113
Rijeka Kupa – sjeverni pol 114
Grad (naselje) Petrinja 115
Šamarica – južni pol 117
Dolina rijeke Petrinjčice 117
Kotar šuma 118
Hrastovačka gora 118
Naselje Gora 119
8.3. Integrirani turistički proizvod Petrinje 119
8.4. Zaključna razmatranja 121
9. KONCEPCIJA MARKETINGA 122
9.1. Ključni razlikovni elementi i brend koncept 123
9.2. Osobnost brenda Petrinja 125
9.3. Identifikacija i valorizacija turističkih proizvoda 125
10. KAKO DALJE? 129

1. UVOD

Turistička zajednica Grada Petrinje potpisala je ugovor s Institutom za turizam za izradu Strateškog plana razvoja turizma destinacije Petrinja. Riječ je o programskom dokumentu kojim će se osigurati sustavan i koordiniran razvoj turizma na području grada Petrinje u sljedećih desetak godina.

Izrada ovog dokumenta provodila se kroz sedam faza (slika 1.1.). Ovaj završni izvještaj, nakon elaboracije metodološkog pristupa, sadrži analizu planskih dokumenata relevantnih za razvoj turizma grada Petrinje, i to prvenstveno županijskog i gradskog prostornog plana, planova gospodarskog razvoja (Strateškog plana gospodarskog razvoja grada, Lokalna strategija razvoja LAG „Zrinska gora - Turopolje“) te planova turističkog razvoja županije (Strategija razvoja turizma Sisačko-moslavačke županije) i grada (Petrinja – razvojna vizija turističke destinacije). Ovi planovi sadrže temeljne razvojne odrednice i promišljanja o gospodarskom i turističkom razvoju destinacije Petrinja i njezinog šireg okruženja te su pretpostavke za koordinirani pristup razvoju turizma u gradu kao i pretpostavke za optimalno korištenje sredstava pomoći Europske unije.

Potom su prikazani rezultati analize stanja odnosno specifično rezultati analize resursne osnove za turistički razvoj, osnovnih čimbenika koji utječu na razvoj turizma, relevantnih turističkih trendova te procjene konkurentnosti čiji se rezultati sažimaju u SWOT analizi, a iz čega proizlaze vizija, misija i ciljevi turističkog razvoja. Konačno, izvještaj sadržava programsku i prostornu koncepciju turističkog razvoja kao i koncepciju marketinga.

Izrada ovoga dokumenta temeljila se na principima komunikacije i intenzivne suradnje s ključnim interesnim skupinama i stručnjacima na lokalnoj razini. Ovakav pristup osigurao je da lokalna sredina prihvati ovaj strateški dokument kao i odgovornost za njegovu realizaciju.

1.1. Pristup izradi plana

Grad Petrinja, smješten oko 60 km od Zagreba te samo 13 km od Siska, potencijal za razvoj različitih oblika turističke ponude, iako velik, još nije počeo koristiti. Nedovoljno razvijena turistička infrastruktura, nepostojanje kvalitetno osmišljenih turističkih sadržaja, nedovoljno jasna i prihvaćena vizija razvoja samo su neke od prepreka koje u ovom trenutku stoje na putu prema intenzivnijem razvoju turizma. Stoga je ovaj projekt pokrenut u nastojanju da se brojni turistički resursi i atrakcije stave u funkciju te time ubrza razvoj turizma, prvenstveno zbog podizanja kvalitete života lokalnog stanovništva.

Trendovi koji govore o kretanjima na turističkom tržištu ukazuju na rast turističke potražnje, ali ono što je posebno relevantno za Petrinju su velike promjene u kvalitativnom smislu, odnosno, promjene koje se događaju kod ponašanja i zahtjeva suvremenih turističkih potrošača. One su, prije svega, uvjetovane različitim društvenim kretanjima koje utječu na promjene u sustavima vrijednosti, sve izraženiju potrebu za učenjem i upoznavanjem lokalnih i autohtonih vrijednosti, kao i na sve izraženiju ekološku svijest. Posljedično, raste potražnja za posjetom manje poznatim destinacijama i boravkom u ruralnim prostorima.

Grad Petrinja i njegovo okruženje, u tom kontekstu, raspolaže s brojnim resursima i atrakcijama koje mogu odgovoriti na skup vrijednosti koji traže suvremeno turističko tržište. S jedne strane to je izletnički turizam koji se može temeljiti na ponudi zasnovanoj na kombinaciji dokoličarske edukacije u prirodi, a s druge strane bogata povijest Petrinje i njena materijalno kulturna baština može odgovarati ljubiteljima povijesti, kulture i učenja. Pored toga, posebno je važno uzeti u obzir činjenicu da je sam grad unutar i izvan granica Hrvatske poznat po tvornici Gavrilović, utemeljenoj prije više od tri stoljeća. Tako Petrinja može kapitalizirati na više tržišnih trendova te ponuditi potencijalnim gostima različitih interesa višestruke razloge za dolazak.

Zbog toga se ovim dokumentom želi postaviti koncepcijski okvir za nositelje ekonomske, društvene i turističke politike u gradu Petrinji. Time će on postati vodič za osmišljavanje skupa aktivnosti kojim će se sustavno razvijati turistički proizvodi i infrastruktura te uspješno upravljati turističkim razvojem. U konačnici, riječ je o dokumentu u kojeg su ugrađeni svi elementi turističkog razvoja ovoga područja kao pretpostavke za donošenje poslovnih i razvojnih odluka na razini poduzetništva, osobito turističko-ugostiteljskih poduzeća i potencijalnih investitora.

1.2. Ciljevi i metode

Pri izradi ovog plana primijenjen je pristup usmjeren prema provedbenim rješenjima, a temeljen na:

- **KONZULTACIJAMA S DIONICIMA**
  Rad na ovom strateškom dokumentu uključuje suradnju s nositeljima turističkog, gospodarskog, društvenog i kulturnog razvoja grada, provođenje dubinskih intervjua s predstavnicima gradske uprave i gradskih institucija, udruga i s privatnim poduzetnicima tijekom obilaska projektnog područja, radionice i javne rasprave.

- **OBILASKU PROJEKTNOG PODRUČJA**
  Obilazak atrakcija područja grada Petrinje s ciljem utvrđivanja i procjene infrastrukture i komponenti turističkog proizvoda projektnog područja.

- **ANALIZI RELEVANTNIH PLANSKIH DOKUMENATA**
  Analiziraju se relevantni planski dokumenti na županijskoj i gradskoj razini što uključuje Strategiju razvoja turizma Sisačko-moslavačke županije (2007.- 2013.), Strateški plan gospodarskog razvoja grada Petrinje, Lokalnu razvojnu strategiju lokalne akcijske grupe Zrinska Gora za razdoblje 2011. – 2015. te dokument Petrinja – razvojna vizija turističke destinacije.

- **ANALIZI TURISTIČKE PONUDE I POTRAŽNJE GRADA PETRINJE**
  U suradnji sa sustavom turističkih zajednica te korištenjem relevantnih sekundarnih izvora prikupljaju se detaljni podaci o smještajnim i ugostiteljskim kapacitetima te stanju njihove opremljenosti, broj noćenja, struktura i broj ostvarenih noćenja i dolazaka.

- **ANALIZI TRŽIŠTA**
  Za detaljnu analizu tržišta koriste se informacije Hrvatskog zavoda za statistiku, tržišnih istraživanja TOMAS Instituta za turizam kao i analiza kvalitativnih obilježja turističke potražnje iz raznih stručnih studija i članaka.

- **ISTRAŽIVANJU POVIJESNIH IZVORA**
  Kako bi se osmislio kvalitetan programski okvir turističkog razvoja, zasnovani na turističkim proizvodima i doživljajima Petrinje, koristi se niz povijesnih izvora i zapisa o društvenim, političkim i ekonomskim uvjetima u kojima je grad nastajao i razvijao se.

1.3. Program istraživanja

Za potrebe ovog projekta osmišljen je plan istraživanja koji obuhvaća: analizu sekundarnih izvora podataka, kvalitativna istraživanja stavova dionika te obilazak projektnog područja. Detaljan pregled radionica i konzultacija održanih tijekom rada na projektu prikazan je u Tablici 1.

ISTRAŽIVANJA	CILJEVI	METODE
	PRIMARNA ISTRAŽIVANJA	
Inventarizacija i valorizacija resursne osnove za kulturni turizam	Popisivanje kulturno-turističkih resursa na osnovi informacija iz prostornih planova, web-stranica, raznih stručnih publikacija te njihova valorizacija od strane predstavnika grada.	Identifikacija i popis resursa Valorizacija resursa od strane lokalnih dionika prema razrađenoj metodologiji.
Dubinski intervjui	Provedeni s čelnicima gradskih upravnih odjela s ciljem utvrđivanja stupnja podrške gradske uprave	Održani početkom veljače (društveni razvoj, gospodarski razvoj), sredinom ožujka

	turističkom razvoju kao i s privatnim sektorom u sklopu obilaska terena.	(predstavnici gradskog poglavarstva, privatni sektor, nevladine organizacije) i sredinom travnja (prostorno planiranje).
Obilazak kulturno-turističkih atrakcija projektnog područja	S ciljem stjecanja uvida u kulturno-turističke atrakcije i resurse projektnog područja.	Početak veljače (Banovina), sredina ožujka (grad Petrinja).
Radionice na razini grada	Diskusija vezana uz valorizaciju resursne osnove, identificiranje tržišno spremnih proizvoda te rasprava o mjerama za poticanje razvoja turizma..	Radionica održana 19. ožujka s ukupno 20-ak sudionika.
Radionica s ključnim dionicima grada na temu vizije i misije	Utvrđivanje željene vizije turističkog razvoja grada kako bi se osigurala zastupljenost mišljenja svih interesnih skupina, postigao konsenzus i osiguralo javno prihvaćanje i poistovjećivanje sa zacrtanom vizijom.	30 sudionika (planirano početkom lipnja)
SEKUNDARNA ISTRAŽIVANJA		
Tržišni potencijal domaće potražnje	Utvrđivanje kvantitativnih i kvalitativnih obilježja turista– motivacija, aktivnosti vezane za atrakcije i događanja, potrošnja	Analiza podataka iz istraživanja Turistička aktivnost domaćeg stanovništva Instituta za turizam. Baza podataka DZS-a.
Turističko pozicioniranje Petrinje	Utvrđivanje imidža Petrinje kao turističke destinacije na domaćem tržištu	Analiza kvalitativnog istraživanja Ipsos Puls (naručitelj TZG Petrinje)
Tržišni trendovi	Analiza relevantnih turističkih statistika, baza podataka i sustava poslovnih inteligencija.	UNWTO, World European Travel Monitor, MINTEL i razne stručne i znanstvene publikacije
Stupanj razvoja turizma	Analiza turističke ponude i potražnje.	Državni zavod za statistiku, BIST.

1.4. Struktura i način izvođenja projekta

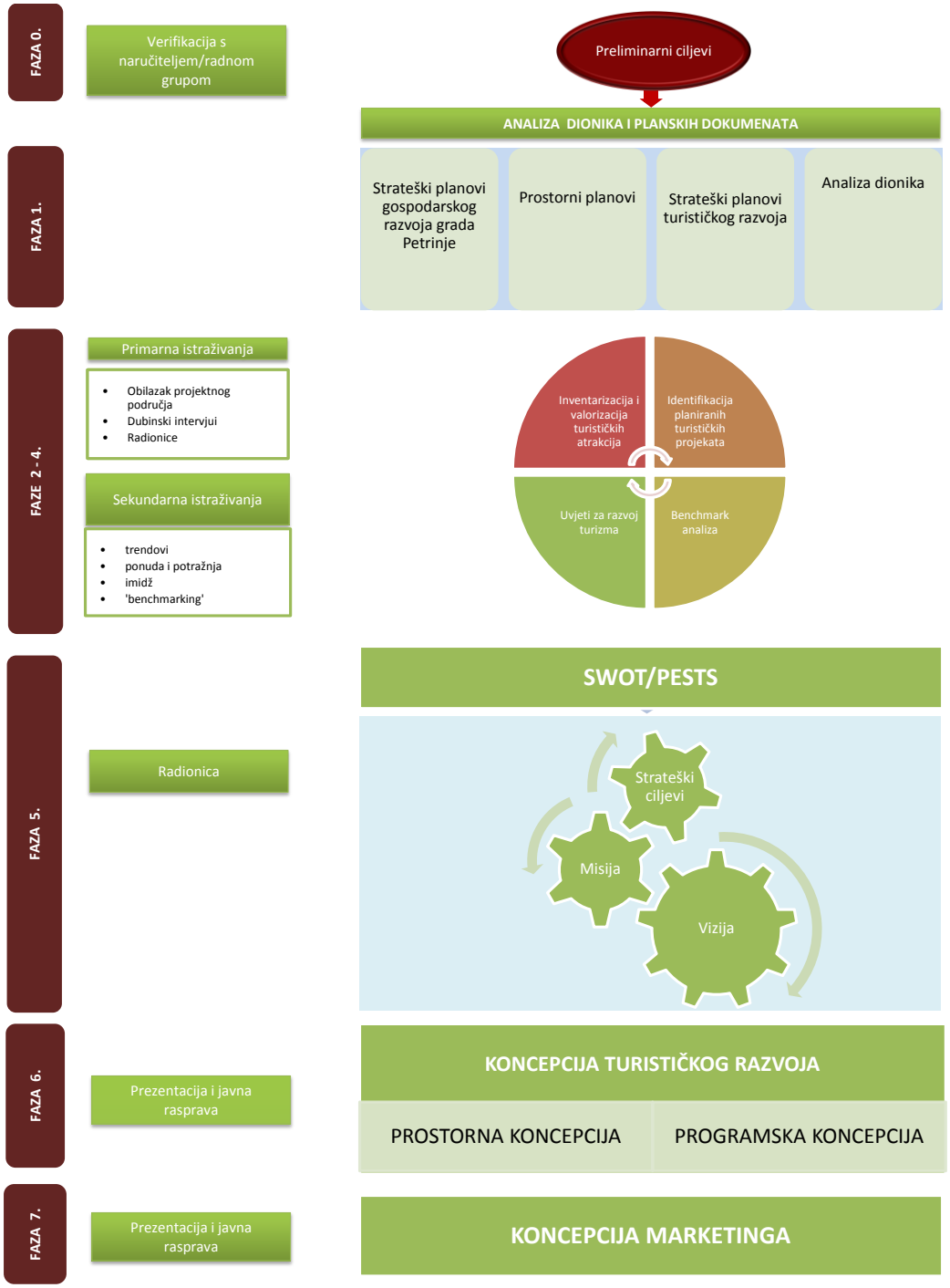
Polazeći od projektnog zadatka, rad na projektu strukturiran je u nekoliko faza prikazanih na Slici 1.4.1.:

- **FAZA 1.**

Službeni rad na projektu počeo je verifikacijom ciljeva, njihovom specifikacijom i detaljnom razradom sadržaja dokumenta. Također je dogovoren detaljan plan aktivnosti na projektu, poput održavanja radionica, prezentacija, predaje izvješća, identifikacije interesnih grupa i pojedinaca, te obilazak terena. Diskusija s naručiteljem održana je početkom veljače 2012. godine.

Slika 1.4.1.

Pristup strateškom planiranju razvoja turizma grada Petrinje



- **FAZA 2.**

U ovoj fazi analizirani su relevantni strateški dokumenti koje valja uvažiti prilikom planiranja turističkog razvoja, prvenstveno važeći prostorni planovi na razini grada i županije, planovi gospodarskog razvoja grada i županije, te planovi turističkog razvoja. Ova faza je važna, jer se turistički razvoj mora uklopiti u

postojeće planove višeg reda ili dati naputak kako planove izmijeniti ili nadopuniti ako i gdje je to potrebno.

- **FAZA 3.**

Ova se faza projekta bavi prikupljanjem niza podataka na temelju kojih će se ocijeniti postojeće stanje turizma te, općenito, gospodarstva, stavovi interesnih grupa/pojedinaca kao i postojeća potražnja. Analiza stanja obuhvaća: inventarizaciju i valorizaciju relevantnih turističkih resursa, identifikaciju postojećih turističkih razvojnih aktivnost, identifikaciju gospodarskih, demografskih i gospodarskih uvjeta za razvoj turizma, analizu globalnih i nacionalnih trendova potražnje relevantnih za turistički razvoj grada. Ova je analiza podloga za definiranje koncepcije turističkog razvoja grada i primarnih turističkih proizvoda.

- **FAZA 4.**

U ovoj fazi, provodi se analiza razvoja turizma u destinacijama konkurentskog kruga kako bi se identificirali primjeri najbolje prakse te kako bi se gradilo na njihovim pozitivnim iskustvima te utvrdila konkurentnost turizma destinacije Petrinja i mogućnost njezine diferencijacije od konkurenata. Ova faza završava izradom SWOT matrice kao efikasnog pokazatelja strateških prednosti i nedostataka te mogućnosti i prijetnji kao podloge za osmišljavanje strateškog razvojnog okvira.

- **FAZA 5.**

Na osnovi prethodnih aktivnosti definira se strategija razvoja turizma za razdoblje od deset godina. On sadrži: definiranje zajedničke vizije i misije razvoja turizma putem konzultativnog procesa (radionica), definiranje ciljeva razvoja turizma u skladu s razvojnim mogućnostima i aspiracijama interesnih grupa i pojedinaca te verificiranih s naručiteljem.

- **FAZA 6.**

Kako bi se strukturirao razvoj turizma i sustav turističkih doživljaja, definira se prostorna koncepcija turističkog razvoja destinacije Petrinja temeljem analize realnih i potencijalnih turističkih atrakcija grada i njegovog gravitacijskog područja. Potom se, polazeći od prostorne organizacije i zona koje diktiraju međuzavisnost ključnih turističkih atrakcija te povezanost sa širim gravitacijskim područjem, a temeljem vizije i spoznaja o suvremenim tržišnim trendovima, predlaže koncept programske organizacije.

- **FAZA 7.**

Temeljem prostorno-programske organizacije identificiraju se ključnih razlikovni elementi, iz kojih se izvodi koncept brenda čija je zadaća osigurati jasnu poziciju grada u percepciji kupaca te je ključna pretpostavka za stvaranje tržišne prepoznatljivosti destinacije Petrinja. Putem procjene atraktivnosti i konkurentnosti, identificiraju se ključni turistički proizvodi destinacije Petrinja.

2. RAZVOJNO-PLANSKI OKVIR

Glavni nositelj turističkog razvoja grada Petrinje je Turistička zajednica. Pored nje, predstavnici gradske uprave izuzetno su važni dionici svih razvojnih procesa grada, od kojih mnogi, neposredno ili posredno, utječu na stvaranje uvjeta za poticanje turističkog razvoja. Učinkovitost njihovog djelovanje uvjetovano je postojanjem jasne razvojne koncepcije odnosno niza ključnih strateških dokumenata. Stoga se u ovom dijelu prikazuju rezultati analize ključnih dionika turističkog razvoja grada Petrinje te ključnih planskih dokumenata.

2.1. Dionici turističkog razvoja

Glavni dionici turističkog razvoja grada Petrinje su:

- Turistička zajednica Grada Petrinje
- Gradska uprava
- Razvojna agencija grada Petrinje (Petra d.o.o.)
- Dionici u kulturi i sportu
- privatni poduzetnici.

Identifikacija i analiza dionika provedena je temeljem njihovih službenih planova i programa rada, dubinskih intervjua i diskusija na radionicama. Svaki od identificiranih razvojnih dionika ima specifičnu ulogu u turističkom razvoju grada te bi morao preuzeti i određenu razinu odgovornosti za njegov turistički razvoj. Sukladno tome, organizirano i međusobno koordinirano djelovanje svih razvojnih dionika ključno je za uspješan i dugoročno održivi turistički rast i razvoj grada Petrinje.

TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA PETRINJE

Kao i u cijeloj zemlji, za razvoj i promicanje turizma odgovorna je prvenstveno Turistička zajednica Grada Petrinje, koja djeluje unutar nacionalnog sustava turističkih zajednica. Njezin rad i način financiranja gotovo su u potpunosti regulirani zakonom[1], koji definira tri osnovna cilja turističkih zajednica: razvoj proizvoda (poticanje razvoja novih te unapređivanje postojećih), promociju destinacije te razvijanje svijesti lokalne zajednice o važnosti turizma, njegovim gospodarskim i društvenim učincima te potrebu očuvanja i unapređenja okoliša, prirodne i kulturne baštine, sukladno principima održivog razvoja. Turističke zajednice gradova najvećim dijelom financiraju se kroz boravišne pristojbe i članarine pri čemu one zadržavaju 65% tih sredstava dok se 10% sredstava odvaja za županijsku a 25% za Hrvatsku turističku zajednicu. Dio prihoda

[1] Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma(NN 152/08.)

turističke zajednice mogu ostvarivati i od obavljanja gospodarske djelatnosti[2], iz proračuna jedinice lokalne samouprave i područne (regionalne) samouprave te državnog proračuna, dragovoljnih priloga, darova i slično.

Aktivnosti Turističke zajednice Grada Petrinje operacionalizirane su kroz godišnji program rada, koji se temelji na relevantnim planovima, analizi prethodne sezone te evaluaciji trendova na tržištu. Format godišnjih programa je jedinstven za cijeli sustav turističkih zajednica, što omogućuje praćenje marketinških aktivnosti s nacionalne razine. Godišnji program rada sastoji se od razrade aktivnosti funkcionalnog i administrativnog marketinga. Funkcionalni marketing odnosi se na aktivnosti unapređenja proizvoda, marketinške aktivnosti, komunikacijske taktike, oglašavanje, interni marketing, nadzor i edukaciju, dok administrativni marketing podrazumijeva troškove ureda i osoblja.

Turistička zajednica Grada Petrinje zapošljava četiri djelatnika i raspolaže s godišnjim budžetom od oko 1,3 milijuna kuna. Najveći dio sredstava, odnosno oko 600 tisuća kuna, odvaja se za tzv. funkcionalni marketing od čega glavninu čine troškovi unapređenja proizvoda, a u okviru toga vidljivo je da se najviše izdvaja na organizaciju manifestacija (Biciklijada, Lovrenčevo, Kestenijada i sl.) te turističke projekte (izrada studija i sl.). Ostali, manji dio (oko 100 tisuća kuna) otpada na komunikacijske taktike (brošure i info materijale, Internet i oglašavanje). Turistička zajednica grada Petrinje, osim provedbe promocijskih aktivnosti, aktivna je u brojnim aktivnostima koje se tiču internog marketinga i edukacije.

Bez značajnijeg povećanja gospodarske aktivnosti u sektorima koji su direktno ili indirektno povezani s turizmom što bi povećalo prihode TZ grada Petrinje od članarina, ili znatnijeg proširenja smještajnih kapaciteta odnosno povećanja broja turističkih noćenja čime bi se povećali prihodi temeljem boravišne pristojbe, nije za očekivati da će se u nadolazećem srednjoročnom razdoblju značajnije povećati vlastiti prihodi Turističke zajednice Grada Petrinje. S relativno skromnim financijskim sredstvima te slabim izgledima da će se ona povećati u skoroj budućnosti, Turistička zajednica nije u mogućnosti samostalno obavljati niti sve zakonom propisane zadaće, niti realizirati projekte i programe koji proizlaze iz trenutnog stupnja turističkog razvoja ovog područja.

Gradska uprava

Predstavnici lokalne uprave izuzetno su važni dionici u svakom razvojnom procesu. Naime, uronjeni u problematiku lokalne zajednice i dobro upoznati s

[2] Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08) propisani je određen broj komercijalnih poslova (upravljanje javnom infrastrukturom, organizacija manifestacija i sl., objava komercijalnih oglasa, prodaja suvenira, posredovanje u rezervaciji privatnog smještaja) što prethodni Zakon nije predviđao i čime je omogućeno ostvarivanje prihoda i po ovoj osnovi.

njezinim aspiracijama, vrlo su često inicijatori razvojnih projekata te inicijalno lobisti kod relevantnih državnih tijela. Projektima u domeni turističkog razvoja mogu davati načelnu podršku i kadrovsku potporu, a nerijetko raspolažu s dovoljno financijskih sredstava i kadra što im omogućuje da i sami samostalno financiraju neke od njih. Grad Petrinja raspolaže u 2012. godini s proračunom od oko 87,4 milijuna kuna. Unutar programa poticanja poljoprivredne djelatnosti, malog i srednjeg poduzetništva za subvencije i potpore izdvaja se oko 3 milijuna kuna, a u sklopu ovog programa sufinancira se Turistička zajednica s oko 700 tisuća kuna. Oko 4,2 milijuna kuna iz gradskog proračuna izdvaja se za kulturne djelatnosti (Hrvatski dom, knjižnica, potpore manifestacijama, donacije) dok je ukupni proračun za sport i rekreaciju nešto veći te iznosi 4,6 milijuna kuna. Razvoj turizma grada Petrinje većim se dijelom oslanja na kulturu, sport i rekreaciju pa se može argumentirati da potrošnja u ove dvije proračunske stavke predstavlja indirektna ulaganja u turizam. Upravni odjeli grada i Turistička zajednica ostvaruju dobru suradnju, uglavnom zasnovanu na konkretnim projektima poput organizacije manifestacija, sportskih natjecanja, uređenja grada i sl. Ipak, za ubrzani razvoj turizma grada Petrinje potrebno je unaprijediti suradnju na strateškim razvojnim projektima pri čemu je od ključne važnosti da vodstvo grada prepozna turizam kao jednu od potencijalnih razvojnih poluga kojim će se inducirati mikro i malo poduzetništvo, olakšati plasman lokalnih proizvoda te kreirati mogućnosti samozapošljavanja i/ili ostvarivanja dopunskih prihoda, osobito za žene, mlade i stanovnike ruralnog područja.

Razvojna agencija Grada Petrinje (Petra)

U Petrinji je 2009. godine osnovana Petrinjska razvojna agencija – Petra d.o.o. s osnovnim ciljem pomaganja realizacijI različitih poslovnih projekata. S obzirom na dosadašnje projekte koje je inicirala barem polovica je u službi turizma.

Od projekata koje je Petra d.o.o. nominirala i/ili dobila financijska sredstva gotovo polovica su barem indirektno u službi turističkog razvoja. Riječ je o sredstvima iz natječaja za potpore raznih ministarstava poput uređenja vidikovca na Hrastovačkoj gori, uređenje planinarskog doma, brendiranje grada Petrinje. Ovi projekti osmišljeni su u suradnji s Turističkom zajednicom. Od interesa za turizam su i projekti uređenja sportskih terena te istraživanje arheološkog nalazišta Klinac grad. Petra d.o.o. izrađuje projektne prijedloge i za natječaje IPA i slične međunarodne fondove pa je tako razvila projekt formiranja mreže obrazovnih institucija za ekološku proizvodnju kojeg provodi Centar za šljivu i kesten. Također, inicirala je osnivanje LAG Zrinska Gora – Turopolje u svrhu poticanja razvoja ruralnih područja gradova Petrinje i Gline.

Dionici u kulturi i sportu

Nositelj kulturnog života grada Petrinje je Pučko otvoreno učilište Hrvatski dom. Riječ je o ustanovi koja se bavi organizacijom i realizacijom programa vezanih uz kulturu, umjetnost i edukaciju. U sklopu Hrvatskog doma djeluju, između ostalog, Savjetovalište za djecu, adolescente i obitelj, Galerija "Krsto Hegedušić" , Folklorni ansambl Petrinjčica te Petrinjski puhački ansambl. Važan dionik u kulturnom životu grada Petrinje je i Gradska knjižnica i čitaonica koja svojim bogatim fondom omogućuje građanima kulturno i duhovno usavršavanje, te je repozitorij bogate i izdašne literature neophodne za kvalitetnu turističku interpretaciju petrinjske povijesti i atrakcija. Visokoj razini kulturnog života doprinose i obrazovne institucije (srednja škola, Učiteljski fakultet) te preko dvadesetak udruga građana iz područja kulture i umjetnosti. Kao što je već napomenuto, nešto preko 4 milijuna kuna izdvaja se iz gradskog proračuna za kulturne djelatnosti od čega 400 tisuća kuna za manifestacije te 800 tisuća kuna za donacije.

Grad Petrinja također ima razvijen sportski život. U gradu djeluje 30-tak sportskih klubova i udruga, a njihovi članovi ostvaruju zavidne sportske uspjehe. Ove udruge nositelji su različitih sportskih natjecanja (npr. košarkaški turnir, biciklijada, stolno tenisko prvenstvo, rukometni turnir, motorijada, nogometni turnir, regata kajak/kanu, teniski turnir i sl.). Ova natjecanja zasnivaju se na sudjelovanju većeg broja natjecatelja od kojih mnogi dolaze u pratnji. Prema nekim procjenama svaki sudionik sportskog natjecanja dolazi u pratnji jedne do dvije osobe, pa ova natjecanja induciraju turističku potražnju. Naime, natjecatelji i njihova pratnja kreiraju potražnju za ugostiteljskim, trgovačkim, a ponekad i smještajnim uslugama, mogu ostvariti ponovni posjet kao i stvoriti novu potražnju kroz usmenu preporuku.

Društveni život grada manifestiran kroz svetkovine, festivale, izložbe, glazbeno-scenska događanja ima za turizam grada Petrinje trojaku važnost. Prvo, ova događanja potiču društvenu koheziju i građanski ponos koji su važni preduvjeti za razvoj turizma jer samo građani koji osjećaju svoj grad mogu djelovati kao njegovi ambasadori i širiti pozitivnu usmenu preporuku. Drugo, ta su događanja neophodno sredstvo za povećanje broja turističkih dolazaka u vrlo kratkom vremenu te privlačenje pažnje regionalnih i nacionalnih medija. Konačno, razvoj temeljen na događanjima čini turističku potražnju vidljivom te se time, srednjoročno, potiču poduzetnici na investiranje u ugostiteljske, smještajne i trgovačke usluge čime će se bogatiti uslužna i turistička ponuda grada Petrinje.

Dionici turističkog razvoja u privatnom sektoru

Pored javnog sektora koji vodi brigu o brojnim infrastrukturnim i gospodarskim projektima čija će realizacija pridonositi turističkoj atraktivnosti Petrinje, privatni sektor je taj koji bi trebao biti nositelj turističke ponude, odnosno, turističke proizvode aktivno nuditi na tržištu. Međutim, iako se danas mogu izdvojiti brojni razlozi za posjet Petrinji (tematski putovi, manifestacije i događanja, galerije,

gastro događanja i slično) formiranje i aktivno nuđenje turističkih proizvoda tek je u svojim začecima. Naime, na području grada Petrinje ne djeluje niti jedna turistička agencija koja bi preuzela funkciju destinacijske menadžment kompanije u smislu formiranja turističkih paketa temeljenih na lokalnim resursima (i pričama), te njihovog aktivnog nuđenja na tržištu.

Dalje, privatni sektor koji je vezan uz smještajnu i ugostiteljsku ponudu trenutno je, kao i ukupno gospodarstvo grada Petrinje, suočen s brojnim problemima koji se tiču plasmana na tržište i ostvarivanja boljih poslovnih rezultata što je slika sveukupnog sporog oporavka nakon ratnih zbivanja, privatizacije, recesije i drugih događanja u Petrinji ali i širem okruženju.

Na području grada Petrinje raste interes poljoprivrednika za uključivanje u turističku ponudu kroz seoska turistička gospodarstva. Privatnici također oživljavaju obrte (pčelarstvo, lončarstvo, vinarstvo) te se uključuju u turističku ponudu kroz proizvodnju i plasman uporabnih i ukrasnih suvenira temeljenih na petrinjskoj tradiciji kao i kroz radionice kojima demonstriraju tradicionalne tehnike proizvodnje. Također oni su neizostavni sudionici svih relevantnih manifestacija.

Suradnja Turističke zajednice Grada Petrinje s privatnim sektorom je kvalitetna i obje strane djeluju proaktivno u kreiranju i plasiranju turističkih proizvoda bez obzira što u ovome trenutku ne ostvaruju optimalne poslovne rezultate. Također, čini se da je privatni sektor svjestan je da javni sektor, uslijed ograničenih financijskih i ljudskih resursa, nije u mogućnosti u ovome trenutku snažnije poduprijeti turistički razvoj te je više nego u drugim sredinama spreman vlastitim snagama podupirati razvoj. Ipak, svako ozbiljnije podizanje kvalitete Petrinje kao turističke destinacije tražit će intenzivniju suradnju i zajednički rad brojnih interesnih skupina iz javnog i privatnog sektora. U tom kontekstu posebno se ističe uloga Turističke zajednice u provedbi aktivnosti internog marketinga. Kad je riječ o značajnijim turističkim razvojnim projektima Turistička zajednica mora biti uključena u proces donošenja odluka, ali inicijativa i predanost implementaciji mora biti posao cijele gradske uprave.

2.2. Prostorno-planski dokumenti

Prostor je medij u kojem se odvija turizam. O značajkama pojedinih prostornih jedinica (općina, grad, županija, država, regija ili druga prostorna cjelina) ovise vrste i oblici turizma koji se u njima mogu razviti, a u konkretnoj turističkoj destinaciji i značajke turističkog proizvoda koji se u njoj može stvoriti. S jedne strane, dijelovi prostora sami predstavljaju potencijalne ili realne turističke atrakcije, a s druge strane, u njemu su, u neponovljivim odnosima uz turističke privlačnosti razmješteni ostali turistički resursi, turistička suprastruktura i drugi, za turizam bitni sadržaji, osobito objekti komunalne i društvene infrastrukture.

Prostorni planovi, koji imaju snagu propisa kada se donesu na skupštini odgovarajuće teritorijalne jedinice, na osnovi prethodnog složenog postupka prostornog planiranja (izrada i donošenje), dugoročno određuju prostorne uvjete za razvoj svakog sektora, pa tako i turizma.

Prostorno planiranje kao interdisciplinarna djelatnost je institucionalni i tehnički oblik upravljanja prostornom dimenzijom održivosti, kojom se na temelju procjene razvojnih mogućnosti u okviru zadržavanja osobnosti prostora, zahtjeva zaštita prostora i očuvanje kakvoće okoliša, određuju namjena prostora/površina, uvjeti za razvoj djelatnosti i njihov razmještaj u prostoru, uvjeti za poboljšanje i urbanu obnovu izgrađenih područja te uvjeti za ostvarivanje planiranih zahvata u prostoru. Prostorno planiranje teži za optimalnim rasporedom ljudi, dobara i djelatnosti na određenom teritoriju radi njegove optimalne uporabe.

Turizam, za razliku od većine sektora, ne posjeduje svoj sektorski zakon (lex specialis) kojim bi mu bili dati na upravljanje ključni turistički resursi kao i pravo da sudjeluje u ključnim odlukama koje mogu utjecati na njegov razvoj. Stoga ne postoji formalna obaveza ovog sektora da se izrađuju dugoročni planovi razvoja turizma (sadržaj, metodologija, terminska usuglašenost) koji bi po načelima integralnog planiranja trebali osigurati optimalno rješenje za turizam u dokumentima prostornog planiranja.

U postojećoj situaciji, kada se pristupi izradi dugoročnog plana razvoja turizma, bez obzira na konkretni naziv (master plan, strategija, strateški plan razvoja), ovaj se nedostatak teško nadoknađuje, osobito ako problematika razvoja turizma nije, ili nije odgovarajuće elaborirana u okviru prostornog plana. U svakom slučaju, prostorni aspekt u planiranju turizma nekog područja, valja osigurati ciljanom analizom dokumenata prostornog uređenja tog područja.

Dokumenti prostornog uređenja Grada Petrinje

Današnje područje grada Petrinje sustavno se prostorno planiralo od sredine druge polovice prošlog stoljeća, po načelima metodološkog i pravnog okvira, koji su 1974. godine odredili tadašnji Zakon o prostornom uređenju i Prostorni plan SR Hrvatske (1975-2000). Hijerarhijski su bili usuglašeni: Prostorni plan Općine Petrinja (tadašnje velike općine Petrinja), Prostorni plan Zajednice općina Sisak i Prostorni plan SR Hrvatske. Petrinja je tada imala vrlo značajnu poziciju na gospodarskoj karti Hrvatske, s naglaskom na prehrambenu industriju (Gavrilović). U toj konstelaciji su turizam, a osobito ugostiteljstvo, imali posebnu zadaću. Što više, tada su značajni ugostiteljski kapaciteti predstavljali realnu, a ne samo plansku kategoriju.

U prostoru i u svezi s prostorom grada Petrinje Domovinski rat je donio bitne promjene. Prvo, gospodarske, ratna razaranja, izbjeglice, prognanici i gubitak

radnih mjesta, i drugo, promjena teritorijalnog ustroja. U okviru nove teritorijalne jedinice grada Petrinje, ostao je samo dio (velike) općine Petrinje. Područje grada Petrinje ušlo je u sastav teritorijalne jedinice višeg reda, u Sisačko-moslavačku županiju. Prostorni planovi od važnosti za grad Petrinju, izrađeni nakon nove teritorijalne podjele poslije Domovinskog rata su Prostorni plan uređenja grada Petrinje, 2005. godina, Generalni urbanistički plan grada Petrinje, 2007. godina i Prostorni plan Sisačko-moslavačke županije, 2001. godina. Ovi prostorni planovi nisu mogli biti usuglašavani jer nisu donošeni istovremeno i u istom postupku. Osim toga, nisu međusobno usuglašavani s dugoročnim razvojnim planovima turizma jer se ovi nisu tada niti izrađivali.

U okviru izrade Strateškog plana razvoja turizma destinacije Petrinja po narudžbi Turističke zajednice Grada Petrinje, Institut za turizam iz Zagreba, kao izrađivač ove studije, posebnu pozornost posvećuje prostornom aspektu dugoročnog turističkog razvoja ove turističke destinacije. Stoga je analiza prostorno-planskih dokumenata grada Petrinje dobila prioritet u ovim istraživanjima.

Prostorni plan uređenja grada Petrinje (PPU) je ključni prostorno-planski dokument o kojem dugoročno ovisi razvoj turizma u ovoj destinaciji. Za razvoj turizma, osobito u naselju Petrinja, također je bitan i Generalni urbanistički plan grada Petrinje (GUP). Osim toga, za pojedine segmente prostora važna su i određena prostorna rješenja iz planova višeg reda, koja se obavezno primjenjuju na spomenuta dva petrinjska plana. U ovom slučaju to su obveze iz Prostornog plana Sisačko-moslavačke županije.

Stjecajem okolnosti, analiza prostorno-planskih dokumenata za potrebe izrade Strateškog plana razvoja turizma destinacije Petrinja započela je na terenu i Institutu u vrijeme kada su Izmjene i dopune GUP-a i PPU-a grada Petrinje bile pri samom kraju. Ipak, s jedne strane, za izradu strateškog plana to je bila dobra prigoda za prikupljanje recentnih podataka jer se izmjene i dopune oba plana obavljaju paralelno i sinkrono u zajedničkoj proceduri, u kojoj se također usklađuju sa županijskim prostornim planom, pa su se tako navedeni nacrti konačnog prijedloga plana mogli optimalno koristiti za potrebe izrade Strateškog plana razvoja turizma destinacije Petrinja, dok su se, s druge strane, izrađivači Strateškog plana mogli dati prve, doduše, vrlo grube procjene o tretmanu turizma u oba prostorno-planska dokumenta.

Izmjene i dopune oba plana (II. izmjene i dopune PPU-a grada Petrinje i. izmjene i dopune GUP-a grada Petrinje) temeljito su obrađene tekstualno i grafički, što omogućava cjelovit uvid u stanje prostornog planiranja za područje grada Petrinje. Odmah valja napomenuti da se oba dokumenta prema turizmu referiraju na dvije razine, na izravnoj (eksplicitno) kada se izrijekom spominje turizam, i neizravnoj (implicitno), kada je turizam sadržan u okviru drugih tema i namjena prostora. Stoga, ova analiza obuhvaća sadržaj Prostornog plana uređenja grada Petrinje i Generalnog urbanističkog plana grada Petrinje, s njihovim aktualnim izmjenama i dopunama, na izravnoj i neizravnoj razini,

poglavito putem njihovih provedbenih odredaba. Budući da oba navedena plana sadrže sve obveze koje nalaže Prostorni plan Sisačko-moslavačke županije, županijski plan nije potrebno dodatno analizirati.

Za početak, valja predstaviti opisnu skicu koja bi u najkraćim crtama geografski oslikala prostor Grada Petrinje s turističkog gledišta: *Područje Grada Petrinje se od sjevera prema jugu proteže poprečno preko rijeke Kupe i tri reljefna pojasa, ravnice uz rijeku Kupu, pitomih brežuljaka i brda Zrinske Gore. Na ovom geometrijskom rasteru čovjek je tijekom povijesti, južno od utoka Petrinjčice u Kupu, gradio i razgrađivao svoje djelo, svoj znak, grad Petrinju.* Pitanje je kolika je zapravo turistička privlačnost ovog prostora? Za početak valja provjeriti, kakvu su mu u tom smislu dali spomenuti dokumenti prostornog uređenja.

Prostorni plan uređenja Grada Petrinje

Analizirane su provedbene odredbe iz Odluke o donošenju II. izmjene i dopune Prostornog plana uređenja grada Petrinje.

Turizam izravno

Prvo su izvršene izmjene zbog usklađivanja s inovacijama koje su unesene u nove zakone. To je novina prema kojoj se razvoj i uređenje prostora izvan naselja proširuje i na *ugostiteljsko-turističku namjenu*.

Posebno su istaknuta sljedeća eksploatacijska polja mineralnih sirovina koja je moguće sanirati za nove namjene, a izrijekom se navodi *u svrhu sanacije moguće je na prostoru eksploatacijskog* polja *planirati uređenje ugostiteljsko-turističkih i/ili sportsko-rekreacijskih sadržaja, pri čemu se izgradnja može vršiti samo na temelju provedbenog dokumenta uređenja.* To su eksploatacijska polja:

- Nova Drenčina (ciglarska glina)
- Nova Drenčina (građevni pijesak i šljunak)
- Međurače (tehnički građevinski kamen)
- Brkovec kraj Nove Drenčine (ciglarska glina)
- Stanci (keramička glina)
- Badušnica (tehnički građevinski kamen).

Planom su određeni i drugi turistički sadržaji:

- Uz Petrinjčicu južno od mosta u Tješnjaku planira se uređenje ugostiteljsko-turističke namjene „Zelena dolina“. Kao prateći sadržaj moguća je gradnja sportsko-rekreacijskih, te ostalih pratećih sadržaja.
- Kao funkcionalna poveznica razvoja poljoprivrede i turizma planira se daljnji razvoj projekta „Put kestena“ kojim se, koristeći postojeću mrežu putova, omogućava razvoj, istraživanje i prezentacija integriranih prirodnih prostora, povijesnog i kulturnog nasljeđa kao okosnice turističkog razvoja.

- Na području grada Petrinje, kao zona ugostiteljsko-turističke namjene izvan naselja, planirano je uređenje područja turističkog naselja „Šamarica“.
    - mogu se graditi ugostiteljsko-turističke građevine namijenjene smještaju i pratećim sadržajima trgovačke, uslužne, ugostiteljske, sportske, rekreacijske, zabavne i slične namjene, te uređivati skijališta i drugi sportsko-rekreacijski sadržaji.
    - Smještajne kapacitete potrebno je planirati u odnosu 30% u hotelima i 70% u vilama.
    - gradnja se može vršiti samo na temelju provedbenog dokumenta prostornog uređenja.

Planom se određuju uvjeti izgradnje golf igrališta:

- U blizini naselja Graberje predviđena je lokacija za istraživanje za izgradnju igrališta za golf. Ukoliko se po provođenju istražnih radova utvrdi da je lokacija Graberje povoljna za izgradnju golf igrališta, na lokaciji istražnog prostora može se, sukladno provedenoj procjeni utjecaja na okoliš, na površini veličine do 100 ha odobriti izgradnja igrališta za golf sa zgradama za *turistički smještaj,* tzv. „golf resort“ (planska oznaka – Rgt).
- Golf igralište „Graberje“ sa zgradama za turistički smještaj planirano je kao jedinstvena funkcionalna i prostorna cjelina, koja se sastoji od slijedećih sastavnih dijelova, odnosno građevina:
    - teren za igranje golfa sa najmanje 18 rupa s pripadajućom infrastrukturom i akumulacijska jezera
    - prateći sadržaji golf igrališta: klupska kuća, parkirališta, servisne zgrade, ugostiteljsko-turističke građevine namijenjene smještaju (max. kapacitet do 200 ležajeva), te ostali prateći sadržaji.
- Gustoća izgrađenosti pratećih građevina golf igrališta može biti najviše 25% od ukupne površine zahvata u prostoru na kojem se planira izgradnja igrališta za golf.
- U zoni sportsko-rekreacijske namjene „Graberje“ gradnja se može vršiti samo na temelju provedbenog dokumenta prostornog uređenja.

