

Općina Andrijaševci



**VUKOVARSKO-SRIJEMSKA
ŽUPANIJA
OPĆINA ANDRIJAŠEVCI**

**STRATEGIJA RAZVOJA
TURIZMA OPĆINE
ANDRIJAŠEVCI ZA RAZDOBLJE
OD 2017. DO 2022.**

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



Strategija razvoja turizma
Općine Andrijaševci
2017.-2022.



PROGRAM RURALNOG RAZVOJA 2014. - 2020.

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

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

Rokovci, 2019.

**NAZIV PROJEKTA: Strategija razvoja turizma Općine
Andrijaševci**

DATUM: ožujak 2019.

NARUČITELJ: Općina Andrijaševci

IZVOĐAČ: Adria Bonus d.o.o. Poreč

SURADNJA: Institut za poljoprivredu i turizam Poreč

VODITELJI PROJEKTA: prof. dr. sc. Zdenko Tomčić

SURADNICI NA PROJEKTU: doc. dr. sc. Berislav Bolfek

doc. dr. sc. Linda Juraković

dr. sc. Zoran Jeremić

mr. sc. Veljko Mirković

Stevo Žufić, dipl.oec

Krešo Alihodžić, oec

Tekst je tehnički obrađen i lektoriran

Sadržaj

1. UVOD	8
1.1. Cilj	9
1. 2. Metodologija	10
1. 3. Integralni pristup (koncept) izradi Strategije razvoja turizma Općine Andrijaševci .	11
2. RESURSI I DJELATNOSTI.....	13
2.1. Lokacija i površina Vukovarsko-srijemske županije i Općine Andrijaševci	13
2. 2. Demografska slika Općine Andrijaševci.....	15
2. 3. Prirodni resursi	19
2. 3. 1. Reljef i klima.....	19
2. 3. 2. Biljni i životinjski svijet	20
2. 3. 3. Poljoprivredne površine	21
2.4. Povijesni i kulturni resursi.....	23
2. 5. Infrastruktura.....	24
2. 5. 1. Prometnice	25
2. 5. 2. Vodoopskrba.....	26
2. 5. 3. Elektroopskrba	26
2. 5. 4. Telekomunikacijski promet.....	27

2. 6. Komunalna djelatnost.....	28
2. 6. 1. Odvodnja otpadnih voda	28
2. 6. 2. Gospodarenje otpadom	28
2. 7. Društvene djelatnosti.....	29
2. 7. 1. Obrazovanje	29
2. 7. 2. Kultura i kulturna dobra	30
2. 7. 3. Društva i udruge Općine Andrijaševci.....	33
2. 7. 4. Sport	33
2. 7. 5. Zdravstvo	34
2. 8. Gospodarstvo.....	34
2. 8. 1. Turizam i ugostiteljstvo	39
2. 8. 2. Razvoj poljoprivrede Općine Andrijaševci	44
2. 8. 3. Malo i srednje poduzetništvo.....	45
3. RAZVOJNO - PLANSKA OPREDJELJENJA	47
3. 1. Europski sustav	47
3. 2. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020.....	48
3. 3. Strategija razvoja turizma Vukovarsko-srijemske županije 2014. – 2020.....	51
<u>3. 4. Razvojna strategija Vukovarsko-srijemske županije za razdoblje do 2020.....</u>	<u>54</u>
3. 5. Strategija razvoja Općine Andrijaševci za razdoblje 2016.-2021.	55

3. 6. Prostorni planovi Županije	56
3.7. Prostorni plan Općine.....	59
4. POTICAJNE MJERE, KREDITNE LINIJE, OSTALI IZVORI FINANCIRANJA	63
4.1. Prikaz stanja.....	63
4.2. Investicijsko okruženje	64
4. 3. Korištenje EU fondova.....	64
5. GLOBALNA DRUŠTVENO-EKONOMSKA KRETANJA	66
6. OBILJEŽJA POTRAŽNJE I PONUDE.....	68
6. 1. Obilježja turističke ponude destinacije	68
6. 1. 1. Opis elemenata stanja postojeće ponude – integralni pristup	69
6. 1. 2 Prikaz ponude.....	72
6. 2. Obilježja potražnje	73
6. 2. 1. Obilježja turističke potražnje u destinaciji.....	74
6. 3. Obilježje turističke potražnje destinacije Općine Andrijaševci	74
7. SWOT ANALIZA.....	75
8. TRŽIŠNI ELEMENTI.....	77
8. 1. Tržišna pozicija turizma na prostoru destinacije.....	77
8. 1. 1. Tržišna kretanja i trendovi	78
8. 1. 2. Neusklađenost ponude i potražnje.....	80

9. RAZVOJNE MOGUĆNOSTI.....	84
9. 1. Razvojne mogućnosti	84
9. 2. Mogući pravci razvoja.....	85
9. 3. Očekivani efekti	88
10. RAZVOJNA STRATEGIJA I CILJEVI.....	91
10. 1. Vizija – odabrana varijanta	91
10. 2. Odabrani model razvoja	92
10. 3. Najznačajniji ciljevi razvoja.....	93
11. POBOLJŠANJE PONUDE I NOVI PROIZVODI (integralni pristup).....	96
11. 1. Poboljšanje postojećeg stanja.....	96
11. 2. Novi proizvodi (ponuda)	99
12. DESTINACIJSKI MENADŽMENT I MARKETING	103
12. 1. Destinacijski menadžment Općine	103
12. 2. Destinacijski marketing Općine	104
12. 2. 1. Brendiranje destinacije	106
12. 2. 2. Sustav upravljanja turizmom.....	106
13. PLAN PROVEDBE	109
14. IZVORI	116

1. UVOD

Razvoj turizma ovisi o ekonomskim i društvenim kretanjima u nacionalnim i međunarodnim okvirima. Stoga njegov razvoj treba biti usklađen s dugoročnom nacionalnom politikom, politikama srodnih područja i sektora, ali i politikama Europske unije čiji je punopravni član Hrvatska postala 1. srpnja 2013. godine. S dobro artikuliranom vizijom, prepoznatim strateškim područjima i jasnim planom djelovanja, turizam se treba, inicijalno uklopiti u postojeće strateške smjernice i postupno utjecati na kreiranje budućih nacionalnih i europskih politika. Istodobno, vizija i strateški ciljevi turizma moraju odražavati nacionalne prioritete i biti zasnovani na vlastitim snagama i vrijednostima.

Hrvatski turizam predstavlja jednog od glavnih pokretača ukupnog hrvatskog gospodarstva i značajno doprinosi ukupnom društvenom razvoju Republike Hrvatske i blagostanju svih hrvatskih građana. Hrvatski turizam je nakon uspostave državne samostalnosti prošao dvadesetogodišnji proces tranzicije bremenit svim problemima i proturječnostima gospodarskog i društvenog razvitka zemlje. Strategija razvoja turizma RH do 2020. polazi od analize ključnih pokazatelja dostignutog razvoja, sagledava razvojna ograničenja i razvojne mogućnosti koje se očitavaju iz relevantnih razvojnih trendova u globalnom okruženju te prepoznaje ključne činitelje uspjeha na koje se hrvatska turistička politika mora usredotočiti u razdoblju do 2020. godine.

Poticanje bržeg gospodarskog rasta temeljenog na integraciji tržišta i institucionalnim reformama, viša stopa zaposlenosti i promicanje održivog razvoja tri su glavna strateška cilja Strategije razvoja turizma do 2020. godine. Sukladno tome, a vodeći istodobno računa o postojećim ograničavajućim činiteljima budućeg turističkog razvoja RH te o globalnim trendovima u turističkoj potražnji, glavni cilj razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine je povećanje njegove atraktivnosti i konkurentnosti, što će rezultirati ulaskom u vodećih 20 turističkih destinacija u svijetu po kriteriju konkurentnosti. Istodobno, ostali strateški ciljevi turističkog razvoja RH do 2020. godine su:

- Poboljšavanje strukture i kvalitete smještaja
- Novo zapošljavanje
- Investicije
- Povećanje turističke potrošnje

Strategija razvoja turizma destinacije Općine Andrijaševci daje viziju održivog razvoja destinacije koja je namijenjena prvenstveno lokalnoj upravi i samoupravi, posebice njezinom turističkom i kulturnom sektoru, kao i njezinim ostalim dionicima. Svrha izrade plana razvoja turizma Općine Andrijaševci je prije svega poboljšanje kvalitete života, osiguravanje

gospodarskog napretka i blagostanje stanovništva. Osim toga, treba poslužiti usuglašavanju polazne osnove za razvoj poduzetničkog okvira razvoja turizma sljedećih sedam godina.

1.1. Cilj

Strategija razvoja turizma Općine Andrijaševci predstavlja okvirni razvojni dokument i daje strateška opredjeljenja za razvoj turizma. Za izradu Strategije razvoja turizma na prostoru Općine Andrijaševci, cijeli je prostor tretiran kao potencijalno turistički (sadrži čitav niz karakteristika, resursa). Dakle, uzima u obzir sve raspoložive resurse, a posebno tržišne trendove.

Pri definiranju Strategije razvoja turizma uzeti su u obzir:

- Potreba određivanja najznačajnijih ciljeva
- Odabir strategije i pravaca razvoja
- Poboljšanje postojeće ponude
- Razvoj nove ponude
- Prognoza ulaganja
- Sustavni pristup upravljanju turističkom destinacijom
- Destinacijski menadžment i marketing.

Na taj način su definirani konkretni, pragmatični i primjenjivi rezultati i pitanja:

- Koji su pravci razvoja (smještaj, izvanpansionska ponuda, događaji, infrastruktura, druge djelatnosti itd.),
- Koja je strategija rasta i razvoja (konkretne kvantifikacije),
- Koji su efekti (zaposlenost, prihodi, prihodi u drugim djelatnostima itd.),
- Koja su potrebna ulaganja za realizaciju zacrtane strategije razvoja,
- Koja je dinamika razvoja,
- Koji način upravljanja destinacijom garantira realizaciju planiranog,
- Kako postaviti marketinški koncept,
- Na koji način u turistički proizvod ili pojedinačne programe uključiti šire okruženje.

Pri definiranju vizije razvoja uzeti su u obzir sljedeći trendovi u turizmu:

- Novi motivi (aktivnost i boravak u prirodi, doživljaji, rekreacija, zdravlje),
- Sve veća očekivanja od cjelokupne destinacije,
- Promjena u potrebama (manje je slobodnog vremena, više se puta godišnje putuje, veći su zahtjevi),

- Potražnja za očuvanim ekološkim prostorima (dobro održavanim),
- Osobna sigurnost (sveukupna),
- Potražnja za manjim objektima (više individualnosti).

1. 2. Metodologija

Metodologijom je utvrđen jedinstveni pristup, određen način izrade i provedbe Strategije razvoja turizma Općine Andrijaševci.

Cjelokupni proces izrade temelji se na sljedećim načelima:

- Partnerski pristup
- Multidisciplinarnost
- Konzultacijski proces
- Baziranje na relevantnim podacima

- *partnerski pristup*

Kako bi izrada Strategije razvoja turizma Općine bila transparentnija, a rezultati proizašli iz održanih radionica i dubinskih intervjua mogli što uspješnije podijeliti s ostalim žiteljima Općine, potencijalnim turističkim subjektima, kao i svim zainteresiranim, nužno je bilo osigurati odgovarajući način prenošenja informacija. Tako su priliku da izlože prijedloge, sugestije, mišljenja imali svi zainteresirani. Time se ukazuje na značaj partnerskog pristupa i participacije u planiranju razvoja turizma.

- *multidisciplinarnost*

Turizam je izrazito multidisciplinarni sektor, stoga je pri planiranju turističkog razvoja bilo potrebno uključiti stručnjake iz različitih područja i djelatnosti kojima je turizam zajednička tema djelovanja.

- *konzultacijski proces*

Konzultacijski proces je zahtijevao uključivanje predstavnika svih relevantnih dionika s područja Općine u proces izrade predmetnog plana. Na ovaj je način osiguran multidisciplinarni i partnerski pristup pri izradi Strategije razvoja turizma, te je uspješnije provedena analiza problema, definirati su ciljevi, prioriteti i mjere. U radu radnih skupina

sudjelovali su stručnjaci iz raznih institucija, privatnog i civilnog sektora koji su savjetovali, predlagali i usmjeravali izradu Strategije kroz za to namijenjene konstruktivne radionice.

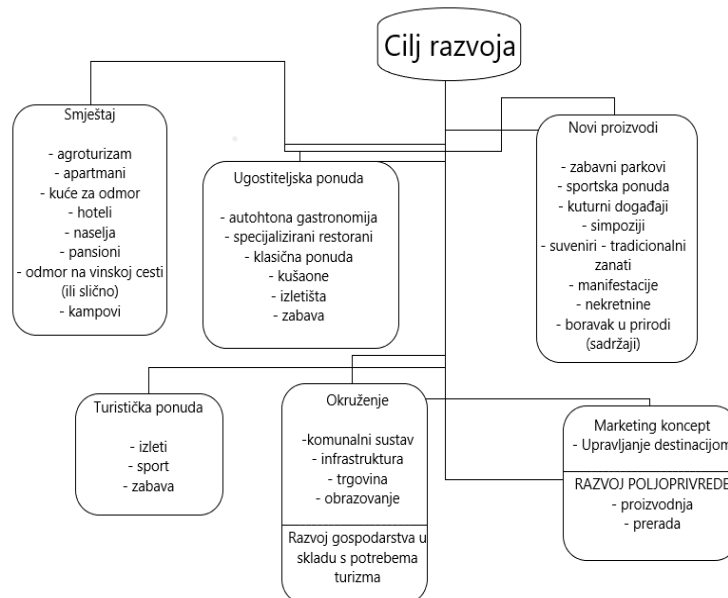
- baziranje na relevantnim podacima

Izrada Strategije razvoja turizma Općine temeljila se na analizi relevantnih, recentnih i pouzdanih sekundarnih podataka objavljenih u domaćim statističkim i/ili stručnim publikacijama te na podacima koji su se prikupili i analizirali tijekom izrade predmetnog plana.

1.3. Integralni pristup (koncept) izradi Strategije razvoja turizma Općine Andrijaševci

Temelj određivanja turističke destinacije nije samo cilj putovanja, već sadržaj u prostoru koji se na turističkom tržištu može plasirati kao cjeloviti proizvod. Sa shemom smo ilustrativno prikazali u kom smislu treba promatrati i koncipirati razvoj turističke destinacije Općine Andrijaševci, uzevši u obzir sve resurse, potencijale kojima Općina raspolaže, a sve u svrhu razvoja cjelokupne turističke ponude.

Shema 1.



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. Sukladno tome, Općina Andrijaševci 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 Općinu je trenutno najvažnije da se međusobno usklade aktivnosti na razvoju turističkog proizvoda. Razvojem turizma žele se ostvariti turistički primitci uz poštivanje načela održivog razvoja. Integralno upravljanje kvalitetom naglasak stavlja na potrebu kontinuiranog poboljšanja kvalitete i integralni pristup, a temelji se na polazištima zadovoljstva turista ponuđenim opipljivim i neopipljivim čimbenicima, među koje prije svega spada gostoljubivost, sigurnost, zaštita okoliša, čistoća i drugo. Isto tako predstavlja napor za postizanje unutarnje i vanjske kvalitete gdje se vanjska kvaliteta odnosi na održivi razvoj turizma s racionalnim korištenjem obnovljivih i neobnovljivih prirodnih i svih drugih resursa i atrakcija.

Turizam je složeni društveno-ekonomski sustav kojeg ne možemo razumjeti ukoliko ga upravo ne analiziramo i složenim metodama kojima se služi opća teorija sustava i putem koje možemo najbrže doći do novih spoznaja, novih znanja, razbijanja starih klišeja i paradigmi i uspostavljanja novih. Turizam, kao i svaka ekonomska aktivnost, donosi pozitivne i negativne posljedice. Pri procjeni utjecaja potrebno je posebno voditi računa o čimbeniku sezonalnosti zbog kojeg se veći dio aktivnosti koncentrira u kratkom vremenskom periodu, te stoga mogu polučiti velike štete. U tom kontekstu ističu se ključne problemske točke kada se raspravlja o održivom razvoju turizma na području Općine Andrijaševci.

Koncepcija održivog razvoja Općine promovira kontrolirani rast i razvoj uz maksimalno očuvanje i racionalno korištenje resursa. Time se ostvaruje dugoročni ekonomski i društveni razvoj. Razvoj koji bi u dužem periodu posljedično znatno narušio ekonomsku, društvenu i ekološku osnovu nije razvoj temeljen na načelima održivosti. Inicijativa za održivi razvoj treba stići iz lokalnih zajednica koje moraju shvatiti da u turizmu ekonomsku korist donosi ekološka odgovornost. Primjena koncepcije moguća je, dakle, isključivo na inicijativu lokalne uprave i samouprave, uz suglasnost ključnih nositelja turističke ponude, ali i gospodarskih subjekata drugih grana gospodarstva, te podršku lokalnog stanovništva.

U mjeri u kojoj je to moguće, Strategija razvoja turizma Općine Andrijaševci je razumljiv i jednostavan dokument, primjenjiv u osmišljavanju razvoja Općine. Postojeće komparativne prednosti treba iskoristiti na način da Općina postane prema utvrđenoj viziji razvoja, „Općina po mjeri čovjeka, infrastrukturno, društveno, povijesno-kulturno, komunalno i ekološki uređena, te integrirana u suvremene europske trendove razvoja“.

2. RESURSI I DJELATNOSTI

Resursi i njihove karakteristike značajno opredjeljuju turističku djelatnost, a istovremeno determiniraju kvalitetu života stanovništva. U poglavlju se navode lokacija i površina, demografska slika, zaposlenost i nezaposlenost stanovništva, reljef i klima, biljni i životinjski svijet, poljoprivredne površine, vodno bogatstvo, povijesni i kulturni resursi, infrastruktura (prometnice, vodoopskrba, elektroopskrba, plinovod, telekomunikacijski promet, komunalna djelatnost), društvena djelatnost (obrazovanje, kultura, sport), gospodarstvo (turizam i ugostiteljstvo, poljoprivreda, malo i srednje poduzetništvo).

2.1. Lokacija i površina Vukovarsko-srijemske županije i Općine Andrijaševci

Vukovarsko-srijemska županija smještena je na krajnjem sjeveroistoku Republike Hrvatske. Leži u međurječju, između Dunava i Save, i zauzima dijelove povijesnih pokrajina istočne Slavonije i zapadnog Srijema. Površina Vukovarsko-srijemske županije je 2448 km². Na tom području male su visinske razlike. Najviša je točka Čukala kod Iloka (294 m nadmorske visine), a najniža u Posavini - Spačva (78 m). Na istoku blago se spuštaju obronci Fruške gore i prelaze u vukovarski ravnjak. Sa zapada, s planine Dilja, pruža se vinkovačko-đakovački ravnjak. Ovim područjem vode važni riječni i kopneni putovi i križaju se međunarodni prometni pravci od istoka prema zapadu uz rijeku Dunav, te od sjevera preko rijeke Save prema Jadranskom moru. Tu se dotiču i sučeljavaju civilizacije zapadnoeuropskog i istočnog kulturnog kruga. Bogata ravnica bila je poprištem brojnih sukoba i seoba naroda.

Slika 1. Položaj Vukovarsko-srijemske županije



Zahvaljujući izvanredno plodnom tlu, veoma povoljnim klimatskim uvjetima, prirodnom bogatstvu i dobrom prometnom položaju ovo područje je naseljeno od davnina. Prošlo je više od jednog tisućljeća kako ovdje Hrvati grade svoj narodni život i običaje. Sjeverno od Vinkovaca

teče rijeka Vuka koja se ulijeva u Dunav kod Vukovara, a južnije prema Savi teče Bosut s pritokama Berava, Biđ, Studva i Spačva. Bogate ribom te su rijeke utjecale na kontinuitet življenja čemu je pridonijela i plodna praporna zemlja. Na gustoću naseljavanja utjecale su i mnogobrojne hrastove šume nikle u nekad močvarama bogatom području južnog dijela Županije.

Prema posljednjem popisu stanovništva koji je objavljen u 2011. godini, u Vukovarsko-srijemskoj županiji živi 180.117 stanovnik, što čini 4,2% ukupnog stanovništva Hrvatske. Vukovarsko-srijemska županija ima 84 naseljena mjesta, koja u organizacijskom pogledu čine 5 gradova (Vukovar, Ilok, Vinkovci, Županja i Otok) i 26 općina. Osobitost ovog kraja jesu mnoga velika sela sa po više tisuća stanovnika.

Položaj Općine Andrijaševci:

Prostor Općine Andrijaševci pripada istočnom dijelu Republike Hrvatske, Nalazi se u zapadnom dijelu Vukovarsko-srijemske županije koje pripada širem području Bosutskih nizina. To je nizinski i močvarama prošarani prostor sa područjima šuma. Općina na sjeveroistoku graniči s Gradom Vinkovci, na istoku s općinom Privlaka, na jugu graniči s općinom Cerna i na zapadu sa općinom Ivankovo. Općina ukupno zauzima površinu od 39,62 km kvadratnih ili 3.961,82 ha prema podacima Državne geodetske uprave-Područni ured za katastar Vukovar-Ispostava Vinkovci. Njen udio u površini Županije iznosi 1,62%. U središnjem dijelu prostora Općine smještena su dva naselja Rokovci i Andrijaševci, a dijeli ih rijeka Bosut. Naselja i prostor Općine su s okruženjem povezani mrežom županijskih cesta.

Vezano uz turistički pristup sagledavanju položaja Općine Andrijaševci, može se konstatirati da je uglavnom zadovoljavajući, iako bi se pristup cestovni (lokalne, županijske ceste) trebalo u budućnosti poboljšati, dodatno izgraditi i povezati.

Slika 2. Općina Andrijaševci



Tablica 1. Struktura stanovništva Općine Andrijaševci prema dobi

	Starost	Ukupno	Muškarci						Žene					
			svega	neoženjen	oženjen	udovac	razveden	nepoznato	svega	neudana	udana	udovica	razvedena	nepoznato
Općina Andrijaševci	Ukupno	3.237	1.559	509	951	42	54	3	1.678	370	956	306	46	-
	15-19	324	138	137	1	-	-	-	186	18	5	-	-	-
	20-24	300	150	131	18	-	1	-	150	87	60	-	3	-
	25-29	291	164	87	75	-	2	-	127	36	87	-	4	-
	30-34	235	117	37	78	-	3	-	117	23	87	2	5	-
	35-39	244	120	23	91	-	6	-	124	8	107	1	8	-
	40-44	286	144	24	113	-	7	-	142	5	129	6	2	-
	45-49	322	164	20	131	2	10	1	158	6	134	12	6	-

Strategija razvoja turizma Općine Andrijaševci

	50-54	301	164	22	130	1	10	1	137	2	109	19	7	-
	55-59	243	128	18	101	2	6	1	115	6	84	20	5	-
	60-64	184	85	3	77	3	2	-	99	5	61	33	-	-
	65-69	147	71	4	51	10	6	-	76	2	32	39	3	-
	70-74	142	46	2	41	3	-	-	96	2	32	60	2	-
	75-79	132	47	1	35	10	1	-	85	3	17	64	1	-
	80-84	61	17	-	8	9	-	-	44	3	9	32	-	-
	85 i više	25	3	-	1	2	-	-	22	1	3	18	-	-

Izvor: DZS, 2011.

Aktivno stanovništvo Općine Andrijaševci prema popisu iz 2011. godine čini 3.237 stanovnika, od čega je 1.559 muškaraca i 1.678 žena.

Tablica 2. Kontingenti stanovništva Općina Andrijaševci prema spolu

	Sp	Ukupno	0-6 godina	0-14 godina	0-17 godina	0-19 godina	Žene u fertilnoj dobi		Radno sposobno stanov. (15-64 godine)	60 i više godina	65 i više godina	75 i više godina	Pro-sječna starost	Indeks starenja	Koefficijent starosti
							Svega 15-49 godina	od toga 20-29 godina							
Andrijaševci	sv.	4.075	366	838	1.025	1.162	-	-	2.730	691	507	218	36,8	59,5	17,0
	m	1.967	177	408	478	546	-	-	1.375	269	184	67	35,8	47,3	12,7
	ž	2.108	189	430	547	616	1.004	277	1.355	422	323	151	37,8	68,5	20,0

Izvor: Popis stanovništva DZS, 2011.

Iz tablice 2. vidljivo je da od ukupno 4.075 stanovnika u Općini Andrijaševci prema posljednjem popisu stanovnika bilo je 1.967 muških osoba i 2.108 ženskih osoba. Vidljivo je da prema dobnoj strukturi distribucija stanovništva ukazuje na koncentraciju stanovništva u dobnim skupinama od 15-19, 45-49, 50-54 godina. Najveći broj stanovnika identificiran je u dobnj skupini od 15-19 godina. Gledajući ovakvu strukturu radno sposobnih kadrova, može se zaključiti da nedostaje broj djelatnika u turističkom sektoru, posebno ukoliko se Općina Andrijaševci želi razvijati prema suvremenim turističkim trendovima što uključuje profesionalizam i veću ponudu.

2. 3. Prirodni resursi

Cilj turističke valorizacije trebala bi biti kvantitativna i kvalitativna procjena vrijednosti svih popisanih prirodnih ili kulturnih resursa, kako bi se na osnovi te ocjene utvrdila njihova potencijalna vrijednost za turizam. Zbog toga ona spada u važnije i zasigurno jedne od najkompleksnijih faza u procesu planiranja i razvoja turizma. Valorizacija prirodnih resursa obuhvaća sustavno razvrstavanje pojedinih resursa u prostoru prema određenim čimbenicima kao što su njihovo rekreativno svojstvo, svojstvo znamenitosti, estetsko i kuriozitetno svojstvo, ali odgojna i gospodarska vrijednost.

2. 3. 1. Reljef i klima

U Općini Andrijaševci mogu se izdvojiti dva osnovna tipa reljefa: nizinski i zaravanski nastalih pod utjecajem složenih endogenih i egzogenih procesa. Nizinski reljef u morfološkom smislu pripada fluvijalnom i fluvijalno-močvarnom reljefu, dok je zaravanski reljef rezultat djelovanja eolskih i sufozijskih procesa. U morfostrukturnom pogledu, nizine su akumulacijsko-tektonski tip reljefa, dok lesne zaravni pripadaju tipu akumulacijsko-denudacijskog reljefa. Na prostoru Općine Andrijaševci osnovne reljefne karakteristike su određene odnosnom viših lesnih zona i aluvijalnih ravni. Ovakav reljef karakterizira jednoličan geološki sastav i neznatne visinske razlike. U geološkoj građi prevladavaju mladi kvartarni sedimenti, pleistocenske i holocenske starosti. Na geološkoj mladoj osnovi izmodeliran je tipični nizinski reljef, u okviru kojega se mogu izdvojiti cjeline lesnog ravnjaka, te niže lesne zone, koja zauzimaju područje vučanske i biđ-bosutske nizine. U građi reljefa najrasprostranije su naslage močvarnog i pretaloženog prapora, dosta glinovite, a ponekad pjeskovite, dok su močvarne naslage zastupljene u uskom pojasu bosutske nizine. Nadmorske visine reljefa na području Općine kreću se od 82,8 do 86,6 m.

Područje Općine Andrijaševci ima odlike umjereno kontinentalne klime, kao i širi prostor u okruženju. Prosječna godišnja temperature zraka izdvaja se dva ekstrema. Maksimum temperature je ljeti (srpanj 21,6°C), dok je minimum uglavnom zimi (siječanj – 0,7°C). Srednja godišnja amplituda temperature zraka iznosi 22,3°C, što je odlika kontinentalne klime. Kontinentalne karakteristike klime dolaze do izražaja i u proljeće (11,3°C) i u jesen (11,1°C), što povoljno utječe na temperaturne prilike u vegetacijskom razdoblju. Prosječna godišnja količina oborina izdvaja se dva para ekstrema. Glavni maksimum se javlja početkom ljeta (VI mjesec 79 mm), a sporedni krajem jeseni (X mjesec 97 mm). Glavni minimum oborine javlja se obično sredinom jeseni. U vegetacijskom razdoblju padne 435 mm oborine,

što je 57,5% godišnje količine. Najveću učestalost imaju strujanja zraka iz sjeverozapadnog smjera, a zatim po učestalosti slijede strujanja iz jugoistočnog, sjeveroistočnog i jugozapadnog kvadranta.