Planira se osiguranje uvjeta za slijetanje sportskih aviona na prostoru između rijeke Kupe i Reljkovićeve ulice planirana je rekonstrukcija uzletno-sletne staze koja će služiti u turističke, sportske i poslovne svrhe.

Turizam neizravno

Za turizam se smatraju od osobite važnosti sportsko-rekreacijski sadržaji. U planu se posebno naglašavaju intervencije na sportsko-rekreacijskim objektima:

- rekonstrukcija Lovačkog doma u sklopu zone sportsko-rekreacijske namjene u naselju Gora
- uređenje moto-cross staze u naselju Bačuga
- uređenje skijališta u Hrastovici
- uređenje kupališta i sportsko-rekreacijskih zona uz vodotoke i akumulacije.

Za turizam su zanimljivi i posebni edukativni sadržaji - u Prnjavoru Čuntićkom djeluje Dječji istraživački centar (DIC) kojim upravlja Udruga „Petrinjčica".

Za turizam se smatraju važni trase i koridori cestovnih pravaca. Pravci državnog značaja na kojima se planira gradnja novih cesta:

- planirana autocesta A11. Zagreb (Čvorište Jakuševec, A3) – Velika Gorica – Sisak – Petrinja – Dvor (dva moguća koridora)
- planirana brza cesta: Sisak – Pokupsko – Karlovac (dolinom Kupe)
- planirana brza cesta: Slunj – Topusko – Glina – Petrinja – Sisak – Kutina – Virovitica – Terezino Polje s odvojkom Karlovac – Gvozd – Glina (takozvano „Moslavačko-pokupski cestovni smjer")
- nova spojna prometnica (preloženi dio ceste D30) od mosta preko Kupe u Brestu do cestovnog pravca Petrinja – Glina (D37)

Za turizam je važna i budućnost željeznice na području grada Petrinje. Područjem grada Petrinje prolazi dio željezničke pruge od značaja za lokalni promet Sisak-Caprag-Petrinja-Karlovac (oznaka pruge L217), koja je zbog razaranja u Domovinskom ratu trenutno izvan funkcije te se predviđa njeno osposobljavanje i stavljanje u promet.

Zaštićeni dijelovi prirode i priroda u cjelini predstavljaju znatan dio resursa za razvoj turizma pa su sve odluke o zaštiti prirode od interesa za turizam a pojedini dijelovi prirode predstavljaju vrlo važne potencijalne ili realne turističke atrakcije. Stoga ih je važno uvrstiti u destinacijsku turističku atrakcijsku osnovu.

- PPUG-om su, na temelju posebnih analiza Hrvatskih voda, planirane lokacije malih akumulacija na vodotocima Petrinjčica, Mala Petrinjčica, Utinja i Glina.
- Pored zaštićenih dijelova prirode koji su upisani u Upisnik zaštićenih prirodnih vrijednosti, na temelju sagledavanja mogućnosti valorizacije prirodnih ambijenata na temelju Prostornog plana Sisačko-moslavačke županije, PPUG-om Petrinje se predlaže zaštita sljedećih prirodnih vrijednosti međunarodnog i nacionalnog značaja:
  - Značajni krajobraz – dolina rijeke Kupe (na području gradova Glina, Petrinja i Sisak, te općina Gvozd i Lekenik)

- Značajni krajobraz – Zrinska gora (na području gradova Petrinja, Glina i Hrvatska Kostajnica, te općina Dvor i Donji Kukuruzari)
- Posebni rezervat šumske vegetacije – Vučjak
- Posebni rezervat šumske vegetacije – Petrinjčica
- Spomenik prirode – špilja u Šušnjaru

- Budući da značajni krajobraz Zrinska gora predložen za zaštitu kao veći prostor, sadrži i osobito vrijedne manje dijelove (posebni rezervat šumske vegetacije Petrinjčica – na području grada Petrinja i Posebni rezervat šumske vegetacije Šamarica – na području općine Donji Kukuruzari) biti će potrebno provesti detaljnije određenje prostora uz eventualno izdvajanje užih područja pod strožom kategorijom zaštite.
- U skladu s Prostornim planom Sisačko-moslavačke županije, a na osnovi pejzažnih, prirodnih, kulturno-povijesnih, arhitektonsko-urbanističkih i ostalih vrijednosti, PPUG-om Petrinje su određene vrijednosne kategorije krajobraza, s odgovarajućim mjerama zaštite i unapređenja:
  - krajobraz 1. kategorije, između ostalog se određuje za područje Zrinske gore gdje se Prostornim planom Sisačko-moslavačke županije planira izrada prostornog plana posebnih obilježja.
  - krajobraz 2. kategorije, između ostalog, se određuje za područje doline rijeke Kupe. PP SMŽ-e planira se izrada prostornog plana posebnih obilježja.
  - krajobraz 3. kategorije planira se planskim i urbanističkim mjerama poboljšati stanje u prostoru uz očuvanje prirodnih i pejzažnih vrijednosti.
- Na području grada Petrinje utvrđena su četiri kopnena područja Nacionalne ekološke mreže Republike Hrvatske, i to:
  - Zrinska gora (šifra područja HR2000452)
  - Petrinjčica (šifra područja HR2000459)
  - Vučjak (šifra područja HR2000590)
  - Kupa (šifra područja HR2000642).

Zaštićena kulturna dobra spadaju također među najznačajnije resurse za razvoj turizma pa su sve mjere na zaštiti kulturno-povijesnih dobara od iznimnog interesa za turizam te se sva registrirana ili preventivno zaštićena kulturna dobra smatraju i dijelom destinacijske turističke atrakcijske osnove one turističke destinacije na čijem se području. Za ovu vrstu turističkih atrakcija ključni su podaci iz Konzervatorske podloge i sustava mjera zaštitite za nepokretna kulturna dobra na području grada, tabelarno navedena u PPUG-a Petrinje. U tablici su ova kulturna dobra podijeljena u tri kategorije:

- Z (R) - kulturno dobro upisano u Registar kulturnih dobara RH

- PZ - prijedlog zaštite
- E - evidentirana kulturna dobra lokalnog značaja

A. POVIJESNA NASELJA I DIJELOVI NASELJA (POVIJESNE GRADITELJSKE CJELINE)

Povijesno naselje gradskih obilježja			
R. br.	Lokalitet	Kulturno dobro (naziv/opis)	Postojeći status zaštite
	Petrinja	Kulturno-povijesna cjelina (dio grada)	Z 2122

B. POVIJESNI SKLOPOVI I GRAĐEVINE

R. br.	Lokalitet	Kulturno dobro (naziv/opis)	Postojeći status zaštite
	Hrvatski Čuntić	Povijesni sklop franjevačkog samostana i crkve sv. Antuna Padovanskog s neposrednim okruženjem	Z 1593

C. CIVILNE GRAĐEVINE

R. br.	Lokalitet	Kulturno dobro (naziv/opis)	Postojeći status zaštite
Župni dvorovi			
1.	Gora	Kurija župnog dvora	PZ
2.	Mala Gorica	Kurija župnog dvora	Z 1450
Stambene građevine, kurije			
1.	Petrinja	Gajeva 8, zidana katnica	Z 1601
2.	Petrinja	Gundulićeva 1, zidana katnica	Z 1599
3.	Petrinja	Gundulićeva 2, zidana katnica	Z 796
4.	Petrinja	Gupčeva 23, zidana katnica	Z 797
5.	Petrinja	Nazorova 3, zidana katnica	Z 798
6.	Petrinja	Nazorova 5, zidana katnica	Z 799
7.	Petrinja	Nazorova 7, zidana katnica	Z 800
8.	Petrinja	Nazorova 8, zidana katnica	Z 801
9.	Petrinja	Nazorova 9, zidana katnica	Z 802
10.	Petrinja	Nazorova 10, zidana katnica	Z 803
11.	Petrinja	Nazorova 13, zidana katnica	Z 804
12.	Petrinja	Trg dr. Franje Tuđmana 2, zidana katnica	Z 805
13.	Petrinja	Trg dr. Franje Tuđmana 3, zidana katnica	Z 806
14.	Petrinja	Trg dr. Franje Tuđmana 6, zidana katnica	Z 807
15.	Petrinja	Trg dr. Franje Tuđmana 7, zidana katnica	Z 808
16.	Petrinja	Trg dr. Franje Tuđmana 8, zidana katnica	Z 809
17.	Petrinja	Trg dr. Franje Tuđmana 9, zidana katnica	Z 1600
18.	Petrinja	Trg dr. Franje Tuđmana 10, zidana katnica	Z 810
19.	Petrinja	Trg dr. Franje Tuđmana 11, zidana katnica	Z 811
20.	Petrinja	Trg dr. Franje Tuđmana 18, zidana katnica	Z 812
21.	Petrinja	Trg dr. Franje Tuđmana 19, zidana	Z 813

		katnica	
22.	Petrinja	Trg dr. Franje Tuđmana 20, zidana katnica	Z 814
23.	Petrinja	Turkulinova 36, zidana katnica	Z 815
24.	Gora	Kuća Đereković, broj 62, zidana katnica	Z 5229
25.	Mala Gorica	Kurija na starom kaptolskom imanju, katnica	Z 1443
26.	Petrinja	Radićeva 46, obiteljska kuća (u međuvremenu srušena)	
27.	Petrinja	Radićeva, 48, obiteljska kuća	
Civilne građevine javne namjene – škole			
1.	Petrinja	Zgrada stare škole, Gundulićeva 3, katnica	Z 1917
2.	Petrinja	Zgrada stare škole, Gundulićeva 5, katnica	Z 1918
3.	Petrinja	Zgrada vinogradarsko-voćarske škole	
	Petrinja	Zgrada gradskog kupališta	
Ostale civilne građevine (građevine javne namjene, poslovne građevine, zanatske i industrijske građevine, komunalne građevine)			
1.	Petrinja	Zgrada željezničkog kolodvora	Z 1596
2.	Petrinja	Gradska munjara, Šetalište Kaetana Knežića 1	Z 1598
3.	Petrinja	Stara klaonica „Gavrilović“, Mihanovićeva ulica	Z 1594
4.	Petrinja	Zgrada Vinogradsko-voćarska škole, k.č. 4340/1	Z 3657
5.	Petrinja	Zgrada gradskog kupališta, k.č. 112 (1317) i 113 (1316/2)	PZ

D. SAKRALNE GRAĐEVINE

R. br.	Lokalitet	Kulturno dobro (naziv/opis)	Postojeći status zaštite
Župne crkve			
1.	Gora	Župna crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije	Z 1416
2.	Hrastovica	Župna crkva sv. Bartola	PZ
3.	Hrvatski Čuntić	Franjevački samostan i župna crkva sv. Ante Padovanskog	Z 1593
4.	Mala Gorica	Župna crkva sv. Jurja	Z 1449
5.	Petrinja	Župna crkva sv. Lovre	R
Parohijske crkve			
1.	Blinja	Parohijska crkva sv. Ilije	Z 1447
2.	Jošavica	Parohijska crkva sv. Georgija	Z 1595
Kapele			
1.	Brest Pokupski	Kapela sv. Barbare Užupa Mala Gorica)	PZ
2.	Gora	Kapela sv. Ivana i Pavla (župa Gora)	Z 1445
3.	Mala Gorica	Kapela Majke Božje Snježne (župa Mala Gorica)	Z 1451
4.	Mošćenica	Kapela sv. Jakova (župa Petrinja)	Z 1446
5.	Pecki	Kapela sv. Ivana Glavosjeka (ž. Čuntić)	Z 1448
6.	Petrinja	kapela sv. Nikole (parohija Petrinja)	Z 1597
7.	Taborište	Kapela sv. Petra (župa Hrastovica)	Z 1415
8.	Gora	Grobna kapela Majke božje Gorske	PZ

E. ARHEOLOŠKA BAŠTINA

R. br.	Lokalitet	Kulturno dobro (naziv/opis)	Postojeći status zaštite
Arheološki lokalitet			
1.	Kraljevčani	Rimski vodovod	
2.	Jabukovac	Arheološki lokalitet	
3.	Klinac	Arheološki lokalitet	
Fortifikacijska arhitektura			
1.	Čuntić, Gradina	Ostaci kule Čuntić, 16. st.	Z 4403
2.	Hrastovica	Utvrde s ostacima crkve sv. Duha, 14. st.	PZ
3.	Klinac	Utvrda Klinac, 16. st.	Z 4557
4.	Pecki	Utvrda Pecki	PZ
5.	Gora	Gorski grad, 16. st.	

F. MEMORIJALNA BAŠTINA

R. br.	Lokalitet	Kulturno dobro (naziv/opis)	Postojeći status zaštite
Arheološki lokalitet			
1.	Petrinja	Skulptura „Čovjek i bik“, u kompleksu tvornice „Gavrilović“	E
2.	Župić	Spomenik J. Jelačiću	E
Spomen obilježja vezana uz događaje iz II. svjetskog rata			
1.	Šamarica	Mjesto partizanskog logora, Čavić Brdo	R
2.	Šamarica	Mjesto partizanskog logora, Kaline	R
Stara rimokatolička groblja			
1.	Petrinja	Staro rimokatoličko groblje sv. Roka	PZ
2.	Petrinja	Staro rimokatoličko groblje sv. Trojstva	PZ

G. PARKOVNA ARHITEKTURA

R. br.	Lokalitet	Kulturno dobro (naziv/opis)	Postojeći status zaštite
1.	Petrinja	Strossmayerovo šetalište	Z (unutar zone A cjeline)

H. ETNOLOŠKA BAŠTINA

R. br.	Lokalitet	Kulturno dobro (naziv/opis)	Postojeći status zaštite
1.	Mošćenica	Ulica S. Starčevića 77	Z 4820

Konzervatorskom podlogom su predložene zone zaštite povijesnih naselja seoskih obilježja: Begovići, Bijelnik, Brest Pokupski, Donja Pastuša, Gora, Hrastovica i Mala Gorica.

U obaveznom prilogu Plana, u Izvodu iz Prostornog plana Sisačko-moslavačke županije, prema Studiji zaštite prirode Državnog zavoda za zaštitu prirode na području grada Petrinje zaštićeni su i za zaštitu se predlažu, također:

- Park šuma „Kotar – Stari gaj“ (reg. Broj 702)
- Spomenik parkovne arhitekture „Strossmayerovo šetalište“ (reg. broj 578)

Generalni urbanistički plan Grada Petrinje

Generalni urbanistički plan grada Petrinje detaljnije, uglavnom na grafičkoj razini, dalje razrađuje programske postavke određene Prostornim planom uređenja grada Petrinje. S turističkog gledišta valja izdvojiti tek jednu normu:

- Zona ugostiteljsko-turističke namjene – kamp (planska oznaka T3) obuhvaća prostor za postavu smještajnih jedinica (kamp mjesta odnosno kamp parcele) sa pratećim sadržajima (sanitarije, ugostiteljski, uslužni i zabavni sadržaji, otvoreni sportsko-rekreacijski tereni i slično). Smještajne jedinice u kampu ne mogu se povezat sa tlom na čvrsti način. Organizacija i dimenzije smještajnih jedinica utvrđuju se projektnom dokumentacijom ovisno o kategoriji kampa u skladu s posebnim propisima i vodopravnim uvjetima.

Oba plana, Prostorni plan uređenja grada Petrinje i Generalni urbanistički plan Grada Petrinje, nalažu svim korisnicima prostora pa tako i turizmu, načine i uvjete korištenja prostora grada Petrinje. Međutim, za turizam ovi planovi imaju i drugu dodanu vrijednost, a to su podaci o potencijalnim i realnim turističkim atrakcijama koje se na području grada Petrinje nalaze. Nažalost, podaci u dokumentima prostornog uređenja sadrže samo dio, ali ipak najvažniji, turističke atrakcijske osnove - onaj koji se odnosi na zaštićenu prirodnu baštinu i na zaštićenu kulturno-povijesnu baštinu.

Grafički prikazi, na topografskoj podlozi, sadrže prostorni i razmještaj svih sastavnica od važnosti za turizam te tako mogu poslužiti za alokaciju drugih turističkih atrakcija, ali i kao osnovica za oblikovanje prijedloga Prostorne turističke organizacije područja Turističke destinacije Petrinja.

2.3. Ostali relevantni planski dokumenti

Strateški plan gospodarskog razvoja Petrinje

Dokument Strateški plan gospodarskog razvoja Petrinje izradila je Radna skupina sastavljena od predstavnika privatnog i javnog sektora. Projekt je izveden kroz niz radionica i sjednica koje su se odvijale tijekom godine dana (2005.), a financirali su ga The Urban Institute, International Rescue Commitee i Grad Petrinja. Iako ovaj plan više nije na snazi, novi strateški dokument za gospodarski razvoj nije donosen, pa je stoga vrijedno osvrnuti se na neke njegove osnovne nalaze i preporuke.

Izradi ovoga dokumenta prethodila je Analiza poduzetničkih potencijala i mogućnosti razvitka malog i srednjeg poduzetništva i obrtništva te izrada Regionalnog operativnog programa Sisačko-moslavačke županije (buduće razvojne strategije za područje županije) prema napucima Nacionalne strategije regionalnog razvoja. Osnovna tri pitanja na koja je nastojala odgovoriti ova strategija bila su: 1) na koji način izgraditi institucionalnu poduzetničku infrastrukturu; 2) kako privući kapital i poduzetnike i 3) kako unaprijediti lokalno poduzetništvo i poljoprivredu. Iako turizam nije bio eksplicitno spomenut u ovim pitanjima u promišljanju gospodarskog razvoja dobio je svoje značajno mjesto.

U planu su kao osnovni problemi gospodarskog razvoja Petrinje izdvojeni: ratne štete i devastacija, loše provedena privatizacija poduzeća, velik broj uništenih gospodarskih objekata te izgubljena prijeratna tržišta. Prema ovom dokumentu, glavna obilježja gospodarstva u gradu Petrinji obilježava sljedeće:

- do 1991. godine Petrinja je imala razvijene industriju i obrtništvo, pri čemu se posebno mogu izdvojiti Gavrilović, Slavijatrans, Finel, IGM Ciglana. Nakon rata ova se poduzeća (izuzev dijelom poduzeća Gavrilović) uglavnom nisu uspjela restrukturirati te trenutno stanje karakterizira loša i zastarjela opremljenost te slabo poslovanje.
- poljoprivredna proizvodnja, zbog još uvijek dijelom miniranih područja i zastarjele tehnologije, također nije razvijena.
- govedarstvo, koje je nekad kroz kooperaciju bilo vezano uz tvrtku Gavrilović, danas nije objedinjeno i svedeno je na mali broj gospodarstava bez većeg ekonomskog značaja. Ista je situacija i sa svinjogojstvom koje bez kooperantske mreže stagnira.
- pčelarstvo, za kojim postoji interes od strane poljoprivrednika, nešto se aktivnije razvija (provedba edukacija) ali je također suočeno s brojnim problemima plasmana proizvoda.
- voćarstvu, koje je prije svega vezano uz šljivu, krušku i jabuku, također nedostaje jači zamah u smislu novih stabala i većih agrotehničkih zahvata. Međutim, vrijedno je spomenuti da postoji trend udruživanja proizvođača te zajedničkih promotivnih nastupa na tržištu.

U planu je prepoznato da turizam, s obzirom na brojne neiskorištene turističke resurse, predstavlja veliki potencijal za Petrinju. Posebno se ističe rad Turističke zajednice koja kontinuirano promovira Petrinju s naglaskom na tradicijsku kulturu i bogato prirodno okruženje. Zatim, kao posebne vrijednosti, izdvajaju se Strossmayerovo šetalište, potencijal Gundulićeve ulice sa starim školama i zgradom Gradske uprave i Trg Stjepana Radića, muzej i galerije te tradicijska kultura vezana uz keramičke radionice i lončarstvo. Konstatirana je bogata ugostiteljska tradicija, ali je istovremeno ukazano na problem devastiranih objekata (restoran i vila Gavrilović, Pigik, spomen-dom Šamarica i dr.). Zanimljivo je spomenuti naglasak koji je stavljen na ugostiteljstvo te se posebno navodi: „Gastronomski je proizvod turistički proizvod i to bi trebao biti imperativ

ponude grada Petrinje u budućnosti.“ Mogućnosti razvoja seoskog turizma povezane su s interesom ulaganja u adaptaciju i izgradnju objekata s raznim sadržajima te mogućnosti uspostavljanja „vinotočja“ u klijetima i podrumima petrinjskih vinara.

U dokumentu se, uz razvoj turističke ponude, ističe potreba podizanja ekološke svijesti, proizvodnje domaćih proizvoda (meda, šljive, rakije i sl.), potreba obnove planinarskih staza na Hrastovačkoj gori te formiranja biciklističkih i pješačkih staza. Kao poseban 'biser' prepoznato je petrinjsko gradsko kupalište te etablirane manifestacije i programi poput Petrinjskog fašnika, Kestenijade, Martinja, Ljeta u Petrinji i dr.

U planu se kao vizija Grada Petrinje navodi *„Suvremeno uređen srednjoeuropski kulturni, sportski, turistički i poduzetnički centar obrazovanih ljudi s razvijenim gospodarstvom i prepoznatljivom poljoprivrednom proizvodnjom u ekološkom okruženju.“* U analizi prednosti nedostataka, mogućnosti i ograničenja (SWOT) kao prednosti, a važno za razvoj turizma, navedene su prirodne ljepote (pogodne za razvoj turizma), tradicija i povijesno nasljeđe (meso i mesno prerađevine, tradicijski obrti, lokalne kulture i običaji, povijesni lokaliteti). Posebno su istaknuti turistički i sportsko-rekreacijski uvjeti s naglaskom na izletničko-rekreativni i ruralni turizam, sportske dvorane, hotel i restoran Pigik te rekreativne mogućnosti na području nekadašnje „Šamarice“, Hrastovačke gore, Utinje, Petrinjčice s mlinovima i rijeke Kupe.

Glavni projekti koji su predloženi u ovoj studiji, a kojima se želi odgovoriti na strateška pitanja, su osnivanje Razvojnog uslužnog centra, osnivanje poslovne zone, udruživanje poljoprivrednika, obrtnika, malih i srednjih poduzetnika te valoriziranje turističke vrijednosti Dječjeg istraživačkog centra (DIC-a) Udruge Petrinjčica.

Lokalna strategija razvoja LAG Zrinska Gora 2011. – 2015.

Lokalna strategija razvoja LAG „Zrinska Gora - Turopolje“ 2011.-2015. izrađena je kako bi se implementirale smjernice pravnog okvira za provedbu LEADER-a u Hrvatskoj tijekom predpristupnog razdoblja i to Strategije ruralnog razvoja Republike Hrvatske 2008.-2013., kao i IPARD programa 2007. – 2013., koje su usklađene s krovnim LEADER programom za razvoj ruralnih područja Europske unije. Budući da prostor LAG-a obuhvaća dio od Zrinske gore i Vukomeričkih gorica, preko doline Kupe, Petrinjčice, Gline, Maje do Odranskog polja ova se studija odnosi na šire područje u kojem grad Petrinja čini jedan dio. Ključna razvojna tema, odnosno ideja vodilja ovog projekta bila je *„Razvoj konkurentne poljoprivrede, malog gospodarstva i ruralnog turizma, uz očuvanje okoliša i revitalizaciju tradicijskih vrijednosti*“ te se kao slogan LAG-a posebno istaknulo *„Neka nas naše šume i vode do zdravlja vode“.* Definirana vizija LAG-a u ovome dokumentu glasi:

„Šume i vode – srne i rode, povijesne hiže i drvene kapelice naše su prepoznatljivo lice. S dlana naših gorja i polja piju se vina ponajbolja. U našim venama krv graničara teče, multikulturalnost dio je naše sreće.“

U dokumentu je definirano pet razvojnih programa:

1) jačanje i razvoj organizacije LAG-a i potpora održivom razvoju cjelokupnog područja
2) jačanje prepoznatljivosti područja LAG-a poticanjem udruživanja, promocije i inovacija
3) Razvoj poljoprivrede s dopunskim djelatnostima i selektivnim oblicima turizma
4) Razvoj diversifikacije djelatnosti s poboljšanjem kvalitete života na području LAG-a
5) Razvoj ljudskih resursa područja.

Turizam se eksplicitno spominje kod program 3., kod kojeg se ujedno kao prioriteti navode i razvoj konkurente i održive poljoprivrede, s naglaskom na razvoj selektivnih oblika turizma. Dalje se razrađuju programske aktivnosti među kojima se posebno nabrajaju: poticanje razvoja ruralnog turizma i razvoj smještajnih kapaciteta, revitalizacija i promocija kulturno-povijesne i tradicijske baštine kao podloge za razvoj turističke ponude, razvoj turističke infrastrukturne i organizirane/umrežene ponude područja, razvoj tematskih putova te upravljanje i marketing turističke destinacije. Međutim, važno je spomenuti da, iako se turizam posebno ne spominje u drugim razvojnim programima, oni se povezani s razvojem turizma i njihova realizacija također vodi bržem i kvalitetnijem turističkom razvoju na ovom području.

U ovom se dokumentu posebno ističe potreba usklađenosti dokumenta lokalnog razvoja s regionalnim i nacionalnim razvojnim strateškim dokumentima. Osim toga, važno je i da su razvojni dokumenti koji se donose za pojedine gospodarske aktivnosti međusobno usklađeni te će se stoga kod izrade ovoga dokumenta uzeti u obzir prijedlozi, projekti i aktivnosti koji su definirani u Lokalnoj razvojnoj strategiji Lokalne akcijske grupe Zrinska Gora 2011. – 2015.

Strategija razvoja turizma Sisačko-Moslavačke županije

Strategija razvoja turizma Sisačko-moslavačke županije (2007.-2013.) dokument je koji je rezultat zajedničkog rada razvojnih agencija SI-MO-RA d.o.o. i AZRA (Varaždinska razvoja agencija), Turističke zajednice Sisačko-moslavačke županije te zaposlenika Upravnog odjela za poduzetništvo i turizam Sisačko-moslavačke županije. Proizašla je iz strateškog izbora Sisačko-moslavačke županije da je „turizam gospodarska aktivnost na kojoj je moguće temeljiti lokalni razvoj ovoga područja, a posebice ruralne sredine.“ Strategija je usklađena sa strateškim

razvojnim dokumentima u županiji te nacionalnim programima. U strategiji je definirana vizija*: „Sisačko-moslavačka županija odredište razvijenog kontinentalnog turizma čiji se razvoj temelji na održivom korištenju prirodnih i kulturnih potencijala i malom gospodarstvu koje osigurava gospodarski razvoj regije i stvara okruženje privlačno za investiranje i odmor“*, a kao četiri osnovna cilja navedeni su: poticanje organiziranih oblika suradnje turističkih čimbenika, aktiviranje turističkih resursa županije, razvijanje poduzetništva u turizmu i promoviranje regije kao odredišta kontinentalnog turizma. Vezano uz ciljeve postavljeni su prioriteti te mjere koje su potrebne za ostvarenje navedenih ciljeva.

Kad je riječ o području grada Petrinje ono je eksplicitno navedeno kod mjere „Razvoj turističkih klastera“ (Klaster 4. Petrinja – Lekenik), međutim, i sve ostale mjere odnose se na cijelo područje Sisačko-moslavačke županije, pa se u tom kontekstu, odnose i na grad Petrinju.

Strategija razvoja turizma Sisačko-moslavačke županije (2007. – 2013.) daje jedan širi okvir za poticanje brojnih aktivnosti vezanih uz turizam, ali se ne bavi detaljnom razradom aktivnosti na manjim/lokalnim prostornim cjelinama. S obzirom na tako postavljene ciljeve, prioritete i mjere područje grada Petrinje uklopit će se u one dijelove za koje se pokaže da raspolaže vrijednim i važnim resursima, posebice za razvoj predloženih selektivnih oblika turizma. U strategiji su kao glavni selektivni oblici turizma izdvojeni: seoski turizam, zdravstveni i wellness turizam i kulturno-povijesni turizam. Seoski turizam posebno je istaknut za rubno područje Parka prirode Lonjsko polje, ali je istaknuto i da ostala područje trebaju poticati razvoj seoskih gospodarstva te pružati usluge smještaja, prehrane i drugih sadržaja. Dalje, kad je riječ o zdravstvenom i wellness turizmu istaknuto je Topusko. Međutim, očuvana priroda i mogućnost relaksacije na 'čistom zraku', u 'zdravom prirodnom okruženju', konzumiranje 'zdrave hrane' nešto je što može ponuditi i područje Petrinje. I treće, kulturno-povijesni turizam, kao jedan od istaknutih selektivnih oblika turizma ima svoje uporište na području cijele županije. Grad Petrinja se u ovaj proizvod može uklopiti sa svojim brojnim kulturnim resursima u gradu kao i galerijama i brojnim manifestacijama koje su već danas etablirane.

Također, mjere koje su u funkciji stvaranja podloge za intenziviranje razvoja dovoljno su obuhvatne da će ih i grad Petrinja uključiti u pojedine aktivnosti usmjerene na intenziviranje turističkog razvoja. Konačno, prioriteti navedeni u planu prate tijek jedino mogućeg razvoja turizma, a to je, prije svega, povezivanje sudionika turističkog razvoja, poticanje stvaranja turističkih proizvoda, razvoj ljudskih resursa i poduzetništva te razvoj turističke promocije, kad se za tržište formiraju turistički proizvodi dovoljno privlačne da mogu generirati veći interes turističke potražnje

Projekt „Petrinja – razvojna vizija turističke destinacije“ izradio je 2007. godine Beretin d.o.o. iz Splita za potrebe naručitelja Arbeiter-SamariterBund e.V. Ivanić grad, Gradskog poglavarstva grada Petrinje te Turističke zajednice Grada Petrinje. Studija obuhvaća analizu hrvatskog turističkog gospodarstva, snimku i analizu stanja grada Petrinje, viziju turističkog razvoja, planove kapitalnih ulaganja te turističku marketinšku strategiju. Cilj projekta bio je *„revitalizacija i proširenje turističke ponude na području grada Petrinje kao i osposobljavanje lokalnih turističkih partnera kroz korištenje lokalnih prirodnih i kulturno-povijesnih resursa kroz tri integrirane sastavnice projekta: edukacija, izgradnja turističke infrastrukture i marketinško-promocijske aktivnosti“*.

Riječ je o vrlo opširnom i iscrpnom dokumentu koji na 270 stranica detaljno, s mnoštvo opisa, fotografija i tablica, analizira stanje gospodarstva Hrvatske, grada Petrinje te obrađuje sve turističke potencijale i atrakcije na ovom području. Daje se iscrpan pregled prirodnih atrakcija, kulturno-povijesnih atrakcija te manifestacija s kategorizacijom (međunarodna, nacionalna, regionalna i lokalna). Predložena vizija turističkog razvoja u dokumentu glasi *„suvremeno uređen srednjoeuropski kulturni, športski, turistički i poduzetnički centar obrazovanih ljudi s razvijenim gospodarstvom i prepoznatljivom poljoprivrednom proizvodnjom u ekološkom okruženju“*. Nastavno na ovakvu viziju predložene su četiri razvojne cjeline: rijeka Kupa, naselje Petrinja, doline Utinje i Petrinjčice – Cepiliš te Zrinska gora. Za svaku od tih cjelina navodi se što je potrebno realizirati u njima, na što treba staviti naglasak i koje aktivnosti bi se mogle nuditi turistima. Polazeći od postavke da je razvoj turizma u stalnoj interakciji s ukupnim gospodarskim razvojem u planu se daju prijedlozi kapitalnih ulaganja u turistički sektor, u turistički komplementarnu infrastrukturu, turistički komplementarno gospodarstvo, komunalno gospodarstvo i zaštitu okoliša, gospodarstvo, poljodjelstvo, ekologiju, zdravlje i prirodne vrijednosti, staru gradsku jezgru te se iznose prijedlozi za povećanje proračunskih prihoda i provođenje društveno-korisnih akcija. Ovako navedeni prijedlozi po grupama aktivnosti dalje se, iako ne i jednoobrazno, razrađuju na detalje (iznosi sredstava potrebni za realizaciju, rokovi, nositelji aktivnosti i sl.). Na kraju dokumenta iznosi se turistička marketinška strategija za grad Petrinju fokusirana ponajviše na teorijska objašnjenja marketinških aktivnosti.

Za realizaciju svega navedenog u studiji „Projekt Petrinja - Razvojne vizije turističke destinacije“, pozivajući se na sustavan pristup i vrijeme potrebno za ostvarenje vizije, predlaže se fazni pristup razvoju turizma. Prva faza odnosi se na oživljavanje postojećih turističkih sadržaja i to, prije svega, u gradu te njihovo intenzivnije promoviranje. Smatra se da bi se time potaknulo i stimuliralo lokalno poduzetništvo. U drugoj fazi, koja bi se fokusirala na povećanje broja i potrošnje posjetitelja, poticali bi se višednevni boravci kroz širenje turističkih aktivnosti na šire ruralno područje. U sljedećim fazama naglasak bi bio na dodavanju novih atrakcija koje bi privlačile nove tržišne segmente i stimulirale novu potrošnju.

Pozivajući se na turističke trendove te potrebu uključivanja lokalnog stanovništva u razvoj turizma, u zaključku studije predlaže se stvaranje 'menadžerske skupine' zadužene za razvoj turizma. Riječ je o ključnim osobama iz privatnog i javnog sektora koja bi osmišljavala i koordinirala različite aktivnosti vezane uz unapređenje poslovnog okruženje i stvarala stimulativno okruženje za razvoj turizma.

3. ANALIZA POSTOJEĆE SITUACIJE

Osim turističke resursne osnove koja je predmet sljedećeg poglavlja, turistički razvoj ovisi o nekoliko ključnih faktora: geoprometnom položaju i transportnoj povezanosti s glavnim emitivnim tržištima, postojećem stupnju turističkog razvoja te cjelokupnog gospodarskog razvoja na kojem leži poduzetništvo, investicijskom kapitalu o kojem ovise ekonomski učinci turizma destinacije, socio-demografskim karakteristikama stanovnika koji su nositelji turističkog razvoja, u nekim slučajevima i korisnici turističkog proizvoda te, konačno, krajnji benefaktori turističkog razvoja. Stoga se u ovom poglavlju daje pregled:

- prometnog položaja i prometne povezanosti
- stupnja gospodarskog razvoja
- ekonomskog i društvenog okruženja
- socio-demografskih karakteristika stanovnika, te
- stupnja turističkog razvoja i organizacije turizma.

Pri tome turističku destinaciju Petrinja kao osnovnu funkcionalnu i prostornu, razvojnu i marketinšku turističku jedinicu, iz praktičnih razloga, smatramo administrativno područje grada Petrinje.

3.1. Prometni položaj, ekonomsko i društveno okruženje

Za promišljanje razvoja turizma, bez obzira u kojoj je fazi životnog ciklusa turistička destinacija, potrebno je analizirati postojeću situaciju kako bi se dobilo uvid u relevantna gospodarska, društvena te općenito razvojna kretanja. Takva šira slika potrebna stoga što kvaliteta turističke ponude, odnosno, turističkog doživljaja ovisi o brojnim aspektima u destinaciji. Ti aspekti, poput atrakcija, smještaja ili dostupnosti su pod većim ili manjim utjecajem djelovanja različitih interesnih skupina iz privatnog i javnog sektora. Zbog složenosti turističkih proizvoda destinaciju, koja predstavlja okvir za njegovo stvaranje, potrebno je sagledati iz više različitih kutova. Stoga se u ovom poglavlju daje pregled osnovnih gospodarskih, prometnih, infrastrukturnih i socio-demografskih pokazatelja područja grada Petrinje od kojih ovisi razvoj turizam i s kojim je turizam međuovisan.

Područje grada Petrinje sastavni je dio Sisačko-moslavačke županije i prostire se na površini od 380,94 km^2. Riječ je području koje je većinom obuhvaća brežuljkaste predjele Zrinske i Hrastovačke gore te manje ravničarske, uz rijeke Kupu i Petrinjčicu. Njegovo administrativno područje uglavnom ruralnog

karaktera obuhvaća 55 naselja[3]. Gradovi u okruženju Petrinje su Sisak i Glina, te općine Lekenik, Donji Kukuruzari i Dvor.

Sam grad Petrinja smješten je na desnoj obali Kupe, na ušću Petrinjčice. Njegov razvoj i opstanak kroz stoljeća uvjetovan je povoljnom geoprometnim položajem. Naime, grad je smješten na križanju prometnica koje sjeverozapadnu Hrvatsku, pa tako i Zagreb spajaju s Banovinom, odnosno Bosnom, a prostor Korduna i Banovine s Posavinom.

S ostatkom Hrvatske Petrinju povezuje dvije državne ceste:

- državna cesta D-30 je glavna veza Zagreba i Sisačko-moslavačke županije kao i Zagreba sa zapadnim dijelom Bosne i Hercegovine (Čvor Buzin (A3) – Velika Gorica – Petrinja – Hrvatska Kostajnica – granica Republike Bosne i Hercegovine). Za današnje uvjete to je uska, spora i opasna cesta koja prolazi naseljima. Međutim, s dovršenjem autoceste A-11 Zagreb – Sisak, dostupnost Petrinje iz pravca Zagreba, osobito brzina i sigurnost putovanja, značajno će se unaprijediti.
- Državna cesta D-36 je pravac Karlovac – Pokupsko – Petrinja – Sisak – čvor Popovača (spoj na autocestu A-3). S turističkog aspekta, ova cesta je važna jer je to najbrži put od Karlovca do PP Lonjsko polje, sve popularnijeg odredišta inozemnih turista u tranzitu prema jadranskoj obali.

Turistički planski dokumenti (npr. Strategiji razvoja turizma Sisačko-moslavačke županije 2007.-2013.; Petrinja – razvojna vizija turističke destinacije) ističu nezadovoljavajuće opće stanje cestovnih prometnica kao ograničenje turističkog razvoja Petrinje i to kako u smislu povezanosti sa Zagrebom i integracije u ukupnu cestovnu mrežu Hrvatske, tako i u smislu neadekvatne i zastarjele mreže lokalnih prometnica, koje mahom zahtijevaju rekonstrukciju i popravak.

Kao i u većem dijelu Hrvatske, željeznički prometni pravci su zapušteni. Međunarodna pruga koja spaja Zagreb – Sisak - Novsku udaljena je oko 10 kilometara od Petrinje. Postoji još i lokalna pruga Sisak – Caprag – Karlovac, tzv. Banovinska željeznica kojom je prometovao 'ćiro' kako su nazivali vlak na tom pravcu. Iako nekad glavno transportno sredstvo, do 1980-tih promet opada uslijed tehnološkog zaostajanja željeznice (105 km od Siska do Karlovca ovaj vlak

[3] Begovići, Bijelnik, Blinja, Brest Pokupski, Cepeliš, Čuntić, Deanovići, Dodoši, Donja Bačuga, Donja Budičina, Donja Mlinoga, Donja Pastuša, Donje Mokrice, Dragotinci, Dumače, Glinska Poljana, Gora, Gornja Bačuga, Gornja Mlinoga, Gornja Pastuša, Gornje Mokrice, Graberje, Grabovac Banski, Hrastovica, Hrvatski Čuntić, Jabukovac, Jošavica, Klinac, Kraljevčani, Križ Hrastovački, Luščani, Mačkovo Selo, Mala Gorica, Međurače, Miočinovići, Mošćenica, Moštanica, Nebojan, Nova Drenčina, Novi Farkašić, Novo Selište, Pecki, Petkovac, Prnjavor Čuntićki, Sibić, Slana, Srednje Mokrice, Strašnik, Stražbenica, Taborište, Tremušnjak, Veliki Šušnjar, Vratečko i Župić.

je vozio 5 sati) i modernizacije cestovne mreže. Posljednji vlak ovom je prugom prošao 1995., no potencijalno se ovo može postati 'turistička željeznica'.

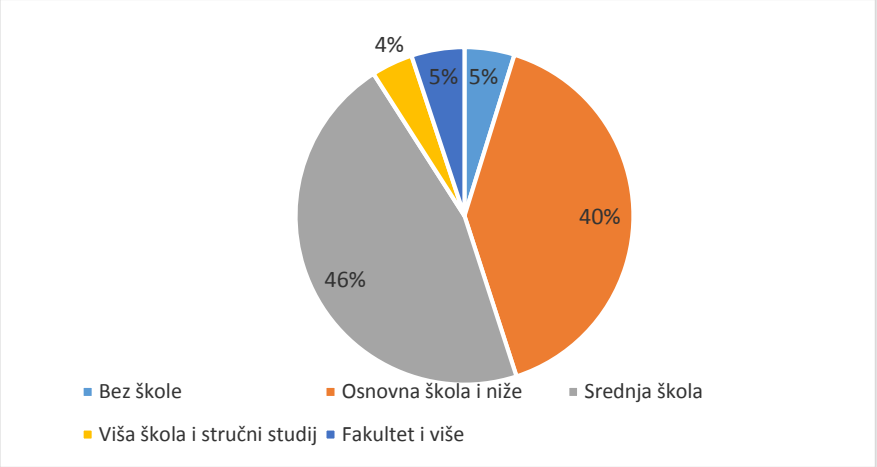
Komunalna infrastruktura u samom gradu relativno je dobro razvijena, ali problem predstavljaju ruralna područja (kao i u većini kontinentalnih destinacija) gdje su ceste u slabijem stanju kao i stanje odvodnje i kanalizacija. U tim predjelima potrebna je rekonstrukcija i obnova velikog dijela infrastrukture koja je zastarjela ili ne zadovoljava današnje potrebe.

Gospodarstvo Petrinje se, nakon Domovinskog rata, oporavlja vrlo sporo. Do 1991. Petrinja se je bila razvijeno industrijsko i obrtničko središte kojim je dominirala tvrtka Gavrilović, drvna industrija Finel, IGM Ciglana te transportno poduzeće Slavijatrans. Nakon Domovinskog rata tek se tvrtka Gavrilović uspješno restrukturirala. Trenutno je Gavrilović obiteljska je tvrtka u vlasništvu devete generacije što je izdvaja na hrvatskoj, ali i međunarodnoj korporativnoj sceni. Sam brend star je više od tri stoljeća i jedan je od najprepoznatljivih i najbolje ocjenjivanih u prehrambenoj industriji. U viziji tvrtke ističe se da će „tvrtka Gavrilović i ubuduće biti jedan od ključnih pokretača regionalnoj gospodarstva te imati ulogu neospornoga svjetskog lidera i promicatelja tradicionalnih hrvatskih mesnih specijaliteta“. Ipak, ona se danas niti veličinom niti integracijom s lokalnim kooperantima nije približila volumenu predratnog poslovanja. Slavijatrans, nekada veliko transportno poduzeće, danas je nakon stečaja otkupila prijevoznička tvrtka Čazmatrans, dok tvornica furnira Finel i Ciglana rade u smanjenom obimu.

Ruralno područje grada Petrinje, također stagnira. Nekadašnje razvijeno govedarstvo i svinjogojstvo koje je kroz kooperaciju bilo vezano za tvrtku Gavrilović danas je neobjedinjeno, te svedeno je na mali broj gospodarstava bez većeg ekonomskog značaja. Poljoprivredna proizvodnja također stagnira uslijed zastarjele tehnologije i poljoprivrednih površina koje su još uvijek pod minama ili minski sumnjiva. Ipak, ova ekonomska stagnacija, ako ne i unazađenje, otvorila je nove mogućnosti poljoprivrednog razvoja temeljenog na ekološkoj proizvodnji, a to se danas manifestira u intenzivnijem razvoju pčelarstvu i voćarstvu (više u Poglavlju 3.2).

Za ekonomsku, pa time i turističku revitalizaciju područja grada Petrinje neophodno je stanovništvo odgovarajuće dobne i obrazovne strukture. Prema popisu stanovništva iz 2011. godine, Petrinja je s 24.786 stanovnika, iza Siska, drugi grad po veličini u Sisačko-moslavačkoj županiji. Za razliku od brojnih sličnih gradova koji bilježe kontinuirani pad broja stanovnika, Petrinja bilježi porast stanovništva od 32% u razdoblju od 2001. do 2011. Ovaj se porast pripisuje naseljavanju stanovnika iz ostalih opustošenih krajeva Hrvatske i Bosne i Hercegovine nakon Domovinskog rata. Time je područje grada Petrinje, kao i u prošlim stoljećima, doživjelo još jedan val naseljavanja, s posljedičnim promjenama demografske strukture.

Slika 3.1.1.
Stanovništvo Petrinje prema stupnju obrazovanja



Izvor: Državni zavod za statistiku – Popis stanovništva, kućanstva i stanova 31. 3. 2001.

Dok je porast broja stanovnika svakako pozitivan aspekt ovih promjena, istovremeno obrazovna struktura stanovnika nešto je nepovoljnija. Naime, više obrazovanje (viša škola, fakultet i više) posjeduje tek 9% stanovnika, najbrojniji su oni sa srednjom školom (46%), dok visokih 40% posjeduje tek elementarno obrazovanje (osnovna škola i niže). Prosječna starost stanovnika grada Petrinje je 42 godine, s tim da je 65% stanovnika radno sposobno, odnosno u dobi od 15 do 65 godina. Za turističko poslovanje potrebna je odgovarajuća razina znanja i poduzetnička orijentacija koja se, tipično, nalazi među obrazovanijim i mlađim grupama stanovnika. Stoga, svako planiranje turističkog, pa i cjelokupnog ekonomskog oporavka ovog područja neminovno podrazumijeva i znatnije ulaganje u programe cjeloživotnog obrazovanja.

3.2. Turizam

Turistička ponuda i potražnja

Kao i u ostatku kontinentalne Hrvatske, turistička aktivnost u Petrinji je niska. Naime, u kontinentalnim županijama nalazi se tek oko 3,5% ukupnih smještajnih kapaciteta (gledano prema broju postelja) Hrvatske. Takvu sliku podupire i Sisačko-moslavačka županija koja raspolaže s ukupno oko 732 ležaja u 11 objekata.

Prema podacima Turističke zajednice grada, Petrinja raspolaže s ukupno 68 ležaja raspoređenih u 22 sobe i 2 apartmana, u nižim kategorijama kvalitete (Tablica 3.2.1). Riječ je uglavnom o prenoćištima, sobama i apartmanima privatnih iznajmljivača, nekoliko ležajeva na seoskim turističkim gospodarstvima te kućama za odmor.

Tablica 3.2.1.
Smještajni kapaciteti u Petrinji

Naziv	Broj soba	Broj apartmana	Broj ležajeva
„Stari krovovi“	6		13
Damir Vadlja	2	1	6
Štefica Obad	2		4
Tihomir Kovačević		1	3
Gostionica Mis	5	1	12
Nestorovski Ljubica (kuća za odmor)	4		8
Seoski turizam Zelena dolina	2		4
Izletište Korablja Tišinić	2		4
Ruralna kuća za odmor Jekić	2		6
Vila Ena (Strižak)	4		8
UKUPNO	**29**	**3**	**68**

Izvor: Turistička zajednica grada Petrinje, 2012.

Pored ovih smještajnih kapaciteta, u Dječjem istraživalačkom centru u Prnjavoru Čuntićkom je na raspolaganju 30 kreveta u jednoj skupnoj spavaonici, te u planinarskom domu 27 ležajeva. Pored toga, prema uvidu u trenutne aktivnosti i planove petrinjskih turističkih poduzetnika, može se očekivati udvostručenje smještajnih kapaciteta u dogledno vrijeme. Svoje smještajne kapacitete namjeravaju izgraditi ili proširiti :

- Izletište Korablja Tišinić s 14 ležaja u dvije skupne spavaonice, namijenjene školskim grupama i planinarima te drugim manje zahtjevnim skupinama turista
- Seoski turizam Zelena dolina trenutno proširuju ponudu na ukupno 25 ležajeva
- Obitelj Jekić (Grabovac Banski), pored postojeće kuće za odmor u kojoj je šest ležajeva, preuređuju još jednu ruralnu kuću planiranog kapaciteta od oko 20 ležajeva
- Mlinski kotač (Brest Pokupski) je novi integrirani projekt, koji u turističkoj ponudi planira 16 do 20 ležajeva u tri apartmana i 4 sobe u ozračju ruralnog turizma
- OPG Belošević (Hrastovica) preuređuje staru korablju s kušaonicom vina i smještajnim kapacitetima s 4 ležaja u vinogradarskom okružju
- OPG Strižak u Jabukovcu uređuje objekt za treću dob s naglaskom na zdravstveni i vikend turizam i smještajnim kapacitetom od 12 ležaja
- OPG Veronika Filipec u Hrvatskom Čuntiću - projekt Izletište Bistri izvori u planu ima ponudu s 10 ležaja
- Projekt Srećka Telara – hotel s 4 zvjezdice u sklopu zaštićene starogradske jezgre i smještajnim kapacitetom 36 do 44 ležaja
- Pigik – novi vlasnik planira uz tenis terene, igralište za mali nogomet, restoran i vinski podrum urediti sobe s 20 ležaja

- OPG Kardaš u Maloj Gorici proširuje ponudu seoskog turizma i na smještaj u apartmanima sa 6 ležaja.

Realiziraju li se postojeći planovi petrinjskih poduzetnika, uz postojećih 68 ležajeva, uskoro bi se na tržištu moglo naći novih 200 ležajeva, te bi tada grad Petrinja raspolagala s gotovo 270 ležajeva. Dugoročno, za razvoj smještaja na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima zainteresirano je i nekoliko obitelji koji su već počeli otkupljivati zemljište i napuštene tradicijske kuće s namjerom njihove obnove i pretvaranja u smještajne kapacitete. U tim slučajevima ugostiteljska djelatnost je dodatna aktivnost osnovnoj djelatnosti (npr. pčelarstvo, voćarstvo) obiteljskog gospodarstva za koji nisu spremni snositi financijski rizik, već očekuju financiranje iz sredstava fondova Europske unije.

Za sve destinacije, a osobito one poput Petrinje sa skromnim smještajnim kapacitetima, ugostiteljska je ponuda izuzetno važna, jer je ona jednako važan dio izletničkih sadržaja koliko i neophodna usluga turistima u višednevnom boravku. Tri su ugostiteljska objekta koja pružaju usluge hrane u samom gradu – Gostionica Mis, Restoran Štuka i ugostiteljstvo 4M koji isključivo radi po unaprijed dogovorenoj i naručenoj usluzi, koji raspolažu s otprilike 300 sjedećih mjesta u zatvorenom prostoru (tablica 3.2.2). Usluge hrane i pića pružaju i seoska turistička gospodarstva, uglavnom po najavi. Uz restorane u ponudi je nekoliko objekata koje pružaju usluge brze prehrane i pizzerije.

Tablica 3.2.2.
Ugostiteljski objekti u gradu Petrinji

Naziv objekta	Broj sjedećih mjesta		Ostalo	Ukupni kapacitet
	Zatvoren prostor	Otvoreno prostor		
Gostionica MIS	60	30	75	165
Restoran Štuka	60	60	10	130
4M	60			60
Pizzerija Lucija	40	40		80
Pizzerija Klobuk	20	50		70
Izletište Korablja Tišinić	70	50	30	150
OPG Jekić	50			50
Zelena dolina	64			64
UKUPNO	**424**	**230**	**115**	**769**

Izvor: TZ Grada Petrinje, 2012.

Područje grada Petrinje, prema službenoj statistici koja registrira broj dolazaka i noćenja u registriranim komercijalnim smještajnim kapacitetima, posjeti godišnje oko tisuću turista koji ostvare oko četiri tisuće noćenja (Tablica 3.2.2). Izuzetak je 2008. te, donekle, 2009. kada je ostvareno 5, 6 i 4,8 tisuća noćenja redom. Bilo je to razdoblje razminiravanja pa su u petrinjskim komercijalnim smještajnim kapacitetima boravili zaposlenici angažirani na tim poslovima. U Dječjem istraživalačkom centru ostvaruje se još oko 1000 noćenja godišnje, no

prema važećim propisima, ova se noćenja ne evidentiraju u službenoj statistici. S ovim rezultatima Petrinja je, kao i sve destinacije kontinentalne Hrvatske, daleko ispod rezultata ostvarenih u 1989., zadnjoj predratnoj godini normalnog turističkog poslovanja, kada je sa 135 ležajeva ostvareno 7,5 tisuća turističkih dolazaka te 17 tisuća noćenja.

Ipak, prema stopi iskorištenosti turističkih kapaciteta koja je u 2011. iznosila 18%, petrinjski smještajni kapaciteti posluju nešto bolje od hrvatskog prosjeka. Naime, hrvatski prosjek stope popunjenosti u privatnom smještaju koji prevladava u Petrinji bio je 14%, a u kontinentalnoj Hrvatskoj 12%, dok je taj prosjek u Petrinji iznosio 18%.

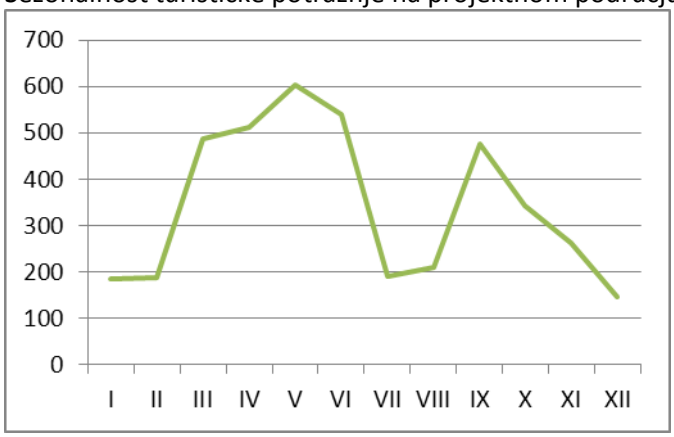
Tablica 3.2.2.
Službeno evidentiran turistički promet u Petrinji od 2002. do 2011. godine

Godina	Broj turista	Broj noćenja	Broj dolazaka (promjena u %)	Broj noćenja (promjena u %)
2002	522	1.473		
2003	495	2.251	-5,2	52,8
2004	662	1.950	33,7	-13,4
2005	553	1.667	-16,5	-14,5
2006	738	2.196	33,5	31,7
2007	769	3.638	4,2	65,7
2008	1.312	5.638	70,6	55,0
2009	1.144	4.853	-12,8	-13,9
2010	907	3.294	-20,7	-32,1
2011	1.091	4.144	20,3	25,8

Izvor: BIST – online informacijski sustav Instituta za turizam (www.iztzg.hr/bist)

Iako je s tako malim brojem noćenja teško govoriti o sezonalnosti, ipak valja primijetiti da se većina noćenja odvija u proljetnim mjesecima, dok se drugi vrhunac potražnje bilježi u jesenskom razdoblju (Slika 3.2.1.). Ovakav vremenski raspored noćenja tipičan je za destinacije kontinentalne Hrvatske.

Slika 3.2.1.
Sezonalnost turističke potražnje na projektnom području u 2011. godini



Izvor: BIST – online informacijski sustav Instituta za turizam, 2012.

Većinu turističkih dolazaka (66%) i veliku većinu noćenja (80%) ostvaruju domaći gosti. Po brojnosti slijede turisti iz Italije (oko 10% dolazaka i 5% noćenja) i Njemačke (oko 7% dolazaka i isto toliko noćenja). Službena statistika ne prati razloge dolaska. No prema informacijama dobivenim od vlasnika smještajnih kapaciteta, čini se da Talijani dolaze uglavnom zbog lova u jesenskim mjesecima, dok ostali strani posjetitelji noće u Petrinji u sklopu obilaska šireg zagrebačkog područja ili u tranzitu – ili prema Lonjskom polju ili prema Plitvičkim jezerima.

Tablica 3.2.3.
Broj dolazaka i noćenja turista u 2011. godini prema zemljama porijekla

Zemlje porijekla	Broj dolazaka	Broj noćenja	Broj dolazaka (%)	Broj noćenja (%)
Hrvatska	718	3.322	65,8	80,2
Njemačka	81	303	7,4	7,3
Italija	107	205	9,8	4,9
Francuska	31	90	2,8	2,2
Srbija	35	57	3,2	1,4
Austrija	20	25	1,8	0,6
Bosna i Hercegovina	15	18	1,4	0,4
Mađarska	8	16	0,7	0,4
Slovenija	12	16	1,1	0,4
SAD	8	14	0,7	0,3
Ostale zemlje	56	78	5,1	1,9
UKUPNO	1.091	4.144	100,0	100,0

Izvor: BIST – online informacijski sustav Instituta za turizam (www.iztzg.hr)

Obilježja destinacijskog marketinga i menadžmenta

Turistički proizvodi

Turistički proizvodi koji se danas mogu izdvojiti na području Petrinje uključuju ponajviše proizvode vezane uz manifestacije i gastronomiju, kulturno-povijesno nasljeđe i prirodu.

U Petrinji se tijekom cijele godine odvija niz različitih manifestacija s naglaskom na većoj koncentraciji događanja u ljetnim i jesenskim mjesecima. Počevši od veljače kada se odvija Petrinjski fašnik, pa dalje, u svakom se mjesecu organiziraju izložbe, sportske manifestacije, gastro priredbe, ljeti se organiziraju hodočašća, Ljeto u Petrinji, Lovrenčevo, u jesen se odvija popularna Kestenijada dok su zimski mjeseci posvećeni koncertima, Martinju i sl. Kad je riječ o glavnim atrakcijama koje se ističu u Petrinji onda je to Strossmayerovo šetalište, Petrinjska šetnica i Petrinjske biciklističke ture.

Dalje, o bogatom kulturnom nasljeđu govori izložbeni prostor u Galeriji Krsto Hegedušić, Hrvatsko pjevačko društvo Slavulj te Gradska limena glazba s 200-godišnjom tradicijom. Posebno valja istaknuti tradiciju obrtništva, a posebice

lončarstva. Proizvodi vezani uz prirodu odnose se na šetnice, biciklističke staze, ruralni turizam te lov i ribolov u okolici Petrinje.

Ipak, generalno se može reći da iako postoje brojni potencijali za razvoj turističkih proizvoda oni su još uvijek u inicijalnoj fazi razvoja. Naime, većina atrakcija nije stavljena u funkciju zaokruženih turističkih proizvoda/doživljaja i ponuđena na tržištu te stoga takvo promišljanje tek predstoji. Pri tome je posebno važni imati na umu da ukupan razvoj destinacije i njenu ulogu u razvoju turističkih proizvoda.

Turističko posredovanje

Iako se danas mogu izdvojiti brojni razlozi za posjet Petrinji (tematski putevi, manifestacije i događanja, galerije, gastro događanja i slično) formiranje i aktivno nuđenje turističkih proizvoda tek je u začecima. Naime, na ovome području ne djeluje niti jedna turistička agencija koja bi preuzela na sebe funkciju destinacijske menadžment kompanije u smislu formiranja turističkih paketa temeljenih na lokalnim resursima (i pričama), te aktivne prodaje na tržištu. Turistička zajednica Grada Petrinje osmislila je nekoliko turističkih itinerera te ih promovira regionalnim turističkim agencijama potičući tako organizirane turističke dolaske. To su, primjerice, „Petrinjske utvrde na granici carstva“, „Panonsko more u Banovini“, „Kroz stoljeća do znanja“, „Rimski fragmenti“, „Umijeće lončarstva – od gline do stucke“, „Putovima bana Jelačića kroz Turopolje i Banovinu“. Na web stranicama turističke zajednice (www.tzg-petrinja.hr) nude se dva tematska proizvoda: „Put kestena“ za koje informacije pruža Udruga za ekologiju i razvoj, te „Putovima Bana Jelačića kroz Turopolje i Banovinu“ koji povezuje Lekenik, Petrinju, Župić, Goru, Glinu i Topusko, ali koja ovisi o individualnoj organizaciji.

Istraživanje tržišta

U svrhu što efektivnijeg tržišnog pozicioniranja i ekonomične alokacije vrlo skromnih promotivnih sredstava, Turistička zajednica Grada Petrinje provela je 2011. godine istraživanje o imidžu Petrinje na potencijalnim tržištima[4]. Istraživanjem se dobio uvid o navikama i motivima vezanim uz izlete te poznavanje i percepciju Petrinje kao turističke destinacije. Ovo je istraživanje pokazalo da većina nema posebnih asocijacija na Petrinju, nisu nikada bili u Petrinji niti imaju osobitu želju posjetiti je. Najčešći razlozi za to su slaba informiranost te činjenica da do sada nikada nisu bili u prilici posjetiti ovaj grad. Za posjet Petrinji zainteresirani su mlađi i obrazovaniji, te oni slobodnog duha koji istražuju manje turistički poznate krajeve naše zemlje. Oni koji su nešto znali o Petrinji, asociraju Petrinju s:

- lijepim krajolikom i zanimljivom baštinom

[4] Istraživanje je provela agencija Ipsos Puls Public Affairs u lipnju prošle godine na reprezentativnom uzorku od 500 ispitanika unutar grada Zagreba te Zagrebačke i Sisačko-moslavačke županije

- tvornicom Gavrilović
- ratnim stradanjima

Promocijske aktivnosti

Nositelj promocijskih aktivnosti grada Petrinje je Turistička zajednica Grada Petrinje. Prema financijskom planu za 2011. godinu budžet za funkcionalni marketing iznosio je oko 607 tisuća kn. Od toga se nešto više od polovice sredstva (390 tisuća) namijenilo izradi planova te organizaciji manifestacija. Na komunikacijske taktike izdvojeno je oko 120 tisuća kn, pri čemu se najviše odnosilo na izradu brošura te oglašavanje. Na ostale promocijske aktivnosti, poput nastupi na sajmovima i prezentacije, izdvaja se manji dio sredstava (10.000 kn).

Turistička zajednica Grada Petrinje, osim provedbe promocijskih aktivnosti, aktivna je u brojnim aktivnostima koje se tiču internog marketinga i edukacije. Osim toga, surađuje s gradskom upravom i gradskim institucijama u kulturi i sportu u organizaciji manifestacija i događanja koja su ovome trenutku važna za kreiranje atmosfere u gradu i stvaranja okruženja koje bi bilo poticajno za daljnji razvoj turizma u ovome gradu.

Promocijski materijali

Turistička zajednica grada Petrinje raspolaže sljedećim promocijskim materijalima:

Imidž-info brošura	Sadrži pregled glavnih kulturno-povijesnih vrijednosti grada Petrinje, gastronomska tradicija, prirodne ljepote u okruženju te manifestacije. U brošuri je naglasak na fotografijama koje su popraćene kraćim tekstovima. Tiskana je višejezično tj. na hrvatskom, engleskom, talijanskom i njemačkom jeziku.
Informativni vodič	Daje pregled brojnih korisnih informacija počevši od toga što posjetiti, kalendar događanja te kontakt informacije za kulturnih društva i udruge, zdravstvene ustanove i sl. Tiskan je dvojezično (hrvatski i engleski jezik).
Letak „Petrinjska šetnica“	Letak daje sve korisne informacije o šetnici, njen prikaz na karti s 12 točaka, te opis što se na svakoj od tih točaka (kroz koje se prolazi) može vidjeti i zašto je to mjesto značajno. Tiska se posebno u hrvatskoj i u engleskoj varijanti
Turistička karta	Turistička karta s jedne strane daje pregled staza i atrakcija u području Petrinje, a s druge strane opis

Osim navedenih materijala Turistička zajednica Petrinje, prema potrebi, tiska i druge materijale, posebice prigodne letke za manifestacije, npr. Lovrenčevo u Petrinji, Biciklijada, Petrinjske legende, Festival kestena u Petrinji.

Generalno se može reći da Turistička zajednica Grada Petrinje raspolaže različitim promocijskim materijalima. Međutim, ono što se može primijetiti je da bi se u budućnosti materijale trebalo konceptualno i vizualno ujednačiti kako bi postali prepoznatljivi kao dio 'jedne cjeline'. To se postiže kroz boje, fontove, logo itd. Pri promišljanju budućih materijala potrebno je njihov koncept uskladiti s potrebama ciljnih skupina (posjetitelji, novinari, poslovni partneri i sl.) kao i s web stranicama i aktivnostima koje će se provoditi u okviru e-marketing aktivnosti.

Web portal

Turistička ponuda Grada Petrinje i okolice prezentira se na web stranicama www.tzg-petrinja.hr. Glavni izbornik sastoji se od šest cjelina: dobrodošli, turistička ponuda, kultura, sport i rekreacija, manifestacije i info. Za sada se ne nude posebne 'mini stranice' za medije i poslovne partnere (B2B).

Naslovna stranica koncipirana je tako da njome dominira šest fotografija 'ispod' kojih se nalaze sadržaji (podizbornici) glavnih izbornika. Pored toga, daje se najava događanja, anketa za posjetitelje grada Petrinje, zanimljivosti „Jeste li znali?“, te korisni linkovi. Svaka stranica za sebe može se ispisati, poslati mailom ili spremiti u pdf formatu. Moguća daljnja unapređenja stranice odnose se na korištenje web 2.0. funkcionalnosti, podizanje interaktivnosti, uvođenje mush-up servisa te integracija društvenih mreža.

Destinacijski menadžment

Kad je riječ o destinacijskom menadžmentu, gledano kroz suradnju između interesnih skupina, vrijedno je istaknuti da između Turističke zajednice i Gradske uprave postoji dobro razvijena komunikacija i suradnja na brojnim projektima. Na pojedinim projektima koji se ponajviše tiču organizacije događanja postoji i dobra suradnja s privatnim sektorom. Međutim, svako daljnje podizanje kvalitete Petrinje kao turističke destinacije tražit će još intenzivniju suradnju i zajednički rad brojnih interesnih skupina iz javnog i privatnog sektora. U tom kontekstu posebno se ističe uloga Turističke zajednice u provedbi aktivnosti internog marketinga kao i uključivanju u donošenju odluka koji se tiču svih razvojnih projekata a donose se na razini Gradske uprave.

4. TURISTIČKI RESURSI I ATRAKCIJE

Turistička atrakcijska osnova područja grada Petrinje, kao i svake turističke destinacije, predstavlja ishodište i uvjet za kreiranje optimalnog turističkog proizvoda. Riječ je o «turističkoj sirovini» za stvaranje turističkog proizvoda, osobito u područjima poput grada Petrinje koji tek moraju formirati turistički proizvod kojim bi privukli posjetitelje. Sustavna analiza atrakcijske osnove polazište je za njezino vrednovanje, odnosno stvaranje prepoznatljive i samosvojne cjelina koja određuje značajke optimalnog destinacijskog proizvoda kojeg je moguće kreirati u projektnom području. Istovremeno, njezina inventarizacija polazište je za odgovarajuću skrb nad turističkim resursima odnosno za osiguranje održivog turističkog razvoja.

Put do cjelovite turističke atrakcijske osnove je složen i dugotrajan te on, u pravilu, prelazi zadaću bilo kojeg konkretnog projekta jer je potrebno sve potencijalne i realne turističke atrakcije u destinaciji identificirati, zatim evidentirati pa vrednovati i sistematizirati. Atrakcijska sinteza mehanizam je koji daje programske podatke za prvu projekciju turističkih proizvoda te u prostoru identificira skupine atrakcija i pojedinačne atrakcije kao i njihove međusobne prostorne odnose.

Za identifikaciju i evidenciju potencijalnih i realnih turističkih atrakcija područja grada Petrinje koristili su se mnogi i različiti izvori, od službenih dokumenata poput prostornog plana i ostalih strateških planova, službenog pregleda zaštićenih dijelova prirodne i kulturne baštine, do zavičajnih pisanih materijala, verificiranih obilaskom projektnog područja i intervjua sa stručnjacima i dobrim poznavateljima ovog kraja.

Za potrebe ovog plana izrađena je samo skica turističke atrakcijske osnove područja grada Petrinje na temelju realno dostupnih podataka i opservacije na terenu, a u okviru raspoloživog vremena i financijskih sredstava te pomoći Turističke zajednice Grada Petrinje. Ova skica turističke atrakcijske osnove predstavlja inicijalnu dokumentaciju za stvaranje stalnog katastra i atlasa turističkih atrakcija grada Petrinje, koji će se koristiti za daljnje turističke razvojne planove, marketinška istraživanje i promidžbene akcije.

Kao metodološki okvir za izradu Skice turističke atrakcijske osnove, korištena je Kušenova «Osnovna funkcionalna klasifikacija turističkih atrakcija[5]»:

1. Geološke značajke prostora
2. Klima
3. Voda

[5] Kušen (2002) Turistička atrakcijska osnova, Institut za turizam, Zagreb, str. 62. Napomena: Za razliku od uobičajena formalne podjele turističkih atrakcija na prirodne i kulturne, potpuno nedostatne za kreiranje optimalnog destinacijskog turističkog proizvoda, korištena je Osnovna funkcionalna klasifikacija turističkih atrakcija, koja turističke atrakcije funkcionalno dijeli na 16 vrsta.

4. Biljni svijet
5. Životinjski svijet
6. Zaštićena prirodna baština
7. Zaštićena kulturno-povijesna baština
8. Kultura života i rada
9. Znamenite osobe i povijesni događaji
10. Manifestacije
11. Kulturne i vjerske ustanove
12. Prirodna lječilišta
13. Sportsko-rekreacijske građevine i tereni
14. Turističke staze putovi i ceste

Primijenjena funkcionalna klasifikacija potencijalnih i realnih turističkih atrakcija, u prvom redu, predstavlja ček listu, koja se koristi za propitivanje svih potencijala koji mogu pridonijeti razvoju turizma nekog kraja, a to je za grad Petrinju, koji u svom većem dijelu nema razvijeni turizam, od osobite važnosti. Ova klasifikacija podsjeća na sve one materijalne i nematerijalne potencijalne turističke atrakcije, koje se gotovo uvijek, pa čak i u stručnim krugovima, ne smatraju od osobite važnosti za razvoj turizma nekog kraja. Primjerice, od svih vrlo zanimljivih geoloških značajki prostora, uobičajeno je da se turističkim atrakcijama smatraju one koje su proglašene zaštićenim geomorfološkim spomenicima, a da se ostale privlačne špilje, stijene, vrhunci, kameni oblici, kamenolomi i slično, ne smatraju takvima. Sve vode, iako nisu zaštićene predstavljaju potencijalnu turističku atrakciju. Isto je i s klimom, te nekim mikroklimama. Biljni i životinjski svijet, u dijelu koji nije zaštićen, također predstavlja potencijalnu turističku atrakciju (vinogradi, kulturni krajolici, divljač, konji, ptice itd.). Dakako, da valja i dalje pri tome voditi brigu da se ne ispuste zaštićeni dijelovi prirodne i kulturne baštine. Sintagma „kultura života i rada“ nekog kraja sve više dobiva na težini u stvaranju destinacijskog turističkog proizvoda. Tu su obuhvaćene sve tradicijske i aktualne, proizvodne i uslužne, poslovne i dokoličarske aktivnosti lokalnog stanovništva, od folklora do suvremene proizvodnje.

Slična obrazloženja bi se mogla dati i za ostale vrste potencijalnih i realnih turističkih atrakcija iz navedene njihove funkcionalne klasifikacije. Hrvatski turizam gotovo uopće ne koristi privlačnost znamenitih osoba i povijesnih događaja. Od manifestacija se uglavnom koriste kulturne manifestacije. Prirodna lječilišta prepuštena su sektoru zdravstva. Sportsko-rekreacijski potencijali su zanemareni, a turističke paraatrakcije se uopće ne prepoznaju kao turistička kategorija, kao, primjerice, uvjeti putovanja (autocesta i čvorište), poslovni sadržaji, središnje funkcije.

4.1. Turistička atrakcijska osnova grada Petrinje

Ovaj pregled turističke atrakcijske osnove počinje prvo analizom područja grada Petrinje, koji je za svrhu turističkog planiranja podijeljen u tri zone: Banovinu,

Pokuplje koje obuhvaća te sam grad Petrinju. Kada se u tekstu referira na administrativno područje koje pripada Petrinji, onda se koristi termin 'grad Petrinja', a kada je riječ o samom urbanom naselju koristi se samo termin 'Petrinja'.

Geološke značajke prostora[6]

Područje grada Petrinje karakteriziraju dva prepoznatljiva dijela koji su odredili morfologiju ovog područja, biljni pokrov, sustav naseljavanja, gospodarske djelatnosti pa i mogućnosti razvoja turizma. To su Zrinska gora te prostor niskih brežuljaka i ravnica uz rijeku Kupu, odnosno dio donjeg Pokuplja. Rijeka Kupa većim dijelom čini sjevernu granicu područja grada Petrinje. U petrinjskom toku to je široka i mirna rijeka, s brojnim prirodnim, uglavnom neuređenim i osim lokalnim stanovnicima nepoznatim, pješčanim plažama i adama. Izuzetak čini gradsko kupalište u samom gradu.

Zrinska gora obilježava ne samo grad Petrinju već i južni dio Sisačko-moslavačke županije. Izgrađena je od uzvisina ili kosa, od kojih su najviše Šamarica, Anđelina kosa, Popov gaj, Vješala, Kobiljak i Vratnik. Šamarica je središnji i najviši dio Zrinske gore koja se pruža u smjeru sjever-sjeveroistok u dužini od desetak kilometara, te odvaja glinsko-petrinjski i dvorski dio. Hrastovačka gora, sjeverozapadni izdanak Zrinske gore od koje je odvojen dolinom Petrinjčice, obuhvaća najveći dio područja grada Petrinje. Proteže se od sjeverozapada odnosno ušća Gline u Kupu kod Vratečkog do potoka Sunje na jugoistoku. Njezin najviši vrh je Cepeliš (415 m) iznad sela Hrastovice.

S turističkog stajališta zanimljive su sedimentne tvorevine na nekoliko mjesta, poput Bijelih stijena i nekolicine napuštenih kamenoloma, gdje su vidljive okamine školjkaša, crvenih algi, kolonija gljiva, koralja i ježinaca, odnosno životinjski svijet nekadašnjeg Panonskog mora. Konačno, postoje i određene mogućnosti za razvoj speleološkog turizma koje nudi spilja Šušnjar kod istoimenog sela. Spilja je većim dijelom neistražena, no zbog svoje geološke građe smatra se jedinstvenom u Europi. Postoje ideje o uspostavljanju geološke transverzale cijele Zrinske gore, koje bi pored lokaliteta na području grada Petrinje (kamenolom u Hrastovici, nalazište kod Bačuge, spilja Šušnjar) obuhvatile i područje Tremušnjak – Mačkovo Selo – Begovići (izdanci ugljena i fosili), Miočinovići (paleogenski sedimenti, fosili), Ljeskovac – G. Stupnica (naslage jure, krede i paleogena), Bešlinac – Gvozdansko (paleozojske i pliokvartarne naslage, orudnjenja), Zakopa (srednjotrijaski sedimenti, fosili) te Dvor na Uni (sedimenti badena i sarmata, fosili).[7]

[6] Geološkim značajkama prostora smatraju se ukupne turistički atraktivne pojave, vezane uz geološku građu određenog područja, primjerice reljef, hidro-geološke značajke, pojava otoka, krša, te pojedinačnih objekata (špilje, jame, stijene, vrhovi/vidikovci, rudnici, kamenolomi i sl.).
[7] Pikija, L., Lazić, S., Šikić, K. (2010). Geološka obilježja Zrinske gore. Bučar, M. (Ed.) Zrinska gora – regionalni park prirode. Zagreb: Naš okoliš. Str. 32-49.

Tablica 4.1.1:
Geološke karakteristike područja grada Petrinje

Ime atrakcije i opis	Područje
Gorje i planine	
• **Hrastovačka gora** - sjeverno-zapadni dio Zrinske gore, od koje je odvojen dolinom Petrinjčice. Najviši vrh Piramida (Cepeliš) je na 415 m n/v. Strme kose prekrivene su šumom kestena i bukve, a krase je livade s vidikovcima i brojna vrela. Do vrha vode markirane planinarske staze.	Banovina
• **Zrinska gora** - najveća gora banijsko-kordunske regije, koja se u petrinjskom dijelu naziva Hrastovačka gora, čiji se obronci spuštaju do samog grada. To je skupni naziv za nekoliko uzvisina - od kojih su najvažnije Šamarica, Anđelina kosa, Popov gaj, Vješala, Kobiljak	Banovina
• **Šamarica (Čavić brdo)** - središnji i najviši dio Zrinske gore te njena najduža kosa, prekrivena šumom graba, bukve i kestena. Dio - odsjek 15A predložen za zaštitu kao posebni rezervat. Njen najviši vrh je Priseka (616m). Nekoliko godina prije Domovinskog rata na Šamarici je sagrađen hotel i skijalište. Uništena u Domovinskom ratu, ova infrastruktura nije obnovljena.	Banovina
Plaže	
• **Plaža na Kupi** - uređeno kupalište na ušću Petrinjčice u Kupu sa sportsko-rekreacijskim terenima i ugostiteljskim objektom.	Petrinja
• **Kupališta na Petrinjčici –** Drugi slap kod Kamenitog mosta, Treći slap kod Stare bolnice, Korečićevo kupalište prema Hrastovici.	
• **Prirodne šljunčane** plaže duž obala Kupe (npr. Vuroti, Novo Selište, Nebojan). Neke imaju svoje lokalne toponime poput Floride (kod kupskog mosta), Griza (prema Selištu), Sitnog pijeska (uzvodno od kupskog mosta), Zdenaca, Krnice i Sahare (nizvodno od mosta).	Pokuplje
Sedimentne i slične tvorevine	
• **Bijele stijene** (Hrvatski Čuntić) - ostaci Panonskog mora s micenskim fosilima školjaka, puževa i bodljikaša	Banovina
• **Ostaci panonskog mora** (Donja Bačuga) - na odvojku za Donju Bačugu s regionalne ceste za Dvor na Uni, nalazi se izdanak slojevitih vapnenaca i lapora, taloženi u najvišem badenu i prijelazu u sarmat. Na vršnim slojevima badena nalazi se zajednica markofosila. Nešto dalje su sedimenti panonskog mora s tipičnim makrofosilima[8]	Banovina
• **Kamenolom Hrastovica** - bioakumulirani vapnenci ovog kamenoloma koristili su se uglavnom za proizvodnju vapna. Vapnenci su masivne građe, nataloženi u grebensko-prigrebenskoj zoni badenskog toplog mora. Tu se mogu naći ostaci crvenih algi, školjkaša, puževa, mahovnjaka, koralja i ježinaca.[9]	Banovina

[8] Ibid.
[9] Ibid.

• **Ležište ugljena Taborište – Hrastovica** – izvršena su probna bušenja prije II. svjetskog rata, no nedovoljno dobra za eksploataciju.	Banovina
• **Rudnik Međurače** - kamenolom vapnenca srednjeg, odnosno gornjeg paleocena koji je korišten za proizvodnju vapna, a pogodan je za gradnju obaloutvrda, kao tučenac i u metalurške svrhe.	Banovina
• **Ležište ugljena Nebojan – Farkašić** - davno poznata ležišta ugljena na obali Kupe u zoni Farkašić - Nebojan - Taborište - Mađari.	Pokuplje
• **Keramička glina** u Stancima, na područjima zvanim Čret, Bringl i Belkina jama.	Pokuplje

Spilje i jame

• **Špilja Šušnjar** - smještena je na zapadnom izlazu iz sela, sjeverno od sela, na lokalitetu Gajevi na 195 m n/v. Sastoji se od 640 m istraženih kanala, prolaza i proširenja, u panonskim vapnenačkim naslagama po čemu predstavlja raritet u Europi.[10]	Banovina

Klima

Klimatski, područje grada Petrinje pogodno je za razvoj turizma tijekom cijele godine. To je područje umjerene kontinentalne klime, sa srednjom mjesečnom temperaturom od oko 10,80C. Najviše padalina ima u kasnu jesen, zimi i u rano proljeće

Voda

Područje cijele Zrinske gore karakterizira bogatstvo vode. Procjenjuje se da je područje Banovine, osobito njezin petrinjski dio, među tri najbogatije regije u Hrvatskoj po zalihama pitke vode[11]. Na brojnim mjestima ona izvire na površinu, pa je tako na području grada Petrinje samo uz glavne prometnice i pješačke staze više od 25 izvora pitke vode. Na inicijativu Turističke zajednice, izvori su identificirani te projekt njihovog uređenja realiziran 2006/2007. godine u sklopu projekta obnove CARDS 2003., kada je uređeno/obnovljeno deset izvora: Javorac, Jurica, Marića točak, Gora, Bijele stijene, Kočanka, Bartolovac, Ribnjak, Jelen i Mesarićevo vrelo. Kriterij odabira izvora bila je prometna dostupnost i atraktivnost lokacije.[12]

Tri su rijeke na petrinjskom području – Kupa koja je u svom petrinjskom toku široka i mirna rijeka. Kako se njezino korito ne produbljuje, tako su na brojnim mjestima nastale pješčane ade koje lokalna populacija koristi kao kupališta. U njezinim pristupačnijim dijelovima nastala su i vikend-naselja (npr. Nebojan, Novo Selište). Petrinjčica i Utinja sa usječenim tokovima, obrubljuju Hrastovačku

[10] Božićević. S. (2010). Špilja kod Šušnjara – Banovina, geomorfološka pojava u plitkom kršu. Bučar, M. (Ed.) Zrinska gora – regionalni park prirode. Zagreb: Naš okoliš. Str. 50-55.
[11] Vitelj, V. (2006)
[12] Držaj, I., Krupić, B., Vukšić, D. (2010). Izvori pitke vode na Banovini. Bučar, M. (Ed.) Zrinska gora – regionalni park prirode. Zagreb: Naš okoliš. Str. 324 – 333.

goru. Petrinjčica izvire na 560 m ispod brda Kapije te se nakon 36 km toka ulijeva kao desna pritoka Kupe u Petrinji. Rijeka je pogodna za sportski ribolov, na nekim dijelovima odlična su mjesta za izlete, a nekoliko je mjesta donekle pogodnih za kupanje, poput Tješnjaka. Tok Petrinjčice u samom gradu je uređen, s nekoliko manjih slapova, ujedno tvoreći lijep perivoj i šetnicu. Utinja, dugačka oko 32 km, izvire ispod Bakračkog brda (183 m) te, poput Petrinjčice, provaljuje nekoliko tjesnaca, prije nego se ulije u Kupu kod Starog Vratečkog.

Ove rijeke pružaju dobre mogućnosti sportskog ribolova. U tu je svrhu još davne 1948. osnovana Udruga sportskih ribolovaca „Štuka“ koja je ovlaštena od resornog ministarstva za korištenje voda na području grada Petrinje. Udruga poribljava rijeke potočnom pastrvom, obnovila je društveni dom (u kojem je danas i restoran „Štuka“), njezini članovi sudjeluju u državnim i županijskim natjecanjima te izdaju ribolovne dozvole.

Tablica 4.1.2:
Vode područja grada Petrinje

Ime atrakcije i opis	Područje
Rijeke i potoci	
• **Kupa** - čini sjevernu granicu grada. U svojem donjem toku od Karlovca do Siska, Kupa protječe kroz nisko brežuljkasto Pokuplje gdje visine rijetko prelaze 200 metara. Zbog takve morfologije terena, Kupa ovdje snažno meandrira. Za povoljnog vodostaja Kupa je plovna za manja plovila do Karlovca (136km), a za veća plovila do Pokupskog (73km). Na njezinim obalama su mjesta za ribolov i vikendaška naselja, a na brojnim mjestima tvori pješčane ade do kojih se može pregaziti za nižeg vodostaja.	Pokuplje, Petrinja
• **Petrinjčica** - izvire u šumi Šamarici ispod brda Kapije, 560 m.n.v. U gornjem toku brza planinska rječica. Između Anđeline kose i Tremušnjaka izlazi iz uske jaruge kojom je tekla od izvora, a kod Čuntića probija dvije sutjeske, da bi od Hrastovice do ušća tekla 7 km dugačkom i oko 1,25 km širokom dolinom. Kod Jabukovca ulazi u srednji tok uzduž kojeg su naselja i pruga. Nakon Hrastovice, ulazi u mirniji donji tok. Zadnja 2 km obale u Petrinji obale su uređene još početkom 20. stoljeća kada je napravljen nasip s pet betonskih kaskada, a završna faza od mosta na Petrinjčici do ušća 1960-tih. Ovaj uređeni dio obala Petrinjčice dio je petrinjske šetnice. Petrinjčica je ihtiološki rezervat u kojem obitava nekoliko zaštićenih vrsta životinja – čak 8 vrsta ugroženih i zaštićenih riba s Crvenog popisa ugroženih biljaka i životinja Hrvatske, a predstavlja raznoliki prirodni rezervat s nalazištima okamina iz razdoblja mezozoika.	Banovina
• **Utinja** - izvire ispod Bakračkog brda, a u Kupu utiče kod Starog Vratečkog. Prolazi kroz nekoliko kratkih kotlina, gdje se rastavlja na rukave koji tvore dugoljaste otoke. Njezina je duljina 32 km, a ravna crta od izvora do ušća 18 km.	Banovina
Izvori	

• Banovo vrelo, Vrelo Bartolovac, Malo i Veliko Fijakovo Vrelo, Mesarićevo vrelo, Ribnjak u Hrastovici • Marića točak, Laktaši, Jurica u Hrvatskom Čuntiću • Kramarevac u Prnjavoru Čuntićkom • Kočanka u Peckom • Vrelo Jurinac Zelena dolina (Gornja Bačuga) • Vrelo Kovačevo (Gornja Budičina) • Javorovac (Budičina • Vrelo Vratnik kod Velikog Šušnjara • Toplica, Vrelo Gora i Steklinjak u Gorama • Vrelo Bijele Stijene i Ruškovlje u Župiću	Banovina
• Vrelo Jelen (Popova šuma) • Martinovo vrelo, Rimsko vrelo, Mancov Curak (Kotar šuma)	Petrinja
• Pigik i Komarac	Petrinja
Termo-mineralne vode	
• Izvor tople vode u Gorama	Banovina

Biljni svijet

Cijelo područje grada Petrinje karakterizira velika biološka raznolikost. S turističkog stajališta najatraktivnije su šume pitomog kestena. Upravo se na području Zrinske i Petrove gore (Uprava šuma – podružnice Sisak, Karlovac, Zagreb), uz područje Požege, nalaze najveće površine kestenovih šuma, a na području Vučjak – Tješnjak prostire se 1,5 tisuća ha čiste kestenove šume. Šume kestena uvjetovale su i razvoj pčelarstva. Danas su ove šume ugrožene bolešću raka kore.

Drugo po čemu je ovo područje specifično je voćarstvo. Uzgoj voćaka je tradicija, koju je njegovala Voćarsko-vinogradarska škola i gospodarska bratovština koje su djelovale još sredinom 19. st. Razvoj voćarstva omogućili su brežuljkasti tereni koji su, s nagibom do 10%, te nadmorske visine od 150 do 500 m n. v., izuzetno su povoljni za voćarstvo. Tradicionalno se uzgaja šljiva, jabuka, kruška, trešnja, višnja, dunja, orah. Trenutno ima oko 500 ha suvremenih plantažnih nasada voćnjaka, od čega 40% šljive, 30% jabuke, 10% lijeske, 5% oraha, 5% kruške, te nešto bobičastog voća. Pored voćnjaka, postupno se obnavljaju i vinogradi, iako je Petrinjsko vinogorje relativno malo u odnosu na ostala vinogorja kontinentalne Hrvatske.

Za revitalizaciju voćarstva i bolje upravljanje kestenovim šumama osnovana je Javna ustanova Centar za šljivu i kesten, sa sjedištem u Donjoj Bačugi. Centar je osnovan s ciljem poboljšanja institucionalne infrastrukture u razvoju voćarstva, ali i ukupnog ruralnog razvoja ovog područja. Centar posjeduje uređene prostorije za edukaciju, pokusne parcele voćnjaka, a pored znanstvenih istraživanja, glavna mu je zadaća provoditi programe obrazovanja odraslih za specijalizirana zanimanja u poljoprivredi, prvenstveno u voćarstvu i ekološkoj poljoprivredi.

Tablica 4.1.3:
Biljni svijet područja grada Petrinje

Ime atrakcije i opis
Šume
Oko 11,8 tisuća ha je državnih šuma kojima gospodari Šumarija Petrinja, od kojih je 4 ha minirano ili minski zagađeno, dok se još 5,6 tisuća hektara šuma nalazi u privatnom vlasništvu[13]. • Prevladavaju šume **bukve, hrasta kitnjaka i pitomog kestena**, dok se uz vodotoke (Petrinjčica, Utinja, Sunja) nalaze šume crne johe. U nizinskom, pokupskom kraju šume su uglavnom posječene, a gdje jesu prevladava hrast lužnjak, miješan s brijestom, grabom, crnom johom, vrbom i bijelom topolom. • Šume hrasta kitnjaka i bukve na Šamarici uključene su u Nacionalnu ekološku mrežu[14] • Kotar-šuma (park šuma) – jedinstvena zajednica hrasta kitnjaka, hrasta lužnjaka i pitomog kestena, s najvišom kotom Preka kosa (208 m) na južnom dijelu grada. • Ostala šumska područja – Javor (Hrastovica/Cepeliš), Mala gora (Strašnik), Pribilović brdo (Gora) na Banovini te Mokrički lug u pokupskom dijelu.
Endemske zajednice
• **Nisko raslinje** - prevladava cvijeće podlistak, biskupska kapica, crijevac, salamunov pečat, obična šumarica, velika mrtva kopriva, pasji zub, rani jaglac, modri kukurijek, kopitnja, plućnjak, visibaba • **Endemsko bilje** - božičnica, božikovina, crnocrveni kukurijek, drijemovac proljetni, dugolisna čestoslavica, gospina papučica, grimizni kaćun, jetrenka, kacigasti kaćun, mekolisna veprina, majmunov kaćun, močvarni kaćun, mali kaćun, obični likovac, obični božur, pasji zub.
Šumske plodine
• **Kesten** - najkvalitetnije šume kestena u Hrvatskoj nalaze se na južnim i jugozapadnim položajima i blažim nagibima Zrinske gore. Na području grada Petrinje nalazi se oko 1,6 tisuća ha čiste kestenove šume. Ove su šume danas ugrožene širenjem bolesti kore kestena pa se, na mjestima (npr. Šamarica) problem rješava čistom sječom. Ipak, postoje inicijative da se on zaštiti. U tom smislu osnovan je Centar za šljivu i kesten, koji bi se bavio ovom problematikom, a u zaštiti kestenovih šuma izuzetno su aktivni i pčelari. • **Ostale plodine** - lješnjak, šipak, jagode, kupine, gljive
Oranice i livade
• **Oranice** - na petrinjskim oranicama sadi se kukuruz, pšenica, ječam, krumpir, zob, a nekada je to bio lan, konoplja i proso. • **Livade** - rascvjetane u svibnju i lipnju, kada su na njima vunasta medunika, klupčasta oštrica, rosulj, ovsik, mišji repak, livadna vlasnjača. U drugom otkosu tu su crvena i bijela djetelina, dunjica, smiljkita, zečina.