Kako je reljef Općine Andrijaševci obilježen nizinskom konfiguracijom terena trebalo bi uzeti u obzir cestovni prilaz, broj prilaza, uređenje postojećih lokalnih cesta i putova i sl. zbog još kvalitetnije dostupnosti određenim naseljima.

2. 3. 2. Biljni i životinjski svijet

Danas na području Županije imamo kvalitetno strukturirane kapacitete za proizvodnju šećera i špirita, mlijeka i mliječnih prerađevina, mlinsko-pekarskih proizvoda, mesa i suhomesnatih proizvoda, prerađevina od voća i povrća, vina, stočne hrane te doradu i preradu sjemena. Ukupne šumske površine s nadaleko poznatim spačvanskim bazenom zauzimaju 69011 ha što čini 28,3% površine Županije i uglavnom su zastupljene glasovitim slavonskim hrastom lužnjakom i poljskim jasenom. Geološke karakteristike područja formiraju vidljive oblike reljefa na površini Zemlje, kao i u podzemlju (reljef, špilje), koji mogu zadovoljiti motive odmora i oporavka te sportske rekreacije dok pojedini geološki oblikovni, paleontološki i arheološki zanimljivi dijelovi mogu biti proglašeni zaštićenima i predstavljati se kao dijelovi zaštićene prirodne baštine.

Što se tiče same Općine Andrijaševci, veći dio zauzimaju poljoprivredne površine od kojih se najveći dio odnosi na oranice i vrtove, dok manji dio čine pašnjaci, livade, vinogradi i voćnjaci. Ratarska proizvodnja okrenuta je tradicionalnim ratarskim kulturama kao što su pšenica, kukuruz, šećerna repa, dok je u stočarskoj proizvodnji najzastupljenije svinjogojstvo sa cca 90 % uz primjetan razvoj i potrebu osuvremenjivanja istog.

Na području Općine Andrijaševci šumom je pokriveno oko 755,5 ha od kojih je 753 ha društveno vlasništvo, a 2,5 ha je u privatnom vlasništvu. Šume i šumsko zemljište imaju udjel od 19,07% u ukupnim površinama Općine. U odnosu na pokrivenost područja šumama na razini Županije gdje udjel šuma iznosi 28,3%, šume Općine imaju značajno manju zastupljenost, odnosno udjel. U odnosu na broj stanovnika Općine na 100 ha šumskih površina, kao statistički podatak dolazi 563 stanovnika, što je brojčano iznad no kvalitativno ispod prosjeka Županije (295 stanovnika/100 ha) i Države. Ovo pak ukazuje na manje prisustvo šuma i šumskih površina odnosno na veću napučenost prostora u odnosu na bogatstvo šuma i šumskih površina. Promatrajući prostorni raspored, šume kojima gospodare

Hrvatske šume, na području Općine zastupljene su uglavnom, uz zapadnu, južnu i sjevernu granicu. Ostale šume u privatnom su vlasništvu, a prisutne su na prostoru cijele Općine no u vrlo malom obimu. U strukturi šuma koje su pod upravom Hrvatskih šuma, gospodarske šume i šume posebne namjene, kategorije su šuma koje se pojavljuju pa je njihov udjel u ukupnim šumskim površinama ("Hrvatskih šuma") 100%. Šume posebne namjene (zaštitne šume od erozije, vjetra, klizišta te rekreacijske) na prostoru Općine nisu prisutne. Prema vegetacijskoj karti šuma Slavonije i Baranje na prostoru Općine zastupljene su slijedeće šumske zajednice: - šume hrasta lužnjaka i običnog graba (*Carpino betuli-Quercetum roboris*) - šume hrasta lužnjaka sa žutilovkom (*Genisto Elatae-Quercetum Roboris*). Na prostoru Općine su prisutne slijedeće biljne zajednice: - šuma hrasta lužnjaka i običnog graba, - šuma hrasta lužnjaka s velikom žutilovkom i žestiljem, - šuma hrasta lužnjaka s velikom žutilovkom i rastavljenim šašem.

Prostor Općine Andrijaševci, po svojim prirodnim osobinama kvalitetan je za lov i lovno gospodarstvo. U njemu je smješteno jedno državno lovište a zajednička lovišta nisu prisutna. Državno lovište formirano na području Općine Andrijaševci je:

- Vlastito (državno) otvoreno lovište br. XVI/2 -"Bok" Prema uvjetima u kojima divljač obitava u Republici Hrvatskoj (hrana, voda, vegetacija, kakvoća tla, konfiguracija terena, klima, mir u lovištu, opća prikladnost lovišta). Vlastito (državno) otvoreno lovište br. XVI/2 - "Bok" pripada panonskom tipu lovišta pa se provodi lovostaj i lovidba propisana za taj tip lovišta.

2. 3. 3. Poljoprivredne površine

Poljoprivredno zemljište je vrijedan prirodni resurs, te prirodno bogatstvo. Ukupne poljoprivredne površine na području Općine Andrijaševci čine 68,43% ukupne površine Općine. Obradive površine čine 68,33% ukupne površine Općine. U strukturi obradivih površina, oranice čine 98%, voćnjaci 1,9%, vinogradi 0,06% i livade 0,05%. U ukupnim poljoprivrednim površinama zastupljeni su i pašnjaci s 0,1%. Ukupne poljoprivredne površine Općine Andrijaševci predstavljaju udio od 1,8% ukupnih poljoprivrednih površina Županije, dok udio obradivih poljoprivrednih površina čine također udio od 1,8% u ukupnim obradivim površinama Županije. Među ostale površine u strukturi zemljišta ubrajaju se i šume, koje čine 19,01% ukupne površine Općine. Sve do sada navedene kategorije zemljišta čine plodna tla (obradive površine, ostale poljoprivredne površine i ostale površine), koje čine udio od 87,5%, dok ostali dio čini neplodno tlo. U okviru ukupnog neplodnog tla 37,8% pripada vodotocima i vodama. Prema obliku vlasništva poljoprivredno zemljište je u privatnom ili državnom vlasništvu. U okviru obradivih površina, udio površina u privatnom vlasništvu iznosi 53,5% ukupnog obradivog zemljišta. U strukturi ukupnih poljoprivrednih površina, udio privatnog vlasništva je također na razini ukupnog obradivog zemljišta, od 53,5%.

Tradicija i dostignut nivo razvoja, klimatske prilike i svojstvena kvaliteta tla utječu i na mogućnosti razvoja poljodjelstva, osobito uzgoja šparoga, vinogradarskih, povrtlarskih kultura i voćarstva te uzgoja žitarica. Upravo u smjeru razvoja tih kultura, a u okviru obiteljskih gospodarstva planiran je daljnji razvoj i to u proizvodnji osnovnih poljoprivrednih proizvoda, njihovoj preradi u kvalitetne i na tržištu prepoznatljive proizvode. Naime, proizvodnja kvalitetnih poljoprivrednih proizvoda s tržišno prihvatljivim brendom tih proizvoda omogućit će profitabilno bavljenje poljoprivrednom proizvodnjom, što će povoljno utjecati na ukupan razvoj. Trenutačna agrarna struktura nije povoljna za intenzivan razvoj suvremene i specijalizirane proizvodnje i predstavlja osnovnu zapreku postizanja proizvodnje konkurentne poljoprivrede EU-a.

Razvoj gospodarske strukture temelji se na modernizaciji poljoprivrede s obveznim promjenama vlasničke strukture te razvoju prehrambene i drvne industrije. Za razvoj gospodarstva nužno je potaknuti i razvoj novih programa gospodarskih djelatnosti te društvenih struktura koje će privući visokostručnu i inovativnu grupaciju stanovništva. Potrebno je inicirati razvoj tehnoloških i znanstvenih parkova koji bi potaknuli kvalitetniji razvoj usmjeren na prostorne prednosti Županije-šumarstvo, poljoprivreda, promet i turizam.

Poljoprivreda i turizam nerazdvojni su elementi ponude posebno ruralnog turizma, te bi tako trebalo pojačati proizvodnu djelatnost, a gostima još više predstaviti domaću poljoprivrednu proizvodnju što bi se direktno apliciralo na povećanje ekonomskog učinka za mala i veća domaćinstva.

2. 3. 4. Vodno bogatstvo

Andrijaševci su smješteni na putu Županja-Vinkovci s lijeve strane Bosuta, rijeke koja ih odvaja od Rokovaca. Bosut je postao prirodnim kolektorom za odvodnjavanje suvišnih voda s većih područja, pa se korito zamuljava. Ljeti u vodi izraste i previše vodenog bilja, te uslijed pomanjkanja kisika dolazi do tzv. "zijeve" i uginuća riba. Spomenimo lopoč, orašak, drezgu i opasnu vodenu leću što prekriva i veće površinske vode. Uz obalu rastu trska, vrbe, a ponegdje i prastare bosutske šume. Bosut je rijeka duga 186 km (151 km u Hrvatskoj); porječje 3097 km² (2572 km² u Hrvatskoj). Nastaje od vodotoka koji se slijevaju s Dilj-gore i Krndije, a u Savu se ulijeva kod sela Bosuta (Srbija). Pad joj je neznatan (meandri), pa je većim dijelom toka usporedna sa Savom. Pluvijalnog je režima. Ljeti joj je vodostaj nizak pa se voda zadržava branom kod Vinkovaca. Porječje je ispresijecano umjetnim kanalima kojima se odvodnjava prostrano područje kojim protječe. Glavni pritoci: Bič (Biđ), Breznica, Berava, Spačva i Studva.

Ribe u rijeci Bosut su štika, šaran, linjak, som, deverika, zlatni i srebrni karas (babuška), amur, smuđ, crvenperke i ostala sitnija bijela riba. Najzanimljivije ribolovno područje nalazi

se uzvodno, iza Doma ribolovaca u Sopotu. Zatim od vikendica na području Rokovaca pa sve do Cerne i ušća Biđa te donjim dijelom Biđa do Šiškovaca. Ispod Vinkovaca voda je djelomice prilično zagađena. Vodotok prema Spačvi se prirodno pročišćava. Za gornji dio Bosuta treba još spomenuti odlične terene kod ušća pritoke Bitulje u Biđ te Biđa u Bosut. Zatim nizvodno kod nove brane i ušća pritoke Spačve, kod sela Lipovca i oko ušća Studve. U Bosutu i pritokama štuki pogoduje obilje sitne bijele ribe te mirni i zelenilom obrasli tok rijeke. Tu se štuka skriva i obilno hrani. Ona je svakako najzanimljivija riba bosutskog bazena. Lovi se varalicom s kopna i iz čamca (preporučuju se žute i bijele varalice tipa žlice). Glavna sezona za štuku je proljeće poslije lovostaja i kasnija jesen sve do početka zime. Lovi se i na "raub", postavljanjem kedera-ribice. Sezona šarana počinje kada zatople proljetne vode i kada šaran "krene". Prekid ribolova je za vrijeme mriješta, a nastavlja se sve do konca novembra.

2. 4. Povijesni i kulturni resursi

Pojam kulturnog turizma općenito se primjenjuje na putovanja koja uključuju posjet kulturnim resursima bez obzira na inicijalnu motivaciju. On predviđa važan element u turizmu, a to je „zabava i odmor“, što ne isključuje duhovne dimenzije kulture. Kultura ne obilježava samo posjet muzeju ili koncertu, dakle njezin institucionalizirani oblik, već ona može biti i nematerijalne prirode. Neki oblici kulture, kao što su muzeji, galerije, festivali, arhitektura, povijesne građevine, umjetničke predstave i lokaliteti baštine, rutinski privlače turiste. Svi ti oblici kulture izrazi su ili sadrže izraz jedne ili više likovnih, popularnih ili folklornih umjetnosti, ili pak izraz jednog ili više lokalnih stilova života – tradicijskog, povijesnog ili modernog. Vezano uz samu Općinu, postoji i legenda o dva brata Andriji i Roku, koji su se naselili svaki s jedne strane Bosuta i izgradili crkve, oko kojih su se naselila mjesta, što može postati također „priča za turistički proizvod“.

Na području Općine Andrijaševci zastupljene su sakralne građevine, građevine narodnog graditeljstva i arheološki lokaliteti. Povijesna i kulturna baština ovog tipa trebala bi se turistički valorizirati kroz ponudu itinerera, a promovirati i prodavati kao cjelodnevnne izlete preko Turističke zajednice Općine Andrijaševci, kako bi gost, turist dobio cjelokupan doživljaj u ruralni razvojni aspekt jer pojam doživljaja u turizmu danas je dio suvremenih razvojnih trendova.

Cjelokupno područje Općine predstavlja izuzetnu, u značajnoj mjeri očuvanu ambijentalnu vrijednost koja se čuva i štiti sveukupnim planskim rješenjem. Planom su određena područja kulturnih dobara upisanih u registar kulturnih dobara: arheološka baština

- arheološka područja, arheološki lokaliteti,
- povijesne graditeljske cjeline,
- povijesni sklopovi i građevine,
- etnološka baština.

Mjere zaštite kulturno povijesnih i prostornih vrijednosti Općine, određene su prema zonama zaštite i klasifikaciji povijesnih građevina - kulturnih dobara, koje se zaštićuju na temelju *Zakona*. Mjerama zaštite utvrđuju se režimi i oblici intervencija u pojedinim zonama ili za pojedine građevine.