[13] Hrvatske šume – Šumarija Petrinja, s http://sisak.hrsume.hr/index.php?option=com_content&view=article&id=54&Itemid=17 dana 24.8.2012.
[14] Prpić, B. (2010). Ekološko i gospodarsko značenje šuma Zrinske gore i prijedlog njihove zaštite. Bučar, M. (Ed.) Zrinska gora – regionalni park prirode. Zagreb: Naš okoliš. Str. 74 – 89.

Vinogradi

- **Petrinjsko vinogorje** - obuhvaća Petrinju, Sisak, Sunju, Glinu, Jabukovac i Lekenik. Tradicija vinogradarstva je dugačka, no uslijed ratnih razaranja većina vinograda je zapuštena ili su nestali, te se danas vinogradi na području grada Petrinje prostiru na 10 ha . Trenutno se obnavljaju, a preporučeni su bijeli škrlet, traminac crveni, traminac mirisni, zeleni silvanac, rajnski rizling, graševina i petrinjska ranina. Obnovu vinogradarstva potiče Udruga vinogradara i voćara petrinjskog vinogorja.

Voćnjaci

- **Šljiva** - najčešće uzgajano voće, kako zbog tla, tako i zbog klimatskih uvjeta. Stari voćnjaci uglavnom su zapušteni, ali se ulažu napori u osuvremenjivanje nasada. Najčešća sorta je bistrica, za koju se smatra da daje najbolju rakiju i pekmez. To je autohtona sorta koja se ponovno istražuje i vrednuje.
- **Jabuke i kruške** - najučestalije su nakon šljive, koje dobro uspijevaju u zoni kestena.

Životinjski svijet

S velikim šumskim površinama lovišta područja grada Petrinje su velika i bogata. Bogatstvo divljači omogućuje ne samo razvoj lovnog turizma već, i novije vrijeme, sve popularnijeg foto-safarija temeljenog na promatranju životinja u njihovom prirodnom staništu te ornitološkog turizma. Bogatstvo vode nudi mogućnost sportskog ribolova, koji je popularna aktivnost samih stanovnika. U ruralnim predjelima, još se uvijek uzgajaju domaće životinje, pretežito za vlastitu uporabu. Iako malen, taj uzgoj osigurava da se održi i tradicija proizvodnje lokalnih mesnih prerađevina poput banijske kobasice. Konačno, u Taborištu je uzgajalište divljih životinja i manji zoološki vrt koji se već etablirao kao lokalna, pa i regionalna turistička atrakcija.

Tablica 4.1.4:
Životinjski svijet područja grada Petrinje

Ime atrakcije i opis
Divlje životinje
• **Sisavci** - poljske rovke, vodenrovke, šumske rovke, krtica, jež, šišmiši, puh, vjeverica, zec, divlja mačka, lasica, kuna bjelica, kuna zlatica,vidra, čagalj, vuk, srna, jelen, divlja svinja • **Slatkovodne ribe-** rijekama i potocima nalaze se brojne ribe na popisu zaštićenih vrsta: balkanska mrena, glavoč, piškur, lipnjen, manjić, obični vijun, potočna mrena, potočna pastrva, tankorepa krkuša, veliki vijun, zlatna nežica. • **Vodozemci i gmazovi** - crveni mukač, daždevnjak, mala zelena žaba, planinski vodenjak, smeđa krastača, velika zelena žaba, žuti mukač, zelena krastača, bjelica, poskok, riđovka, sljepić, smukulja, zelembać. • **Ptice** - brgljez, sjenica, crvenrepka, čvorak, divlja grlica, djetlić, drozd, golum, grmuša, jastreb, kukavica, leganj, muharica, palčić, kratkokljuni i dugokljuni puzavac, slavuj, sova, stradnica, svračak, trstenjak, vodomar, zeba.

Lovišta
• Državno lovište Kotar šuma prostire se na 5200 ha, a Popov gaj na 11700 ha. **Županijska lovišta** su Gora (7800ha), Hrvatski Čuntić (8100ha), Petrinja (11000ha) te Zrinska gora 1 (13000 ha). Lovačka udruga „Fazan“ gospodari s lovištima Kotar šuma i Petrinja. Udruga „Srna“ gospodari lovištem Gora, „Lještarka“ gospodari lovištem Hrvatski Čuntić, dok Zrinskom gorom gospodari udruga „Veteran Zagreb“.
• **Uzgajališta** - na seoskom imanju obitelji Tišinić u Taboristu, na oko 6 ha, nalaze se jeleni, fazani, konji te zoološki vrt (klokani, paunovi, rakuni, divlja svinja, dikobraz, magarac).

Zaštićena prirodna baština

Na području grada Petrinje tek su dva zaštićena područja – Kotar šuma zaštićena je kao park-šuma te Strossmayerovo šetalište u Petrinji kao spomenik parkovne arhitekture. Prostornim planom uređenja grada Petrinje predloženo je da se status zaštićene prirodne baštine dodijeli dolini rijeke Kupe i Petrinjčice, šumi Vučjak, Zrinskoj gori te špilji u Šušnjaru. Ipak, i kada se ova područja službeno zaštite, riječ je o manje strožim oblicima zaštite, koji nisu prepoznati kao svojevrstan brend na turističkom tržištu, kao što su to nacionalni parkovi te, donekle, parkovi prirode.

Tablica 4.1.5:
Biljni svijet područja grada Petrinje

Ime atrakcije i opis	Područje
Park šuma	
• **Kotar-šuma -** jedinstvena zajednica hrasta kitnjaka, hrasta lužnjaka i pitomog kestena, s najvišom kotom Preka kosa (208 m) na južnom dijelu grada.	Pokuplje, Petrinja
Spomenik parkovne arhitekture	
• **Strossmayerovo šetalište -** bogato je raznim ukrasnim biljem i drvećem od kojih se ističu srebrnastolisni javor, ginko biloba i velelisne lipe popularno zvane ilirke jer su zasađene u vrijeme Napoleonove Ilirije (1809.-1813.).	Petrinja
Značajan krajobraz (prijedlog)	
• **Dolina rijeke Kupe** – predlaže se zaštita ukupne površine od 9,8 tisuća ha na području kako grada Petrinje, tako i Gline i Siska te općina Gvozd i Lekenik; - prevladavaju staništa hidrofilnih rubova visokih zeleni uz rijeke i šume, šuma johe i zajednice ladoleža uz riječne tokove te niz divljih svojti uključujući lipljen, mali vretenac, danji leptiri i vidra	Pokuplje
• **Zrinska gora** - oko 34 tisuće ha na području Petrinje, Gline, Hrvatske Kostajnice, Dvora i Donjih Kukuruzara; prevladavaju staništa mješovitih šuma hrasta kitnjaka i pitomog kestena, hrasta kitnjaka s bekicama, šuma bukve s dlakavim šašem, potoci i šuma johe uz njihove obale, šuma bukve s lazarkinjom	Banovina

Poseban rezervat šumske vegetacije	
• **Petrinjčica** sa staništima šuma johe uz gorske potoke i čiste bukove šume	Banovina/ Petrinja
• **Vučjak** - mješovita šuma hrasta kitnjaka i pitomog kestena	Banovina
Spomenik prirode	
• **Spilja u Šušnjaru**	Banovina

Kulturna baština[15]

Petrinjska povijest je specifična. Naime, ona se spominje 1240. i pretpostavlja se da je u to doba bila veća urbana cjelina. Nakon turskih pustošenja sredinom 15. stoljeća ona je razorena i napuštena. Njezina prvobitna lokacija bila je na području današnjeg sela Jabukovac. Na današnjoj lokaciji nastala je 1592. kao turska utvrda Hasan-paše Predojevića. Utvrda je sagrađena na ušću Petrinjčice u Kupu kao uporište napada na Sisak. U dva navrata utvrdu je osvojena – 1594. na dan sv. Lovre koji je proglašen i svecem zaštitnikom grada, te konačno u rujnu 1595. Iako je tvrđava spaljena u prvom napadu, 1617. godine je rekonstruirana – to je peterokutna tvrđava sa 6 topničkih kula. Unutar tvrđave su bile gospodarske i stambene zgrade, a njezine zidine okruživali su duboki rovovi s vodom. Krajem 16. i 17. stoljeća Petrinja je važna tvrđava u obrambenom sustavu, mijenjajući svoju administrativnu pripadnost. Konačno, sredinom 18. stojeća predana je Banskoj krajini, pa otuda i naziv cijelog ovog područja Banovina. Tada se preuređuje tvrđava, a naselje širi izvan njezinih zidina. Već 1765. Petrinja je imala 500 kuća. Zbog nerazvijenog tržišta i slabe kupovne moći, većina stanovnika se uz obrt i trgovinu, morala baviti i poljoprivredom da bi preživjeli. Ipak, postupno prerasta u gospodarsko i društveno središe – 1773. dobiva cehovske privilegije, a 1777. dobiva status Vojnog komuniteta odnosno povlaštenog krajiškog grada i pravo na održavanje četiri sajma godišnje. Današnje obrise Petrinja dobiva krajem 18. i početkom 19. stoljeća kade se uređuje prostran središnji trg kojeg obrubljuju vojni i crkvenih objekti i građanske kuće u stilu kasnog baroka. U Petrinji se osobito razvija lončarstvo, košaraštvo i mesarstvo, a krajem 17. stoljeća pojedini članovi obitelji Gavrilović, vojsku i civilno stanovništvo grada počinju opskrbljivati mesnim prerađevinama u čemu valja prepoznati početke mesarskog obrta u Petrinji. Od 1809- do 1813. bila je pod vlašću Francuza. U to se vrijeme grade skladišta na obali kupe, dovršava cesta Kostajnica – Petrinja, te sade lipe. Petrinja u to vrijeme ima kazalište i domaću gradsku glazbu, a ustalila se i kao obrazovno središte. Preuređenjem Vojne Krajine koje počinje u prvim desetljećima 19. st., Petrinja 1871. gubi status Vojnog Komuniteta, a višestoljetni položaj pukovnijskog središta ukidanjem krajiških pukovnija 1873. godine. Nakon konačnog razvojačenja Hrvatsko - Slavonske Vojne Krajine 1881. godine, Petrinja ulazi u

15

sastav Zagrebačke županije gdje je i tijekom sljedećeg stoljeća zadržala važno mjesto u društveno političkom životu civilne Hrvatske, posebice dajući snažan ritam gospodarskom i prosvjetno – kulturnom razvoju Banovine. Kontinuirano se razvija, da bi početkom 20. stoljeća doživjela i gospodarski procvat – regularan je tok Petrinjčice, sagrađena električna centrala, gradski vodovod i kanalizacija.. Petrinja je nadaleko bila poznata po učiteljskoj školi, koja sa stalnim radom počinje 1862. godine. Od 1864. u Petrinji je osnovano i počinje djelovati Hrvatsko pjevačko društvo Slavulj, a 1880. ustrojeno je Dobrovoljno vatrogasno društvo.

Kroz povijest, petrinjska naselja Hrastovica i Gora također su imala važnu ulogu. U srednjem vijeku, Hrastovica je bila utvrđeno naselje s dvije utvrde i franjevačkim samostanom izvan zidina. Bila je važna u obrani od Turaka. Godine 1584. Turci su je osvojili i spalili te je od tada napuštena. Ostaci ovih fortifikacija vidljivi su i danas. Naselje Gora također je u prošlosti imalo puno veće značenje. Ovdje su templari u 13. stoljeću izgradili utvrdu, u 14. stoljeću tvrđava s naseljem i crkvom bila je u vlasništvu ivanovaca. Do 16. stoljeća, kada je Turci okupiraju, bio je predstraža obrane na samoj Kupi. I u vrijeme Turaka u kastrumu je također bila vojna posada. Turci napuštaju Gora 1596., a sve do kraja 17. stoljeća u njemu je bila krajiška vojska. Pored tvrđava u Hrastovici i Gorama, na području Banovine u ranom srednjem vijeku izgrađeno je niz obrambenih kula – stražarnica koje su uglavnom čuvale glavne prometnice – Križ Hrastovački, Čuntić, Pecki, Klinac i Vinodol. Već sredinom 16. stoljeća ove su kule bile u lošem stanju i prepuštene propadanju.

Od kulturne baštine pod zaštitom najznačajnija je gradska jezgra Petrinje, odnosno niz jednokatnih kuća i javnih građevina koji obrubljuju središnji gradski park, građenih u stilu kasnog baroka i klasicizma. U samom gradu ističe se još i zgrada stare munjare. Međutim, uslijed ratnih razaranja te potom neriješenih imovinsko-pravnih odnosa veći dio objekata u gradskoj jezgri zahtjeva kompletnu obnovu. Naselja područja grada Petrinje još uvijek svjedoče o tradicijskog gradnji – to su tradicionalne drvene prizemnice ili katnice, tzv. korablje, a dvije obitelji prikupljaju i izlažu etnografsku građu. U novije vrijeme raste interes za njihovu kupnju i obnovu s namjerom korištenja ili kao kuća za odmor ili za njihovo iznajmljivanje turistima. Također je pokrenut i projekt istraživanja, obnove i revitalizacije utvrda Čuntić, Peci i Klinac-grad, u suradnji Grada Petrinje, Hrvatskog restauratorskog zavoda i Ministarstva kulture pod nazivom Utvrde petrinjskog kraja. Od sakralnih objekata većina je uništena u domovinskom ratu. Većina ovih objekata ponovno je izgrađena, no s uništenim inventarom i arhitektonskim kvalitetama, izgubili su karakter graditeljskog kulturnog dobra.

Tablica 4.1.6
Kulturna baština područja grada Petrinje

Ime atrakcije i opis	Područje
Etnografska građa	
• **Zbirka poljodjelske opreme** i pomagala u domaćinstvu obitelji Sigur (Hrastovica)	Banovina
• **Etnološka zbirka** obitelji Hosi (privremeno postavljena na čuvanje u Srednjoj školi Petrinja)	Petrinja
Arheološka nalazišta	
• **Rimski vodovod** (Kraljevčani) - tragovi vodovoda kojim se Siscia snabdijevala vodom iz Hrastovice. Pretpostavka je da je vodovod išao dolinom Petrinjčice, a građen je bio sustavom cijevi na stupovima. Ostaci ogranka vodovoda vidljivi su od sela Kraljevčani prema Hrastovici (ispod željezničke pruge) • **Rimska cesta i rimsko vrelo u Kotar šumi** • **Samostan i crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije u Gorama** najstariji je srednjovjekovni sakralni lokalitet područja Banovine. Arheološka su istraživanja potvrdila da je na mjestu templarske crkve bila romanička crkva koja je datirana u 12. stoljeće, prije dolaska templara na ovo područje. Na mjestu starije crkve templari grade novu crkvu u ranogotičkom stilu i jedini je primjer templarske ranogotičke crkve na ovim prostorima. • **Arheološki lokalitet Klinac –** nalazi se iznad sela Klinac. Najraniji nalazi nađeni na padinama mogu se datirati u kasni halštat (5. i 4. st. Pr. Kr.). Naseljavanje na tom lokalitetu ima kontinuitet življenja u starije željezno doba, rimsko doba pa sve do izgradnje srednjovjekovnog burga. • **Gorski grad** u Gorama nalazi se na uzvišenju iznad naselja Gora, oko 1 km sjeverno od kapele sv. Ivana i Pavla. Riječ je o srednjovjekovnoj utvrdi, prema manje vidljivim ostacima može se pretpostaviti da je bila kvadratnog tlocrta s polukulama i branič kulom kružnog tlocrta te opkopom. U darovnici kralja Bele IV 1242. godine spominje se grad u Gorama koji je bio u posjedu templara. Ipak prema vidljivim ostacima utvrda bi pripadala razdoblju obrane od Turaka. Prema povijesnim izvorima u 16. st. Pripadala je grofovima Frankopanima Slunjskim. Turci su je osvojili 1592. godine. • **Stara srednjovjekovna Petrinja** nalazila se pokraj sela Jabukovac na brijegu zvanom Gradina na visini od 262 m.n.v. Sam razgled ovog lokaliteta odaje postojanje neke davne građevine dok daljnja istraživanja tek predstoje.	Banovina
Urbane spomeničke cjeline	
• **Stara gradska jezgra** – nastala je uglavnom u razdoblju od 1788. do 1793. kada se u stilu kasnog baroka i klasicizma oko prostora centralnog gradskog trga izgradio niz jednokatnih kuća bogatijih građana Petrinja	Petrinja (naselje)

Ruralne spomeničke cjeline

- **Hrastovica** - smještena južno od Petrinje, ime je dobila od riječi hrast jer su na ovom području nekada bile guste hrastove šume. Danas je Hrastovica poznata po kestenovim šumama. Nekada važan srednjovjekovni grad, opustošen je u vrijeme turskih napada. Po uspostavljanju mira naseljavaju ga franjevci iz Bosne hrvatskim katoličkim stanovništvom, a za vrijeme francuske vladavine (1809 - 1813) stari rimski pravac je obnovljen i Hrastovica se našla na putu koji je Francusku povezivao s Turskim carstvom. Danas vizurom Hrastovice dominira crkva sv. Bartola, poviše sela su ostaci srednjovjekovnog grada, franjevačkog samostana i crkve Sv. Duha. — Banovina

Memorijalna područja i spomenici

- **Spomen križevi** poginulim braniteljima i osloboditeljima hrvatske domovine podignuti su u Hrastovici, Peckom, Brestu Pokupskom, Kraljevčanima, Prnjavoru, Dragotincima, Strašniku
- **Spomenik Banu Jelačiću (Župić) –** prvobitno je podignut 1846. u znak zahvalnosti Josipu Jelačiću koji je sa svojim vojnicima uredio cestu od Gore do Župića te proširio cestu od Župića do Petrinje. Obnovljen spomenik ponovo je postavljen 2009. godine. — Banovina
- **Spomenik pukovniku Predragu Matanoviću** i poginulim i umrlim osloboditeljima Petrinje — Petrinja
- **Spomenik Stjepanu Radiću** - otkriven 1936.g., dislociran s Trga Stjepana Radića u park, miniran u ljeto 1991.g. Poslije Domovinskog rata pronađen na Banovini 3. rujna 2004. godine restauriran i postavljen na svoje mjesto na novouređenom Radićevom trgu. — Petrinja (naselje)
- **Rimokatolička groblja sv. Trojstva i sv. Roka** — Petrinja
  Groblje sv. Roka nalazi se nad potokom Zebinac u Popovoj šumi na jednoj od najviših uzvisina koje se pružaju oko grada. Smatra se najstarijim od sveukupno tri rimokatolička groblja u Petrinji. Pretpostavlja se da su prvi ukopi bili neposredno poslije gradnje drvene kapele 1696. godine. Na njenom mjestu podignuta je 1823. zidana kasnobarokno – klasicistička jednobrodna kapela sv. Roka. Kapela je razorena u Domovinskom ratu 1992. Groblje sv. Trojstva nalazi se usred bjelogorične šume na brdu Zebinac. Pretpostavlja se da su prvi ukopi bili neposredno poslije gradnje drvene kapele sv. Trojstva 1710. koju je kasnije zamijenila kasnobarokno – klasicističke jednobrodna kapela podignuta 1833. Kapela je razorena u Domovinskom ratu, a nedavno je podignuta nova na istom mjestu. Specifičnost ovih petrinjskih groblja je velika koncentracija vrlo starih nadgrobnih spomenika među kojima se ističu najstarije i vrlo vrijedne ploče iz druge polovice 18. i prve polovice 19. stoljeća.

Pojedinačne sakralne građevine

- **Župna crkva Uznesenja Blažene djevice Marije** (Gora) - najstarija crkva zagrebačke županije koju su gradili templari početkom 13. stoljeća. Smatra se vrijednim primjerom francuske ranogotičke gradnje u Hrvatskoj. Potpuno uništena i trenutno u obnovi. — Banovina
- **Samostan i župna crkva Sv. Antuna Padovanskog** (Hrvatski Čuntić) — Banovina
  U čast svetom Antunu Padovanskom, franjevci su podigli crkvu i samostan 1694. godine, a 1729. godine započela je gradnja nove

zidane crkve od kamena. Gradnja je potrajala 17 godina, a crkva i samostan dominirali su selom Hrvatski Čuntić kao spomenik kulture. Tijekom povijesti često puta uništavana, pa tako i 1991. kada je srpski pobunjenici teško oštećuju. Danas obnovljena.	
• **Župna crkva Sv. Bartola Apostola** (Hrastovica) Sagrađena u doba biskupa Jurja Haulika od 1840. do 1843. godine na središnjem trgu u selu Hrastovica. Spomenik kulture A kategorije u potpunosti su srušili srpski pobunjenici i na tom mjestu prokopali put. Povratkom mještana u rodno selo, crkva je ponovo izgrađena na istom mjestu prema starom zdanju i svojom vertikalom ističe se u ovom povijesnom selu petrinjskog kraja.	Banovina
• **Kapela Majke božje od sedam žalosti** (Taborište) je drvena kapela, nekad vrlo vrijedna s bogatim inventarom, stradala u Domovinskom ratu. Danas je to novoizgrađena kapela.	Banovina
• **Kapela Uzvišenja svetog križa** (Križ Hrastovački)	Banovina
• **Crkva sv. Jurja** (Mala Gorica) - kapelica specifične drvene arhitekture.	Pokuplje
• **Crkva sv. Lovre** - Planski postavljena kao dominantni objekt na glavnom trgu vojnog središta, crkva je podignuta 1780. godine pod patronatom austrijske carske kuće i Marije Terezije. Posvećena je zaštitniku grada Petrinje svetom Lovri. Izvorno spomenik nulte kategorije, razorena je te ponovno sagrađena prema originalu - s tornjem nad ulazom koja do u detalje ponavlja oblikovanje i arhitektonsku dekoraciju negdašnje crkve.	Petrinja (naselje)
• **Kapela sv. Petra (Taborište)** – spominje se u 14. stoljeću u povijesnim izvorima, a nalazi se na groblju izvan naselja Taborište	
• **Kapela Glavosjeka sv. Ivana (Pecki)** – sagrađena je sredinom 19. stoljeća. Iako je stradala u Domovinskom ratu, velikim je dijelom sačuvala izvornu konstrukciju koja je obnovom kvalitetno upotpunjena.	
• **Kapela sv. Jakova (Mošćenica)** – sagrađena je 1886**.** godine smještena uz cestu u središtu naselja Mošćenica.	
Pojedinačne profane zgrade	
• **Gradska munjara** - sagrađena je 1912. Imala je dva stroja na dizelova ulje, svako od 80 KS i generatore od 60 KW koji su punili akumulatorske baterije. Proizvodila se istosmjerna struja. Već 1930-tih kapaciteti su bili mali, pa se nabavljaju novi generatori. Petrinju je opskrbljivala strujom sve do sredine 1950-tih.	Petrinja
• **Stara klaonica Gavrilović (Mihanovićeva),** primjer je industrijske gradnje s kraja 19. stoljeća, izgrađena 1896. godine. Zauzima površinu od preko 300 m^2, te je u vlasništvu Grada. Trenutno se koristi kao skladišni prostor, no pruža mogućnosti preuređenja u muzejski, izložbeni i sličan multi-funkcionalni prostor.	Petrinja
• **Stara zgrada Prve hrvatske tvornice salame** izgrađena je 1895. godine, u samom centru Petrinje. Na nju se nadovezuje obiteljska kuća Gavrilović na Radićevom trgu 1899. godine u sklopu koje se nalazi mesnica. Unutar ovog kompleksa nalazi se još nekolicina starih strojeva, a cijeli je kompleks u vlasništvu tvrtke Gavrilović.	
• **Zgrada gradskog kupališta** - sagrađena je 1942., koja je do danas doživjela tek neke preinake (hladan tuš, sanitarne prostorije, restoran, ljetna pozornica).	Petrinja

Svjetovne građevine - fortifikacije	
• **Utvrda Hrastovica** - stari obrambeni srednjovjekovni grad s dvije utvrde, crkvom i samostanom, dio niza banskih utvrda. Spominje se u1326., a u 15. st. glavna strateška obrambena točka južno od Zagreba, odnosno najvažnija utvrda Banske krajine.	Banovina
• **Čuntić grad** (Hrvatski Čuntić) - kulu je 1551. godine sagradio Zagrebački kaptol. Podignuta na uzvisini služila je kao stražarnica na putu koji povezuje Pokuplje s dolinom Une. Kružnog je tlocrta. Napuštena je krajem 16. st. Vidljive zidine, iako je kula u lošem stanju.	Banovina
• **Klinac grad** (**Klinac**) - utvrđeni grad 8 km južno od Petrinje je manji peterokutni jednokatni renesansni kaštel čiji su zidovi kule sačuvani gotovo do svoje izvorne visine. u sklopu kaptolskih (biskupskih) utvrda.	Banovina
• **Kula Pecki** (Pecki) - četvrtasta kula blizu Hrastovice, nad potokom Utinjom, podignuta kao refugij okolnom stanovništvu, također u sastavu kaptolskih utvrda. Ostaci postoje i ulažu se naporu da se zaštiti.	Banovina
Vrtna arhitektura	
• **Strossmayerovo šetalište** – bogato je raznim ukrasnim biljem i drvećem od kojih se ističu srebrnastolisni javor, ginko biloba i velelisne lipe popularno zvane ilirke jer su zasađene u vrijeme Napoleonove Ilirije (1809.-1813.).	Petrinja (naselje)
• **Fontana u gradskom parku** – prvi je javni spomenik grada. Sastoji se od ovalnog bazena na čijem su vijencu smještene četiri istovjetne brončane figure golog dječaka koji se pokušava popeti na tijelo velike kornjače iz čijih otvorenih usta izbija vodeni mlaz i puni bazen. Gola dječja tijela simboliziraju početak života, radost i čistoću življenja, a kornjače su bića koja traže i žele vodu kao božanski izvor u kojem će utažiti žeđ. Figure su rad kipara Ferde Ćusa, uređena nakon što je grad 1912. dobio gradski vodovod.	Petrinja (naselje)

Kultura života i rada

Kultura života i rada objedinjuje: folklor, rukotvorstvo, tradicijsku gradnju i uređenje vrtova, tradicijske obrte, vinarstvo i gastroenologiju, gastronomiju, ugostiteljsku tradiciju i suvremenu proizvodnju. Ovi elementi potencijalno mogu postati sami po sebi turistička atrakcija kao npr. vinogradi i podrumi u sferi privatnog poduzetništva, ali i osnova za kreiranje turizma događanja i manifestacija (narodne pjesme i plesovi, narodne nošnje, običaji i legende), odnosno osnova za kreiranje autentičnih suvenira destinacije. Riječ je uglavnom o lokalnim i/ili regionalnim turističkim atrakcijama relativno slabo vidljivim u prostoru dok ih se ne prezentira i interpretira posjetiteljima na odgovarajući način.

U ovoj grupi atrakcija u Petrinji se posebno ističe tvornica Gavrilović sa svojom stoljetnom tradicijom koja datira s početka 19. stoljeća. Stoga se Petrinja često naziva i grad prve hrvatske tvornice salame. Najveći procvat tvornica Gavrilović doživljava nakon II. svjetskog rata kada uz primarnu proizvodnju proširuje djelatnosti te ujedno postaje nositelj ugostiteljstva i turizma u gradu. Tvornica

Gavrilović vodila je vrlo uspješan restoran Vila Gavrilović, tada kultni restoran i izletište stanovnika regije, gradski hotel Baniju, hotel Gavrilović, restoran Pigik te je u 80-ima izgradila ugostiteljski objekt Šamarica te vodila još nekoliko manjih ugostiteljskih objekta. Očito je da je već tada Tvornica Gavrilović prepoznala turističke potencijale Petrinje i sinergiju turizma i ugostiteljstva. O tome svjedoči i organiziranje Petrinjske izložbe gastronomije i kulinarstva PIGIK organizirane 1965. i 1966. kao velike sajamske manifestacije u čiju su organizaciju bili uključeni svi akteri gospodarskog, društvenog i kulturnog života. Pored toga, kao ekonomski moćno poduzeće, Gavrilović je poticao sport, rekreaciju i rukotvorstvo po kojima je Petrinja i danas poznata. Nakon Domovinskog rata tvornica je privatizirana i njezina uloga u sveukupnom životu grada znatno je manja.

Druga specifičnost Petrinje je lončarstvo. Ono se smatra najstarijim, najraširenijim i najpoznatijim petrinjskim obrtom uslijed vrlo kvalitetnih nalazišta gline. Na vrhuncu lončarstva u Petrinji je bilo aktivno oko 100 lončara. Industrijska proizvodnja, osobito jeftinih plastičnih kućnih potrepština, istisnula je lončare s tržišta. Tako danas u Petrinji djeluju tek dva lončarski obrta – obrt gospodina Stanešića, koji proizvodi nekoliko uporabnih predmeta kao i par suvenira. Njegov je obrt u samom centru Petrinje, a nerijetko za učenike i druge najavljene grupe organizira demonstraciju proizvodnje. Drugi je lončarski obrt Val mladog poduzetnika koji od samog početka nastoji obrt ustrojiti i kao turističku atrakciju.

Konačno, s velikim ruralnim područjem pojavljuju se i izletišta – jedan je već tradicionalno izletište na vrhu Hrastovačke gore, gdje je sada i Planinarski dom. Ovdje se već profiliralo i seosko turističko imanje Tišinić, koje svoju popularnost gradi na zoološkom vrtu, uzgajalištu divljači te gastronomskoj i smještajnoj ponudi u obnovljenoj korablji.

Tablica 4.1.6
Kulturna baština područja grada Petrinje

Naziv atrakcije i opis
Folklor
Njeguju ga kulturno-umjetnička društva koja broje otprilike 30-tak članova, obično u pjevačkoj, tamburaškoj i folklornoj sekciji. Osobito zanimljivo su prikazi života i rada ples – rodež i ladarice – koje izvodi KUD iz Budičine, dok ostala društva njeguju uglavnom napjeve i plesove s Banovine. Njihovi nastupi neizostavni su dio lokalnih svetkovina, a nastupaju na smotrama diljem Hrvatske. To su: • Folklorni ansambl "Petrinjčica“ • KUD "Seljačka sloga" (Graberje) • KUD „Budičanka“ (Budičina) • KUD „Hrastovička gora“ (Hrastovica) • KUD „Čuntićanka“ (Hrvatski Čuntić) • HKUD "Mošćenica" (Mošćenica)

Narodne pjesme i napjevi/melos

Riječ je o popularnim narodnim pjesmama koje se od davnina pjevaju u Petrinji, a većina ih je zabilježena već 1935. u Petrinjskoj pjesmarici. Od nacionalno poznatih su Oj petrinjske uske staze, Vijala se bijela loza vinova, Oj petrinjsko ravno polje, Siva maglo. Petrinjska glazbena društva povremeno izdaju zbirke petrinjskih skladbi te, time, doprinose njihovoj dokumentaciji i popularizaciji.

Običaji i predaje

- **Legenda o Cvijeti Brestovskoj**, na kojoj se temelji i istoimeni glazbeno-scenski program, nastala je na priči iz doba turske okupacije. O ljepoti Cvijete, pročulo se nadaleko, pa ju je i turski Ferhad-beg htio u svom haremu. Kako plan da otme Cvijetu nije uspio, Ferhad-beg odluči napasti Brest. U pohodu je došao do Hrastovice koju nije uspio osvojiti. Kako bi bio siguran da Hrastovčani neće poći za njim, dio je vojske ostavio pod tvrđavom. No, borba kod Hrastovice stavi u pripravnost i branitelje Bresta. U pozivu svog oca na boj, Cvijeta ponesena domoljubljem zamoli oca da uzme mač i sama se bori protiv neprijatelja. Turci su napali i razorili Brest, a Cvijeta je u toj bici poginula.
- **Pecko jezero –** nalazilo se ispod starog grada Peckog i bilo je popularno izletište Petrinjaca. Narod je imao priču o nesretnim ljubavima i prokletstvu uslijed kojeg voda guta sve sudionike priče, a druga je priča o tragičnoj ljubavi između ribara na jednoj i bogate kćeri jedinice prisiljene na udaju na drugoj strani jezera. Birajući radije smrt nego udaju za nevoljenog i nepoznatog, kći se u vjenčanoj haljini baca u jezero, koje proguta i ribara i bijeli dvor nevjestinog oca.
- **Strašna noć na Klinac – gradu** prema izvornoj pripovijesti Zvonimira Pužara Radnja se odvija iza 1501. godine u vrijeme prodora Turaka u krajeve između Kupe i Save. Budući su Turci harali Banovinom uvidjeli su i u Beču te prema carevom nalogu poslali uvježbane vojnike iz susjednih zemalja. No ovi su svojom bahatošću zadavali još više muke domaćem stanovništvu koje se je u konačnici obračunalo s njima na Klinac gradu već opustošenoj obrambenoj utvrdi. Bila je to doista strašna noć na Klinac gradu.
- **Lađari na Kupi** - Kupom se plovilo od 14. st. korabljama, tumbasima i burćelicama. Prijevoz se obavljao prirodnom plovilom niz vodu, a uz vodu prijevoz su obavljali ljudi i stoka po stazama zvanim kopitnice. Uz život lađara veže se i Legenda o lijepoj Kati, odnosno nesretnoj ljubavi lijepe djevojke i lađara. Život lađara dobro je dokumentiran, te eventualno, može biti temelje nekog posebnog događanja.
- **Petrinjski Božić (uključujući Božićni sajam) –** specifičan je po betlemašima (skupine dječaka i djevojčice koje na Badnjak, noseći stiliziranu štalicu, obilaze domove i izvode igrokaz *grijeh prvih ljudi i navještenje spasiteljevog rođenja*) i čestitarima (zalazi se u dvorište i pjeva pod prozorima prigodne pjesme). U kasnu Badnju noć, Petrinjci u skupinama iz svih dijela grada pjevajući božićne pjesme dolaze pred crkvu sv. Lovre.

Rukotvorstvo

- Domaća radinost Kata Šešerin - unikatni ručni radovi i etno suveniri
- Domaća radinost Ruža Ratkić - izrada tkanica na tkalačkom stanu i etno ručnih radova
- Rukotvorine Željko Cotić – proizvodnja keramičkih suvenira

Narodne nošnje

- **Pokupska ženska nošnja** -sastoji se od rubače, podoblačke, zastora i švabice ručno vezeno svilom na lanenom platnu, a ukrašavaju je veliki crveni barokizirani cvjetovi. Na nogama se nose bijele dokoljenice i crne cipele sa

širom potpeticom. Udane žene na glavi nose paculjicu, a djevojke nose pletenice na leđima. U pletenice je upletena crvena tkanica, na koju se veže privezaljak. Djevojčice na kraju pletenica, umjesto privezaljka nose crvene mašne. Oko pojasa se nosi "pas", tkani ili prebirani, a oko vrata dukati ili kraljuži (koralji). Žene do 55 godina nose šarene narodne nošnje, a starije žene nose bijele narodne nošnje.

- **Banovinska ženska nošnja** – nosi se na području župe sv. Antuna Padovanskog. To je pretežito bijela narodna nošnja ukrašena trobojnicom oko struka, crnim prslukom i crvenim rupcem dok neudate djevojke na glavi nose kečke i cvijećem ispletene vijence.
- **Muška nošnja** - sastoji se od košulje vezene svilom, gaća s rojtama i crnog lajbeka. Muškarci na nogama nose opanke, a na glavi crni šešir, ukrašen trobojnicom.

Pčelarstvo

- **Pčelarska udruga Petrinja** – okuplja više od 80 pčelara koji pčelare s više od 6 tisuća košnica. Osobito se ističe med od kestena čiji je prinos i do 25 kg po košnici, no opada zbog sječe kestenovih šuma.

Obrada lana i konoplje

- **Izložba Od lana do platna** – seosko turističko gospodarstvo Kardaš (Mala Gorica)
- **Etnološka izložba u OŠ Dragutina Tadijanovića Petrinja** - organizira i provodi Učenička zadruga Stucka

Lončarski proizvodi

- Nekada najraširenija i najvažniji petrinjski obrt; u vrijeme procvata sredinom 19. st. bilo je oko 100 lončara, najviše u Novoj cesti. Popularnost lončarstva pripisuje se kvalitetnoj glini u okolici (Čret, Brin). Danas se lončarstvom bave svega dva obrta:
  - Lončarski obrt Mate Stanešića Radionica "Stucka"
  - Lončarstvo Val -izrada suvremenih i tradicijskih suvenira

Ruralna arhitektura

- Tradicionalna drvena kuća korablja – obično katnica, koja u prizemnom unutrašnjem dijelu ima žitnicu, iznad koje je družinska soba. U prizemlju se dalje niže prostor za kola, podrum, a stubama se uspinje u ganjak, kuhinju i komoru. Sa stubišta vise koluti crvenog luka, a na ganjku mrežaste sirnice.

Vinarstvo i gastroenologija

- **Udruga vinogradara i voćara petrinjskog vinogorja**- cilj je očuvanje tradicije proizvodnje vina i vinogradarstva. Svake godine udruga organizira ocjenjivanje vina
- **Vinarija Marinčić** - proizvodnja i kušaonica vina (Rajnski rizling, Škrlet, Frankovka, Graševina)
- **Bermet** - u petrinjskim domovina i kod obitelji Panjan u Hrastovici priprema se bermet, a tradicija se održala danas zahvaljujući Željku Novakoviću. Tradicija bermeta pripisuje se francuskoj vladavini.
- **Kupinovo vino** - OPG Crnković, u Petrinji, ima oko 0,5 ha nasada kupina te proizvodi kupinovo vino, kao i ostale proizvode od kupina (sokovi, džemovi, likeri). Moguć je posjet nasadima kao i kušanje proizvoda.

Gastronomija - specijaliteti

- **Zimska salama** je gastronomski suvenir nastala 1883. i lansirana na tržište kao „Gavrilovićka“, a te godine tvornica se imenuje „Prvom hrvatskom tvornicom salame, sušena mesa i masti“.
- **Tradicionalni proizvodi** – banijska kobasica, banijska rakija, suha šljiva**,** pekmez i slično, koji se proizvode na obiteljskim gospodarstvima, međutim još uvijek nisu u fazi komercijalizacije. Uglavnom se nude gostima na seoskim turističkim gospodarstvima.

Ugostiteljstvo

- **Izletište Korablja Tišinić (Taborište)** - obiteljsko gospodarstvo sa starom korabljom i mini zoološkim vrtom na kojem se nalaze životinje neobične za ovaj kraj (nojevi, jeleni lopatari, dikobrazi, magarci i dr.). Prvenstveno namijenjeno za obitelji s djecom i organizaciju đačkih ekskurzija, a pruža usluge iz seoskog turizma uz domaću hranu i smještaj.
- **Zelena dolina (Hrvatski Čuntić**) – ugostiteljski objekt, sala za vjenčanja i smještaj u Hrvatskom Čuntiću, u neposrednoj blizini moto cross staze, biciklističke staze i na tematskom Putu kestena**.**
- **Ruralna kuća za odmor** Grabovac Banski - ugostiteljske usluge u seljačkom domaćinstvu, opuštanje u prirodnom okruženju uz domaće specijalitete. Obitelj posjeduje voćnjake jabuka te nastoji time proširiti svoju turističku ponudu
- **Seoski turizam Kardaš** (Mala Gorica) – sadrži izložbu Stari zanati i Od lana do platna te mali zoološki vrt.
- **Gostionica MIS –** restoran i caffe u samom centru grada, s manjim smještajnim kapacitetima te salom za sastanke**.**
- **Restoran Štuka –** smješten na obali Kupe, specijaliziran za jela od riječnih riba

Suvremena industrijska produkcija

- **Tvornica Gavrilović** – prva hrvatska tvornica salame, ponovno je u vlasništvu obitelji Gavrilović. To su moderni pogoni u kojima radi oko 600 radnika. Niknula je od malog obiteljskog obrta 1821. Obrt se postupno širi i već 1880. zapošljava 50 radnika. Nakon početka proizvodnje zimske salame i širenja salamskog asortimana, početkom 20. stoljeća grade se novi pogoni na 20 tisuća m2, tvornica tada zapošljava 300 radnika, a proizvodi se počinju izvoziti u Europi. Nova tvornica Gavrilović, na ulazu u grad iz smjera Siska, počela je raditi 1965. Od tada Gavrilović je diversificirao svoje poslovne aktivnosti, aktivno se uključujući i u ugostiteljstvo preko svojih reprezentativnih objekata – Vile Gavrilović (zatvorena 1970-tih zbog narušene statike uslijed klizišta), hotela Banija, Hotela Pigik, Hotela Gavrilović, restorana Gavrilović, turističko-ugostiteljskog objekta Šamarica, ugostiteljskog objekta Kupa. Ukupno, Gavrilovićevi ugostiteljski i turistički objekti mogli su ugostiti tisuću posjetitelja istovremeno. Dio novih pogona je obnovljen i u funkciji. Stari pogoni, zajedno s ponekim starim strojem, nalaze se u središtu Petrinje, zaštićeni su kao industrijska baština, a jedan dio objekata srušen je u domovinskom ratu. Neposredno uz ove pogone je i obiteljska kuća Gavrilović u kojoj je danas neugledan tvornički dućan.
- **Vrtni centar "Kaktusi - Bešlić"** - stalna izložba kaktusa i sukulenata "Čudesni svijet biljaka", najveća zbirka u Hrvatskoj, nalazi se u općini Lekenik, na granici s gradom Petrinja, iako je obitelj Bešlić iz Petrinje te je ovaj projekt uslijed Domovinskog rata prebačen na sadašnju lokaciju.

Suvremena kulturna produkcija

- **Učiteljski fakultet Sveučilišta u Zagrebu –** Odsjek u Petrinji nastavak je preko 140 godine tradicije obrazovanja učitelja. Sustavno osposobljavanje učitelja počelo je 1862. koje traje do današnjih dana, od Učiteljske škole i Pedagoške akademije, Visoke učiteljske škole do danas dijela Sveučilišta u Zagrebu kao odsjeka Učiteljskog fakulteta. U više od 140 godina iz Petrinje je otišlo više od šest tisuća učitelja, nastavnika i odgojitelja. Ova tradicija obrazovanja, odnosno činjenica da su Petrinja i učiteljska škola gotovo sinonimi za brojne generacije, predstavlja, stoga, i turistički resurs.
- **Udruga za izvaninstitucionalni odgoj i obrazovanje djece i mladih «Petrinjčica»** osnovana 2005. godine, kao slijednik Pedagoškog projekta Visoke učiteljske škole «Dječji istraživalački centar» (DIC), što su ga 2000. godine pokrenuli profesori te škole. Za potrebe toga projekta i njegovih programa u Prnjavoru Čuntićkom obnovljena je i opremljena napuštena školska zgrada, koja je postala baza i ishodište glavnine aktivnosti udruge.
- **Gradska limena glazba Petrinja** - djeluje još od 1808. godine, a djelovala je neprekidno i tijekom Domovinskog rata iako je Petrinja bila okupirana. Danas glazba broji oko 40 članova. U okviru glazbe djeluje i sekcija Big Band Petrinja, kao i Mala škola u kojoj djeca i odrasli uče svirati.
- **Hrvatsko pjevačko društvo „Slavulj“** – djeluje od 1860-tih i kontinuirano doprinosi razvoju zbornog pjevanja u Hrvatskoj. Snimili su više nosača zvuka - Sakralnu glazbu Krste Odaka na staroslavenske tekstove, CD-a s duhovnim skladbama Albe Vidakovića, Hrvatske božićne pjesme i CD sa skladbama Bonaventure Dude Dušo Kristova, posveti me. Izdali su i prvi samostalni CD sa skladbama Vladimira, Mladena i Jurja Stahuljaka, dvostruki nosač zvuka sa skladbama Emila Cossetta, CD posvećen blaženoj Mariji od Propetog Isusa Petković i CD Dominikanke č.s. Slavke Sente. Kao svojevrstan dar za jubilarnu 140-godišnjicu rada snimljen je i CD Petrinjska glazbena razglednica.
- **Petrinjski puhački ansambl** osnovan je 2002. Na programu ima niz komponiranih ili obrađenih skladbi iz gotovo svih glazbenih epoha i stilova, od baroka, klasike i romantizma, pa sve do zabavne i jazz glazbe. Članovi ansambla su profesionalni glazbenici i bivši učenici srednje glazbene škole.
- **Petrinjska udruga likovnih umjetnika "Petriart“ organizira izložbe te su njezini članovi aktivni sudionici petrinjskih manifestacija.**
- **Ostali** – Učiteljski pjevački zbor Petrinja, Muški komorni zbor Matice hrvatske Petrinja, Studentski tamburaški orkestar Učiteljskog fakulteta u Petrinji, Pjevačko društvo Petrinjska Lira, Baletni studio Harlekin, Petrinjske mažoretkinje

Ostalo

- **Sokolarstvo Petrinja** – udruga je koja njeguje umijeće sokolarenja koje ima svojstvo nematerijalnog kulturnog dobra. Umijeće sokolarenja vještina je lova s pticama grabljivicama, a najraniji dokaz o sokolarenju na našim prostorima datira u 2. stoljeće.

Znamenite osobe i povijesni događaji

Petrinja je asocirana s nizom poznatih osoba. Poznate osobe, ako postoje mjesta ili lokacije s njima povezani postaju sami za sebe atrakcija. Pored toga, oni mogu inspirirati razna događanja, obogatiti interpretaciju te se transformirati u likove koje interpretiraju prošlost.

Tablica 4.1.7.
Znamenite osobe i povijesni događaji grada Petrinje

Ime atrakcije i opis
Osobe

- **Janko Grahor** ((1827. 1906.) bio je hrvatski graditelj, projektant i društveni djelatnik. Zajedno s Franjom Kleinom utemeljuje poznatu graditeljsku tvrtku Grahor-Klein koja će obilježiti graditeljski rast Zagreba s kraja 19. i početka 20. stoljeća.
- **Krsto Hegedušić** (1901. - 1975.), hrvatski slikar kojeg s Petrinjom vezuje tek činjenica da je tamo rođen, dok je veći dio njegovog stvaralaštva vezan za Hlebine. U Petrinji je 1987. otvorena galerija njemu u čast.
- **Oton Kučera** (1857. - 1931.), profesor, prirodoslovac, astronom, najveći hrvatski popularizator tehnike i prirodoslovlja, rodio se u Petrinji iako je vrlo brzo obitelj preselila u Otočac gdje je proveo djetinjstvo.
- **Ivan Kožarić** (1921. -), hrvatski kipar, član neformalne grupe Gorgona. Širokoj javnosti najpoznatiji je po skulpturama postavljenim u vanjskim prostorima – spomeniku A.G. Matošu i Prezemljenom suncu u Zagrebu, Hodač na riječkom korzu. U Petrinji je Kožarić imao dvije samostalne izložbe.
- **Stjepan Radić** – bio je izuzetno vezan uz Petrinju. Njegova Hrvatska pučka seljačka stranka osnovana je u Hrastovici, gdje je širio svoje političke ideje, a ovdje je služio i zatvorsku kaznu za uvredu bana Khuena Herdervarija. U njegovu čast Petrinjci su mu podigli spomenik – jedini u naravnoj veličini u Hrvatskoj.
- **Josip Kajetan Knežić –** vojni graditelj, krajiški časnik; istaknuo se u gradnji cesta; izradio elaborat o izgradnji željezničke pruge Sisak – Senj koji je bio osnova za početak izgradnje željezničkih prometnica
- Umjetnice koje su živjele u Petrinji – Jelena Babić, Blanka Dužanec, Zlata Radej, Mila Vod i Milka Vukelić
- Sportaši – Vlado Lisjak (olimpijski pobjednik u hrvanju), Marijan Mrmić (bivši hrvatski reprezentativni nogometni vratar), Milan Nenadić (bivši hrvač, osvajač olimpijske brončane medalje) Marijan Vlak (Dinamov vratar)
- ostali - Boris Miholjević (glumac)

Obitelji

- **obitelj Jelačić** povezana je s Petrinjom. Naime, u Petrinji se rodio Franjo barun Jelačić 1746. otac bana Josipa Jelačića. Ban Jelačić bio je vezan za Banovinu – 1741. postavljen je pukovnika i zapovjednika Prve banske pukovnije u Glini. Na tom je položaju ostao do 1848. Često je boravio u Petrinji, a njegov najznačajniji dolazak u Petrinju bio je u vrijeme završne faze Hrvatskog narodnog preporoda (ilirski pokret) nakon konstituiranja Hrvatskog sabora i ustoličenja 14. kolovoza 1848. godine. Spomenik banu Jelačiću podignut je u Župiću te jedio tematskog puta Jelačića kroz Pokuplje i Banovinu.

Društva

- **Franjevci** – katolički red kojeg je utemeljio sv. Franjo Asiški po pravilima prosjačkog reda. Prvi red franjevaca je muški red kojeg ističe strogo odricanje od svakog imutka te život od darova i vlastitog rada. Drugi red franjevaca je ženski red klarisa, dok je treći red mješoviti, osnovan za svjetovnjake. U naše krajeve franjevci prvog reda dolaze početkom 13 stoljeća, a u Hrastovicu u 15. stoljeću. Turci su samostan spalili kada su Hrastovicu osvojili 1591. Franjevci se u Hrastovicu vraćaju stotinu godina kasnije, a zaslužni su za osnivanje prve Petrinje pučke škole oko 1700. godine, a njeguju glazbu, osobito orguljastvo. Novi franjevački samostan sagrađen je u Hrvatskom Čuntiću te je većim dijelom obnovljen nakon razaranja u Domovinskom ratu.

- **Templari** – njihova je temeljna uloga bila osigurati nesmetan prolaz hodočasnika u Svetu Zemlju te izgradnja sigurnih odmorišta za hodočasnike. Osnovani su početkom 12. stoljeća u Francuskoj kao vojnički red, a za svoje postupke bili su odgovorni isključivo papi. Jedna od njihovih glavnih djelatnosti bilo je bankarstvo, pa su uskoro postali moćniji od francuskog kraljevstva. Početkom 13. stoljeća francuski templari su prognani te utočiste nalaze, između ostalog, i u Hrvatskoj. Templari su i u Hrvatskoj bili vrlo moćni. U jednom trenutku posjedovali su dvije trećine današnjeg teritorija Hrvatske. Jedno od njihovih hrvatskih središta bila su Gora, tada visoko civiliziran prostor na glavnom prometnom pravcu cesta iz Mađarske, Slavonije, Siska i Topuskog prema moru. Templari perceptorata Gora izgradili su i morsku luku Senj.

Povijesni događaji [16]

- **Povelja gradu Petrinji 1240.** – stara srednjovjekovna Petrinja koja je ležala na području današnjeg sela Jabukovac 1240. godine bila je već poznato i naseljeno mjesto kojoj je slavonski herceg Koloman dodijelio privilegije slobodnog kraljevskog grada. Ove povlastice kasnije su višekratno potvrđivane, prvo od hrvatsko-ugarskog vladara Bele IV. (1242.), Stjepana V. (1271.) i Ladislava (1274.)
- **Borbe Hrvata s Turcima za Petrinju 1592. – 1595.–** turski vojskovođa Hasan paša Predojević u proljeće 1592. izgradio je utvrdu na ušću Petrinjčice u Kupu s ciljem osvajanja strateški značajnog grada Siska. Kršćanska vojska austrijskih zemalja i vojska hrvatskog bana prvi put osvaja utvrdu 10. kolovoza 1594. na blagdan sv. Lovre, a konačna pobjeda Hrvata bila je u jesen 1595.
- **Petrinja – Vojni komunitet 1777.** - od 1618. do 1750. Petrinja je sastavni dio Varaždinskog Generalata, a od 1753. ponovo je uključena u Bansku krajinu i nedugo potom postaje središnje mjesto Banovine. Određena je za sjedište stožera II. Banske pukovnije, a 1773. hrvatska kraljica i austrijska carica Marija Terezija dodjeljuje joj cehovske privilegije , a 1777. Petrinja dobiva položaj povlaštenog krajiškog grada tzv. Vojnog komuniteta. U grad se doseljavaju mnogi strani trgovci i obrtnici pa mu je diplomom Marije Terezije od 10.5.1777. odobreno i održavanje 4 sajma godišnje.
- **Petrinja- važno središte Zagrebačke županije od 1881.**- preuređenjem Vojne krajine koja počinje u prvim desetljećima 19. st., Petrinja 1871. gubi status Vojnog komuniteta, a višestoljetni položaj stožernog pukovnijskog središta gubi ukidanjem krajiških pukovnija 1873. godine. Nakon konačnog razvojačenja Hrvatske – vojne krajine 1881., Petrinja ulazi u sastav Zagrebačke županije gdje je i tijekom sljedećeg stoljeća zadržala važno mjesto u društveno političkom životu civilne Hrvatske, posebice dajući snažan ritam gospodarskom i prosvjetno – kulturnom razvoju Banovine

Manifestacije

U Petrinji se održavaju brojna događanja uglavnom lokalnog karaktera. Ipak, u novije vrijeme vidljiva je tendencija da se događanja manjih razmjera (koncerti, turniri, kazališne predstave) grupiraju pod jednim svodnim imenom – npr. Ljeto u Petrinji (lipanj-srpanj) i Lovrenčevo (1. do 10. kolovoz) objedinjuje. Time se povećava turistička atraktivnost ovih događanja, doprinosi njihovoj efikasnijoj promociji, olakšava se stvaranje njihove tržišne prepoznatljivosti te se stvaraju preduvjeti za njihovo prerastanje u turističke atrakcije u najmanju ruku regionalnog karaktera. Da ovakva strategija već polučuje uspjeh pokazuje sve

[16] Kompilirano iz pisane i nepisane građe dr. sc. Ivice Goleca.

veći broj posjetitelja na ovim događanjima, a osobito su popularna ona u sklopu Lovrenčeva.

Tablica 4.1.8.
Manifestacije grada Petrinje

Ime atrakcije i opis
Kulturne i zabavne
• **Noć muzeja** (siječanj) Petrinja • **Petrinjski fašnik** (veljača) • **Ljeto u Petrinji** (kulturno-zabavna događanja) (lipanj – srpanj) o Tradicionalna večer folklora o Petrinjske legende i priče – glazbeno-scenski prikaz oživljene povijesti o Antunovski susreti u Hrvatskom Čuntiću (smotra folklora) o Lipanjski zvuci – međunarodno natjecanje komorskih zborova o Koncert povodom Dana državnosti o Ivanjski susreti u Graberju o Jazz festival o Večer petrinjske pjesme i tambure • **Lovrenečevo u Petrinji** (1. do 10. kolovoz) o Koncert na dan Domovinske zahvalnosti o Cjelodnevni kulturno-zabavni i vjerski program na Dan sv. Lovre • **Bartolovski susreti** kulturno-umjetničkih društava - Hrastovica (25.8.) • **Festival kestena** (početak listopada) • **Festival kvarteta Kvart-pet-fest** (listopad) Petrinja • **Božićno-novogodišnji program** o Božićni koncerti petrinjskih glazbenih društava (Gradska limena glazba; Komorni muški zbor Matice hrvatske, HPD Slavulj) o Božićni koncert folklornog ansambla Petrinjčica o Koncert Betlehemsko svjetlo u Crkvi sv. Lovre o Glazbeno-scenski prikaz Isusova rođenja kojeg izvode mladež Župne crkve sv. Lovre
Vjerske
• Blagdan sv. Lovre (10.8.) Petrinja • Majka božja Snježna (5. 8.) proštenje u Maloj Gorici • Blagdan sv. Jakova – Mošćenica (22. – 25-7.) • Dan sv. Petra (29.6.) Taborište • Dan sv. Bartola (24.8.) Hrastovica • Glavosjek sv. Ivana krstitelja (29. 8.) Pecki • Uzvišenje sv. Križa (14.9.) Križ Hrastovački • Proštenja u Gorama o Gorsko posvetilo (peta nedjelja po Uskrsu) o Gospa Karmelska (16.7.) o Sveta Ana, Jana (26. 7.) o Uznesenje BDM, Velika Gospa (15.8.) • Rođenje BDM, Mala Gospa (8.9.)
Sportske
• Memorijalni košarkaški turnir „Dino Koljaja“ – siječanj • **Ljeto u Petrinji** (kulturno-zabavna događanja) (lipanj – srpanj) • Biciklijada kroz grad i okolicu s popratnim zabavnim programom • Motorijada na izletištu Pigik s popratnim programom

- Turnir ulica, kvartova i prigradskih naselja Petrinje u malom nogometu
- Otvoreno stolnotenisko prvenstvo Grada Petrinje

- **Lovrenečevo u Petrinji** (1. do 10. kolovoz)
  - Turnir ZNG-a grada Petrinje
  - Memorijalni nogometni turnir mladeži Damir Horvatić
  - Otvoreno prvenstvo Petrinje u brzopoteznom šahu Oluja
  - Otvoreno prvenstvo Petrinje u odbojci na Pijesku
  - Otvoreno prvenstvo Petrinje u Pikadu
  - Tradicionalna Međunarodna regata u kajaku i kanuu na mirnim vodama
- **Memorijalni nogometni turnir Ivan Caban** – Hrastovica *(kolovoz)*
- **Dani sjećanja** (6. do 29. rujan)
  - Memorijalni rukometni turnir RK Petrinja Borošić – Gener – Lokner Žugaj
  - Tradicionalni rukometni turnir veterana i veteranki RH
  - Otvoreno prvenstvo grada Petrinje u tenisu
- **Međunarodni memorijalni hrvački turnir Mirko Kosmat** (studeni) Petrinja
- **Božićno-novogodišnji program**
  - Međunarodni turnir u akrobatskom rock'n'rollu
  - Božićno-novogodišnji malonogometni turnir

Ostalo

- **Ljeto u Petrinji** (kulturno-zabavna događanja) (lipanj – srpanj)
  - Fišijada – Ribarska noć
- **Božićno-novogodišnji program**
  - Božićni sajam – Tominje
- **Dani sjećanja** (rujan) Petrinja
  - Koncert klasične glazbe uz prigodne izložbe, konferencije i predavanja

Kulturne i vjerske ustanove

Grad ima vrlo dobro organizirane institucije u kulturi, osobito uzme li se u obzir njegova veličina. Nositelj gradskog kulturnog života je PUO Hrvatski dom koji je svojevrstan kulturni centar grada te, s jedne strane, potiče kulturno-umjetničko stvaralaštvo u gradu dok, s druge strane, u grad dovodi brojne predstave i koncerte. Konačno, valja istaknuti u djelatnost DIC u Prnjavoru Čuntićkom koji se pozicionirao izuzetno dobro u širim regionalnim razmjerima na tržištu školskih ekskurzija/škola u prirodi.

Tablica 4.1.9.
Kulturne i vjerske ustanove grada Petrinje

Ime atrakcije i opis	Područje
Galerije	
• **Galerija Krsto Hegedušić** - utemeljena je 1987, te je prvotno izlagala djela koje je Petrinji poklonio K. Hegedušić. U Domovinskom ratu, ova je zbirka nestala, no galerija i dalje djeluje kao izložbeni prostor petrinjskih i gostujućih umjetnika. • **Galerija Žilić** - privatna galerija koja izlaže i prodaje radove petrinjskih slikara, rukotvorine i suvenire.	Petrinja
Svetišta i prošteništa	

• Svetište uznesenja Blažene djevice Marije Proštenja • Hrvatski Čuntić – Sv. Antun – Pustinjak – zaštitnik župe (17.1) • Mala Gorica – Sv. Juraj (23.4) • Hrvatski Čuntić – Sv. Antun Padovanski (13.6) • Taborište – Sv. Petar i Pavao (29.6.) • Mošćenica – Sv. Jakov (25.7.) • Župa UBD Marije Gora – Sv. Ana (26.7.) • Župa UBD Marije Gora – UZNESENJE BDM-Velika Gospa (15.8.) • Mala Gorica – Gospa Snježna (5.8.) • Petrinja – Blagdan Sv. Lovre (10.8.) Petrinja • Hrastovica – Sv. Bartol (24.8.) • Glavosjek Ivana krstitelja (29. 8.) Pecki • Župa UBD Marije Gora – Mala Gospa (8.9) • Uzvišenje sv. Križa (14.9.) Križ Hrastovački • Brest – Sv. Barbara (4.12)	Banovina
Dvorane i izložbeni prostori	
• **PUO Hrvatski dom** - kazališno-koncertna dvorana kapaciteta 500 sjedala, s velikom i suvremeno opremljenom pozornicom, foajeom koji se koristi i kao izložbeni prostor, te dvije manje dvorane maksimalnog kapaciteta 50 i 150 sjedećih mjesta.	Petrinja
Ostalo	
• **Dječji istraživalački centar Udruge "Petrinjčica"** (Prnjavor Čuntički), u zgradi bivše škole, provodi i programe učenja u prirodi za djecu osnovne škole. Centar raspolaže prostorijama za učenje, spavaonicama s 30 ležaja, prostorom za dnevni boravak, kuhinjom (max. kapaciteta 100 obijeda) i sanitarnim prostorijama. Na otvorenom prostoru DIC raspolaže s igralištem od 5000 m2 s dječjim i sportskim igralištima	Banovina

Sportsko-rekreacijske građevine i tereni

Sportsko-rekreacijski tereni i građevine grada Petrinje uglavnom su u funkciji zadovoljavanja potreba za sportom i rekreacijom lokalnog stanovništva. Najvećeg kapaciteta je gradski nogometni stadion.

Tablica 4.1.9.
Sportsko-rekreacijske građevine i tereni grada Petrinje

Ime atrakcije i opis	Područje
Sportsko-rekreacijske dvorane i igrališta	
• Gradski nogometni stadion Mladost - kapacitet gledališta oko 5.000 mjesta te klupske prostorije s dvoranom za sastanke, parkiralištem i poslovnim prostorima. • Nogometni stadion Gavrilović • Rukometno igralište s tribinama i klupskim prostorijama u izgradnji • Sportska dvorana Srednje škole • Sportska dvorana OŠ Dragutina Tadijanovića • Tenis igrališta na terenima Pigika	Petrinja

• Hrvačka dvorana	
Sportsko-rekreacijske građevine na otvorenom	
• **Sportski aerodrom** – poletno-sletna staza uređena je davne 1929. godine; prostire se na 650 m^2 uz tendenciju proširivanja staze preko 1000 m2. Stazom upravlja Aeroklub Petrinja u suradnji s Đurom Gavrilovićem. Bave se modelarstvom i sudjeluju u natjecanjima, organiziraju aeromiting, panoramsko letenje, a u turističku ponudu planiraju involvirati let zmajem, paraglajderom i ultralakim avionom	Petrinja
Planinarski i lovački domovi i skloništa	
• **Planinarski dom Matija Filjak** - nalazi se na samome vrhu Hrastovičke gore. To je velika katnica sa zidanim prizemljem i drvenim katom, sagrađena 2007. godine. Dom je otvoren cijele godine vikendom i praznikom. Opskrbljen je pićem, a hranom samo po najavi. Opremljen je s 25 kreveta s madracima, bez posteljine. U dnevnom boravku ima 30 sjedećih mjesta i u okolici doma još toliko na klupama. • **Lovački domovi –** lovačka udruga Fazan uređuje lovački dom u Petrinji (kod stare bolnice) u čijem se sklopu nalazi hladnjača prema europskim standardima; ostale tri udruge također imaju lovačke domove, no niti jedan nema smještajne kapacitete.	Banovina
Sportsko-rekreacijske staze	
• **Skijaška staza Vrelo** u Hrastovici – nalazi se na 300 m n/v, ima pet staza od 50 do 300 i vučnicu do 150 m, te sanjkašku stazu od 1000 m (od dijela sela zvanog Podgorje do Bartolovca). Ovo lokalno skijalište uređuje i planira dalje razvijati Skijaški klub Vrelo Hrastovica, osnovan 2009.	Banovina
• **Moto-cross staza (Hrvatski Čuntić) –** dužina od 1320 m, širina 6 m i startna rampa moto-cross staze omogućili su licencu prema pravilniku Hrvatskog motociklističkog saveza te su na stazi održane već dvije utrke prvenstva RH na kojoj su sudjelovali motociklisti iz cijele Hrvatske. Na stazi se organiziraju pripreme za prvenstva, a također i natjecanja kvadova (četverocikli).	Banovina
• **Biciklističke staze**: ○ Trosatna u dužini od 41 km, a staza kreće iz centra grada, dolinom rijeke Petrinjčice, kroz Hrastovicu do Donje Bačuge, Banski Grabovac, preko Šušnjara do Kraljevčana i ponovo dolinom Petrinjčice kroz Jabukovac, Donju Mlinogu i Hrastovicu natrag do Petrinje. ○ Dvoiposatna u dužini od 34 km, polazište je s Radićevog trga i dalje dolinom rijeke Petrinjčice kroz Taborište, Budičinu, Moštanicu, zatim kroz Letovance, Stražbenicu, Madžare do Komareva i natrag kroz Mošćenicu do Petrinje. ○ Dvosatna, dužine od 30 km - staza kreće s Radićevog trga, dolinom rijeke Kupe preko Bresta, Vurota, Stare Drenčine i Odre do Siska, a zatim kroz Sisak i Mošćenicu natrag u Petrinju.	Petrinja Banovina Pokuplje
• **Planinarske staze** su brojne i dobro označene. Turistima se preporučuju sljedeće: ○ Prva staza polazi od mosta na Petrinjčici u Gupčevoj ulici i prolazi Petrinjskom šetnicom do stare vile	Banovina

	Gavrilović, nakon 100-njak metara uzbrdo skreće nalijevo kroz šumicu i nadalje prema selu Cepeliš i nadalje sljedeći oznake do najvišeg vrha. ○ Od druge polazne točke u Hrastovici prema vrhu vode tri markirane staze, svaka preko posebno interesantnih lokaliteta kao što su ostaci stare Hrastovice i crkve sv. Duha. ○ Treća polazna točka nalazi se na kraju Gornje Bačuge do koje se dolazi asfaltiranim putem (Petrinja – Hrastovica – Zelena Dolina). U zaseoku Bižići staza kreće ili Putem kestena ili markiranim putem do vidikovca na rubu šume. Nadalje do vrha ima pol sata lagane šetnje

Turističke staze, putovi i ceste

Turističke staze, putovi i ceste mogu biti autonomne turističke atrakcije, kao što je to često slučaj s planinarskim, biciklističkim ili jahačkim stazama, ili sredstvo pretvaranja tercijarnih (lokalnih) turističkih atrakcija u atrakcije kojeg povezuje kontinuirani turistički put, odnosno osmišljen sustav doživljaja za posjetitelje. Međutim, u geomorfološki raznolikom prostoru, kao što su to administrativne granice grada Petrinje, mogućnost njihovog razvoja je velika te je grad već kapitalizirao na ovim potencijalima.

Tablica 4.1.10.
Turističke staze, putovi i ceste grada Petrinje

Ime atrakcije i opis	Područje
• **Petrinjska šetnica** - rekreativno poučna, kružna pješačka staza, duga 6,5 kilometara, polazi uzvodno od mosta na Petrinjčici. Šetnica vodi nasipom s drvoredom lipa i bagrema.. Blagim usponom šetnica se penje do vinorodnih brežuljaka pokraj spomenika braniteljima iz Domovinskog rata i poklonca sv. Ilije, zaštitnika vinogradara, uz stara petrinjska groblja i pokraj kapele sv. Trojstva odakle se postupno spušta uz nekadašnje izletište Pigik Gupčevom ulicom do polazišta.	Petrinja
• **Put kestena** - ovaj tematski put zamišljen je zahvaljujući bogatstvu kestenove šume na ovim prostorima. Polazište mu je u Zelenoj dolini nedaleko sela Hrvatski Čuntić, a obogaćen je odmorišnim točkama s klupama i stolovima, smjerokazima, sjenicama i lijepim vidicima.	Banovina
• **Poučna staza Hrastovčanka** – u trajanju od 4 sata hoda, povezuje 10 najinteresantnijih dijelova Hrastovačke gore trasom selo Hrastovica – Sv. Duh – Gornja Hrastovica – vrh Hrastovačke gore – Pecko jezero – Gornja Bačuga – Zelena dolina – Hrvatski Čuntić – Prnjavor Čuntićki. Koristi postojeće planinarske staze, a planinarskim markacijama dodana je žuta oznaka H. Za samostalni obilazak tiskan je vodič u ograničenoj nakladi.	Banovina
• **Put bana Jelačića kroz Turopolje i Banovinu** – vodi kroz mjesta koja sadrže kulturno-povijesne spomenike i svjedočanstva o životu hrvatskog Bana Josipa Jelačića iz 19. stoljeća. Prolazi kroz Lekenik, Petrinju, Župić, Goru, Glinu i Topusko i povezuje postojeće turističke subjekte i objekte u	Banovina

cjelovitu turističku priču temeljenu na životu i boravku bana Josipa Jelačića na ovim prostorima. • **Geološka transverzala Zrinske gore** – u svrhu odabira reprezentativnih lokaliteta za promatranje dijela geološke građe Zrinske gore predložena je trasa koja od Petrinje prolazi dolinom Petrinjčice preko bila Zrinske gore sve do Dvora na Uni.	Banovina

4.2. Atrakcijska osnova gravitacijskog područja

Potencijalno, za posjetitelje su još interesantni obilasci sljedećih destinacija u okruženju:

- Grad Sisak

Udaljen je od Zagreba svega 45 kilometara, privlači svojim slikovitim položajem na tri rijeke (Odra, Kupa, Sava) te bogatom prošlošću. Ovaj grad poznat je kao keltska Segestica, potom rimska Siscia, u srednjem vijeku kao vojno uporište gdje je turska vojska 1593. doživjela veliki poraz te bila zaustavljena u daljnjem prodoru u Europu, a u 19. stoljeću kao najveća riječna trgovačka luka. Posjetitelji grada mogu vidjeti sve povijesne slojeve – arheološki park Siscia in situ, Stari grad, trgovačka skladišta nanizana uz obalu Kupe, a cjelovita povijesna priča ispričana je i tzv. Sisačkim povijesnim prstenom. Riječ je o instalaciji koja u sedam slika prikazuje sisačku povijest. Sisačke manifestacije – Sisački viteški turnir (lipanj) te Keltska noć (rujan) programi su oživljene sisačke povijest. Za turistički obilazak neizostavna je šetnica uz Kupu, duž koje su nanizani neke od najstarijih građevina – Mali kaptol u kojem je sjedište turističke zajednice, Veliki kaptol danas sjedište Sisačke biskupije, stari most, Stari grad. Neizostavan je i posjet Gradskom muzeju, smještenom u zgradi u kojoj je J.Broz Tito učio bravarski zanat te nizu galerija.

- PP Lonjsko polje

Lonjsko polje je jedinstveni park prirode u jugoistočnom dijelu Europe i najveće zaštićeno poplavno područje ne samo u Hrvatskoj, nego u cijelom Dunavskom slijevu, poznatoj po močvarnim krajobrazima, bogatoj flori i fauni te slikovitim tradicijskim selima. U parku su dva centra za posjetitelje – u Čigoču, europskom selu roda i Krapju – selu graditeljske baštine, a obilazi se brojnim tematskim pješačkim i biciklističkim stazama, splavi i čamcima. Brojni OPG nude posjetiteljima usluge hrane i smještaja.

- Hrvatska Kostajnica

Smještena na samoj granici s BiH, jugoistočno od Petrinje, između obronaka Zrinske gore i rijeke Une, poznata je po srednjovjekovnoj utvrdi koja se restaurira, samostanskom kompleksu te, u okruženju, velikim prostranstvima šuma pitomog kestena. Upravo je Kestenijada, listopadski splet događanja na temu kestena, glavna kostajnička manifestacija, a sve veću popularnost dobiva i Unska regata.

- Topusko

Sedamdeset kilometara južno od Zagreba, između Karlovca i Siska, Topusko je poznato kao termalno lječilište. Na izvorima termalne vode (temperature 56 do 72^{0}C) lječilište je ovdje postojalo još u rimsko doba. Top-terme upravljaju ovim lječilištem te nude hotelski smješta (230 kreveta), restorane, zdravstvenu rehabilitaciju i wellness, sportsko-rekreacijski bazenski kompleks s termalnom vodom u bazenima, a jedinstvenost ovog lječilišta su i čretne blatne kupke. Topusko krasi prekrasna perivojna arhitektura te brdovito okruženje Petrove i Zrinske gore.

- Petrova gora

U neposrednoj blizini Topuskog je Petrova gora. Pod zaštitom je od 1969. zbog izuzetno očuvanog gorskog šumovitog krajobraza, a generacijama se usjekla u sjećanje kao memorijalni centar s partizanskom bolnicom i danas devastiranim spomenikom Vojina Bakića. Danas je ona popularno planinarsko odredište s mrežom tematiziranim i interpretiranih planinarskih staza koje spajaju njezine glavne atrakcije: ostaci rimske i srednjovjekovne ceste; arheološki ostaci rimske utvrde, templarskog pa pavlinskog samostana i čardaka Vojne krajine.

4.3. Sinteza turističke atrakcijske osnove grada Petrinje

Kao što je pokazala analiza resursne osnove, područje grada Petrinje bogato je resursima. Tu se prvenstveno ističe prirodna baština s prostranim šumama kestena, bogatstvom voda i vodotoka te pitomi brežuljci Zrinske gore. Potom valja istaknuti i kulturno-povijesnu baštinu manifestiranu djelomično kroz materijalne ostatke prošlosti, a djelomično i kroz razna događanja i manifestacije koje oživljavaju petrinjsku povijest i njeguju tradiciju. Grad ima iznenađujuće bogat kulturni život u odnosu na broj stanovnika, s vrlo aktivnim PUO Hrvatski dom, te bogato amatersko kulturno stvaralaštvo.

Pri ocjeni turističke privlačnosti valja imati na umu i to da je grad Petrinja, kao i cijela Banovina, destinacija koja svoj turistički rast temelji uglavnom na domaćoj potražnji. U tom kontekstu, turističku privlačnost resursa i atrakcija treba sagledavati sa stajališta njihove sposobnosti da igraju odlučujuću ulogu pri izboru destinacije putovanja građana Hrvatske, uz uvjet da se pripreme za posjet. Pripremljenost za turistički posjet, ili tržišna spremnost, podrazumijeva da su ti resursi pretvoreni u turističke atrakcije ili proizvode, gdje se minimalno podrazumijeva fizička i vremenska dostupnost, interpretacija u obliku interpretacijske ploče i/ili tiskanog materijala, a u konačnici potpuno tržišno spreman proizvod podrazumijeva osmišljen integriran sustava turističkih doživljaja prema načelima suvremenog upravljanja turističkim atrakcijama.

Poštujući ove kriterije, u Tablici 4.11. prikazani su turistički resursi grada u odnosu na njegov turistički potencijal i tržišnu spremnost. U odnosu na turistički potencijal, razlikuju se:

- primarne atrakcije – one koje su ili mogu postati presudne pri donošenju odluke o putovanju u petrinjsko područje te ih, u pravilu svaka destinacija ima u najmanjem broju
- sekundarne atrakcije – one koje nisu presudne pri izboru destinacija, ali imaju značajnu ulogu pri donošenju odluke od putovanju u destinaciju
- tercijarne atrakcije – one ne utječu na odluku o izboru destinacije putovanja, ali su interesantne za posjet turistima kada doputuju u Petrinju.

Da bi se taj potencijal realizirao, potrebno je atrakcije i resurse pripremiti za posjet, stoga govorimo o stupnju tržišne spremnosti. Spremne su one atrakcije koje su fizički (pristupni put, prometna signalizacija) i vremenski (radno vrijeme, cjelogodišnje, sezonsko poslovanje) dostupne, imaju odgovarajući sustav obilaska (npr. pješački itinerer, tiskane vodiče, osposobljene turističke vodiče, interpretaciju) te odgovarajući promotivni materijal (brošure, letke, Internet stranicu). One koje imaju tek neke od elemenata turističke opremljenosti nazivamo polu-spremnima, a sve ostale su tržišno nespremne.

Kao što je vidljivo iz Tablice 4.2.1. primarne turističke atrakcije grada Petrinje djelomično se odnose na prirodu i to prvenstveno rijeku Kupu i njezine plaže te veliko šumsko područje, posebice šume kestene. Potom, tu je nekoliko kulturno-povijesnih atrakcija kao i određen broj ugostiteljskih objekata koji se mogu smatrati destinacijom sami za sebe. U ovoj skupini, ipak, pored ovih potonjih, tek manji dio tih atrakcija tržišno spreman. U toj grupi su uglavnom manifestacije kojima javni sektor potiče turističku aktivnosti, ugostiteljski objekti i izletišta, nešto manje kulturno-povijesne atrakcije, a ponajmanje prirodne koje bi, s obzirom na ruralni karakter većeg dijela područja grada Petrinje, trebale biti stup turističke atrakcijske ponude ovog područja.

Sekundarne atrakcije su brojnije te je gotovo polovina ovih atrakcija tržišno spremna. No i ovdje se, kao i u slučaju primarnih atrakcija, tržišno spremne pojavljuju one koje se odnose na manifestacije, ugostiteljske objekte, sportske terene i građevine te turističke staze, putove i ceste. Zbog ovih atrakcija neće se dolaziti u grad Petrinju, međutim one mogu presuditi u korist posjeta Petrinji kada potencijalni posjetitelji planiraju svoje putovanje i biraju između nekoliko opcija.

Konačno, tercijarne atrakcije čine općenito priroda s florom i faunom, brojna zaštićena kulturna baština, kultura života i rada te nekoliko manifestacija i događanja lokalnog karaktera. Ove atrakcije, same po sebi, ne mogu postati značajniji turistički potencijal grada Petrinje, no pružaju mogućnost uvezivanja u tematske skupine te osmišljavanja proizvoda za vrlo specifične tržišne niše.

Tablica 4.3.1.
Procjena turističkog potencijala i tržišne spremnosti turističkih atrakcija grada Petrinje

Važnost /vrsta	Atrakcija	Tržišna spremnost		
		Spremno	Polu-spremno	Ne-spremno
Primarne atrakcije				
Geološke	Plaža na Kupi - Petrinja	✓		
	Hrastovačka gora	✓		
	Ostale prirodne plaže Kupe		✓	
	Šamarica			✓
Vode	Rijeka Kupa		✓	
Biljni svijet	Šume kestena		✓	
	Šumske plodine - KESTEN		✓	
	Kotar-šuma (park šuma)			✓
	Šljiva			✓
Zaštićena prirodna baština	Dolina rijeke Kupe			✓
Zaštićena kulturna baština	Crkva sv. Lovre	✓		
	Samostan i crkva sv. A. Padovanskog - H. Čuntić	✓		
	Župna crkva sv. Bartola - Hrastovica	✓		
	Stara gradska jezgra Petrinje		✓	
	Samostan i crkva Uznesenja BDM - Gora			✓
	Munjara			✓
	Stara klaonica Gavrilović			✓
	Stara zgrada I. hrvatske tvornice salame i obiteljska kuća Gavrilović			✓
	Izletište Korablja Tišinić	✓		
Kultura života i rada	Restoran Štuka	✓		
	Udruga Petrinjčica	✓		
	Petrinjski božićni običaji		✓	
	Lončarski proizvodi		✓	
	Tvornica Gavrilović			✓
	Učiteljski fakultet - tradicija			✓
Povijesni događaji	Borbe s Turcima	✓		
Manifestacije	Lovrenčevo u Petrinji	✓		
	DIC Prnjavor Čuntićki		✓	
Institucije u kulturi				

Tablica 4.3.1.
nastavak

Važnost /vrsta	Atrakcija	Tržišna spremnost		
		Spremno	Polu-spremno	Ne-spremno
Sekundarne atrakcije				
Geološke	Špilja Šušnjar			✓
	Šume Šamarice u Nacionalnoj ekološkoj mreži			✓
Biljni svijet	Petrinjsko vinogorje		✓	
	Jabuka i kruška			✓
Životinjski svijet	Lovišta	✓		
	Uzgajalište Tišinić	✓		
Zaštićena prirodna baština	Strossmayerovo šetalište	✓		
	Zrinska gora			✓
	Dolina rijeke Petrinjčice			✓
Zaštićena kulturna baština	Rimokatolička groblja Sv. Rok i Sv. Trojstvo	✓		
	Hrastovica (ruralne spomeničke cjeline)		✓	
	Utvrda Hrastovica		✓	
	Arheološki lokalitet Klinac			✓
	Čuntić kula		✓	
	Klinac grad		✓	
	Kula Pecki		✓	
Kultura života i rada	Legenda o Cvijeti Brestovskoj Pecko jezero	✓		✓
	Strašna noć na Klinac gradu		✓	
	Lađari na Kupi			✓
	Pčelarstvo		✓	
	Vinarija Marinčić		✓	
	Kupinovo vino Crnković		✓	
	Bermet			✓
	Gavrilovićeva zimska salama - suvenir	✓		
	Tradicijski suhomesnati proizvodi		✓	
	Ruralna kuća za odmor - Grabovac Banski	✓		
	Seoski turizam Kardaš M. Gorica	✓		
	Gostionica MIS	✓		
	Pigik			✓
	Vrtni centar Kaktusi	✓		
	Sokolarstvo		✓	

Tablica 4.3.1.
nastavak

Važnost /vrsta	Atrakcija	Tržišna spremnost		
		Spremno	Polu-spremno	Ne-spremno
Poznate osobe i povijesni događaji	Franjevci	✓		
	Krsto Hegedušić		✓	
	Oton Kučera		✓	
	Ivan Kožarić		✓	
	Stjepan Radić		✓	
	Obitelj Jelačić			✓
	Templari			✓
	Povelja gradu			✓
	Petrinja - vojni komunitet			✓
	Petrinja - sjedište Banske krajine			✓
Manifestacije	Bartolovski susreti	✓		
	Festival kestena	✓		
	Božićno-novogodišnji program	✓		
	Blagdan sv. Lovre	✓		
	Međunarodni hrvački turnir	✓		
Ustanove u kulturi	Galerija K. Hegedušić	✓		
	PUO Hrvatski dom	✓		
Sportsko rekreacijske građevine i tereni	Gradski nogometni stadion	✓		
	Planinarski dom	✓		
	Lovački dom	✓		
	Planinarske staze	✓		
	Petrinjska šetnica	✓		
	Aerodrom		✓	
Turističke staze, putovi i ceste	Biciklističke staze		✓	
	Put kestena		✓	
	Poučna staza Hrastovčanka		✓	
	Put bana Jelačića		✓	
	Geološka transverzala Zrinske gore			✓
Tercijarne atrakcije				
Geološke	Kupališta na Petrinjčici	✓		
	Bijele stijene			✓
	Kamenolom Hrastovica			✓
	Ležište ugljena Taborište-Hrastovica			✓
	Rudnik Međurače			✓
	Ležište ugljena Međurače			✓
	Ležište ugljena Farkašić			✓
	Keramička glina - nalazišta			✓

Tablica 4.3.1.
nastavak

Važnost /vrsta	Atrakcija	Tržišna spremnost		
		Spremno	Polu-spremno	Ne-spremno
Vode	Petrinjčica	✓		
	Izvori petrinjskog kraja		✓	
	Utinja			✓
	Termomineralne vode u Gorama			✓
Biljni svijet	Nisko raslinje			✓
	Endemsko bilje			✓
	Ostale plodine			✓
	Oranice i livade			✓
Životinjski svijet	Sisavci			✓
	Slatkovodne ribe			✓
	Vodozemci i gmazovi			✓
	Ptice			✓
Zaštićena prirodna baština	Šuma Vučjak			✓
Zaštićena kulturna baština	Rimski vodovod (arh.)			✓
	Rimska cesta (kotar šuma)			✓
	Gorski grad Gora			✓
	Stara srednjovjekovna Petrinja (Jabukovac)			✓
	Spomen križevi			✓
	Spomenik banu Jelačiću - Župić	✓		
	Spomenik pukovniku P. Mataniću	✓		
	Spomenik S. Radiću	✓		
	Kapela MB od 7 žalosti Taborište	✓		
	Kapela uzvišenja sv. Križa - Križ Hrast.	✓		
	Crkva sv. Jurja - Mala Gorica	✓		
	Kapela sv. Petra - Taborište	✓		
	Kapela sv. Ivana Glavosjeka - Pecki	✓		
	Kapela sv. Jakova - Mošćenica	✓		
	Zgrada gradskog kupališta	✓		
	Zbirka poljodjelske opreme Hrastovica		✓	
	Etnološka zbirka Hosi		✓	
Kultura života i rada	Domaća radinost (Šešerin, Ratkić, Cotić)	✓		
	Izložba Od lana do platna/Stari zanati (Kardaš)	✓		
	Pokupska ženska nošnja		✓	
	Banovinska ženska nošnja		✓	
	Muška nošnja		✓	

Tablica 4.3.1.
nastavak

Važnost /vrsta	Atrakcija	Tržišna spremnost		
		Spremno	Polu-spremno	Ne-spremno
Kultura života i rada	Etnološka izložba OŠ D. Tadijanovića	✓		
	Zelena dolina	✓		
	Gradska limena glazba	✓		
	Pjevačko društvo Slavulj	✓		
	Petrinjski puhački ansambl	✓		
	Likovni umjetnici Petriart	✓		
Manifestacije	Noć muzeja	✓		
	Petrinjski fašnik	✓		
	Dani sjećanja	✓		
	Festival kvarteta	✓		
	Ostala proštenja petrinjskog kraja	✓		
	Ostale sportske manifestacije	✓		
Sportske građevine i igrališta	Skijaška staza Vrelo - Hrastovica	✓		
	Ostale sportske građevine i igrališta	✓		
Ustanove u kulturi	Galerija Žilić	✓		
	Gradska knjižnica i čitaonica	✓		
Sportsko rekreacijske građevine i tereni	Moto-cross staza	✓		

5. ANALIZA TRŽIŠTA

Pored stjecanja uvida u širi kontekst od interesa za razvoj turizma na području grada Petrinje i analize postojeće resursno-atrakcijske osnove, čime su se identificirali potencijali, te sagledali kako preduvjeti, tako i ograničenja za razvoj turizma, izvršena je i analizu tržišta kako bi se utvrdilo da li na njemu postoji platežno sposobna potražnja zainteresirana za sustav turističkih iskustava i/ili doživljaja koje Petrinja može ponuditi. U tom smislu, razvoj turizma na području Petrinje promatra se i u odnosu na mogućnost kreiranja kritične mase potražnje za turističkim proizvodima ovog područja. Istovremeno, utvrđivanje opsega potražnje neophodno je kako bi se utvrdila isplativost razvoja turizma u Petrinji, dok je identificiranje karakteristika te potražnje neophodno u oblikovanju glavnih turističkih proizvoda, ali i provedbi cijelog niza aktivnosti na području promocije i distribucije proizvoda. Sukladno, u ovom se poglavlju prvo daje pregled globalnih turističkih trendova relevantnih za usustavljenje turističkog potencijala i profiliranje tržišnog položaja Petrinja, da bi se potom prišlo identifikaciji, kvantifikaciji i opisivanju karakteristike potencijalno interesantnih tržišnih segmenata.

5.1. Globalni turistički trendovi

Prema podacima Svjetske turističke organizacije, međunarodni se turistički promet od 1950-tih godina do danas povećao s 25 milijuna međunarodnih turističkih dolazaka 1950. godine na nešto preko milijardu 2012. godini. Ovaj kontinuirani rast ostvaruje se unatoč gospodarskim krizama, terorizmu i/ili raznim epidemijama. Čak i u uvjetima sadašnje ekonomske krize, a prema procjenama Svjetske turističke organizacije, očekuje se godišnji rast turističkih dolazaka po stopi od oko 2%. Nadalje, turistički stručnjaci predviđaju da trenutna ekonomska kriza neće toliko smanjiti potrebu i želju ljudi za putovanjima, već uglavnom strukturu tih putovanja – očekuje se više putovanja u destinacije bliže mjestu prebivališta, putovanja prijateljima i rođacima, a relativno stabilna biti će putovanja motivirana specijalnim interesima.

Europa je i dalje glavno emitivno i receptivno tržište. Naime, stanovnici Europe ostvarili su 2012. godine 502 milijuna putovanja u inozemstvo, dok je oko 488,5 milijuna međunarodnih dolazaka ostvareno u Europi. Prema izdacima za turistička putovanja u inozemstvo vodeća emitivna europska tržišta su: Njemačka, Velika Britanija, Francuska, Italija i Nizozemska. Zatim slijede Ruska Federacija, Belgija, Španjolska, Austrija i Švedska. Spomenutih deset zemalja generira 79% ukupne potrošnje na putovanja u inozemstvo svih Europljana.