2. 5. Infrastruktura

Adekvatno riješena fizička infrastruktura (prometna, komunalna, itd.) temeljna je pretpostavka za kvalitetan razvoj bilo kojeg područja, a pogotovo Županije koja posjeduje jasno zacrtanu turističku strategiju. Na nivou cjelokupne Vukovarsko-srijemske županije, stanje u tom segmentu još uvijek nije u potpunosti riješeno; od sanacije svih komunalnih zadataka do efikasnije organizacije infrastrukturnih elemenata. Razvojni potencijal Županije, a samim time i turistička kvaliteta regije, postala bi još konkurentnija kada bi se više ulagalo u modernizaciju prometnica, sanaciju odlagališta otpada te izgradnjom sustava gospodarenja otpadom u skladu sa standardima EU-a. Potrebe međunarodne razmjene i ubrzani razvoj gospodarstva, posebno turizma kao jednog od oslonaca razvoja Vukovarsko-srijemske županije, uvjetuju potrebu za kvalitetnom prometnom infrastrukturom. Stoga se veliki naponi ulažu u međuregionalno povezivanje unutar Hrvatske i uključivanju u širi europski prostor. U tom se smislu najviše razvija cestovni promet koji dobro pokriva unutarnje potrebe i doprinosi skladnijem razvoju svih dijelova Županije.

Posljednjih godina sve se više ulaže u održavanje i izgradnju prometne infrastrukture, što doprinosi povećanju kontinentalnog prometa i njegovoj sigurnosti. Zračni promet također ima sve preduvjete za značajniji udio u ukupnoj prometnoj bilanci, posebno u dijelu prijevoza putnika. Izgradnji prometnog sustava kao dugoročnog procesa i sigurnosti prometa Vukovarsko-srijemska županija treba posvetiti veliku pažnju, istovremeno vodeći brigu o zaštiti okoliša i primjeni načela održivog razvitka. Infrastruktura Županije djelomično zadovoljava. Glavni problem razvoja infrastrukturnih sustava je definiranje uvjeta i vremensko određivanje realizacije izgradnje višenamjenskog kanala Dunav-Sava te prilagodba postojeće infrastrukture ovom projektu. Veći zahvati će se osim na izgradnji VKDS-a izvršiti i na rekonstrukciji elektroenergetske mreže, izgradnji regionalnog vodoopskrbnog sustava, rekonstrukciji i modernizaciji cesta i pruga, što je preduvjet za razvoj gospodarstva.

2. 5. 1. Prometnice

Prometni sustav utemeljen je na mreži postojećih prometnica koje su državnog, županijskog i lokalnog značaja.

Cestovni promet u Općini trebao bi teći ka održavanju i podizanju nivoa sigurnosti sudionika te osuvremenjivanju postojećih prometnih pravaca. U tom smislu potrebna je rekonstrukcija u vidu proširenja profila ceste na mjestima gdje prolazi kroz naselja, radi odvajanja kolnog od pješackog i biciklističkog prometa. To je posebno važno zbog povećanog broja djece kao sudionika u prometu na putu do škole.

Prostorom Općine prolaze županijske ceste 4170, 4166 i 4192 te magistralna pomoćna pruga II reda Vinkovci-Županja.

Nema turistički razvijenog željezničkog prometa niti mogućnosti za uspostavu nove željezničke trase. Povećanjem broja turista nameće se potreba postavljanja kvalitetnije signalizacije/putokaza, informativnih tabli, označavanje i izgradnja pomoćnih biciklističkih staza, stajališta, proširenja i sl.

Postojeća cestovna mreža djelomično zadovoljava potrebe stanovništva. Stoga je potrebno predložiti novi sustav cestovne mreže kako bi se zadovoljio planirani razvoj općine koji obuhvaća uređenje i rekonstrukciju svih lokalnih i nerazvrstanih cesta koje su u funkciji pristupa izgrađenim područjima. Pri tome je primarna aktivnost asfaltirati sve kolnike pristupnih cesta.

Putem mreže županijskih cesta Općina Andrijaševci povezana je za trasom buduće brze ceste Vinkovci-Županja (u konačnici četverotračna) koja prolazi na cca 2,0 km od istočne granice Općine i koju se postojeća cesta veže nakon prijelaza (mosta) preko planiranog višenamjenskog kanala Dunav-Sava. Preko trase navedene ceste prostor Općine ima pristup i na X prometni koridor (autocesta A3 Zagreb-Lipovac), kao i na Vc prometni koridor (autocesta A5 Budimpešta-Ploče). Osim toga županijskom cestom Andrijaševci-Cerna-B. Greda, prostor Općine je i preko čvora B. Greda vezan na autocestu A3. Planirana je alternativna dionica županijske ceste Ž4170 u funkciji prilazne rampe planiranom mostu preko budućeg višenamjenskog kanala Dunav-Sava. Osim razvrstanih cesta, na području Općine je u svim izgrađenim zonama naselja potrebno modernizirati ili izgraditi kolnike pristupnih cesta, te urediti ulične profile. U centralnim zonama naselja potrebno je izgraditi i urediti određen broj parkirališnih mjesta u skladu s potrebama, kao i uz sve sadržaje koji imaju veći broj korisnika ili zaposlenih. Za potrebe autobusnog prijevoza potrebno je urediti postojeću mrežu autobusnih stajališta, a po potrebi izgraditi i nova stajališta.

Trasa postojeće željezničke pruge planira se rekonstruirati i modernizirati u cilju podizanja kvalitete transporta.

2. 5. 2. Vodoopskrba

Naselja Andrijaševci i Rokovci imaju zajednički vodoopskrbni sustav koji se napaja s dva vodocrpilišta- „Nova škola 1“ i „Nova škola 2“. Oba su smještena u samom naselju Andrijaševci, uz rijeku Bosut. Područjem Općine se pruža i magistralni cjevovod za transport sirove vode s regionalnog vodocrpilišta "Cerna" do vodoopskrbnog sustava Grada Vinkovaca (magistralni vodovod "Cerna-Vinkovci").

Vodovod pokriva područje Općine iako je potrebno proširenje i osuvremenjivanje. Temeljem planiranih turističkih područja bit će potrebno dodatno proširiti kapacitete pojačanjem postojećih ili izgradnjom novih. U svom kvantitativnom izrazu proširenje kapaciteta (proširenje postojećih kapaciteta i trasa vodova) odredit će se kad se budu odredili i stvarni kapaciteti sukladno planovima investitora.

Planirano rješenje Prostornim planom shematskog je karaktera. Kapacitet će se odrediti kada budu poznati stvarni pokazatelji, a u skladu s planovima naručitelja. Obavezno je u gospodarskim predjelima (zonama) izvesti sustave otpadnih voda s BIO pročišćavanjem.

Prilikom izgradnje nove vodovodne mreže i rekonstrukcije postojeće potrebno je koristiti materijale cjevovoda i priključnih elemenata koji su neškodljivi za ljudsko zdravlje. Radi osiguranja od požara, potrebno je na svim javnim površinama predvidjeti hidrante za priključenje vatrogasnih uređaja, na međusobnim udaljenostima predviđenim posebnim propisima.

2. 5. 3. Elektroopskrba

Daljnje širenje 10 (20) kV mreže potrebno je razvijati sukladno širenju potreba, principijelno na način da jedna transformatorska stanica unutar naselja pokriva područje radijusa 350 m.

Transformatorske stanice, osim ako nisu u sastavu građevina gospodarske ili društvene namjene, trebaju se graditi na vlastitim građevnim česticama, na način da:

- ne narušavaju strukturu naselja, odnosno potrebno ih je locirati na građevnoj liniji ulice ili ako građevnu liniju nije moguće utvrditi, najmanje 4,0 m uvučeno od linije regulacije ulice,
- da budu najmanje 30,0 m udaljene od sakralnih građevina i obilježja, te druge javne plastike,
- se najmanja širina građevne čestice utvrdi kao širina trafostanice (prema standardiziranim dimenzijama) uvećana za po najmanje 1,0 m udaljenosti do lijeve i desne bočne međe građevne čestice, te

- se najmanja dubina građevne čestice utvrdi kao suma udaljenosti od regulacijske do građevne linije ulice i dubine trafostanice (prema standardiziranim dimenzijama) uvećane za najmanje 1,0 m udaljenosti do stražnje međe građevne čestice.

2. 5. 4. Telekomunikacijski promet

Dugoročne kontinuirane i redovite aktivnosti HT-a kojima se razvija i unapređuje javna telekomunikacijska djelatnost sadržane su u srednjoročnim i dugoročnim planovima razvoja. Nepokretna mreža u Vukovarsko-srijemskoj županiji organizirana je unutar područja Županije kao dva pristupna područja: PP Vukovar i PP Vinkovci.

Osnovni cilj je dogradnja mjesne telekomunikacijske mreže kako bi se svim stanovnicima pružale sve raspoložive telekomunikacijske usluge uključujući i kabelsku televiziju.

Sve mjesne i međumjesne kabelske telekomunikacijske veze u pravilu treba polagati unutar koridora prometnica, a rekonstrukcije i modernizacije vršiti zamjenom kabela unutar istih koridora. Radi racionalnijeg korištenja prostora, pozicioniranje telekomunikacijske kabelske mreže treba predvidjeti jednostrano u ulici, a ukoliko bi to prouzročilo nepotrebna prekapanja prometnice, obostrano.

Postojeća infrastruktura koju je moguće iskoristiti prilikom izgradnje novih širokopojasnih mreža obuhvaća:

- kabelsku kanalizaciju
- mrežu podzemnih kanala i šahtova;
- antenske stupove u bežičnim mrežama;
- sve ostale zatvorene prostore koji mogu poslužiti kao lokalni čvorovi novoizgrađenih mreža.

Ustanovljeno je da na području Općine postoje poštanski uredi te odgovarajuća telekomunikacijska infrastruktura. Međutim, razvojem turizma tj. povećanjem turističkog kapaciteta, potreba za modernizacijom postojeće infrastrukture se znatno povećava što treba uzeti u obzir (internetska mreža, radno vrijeme poštanskih ureda, povećanje broja djelatnika, signalizacija i dr.).

2. 6. Komunalna djelatnost

Pod komunalnim gospodarstvom razumijeva se obavljanje komunalnih djelatnosti, naročito pružanje komunalnih usluga od interesa za fizičke i pravne osobe, te financiranje građenja i održavanje objekata i uređenja komunalne infrastrukture kao cjelovitog sustava na području jedinica lokalne samouprave. Komunalna društva, osobito u sklopu jedinica lokalne samouprave imaju nezamjenjivu zadaću u osiguranju životnih uvjeta svih građana, osobito kroz povećanje učinkovitosti komunalnog gospodarstva koje je jedan od preduvjeta za povećanje učinkovitosti ukupnog gospodarstva.

Rastom noćenja povećava se potreba češćeg prikupljanja i odvožnje komunalnog otpada te njegova sanacija sukladno uvjetima o sanaciji otpadnog materijala (dodatni pročišćivači, kupovina vozila za prikupljanje sitnog otpada i dr.).

2. 6. 1. Odvodnja otpadnih voda

Naselje Andrijaševci ima djelom riješen kanalizacijski sustav. Prostornim planom je definirano kako bi se zgrade na građevnim česticama priključivale na sustav odvodnje na način kako to propisuje poduzeće nadležno za mjesnu odvodnju. Na području gdje nije izgrađena kanalizacija, na građevnoj čestici treba izgraditi nepropusne sabirne jame bez izljeva, prema prilikama na terenu, u skladu sa sanitarno-tehničkim i higijenskim uvjetima i u skladu s pozitivnim zakonskim propisima i standardima. Oborinsku vodu javnih prometnih i ostalih izgrađenih površina naselja treba odvoditi odvojenim sustavom odvodnje sa obaveznim prečišćavanjem prije ispusta u okolnu površinu ili vodotoke. Trebaju se koristiti biopročistači, prihvaćeni kemijski pročistači ili slični zakonom odobreni uređaji. Za tekući otpad treba predvidjeti izgradnju sustava javne odvodnje (kanalizacije).

Na području Općine Andrijaševci nije izgrađen sustav javne odvodnje. Stanovnici oba naselja otpadne vode ispuštaju u septičke jame ili u najbliže kanale i rijeku Bosut. Septičke jame su obično propusne pa se dio otpadnih voda infiltrira u podzemlje, što utječe na kvalitetu podzemnih voda. Postoji rješenje sustava odvodnje Andrijaševci/Rokovci na nivou idejnog projekta.

2. 6. 2. Gospodarenje otpadom

Koncesionar prikupljeni otpad odvozi van područja Općine i odlaže na odlagalište „Petrovačka dola u Vukovaru“. Otpad se ne razvrstava na mjestu nastanka. Mjesečno se

prikupi cca 30 t otpada (godišnje ukupno 360 t). Trenutno je na prostoru Općine organizirano razdvojeno prikupljanje sekundarnih sirovina (papir, staklo, plastika, metali, tekstil) ili opasnog otpada (baterije, akumulatori, stari lijekovi).

Postoje posebni uvjeti za uređenje čestice i gradnju građevine za privremeno skupljanje i selektiranje otpada – sekundarne sirovine, te građevine za obrađivanje neopasnog otpada – sekundarne sirovine, kao i mjere zaštite od mogućih negativnih utjecaja na okoliš, određuju se temeljem Zakona o otpadu i drugih propisa koji definiraju uvjete gradnje i korištenja prostora za privremeno skladištenje, selektiranje i obradu otpada.

2. 7. Društvene djelatnosti

Razvijenost obrazovnog sustava (srednjoškolsko i visokoškolsko obrazovanje) temeljna je pretpostavka za kvalitetan razvoj svake Županije. Naglasak ipak treba staviti na unapređenje sustava visokog obrazovanja Istarske županije, na upotrebu najnovijih znanja i tehnologije. Osnovna pretpostavka ka kvalitetnijim kadrovskim rješenjima jest poticanje želje za usavršavanjem te cjeloživotno učenje. Sustav društvenih djelatnosti Općine uključuje sljedeće:

- Predškolski odgoj
- Obrazovanje
- Kultura i sport
- Socijalna zaštita
- Zdravstvena zaštita
- Civilno društvo

Objekti društvenog standarda na području Općine iako skromno dimenzionirajući višeznačnošću i polivalentnošću u korištenju osiguravaju dostatnu razinu društvenog standarda koja će se rastom stanovništva i broja turista morati prilagoditi novom standardu i zahtjevima tržišta.