Iako je Svjetska turistička organizacija, uslijed financijske krize 2009. godine, korigirala kratkoročne prognoze turističkih dolazaka, noćenja i potrošnje na globalnoj razini, dugoročna prognoza turističkih kretanja još nije revidirana.

Prema dugoročnoj prognozi, uz prosječnu godišnju stopu rasta od oko 3%[17], do kraja 2020. godine broj turističkih dolazaka mogao bi doseći 1,6 milijardi, od čega bi se u Europi trebalo ostvariti oko 717 milijuna, odnosno 46% ukupnih međunarodnih dolazaka. Drugim riječima, trenutna globalna financijska kriza i recesija ne bi dugoročno trebale smanjiti potrebu i želju ljudi za putovanjima, kao što to čine epidemije ili teroristički napadi.

Iako kvantitativni trendovi ukazuju na stabilan rast, ono što se mijenja tijekom posljednja dva desetljeća je struktura putovanja. Promjena trendova na globalnom turističkom tržištu uzrokovana je prvenstveno evolucijom svijesti turističkih potrošača koja je rezultirala pojavom novih vrijednosnih stavova, odnosno promjenom odnosa turista, kako prema sebi samima, tako i prema svijetu koji ih okružuje

Nove turiste, s jedne strane, karakterizira želja za aktivnim sudjelovanjem u životu destinacije. Oni od turističkog putovanja ne očekuju samo odmor, zabavu i rekreaciju nego i stjecanje novih spoznaja, proširivanje horizonata, te duhovni rast i razvoj. S druge strane, novi turisti također pokazuju povećanu razinu brige za zaštitu okoliša i često, iz principijelnih razloga, ne žele putovati u destinacije koje degradiraju svoj okoliš dok su, istodobno, spremni platiti veću cijenu za boravak u onim destinacijama koje percipiraju kao ekološki osviještene. Ovi se trendovi pripisuju djelomično širim ekonomskim i socio-demografskim promjenama, a djelomično i ubrzanim tehnološkim napretkom koji se dogodio u zadnjem desetljeću. Svjetska turistička organizacija (UNWTO)[18] navodi da je jedan od najvažnijih trendova na globalnom turističkom tržištu sve veća segmentacija turističkog tržišta te činjenica da će u budućnosti značaj tradicionalnog turističkog proizvoda temeljenog na atrakcijama mora i sunca sve više opadati dok će rasti značaj i tržišni udio tzv. posebnih oblika turizma. Uslijed ovih globalnih društvenih promjena, relativno unificirani turizam 20. stoljeća, ustupa mjesto suvremenom izrazito diferenciranom i segmentiranom humanom turizmu 21. stoljeća koji se sve češće veže uz slogan "6E" (experience, excitement, escape, education, entertainment, ecology). Upravo je ovaj trend omogućio razvoj niza vrlo specijaliziranih turističkih proizvoda te stvorio potražnju za relativno nepoznatim turističkim odredištima na kojima kapitaliziraju i brojni manji gradovi i manje popularne destinacije Europe.

5.2. Identifikacija potencijalne tržišne potražnje

Pri identifikaciji potencijalne tržišne potražnje za turističkim proizvodima Petrinje polazimo od trenutne turističke potražnje. Prema statističkoj evidenciji (vidi poglavlje 3.3.) u Petrinji je 2012. godine ostvareno oko tisuću turističkih

[17] UN-WTO (2009). Tourism highlights 2008 Edition. Madrid: UNWTO.
[18] UNWTO, „Tourism 2020 Vision-Volume 7: Global Forecasts and Profiles of Market Segments“, Madrid, 2001.

dolazaka i 4 tisuća turističkih noćenja u registriranim smještajnim kapacitetima. Od toga, oko 300 noćenja ostvarili su strani posjetitelji. Kako turistički dolasci stranih posjetitelja uglavnom ovise o regionalnoj promociji središnje Hrvatske na emitivnim tržištima, u kojoj gradska turistička zajednica može sudjelovati ali ne može biti presudni činitelj, možemo konzervativno procijeniti da bi se do 2020. godine ovaj broj mogao povećati za 15 do 20 posto, što bi još uvijek bilo manje od 400 noćenja. Nešto veći zaokret u ovom trendu mogao bi se očekivati ako se na tržištu agresivnije promoviraju regionalne turističke atrakcije poput Lonjskog polja, u kojem slučaju bi Petrinja mogla biti odredište tranzitera.

Kod procjene domaće potražnje, za polazište možemo uzeti pokazatelje turističke aktivnosti domaćeg stanovništva[19], koje je 2012. godine ostvarilo gotovo 97 tisuća višednevnih te 312 tisuća jednodnevnih dolazaka u odredišta Sisačko-moslavačke županije, te krenuti od pretpostavki da se:

- ukupan broj putovanja građana Hrvatske ovu županiju do 2020. godini poveća 10% te
- da Petrinja, uslijed razvoja novih proizvoda i agresivnije promidžbe, privuče najmanje 10 posto ovih putovanja po vrlo konzervativnoj procjeni.

Pri tome, geografsku potražnju možemo razlikovati prema geografskoj udaljenosti od Sisačko-moslavačke županije, gdje:

- nulti krug čini sama Sisačko-moslavačka županija, čiji stanovnici generiraju i višednevna i jednodnevna putovanja unutar svoje županije.
- prvi krug čine okolne regije – grad Zagreb i Zagrebačka županije, Sjeverno-zapadna Hrvatske te regija Lika, Kordun i Banovina koje su, također, potencijalni izvor značajnije jednodnevne potražnje te, u manjem dijelu, višednevne.
- drugi krug čini prostor istočne Hrvatske (Slavonije), regije Istra, Hrvatsko primorje i Gorski kotar te Dalmacija koji je, s obzirom na relativno veću geografsku udaljenosti, u većoj mjeri izvor višednevnih putovanja.

Pod ovim pretpostavkama, u 2020. godini Petrinji bi se moglo ostvariti:

- 9,5 tisuća višednevnih turističkih dolazaka domaćih stanovnika
- 13,5 tisuća noćenja, pod pretpostavkom da će stanovnici županije iz prvog kruga turističke potražnje ostvariti, zbog blizine, samo jedno noćenje, a dva noćenja tek oni iz udaljenijih krajeva (drugi krug).

[19] "Turistička aktivnost domaćeg stanovništva 2000." Instituta za turizam, Zagreb.

Tablica 5.2.1.
Potencijalna višednevna turistička potražnja domaćeg stanovništva u 2020.

Regije polazišta	Višednevna putovanja u SMŽ	Očekivani broj turističkih dolazaka i noćenja u Petrinji		
		Ukupno dolasci*	Prosječan broj noćenja	Ukupan broj noćenja
Sisačko-moslavačka županija	21472	2147	1	2.147
Zagreb i Zagrebačka županija	21.550	2155	1	2.155
Sjeverna Hrvatska	11.828	1182	1	1.182
Lika, Kordun, Banovina	2.048	204	1	204
Ukupno I krug	*35.426*	*3.543*		*3.541*
Slavonija	11.902	1.190	2	2.380
Istra, Hrvatsko primorje, Gorski kotar	18.095	1.809	2	3.618
Dalmacija	9.729	972	2	1.944
Ukupno II krug	*39.726*	*3.672*		*7.942*
SVEUKUPNO	96.624	9.362		13.630

**Temeljeno na 10% ukupnih dolazaka u SMŽ*

Izvor: Izračun temeljem na istraživanju „Turistička aktivnost domaćeg stanovništva 2012“

Temeljem sličnih pretpostavki, jednodnevna potražnja domaćeg stanovništva procijenjena je na 42 tisuće dolazaka u 2020. godini (tablica 5.2.2). Ova se potražnja većim dijelom crpi iz matične županije, grada Zagreba i Zagrebačke županije, no procjena za prvi i drugi krug zasnovana je na vrlo skromnom udjelu Petrinje te pretpostavci da neće biti porasta u apsolutnom broju jednodnevnih turističkih dolazaka u županiju, uzimajući u obzir stagnirajuće gospodarstvo te relativno visoku stopu nezaposlenosti čime se smanjuje ukupni raspoloživi prihodi domaćinstva. Nešto veći rast jednodnevne potražnje očekuje se iz Zagreba, s obzirom na veću koncentraciju dobrostojećeg stanovništva u odnosu na ostatak Hrvatske kao i na činjenicu da će, uvođenjem novih proizvoda i sadržaja, grad Petrinja predstavljati dobrodošlu novinu u ponudi jednodnevnih i kratkih putovanja, a blizina Petrinje kombinirana s motivom otkrivanja novog i nepoznatog, smanjuje ukupne troškove ovakvog putovanja.

Tablica 5.2.2.
Potencijalna jednodnevna turistička potražnja domaćeg stanovništva u 2020.

Regije polazišta	Jednodnevna putovanja u SMŽ	Očekivani broj turističkih dolazaka u Petrinju	
		Udio dolazaka u Petrinju (%)	Ukupno dolasci*
Sisačko-moslavačka županija	83.237	15	12.485
Zagreb i Zagrebačka županija	168.090	15	25.213
Sjeverna Hrvatska	13.615	10	1.360
Lika, Kordun, Banovina	9.228	10	1.000
Ukupno I krug	*190.933*		*27.573*
Slavonija	6.815	5	400
Istra, Hrvatsko primorje, Gorski kotar	17.565	5	800
Dalmacija	13.582	5	650
Ukupno II krug	*37.692*		*1.850*
SVEUKUPNO	**311.862**		**41.800**

Izvor: Izračun temeljem na istraživanju „Turistička aktivnost domaćeg stanovništva 2012“

5.3. Potražnja prema aktivnostima

Resursna osnova grada Petrinje izrazito je pogodna za razvoj turizma posebnih interesa. Potražnja za turizmom posebnih interesa u kontinuiranom je porastu zadnjih 20-tak godina. Uglavnom ju generiraju iskusni turisti, više platežne moći, s izraženim hobijima i višim kulturnim kapitalom, pa je ova potražnja stabilnija u kriznim vremenima, osobito ako je kriza ekonomske prirode. Ipak, iskusni i dobrostojeći turisti istovremeno su i zahtjevni potrošači koji imaju jasno izražena očekivanja.

Međutim, isto tako valja naglasiti i da je ponuda proizvoda turizma posebnih interesa sve veća i konkurentnija te da u mnogim segmentima, poput kulturnog turizma, nadmašuje potražnju. Naime, brojne već tržišno etablirane turističke destinacije nastoje diversificirati svoj turistički proizvod uvođenjem raspona aktivnosti i doživljaja koje apeliraju širim tržišnim segmentima, najčešće u želji da produlje sezonu i boravak. Istovremeno, još je veći broj destinacija koje, suočene sa stagnacijom tradicionalnih ekonomskih aktivnosti, rješenje nalaze u razvoju turizma te ulaganjem u razvoj proizvoda, osobito privlačnim tržištu posebnih interesa, nastoje potaknuti turističku potražnju. Uspjeh ove strategije ovisi o tome u kojoj mjeri su proizvodi osmišljeni u skladu s očekivanjima zahtjevnog tržišta posebnih interesa.

Trendovi potražnje za turizmom posebnih interesa, osobito sve izraženiji interes za gradski i kulturni turizam kombinirani sa sve većim brojem turista koji preferiraju upoznavati turistički neotkrivena odredišta, stavljaju turistički razvoj Petrinje u relativno povoljan položaj. Istodobno, Petrinja je u početnoj fazi turističkog razvoja s relativno slabo razvijenim turističkim proizvodima što joj omogućuje da, od samog početka, razvija proizvode u skladu s tržišnim trendovima te, sukladno tome, jasno se pozicionira na turističkom tržištu. Ipak, u takvim okolnostima postoji opasnost da se, uslijed relativno slabog iskustva u turističkom poslovanju, te nerazumijevanja suvremenih zakonitosti razvoja i komercijalizacije proizvoda namijenjenih zadovoljenju potreba onih koji putuju motivirani posebnim interesima, osmišljavaju tržištu neprimjereni proizvodi koji neće polučiti zadovoljavajuće rezultate.

Imajući na umu ovakvo stanje, u nastavku je pregled tržišta posebnih interesa koje resursno-atrakcijska osnova grada Petrinje može podržati, u većoj ili manjoj mjeri. Za svaki od mogućih proizvoda iznose se prvo kvantitativni pokazatelji kako globalni, tako i za Hrvatsku gdje je to moguće, a potom i kvalitativne značajke svakog proizvoda. Dok kvantitativni pokazatelji upućuju na veličinu tržišta, kvalitativni pokazatelji neophodni su za kreiranje odgovarajućeg proizvoda (paketa proizvoda) u skladu sa zahtjevima pojedenih segmenata ili pod-segmenata tržišta posebnih interesa. Kvalitativni pokazatelji odnose se na psihološki profil, motivaciju, kriterije pri odabiru destinacije i slično.

Konačno, za svaki od mogućih proizvoda specijalnih interesa donosi se sumarna tablica koja sadrži: a) procjenu tržišnog potencijala (ukupna globalna i/ili Hrvatska potražnja za pojedinim proizvodom), b) procjenu potencijala za razvoj na području Petrinje s obzirom na resursnu osnovu, c) izvor potencijalne potražnje, te d) ključne faktore uspjeha koje svaki proizvod mora zadovoljiti kako bi se polučio tržišni uspjeh.

Gradski turizam temeljen na baštini

Sam grad Petrinja može privući segment turističke potražnje zainteresiran za posjet gradovima. Ova je potražnja velika i u porastu uslijed sve izraženijeg trenda češćih, ali kraćih putovanja. Na turističkom tržištu razlikuju se gradovi baštine, u koje se može uvrstiti i Petrinja, gradovi kulture, gradovi zabave i poslovna središta, a mogu biti i njihova međusobna kombinacija. Gradovi mogu biti glavna odredišta putovanja ili usputni zaustavni punktovi. Objekti interesa turista u gradovima uglavnom su različiti kulturno-povijesni spomenici temeljeni na povijesnoj baštini i suvremenim tekovinama, od muzeja i galerija, do zbivanja umjetničkog, zabavnog, gospodarskog i drugog značaja, pri čemu se misli na kulturne i zabavne priredbe, kongrese i sajmove i sl. Stoga je u manjim gradovima gradski turizam često prepleten s turizmom baštine i turizmom događanja.

Turizam baštine obuhvaća posjete kulturno-povijesnim spomenicima i atrakcijama, a najprivlačniji je starijim putnicima, češće ženama, koje motivira potraga za dalekom prošlošću koju često romantiziraju, a s obzirom na turističku resursno-atrakcijsku osnovu ono je primarno tržište za područje grada Petrinje. Turizam događanja podrazumijeva putovanja motivirana prisustvovanjem događanjima, poput festivala, folklornih smotri, eno-gastro događanja, i sl. Kada je riječ o događanjima koji slave lokalne običaje i tradiciju onda ona privlače isti profil posjetitelja kao i turizam baštine, no suvremena kulturna događanja privlače češće mlađe posjetitelje. Najčešći posjetitelji većini kulturno-povijesnih znamenitosti i događanja su oni koji destinaciju svog putovanja ne biraju na osnovi kulturne ponude, ali će ju konzumirati ako je ona dostupna u destinaciji. Dakle, uglavnom je riječ o usputnim kulturnim turistima, koji kulturna iskustva doživljavaju površno, iako im je kulturna ponuda donekle važna u odabiru destinacije putovanja. Ova je grupa privučena lako dostupnim atrakcijama na glavnim rutama koje ne zahtijevaju veliki intelektualni ili emocionalni napor da bi ih razumjeli[20].

Zbog heterogenosti gradova i različitih načina praćenja volumena i glavnih obilježja gradskog turizma, izuzetno je teško detektirati jasne trendove potražnje za proizvodima gradskog turizma temeljenu na baštini i događanjima. Ipak,

[20] *McKercher i du Cros (2002) Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management. New York: Hayworth Hospitality Pres.s*

gotovo sva istraživanja upućuju na sljedeća obilježja vezana uz profil, motivaciju i aktivnosti posjetitelja gradova[21, 22]:

- posjetitelji gradova su nadprosječno obrazovani, u menadžerskim ili stručnim zvanjima, te samim time i nadprosječnih prihoda;
- najvažnija motivacija za posjet gradovima je kultura, iako posjetitelji gradova sami sebe ne doživljaju kao 'kulturne turiste';
- kulturna događanja manje su važna u cjelokupnoj ponudi gradova, najčešće uslijed problema vezanih uz pravovremene informacije i rezervacije te jezične barijere u slučaju stranih posjetitelja;
- dok mlađi posjetitelji u gradove dolaze zbog zabavnih i sportskih sadržaja, stariji posjetitelji privučeni su razgledanjem kulturnih atrakcija, muzejima i galerijama te raznim kulturnim priredbama;
- najvažniji izvor informacija za putovanja u gradove su osobna preporuka prijatelja i/ili rođaka, iako utjecaj Interneta postaje sve važniji, a nerijetko se koriste tiskani turistički vodiči i magazini;
- iako tržištem gradskog turizma uglavnom dominiraju veliki gradovi, sve popularnija postaju manji gradovi odnosno gradovi koji se još nisu etablirali na turističkom tržištu pri čemu posjetitelje temelje odabir na cjelokupnoj atraktivnosti grada, kulturnoj baštini i mogućnosti za zabavu.

Prema svojim obilježjima, Petrinja bi mogla biti interesantna segmentu koji gradove posjećuju zbog njihove kulturne baštine, oplemenjene povremenim kulturnim, zabavnim i sportskim događanjima. Za Petrinju, razvijanje gradskog turizma bio bi ujedno i pokretač revitalizacije gradske jezgre koja je umrtvljena sporom obnovom kao i izgradnjom atraktivnih trgovačkih sadržaja na njezinoj periferiji. Osuvremenjivanje infrastrukture, uređenje i oživljavanje gradske jezgre potaknuto željom za turističkim razvojem ujedno bi učinilo Petrinju ugodnijim mjestom za život njezinih stanovnika te bi unaprijedilo imidž grada uslijed čega bi se privukao dio danas raseljenih stanovnika Petrinje, zadržali mlađi i obrazovaniji te, u konačnici, lakše privukli investitori.

Pri tome, u Hrvatskoj kao i u cijeloj Europi je najveća konkurencija na tržištu gradova baštine dok ovi gradovi, istovremeno, nude najmanje inovativne turističke proizvode, uglavnom se oslanjajući na privlačnu snagu svojih uređenih gradskih jezgri. Da bi gradovi baštine opstali na sve konkurentnijem tržištu gradskog turizma potrebno je inovirati ponudu temeljem jedinstvenog tematiziranja. Valja ih tržišno diferencirati, a za većinu manjih gradova to znači naglašavati 'mirniji' način života i povezati se s atrakcijama u širem okruženju kako bi se privukli oni koji žele posjećivati gradove ali boraviti u ruralnom

[21] Izvještaj broj N° 2005 / 1 "City tourism & culture: the European experience" kojeg su sastavili LAgroup & Interarts 2005. za European Travel Comission i UN-WTO.
[22] Eurobarometar (2010), Survey on the attitudes of Europeans towards tourism
Wave 2 (Flash EB Series #291) koje je proveo Gallup, Mađarska na zahtjev Opće uprave za poduzetništvo i industriju Europske Unije)

okruženju i obratno. Mirniji način života u gradu može se komplimentirati raznim kreativnim kulturnim programima, ali ti programi moraju biti u skladu s dominantnom temom koju grad želi promovirati.

Tablica 5.4.
Potencijal gradskog turizma/turizma baštine i faktori uspjeha proizvoda u Petrinji

Karakteristike	Potencijal/faktori uspjeha
Tržišni potencijal	• visok
Potencijal za razvoj proizvoda u Petrinji	• srednji
Potencijalna tržišta	• lokalno • regionalno • stariji posjetitelji • obitelji s djecom • ekskurzije
Faktori uspjeha proizvoda	• tematiziranje i kreativno pakiranje proizvoda • stvaranje atmosfere u gradskoj jezgri • bogaćenje dominantne teme kompatibilnim događanjima • sukladno glavnim temama razvijanje popratnih sadržaja – trgovine, gastronomija • uvezivanje prostorno disperzirane kulturne atrakcije tematskom rutom • povezivanje tematske rute s komercijalnim turističkim sadržajima kako bi se posjetiteljima osigurao komfor, a turističkom sektoru ekonomska dobit

Ruralni turizam

S obzirom na to da je područje grada Petrinje uglavnom ruralnog karaktera, potencijal za razvoj ima i ruralni turizam. Polazeći od osnovne definicije ruralnog turizma prihvaćene u našoj zemlji, kojom se ruralni turizam definira kao turizam koji se odvija u ruralnom području[23] te uključuje različite aktivnosti povezane s boravkom u prirodi.

Iako se ni na globalnoj, niti na europskoj razini, pokazatelji potražnje za turizmom u ruralnim područjima sustavno još uvijek ne prate, prema informacijama dostupnim iz određenog broja relativno recentno provedenih istraživanja, valja očekivati sve veći rast potražnje za ovom vrstom turističke aktivnosti. Tako npr. studija ruralne turističke potražnje, provedena 2006. godine u Njemačkoj, našem najvećem emitivnom tržištu, estimirala je da je u razdoblju od 2007. do 2009. godine 7 milijuna stanovnika Njemačke (11%) definitivno planiralo odmor u ruralnom području, dok je dodatnih 8 milijuna (12%) ozbiljno razmatralo mogućnost ovakvog odmora[24]. Ipak, potražnju za

[23] Kušen, E. (2006). Ruralni turizam. Zagreb: Institut za turizam. Pp. 167-190.
[24] Winkler, K. (2007). New trends in tourism demand and their implications for rural tourism: The case of the German source market. Institute for Tourism and Recreational Research in Northern Europe

ruralnim turizmom, u većini slučajeva, generiraju uglavnom domaći turisti, iako se primjećuje da ruralne destinacije privlače i sve veći broj stranih posjetitelja[25]. Veličina domaćeg tržišta ruralnog turizma nije poznata, no prema istraživanjima Instituta za turizam, ona bi mogla biti značajna. Naime, istraživanje u svrhu utvrđivanja potencijala turizma vina Slavonskih vinogorja[26], pokazalo je da oko 450.000 stanovnika gradova iznad 10.000 stanovnika putuje izvan glavnih ljetnih godišnjih. Velika većina, odnosno njih 97% imaju želju putovati u Slavoniju, pri čemu bi njih oko 57 posto najradije odsjelo na seoskom gospodarstvu, 10 posto u manjem, elegantnom hotelu te oko 8 posto u iznajmljenoj kući ili vikendici.

Iako turizam na ruralnim područjima ima svoje korijene još s početka prošlog stoljeća, svoj pravi procvat doživio je unazad posljednjih nekoliko godina, uslijed simultanog djelovanja nekoliko činitelja koji će, očekuje se, nastaviti poticati rast potražnje za njim i u budućnosti:

- naturofilija (naturphilia) – povratak prirodi pojavio se kao sve izraženiji trend u industrijaliziranim zemljama, osobito povezano sa simultanom pojavom potrebe za zaštitom prirode. Priroda i njezina očuvanost postale su pozitivne i sveprisutne vrijednosti, pa njezina zaštita predstavlja integralni dio turističkog razvoja. Prirodno, ove su se vrijednosti proširile i na život u ruralnom području, a glavni konzumenti idealiziranog ruralnog okružja su upravo stanovnici velikih urbanih centara,
- kulturne promjene u kojima je kvaliteta slobodnog vremena, odnosno njegovog provođenja, definirana kroz turističke doživljaje, značajno doprinose kulturnom razvoju kao i zaštiti prirodne i kulturne baštine.
- izgubljena veza s ruralnim prostorom – dok je, barem u zapadnoj Europi, još pred 40-tak godina gotovo svaki stanovnik grada imao neke obiteljske veze s ruralnim prostorom, ove se veze do 1990-tih gotovo potpuno izgubljene. S druge strane, sve je učestalija pojava tvz. urbanih poduzetnika i umirovljenih stanovnika gradova koji investiraju u nekretnine u ruralnom ambijentu, pretvarajući ih, ili u vlastiti drugi dom, ili u objekte za iznajmljivanje gostima. Obrazovani i kulturno osviješteni, ovi poduzetnici razumiju tržište koje opslužuju.
- konačno, transport, komunikacijska tehnologija i smanjenje političkih i ekonomskih barijera učinilo je sve veći broj ruralnih destinacija lako i brzo dostupnima.

Turisti koji odmor provode u ruralnim područjima su dobro obrazovane osobe mlađe i srednje dobi, prosječnih ili nadprosječnih prihoda. Odabir odmora u ruralnom području čini im se kao dobro rješenje za bijeg od svakodnevne,

[25] England Research (2005). Rural and farm tourism report.
[26] Institut za turizam (2007): Turizam vina: Kutjevo – Baranja – Erdut – Ilok. Zagreb. Institut za turizam. (Istraživanje je obuhvatilo stanovnike gradova iznad 10.000 stanovnika koji su u posljednje dvije godine putovali radi provođenja odmora izvan klasičnog ljetovanja na moru. Ukupna populacija istraživanja bila je 1.657.000 stanovnika od kojih 28,8% je u posljednje dvije godine putovalo radi provođenja odmora izvan klasičnog ljetovanja na moru. Stoga je ukupna populacija na koju se odnosi ovo istraživanje iznosila 451.259 stanovnika.)

monotone rutine gradskog života i sve izraženijeg stresa na radnom mjestu[27.] Ovo je tržište heterogeno. U suštini, mogu se razlikovati dva osnovna tipa: turisti kojima je glavna atrakcija ruralnog turizma seoski način života i kulturna tradicija, kao i turisti koji glavni užitak crpe iz boravka u prirodi i bavljenja raznim vrstama fizičkih aktivnosti. Ipak, uslijed različitosti psiholoških potreba koje boravak u ruralnom prostoru zadovoljava, različitosti aktivnosti i doživljaja na raspolaganju u ruralnom prostoru kao i različitim oblicima odmora koje ruralni prostor nudi, potrebno je detaljnije segmentirati tržište turizma u ruralnom prostoru. Moguće je razlikovati pet segmenata turista:

- obiteljski orijentirani ruralni turisti (oko 30% potražnje) – žele se dobro provesti sa svojom obitelji, pri čemu su im važni kvalitetni sadržaji za djecu. Samostalno organiziraju putovanje, fleksibilni su, ali preferiraju da su relativno blizu mjesta stalnog boravka.
- ruralni turisti u potrazi za opuštanjem (oko 25% potražnje) – traže mir i odmor, samostalno organiziraju svoje putovanje, na putu su fleksibilni. Ne zanimaju ih gotovo nikakve napornije aktivnosti, osobito one vezane uz seoski način života i kulturu.
- aktivni ruralni turisti (oko 17% potražnje) – aktivni su i vole kako aktivnosti na otvorenom, tako i kulturne aktivnosti (posjet kulturnim atrakcijama), ali ih ne zanima pretjerano seoski način života. Važna im je cijena i ne vole putovati daleko. Uglavnom putuju bez djece i/ili nemaju djece, stariji su od 30 godina i fakultetski obrazovani. Smještaj traže i rezerviraju putem Interneta.
- turisti u potrazi za ruralnim načinom života (oko 15% potražnje) – jedini tržišni pod-segment kojeg zanimaju seoske aktivnosti, tradicionalna hrana i kontakt s lokalnim stanovnicima.
- turisti koji samo žele smještaj u ruralnom području (11% potražnje) – provođenje odmora s prijateljima je njihova glavna motivacija, te ih ne zanima niti jedna od aktivnosti vezanih za turizam u ruralnom području.

Za ruralno područje grada Petrinje potencijalno je interesantni pod-segmenti turisti koji glavni užitak crpe iz boravka u prirodi i bavljenja raznim vrstama fizičkih aktivnosti koji vole kako aktivnosti na otvorenom, tako i kulturne aktivnosti (posjet kulturnim atrakcijama), ali ih ne zanima pretjerano seoski način života. Važno je osvijestiti potencijalne poduzetnike da je ustaljeno poistovjećivanje ruralnog turizam s uslugom smještaja i razgleda imanja uz kušanje domaćih proizvoda, predstavlja razvojni model koji je zastario u današnjim uvjetima.

[27] Knowd, I. (2001). Rural tourism: Panacea and paradox. Working paper. University of Western Sydney.

Tablica 5.4.
Potencijal ruralnog turizma i faktori uspjeha proizvoda u Petrinji

Karakteristike	Potencijal/faktori uspjeha
Tržišni potencijal	• visok
Potencijal za razvoj proizvoda u Petrinji	• visok
Potencijalna tržišta	• regionalno • obitelji s djecom • srednje i starije životne dobi bez djece • ekskurzije
Faktori uspjeha proizvoda	• integriran razvoj turističkih proizvoda i doživljaja koji podrazumijeva tematizaciju i specijalizaciju oko centralnih tema ruralnog života: ○ uživanje u prirodi/aktivnosti u prirodi ○ obilazak šire okolice ○ interakcija s domaćinima ○ upoznavanje lokalne tradicije ○ sudjelovanje u lokalnim svetkovinama • visoka kvaliteta svih elemenata integriranog proizvoda ruralnog turizma

Tržište mototurizma (engl. self-drive tourism)

Automobil/motor daje gotovo neograničenu slobodu putovanja te je i danas najomiljenije transportno sredstvo za turistička putovanja. Tijekom zadnjih desetak godina pojavljuju se brojne inicijative etabliranja tematskih turističkih putova i ruta - trend na kojem je turistička zajednica grada već počela kapitalizirati - koji odgovaraju rastućoj potražnji za slobodnim i samostalno organiziranim turističkim doživljajem.

Ovi posjetitelji su uglavnom starije životne dobi (50 plus), a putuju s partnerom i/ili prijateljima. Sa starenjem populacije kako u Europi tako i u našoj zemlji očekuje se rastuća potražnja za ovom vrstom turističkog doživljaja.

Motivacija ovog segmenta tržišta u najvećoj je mjeri potraga za osjećajem slobode i neovisnosti te spontanosti, jer uglavnom prema vlastitom nahođenju i raspoloženju odlučuju što posjetiti i raditi te koliko se dugo zadržati na određenom mjestu. Stoga žele maksimalnu fleksibilnost tijekom putovanja, a cilj je samo putovanje koje je jednako važno kao i odredište. Kroz poduzimanje ovakvih putovanja grade određeni društveni identitet osoba koje su prijateljske i druželjubive, interesantne i aktivne te egalitarijanski nastrojene.

Za ovaj segment, doživljaj počinje samim činom planiranja putovanja – 80 posto prvo bira destinacije, a 60 posto radi tentativni plan puta prije polaska. Stoga, da bi se privukao ovaj segment, promocija je od neprikosnovene važnosti. Tijekom planiranja puta koriste više informacija od bilo kojeg drugo segmenta – Internet, karte, brošure, nerijetko, i informacije koje dobivaju od auto-moto udruženja.

Mototuristi ovise o kvaliteti informacija uzduž puta. Stoga su lokalni centri za posjetitelje kritični u formiranju doživljaja te imaju odlučujuću ulogu na donošenja odluka o smještaju, duljini boravka i posjeti određenim atrakcijama. Signalizacija je važna jer daje osjećaj sigurnosti, kao i karte koje moraju biti jasne i precizne. Osjećaj izgubljenosti dovodi i do osjećaja gubljenja vremena te stvara frustriranog i nezadovoljnog korisnika. Zaustavljaju se na odmorištima te čitaju info-ploče ako su tamo postavljenje, međutim informacije na ovim pločama imaju malo utjecaja na njihove odluke o daljem tijeku putovanja. Većina posjetitelja, osobito ako su na duljem putovanju, žele napraviti kružno putovanje – odnosno želi se voziti natrag drugom rutom od one kojom su došli. Izbor alternativna ruta, pa čak i kada je ona duplo duža, proporcionalan je broju atrakcija koje se na njoj nalaze.

Za područje grada Petrinje ovo je izuzetno važan segment potražnje s obzirom na njegov izuzetno povoljan geoprometni položaj. Istodobno, destinacije gotovo cijele Sisačko-moslavačke županije su turistički neotkrivene, a posjetitelji koji se po prvi puta nađu u relativno nepoznatom kraju te, osobito ako dolaze iz udaljenih krajeva, žele prvo upoznati kraj i njegove destinacije. Konačno, cijelo područje Petrinje je izuzetno pitoreskno područje s brojnim potencijalnim turističkim atrakcijama i sadržajima, ali s relativno malo atrakcija nacionalnog karaktera koje se, jedino uvezivanjem u integriranu turističku rutu, mogu pretvoriti u atrakciju višeg reda.

Tablica 5.5.
Potencijal mototurizma i faktori uspjeha proizvoda u Petrinji

Karakteristike	Potencijal/faktori uspjeha
Tržišni potencijal	• visok
Potencijal za razvoj proizvoda	• srednji
Potencijalna tržišta	• nacionalno • stariji posjetitelji
Faktori uspjeha proizvoda	• tematizirati sustav informacija o ponudi te pružiti dovoljno informacija na jednom mjestu, za učinkovito planiranje putovanja • sustavno prezentirati aktivnosti i sadržaje kako bi se stvorio osjećaj anticipacije, odnosno radovanja putovanju te istovremeno dao osjećaj sigurnosti potencijalnim posjetiteljima da dolaze u turistički dobro organizirano područje, • osigurati kvalitetu i konzistentnost usluge čime se dopunjava uživanje u putovanju, pa samim time, i zadovoljstvo putovanjem • povezati rutu s komercijalnim turističkim sadržajima kako bi se posjetiteljima osigurao komfor, a turističkom sektoru ekonomska dobit

Ostali proizvodi temeljeni na atrakcijskoj osnovi grada Petrinje

Pored ova tri glavna proizvoda – gradskog turizma temeljenog na baštini, ruralnog turizma i moto-turizma, turistička atrakcijska osnova grada Petrinje

pruža mogućnosti za razvoj dodatnih tzv. parcijalnih proizvoda destinacije Petrinje. Pri tome, parcijalni turistički proizvod destinacije definiramo, u kontekstu turističkog razvoja područja grada Petrinje, onim proizvodom čija skromna atrakcijska osnova ne omogućava njegov značajniji autonomni razvoj, već on kao proizvod komplimentira ova tri osnovna proizvoda.

Industrijski turizam

Industrijski turizam pokreću industrijski aktivne atrakcije koje nisu primarno usmjerene na turizam. Riječ je o proizvodnji dobara i/ili usluga koje su zanimljive za promatranje, posebice iz edukativnog aspekta. Turisti obično ne sudjeluju u proizvodnom procesu. Moguće je razlikovati industrijski turizam koji podrazumijeva suvremene procese rada, strojeva, alata i same proizvodnje te turizam industrijske baštine koji predstavlja zastarjele oblike rada, strojeva, alata i cjelokupnog načina proizvodnje. Naravno, ukoliko postoje mogućnosti tj. tradicija u proizvodnji, zanimljivo je ponuditi oba oblika što se postiže kroz otvaranje muzeja u kojem se prikazuju raniji načini proizvodnje s mogućnošću posjeta suvremenim postrojenjima.

Iako ne postoje egzaktni podaci i broju 'konzumenata' ovog turističkog proizvoda neke statistike govore o oko 10 milijuna godišnje u industrijskim turističkim atrakcijama u Francuskoj i 5 milijuna u Velikoj Britaniji. Međutim, potražnja za njima raste posebice s trendom pomaka pasivnog odmora prema aktivnom. Tome dodatno pridonosi činjenica da su danas, uslijed ekonomije temeljene na znanju i uslugama, ljudi sve više odvojeni od proizvodnog procesa te da mlađe generacije imaju rijetko priliku vidjeti proizvodne procese. Starijima generacijama je opet zanimljivo vidjeti pogone koje im mogu vratiti sjećanja na njihovu mladost.

Tablica 5.3.1.
Potencijal industrijskog turizma i faktori uspjeha proizvoda u Petrinji

Karakteristike	Potencijal/faktori uspjeha
Tržišni potencijal	• visok
Potencijal za razvoj proizvoda	• srednji
Potencijalna tržišta	• nacionalno • međunarodno • stariji posjetitelji • obitelji s djecom
Faktori uspjeha proizvoda	• prepoznatost posjetiteljske strane poslovanja od strane menadžera industrijskih pogona • vođenje obilaska pogona na zanimljiv način (priče, legende, unapređenja, specifičnosti) • briga o sigurnosti posjetitelja (platforme za promatranje) • centar za posjetitelje (mogućnost kušnje i kupnje) • interaktivni sadržaji

Turizam vina

Konzumacija vina kao i znanje o vinima sve je važniji dio životnog stila dobrostojeće 'baby boom' generacije (rođeni između 1945 i 1960 godine), pa taj segment kreira potražnju za posjetom vinarijama i tijekom putovanja. Tako je u zadnjih desetak godina turizam vina postao sve popularniji oblik turizma specijalnog interesa, a petrinjsko vinogorje, osobito imajući na umu entuzijazam članova Petrinjske udruge vinogradara i voćara, nudi određene mogućnosti njegovog razvoja.

Za hrvatska vinogorja domaći posjetitelji su najvažniji izvor potražnje. Na temelju istraživanja o potencijalima turizma vina[28], gotovo 41 tisuća ili 9% građana putuje je s ciljem posjeta vinariji ili vinogradarskom području. Iako se ovaj postotak može činiti velik, valja imati na umu da bi ovaj broj realističan s obzirom da 26 posto (117 tisuća) stanovnika ima svoju vlastitu kolekciju vina, od toga 24 posto (29 tisuća) ima kolekciju veću od 50 butelja. Broj vinom privučenih posjetitelja značajno je veći – oko trećine posjećuje vinarije i vinske ceste, a petina događanja na temu vina. Tržite za lokalna vina i prehrambene proizvode još je veće – oko 60 posto je tijekom ovih putovanja kupovalo lokalna vina i specijalitete. Ipak, manja vinogorja poput petrinjskog nisu u mentalnoj mapi potencijalnih turista motiviranih vinom, već ponajviše dalmatinska, slavonska i baranjska, koja su se već etablirala na tržištu. S malom površinom petrinjskog vinogorja te izrazito jakom konkurencijom, turizam vina ne bi trebalo sagledavati kao poseban već komplementaran turistički proizvod, jer bi tek za 12% populacije ponuda turizma vina učinila ove destinacije turistički atraktivnijima i to osobito paket aranžmani koji uključuju smještaj i posjet vinarijama te događanja na temu lokalne gastronomije, na čemu sam grad može kapitalizirati.

Tablica 5.3.2.
Potencijal turizma vina i faktori uspjeha u Petrinji

Karakteristike	Potencijal/faktori uspjeha
Tržišni potencijal	• srednji
Potencijal za razvoj proizvoda	• srednji
Potencijalna tržišta	• regionalno • stariji posjetitelji • generacija 50+
Faktori uspjeha proizvoda	• dobra povezanost proizvođača i tematizirane staze • kvalitetna turistička signalizacija i interpretacija • dobra prezentacija (edukacija) i organizirana mjesta za kušanje i kupnju

[28] *Institut za turizam (2007): Turizam vina: Kutjevo – Baranja – Erdut – Ilok. Zagreb. Institut za turizam.*

Promatranje ptica i ostalog životinjskog svijeta

Promatranje ptica kao turistička aktivnost u zadnjih 30-ak godina evoluirala je iz sporadične i neorganizirane u značajnu i dobro organiziranu turističku aktivnost. Za ilustraciju, procjenjuje se da 46 milijuna stanovnika SAD-a promatra ptice, a 18,6 milijuna putuje kako bi ih promatralo[29]. Kako bi promatralo ptice putuje i oko 2,2 milijuna Kanađana[30], a u Velikoj Britaniji broj promatrača ptica procjenjuje se na oko 2 milijuna[31]. Odgovarajući na ovu potražnju, pojavili su se i specijalizirani turoperatori pa tako danas ovim tržištem dominira desetak turoperatora, s time da podataka o tome koji od njih djeluju u Hrvatskoj nema. Promatrači ptica uglavnom su osobe srednje i starije životne dobi, visokoobrazovane i nadprosječnih prihoda. Ponudu istražuju do u detalje, koriste veliki broj izvora informacija i vrlo se snažno oslanjaju na preporuke prijatelja i ostalih promatrača ptica. Oni ujedno dosta traže i koriste interpretativne materijale i stoga inzistiraju na njihovoj informativnosti i kvaliteti, posebice sadržaja i prezentacije. Oni očekuju razumno komforni smještaj i vrlo stručne vodiče. Promatrači s općenitim interesom za ptice čine većinu promatrača ptica i njih primarno privlači boravak i rekreacija u prirodi, dok im promatranje ptica čini usputnu aktivnost. Prepoznaju mali broj ptica jer im to nije osnovni interes, ali su zainteresirani za edukativne programe o prirodi. Privlače ih one destinacije koje osim prirode i ptica imaju kulturno-povijesne znamenitosti i gdje se mogu posjetiti slikovita naselja te kupiti autohtoni lokalni proizvodi. Često ih privlače područja gdje se mogu kupati i baviti sportskim ribolovom[32]. Promatranje ostalog životinjskog svijeta nije sustavno istraživano, iako se pojavljuje sve izraženiji trend za promatranjem divljih životinja u njihovom prirodnom okruženju, čemu svjedoči i sve veća popularnost tzv. foto-safarija. Može se pretpostaviti da su promatrači ostalog životinjskog svijeta sličnih značajki i zahtjeva kao i promatrači ptica te su zakonitosti koje vrijede za razvoj proizvoda promatranja ptica jednako primjenjivi i na osmišljavanje doživljaja promatranja divljih životinja.

[29] *US Fish and Wildlife Service 2002*
[30] *Canadian Tourism Commission n/d*
[31] *Scottish Natural Heritage 2005*
[32] *Scott, D., Thigpen, J. (2003) Understanding the birder as tourist: Segmenting vistitors to the Texas Hummer/Bird celebration. Human Dimension of Wildlife. 8:199-218.*

Tablica 5.3.3.
Potencijal promatranja ptica i ostalog životinjskog svijeta i faktori uspjeha u Petrinji

Karakteristike	Potencijal/faktori uspjeha
Tržišni potencijal	• srednji
Potencijal za razvoj proizvoda	• srednji
Potencijalna tržišta	• nacionalno • obitelji s djecom • generacija 50+
Faktori uspjeha proizvoda	• dobre infrastrukturne elemente koji uključuju promatračnice, signalizaciju i interpretacijske ploče, pristupe i staze koji će u najmanjoj mjeri 'smetati' pticama i koji će biti usuglašeni sa ukupnom zaštitom okoliša • dobre educirane lokalne vodiče koji će znati predstaviti sve specifičnosti podneblja kao i vrijednosti i posebitosti šire regije • smještaj i hranu koja se temelji na autohtonim vrijednostima i ambijentu • kvalitetne tiskane promocijske materijale kao i dobro promociju putem Interneta

Lov

U zemljama Europske Unije, Švicarskoj i Norveškoj zabilježeno je oko 6,4 milijuna lovaca, s najvećim brojem u Francuskoj (1,7 milijun), za kojom slijede Italija i Španjolska (oko 1 milijun), Velika Britanija (625.000), Njemačka, Finska i Švedska (oko 300.000 u svakoj) i Austrija (110.000). Procjenjuje se da je između 20 i 30% posto ovih lovaca ostvaruje lovom-motivirana turistička putovanja. Premda procjene variraju, na lovom motivirano putovanje se potroši oko EUR 1.200 po osobi po putovanju. Procjenjuje se da u Hrvatskoj ima oko 50.000 lovaca organiziranih u 850 lovačkih društava. Oko 10.000 inozemnih lovaca dolazi godišnje u Hrvatsku, većinom privučeni natjecanjima. Hrvatski lovni tereni privlače većinom Talijane i Austrijance, a zadnjih godina i Skandinavce. Vole se okušati u novim destinacijama i novim vrstama lova. Uživaju u svojim postignućima te stoga prednost daju destinacijama gdje je vjerojatniji uspjeh u lovu. Iako je opća karakteristika da puno troše, važna im je vrijednost za novac. Pri biranju destinacije, najvažniji činitelji su: vrste divljači, atraktivnost okoliša i vjerojatnost za uspješan lov. Osim toga, lovci uživaju u promatranju prirode, odmoru i druženju. Preferiraju boravak u lovačkim kućama, smještaj u seoskim domaćinstvima ili obiteljskim pansionima.

Lovci najčešće samostalno organiziraju put uz pomoć prijatelja i prema preporukama, premda sve više kupuju all-inclusive pakete za udaljene ili nepoznate destinacije. Lovno je tržište karakterizirano malim, samostalnim putničkim agencijama koje se oglašavaju većinom u oglasnicima specijaliziranih

časopisa. All-inclusive paketi nude prijevoz, izbor smještaja, objede na terenu, večeru i vodiča i dodatne usluge kao što su dozvole ili najam vatrenog oružja. Ti se paketi lovcima nude ili kao luksuzna putovanja s trofejima i velikom mogućnosti za uspješan lov, ili se ističe pustolovni i fizički izazov, ili se nude paketi za obiteljski odmor u kombinaciji s lovom. Faktori uspjeha ovog proizvoda, osim ciljanog marketinga, uključuju razvoj paket-aranžmana koji uključuju cjelovitu uslugu (vodiči, razne opcije smještaja, catering i osvježenje, iznajmljivanje oružja) te, sve učestalije, prilagođavanje proizvoda širem rasponu lovaca – od onih koji putuju isključivo motivirani lovom do onih koji žele kombinirati lov s obiteljskim putovanjem.

Tablica 5.3.4.
Potencijal lova i faktori uspjeha u Petrinji

Karakteristike	**Potencijal/faktori uspjeha**
Tržišni potencijal	• srednji
Potencijal za razvoj proizvoda	• srednji
Potencijalna tržišta	• nacionalno • obitelji s djecom • generacija 50+
Faktori uspjeha proizvoda	• bogatstvo životinjskog svijeta • kvalitetan smještaj • ugostiteljski sadržaji • ekološku očuvanost • mogućnost priprema vlastitog uloga

Sportski ribolov

Sportski ribolov jedan je od najpopularnijih oblika rekreacije, s obzirom da se radi o pasivnoj aktivnosti koja u većini slučajeva ne traži velika ulaganja u opremu. Europsko udruženje sportskih ribolovaca (European Anglers Association) 2003. godine procijenilo je da u zemljama zapadne i srednje Europe postoji oko 21 milijun sportskih ribolovaca. Socio-demografski profil sportskih ribolovaca na putovanjima može se generalno odrediti kao osobe uglavnom muškog spola i starijih od 40 godina, s time da za razliku od ribolovaca koji love uglavnom blizu mjesta stalnog boravka oni uglavnom više platežne moći, posjeduju skuplju opremu i uglavnom su stariji i iskusniji[33]. Glavni motivi sportskih ribolovaca su težnja za boravkom u prirodi. Tako njemačke ribolovce prvenstveno motivira uživanje u prirodi (77 posto), slijedi relaksacija (69 posto), ulov ribe za osobnu potrošnju (65 posto), porodični izlet (60 posto) te druženje (50 posto)[34]. No, unatoč dominantnosti motiva koji nisu neposredno vezani s ulovom ribe, vode bogate ribom i mogućnost da se ona ulovi važne su komponente gotovo svakog odlaska u ribolov, iako se sportski ribolovci razlikuju

[33] Dillon, R.B., Holland, S.M., Andrson, D. K. (2002) Recreational fishing as tourism. Fisheries. 27(3): 17-23
[34] Steffren, W., Winkel, M. (1999). Current status and socio-economic aspects of recreational fisheries in Germany. Evaluation the benefits of recreational fisheries. Fisheries Centre Research Report. 7(2):130-133.

po tome koliko je ulov važan u njihovoj motivaciji za sportski ribolov[35]. I ovaj je proizvod u zadnjih nekoliko godina doživio svoju transformaciju pa se tako danas sve češće nude paket-aranžmani koji uključuju vodiče/obuku, ribolovne dozvole, po nekoliko ribičkih lokacija za svaki dan i izbor smještaja, prilagođene vještini ribolovaca (npr. za početnike, srednje i napredne) i duljini boravka (pola dana, cijeli dan, nekoliko dana, tjedan). Lokacije moraju biti dobro signalizirane i opremljene molovima/pristupima i platformama te valja osigurati prateću uslugu poput najma čamaca i opreme, te tiskanih vodiča o ribljem fondu i slično.

Tablica 5.3.5.
Potencijal sportskog ribolova i faktori uspjeha u Petrinji

Karakteristike	Potencijal/faktori uspjeha
Tržišni potencijal	• srednji
Potencijal za razvoj proizvoda	• srednji
Potencijalna tržišta	• nacionalno • obitelji s djecom • generacija 50+
Faktori uspjeha proizvoda	• mnoštvo atrakcija koje se mogu vidjeti i posjetiti osjećaj sigurnost za stazi • mnoštvo različitih sadržaja za odrasle i djecu • mogućnost povoljnijeg smještaja • raspoloživost informacija na Internetu • dostupnost automobilima

Planinarenje

U Europi je 'pješačenje ili planinarenje' najpopularnija 'meka' pustolovina, koja privlači sve dobne skupine i društvene slojeve. U Hrvatskoj pokazatelji o veličini i karakteristikama planinarskog tržišta ne postoje. S jedne strane, pasionirani planinari udruženi su u 222 planinarska društva. Pod pretpostavkom da društvo, u prosjeku, ima 50-tak članova, ukupan broj planinara učlanjenih u planinarska društva iznosi oko 11 tisuća. Broj planinara koji nisu učlanjeni u planinarska društva mogao bi biti znatno veći, iako je taj broj vrlo teško utvrditi. Prema istraživanju turističke potražnje stanovnika Hrvatske za putovanjima u Slavoniju, na domaćinstvima koja putuju izvan glavnog godišnjeg odmora u gradovima iznad 10.000 stanovnika, za planinarenje u ovom dijelu Hrvatske potencijalno je zainteresiran tek mali broj planinara – oko 3 tisuće, iako broj onih koji bi željeli šetati u prirodi iznosi oko 34.000 posjetitelja[36]. Određene kvalitativne pokazatelje o ovom segmentu u Hrvatskoj pruža istraživanje posjetitelja

[35] Arlinghaus, R. (2005) On the apparently striking disconnection between motivation and satisfaction in recreational angling. Berlin: IGB (www.igb-berlin.de/institut/deutsch/2004/3.4.4_Arlinghaus_164-176_final.pdf)
[36] Institut za turizam (2007): Turizam vina: Kutjevo – Baranja – Erdut – Ilok. Zagreb. Institut za turizam.

nacionalnim parkovima i parkovima prirode[37], koji pokazuje da je riječ uglavnom o osobama srednje životne dobi, visoko obrazovanima i financijski dobrostojećima. Njihova je posjeta motivirana željom za boravkom u prirodi i upoznavanjem prirodnih ljepota te odmorom i opuštanjem. Posjete organiziraju uglavnom u društvu partnera/supružnika ili s grupom prijatelja, a pored generalnog obilaska najomiljenija im je aktivnost fotografiranje i promatranje biljnog i životinjskog svijeta. Većina posjetitelja nisu članovi planinarskog društva te svoju posjetu organiziraju samostalno, pri tome se služeći najviše Internetom. Upravo segment rekreativnih planinara mogao bit biti potencijalni izvor potražnje za planinarskim odredištima brodskog područja s obzirom da se radi o relativno niskom gorju, blagim i uglavnom šumovitim planinarskim stazama koje ne predstavljaju izazov pasioniranim planinarima.

Tablica 5.3.5.

Potencijal planinarenja i faktori uspjeha u Petrinji

Karakteristike	Potencijal/faktori uspjeha
Tržišni potencijal	• srednji
Potencijal za razvoj proizvoda	• srednji
Potencijalna tržišta	• nacionalno • obitelji s djecom • generacija 50+
Faktori uspjeha proizvoda	• Očuvanost, raznolikost i atraktivnost prirodnog krajolika • Jedinstvene prirodne predispozicije planinarskog područja – stijene, spilje, rijeke, geomorfološke formacije • Sigurnost kretanja na stazi – jasne markacije i putokazi • Raznolikost staza – prema težini, dužini, kružne, kroz različite krajolike, tematizirane) osigurati kraće kružne pješačke staze s vidikovcima i odmorištima za potrebe osoba starije dobi i obitelji s djecom • precizne i tržišno dostupne planinarske karte • pristupačnost s glavnih prometnih pravaca i dobro signalizirati polazišta, parkirališta • opremljenost staza – piknik točke, roštilji, nužnici, pristup osobama s posebnim potrebama, skloništa, vidikovci, itd. • promocija pomoću brošura, vodiča, itinerera s naglaskom na doživljaj boravka u netaknutom prirodnom okruženju. • Planinarski domovi i kvalitetna gastronomska ponuda • Mogućnost kupnje lokalnih (regionalnih) proizvoda

[37] Institut za turizam (2007). TOMAS Nacionalni parkovi i parkovi prirode. Zagreb: Institut za turizam.

Cikloturizam

U europskim okvirima, predviđa se da će udio putovanja tijekom kojih je biciklizam glavna aktivnost ili transportno sredstvo u narednih deset godina porasti 6 do 12 posto[38]. Još je značajnije tržište onih kojima je tijekom odmora biciklizam važna dodatna aktivnost. Iako je Hrvatska premrežena lokalnim i županijskim biciklističkim stazama, od kojih su neke dio regionalnih biciklističkih ruta (npr. ruta uz Savu), potražnja za ovim proizvodom u Hrvatskoj je potpuno nepoznata iako je, sudeći po rastućem broju biciklističkih klubova i njihovih članova – trenutno njih oko 60-tak – ova potražnja u porastu. Glavni motivi biciklističkih turista su težnja za zdravim životom i boravkom u prirodi, zatim rekreacija, odmor i mentalna relaksacija, ali i težnja za „bijegom od svega" i novim izazovima općenito. S obzirom na geografske karakteristike – ravničarski središnji dio i blagi obronci Hrastovačke gore, biciklističke staze Petrinje idealne su za rekreativne bicikliste, pa čak i za obitelji s djecom, te je potencijal ovog proizvoda upravo u naglasku na rekreaciji i boravku u prirodi, radije nego na fizičkim izazovima koje traže pasionirani biciklisti. Za ovu skupino važno je da da su to kružne rute bez prometa ili slabo prometne lokalne ceste. Oslanjaju se na promotivne letke i karte, a glavna motivacija im je otkrivanje prirodnih i kulturnih ljepota i uživanje u krajoliku.

Tablica 5.3.6.
Potencijal cikloturizma i faktori uspjeha u Petrinji

Karakteristike	**Potencijal/faktori uspjeha**
Tržišni potencijal	• srednji
Potencijal za razvoj proizvoda	• srednji
Potencijalna tržišta	• nacionalno • obitelji s djecom • generacija 50+
Faktori uspjeha proizvoda	• očuvanost, raznolikost i atraktivnost prirodnog krajolika • raznolikost staza – prema težini, dužini, tematizirane staze • sigurnost kretanja na stazi – jasne markacije i putokazi • pristupačnost s glavnih prometnih pravaca i dobro signalizirana polazišta i uređena parkirališta • opremljenost staza – piknik točke, roštilji, nužnici, skloništa, vidikovci • kvalitetna gastronomska ponuda • promocija pomoći brošura, vodiča, karata s naglaskom na doživljaj boravka u čistoj i netaknutoj prirodi i lijepim vizurama

[38] Lumsdon, L. (n/d) The market for cycle tourism. Euro

6. ANALIZA KONKURENATA

6.1. Identifikacija i analiza konkurentskog okruženja

Suvremeno turističko tržište s jedne strane karakterizira izuzetno zahtjevna turistička potražnja, a s druge sve veći broj turističkih destinacija koje različitim turističkim proizvodima nastoje privući i zadržati tu potražnju. Suvremeni turisti koji su obrazovani i svjesni svoje moći pozicije 'kupca' od putovanja traže edukaciju, doživljaj, otkrivanje te upoznavanje autohtonih i jedinstvenih vrijednosti koje će ih oplemeniti i ispuniti njihova očekivanja. U potrazi za tim vrijednostima žele upoznati tradiciju života i rada, zanima ih povijest ali i sadašnjost, traže dobru ravnotežu između potrebe za mirom ali i za zabavom ili, ukratko, traže odmor 'krojen' po njihovoj mjeri. Takvo, sve više segmentirano tržište, zahtjevno je za 'osvajanje' ali isto tako nudi novim i neotkrivenim destinacijama mogućnost da pronađu svoje tržišne niše posebnih interesa te im ponude nešto specifično i drugačije. U tom kontekstu svaka destinacija može pronaći svoje glavne 'adute' i na njima graditi konkurentsku poziciju na turističkom tržištu.

Konkurentnost je sposobnost postizanja kao i sposobnost dugoročnog zadržavanja pozicije na tržištu. Danas se konkurentska 'borba' na turističkom tržištu odvija između turističkih destinacija odnosno turističkih proizvoda. Turistički proizvod promatran kao doživljaj iz perspektive turista sastoji se od niza aspekata koji se tiču konkretne turističke ponude (smještaj, ugostiteljstvo), elemenata koji pripadaju onome što je naslijeđeno (povijest, arhitektura, pejzaž), elemenata za koji je odgovoran javni sektor (ceste, parkovi, rasvjeta, informiranost, interpretacija i sl.) ili privatni sektor (fasade, gostoljubivost, suveniri i sl.). Takvim proizvodima, za razliku od roba koji se proizvode u tvornicama, teško je upravljati, teško ga je kontrolirati i unapređivati njegovu kvalitetu. Međutim, s druge strane to predstavlja ujedno i izazov jer samo destinacije u kojima postoji razumijevanje složenosti turističkog proizvoda te razumijevanje da se komunikacijom i suradnjom između dionika turističkog razvoja može podizati njegova kvaliteta mogu podizati svoju poziciju na turističkom tržištu.

Grad Petrinja nalazi se u samim počecima svog turističkog razvoja ali u tome na neki način 'dijeli sudbinu' većine gradova u kontinentalnim krajevima Hrvatske. U ovome se trenutku po svojoj 'vizuri', nasljeđu, turističkim proizvodima i potencijalima može usporediti sa sličnim gradovima u okruženju kao što su: Bjelovar, Križevci i Samobor. Ovi gradovi svoj razvoj turizma također velikim dijelom oslanjaju na blizinu Zagreba, na kulturno nasljeđe i očuvanu prirodu u svom okruženju.

U nastavku se daje komparativni pregled turističke ponude i potražnje ovih gradova odnosu na grad Petrinju.

Grad Bjelovar	Riječ je o mlađem gradu koji je nastao sredinom 18. stoljeća. Od Zagreba je udaljen oko 80-tak kilometara a poznat je po višegodišnjoj tradiciji proizvodnje mlijeka i sireva. Planski je građen i ima pravilnu kvadratnu strukturu ulica u središtu grada. Neke od kulturnih zanimljivosti su katedrala Sv. Terezije Avilske, paviljon u središnjem parku, fontana 'Povratak panonskih kitova'. U širem podruju grada Bjelovara danas živi oko 40 tisuća ljudi.
Grad Križevci	Grad Križevci, osnovan u 12. stoljeću, jedan je od najstarijih gradova u sjevernoj Hrvatskoj. Od Zagreba je udaljen oko 70 kilometara i u njemu živi oko 40 tisuća stanovnika. Od kulturnih znamenitosti ističe se osam crkvenih tornjeva koji su raspoređeni po prilazima gradu i tvore križ, a životopisno prirodno okruženje nudi mnoštvo mogućnosti za rekreaciju i aktivan odmor.
Grad Samobor	Samobor se smjestio na obroncima Samoborskog gorja i udaljen samo 30-tak kilometar od Zagreba tradicionalno je izletište Zagrepčana. U gradu živi oko 36 tisuća stanovnika. Tijekom povijesti, koja seže u 13. stoljeće, glavna djelatnost bila je obrtništvo. Grad Samobor poznat je po brojnim manifestacijama te poznatim 'samoborskim kremšnitama'. U okruženju također nudi brojne mogućnosti rekreacije (planinarenje, šetnje, biciklizam).

Kad je riječ o turističkoj infrastrukturi postojeće stanje smještajnih kapaciteta pokazuje da Petrinja u odnosu na ova tri grada u ovome trenutku raspolaže sa najmanjih brojem postelja. Prednjači Samobor koji ima tri objekta i 142 postelje.

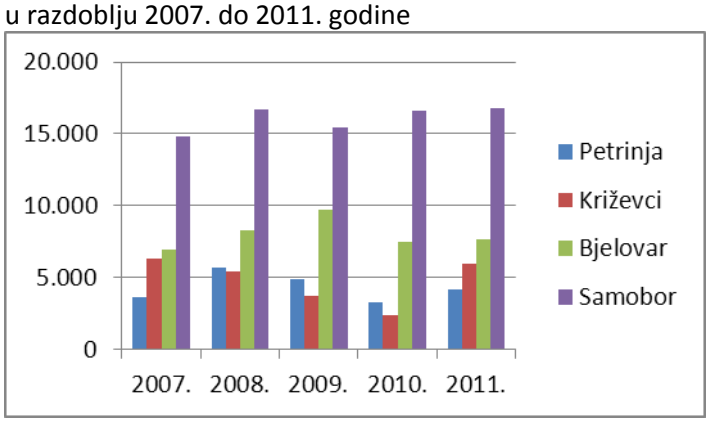
Tablica 6.1.1.
Smještajni kapaciteti u Petrinji, Bjelovaru, Križevcima i Samoboru u 2011.

Smještajni kapaciteti	Petrinja	Bjelovar	Križevci	Samobor
Broj objekata	1	1	2	3
Broj soba i apartmana	21	66	46	67
Broj postelja	46	123	95	142

Izvor: Baza Instituta za turizam, BIST, srpanj 2013.
Napomena: Baza uključuje komercijalne kapacitete.

Komparativni pregled turističke potražnje prikazan je kroz broj noćenja i nacionalnosti. Prema broju noćenja vidljivo je da grad Petrinja ostvaruje najmanji broj noćenja u odnosu na ova tri grada što je, naravno, vezano uz broj smještajnih kapaciteta. Bjelovar i Samobor nisu imali značajniji pad niti rast zadnjih pet godina dok su Križevci bilježili kontinuirani pad do 2010. da bi 2011. realizirali rast.

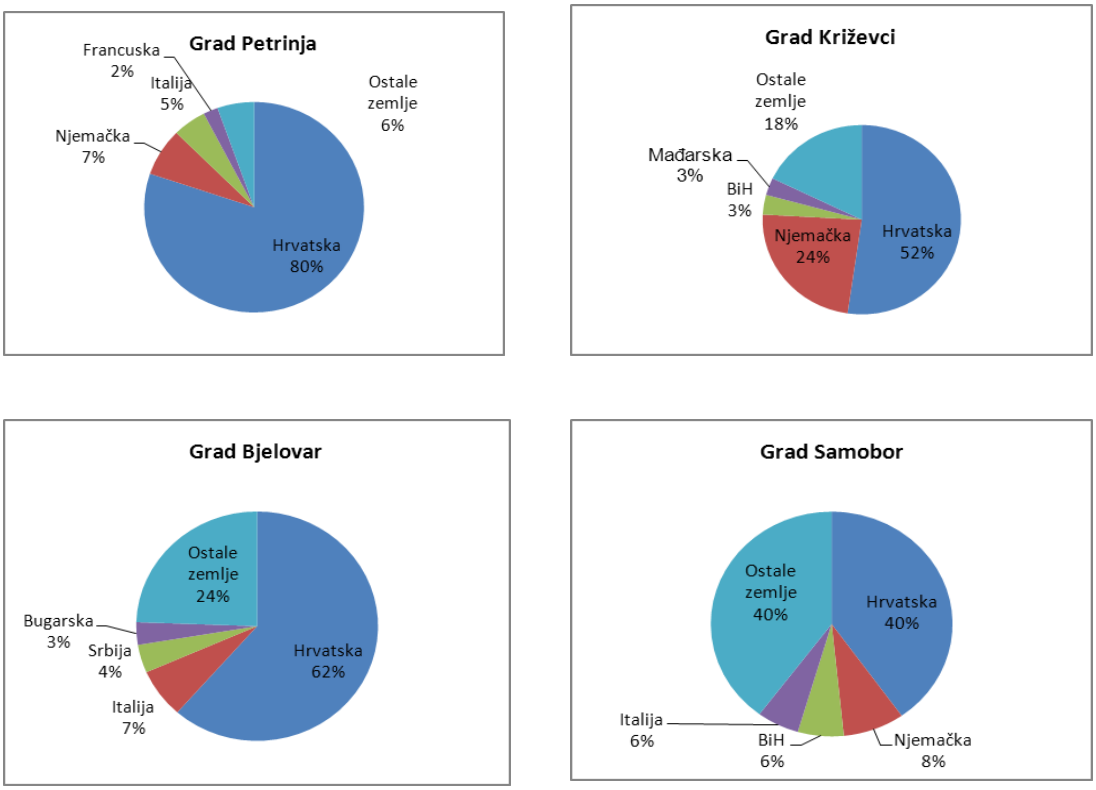
Slika 6.1.1.
Komparativni pregled noćenja u gradovima Petrinji, Bjelovar, Križevci, Samobor u razdoblju 2007. do 2011. godine



Izvor: Baza Instituta za turizam, BIST, srpanj 2012.

Noćenja prema zemljama porijekla pokazuju da Bjelovar, Križevci i Petrinja danas najvećim dijelom oslanjaju na domaću potražnju ali da pri tome Petrinja prednjači. Najmanji udio domaćih gostiju ima grad Samoboru (40%). Od stranih gostiju u Križevcima značajniji udio u 2011. su ostvarili Nijemci (24%), dok je u Bjelovaru i Samoboru nema dominacije jedne nacionalnosti (svi manje od 10%).

Slika 6.1.2.
Komparativni pregled noćenja po zemljama porijekla u gradovima Petrinji, Križevcima, Bjelovaru i Samoboru



Izvor: Baza Instituta za turizam, BIST, srpanj 2012.

Za sva tri analizirana grada može se reći da imaju 'lijepu' i 'kompaktnu' gradsku jezgru ugodnu za šetnju, formirane gradske trgove sa sačuvanim zgradama, nekoliko manifestacija koje su već etablirane te 'pitomo' i očuvano prirodno okruženje. Izuzev Samobora, koji je najbliži Zagrebu, Bjelovar i Križevci svoj turistički potencijal tek počinju koristiti. Ovi gradovi, kao i Petrinja, u budućnosti će razvoj turizma oslanjati na isticanje svojih specifičnosti koje će (ponajviše) izletničkoj potražnji biti zanimljive i dovoljno relevantne da ih potaknu na dolazak.

6.2. SWOT analiza

SWOT analiza daje jezgrovit uvid u interne snage i nedostatke te eksterne prilike i prijetnje postavljanju uspješne strategije razvoja turizma. U gradu Petrinji SWOT analiza izvedena je na temelju održane radionice, nekoliko obilaska terena, razgovora s ključnim dionicima turističkog razvoja, analizom okruženja te relevantnih tržišnih trendova te ekspertizom stručnjaka Instituta za turizam.

Tablica 6.2.1. Rezultati SWOT analize

PREDNOSTI	**NEDOSTACI**
Krajolik	Nedovoljno snažna lokalna samouprava
Blizina tržišta – Zagreb	Nedostatak smještajnih kapaciteta
Bogata kulturno-povijesna baština	Manjak gastro objekata
Bogata povijest	Neuređenost grada - fasade
Prepoznatljivost mesne industrije	Nedostatak financijskih sredstava
Kulinarske delicije	Nepovezanost subjekata u turizmu
	Sporo rješavanje infrastrukturnih projekata
	Loša komunikacija
	Nedovoljna promocija grada
MOGUĆNOSTI	**OGRANIČENJA**
Suvremeni turistički trendovi (rast posebnih interesa, rast vikend potražnje)	Brži razvoj turističke ponude u okruženju
	Izostanak privatnih ulaganja u turizam
Poticaji države razvoju kontinentalnog turizma	Nedostatak institucionalne podrške razvoju turizma
Međunarodni izvori financiranja	

7. STRATEŠKA VIZIJA, MISIJA I CILJEVI PETRINJA

Vizija turističkog razvoja grada Petrinje predstavlja kratku izjavu o tome kako ovaj prostor treba izgledati u budućnosti. Drugim riječima, radi se o slici poželjne budućnosti kojoj teže različite interesne grupe i pojedinci uključeni, posredno ili neposredno, u razvoj turizma. Vizija je, stoga, zaokruženi i cjeloviti koncept onoga što grad Petrinja želi postići u okvirima budućeg turističkog razvoja. Dobro osmišljena vizija stvara tenziju između postojećeg stanja i poželjnog stanja u budućnosti tako da je projekcija budućnosti izazovna, ali i ostvariva.

Vizija razvoja turizma grada Petrinje osmišljena je tako da odgovori na tri osnovna pitanja:

- Što?
  Kakav turizam želimo razvijati? Što su naša temeljna uvjerenja? Kakve vrijednosti želimo komunicirati turističkim razvojem?
- Gdje?
  Na koja ćemo se geografska tržišta usredotočiti? Koje ćemo tržišne segmente ciljati?
- Kako?
  Kako ćemo se razlikovati od drugih konkurentskih destinacija? Koje ćemo kompetencije posebno isticati? Kako ćemo udovoljavati potrebama naših gostiju?

S druge strane, misija turističkog razvoja grada Petrinje predstavlja srž operativne filozofije razvoja turizma grada. Misija je relativno općenita i ne uključuje mjerljive ciljeve koji mogu biti podložni promjenama. Ona razmatra pitanja „tko smo mi, što radimo i za koga radimo“. U skladu s navedenim, misija turističkog razvoja grada Petrinje sadržava jasne i nedvosmislene odgovore na najmanje sljedeće četiri grupe pitanja:

- Svrha ili razlog djelovanja, odnosno zašto želimo razvijati turizam?
- Ključne vrijednosti
  Koje vrijednosti želimo da naše područje prikazuje? U što vjerujemo? Koja su naša moralna načela?
- Strateške odrednice tržišnog pozicioniranja
  Kakva bi trebala biti naša pozicija na turističkom tržištu i prema izravnim konkurentima? Koje su naše konkurentne prednosti? Gdje ćemo biti u budućnosti ako postignemo naše ciljeve?
- Standardi ponašanja, kompetencije i sustav vrijednosti
  Kako radimo? Koje su naše sposobnosti? Kako se ponašamo? Kako uslužujemo naše goste?

7.1. Metodologija i pristup

S obzirom da vizija razvoja destinacije daje odgovor na osnovno pitanje kakva će ona u budućnosti biti, odnosno, predstavlja sliku željene budućnosti ona mora, s jedne strane, počivati na turističkim resursima i atrakcijama, a druge strane uzeti u obzir sve one mogućnosti koje nudi turističko tržište tj. one koje su relevantne i važne za destinaciju s obzirom na njene potencijale. Zbog toga se može reći da je vizija na neki način 'sanjanje željene budućnosti' ali se isto tako treba temeljiti na stvarnim mogućnosti koje neko mjesto ima. Ipak, između turističkih atrakcija i zadovoljenja tržišta nalaze se stanovnici grada koji trebaju oblikovati željenu budućnost te su sami dio turističke atrakcijske osnove. Zbog toga je od ključne važnosti da definirana vizija odražava stavove, aspiracije, želje i potrebe njenih žitelja jer je oni u budućnosti svojim djelovanjem trebaju podržavati kako bi se kroz određeno vremensko razdoblje pretvorila u realnost.

Sukladno, a budući da će turistički dionici na lokalnoj razini, kroz implementaciju zaključaka definiranih ovim dokumentom, preuzeti odgovornost za budući turistički razvoj grada Petrinje, od najveće je važnosti da oni sami neposredno sudjeluju u procesu osmišljavanja poželjne razvojne vizije. Uloga konzultanata se u tom procesu svodi ponajviše na usmjeravanje diskusije, ukazivanje na eventualne propuste u načinu razmišljanja, odnosno poticanje kreativnog procesa. Ovakav metodološki pristup idealan je za postizanje zajedničkog stava oko svih bitnih odrednica budućeg turističkog razvoja grada, odnosno za definiranje razvojne vizije i misije u koje cijela lokalna zajednica (različite interesne grupe i pojedinci) doista vjeruje te s kojima se može bezrezervno poistovjetiti.

Kako bi se osiguralo da različite interesne grupe i pojedinci uključeni u turistički razvoj projektnog područja doživljavaju viziju i misiju kao svoje „vlastito dijete“, organizirane su dvije, sadržajno povezane, strateške radionice. Na prvoj su radionici dionici budućeg turističkog razvoja grada Petrinje razmatrali turistički potencijal njegove resursno-atrakcijske osnove i valorizirali njenu tržišnu spremnost te usuglasili mišljenja oko turističkih razvojnih mogućnosti. Potom se, na drugoj radionici, kroz međusobni dijalog i kreativnu raspravu, na maksimalno objektivan način, prišlo definiranju ključnih elemenata vizije i misije.

Valja posebno istaknuti da je na obje radionice osigurano prisustvovanje predstavnika lokalne samouprave, gradske turističke zajednice, kao i predstavnika kako svih s turizmom povezanih relevantnih gospodarskih subjekata grada, tako i određen broj meritornih pojedinaca i/ili slobodnomislećih intelektualaca.

Vizija Petrinje polazi od primarne potrebe podizanja kvalitete života lokalne zajednice, očuvanje tradicije i naslijeđenih kulturno-povijesnih vrijednost te potrebu oblikovanja proizvoda koji će posjetiteljima pružiti ugodan i inspirativan doživljaj.

7.2. Strateške smjernice za razvoj turizma

Viziju turističkog razvoja destinacije moguće je ostvariti ukoliko se poštuju osnovna načela razvoja i ukoliko se postave konkretni ciljevi tog razvoja. Diskusija tijekom strateških radionica ukazala je na nekoliko ključnih komponenti koje valja ugraditi u razvojnu viziju i misiju te koje, u tom smislu, predstavljaju dugoročne smjernice ili načela kojima se treba voditi pri upravljanju budućim turističkim razvojem grada Petrinje. To su:

- **Poštovanje načela održivog razvoja**
  Osnovno polazište suvremenog turizma je čuvanje prostora kao medija u kojem se osmišljavaju i poslije odvijaju turističke aktivnosti. Zbog toga je važno aktivno upravljati prostorom na način da se u najvećoj mogućoj mjeri čuvaju njegove osnovne vrijednosti. To, prije svega, znači pažljivo prostorno planiranje, uređenje javnih površina te općenito brigu oko uređenja destinacije i zaštite od 'vizualnog zagađenja' prostora. Pored toga, održivi razvoj očituje se i u brizi o socijalnim aspektima pri čemu se misli na atraktivnost življenja u Petrinji i zadržavanje lokalnog stanovništva te ekonomski aspekti koji se očituju u ostvarenju ekonomskih koristi

- **Zaštita okoliša**
  Budući da grad Petrinju okružuje priroda visoke estetske vrijednosti i sačuvana u smislu bilo kakvih zagađenja izuzetno je važno kontinuirano voditi brigu o kvaliteti zraka, vode, tla, održavati biološku raznolikost, zbrinjavati krupni otpad i sl. Zaštita okoliša koliko je važna na generalnoj razini o čemu brine javni sektora isto tako je važno i da se o njoj brine i lokalno stanovništvo koje svojim odgovornim ponašanjem treba pridonijeti ukupnoj zaštititi prirode i čuvanju njene kvalitete.

- **Čuvanje naslijeđenih vrijednosti**
  S obzirom na bogatstvo naslijeđenih kulturnih resursa potrebno ih je obnavljati i čuvati u izvornim oblicima, također je važno njegovati pozitivan odnos prema tradiciji života i rada kako bi se sačuvali i prenosili običaji specifični za ovo područje. To znači njegovanje lokalne arhitekture, korištenje lokalnih materijala, uzgoj autohtonih biljaka kao npr. njegovanje tradicionalnog vrta.

- **Partnerstvo dionika razvoja i proaktivan stav**
  Za ostvarenje plana razvoja potrebno je kontinuirano razvijati uspješnu suradnju između svih dionika razvoja (javnog sektora, privatnog sektora). Ta je suradnja potrebna i treba se razvijati na različitim područjima poput zajedničkog marketinga, zajedničkih razvojnih projekta, podizanju prepoznatljivosti Petrinje kao turističke destinacije i dr.

7.3. Vizija i misija turističkog razvoja

Polazeći od prethodno definiranih razvojnih smjernica, vizija turističkog razvoja grada Petrinje kao atraktivne kontinentalne turističke destinacije mora uzeti u obzir činjenicu da budući koncept turističkog razvoja valja zasnivati na postupnom uvođenju raznorodnih aktivnosti i/ili događanja ravnomjerno raspoređenih tijekom većeg dijela godine, a namijenjenih ponajviše izletničkoj potražnji, odnosno različitim ciljnim skupinama u segmentu turizma specijalnih interesa.

Pritom nema sumnje da najveći broj turističkih proizvoda i/ili iskustva cjelokupnog projektnog područja moraju biti temeljeni na prednostima geoprometnog položaja grada Petrinje, smještenog u neposrednoj blizini Siska te nedaleko od Zagreba (izleti) te na glavnom prometnom turističkom tranzitnom pravcu Plitvice – Lonjsko polje (tranzit), tako i na specifičnoj resursno-atrakcijskoj osnovi grada (riječno područje Kupe i Petrinjčice, pitomi obronci Zrinske gore, kulturna i povijesna tradicija samog grada, gastronomska tradicija), ali i na rastućem potencijalu sve bogatije palete kulturnih, zabavnih i sportskih događanja. Drugim riječima, u budućem turističkog razvoju grada Petrinje sve veći naglasak valja postupno stavljati na:

- proizvode zasnovane na adekvatnoj valorizaciji najvrjednije materijalne i nematerijalne kulturne i prirodne baštine grada, a što podrazumijeva
- proizvode temeljene na suvremenoj kulturnoj produkciji namijenjene ponajviše tržištu događanja (koncerti, kazalište predstave, povijesna događanja, folklor, pučke/ulične manifestacije, prigodna tradicionalna događanja, vjerske manifestacije i sl.,)
- proizvode zasnovane na aktivnostima u prirodi, od relaksirajućeg boravka u ruralnom okruženju do zahtjevniji sportsko-rekreacijskih aktivnosti, u kombinaciji s dokoličarskom edukacijom.

Polazeći, dakle, od obilježja postojećeg turizma u Petrinji, obilaska terena te ponajviše provedenih radionica s dionicima turističkog razvoja grada Petrinje temeljne odrednici vizije moguće je izraziti kroz tri ključne komponente:

- potreba za stvaranjem ugodnog i uređenog prostora za život
- naglasak na jačem korištenju turističkih potencijala za stvaranje zanimljive izletničke destinacije
- njegovanje prirodnih resursa te čuvanje naslijeđenih kulturnih vrijednosti po kojim je Petrinja već otprije poznata

Polazeći od ovih temeljnih odrednica turistička vizija grada Petrinje je:

Petrinja je prepoznatljiva izletnička destinacija koja privlači svojim pitomim krajobrazom, vrijednom kulturno-povijesnom baštinom i nadasve kvalitetnom gastronomskom ponudom.

Ovako zadanu viziju, u okruženju rastuće konkurencije i tržišta koje se neprekidno mijenja i stvara stalno nove navike suvremenih potrošača, nemoguće je ostvariti bez primjene nove poslovno-razvojne filozofije. U tom smislu bit će potrebno uvoditi inovativne standarde poslovnog ponašanja koji će stvarati poticajnu atmosferu za razvoj. Pri tome se ponajviše misli na jačanje komunikacije i zajedničkog promišljanja i rada. Shodno tome misija turističkog razvoja fokusira se na promoviranje inovativnosti, kreativnosti i koordinaciji poslovnih subjekata. Također i na izgradnju međusobnih odnosa temeljenog na povjerenju i suradnji.

Polazeći od ovih odrednica kao misiju turističkog razvoja grada Petrinje moguće je definirati na sljedeći način :

Turistički razvoj – za ekonomski rast i blagostanje stanovnika Petrinje.

To se postiže kroz usmjerenost na suradnju, zajedničke aktivnosti i koordinaciju privatnog i javnog sektora stvara se pozitivno ozračje za kreiranje atraktivnih turističkih proizvoda/doživljaja čime se podiže prepoznatljivost Petrinje kao izletničke destinacije. Poticanje kreativnih ideja i njihova realizacija podiže razinu zadovoljstva

7.4. Strateški ciljevi

U metodološkom smislu, definiranje strateških razvojnih ciljeva direktno je povezano s potrebom svojevrsne dekompozicije vizije na konkretne, detaljnije definirane operativne ciljeve koje je moguće delegirati, odnosno čije je ostvarenje moguće mjeriti, nadzirati i/ili poticati. U tom kontekstu, riječ je o ciljevima čijem ostvarenju trebaju težiti svi dionici razvojnog procesa kako bi se ostvarila zacrtana vizija turističkog razvoja.

Strateški razvojni ciljevi moraju se pridržavati osnovnih razvojnih smjernica i trebaju:

- usko korespondirati sa zacrtanom razvojnom vizijom
- biti jasni i nedvosmisleni
- imati pobliže specificirane učinke/rezultate koji se žele postići.

Polazeći od analize postojećeg stanja i rezultata SWOT analize, kao i evidentiranih strateških prednosti i nedostataka dostignutog stupnja razvoja turizma na području grada Petrinje, a uvažavajući, pritom, kako globalne trendove u turističkoj potražnji, tako i odrednice gradske vizije razvoja turizma, prepoznata su četiri strateška cilja daljnjeg turističkog razvoja grada Petrinje.

Cilj 1:

Stvaranje poticajnog socijalnog okruženja za turistički razvoj grada

Da bi se turizam mogao razvijati kao jedna gospodarska aktivnost ideju njegova razvoja trebaju razumjeti i prihvatiti brojni dionici tog razvoja. Prije svega, lokalno stanovništvo koje ima veliku ulogu u stvaranju turističkog doživljaja treba podržati razvoja turizma. Zbog toga ono mora razumjeti sve pozitivne i eventualne negativne aspekte tog razvoja kao i svoju ulogu u njemu. Da bi se stvorila poticajna klima potrebno je kontinuirano provoditi edukacije lokalne populacije kako bi se, prije svega, upoznala s raznolikošću i potencijalima svoje resursne osnove i važnosti usmene promocije kao i ulogom svakog pojedinog člana te zajednice u brizi o svojoj vlastitoj imovini koja čini dio te destinacije. Zatim, također je važno osigurati kontinuirane brige o zaštiti okoliša i kulturnih dobara, stvarati preduvjete za osposobljavanje malih i srednjih poduzetnika koji već investiraju ili žele investirati u turizam (ugostitelji, OPG-ovi i dr.) te osigurati edukacije o važnosti i načinima njegovanja tradicionalnih lokalnih vrijednosti (stil života i običaji) i načinima njihove prezentacije. U suštini, ključno je iz turizma kao dodatne, gotovo hobi aktivnosti privatnih poduzetnika razviti turističku ponudu

Cilj 2:

Uređenje destinacije za život i posjet

Svaka turistička destinacija u kojoj turisti mogu osjetiti 'brigu' za detalje stvara ugođaj za boravak turista i podiže razinu njihova zadovoljstva. Zbog toga je uređenje destinacije jedan od glavnih zadataka koju je potrebno kontinuirano provoditi. Pri tome je važno, u što je većoj mjeri moguće, odgovorno se odnositi prema svih naslijeđenim vrijednostima i sačuvati ih u što je više mogućem izvornim oblicima jer oni čine Petrinju posebnom. Uređenje destinacije bitno je prije svega za zadovoljstvo življenja u ovome gradu.

Cilj 3:

Stvaranje turističke infra i supra strukture

Da bi se turistički proizvodi mogli koristiti i da bi se cijela turistička ponuda uspješnije komercijalizirala potrebno je povećati kvalitetu raspoložive smještajne ponude. Postojeće objekte moguće je urediti u skladu s turističkim iskustvima koji se ovdje nude pa se tako mogu tematizirati (obiteljski pansioni, boravak u ruralnim prostorima). Dobar primjer za to je objekt Tišinić. Dalje, kad je riječ o ugostiteljskoj ponudi cilj je povećati raznolikost ponude u smislu nuđenja tradicionalnih jela, izgleda i ambijenta objekata, kvalitetu usluživanja. Uz ovu ponudu, a s obzirom na razvoj turističkih proizvoda, cilj je u destinaciji imati ponudu kvalitetnih trgovina specijaliziranih za pojedine tržišne niše (npr. ponuda opreme za hodanja i planinarenje, mogućnost najma bicikala, ribički pribor i sl.).

Cilj 4:

Stvaranje zanimljivih turističkih proizvoda

S ciljem stvaranja konkurentske prednosti Petrinje kao izletničke turističke destinacije potrebno je stvoriti niz privlačnih turističkih proizvoda koji će u sebi imati ugrađeni dio specifičnosti Petrinjskog kraja. To znači da će se naglašavati prirodne ljepote i raznolikost resursne osnove pa je cilj stvarati teme koje su tržištu relevantne i zanimljive. Iste je potrebno aktivno promovirati te nuditi najprije na bližim tržištima, a onda razvojem ponude i šire u regiji.

Cilj 5:

Stvaranje prepoznatljivosti Petrinje kao turističke destinacije

Iako je stvaranje prepoznatljivosti na tržištu često dug i složen proces rad na prethodno navedenim strateškim ciljevima voditi će etabliranju Petrinje kao turističke destinacije i stvaranju njene prepoznatljivosti. To bi trebalo voditi povećanju turističkog prometa i intenziviranju turističkih aktivnosti. Da bi se ostvario ovaj cilj važno je uspostavljati djelotvoran i koordiniran pristup marketingu, posebno promociji i prodaji.

8. KONCEPCIJA TURISTIČKOG RAZVOJA DESTINACIJE PETRINJA

Svaka turistička destinacija koja ima ozbiljnije ambicije na turističkom tržištu mora komunicirati bazični sustav iskustava kojeg je u stanju pružiti potencijalnim korisnicima, bilo da je riječ o krajnjim potrošačima (turistima i/ili posjetiteljima), ili je riječ o turističkim posrednicima (putničkim agencijama i turoperatorima). Profesionalno i jasno strukturiranje turističkog sustava destinacije kompleksan je i dugotrajan proces. Pritom nije dovoljno raspolagati turističkim atrakcijama, već je potrebno sustavno poticati izgradnju cjelovitog lanca vrijednosti, gdje svi elementi destinacijske ponude moraju biti usklađeni sa zahtjevima tržišta. To je posebno osjetljivo u destinacijama koje su u tzv. inicijalnoj fazi razvoja kada se tek procjenjuje kvaliteta njihovog resursno-atrakcijskog potencijala te razviju poslovno-upravljački i/ili organizacijski kapaciteti.

Sukladno tome, grad Petrinja kao turistička destinacija može dugoročno uspjeti tek ako iza samog geografsko-političkog pojma stoji sustav dobro osmišljenih turističkih iskustava i/ili doživljaja upakiranih u profesionalno oblikovane turističke proizvode. U tom kontekstu, za grad Petrinju je trenutno najvažnije da se međusobno usklade aktivnosti na razvoju turističkog proizvoda sa sustavom turističkih iskustava koji će se komunicirati tržištu. Cilj je, stoga, ovog poglavlja, odgovoriti na dva pitanja – kako prostorno i programski strukturirati turističkih proizvod destinacije Petrinja.

8.1. Prostorna koncepcija turističkog razvoja

Planski prostor turističke destinacije Petrinja je iz čisto pragmatičnih razloga sveden na teritorij grada Petrinje, što znači da se granice turističke destinacije Petrinja poklapaju s granicama grada kao administrativne jedinice, iako je stvarni utjecaj Petrinje, kao turističkog mjesta, na okolni prostor nešto malo drugačiji.

Jedno od načela izrade ovog plana je da se daljnji razvoj turizma u ovoj turističkoj destinaciji mora temeljiti na njenim turističkim potencijalima, poglavito na realnim i potencijalnim turističkim atrakcijama, kao njenim temeljnim turističkim resursima. Stoga je upravo temeljnim turističkim resursima grada Petrinje u istraživanju poklonjena osobita pozornost. Prvo su na području grada Petrinje identificirane, evidentirane i sistematizirane sve znane relevantne potencijalne i realne turističke atrakcije. Zatim su ove turističke atrakcije pojedinačno vrednovane (evaluirane), kategorizirane prema svojoj turističkoj važnosti i razvrstane po svojoj turističkoj spremnosti. Na taj je način stvoren katastarski (pisani) pregled temeljnih turističkih resursa ove turističke destinacije.

Knjigovodstveni pregled turističkih potencijala, kakav je ustustavljen u četvrtom poglavlju, predstavlja samo dio podataka potrebnih za planiranje razvoja.

Drugu razvojnu dimenziju turističkih atrakcija predstavlja njihov položaj u prostoru turističke destinacije. Kartiranje položaja i sadržaja, odnosno značajki prethodno katastarski evidentiranih turističkih atrakcija utvrđenih na topografskoj karti s granicama turističke destinacije (atlas turističkih atrakcija) daje pravu sliku atrakcijske osnove konkretne turističke destinacije. Na takvoj se tematskoj karti, postupkom vizualizacije stručnjaka, mogu prepoznati grupiranja istorodnih turističkih atrakcija, odnosi među turističkim atrakcijama te njihov odnos prema ostalim turističkim resursima, osobito prema prometnicama i pojedinim objektima društvenog standarda. U ovakvom kartografskom prikazu, iz položaja potencijalnih i realnih turističkih atrakcija, nazire se logičan i prirodan koncept prostorne organizacije turističkog razvoja na cjelokupnom području turističke destinacije.