2. 7. 1. Obrazovanje

Predškolski odgoj obuhvaća programe odgoja, naobrazbe, zdravstvene zaštite, prehrane i socijalne skrbi koji se ostvaruju u dječjim vrtićima, prilagođenim razvojnim potrebama djece te njihovim mogućnostima i sposobnostima.

U Općini Andrijaševci u sklopu Zajednice športskih udruga djeluje dječja igraonica „Maki“.

Kako se zadnjih nekoliko godina ukazala potreba za povećanjem kapaciteta dječje igraonice, Općina Andrijaševci kao vlasnik objekta pristupila provedbi projekta dogradnje, odnosno rekonstrukcije iste kako bi miješanim, poglavito mladim obiteljima s djecom predškolske dobi omogućila dostupnost ove vrste usluge uz kvalitetniji sadržaj osnivanjem dječjeg vrtića. Predviđenom rekonstrukcijom dječje igraonice postojeći prostor znatno bi se povećao te bi se stvorili uvjeti za rad još jedne vrtićke grupe. Bitno je naglasiti da se pri izradi projektne dokumentacije vodilo računa da se dograđeni dio objekta izgledom maksimalno uklopi u izgled postojeće zgrade.

Dakle, potrebno je razvijati proširenje mreže ustanova predškolskog odgoja, prioritetno u onim općinskim središtima u kojima oni nedostaju, kao i u onim naseljima koja imaju potpunu osnovnu školu

Osnovno obrazovanje

U Općini Andrijaševci djeluje OŠ Ivane Brlić-Mažuranić

Osnovnu školu Ivane Brlić-Mažuranić Rokovci-Andrijaševci školske godine 2018./2019. pohađa 339 učenika. Razrednu nastavu pohađa 165 učenika u 8 razrednih odjela, dok predmetnu nastavu pohađa 174 učenika u 9 razrednih odjela.

Nastava je organizirana u dvije smjene, u specijaliziranim učionicama: sedam je za učenike nižih razreda, a devet za nastavu u višim razredima. Učionice su dostatne za 30 učenika/ca. Najviše učenika u odjelu je 26, a najmanje 15. Osim učionica u školi postoji dvorana za tjelesnu i zdravstvenu kulturu, zbornica, knjižnica, kuhinja, blagavaonica, sanitarne prostorije, hodnici, radionica, spremište, kotlovnica, prostorije za ravnatelja, pedagoginju, administrativno osoblje te stan domara. Uz redovnu nastavu organizirana je i izborna, dodatna i dopunska nastava, izvannastavne aktivnosti, veliki i mali zbor, dramska skupina, grupa za estetsko uređenje škole te ostale aktivnosti.

U razvoju osnovnog obrazovanja treba težiti za uspostavom cjelodnevnog boravka djece u školama, a najprije to ostvariti za djecu nižih razrednih odjeljenja – u ostvarenju tog cilja i nadalje je potrebno preuređenje postojećih škola.

2. 7. 2. Kultura i kulturna dobra

Primarne atrakcije iznimno su važne za destinaciju i bitne za stvaranje dojma i privlačenje turista. Sve primarne atrakcije nisu jednako važne za potrošače. Atrakcije koje su jedinstvene i neobične, mogu privući turiste iz dalekih zemalja. Oni će putovati iz velikih udaljenosti kako bi doživjeli novo iskustvo, ali neće uložiti napor, novac i vrijeme da vide nešto uobičajeno.

Sekundarne su atrakcije lokalno značajne. Važne su za turiste i mogu biti vrlo popularne, ali ne utječu na odluku turista o posjetu destinaciji.

Tercijarne atrakcije imaju još manji utjecaj na odluku o putovanju – turisti ih slučajno posjećuju kad već borave u destinaciji. Ista atrakcija može biti primarna, sekundarna i tercijarna, ovisno o motivima putovanja.

U svome djelovanju u idućem petogodišnjem razdoblju Istarska županija će primjenjivati tri strategije: umrežavanje i povezivanje, diversifikaciju resursa te razvoj publike i pozicioniranje kulturnog sektora u javnosti. Razlozi za izbor ovih strategija prvenstveno su vezani uz postojeće društvene okolnosti i status kulture u društvu, prilike za razvijanje kulturnog sektora u suradnji s drugim sektorima i mogućnosti za korištenje sredstava Europske unije te pozitivna iskustva u radu kulturnog sektora.

Društvene okolnosti u kojima se danas nalazi Vukovarsko-srijemska županija trebaju polaziti od pet ciljeva, koji obuhvaćaju široko područje djelovanja, ali su istovremeno vrlo fokusirani s obzirom na željene rezultate i metode rada, a to su:

1. Unaprijediti rad ustanova u kulturi i neinstitucionalnog kulturnog sektora
2. Unaprijediti nakladničku djelatnost u Županiji
3. Izgraditi novu kulturnu infrastrukturu namijenjenu umjetničkoj produkciji, edukaciji, prezentaciji i čuvanju građe
4. Učinkovitije upravljati kulturnom infrastrukturom, ustanovama, uslugama i projektima
5. Povećati interes javnosti za kulturnu baštinu.

Da bi se uopće moglo razmišljati kako kultura može pridonijeti razvitku turizma, sasvim je jasno da ona prvo i prvenstveno mora ojačati svoj položaj u svakodnevnom životu lokalnog stanovništva. Tek kada su njene sastavnice prepoznate kao važne kod domicilnog stanovništva, one mogu biti objektom pozornosti i posjetitelja.

Spomenici i kulturna baština Općine Andrijaševci:

Registirana kulturna dobra arheološka:

Graditeljski sklop (sakralni), ruševine Opatije Poljana u Rokovačkim Zidinama. Od Opatije Poljana koju je 1415. godine dao podići Filip Korodjski do danas su se sačuvali ostaci jednobrodne crkve s polukružnim svetištem. Očuvani su djelomično zidovi broda i apside. Zidine se nalaze sjeverno od Rokovaca uz Bosut.

Arheološka, „Gradina-Goričica“ prapovijesni arheološki lokalitet u Andrijaševcima (u postupku registracije) Arheološki lokalitet „Gradina-Goričica“ u Andrijaševcima nalazi se stotinjak metara jugozapadno od lijeve obale Bosuta, u sklopu okućnica zadnjih kuća u ulici V. Nazora. Lokalitet se uzdiže oko 1 m nad okolnim terenom i dimenzija je cca 50x50 m. Rekognosciranjem terena prikupljena je veća količina prapovijesne keramike sopotske kulture, kameni artefakti, te životinjske kosti, ali i ostaci kućnog ljeva što upućuje na trajnije naseljavanje ovog lokaliteta. Buduća arheološka iskopavanja mogla bi pružiti bolju sliku o

poznavanju ovog lokaliteta, kao i naseljavanja Andrijaševaca tijekom povijesti.

Evidentirana kulturna dobra:

- Andrijaševci, župna crkva sv. Andrije
- Rokovci, župna crkva sv. Roka

Arheološki lokalitet nalazi se u sjeveroistočnom djelu sela u Ulici I. Zajca od kućnog broja 16 do 22. Rasprostire se na blago povišenoj gredi, uz lijevu obalu Bosuta, s lijeve i desne strane kanala koji se ulijeva u Bosut. Rekognosciranjem terena pronađeni su ulomci srednjovjekovne keramike koja se okvirno može datirati od 13. do 16. stoljeća.

Na području Općine Andrijaševci nalazi se nekoliko objekata ruralne stambene arhitekture. Potrebno je izvršiti istraživanje i dokumentiranje ovih objekata tradicijske gradnje, koji su dokument povijesne slike naselja. Većina navedenog građevinskog fonda je zbog raznovrsnosti i cjelovitosti zanimljiva za detaljno evidentiranje, proučavanje i istraživanje.

Spomenici antifašizma

- Andrijaševci, spomen grob Posavčić Verki (mjesno groblje)

Spomenici Domovinskom ratu

- Andrijaševci, spomen ploča palim u Domovinskom ratu (na mrtvačnici)
- Rokovci, spomen ploča palim u Domovinskom ratu (na mrtvačnici)
- Rokovci, spomenik odnosno spomenička skulptura pod nazivom „Molitva anđela“, izgrađen u obliku križa na postolju kvadratnog oblika od svijetlog (bračkog) kamena s uklesanim elementima, čija je namjena bila prikazati put, bol i patnju stradalih mladića iz Rokovaca i Andrijaševaca u Domovinskom ratu (ispred crkve u Rokovcima).

Ostali spomenici i obilježja

- Andrijaševci, bista Ivane Brlić Mažuranić (ispred osnovne škole)
- Rokovci, spomen ploča Antunu Levakoviću (na rodnoj kući)

U naselju Andrijaševci postoje dva vjerska objekta: Katolička crkva Sv. Andrije i Baptistička U naselju Rokovci postoji katolička crkva „Sv. Rok“ .

2. 7. 3. Društva i udruge Općine Andrijaševci

U Općini djeluju sljedeća društva:

Jedno od najznačajnijih je Kulturno umjetničko društvo osnovano je 1937. godine kao ogranak Seljačke sloge. Godine 1973. mijenja ime u KUD „Slavko Janković” Rokovci-Andrijaševci, u čast ovom velikom entomuzikologu iz ovih krajeva. Društvo njeguje izvorni folklor Rokovaca i Andrijaševaca. Već dugi niz godina KUD je među prva tri društva na Folklovnim večerima Vinkovačkih jeseni gdje se ocjenjuje ples, pjevanje i izvornost narodne nošnje

UDRUGA BAJKERA Rokovci-Andrijaševci
UDRUGA ŽENA „ŽENA“ Rokovci-Andrijaševci
UDRUGA UMIROVLJENIKA Rokovci-Andrijaševci
UDRUGA INOVATORA „KORONA“ Rokovci-Andrijaševci
LOVAČKO DRUŠTVO „JELEN“ Rokovci-Andrijaševci
UDRUGA DRAGOVOLJACA I VETERANA DOMOVINSKOG RATA RH, Podružnica Vukovarsko-srijemske županije, Ogranak Andrijaševci
UDRUGA ACADEMUS
UDRUGA ŽENA „DRUGE“ Rokovci-Andrijaševci
KONJOGOJSKA UDRUGA SOKOL
ZAJEDNICA ŠPORTSKIH UDRUGA OPĆINE ANDRIJAŠEVCI

2. 7. 4. Sport

U Općini postoji nogometno igralište u naselju Andrijaševci. Nogometno igralište u Andrijaševcima nalazi se na 15.000 metara kvadratnih. U Općini djeluje i nogometni klub NK „Frankopan“ i rukometni klub „Frankopan“ Broj posjetitelja je oko 3000 godišnje.

NK Frankopan je nogometni klub iz Rokovaca i Andrijaševaca, svoje utakmice igra na stadionu Goričice u Andrijaševcima. U sklopu kluba od 2008. godine djeluje Škola Nogometa, u kojoj aktivno trenira oko stotinjak igrača od 5 - 17 godina. Natječu se u okviru Kvalitetne Lige Mladeži Vukovarsko-srijemske Županije i Lige Mladeži Nogometnog Središta Vinkovci u kategorijama Prstića - Mlađih Limača, Limača, Mlađih Pionira, Pionira, Kadeta i Juniora.

U Općini Andrijaševci djeluje Zajednica športskih udruga općine Andrijaševci čiji su članovi 6 klubova odnosno društava i to Nogometni klub FRANKOPAN Rokovci-Andrijaševci, Atletski klub MLADOST Rokovci-Andrijaševci, Muški rukometni klub FRANKOPAN Rokovci-Andrijaševci, Tenis klub „Rokovci-Andrijaševci, Paintball udruga Rokovci-Andrijaševci i Športsko ribolovno društvo KARAS Rokovci-Andrijaševci.

2. 7. 5. Zdravstvo

U samoj Općini nije riješen sustav zdravstvene zaštite koji bi zadovoljio potrebe turizma. Zdravstvene funkcije Općine gravitiraju prema Gradu Vinkovcima, što bi se u perspektivi trebalo promijeniti razvojem turizma i povećanjem turističkog kapaciteta.

Zdravstvena zaštita na području Općine organizirana je u ambulanti Andrijaševci koja se može popuniti sa jednim timom opće/obiteljske medicine i jednim timom zdravstvene zaštite djece te sa dva tima stomatološke zdravstvene zaštite u skladu sa Osnovnom mrežom zdravstvene djelatnosti.

Zdravstvene ustanove:

OPĆA ŽUPANIJSKA BOLNICA VINKOVCI

OPĆA ŽUPANIJSKA BOLNICA VUKOVAR I BOLNICA HRVATSKIH VETERANA

DOM ZDRAVLJA VINKOVCI

2. 8. Gospodarstvo

U samome tekstu analizira se opći društveno-ekonomski razvoj Općine Andrijaševci koji je dao osnovni pregled u smislu glavnih djelatnosti koje se odvijaju na tome području, a to su:

- razvoj poljoprivrede
- ugostiteljstvo i turizam
- industrijsko-servisne usluge, obrtničke i druge usluge

Područje VSŽ prije Domovinskog rata bilo je gospodarski vrlo razvijeno s visokoproduktivnom poljoprivredom i snažnom prerađivačkom industrijom, dok je 18 godina nakon mirne reintegracije na začelju ljestvica razvijenosti i konkurentnosti Hrvatske jer su globalni i tranzicijski procesi učinili nekonkurentnim pretežiti dio stare industrijske osnove. Strana ulaganja su važan čimbenik poticanja gospodarskog rasta i razvoja svake zemlje. Potencijalni su izvor znanja, novih suvremenih tehnologija, a time i veće inovativnosti i konkurentnosti gospodarstva.

Također, dodatan problem s kojim se suočava sve veći broj proizvođača je nedostatak radne snage za sezonske poslove, što može, ako se nepovoljni trendovi nastave, ozbiljno ugroziti daljnji razvoj poljoprivrede. Kao problem se i javlja razvidno nizak udjel mladih poljoprivrednika.

U Općini Andrijaševci gospodarstvo je još uvijek nedostavno razvijeno, iako postoji potreba i želja lokalnog stanovništva za razvojem poljoprivrede, stočarstva (svinjogojstvo), voćarstva i turističke djelatnosti.

Tablica 3. Struktura aktivnih trgovačkih društava po područjima djelatnosti u Općini Andrijaševci (Gospodarski subjekti)

ANDRIN Rokovci, obrt uslužnih djelatnosti, trgovina i poljoprivreda
ADO - IZDVOJENI POGON BR. 1 ANDRIJAŠEVCI obrt za proizvodnju mesa, mesnih prerađevina i trgovinu
AGROLAND j.d.o.o., za proizvodnju i trgovinu
AMARILIS d.o.o. Ul. kralja Zvonimira 99, 32100, Vinkovci PJ Andrijaševci
OPG Pčelarstvo ŠURAN (Željko Šuran)
ANTOLOVIĆ elektroinstalatersko-bravarski obrt
ART KOLOR j.d.o.o. za proizvodnju i trgovinu
ATOMICA d.o.o. Rokovci, za trgovinu, uvoz i izvoz
AUTO STEPIĆ Andrijaševci, trgovački obrt za promet na malo, veliko, tranzitu i uvoz robe
Boso d.o.o. , H.D. Genschera 22/B, Vinkovci, PJ ANDRIJAŠEVCI I ROKOVCI
BOŽIĆ stolarski obrt, Rokovci
Braniteljska zadruga HOPE Rokovci, za poljoprivredu, stočarstvo i usluge

BRKIĆ Rokovci, Instalaterski obrt

CINDRO d.o.o. Andrijaševci, za proizvodnju i trgovinu

ČOLAK Rokovci, obrt za trgovinu i prijevoz

ČOP d.o.o. za proizvodnju usluge i trgovinu

DOBOŠ d.o.o., za proizvodnju, promet i usluge

DRAŽENović Rokovci, Građevinski obrt,

DRUGI DOM Andrijaševci, obrt za održavanje čistoće i usluge

„DRVO CONT“, obrt za posredovanje

ETILEN d.o.o. Andrijaševci, za instalacijske radove, proizvodnju, trgovinu i usluge

EURO-INTERIJER d.o.o. Andrijaševci za proizvodne djelatnosti

FISKAL j.d.o.o. Andrijaševci

FONTANA Rokovci, obrt za izradu betonskih blokova i galanterije, mljevenje žitarica, trgovina i prijevoz,

GLOSS obrt za uljepšavanje

GLOŽIĆ Andrijaševci, obrt za knjigovodstvene usluge

GRAZIA Rokovci, obrt za ugostiteljstvo

GRIJMONT Rokovci, obrt instalater centralnog grijanja, plinoinstalater, vodoinstalater

H2O Andrijaševci, obrt za čišćenje

HIT SOUND Andrijaševci, obrt za iznajmljivanje razglasa i rasvjete

HRVATSKI SOKOL Rokovci, ugostiteljski obrt-caffe bar

IDEA Andrijaševci, obrt za frizerske usluge

IF DRVO d.o.o., za proizvodnju i trgovinu

INES Andrijaševci, trgovački obrt

INEX COLOR Rokovci, soboslikarsko-ličilački i staklarski obrt i unutrašnji završni radovi

INOVA j.d.o.o. Rokovci, za trgovinu i usluge

INTERIJER DRVOPANELI d.o.o. Andrijaševci

IVO BAKIN Rokovci, poljodjelsko-trgovački obrt

KATARINA Andrijaševci, frizerski obrt i brijačnica

Komunalno društvo Rokovci-Andrijaševci d.o.o. za komunalne djelatnosti

KOPIĆ Andrijaševci, Poljoprivredni obrt

LJEKARNE TRIPOLSKI Osijek, J.J.Strossmayera 14, Podružnice Ljekarne Tripolski, Podružnica Andrijaševci Andrijaševci

METALAC Andrijaševci, strojobraverski obrt

MIKI Rokovci, obrt za obradu metala

MUSTANG Rokovci, obrt za ugostiteljstvo i usluge

NERON Andrijaševci, obrt za trgovinu i usluge

O.P.G. TATJANA BARIĆ

RENIĆ Rokovci, obrt za iznajmljivanje prostora i usluge

ROSCHER Andrijaševci, obrt za proizvodnju kolača

ROSSONERO j.d.o.o.

SIKIRICA Andrijaševci automehaničarski i trgovački obrt

SJEME VINKOVCI Rokovci, Trgovački obrt

SMOKE-Y Andrijaševci, poljoprivredno trgovački i prijevoznički obrt

STOLAR Andrijaševci, stolarski i elektroinstalaterski obrt

SYMPHA TEX Andrijaševci, trgovački obrt

ŠNAJDER Pekara Cerna, Matije Gupca 3, vl. Adam Šnajder, Pekara Šnajder izdvojeni pogon Rokovci

ŠURAKOVAC Andrijaševci, Poljodjelsko-trgovački obrt

TESKSTIL Andrijaševci, obrt za trgovinu

TRI RUŽE Andrijaševci, obrt za ugostiteljstvo, caffe bar

VOX, obrt za ugostiteljstvo, caffe bar

ZADRUGA VINKOVAČKA ŠPAROGA Andrijaševci, za proizvodnju voća i povrća

ZET d.o.o. Rokovci, za proizvodnju, trgovinu i usluge

Izvor: HGK, katalog obrtnika, poduzeća, OPG-ova i udruga Općine Andrijaševci 2018.

U tablici 3. prikazan je broj aktivnih gospodarskih subjekata Općine Andrijaševci iz čega možemo zaključiti da postoji potreba razvoja novih i raznovrsnijih uslužnih djelatnosti zbog proširenja turističke ponude i zadovoljenja potreba turista. Posebno ističemo proširenje usluge u ugostiteljskoj ponudi.

Na području Općine Andrijaševci registrirano je i 79 OPG-ova čije su glavne djelatnosti ratarstvo, voćarstvo i svinjogojstvo s manjim udjelom i povrtlarstvo.

2. 8. 1. Turizam i ugostiteljstvo

Općina Andrijaševci posjeduje prirodne resurse i kulturno-povijesne atraktivnosti koje nisu turistički eksploatirane, te se nameće hitni proces njihove turističke valorizacije za što je potrebna adekvatna organizacija, planiranje i provođenje planova, ali i prihvatljiv marketinški koncept koji će naglašavati najznačajnije i najjače strane tog područja. Također, u samoj Općini ne postoji sustav evidentiranja (e-visitor) ni ponuda turističkog smještaja (hoteli, moteli, obiteljske kuće, vile, apartmani i sobe za iznajmljivanje) što je bazni element u koncepciji razvoja ruralnog-kontinentalnog turizma.

Za razliku od prirodnih atrakcija i kulturno-povijesne baštine, cjelokupna VSŽ siromašna je u novostvorenim turističkim atrakcijama kao što su tematski i/ili zabavni parkovi, suvremeno opremljeni kongresni centri, centri za posjetitelje, te slični sadržaji turističke ponude bez kojih je izuzetno teško uspostaviti pretpostavke turističkog aktiviranja kontinentalnog prostora.

Područje Općine Andrijaševci u sastavu je Vukovarsko-srijemske županije, te u neposrednoj blizini grada Vinkovaca, ali je prostor ruralnih obilježja. U svom dosadašnjem razvoju Općina nije zabilježila, u okviru svog gospodarskog razvoja, i razvoj djelatnosti turizma i ugostiteljstva. Razlozi tomu su dijelom u činjenici što je područje Općine izrazito mala, ruralna Općina, u neposrednoj blizini grada Vinkovaca, koji je ujedno i značajan turistički centar, s brojnim i raznovrsnim sadržajima turističke ponude. Također se ne mogu zanemariti ni posljedice Domovinskog rata, koje su zaustavile sve gospodarske tokove, pa tako i turističke.

U takvim uvjetima, na području Općine se razvila tek skromna ugostiteljska ponuda koju čini ukupno sedam (7) objekata. Od ukupnog broja ugostiteljskih objekata, njih pet (5) je tipa caffe-bar, jedan (1) objekt je disco-bar, a jedan (1) je tipa slastičarnice. Prostorno su navedeni objekti koncentrirani u općinskom središtu, ukupno četiri (4), od kojih 2 caffe-bara, 1 disco-bar i slastičarnica, dok su preostala tri (3) caffe-bara locirana u Rokovcima. Međutim, i unatoč sadašnje nerazvijenosti djelatnosti ugostiteljstva i turizma, na području Općine ima prirodnih potencijala koji se mogu valorizirati kroz turizam, kako za potrebe turističko-rekreacijskih sadržaja za stanovništvo Općine, ali i za buduće potrebe turista.

Možemo zaključiti da ugostiteljska djelatnost na području Općine Andrijaševci nije u skladu s potrebama razvoja turizma. Iako u samoj Općini postoji nekoliko kafića i manjih ugostiteljskih objekata, potrebno je povećanje cjelokupne ponude, osuvremenjivanje te afirmiranje tradicionalne gastro - ponude. Također, u samoj Općini postoji i veliki neiskorišteni potencijal lovstva i lovnog turizma te riječnog turizma (sportski ribolov i sl.). Prostornim planom definirana je i izgradnja golf-terena što bi u perspektivi moglo brendirati Općinu kao prepoznatljivu turističku destinaciju.

Tablica 4. Struktura turističke ponude

Red.Br	JLS	Hotel	Hostel	Depan- dansa	Prenoč- ište	Pansion	Privatni smještaj	Agrotu- rizam	Kuća za odmor	Tur. Naselje	Lovačka kuća	Odmori- šte	Kamp	Ostalo	Ukupno
1	Grad VUKOVAR	134	264		31		70								499
2	Grad VINKOVCI	637	230		78						12		50		957
3	Grad ILOK	25	80	40		12	14	10		18	6	5			210
4	Grad ŽUPANJA				87										87
5	Grad OTOK														
6	Op. ANDRIJAŠEVCI														
7	Op. BABINA GREDA														
8	Općina BOGDANOVCI														
9	Općina BOROVO														

Strategija razvoja turizma Općine Andrijaševci

10	Općina BOŠNJACI							9						9
11	Općina CERNA													
12	Općina DRENOVCI													
13	Općina GRADIŠTE							4						4
14	Općina GUNJA													
15	Općina IVANKOVO													
16	Općina JARMINA													
17	Općina LOVAS							12						12
18	Općina MARKUŠICA													
19	Općina NEGOSLAVCI													
20	Općina NIJEMCI	120								16		80		216
21	Općina NUŠTAR													
22	Općina PRIVLAKA													

23	Op. STARI JANKOVCI														
24	Op. STARI MIKANOVC														
25	Općina ŠTITAR														
26	Općina TOMPOJEVCI														
27	Općina TORDINCI							64							64
28	Općina TOVARNIK						10								10
29	Općina TRPINJA														
30	Općina VODINCI														
31	Općina VRBANJA							12							12
	UKUPNO	916	574	40	196	12	94	111		18	34	5	80		2080

Izvor : Turistička zajednica VSŽ, 2015.

Iz tablice 4. vidljivo je da Općina Andrijaševci ne raspolaže turističkim smještajem. Već je prethodno naglašeno da se struktura smještaja mora izgraditi s obzirom na koncept destinacije (turizam na ruralnom prostoru). Svakako je važno podići kvalitetu ponude u potencijalnim objektima.

2. 8. 2. Razvoj poljoprivrede Općine Andrijaševci

Na području Općine Andrijaševci razvoj poljoprivrede je uz turizam temeljni cilj, te učinkovitija proizvodnja poljoprivrednih proizvoda, na način koji štiti prirodne mogućnosti zemlje. Osobito je potrebno koristiti prednosti nezagađenosti tla i mogućnosti proizvodnje ekoloških poljoprivrednih proizvoda. Poljoprivredno zemljište treba štititi od onečišćenja bilo koje vrste, poglavito radi proizvodnje zdrave hrane i mogućeg turističkog razvoja.

Razmjerno velike površine Općine pokrivene su pašnjacima i oranicama koji su od velikoga gospodarskoga značaja. Posebno je važno pripremiti, proširiti i osuvremeniti tlo za uzgoj ratarskih kultura i krmnog bilja, razvoj voćarstva, šparogarstva i dr.

U Općini Andrijaševci kao i u cijeloj Županiji, obilježeno je napuštanje obradivih površina. Napuštaju se proizvodno uporabive površine zbog odlaska poljoprivrednika ili nezanimanja za poljoprivredu.

Pomaci razvoja poljoprivredne djelatnosti ipak se uočavaju u području sadnje kupusa, šparoga (cca 50 ha površine), proizvodnji rakije (privatno, ali tržišno neorganizirano) te meda (povećanje broja košnica).

Poljodjelstvo u smislu osnovne gospodarske djelatnosti nije jako razvijeno iako oranice zauzimaju veći dio površine Općine. Već nekoliko desetljeća razvoj poljodjelstva u Općini obilježava napuštanje obradivih površina. Napuštaju se proizvodno uporabive površine zbog odlaska poljoprivrednika ili zbog toga što se smanjilo zanimanje za poljodjelsku proizvodnju. Osim smanjenja obradivih površina sve je veća pojava neobrađenih oranica. One se još uvijek vode kao obradivo tlo (oranice), tako se u stvarnosti ne obrađuju i na njima se ne proizvodi. Broj aktivnog poljodjelskoga stanovništva se iz više razloga dugi niz godina smanjuje. Većina stanovništva bavi se poljodjelstvom kao dopunskom djelatnošću ili samo za svoje potrebe.

Poljodjelstvo i turizam trebali bi biti značajniji nositelj razvoja Općine. Iako šume zauzimaju znatnu površinu Općine, učinci od gospodarenja šumom nisu osobiti. Većim dijelom su devastirane i zapuštene. Poljodjelstvo je neodgovarajuće organizirano i tržišno neprilagođeno.