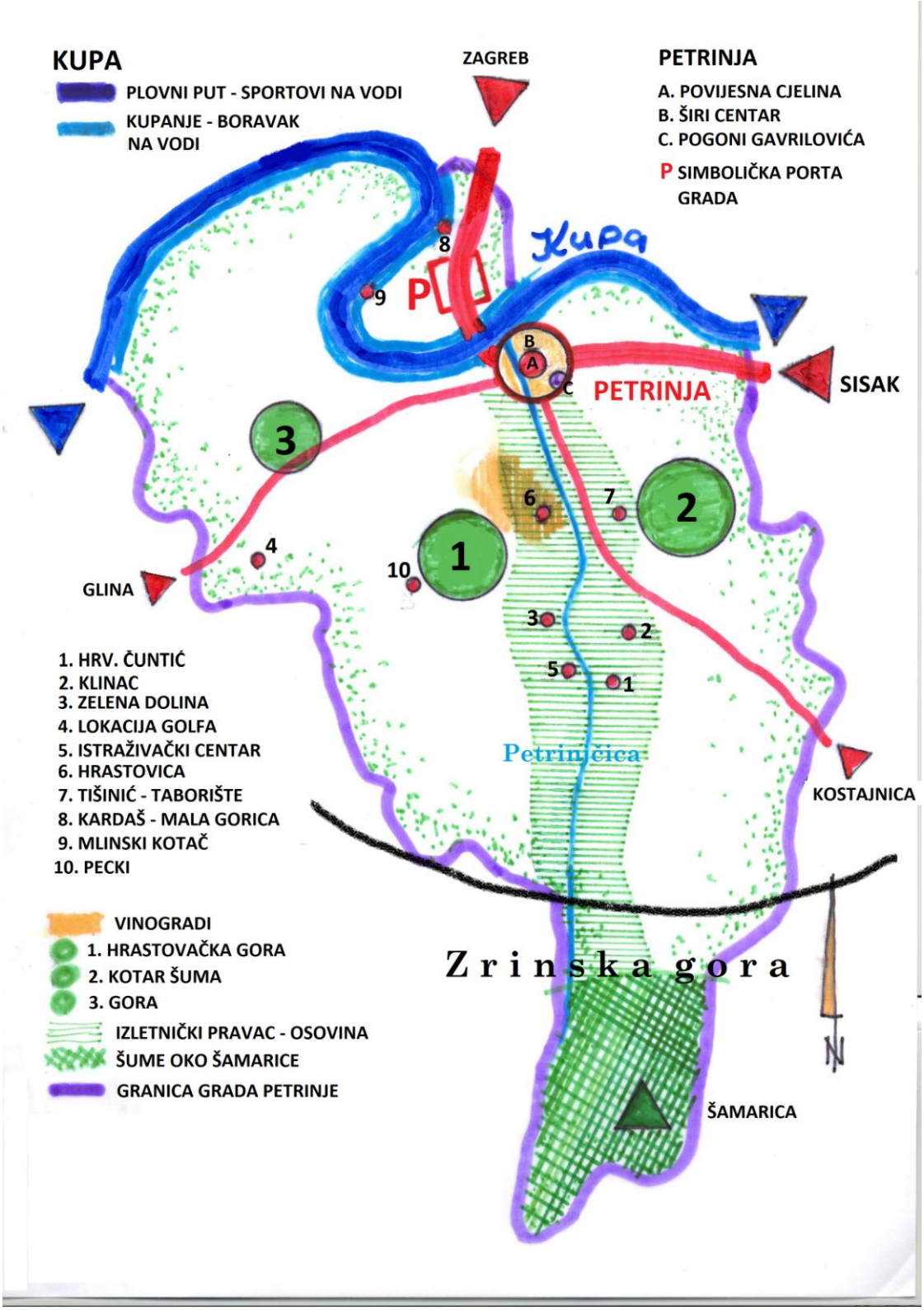
U tom smislu, kartografski prikaz lokacija ključnih turističkih atrakcija grada Petrinje odmah otkriva položaje glavnih turističkih atrakcija i glavne skupine drugih turističkih atrakcija te njihov međusobni odnos i odnos prema prometnom sustavu. Na tom tragu je izrađena koncepcija turističke prostorne organizacije turističke destinacije Petrinja, shematski prikazana na slici 8.1.1.

Kao što je vidljivo iz slike 8.1.1. koncepcija prostorne organizacije turističkih sadržaja grada Petrinje sljedećih je obilježja:

- na području grada Petrinje identificirana su dva asimetrična prirodna pola turističkog razvoja: sjeverni, rijeka Kupa, snažniji pol turističkog razvoja, i južni, Šamarica, kao dio brdsko-planinskog prostora Zrinske gore.
    - Kupa, sjeverni pol, je višeslojna turistička atrakcija. Ovdje je njena atraktivnost sažeta na dvije turističke aktivnosti, prvo, plovidba i sportsko-rekreacijske aktivnosti na vodi, i drugo, kupanje i boravak uz rijeku.
    - sjeverni pol je dodatno ojačan zbirnom turističkom atrakcijom, naseljem Petrinja. Atraktivnost naselja Petrinja raslojena je na tri cjeline – povijesnu gradsku jezgru, širi prostor oko gradske jezgre te nove pogone Gavrilović kao izdvojenu cjelinu.
    - Zrinska gora sa Šamaricom kao poznatim lokalitetom, već jednom valoriziran s privlačnim turističkim objektom i sadržajima oštećenim u ratnim razaranjima, no taj je prostor i dalje planiran za uređenje turističkog naselja „Šamarica“

Slika 8.1.1.

Shematski prikaz koncepta turističke prostorne organizacije grada Petrinje



- između ova dva pola, u širem prostoru vodotoka Petrinjčice, nazire se njihova poveznica, osovina oko koje su se nanizale brojne turističke atrakcije, poglavito izletničkih značajki. To je pojas koji spaja prostor Kupe i Petrinje s prostorom Šamarice.

- izvan ovog turističkog skeleta, u turistički neartikuliranom prostoru izdvajaju se tri zasebne prostorne cjeline, satelitski raspoređene u okolici samog grada Petrinje:

    - Kotar šuma – jedno od dva zaštićena prirodna područja kojim dominira hrast i pitomi kesten, s bogatim životinjskim svijetom (lovište) te nekoliko izvora pitke vode

    - Hrastovačka gora s naseljem Hrastovica, bogata kestenovom šumom, dostupna dobro označenim planinarskim stazama iz sela Hrastovice i centra Petrinje, te s uređenim planinarskim domom na vrhu. Posebnost ovog prostora su ostaci srednjovjekovne fortifikacije i samostanskog kompleksa

    - Gora – nekada važno templarsko središte s ostacima srednjovjekovne utvrde te Župnom crkvom uznesenja BDM koju su templari gradili početkom 13. stoljeća te koja je danas u obnovi.

- prilaz Petrinji je prometno predodređen cestovnim križem, čije se sjecište nalazi na samom ulazu u naselju Petrinju. Glavnu prometnicu čine sjeverni krak (Zagreb) i istočni krak (Sisak), a glavni prilaz u turističku destinaciju Petrinja, i ubuduće će ostati prilaz iz Zagreba preko sjevernog kraka ovog prometnog križa. Budući da je sjeverni krak križa, iz smjera Zagreba glavni, to posebnu pozornost treba posvetiti simboličkoj porti kojom se ulazi, kako u turističku destinaciju Petrinja, na područje Grada Petrinje, tako i na područje naselja Petrinja.

- sustav turističkih staza, putova i cesta, poglavito za kretanje pješaka i biciklista predodređen je na ovoj razini s dva koridora, pojasom uz Kupu i pojasom uz Petrinjčicu te spojnim pravcima među njima. Tematske putove predodređuju lokacije turističkih atrakcija vezane uz pojedine teme.

8.2. Programska koncepcija turističkog razvoja

Svaka od identificiranih turističkih polova i funkcionalnih zona čini parcijalni turistički proizvod cjelovitog turističkog destinacijskog proizvoda grada Petrinje tek mehanički spojenog u destinacijsku cjelinu. Stoga je potrebno utvrditi

optimalno programsko ustrojstvo turističkog proizvoda projektnog područja kao osnovne turističke destinacije. Drugim riječima, svaka funkcionalna cjelina, da bi mogla privući posjetitelje, mora ponuditi sklop sadržaja koji će zadovoljiti njihove potrebe, kao i način na koji se sadržaji moraju osmisliti da bi se stavili u turističku funkciju u skladu s potrebama i željama posjetitelja. Pri tome, valja voditi računa da su glavne turistički polovi/zone potpuno drugačijih značajki. Zona samog grada Petrinje, osobito povijesne gradske jezgre, obilježena je kulturnim, povijesnim, trgovačkim i uslužnim sadržajima koji zadovoljavaju potrebu dokoličarske edukacije i zabave povezane s urbanim tkivom grada, dok su zone Kupe i doline rijeke Petrinjčice obilježene uglavnom sportsko-rekreacijskim sadržajima te odmorom i opuštanjem. Programska koncepcija polazi od sljedećih elemenata:

- prostornoj organizaciji turističkih atrakcija i zona koja diktira međuzavisnost ključnih turističkih atrakcija te povezanost sa širim gravitacijskim područjem
- viziji i misiji koja je, kao što je to već napomenuto, jasno istaknula pitomost krajobraza, vrijednost kulturno-povijesne baštine i kvalitetnu gastronomsku ponudu
- valorizaciji atrakcijske osnove koja je omogućila grupiranje turističkih atrakcija po vrsti, važnosti i stupnju tržišne spremnosti
- prilagodbi suvremenim tržišnim trendovima koje karakterizira pomak s doživljaja koji se zasniva na obilasku i promatranju ka doživljaju koji nastaje uranjanjem posjetitelja u kulturu i život lokalne zajednice
- suvremenom pristupu tržišnoj komunikaciji, u čijoj je srži tematiziranje doživljaja.

Stoga se za svaki funkcionalni pol/zonu prvo navode njezini turistički resursi, turistički sadržaji te boravišno izletničke karakteristike svake cjeline, kao i načini njihovog stavljanja u turističku funkciju (turistička dostupnost).

Rijeka Kupa – sjeverni pol

Ova funkcionalna cjelina obuhvaća rijeku Kupu i okolni prostor u kojem su nanizane prirodne plaže, vikend-naselja, seosko turističko gospodarstvo Kardaš te planirano turističko naselje Mlinski kotač u Brestu Pokupskom. Tematski ona obuhvaća:

- sela (kultura života i rada)
- domaće životinje (životinjski svijet)
- raštrkane spomenike kulture (kulturno-povijesna baština)
- obrađeno zemljište (kultura života i rada)

- kamenolome (geološke značajke prostora)
- divljač i ribe (životinjski svijet)
- šumska prostranstva (priroda)

Moguće turističke aktivnosti

- kupanje i sunčanje (odmor i oporavak)
- plivanje, veslanje, hodanje, vožnja biciklom (sportska rekreacija)
- upoznavanje prirodnih značajki kraja, njegovog povijesnog razvoja, kulture života i rada (dokoličarska edukacija).

Boravišno-izletničke značajke

- izletnički obilazak za sve aktivnosti
- iznimno višednevni boravak za korisnike kupališne komponente i sportske ribolovce, osobito vezane uz odmor i oporavak

Osiguranje turističke dostupnosti

- označavanje riječnih plaža
- uređenje prilaza i parkirališta
- smještaj u vikendicama/kućama za odmor

Grad (naselje) Petrinja

Ova funkcionalna cjelina raščlanjuje se na:

- povijesnu cjelinu Petrinje (najuži centar) koja okvirno, obuhvaća prostor omeđen ulicom M. Gupca, Radićevom, M. Srnaka i šetališta K. Knežića, uz produžetak Mihanovićeve do stare Gavrilovićeve klaonice. U ovom prostoru se, između ostalog, nalaze sljedeće pojedinačne atrakcije: župna crkva, park, galerija K. Hegedušića, PUO Hrvatski dom, stara tvornica i obiteljska kuća Gavrilovića, stara klaonica, niz vrijednih pojedinačnih građevina u kojima su danas smješteni administrativni i obrazovni sadržaji, munjara, lončarski obrt te ugostiteljski i trgovački sadržaji. Ujedno ovo je zona u kojoj se odvijaju sve značajnije kulturne, zabavne i sportske manifestacije.
- širi centar Petrinje koji obuhvaća dolinu Petrinjčice i slikovite obronke pripadajućeg dijela Hrastovačke gore spojene petrinjskom šetnicom, sportski tereni, gradsko kupalište te nekoliko neuređenih gradskih plaža
- zasebni prostor u širem centru gdje se nalaze suvremeni pogon mesne industrije Gavrilović.

Ova cjelina nudi sadržaje koji će ispuniti potrebu posjetitelja prvenstveno za tzv. dokoličarskom edukacijom te zabavom i užitkom (eng. fun and entertainment)

Moguće turističke aktivnosti

- razgledavanja kulturno-povijesne baštine - (dokoličarska edukacija)
- upoznavanje povijesnog razvoja Petrinje i Banovine u zavičajnom muzeju i interpretacijskim prostorima (dokoličarska edukacija)
- upoznavanje obrtničke tradicije (lončarstvo, rukotvorstvo) (dokoličarska edukacija)
- priprema za kretanje planinarskim, biciklističkim (sport i rekreacija) i tematskim (dokoličarska edukacija) stazama, cestama i putovima
- uživanje lokalnih gastronomskih specijaliteta (užitak)
- uživanje vina iz Petrinjskog vinogorja (užitak)
- korištenje cestovne infrastrukture, poglavito tranzit na relaciji Plitvička jezera – Lonjsko polje (nedokoličarski motivi)
- službena putovanja

Boravišno izletničke značajke

- dnevni obilazak za sve aktivnosti
- iznimno višednevni boravak za turiste koji žele obići veći broj vizitacijskih turističkih atrakcija
- noćenje za tranzitere i poslovne osobe

Osiguranje turističke dostupnosti

- interpretacija kulturno-povijesne baštine (samostalni tiskani vodič za obilazak, interpretacijske ploče) osmišljena na tri razine prema raspoloživom vremenu:
  - ruta baštine – najuža gradska jezgra
  - ruta rekreacije – gradska jezgra s nekoliko varijacija obilaska gradske šetnice
- unapređenje vizualnog sklada uže gradske jezgre, prvenstveno fasada, izloga i javnih površina
- prezentacija kulture i povijesti grada Petrinje kroz gradski muzej ili interpretacijski centar koji bi objedinjavao priču o nastanku grada i njegovom razvoju, prezentirao kulturnu, umjetničku i obrtničku tradiciju grada te služio kao trgovina za prodaju lokalnih proizvoda
- izgradnja kvalitetnih smještajnih kapaciteta – mali gradski (butik) hotel s ugodnim sobama i kvalitetnom gastronomskom ponudom
- unaprijediti gastronomsku ponudu kako bi se oživjela ova petrinjska tradicija
- razvijati ključna kulturna i zabavna događanja kako bi se stimulirala ponovna posjeta prvenstveno regionalnih posjetitelja, privlačila medijska pažnja i gradio turistički imidž
- ulagati u revitalizaciju fasada odnosno pročelja u gradskoj jezgri
- urediti vizitacijski centar posvećen tradiciji mesne industrije

Šamarica – južni pol

Šamarica, kao prirodno najvrjedniji dio Zrinske gore prostornim je planom i dalje zadržao turističku namjenu, te je na ovom prostoru planirano uređenje turističkog naselja „Šamarica“.

Ova cjelina nudi sadržaje koji će ispuniti potrebu posjetitelja prvenstveno za aktivnim boravkom i odmorom u izoliranom prirodnom okruženju.

Moguće turističke aktivnosti

- pješačenje i brdski biciklizam (sportska rekreacija)
- promatranje biljnog i životinjskog svijeta (dokoličarska edukacija)
- foto-safari (dokoličarska edukacija)

Boravišno-izletničke značajke

- dnevni obilazak
- višednevni (vikend) boravak

Osiguranje turističke dostupnosti predmet detaljne studije, a minimalno uključuje:

- Osiguranje sigurnosti posjetitelja (razminiravanje)
- Uređenje pristupne ceste
- Markacija planinarska

Dolina rijeke Petrinjčice

Tu se nalazi koncentracija izletničkih atrakcije od kojih su najznačajnije fortifikacije (Klinac grad, Pecki, Ćuntić kula), izletišta (Zelena dolina s motor-cross stazom i ishodištem projekta Put kestena, prostornim planom predviđen za daljnji razvoj turističkih i ugostiteljskih sadržaja; Korablja Tišinić), Dječji istraživalački centar te samostanski kompleks sv. Antuna Padovanskog i ruralne kuće za odmor. Također, većina petrinjskih poduzetnika koji namjeravaju proširivati postojeće ili investirati u nove turističke kapacitete nalazi se u ovom prostoru. Tematski ona obuhvaća:

- sela (kultura života i rada)
- domaće životinje (životinjski svijet)
- spomenike kulture (kulturno-povijesna baština)
- obrađeno zemljište (kultura života i rada)
- kamenolome (geološke značajke prostora)
- divljač i pčele (životinjski svijet)
- prostranstva kestenovih šuma (priroda)
- folklorne manifestacije (kultura života i rada)
- banijske gastro-specijalitete (kultura života i rada)

Moguće turističke aktivnosti:

- odmor i oporavak (boravak na selu)
- sportska rekreacija (šetnje, jahanje, vožnja bicikla)
- dokoličarska edukacija (promatranje, foto-lov)
- užitak (domaći specijaliteti)

Boravišno-izletničke značajke

- boravak na turističkim seljačkim gospodarstvima
- dnevni obilazak sela i slobodnog prostora

Osiguranje turističke dostupnosti

- u okviru razvojnih programa ruralnog turizma

Kotar šuma

Kotar šuma je jedno od dva zaštićena prirodna područja kojim dominira hrast i pitomi kesten, s bogatim životinjskim svijetom (lovište), nekoliko izvora pitke vode i ostacima rimske ceste.

Moguće turističke aktivnosti

- šetnje (sportska rekreacija)
- razgledavanje (dokoličarska edukacija)
- lov i foto-safari (sportska rekreacija; dokoličarska edukacija)

Boravišno-izletničke značajke

- dnevni obilasci

Osiguranje turističke dostupnosti

- potrebna je detaljna razrada sustava turističke sigurnosti i dostupnosti u ovoj cjelini.

Hrastovačka gora

Hrastovačka gora s naseljem Hrastovica, bogata kestenovom šumom, dostupna dobro označenim planinarskim stazama iz sela Hrastovice i centra Petrinje, te s uređenim planinarskim domom na vrhu. Posebnost ovog prostora su ostaci srednjovjekovne fortifikacije i samostanskog kompleksa. Samo selo Hrastovica izuzetno je pitoreskno, s crkvom sv. Bartola koja dominira njegovom vizurom, izvorima pitke vode, kvalitetnim planinarskim markacijama te malim lokalnim skijalištem.

Moguće turističke aktivnosti

- sportska rekreacija (šetnje, planinarenje, vožnja bicikla, skijanje, sanjkanje)
- dokoličarska edukacija (promatranje, foto-lov)
- branje šumskih plodina

Boravišno-izletničke značajke

- dnevni obilazak sela, ostataka utvrde i pohodi na vrh.

Osiguranje turističke dostupnosti

- izrada i široka diseminacija kvalitetnih planinarskih i biciklističkih karata
- turistička interpretacija sela i srednjovjekovne utvrde

Naselje Gora

Gora su značajna zbog svoje povijesti kao nekada važno templarsko središte s ostacima srednjovjekovne utvrde te Župnom crkvom uznesenja BDM koju su templari gradili početkom 13. stoljeća te koja je danas u obnovi.

Moguće turističke aktivnosti

- dokoličarska edukacija

Boravišno-izletničke značajke

- dnevni obilazak templarske crkve te ostataka utvrde

Osiguranje turističke dostupnosti

- predmet posebnog plana upravljanja po rekonstrukciji crkve

8.3. Integrirani turistički proizvod Petrinje

Sljedeći predloženu logiku prostorno-programskog razvoja turizma na području grada Petrinje, trebao bi se postići potpuno integrirani destinacijski turistički proizvod. Svaka od navedenih turističkih funkcionalnih cjelina čini parcijalni turistički proizvod cjelovitog turističkog destinacijskog proizvoda, međutim, u pojedinim slučajevima tek mehanički spojenog u destinacijsku cjelinu. Stoga valja utvrditi optimalno ustrojstvo turističkog proizvoda osnovne turističke destinacije Petrinja.

Taj optimalan turistički proizvod destinacije Petrinja sljedećih je karakteristika:

- pretežito izletničko-boravišnih značajki
- najprivlačniji je tijekom proljeća, ljeta i jeseni, osobito u dane vikenda i praznika
- destinacija čije značajke atrakcijske osnove i njezin geoprometni položaj može zanimati četiri osnovne skupine gostiju:
    - stanovništvo uže i šire gravitirajuće zone tijekom cijele godine koje ostvaruje jednodnevne izlete
    - turiste posebnih interesa iz nešto udaljenijih krajeva (školske i stručne ekskurzije, kružna putovanja, hobisti, penzioneri, ciljani odmor) u jednodnevnom ili višednevnom obilasku
    - posjetitelje u tranzitu (kratak obilazak)
    - poslovne turiste – nedokoličarski motivi, uvjetovani ekonomskom aktivnošću grada

Za to je potrebna sljedeća turistička infra i suprastruktura

- smještaj
    - u sjevernom polu, uz rijeku Kupu, odmorišni smještaj (kuće za iznajmljivanje, vikendice) prilagođen sportskim ribolovcima, obiteljima s djecom i grupama prijatelja
    - U Petrinji, hotelski smještaj za poslovne ljude, tranzitere i one koji vizitacijske atrakcije grada Petrinje žele razgledavati više dana, a očekuje se unapređenje kvalitete postojeće smještajne ponude kako bi ona bila sukladna suvremenoj potražnji.
    - U ruralnom prostoru doline Petrinjčice i Hrastovačke gore smještaj na turističkim seljačkim gospodarstvima za potrebe odmora i rekreacije. Također, tu se očekuje boravak u kućama za iznajmljivanje.
    - Smještajni objekti, primjerice turistička naselja, autokampovi i sl., u skladu s planovima prostornog uređenja, na lokacijama za koje će se javiti poduzetnički interes
- jelo i piće
    - ključni ugostiteljski objekti koji nude kvalitetnu prehranu na punktovima koji osiguravaju funkcioniranje turističkog destinacijskog sustava u svrhu revitalizacije petrinjske gastronomske tradicije
    - ugostiteljski objekti koji nude lokalne specijalitete, poglavito vezani uz turistička seljačka gospodarstva i vinske podrume, te u budućnosti proizvodnju meda, šljiva i jabuka.
    - ostali ugostiteljski objekti

Dovođenje turističkih atrakcija destinacije Petrinje do stupnja tržišne spremnosti podrazumijeva sljedeće:

- na razini turističke atrakcije
    - fizičku i javnu dostupnost
    - obilježavanje
    - interpretaciju
    - promidžbene materijale
- na razini turističke destinacije
    - zavičajni muzej i/ili integrirani centar za posjetitelje
    - središnji informativni punk
    - destinacijski promidžbeni materijal
    - u slučaju grada Petrinje, uređena i interpretirana gradska jezgra

8.4. Zaključna razmatranja

Grad Petrinja posjeduje vrlo bogatu resursnu osnovu, osobito kada je u pitanju njezin atrakcijski dio. Riječ je o nekoliko realnih turističkih atrakcija, prvenstveno u domeni raznih kulturnih, zabavnih i sportskih događanja, kulturno-povijesne baštine i seoskih turističkih gospodarstva te većini potencijalnih turističkih atrakcija koje tek valja učiniti realnim, kako bi postale inicijalni dio novog turističkog proizvoda osnovne turističke destinacije Petrinja. To znači da tim potencijalnim atrakcijama valja osigurati odgovarajuću turističku dostupnost (osposobljavanje za prihvat turista).

Po svojim značajkama, osim nekoliko iznimaka, petrinjsku atrakcijsku osnovu čine male turističke atrakcije koje mogu poslužiti za oblikovanje vrlo privlačnog turističkog „sitnog veza“, što se metodološki razlikuje od stvaranja turističkog proizvoda koji, u pravilu, ima samo jednu veliku i glavnu turističku atrakciju (npr. poput mora).

S jedne strane, pretežiti dio petrinjskih turističkih atrakcija je vizitacijskog (posjetiteljskog) karaktera, a s druge strane, područje oko grada Zagreba vapi za novim, dobro organiziranim izletničkim sadržajima pa će profil nove turističke ponude destinacije Petrinje trebati biti temeljen na značajkama pretežitog dijela potencijalne atrakcijske osnove. Osim ovog načelnog stava, vizitacijska ponuda može biti raznorodna s obzirom na osnovno tematsko grupiranje turističkih atrakcija (kulturno –povijesno, etnografsko, krajobrazno, gastronomsko, proizvodno, i drugo). Ipak, valja napomenuti da po svom karakteru petrinjske realne i potencijalne turističke atrakcije nisu osobito specifične jer sličan 'sitan' vez nude gotovo sve destinacije kontinentalne Hrvatske. Stoga je od ključne važnosti da se Petrinja kao osnovna turistička destinacije te njezine pojedine turističke atrakcije identificiraju kao jedinstvene, kvalitetno interpretiraju te osmisle tako da posjetitelju pružaju izuzetan doživljaj i visoku kvalitetu usluge.

9. KONCEPCIJA MARKETINGA

U današnjem svijetu stalno rastuće konkurencije brojni se turistički proizvodi i usluge plasiraju na tržište kako bi se zadovoljile potrebe sve izbirljivijeg turističkog potrošača. Proizvodi se nude na način da stvaraju određena očekivanja i potiču turiste na dolazak, a destinacije se nastoje što bolje pozicionirati. Prvi korak prema učinkovitom pozicioniranju Petrinje je definiranje sustava iskustva u odnosu na glavne prednosti i resurse. To su: prirodne i ambijentalne vrijednosti, kultura i baština te dostupnost Petrinje.



Definirana iskustva polazna su točka za pristup brendiranju destinacije. U upravljanju turističkim destinacijama, a posebno u destinacijskom marketingu, danas se sve više primjenjuje ovaj koncept. Osnovna vrijednost brenda očituje se

u njegovoj ulozi u brzom prepoznavanju obilježja destinacije kod potencijalnih kupaca i time poticanju odluke o putovanju, odnosno, kupnju turističkog proizvoda. U širem kontekstu brend predstavlja obećanje kupcu što je u osnovi izuzetno složeno jer ono na čemu se destinacijski brend treba temeljiti postaje glavna odrednica za djelovanje svih onih koji čine destinacijsku ponudu. Tako uspješan destinacijski brend gradi prepoznatljivost, odnosno, potencijalnim gostima olakšava stvaranje slike o mogućnostima i specifičnostima boravka u destinaciji.

9.1. Ključni razlikovni elementi i brend koncept

Sam proces gradnje brenda polazi od sagledavanja jedinstvenih atributa destinacije a potom se to uklapa u potrebe kupaca, odnosno, odgovor na pitanje koje bi obećanje kupcima bilo relevantno. Snažan i prepoznatljiv brend izuzetno je važan 'kapital' za destinaciju jer u današnjem svijetu izrazite konkurencije postoje temelj i polazna točka za sve daljnje marketinške aktivnosti.

Brojne destinacije tijekom bogate povijesti stekle su svoj brend i on im danas pomaže u privlačenju posjetitelja kao i stvaranju određenih percepcija i očekivanja. Zahvaljujući tom brendu kupci ima pridaju određene atribute, bilo da se oni temelje na stvarnosti ili proizlaze iz očekivanja stvorenih na temelju preporuka, razgovora, priča. S druge strane, postoji velik broj destinacija koje svoj brend tek pokušavaju graditi i tako pronaći način za stvaranje 'veze' za kupcima. Sama gradnja brenda izrazito je složen proces koji se često puta poistovjećuje se izradom loga i slogana koji su samo dio tog procesa, odnosno, predstavljaju sredstva za komunikaciju s potencijalnim gostima. Prije toga potrebno je proći kroz proces definiranja vizije, sagledavanja postojećeg imidža, upoznavanja i razumijevanja vlastitih resursa i dr., a konačno, nakon pronicanja u bit brenda važno je isto kontinuirano pratiti i nadograđivati aktivnosti koje se provode s ciljem njegova stvaranja.

Ovdje je važno spomenuti istraživanje koje je agencija Ipsos Puls provela 2011. godina na temu turističkog pozicioniranja Petrinje. Riječ je telefonskom istraživanju (CATI) provedenom na slučajnom, reprezentativnom uzroku od 500 ispitanika starijih od 18 godina unutar Zagreba, Zagrebačke i Sisačko-moslavačka županije. Cilj istraživanja, između ostalog, bio je istražiti poznavanje i percepciju Petrinje te njenu privlačnost kao destinacije za izlete. Prve asocijacije za Petrinju (kod više od 60% ispitanika) bile su Gavrilović i rat. Zanimljivo je da su sve druge asocijacije, uključujući asocijacije na izlete, učiteljski fakultet, Kupu i dr. bile zastupljene kod 2 ili 1 % ispitanika. Kod spontanog navođenja znamenitosti jedino je rijeka Kupa (7%) bila zastupljena u relativno značajnijem broju. Potaknuto poznavanje znamenitosti pokazalo je nešto bolje rezultate pa su se tu istaknuli Kupa (61%), Kestenijada (56%), i okolna mjesta (Mošćenica, Brest) kod 45% ispitanika. Kao najprivlačniji sadržaj ocjenjena je Kestenijada, te potom

Dječji istraživalački centar i seoski turizam. Većina ispitanika složila se da Petrinja ima zanimljivu baštinu i lijep krajolik. Interesantno je spomenuti da, prema istraživanju, ispitanici najčešće nisu bili u Petrinji jer „nije bilo prilike“, a čak njih 72% smatra da u okolici Petrinje postoje nerazminirana područja. U Petrinji su češće biti mlađi i obrazovaniji te ispitanici iz Sisačko-moslavačka županije. Ono što bi najviše moglo privući ispitanike su aktivnosti boravka i ručka na seoskim gospodarstvima te razgledavanje starih zanata što je još jednom potvrdilo opće prisutan trend potražnje za ruralnim prostorima.

Petrinji, u ovome trenutku, predstoji stvaranje brenda koji će joj pomoći u pronalaženju 'prečice' u stvaranju i razumijevanju njenih obilježja u svijesti potrošača. Polazna točka za to je definiranje ključnih atributa jedinstvenosti, odnosno, razlikovni elementi Petrinje.

Po čemu je Petrinja drugačija od ostalih mjesta koje je okružuju, posebice, mjesta kontinentalne Hrvatske? Što je to 'najsnažnije' na čemu može graditi svoju jedinstvenost i prepoznatljivost.

Moguće je identificirati nekoliko ključnih atributa jedinstvenosti:

- **U Petrinji se osjeća 'građanski štih' života**
  Građanski ugođaj i produhovljenost stila života vidljivi su na svakom koraku u Petrinji. O tome svjedoči kulturno-umjetnički centar, kulturna događanja, muzej, učiteljska akademija, limena glazba kao i bogata tradicija spravljanja kolača. Parkovi su uređeni, a arhitektura zgrada i kuća upućuje na pažljivo oblikovanje prostora.
- **Rijeka Petrinjčica je mjesto susreta i druženja**
  U Petrinji se velika pažnja posvećuje šetnicama uz rijeku. To su oduvijek bila mjesta promenada, mjesta gdje se upoznavalo i družilo. Sama rijeka je pitoma i mala na što upućuje i njeno ime. Ona ne plaši svojom širinom i silinom riječnog toka već naprotiv 'mala i pitoreskna' poziva na boravak uz nju. U Petrinji se živi na rijeci i uz rijeku.
- **U Petrinji se uvijek 'dobro' jelo i danas je tako**
  Bogata gastronomska tradicija veže se uz 'prvu hrvatsku tvornicu salame'. Tvornica Gavrilović najjača je poveznica s ovim krajem koji ujedno asocira i na bogatu tradiciju stočarstva. Međutim, gastronomija tu ne prestaje. Spravljanje tradicionalnih kolača prenosi se pokoljenjima, a o tome svjedoče brojne kuharice u kojima su skupljeni recepti od 'baka i prabaka'.
- **Petrinja je 'zaokružena izletnička destinacija'**
  Zajedno s okolicom nudi za svakoga 'po nešto' – malo brežuljaka za šetnje, malo šuma za kestene, malo gradskog štiha i muzeja, malo manifestacija – sve to zajedno čini zanimljivu i inspirativnu izletničku destinaciju i za šetače, i za djecu i za ljubitelje kulture i za one koji traže bijeg iz gradske vreve i mir.

9.2. Osobnost brenda Petrinja

Osobnost brenda odnosi se na karakteristike brenda kao osobe. Kakva je Petrinja i kako se posjetitelj ovdje može osjećati? Osobnost se može opisati na sljedeći način:

Topla	U Petrinja se osjeća toplina. Ona je zaokružena, ljudi su topli i ljubazni a osjećaj dobrodošlice je sveprisutan. Petrinja nije velika već je 'po mjeri'. Kroz nju se jednostavno prošetati, a okolica je dostupna, lagana i dohvatljiva. Ima rijeke Petrinjčice zvuči toplo i prisno a tako ga izgovaraju i sami Petrinjci.
Profinjena	Briga o kvaliteti kulturnog života osjeća se na svakom koraku i zbog toga je Petrinja profinjena. To odiše kroz arhitekturu, parkove, šetnice, brigu oko okućnica. Osim toga, tradicija se osjeća kroz brojna kulturna događanja, glazbu, umjetnost, izložbe.
Umjerena	Umjerenost Petrinje i okolice očituje se kroz pitomost krajolika, izmjenu krajolika laganih brežuljaka i dolina. Umjerenost i nenametljivost očituje se kroz kulturu života i rada, njegovanje tradicijskih zanata.
Otvorena	Petrinja je otvorena. Ona se kroz široku dolinu Petrinjčice otvara prema brdima i dalje. Ona je srdačna i otvorena prema novitetima.
Prijateljska	Petrinja je prijateljska i rado će ugostiti poznate i nepoznate. Pri tome će pokazati svu raskoš svoje gastronomske ponude, rado prezentirati svoje specijalitete i ponosno prezentirati salame koje se samo ovdje generacijama spravljaju, a recepti brižno čuvaju.

9.3. Identifikacija i valorizacija turističkih proizvoda

Turistički proizvodi predstavlja doživljaj koji je sastavljen od brojnih materijalnih (opipljivih) i nematerijalnih (neopipljivih) komponenti. Za njegov uspjeh zaslužni su gospodarski subjekti, javna poduzeća, poduzetnici, lokalno stanovništvo i dionici koji na različite načine mogu utjecati na zadovoljstvo gostiju. Turističke zajednice u određenoj mjeri mogu utjecati, odnosno, poticati razvoja proizvoda, koordinirati rad na proizvodi ili kroz aktivnosti edukacije utjecati na njegovu kvalitetu. Međutim, stvaranje konkurentnih turističkih proizvoda izuzetno je složen proces koji se, prije svega, temelji na dobroj organizaciji i suradnji dionika koji su uključeni u njegov razvoj i nuđenje na tržištu.

U gradu Petrinji, koja iako ima brojne zanimljive i vrijedne resurse, veći dio proizvoda tek je u inicijalnoj fazi razvoja. Na temelju analize resursa, trendova na tržištu potražnje, obilazaka terena i provedenih radionica identificiran je sljedeći proizvodni portfelj:

Tablica 9.3.1.
Proizvodi portfelj grada Petrinje

GLAVNI/NOSEĆI TURISTIČKI PROIZVODI	DODATNI/KOMPLEMENTARNI TURISTIČKI PROIZVODI
• Gradski turizam temeljen na baštini • Ruralni turizam • Mototurizam	• Industrijski turizam • Turizam vina • Promatranje ptica i životinjskog svijeta • Lov • Sportski ribolov • Planinarenje • Cikloturizam

S obzirom na identificirani proizvodni portfelj u marketinškom smislu potrebno je osmisliti konkretne proizvode koji se mogu relativno brzo i sa skromnijim financijskim i ljudskim resursima lansirati na tržište. To znači da će, u ovoj inicijalnoj fazi razvoj, proizvodi biti uglavnom vizitacijskog karaktera, da će imati naglasak na aktivnosti vezane uz prirodu, kulturu života i posjet kulturnim atrakcijama, da će biti naglasak na obilaženju pojedinih lokaliteta. Stoga će se usmjeriti na glavne motive: odmor i opuštanje, aktivni odmor u prirodi te edukacija i obilazak kulturno-povijesnih atrakcija.

U skladu s time predlaže se sljedeći sustav proizvoda:

PROIZVOD	**PREDAH ZA CIJELU OBITELJ**
Doživljaj	Odmor i opuštanje obitelji s naglaskom na aktivnosti za djecu
Osnovni proizvod	Odmor uz rijeku (Petrinjčica)
Podržavajući proizvod	Igrališta i sadržaji za djecu Ugostiteljska ponuda s jelovnicima 'za male' Prometna signalizacija i dobro uređena parkirališta Tematizirana šetališta (sigurna)
Tržišna spremnost	Poluspremno
Ciljna tržišta	Obitelji djecom mlađeg uzrasta Mladi/grupe prijatelja Posjetitelji u tranzitu
Sezonalnost	Proljeće, ljeto, jesen

PROIZVOD	**PETRINJA NA POZORICI**
Doživljaj	Boravak u gradu, posjet manifestacija
Osnovni proizvod	Kulturni turizam
Podržavajući proizvod	Manifestacije Događanja Izložbe Koncerti
Tržišna spremnost	Spremno
Ciljna tržišta	Lokalno stanovništvo, stanovništvo iz okolnih županija, Zagrepčani
Sezonalnost	Proljeće, ljeto, jesen, zima

PROIZVOD	**UPOZNAJ ŽIVOT SELA**
Doživljaj	Upoznavanje domaćine i njihovog načina života
Osnovni proizvod	Posjet seoskom gospodarstvu, kušanje domaćih proizvoda, mogućnost kupnje, obilazak kušaonica, upoznavanje s načinom proizvodnje meda, sudjelovanje u raznim radionicama (proizvodnja rakije, autohtone sorte voća)
Podržavajući proizvod	Tematizirana seoska obiteljska gospodarstva Kušaonice Mogućnost kupnje proizvoda
Tržišna spremnost	Poluspremno
Ciljna tržišta	Obitelji s djecom mlađeg uzrasta Generacija 50+ Školske ekskurzije
Sezonalnost	Proljeće, ljeto, jesen

PROIZVOD	**BORAVAK NA RIJECI**
Doživljaj	Aktivan odmor 'uz vodu'
Osnovni proizvod	Boravak u prirodi, uživanje u čistom zraku i vidicima, šetnje uz rijeku, kupanje, zabava, roštilj
Podržavajući proizvod	Dobro označena i uređena mjesta/plaže Dobra signalizacija Organizirana parkirališta Mogućnost najma opreme
Tržišna spremnost	Poluspremno
Ciljna tržišta	Obitelji s djecom mlađeg uzrasta Generacija 50+ Ljubitelji aktivnog boravka u prirodi

Sezonalnost	Proljeće, ljeto, jesen

PROIZVOD	**SPORTSKI RIBOLOV**
Doživljaj	Aktivan odmor, boravak u prirodi
Osnovni proizvod	Ribolov
Podržavajući proizvod	Signalizacija Uređeni prilazi i platforme po potrebi Tiskani letak s popisom riba Mogućnost najma/kupnje opreme
Tržišna spremnost	Poluspremno
Ciljna tržišta	Sportski i rekreativni ribolovci iz okolnih regija
Sezonalnost	Proljeće, ljeto, jesen, zima

10. KAKO DALJE?

Područje grada Petrinje je u inicijalnoj je fazi razvoja turizma te se ovim planom postavljaju temelji za njegov sustavan, koordiniran i planski usmjeravan razvoj. U tom smislu, ovaj dokument krenuo je od detaljne analize postojećeg stanja turističkog razvitka, osobito usmjerene na inventarizaciju i valorizaciju turističke resursno-atrakcijske osnove koju tek treba pretvoriti u dobro osmišljene turističke doživljaje i proizvode na način koji će omogućavati kontinuirano zadovoljavanje zahtjeva i/ili potreba jasno prepoznatih i ciljanih potrošačkih segmenata. U tom je kontekstu, nadalje, provedena i detaljna analiza potencijalnog turističkog tržišta, koja je ukazala na činjenicu da se značajni turistički učinci već u kratkom roku mogu polučiti aktiviranjem domaće potražnje u neposrednom okruženju grada te, u tom smislu, osobito latentne potražnje koncentrirane u matičnoj županiji, Zagrebu i Zagrebačkoj županiji. Naime, ovom se tržištu može odmah ponuditi proizvode vezane za kulturu života i rada koncentrirane u zoni doline rijeke Petrinjčice, kulturno-povijesnu baštinu vezanu uz sam grad Petrinju povezanu s postojećim kulturnim, sportskim i zabavnim događanjima kao i nekoliko osnovnih aktivnosti vezanih za uživanje na i oko rijeke Kupe.

S druge strane, ozbiljniji razvoj turizma na području grada Petrinje u dolazećem razdoblju temelji se na postavkama razvojne vizije i misije, definiranih u suradnji s dionicima turističkog razvoja grada Petrinje, a na temelju kojih je predložen i koncept budućeg turističkog razvoja ovog područja. Sukladno prethodno definiranom metodološkom pristupu, iz razvojne su vizije potom definirani strateški ciljevi, izveden je prijedlog prostorno-programske organizacije, kao i buduće tržišno pozicioniranje projektnog područja. Konačno, na bazi svih prethodnih saznanja, identificirani su i turistički proizvodi na kojima valja temeljiti razvoj turizma u nadolazećem razdoblju.

Postupna operacionalizacija vizije i misije kroz strateške razvojne ciljeve trebala bi na cijelom prostoru grada Petrinje osigurati sustavan, međusobno koordiniran, a time i održiv razvoj turizma. Postavljeni razvojni ciljevi, pritom, maksimalno su uvažavali ne samo bitne značajke resursno-atrakcijske osnove, već i financijske, ljudske i organizacijske resurse kojima projektno područje trenutno raspolaže.

Posebno valja naglasiti da se implementaciji ovog dokumenta može pristupiti ne samo na razini jasno definiranih zona/polova turističkog razvoja, za što je ovaj plan osigurao temeljna polazišta i odredišta. No, učinkovita implementacija ovog plana podrazumijeva također i:

- definiranje određenog broja specifičnih razvojnih projekata kao oglednih primjera i/ili nositelja turističkog razvoja, odnosno

- izradu konkretnog akcijskog plana, s jasno određenim prioritetima, vremenom implementacije, potrebnim financijskim sredstvima i nositeljima pojedinih projektnih zadataka, a što ovim dokumentom nije obuhvaćeno, ni predviđeno.

Konačno, proces ulaganja u razvoj pojedinih turističkih proizvoda grada Petrinje trebala bi odmah pratiti i odgovarajuća tržišna komunikacija, pa bi, u tom smislu, dionici razvoja projektnog područja trebali uložiti dodatne kreativne napore i pristupiti definiranju operativnog plana turističkog marketinga i promocije.

Pod uvjetom da se za potrebe praktične implementacije ovog dokumenta osigura predanost kako javnog, tako i privatnog sektora, do 2020. godine grad bi trebao polučiti višestruke koristi od projiciranih oko 9,5 tisuća registriranih turističkih dolazaka ili 13,5 tisuća noćenja, odnosno od oko 42 tisuća izletnika koji bi se mogli privlačiti na godišnjoj razini. Ova potražnja, prema konceptu turističkog razvoja predloženog ovim planom, ne samo da bi osiguravala znatne direktne koristi smještanom i ugostiteljskom sektoru, već bi stvorila i značajan dodatni izvor prihoda različitim kategorijama stanovnika koji će se u turističku ponudu uključiti ponajviše kroz direktnu prodaju svojih proizvoda i/ili usluga (pružanja niza specijaliziranih usluga vođenja, iznajmljivanje opreme, prodaje poljoprivrednih proizvoda na pragu demonstracija tradicionalnih proizvodnih procesa i slično).

Na kraju valja još jednom istaknuti sljedeće: iako ovaj plan nudi jasnu viziju i put ka njezinoj realizaciji, odgovornost za njegovu operacionalizaciju i učinkovitu implementaciju ne može snositi samo Turistička zajednica Grada Petrinje i gradska uprava, već i sadašnji i potencijalni poduzetnici koji moraju prepoznati razvojne mogućnosti koje proizlaze iz intenzivnijeg i organiziranijeg turističkog razvoja.