Cjelokupno područje Općine zahtijeva izradu mreže sustava navodnjavanja, što je i navedeno u Prostornom planu Općine kao i navedeno u strategiji razvoja Vukovarsko-srijemske županije do 2020. godine

2. 8. 3. Malo i srednje poduzetništvo

Program razvoja dinamičkog gospodarskog okruženja tj. razvoj malog i srednjeg poduzetništva ima prvenstveno za cilj: razvoj poduzetničke infrastrukture kroz unapređenje zajedničke komunalne infrastrukture u malim poslovnim zonama kako bi se poduzetnicima i obrtnicima omogućila gradnja samostalnih ili zajedničkih poslovnih objekata pod povoljnijim uvjetima što dovodi do povoljnijih uvjeta poslovanja i veće konkurentnosti na tržištu; osiguranje malim i srednjim poduzetnicima povoljnog financiranja kroz subvenciju kamata na poduzetničke kredite da bi se potaknuli novi investicijski ciklusi, odnosno povećala uspješnost realizacije poduzetničkih ideja putem osiguravanja kreditnih potencijala s povoljnijim uvjetima kreditiranja od tržišnih;

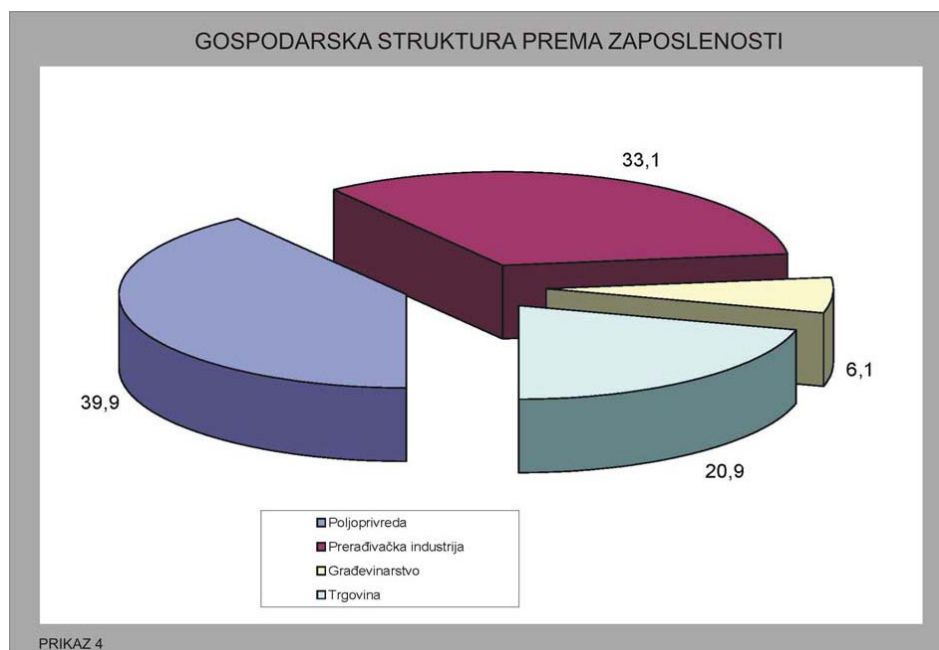
- razvoj poduzetničkog potencijala od interesa za cjelokupni gospodarski razvoj Županije, realizacijom projekata i aktivnosti poslovnog savjetovanja osoba prilikom pokretanja vlastitog poslovanja te onih koji su tek pokrenuli vlastito poduzeće ili obrt.

Tradicija obrta vrlo je duga. Obrti su se razvijali prema potrebama pojedinih gospodarskih grana i stanovništva. Temeljna obilježja politike ranijeg sustava prema obrtništvu odnosila su se na ograničavanje razvoja privatnog sektora fiskalnim i drugim nestimulativnim mjerama ekonomske politike. Obrtništvo je bilo na rubu društvenog i gospodarskog interesa. Te se posljedice još osjećaju. Danas se ono treba nametnuti kao snažan gospodarski i financijski čimbenik ukupne gospodarske stabilizacije uz obogaćivanje tržišta raznovrsnim proizvodima i uslugama.

Osnovne djelatnosti gospodarstva Općine Andrijaševci bazirane na uslužnim djelatnostima i malim proizvodnim pogonima još nisu dostatno razvijene za cjelovitu turističku ponudu. Tu spadaju privatni poduzetnici koji se bave trgovinom, poljoprivredom ili pružaju usluge smještaja. Zanati i manji pogoni proizvodnih djelatnosti ne omogućuju turistički razvoj mjesta. Ekonomski status domaćeg stanovništva orijentiran je radom stanovnika u obližnjim većim središtima (Vinkovci). Nešto manji broj stanovnika bavi se poljoprivredom (OPG i za privatne potrebe). Osnovni cilj upravljanja i kreiranja gospodarskoga razvoja treba biti usmjeravanje razvoja prema gospodarskom, tehnološkom i ekološki optimalnom iskorištavanju ukupnih raspoloživih prirodnih i kadrovskih mogućnosti s ciljem poboljšanja standarda življenja.

Pored raznovrsnosti razvoja gospodarskih grana, potrebno je razvijati i polivalentnost domaćinstava (obiteljskih gospodarstava) tako da se može osiguravati prihod iz više izvora ali na višoj i kvalitetnijoj razini. Kao jedan od važnih budućih ciljeva svakako mora biti i težnja ulaganja u razne oblike gospodarskih djelatnosti, ali i podizanje javnog standarda društvene opremljenosti (cjelovita infrastrukturna opremljenost, školske, zdravstvene, kulturne, sportske i ostale usluge). Navedeni ciljevi trebali bi se ostvarivati kroz određene poticajne i razvojne mjere, promicanje ulaganja u vidu izrade prostornih planova niže razine ali malog prostornog obuhvata, investicijskih projekata, idejnih rješenja određenih zona i slično.

Grafikon 1. Gospodarska struktura prema zaposlenosti Općine Andrijaševci



Izvor: Prostorni plan Općine Andrijaševci

Prema Prostornom planu Općine Andrijaševci vidljivo je iz grafikona 1. da je najveći postotak zaposlenosti bio u području poljoprivrede 39,9 %, iza čega slijedi prerađivačka industrija sa 33,1 %

3. RAZVOJNO - PLANSKA OPREDJELJENJA

Turizam je jedan od najvažnijih pokretača razvoja gospodarstva u Republici Hrvatskoj. Direktno i indirektno stvara oko 22 % domaćeg bruto proizvoda, te više od 40 % cjelokupnog izvoza, što ga bez sumnje stavlja među ključne komponente nacionalne ekonomije i vanjskotrgovinske razmjene. Hrvatska ima vrlo atraktivan turistički potencijal, prije svega jedinstvenu prirodnu i kulturno-povijesnu baštinu. U ovom poglavlju tretirani su najvažniji dokumenti s kojima strategija razvoja turizma Općine Opatalj mora korespondirati.

3. 1. Europski sustav

Turizam je važan sektor u gospodarstvu Europske unije koji podupire gospodarski rast i zapošljavanje. Međutim, jedan od najvećih izazova s kojim se suočavamo jest ojačati i unaprijediti održivi razvoj turizma u cilju osiguranja dugoročne konkurentnosti sektora. Održivim upravljanjem turizmom nastojimo osigurati prepoznavanje ograničenja i kapaciteta naših turističkih resursa i poticati razvoj turizma kojim se postiže ravnoteža između neposrednih gospodarskih, ekoloških i sociokulturnih koristi te osigurava dugoročna budućnost europskog turizma. Godine 2010. donesena je europska strategija turističkog razvoja „Europa – svjetska destinacija broj 1: Novi politički okvir za turizam u Europi“.

Osnovni ciljevi ove strategije su:

- povećanje konkurentnost kroz poticanje inovacija i distribuciju
- promoviranje održivog, odgovornog i visoko-kvalitetnog turizma
- konsolidiranje europskog turističkog imidža i profila
- povećanje mogućnosti korištenja europskih financijskih instrumenata za turistički razvoj.

Europa je broj jedan turističko odredište u svijetu, s najgušćom i najraznolikijom ponudom turističkih atrakcija. Upravo zbog toga, turistička industrija je postala ključni sektor gospodarstva EU, te zapošljava 9,7 milijuna građana. Razvoj Europskog sustava pokazatelja za turizam za održivo upravljanje odredištima jedna je od glavnih inicijativa, čija se provedba u Komunikaciji traži od Komisije. Cilj je Europskog sustava pokazatelja doprinijeti unaprjeđenju održivog upravljanja odredištima na način da se dionicima u turizmu osigura jednostavan i koristan komplet alata. On će dionicima pomoći u mjerenju i praćenju upravljanja procesima održivosti i omogućiti im da razmjenjuju i uspoređuju ostvareni napredak i rezultate u budućnosti.

Turizam je ključan, jer stvara značajan udio BDP-a EU (preko 5 % u 2013.) te isto tako zapošljava preko 5 % radne snage. Turizam iznimno puno znači za lokalni razvoj te zapošljavanje, pogotovo za daleka područja planina i otoka. Prema preliminarnim podacima organizacije *World Tourism Organization*, u 2016. godini zabilježeno je 1,235 milijardi međunarodnih turističkih dolazaka u svijetu, što je 3,9 % više u odnosu na 2015. godinu i predstavlja novu (drugu godinu zaredom) rekordnu razinu tog pokazatelja. Prošla godina bila je sedma godina u uzlaznom nizu nakon što je 2009. godine zabilježen pad međunarodnih turističkih dolazaka. Od ukupnog broja međunarodnih turističkih dolazaka, već uobičajeno najveći dio (50,2 %) zabilježen je u Europi u kojoj je prošlogodišnje povećanje turističkih dolazaka iznosilo 12,2 milijuna dolazaka.

Nakon Europe, prema udjelu u dolascima, slijedi regija Azija i Pacifik (24,5 %) u kojoj je zabilježen gotovo dvostruko veći apsolutni skok dolazaka u odnosu na Europu, tj. zabilježeno je 23,6 milijuna međunarodnih turističkih dolazaka više u odnosu na 2015. godinu. Pritom je najveći rast zabilježen u Sjeveroistočnoj Aziji (11,8 milijuna više).

3. 2. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020.

Strategija razvoja turizma RH do 2020. polazi od analize ključnih pokazatelja dostignutog razvoja, sagledava razvojna ograničenja i razvojne mogućnosti koje se očitavaju iz relevantnih razvojnih trendova u globalnom okruženju te prepoznaje ključne činitelje uspjeha na koje se hrvatska turistička politika mora usredotočiti u razdoblju do 2020. godine. Promjene koje su se u međuvremenu dogodile na turističkom tržištu, kako na svjetskoj razini, tako i u relevantnom konkurentskom okružju, kao i niz drugih promjena koje obilježavaju život i rad ljudi na početku 21. stoljeća, nameću potrebu kritičkog propitivanja dobrih i manje dobrih učinaka dosadašnjeg razvoja turizma u nas, kako bi se, na tim osnovama, mogle utvrditi nove razvojne smjernice, strateški razvojni ciljevi, odnosno mjere turističke politike u nastupajućem desetogodišnjem razdoblju.

Glavni razvojni cilj Strategije je ulazak Hrvatske u vodećih 20 turistički najkonkurentnijih zemalja svijeta, a naša bi zemlja 2020. godine trebala biti „globalno prepoznatljiva turistička destinacija, konkurentna i atraktivna za investicije, koja stvara radna mjesta i na održiv način upravlja razvojem na svom cjelokupnom prostoru, njeguje kulturu kvalitete, a svojim gostima tijekom cijele godine pruža gostoljubivost, sigurnost i jedinstvenu raznovrsnost autentičnih sadržaja i doživljaja“. Hrvatski turizam bi u 2020. godini trebalo obilježiti 7 milijardi eura novih investicija, 955 tisuća ležajeva u komercijalnim smještajnim kapacitetima (+7 %), oko 30 tisuća novozaposlenih u turizmu i pratećim djelatnostima, 86 milijuna turističkih noćenja (+43 %) i 14,3 milijarde eura turističke potrošnje.

Strateški ciljevi i zadaci razvoja hrvatskog turizma:

- Poboljšavanje strukture i kvalitete smještaja

- Novo zapošljavanje
- Investicije
- Povećanje turističke potrošnje

10 ključnih razvojnih usmjerenja Republike Hrvatske do 2020:

- Institucionalno dereguliranje
- Turizam na cijelom prostoru
- Partnerstvom do uspjeha
- Hotelijerstvo – ključni pokretač investicijskog ciklusa
- Kultura kvalitete
- Inoviranje tržišnog nastupa
- „Zeleno ” kao filozofija djelovanja
- Autentičnost i kreativnost
- Više od sunca i mora
- Hrvatski proizvod za hrvatski turizam

Najvažniji ciljevi (strateške postavke)

- Dinamičan, kvalitetan i organiziran razvoj turizma (razvojno opredjeljenje)
- Turizam u funkciji razvoja ukupnog prostora (sinergijski efekti)
- Poboljšanje standarda života (individualno i društveno)
- Formiranje turističke ponude na osnovama održivog razvoja i ekologije
- Usklađeni razvoj turizma s poljoprivrednim i ostalim djelatnostima, te ukupnim društvenim razvojem
- Turistički proizvod će biti formiran na bazi autohtonosti i tradicije područja
- Definiranje razvojnog programa i ponude
- Poboljšanje postojeće ponude, kreiranje nove ponude
- Sustavno podizanje znanja (globalno) i pojedinačno (djelatnici)

Razvoj turističke ponude

Razvoj turističkih proizvoda

- Fokus i poticaji razvoju diferenciranih proizvoda s ciljem ublažavanja sezonalnosti

Brza privatizacija i aktiviranje državne imovine

- *Brownfield* i *greenfield*

Unapređenje smještajne ponude

- Novi kapaciteti većinom u hotelima i resortima 4-5* te malim hotelima, povećanje kvalitete obiteljskog smještaja, podizanje kvalitete kampova

Unapređenje ostale turističke ponude

- Tematski parkovi, centri za posjetitelja, staze i šetnice, *shopping* ponuda, zabava

Sustav turističkih proizvoda

- *Sunce i more*
- *Nautički turizam*
- *Zdravstveni turizam*
- *Kulturni turizam*
- *Poslovni turizam*
- *Golf turizam*
- *Cikloturizam*
- *Eno i gastroturizam*
- *Ruralni i planinski turizam*
- *Pustolovni i sportski turizam*
- *Eko, omladinski i socijalni turizam*

RAZVOJNA NAČELA HRVATSKOG TURIZMA DO 2020. GODINE



3. 3. Strategija razvoja turizma Vukovarsko-srijemske županije 2014. – 2020.

S ciljem diferenciranja od konkurenata na tržištu, ali i radi postizanja željenog imidža destinacije, Vukovarsko – srijemska županija treba se adekvatno pozicionirati na tržištu, odnosno u svijesti potrošača – turista. Nakon identifikacije komparativnih prednosti koja je izvršena u prethodnim poglavljima, u nastavku je navedena odabrana strategija pozicioniranja destinacije .

Destinacijsko pozicioniranje Vukovarsko - srijemske županije uključuje sljedeću strategiju:

- Prepoznatljiva destinacija izgradnjom novog imidža (autohtono-slavonsko- srijemska);
- Destinacija dinamičnog turističkog razvoja (smještaj, ostala ponuda, poljoprivredni proizvodi);
- Cjelododišnje turističko poslovanje destinacije;
- Destinacijska ponuda različitih sadržaja i događaja prilagođenih ciljanim skupinama (ljubitelji prirode, aktivni odmor, rekreativci, gurmani, vikendaši, lovci i ribolovci i dr.);
- Cijela destinacija treba „disati“ turistički, po uzoru na razvijene ruralne regije Italije, Francuske, Slovenije i Istre;
- Održivi i uravnotežen razvoj destinacije;
- Odgovorno društveno ponašanje u destinaciji (ljudi, prostor).

Iako mnoge destinacije baziraju svoj imidž na okolišu i prirodi, specifičnosti ove destinacije su izuzetne, te je istraživanjem turističke potražnje, sagledavanjem konkurentskih destinacija, ali i mogućnosti područja, odabrana strategija koja najbolje odgovara samom području Vukovarsko - srijemska županije. Dobar geostrateški položaj, očuvana prirodna i kulturna obilježja predstavljaju glavne snage destinacije, a upravo radi toga je odabran centralni identitet koji naglašava specifičnosti poput rijeke Dunava i Save, Bosuta, Vuke i čitavog područja kojim te rijeke prolaze. Nadalje, tu su i pitomi brežuljci koji zaokružuju određeno geografsko vinorodno područje, bez mogućnosti miješanja s konkurencijom. Lokalne specifičnosti, doživljaji, izvornost i priroda trebaju osigurati prepoznatljivost same destinacije. S obzirom na prije naglašene trendove u turizmu, navedenom se strategijom pozicioniranja destinacije očekuje značajan rast broja dolazaka turista, ali i zainteresiranosti potencijalnih investitora. Polazeći od identificiranih strateških prednosti i nedostataka turističkog sektora Vukovarsko - srijemske županije te postavljene vizije županije kao turističke destinacije, potrebno je specificirati ključne ciljeve kojima se osigurava okvir za razvoj i za kontinuirano povećanje konkurentске sposobnosti turističkog sektora županije te njezinih pojedinih dijelova.

Najznačajniji su ciljevi pri razvoju turizma na prostoru Vukovarsko - srijemske županije:

- Poboljšanje standarda života (individualnog i društvenog),
- Dinamičan, kvalitetan i organiziran razvoj turizma na cijelom prostoru županije (razvojno opredjeljenje),
- Turizam u funkciji razvoja ruralnog prostora županije (sinergijski efekti),
- Formiranje turističke ponude na osnovama održivog razvoja i ekologije,
- Usklađeni razvoj turizma s poljoprivrednim i ostalim djelatnostima te ukupnim društvenim razvojem,
- Turistički će proizvod biti formiran na bazi autohtonosti i tradicije područja,
- Definiranje razvojnog programa i ponude,
- Poboljšanje postojeće ponude, kreiranje nove ponude,
- Sustavno podizanje znanja (globalno) i pojedinačno (djelatnici).

S ciljem diferenciranja od konkurenata na tržištu, ali i radi postizanja željenog imidža destinacije, Vukovarsko – srijemska županija treba se adekvatno pozicionirati na tržištu, odnosno u svijesti potrošača – turista. Nakon identifikacije komparativnih prednosti koja je izvršena u prethodnim poglavljima, u nastavku je navedena odabrana strategija pozicioniranja destinacije .

Destinacijsko pozicioniranje Vukovarsko - srijemske županije uključuje sljedeću strategiju:

- Prepoznatljiva destinacija izgradnjom novog imidža (autohtono-slavonsko- srijemska);
- Destinacija dinamičnog turističkog razvoja (smještaj, ostala ponuda, poljoprivredni proizvodi);
- Cjelododšnje turističko poslovanje destinacije;
- Destinacijska ponuda različitih sadržaja i događaja prilagođenih ciljanim skupinama (ljubitelji prirode, aktivni odmor, rekreativci, gurmani, vikendaši, lovci i ribolovci i dr.);
- Cijela destinacija treba „disati“ turistički, po uzoru na razvijene ruralne regije Italije, Francuske, Slovenije i Istre;
- Održivi i uravnotežen razvoj destinacije;
- Odgovorno društveno ponašanje u destinaciji (ljudi, prostor).

Iako mnoge destinacije baziraju svoj imidž na okolišu i prirodi, specifičnosti ove destinacije su izuzetne, te je istraživanjem turističke potražnje, sagledavanjem konkurentskih destinacija,

ali i mogućnosti područja, odabrana strategija koja najbolje odgovara samom području Vukovarsko - srijemske županije. Dobar geostrateški položaj, očuvana prirodna i kulturna obilježja predstavljaju glavne snage destinacije, a upravo radi toga je odabran centralni identitet koji naglašava specifičnosti poput rijeke Dunava, Save , Bosuta, Vuke i čitavog područja kojim te rijeke prolaze. Nadalje, tu su i pitomi brežuljci koji zaokružuju određeno geografsko vinorodno područje, bez mogućnosti miješanja s konkurencijom. Lokalne specifičnosti, doživljaji, izvornost i priroda trebaju osigurati prepoznatljivost same destinacije. S obzirom na prije naglašene trendove u turizmu, navedenom se strategijom pozicioniranja destinacije očekuje značajan rast broja dolazaka turista, ali i zainteresiranosti potencijalnih investitora.

Opis trenutne situacije:

Na temelju rezultata provedene SWOT analize proizlazi da postoje pretpostavke i resursi koji bi mogli omogućiti razvoj turizma na ruralnom prostoru. Moguće je zaključiti da nisu učinjeni propusti ili devastacije koje bi onemogućile razvoj. Međutim, postojeće stanje ponude i način upravljanja destinacijom, ne otvara mogućnost ozbiljnom razvoju turizma na ruralnom prostoru koji bi postao značajan čimbenik razvoja ruralnog prostora. Nadalje, postojanje većeg broja nedostataka (negativnosti) koji će, ako se ne sagledaju korektno i ako se ne priđe organiziranom i sustavnom rješavanju istih, u dogledno vrijeme pretvoriti i postojeće pozitivnosti (mogućnosti) u negativne efekte. Prema tome, treba odmah dati odgovor na pitanje kako nedostatke rješavati.

Polazeći od identificiranih internih snaga i nedostataka, a vodeći istodobno računa i o eksternim prilikama i prijetnjama s kojima je razvoj turističke djelatnosti povezan, moguće je razlučiti strateške konkurentске prednosti na kojima bi Vukovarsko - srijemska županija trebala dugoročno izgrađivati svoju turističku budućnost, te sagledati strateške nedostatke čije je utjecaje potrebno eliminirati ili minimalizirati.

Poznato je da se u suvremenim uvjetima tržišno pozicioniranje nekog područja (destinacije) u turizmu, više ne bazira samo na kvaliteti turističke ponude u užem smislu. Današnje, ozbiljne turističke politike, koje su vođene na principima ekonomije doživljaja, sve su više usmjerene na izgradnju, njegovanje i isticanje vlastitih dugoročnih strateških potencijala iza kojih stoje ponude i proizvodi koje je teško kopirati, a predstavljaju strateške resurse za održivi uspjeh u budućnosti.

3. 4. Razvojna strategija Vukovarsko-srijemske županije za razdoblje do 2020.

Razvojna strategija Vukovarsko-srijemske županije do 2020. godine je temeljni i sveobuhvatni strateški dokument koji polazeći od razvojnih resursa i potencijala te ostvarenih postignuća utvrđuje smjernice budućeg gospodarskog i sveukupnog razvoja. Osim što doprinosi uspješnom i učinkovitom usmjeravanju razvoja, Strategija omogućava i jačanje kapaciteta županijskih institucija i drugih nositelja razvoja za pripremu i provedbu razvojnih intervencija te za bolje korištenje financijskih sredstava i drugih resursa iz EU fondova, državnog ali i vlastitog proračuna, te iz privatnih i drugih izvora. U skladu s time, Strategija predstavlja konzistentan okvir s utvrđenim strateškim ciljevima, prioritetima, mjerama za konkretne razvojne projekte/aktivnosti, s definiranim nositeljima, mehanizmima provedbe i načinima praćenja i vrednovanja.

Razvojna vizija Županijske razvojne strategije do 2020. godine sastoji se u ostvarivanju Vukovarsko-srijemske županije kao autonomne, moderne, otvorene i gospodarski konkurentne regije, prepoznatljive kulturne i prirodne baštine, visoke kvalitete života u okvirima uravnoteženog i održivog razvoja.

Temeljem Analize stanja i SWOT analize utvrđena je vizija, strateški ciljevi, mjere i prioriteti Vukovarsko-srijemske županije. Strategija ostvarenja vizije te ispunjenje i strateških ciljeva dani su kroz postavljene prioritete unutar svakog pojedinog cilja te definirane mjere unutar pojedinih prioriteta. Vizija Vukovarsko-srijemske županije je: „Mjesto vrijedno življenja“.

STRATEŠKI CILJ 1: Održivo gospodarstvo

- Prioritet 1.1. Jačanje poduzetništva i privlačenje ulaganja
- Prioritet 1.2. Razvoj gospodarstva temeljenoga na znanju i tehnologiji
- Prioritet 1.3. Povećanje konkurentnosti poljoprivrede
- Prioritet 1.4. Održivi razvoj prehrambenog i drvnog sektora
- Prioritet 1.5. Razvoj i unapređenje kulture i turizma
- Prioritet 1.6. Razvoj tržišta rada

STRATEŠKI CILJ 2: Razvijeni ljudski potencijali i visoka kvaliteta života

- Prioritet 2.1. Razvoj sustava odgoja i obrazovanja
- Prioritet 2.2. Razvoj visoko-kvalitetnih zdravstvenih usluga
- Prioritet 2.3. Razvoj društvene kohezije
- Prioritet 2.4. Upravljanje razvojem
- Prioritet 2.5. Razvoj ruralnog područja

STRATEŠKI CILJ 3: Moderna infrastruktura i zaštita okoliša

Prioritet 3.1. Unapređenje gospodarske infrastrukture

Prioritet 3.2. Integracija i modernizacija prometne infrastrukture

Prioritet 3.3. Cjelovito i učinkovito gospodarenje vodama

Prioritet 3.4. Korištenje obnovljivih izvora energije i poticanje energetske učinkovitosti

Prioritet 3.5. Očuvanje okoliša i zaštita prirode

Razvoj turizma Županije temelji se na očuvanim prirodnim resursima, ponudi kvalitetne i autohtone hrane, vinogradarstvu, iznimno vrijednim kulturno-povijesnim resursima, manifestacijama te etnografskoj zanimljivosti. Županija posjeduje bogatstvo kulturnih i povijesnih resursa i ima sve preduvjete na kojima može dugoročno graditi kulturnu turističku ponudu te imidž destinacije kulturnog turizma. Unatoč nedovoljnim financijskim sredstvima ulažu se veliki naponi za marketing i promociju koja se odvija kroz sustav turističkih zajednica, ali i na razini cijele Županije kao destinacije pod radnim nazivom „Srijem i Slavonija“.

Županija ima veliki broj atrakcija lokalnog značaja, no potrebno ih je dodatno turistički valorizirati putem adekvatne organizacije, planiranje i provođenje planova, ali i prihvatljivog marketinškog koncepta koji će naglašavati najznačajnije i najjače strane konkretnog područja. Postoji veliki neiskorišteni potencijal lovstva i lovnog turizma, riječnog kruzinga, riječnog nautičkog turizma, vjerskog turizma i sl., te je potrebno osmisliti programe i prilagoditi ih potrebama navedenim oblicima turizma. Potreba za izgradnjom novih i obnove starih muzejskih zgrada i ustanova u kulturi, višenamjenskih kulturno-poslovnih centara i kina, izgradnja arheoloških parkova s pripadajućim muzejskim zgradama i drugom infrastrukturom. Postoji potreba za novim sportsko-rekreacijsko turističkim objektima i sadržajima, pogotovo u ruralnim prostorima, s ciljem revitalizacije ukupnog gospodarstva Županije.

3. 5. Strategija razvoja Općine Andrijaševci za razdoblje 2016.-2021.

U Strategiji se navode razvojni potencijali Općine koji su značajni, a ponajviše se očituju u razvoju ruralnog turizma. Nažalost, postoje i problemi s kojima je ona suočena. Nedostatak privatnih investicija te nezadovoljavajuća fizička, ekonomska i socijalna infrastruktura značajke su Općine.

Strategija razvoja je zamišljena kao instrument koji će omogućiti Općini da strateškim i usklađenim razvojnim planom nastupa prema različitim donatorima i investitorima, uključujući Vladu RH, Županiju, Europsku Komisiju te niz drugih bilateralnih ili multilateralnih donatora. Kratkoročno, cilj je Strategije razvoja da omogući Općini efikasno i ekonomično pristupanje programima ministarstava Republike Hrvatske, fondovima Europske unije (Program ruralnog razvoja i sl...) te strukturnim i kohezijskim fondovima EU.

Dogovorena vizija razvoja do 2021. godine koncentrira se na smanjenje nezaposlenosti i

povećanje životnog standarda kroz poticanje ekonomskih aktivnosti baziranih na održivom korištenju prirodnih resursa, tradiciji i među-sektorskom partnerstvu.

2021. godine Općina će biti centar razvoja ruralnog turizma te malog i srednjeg poduzetništva s domaćim i stranim poduzećima te velikim udjelom novo-dodane vrijednosti. Te će tvrtke zapošljavati velik broj obrazovanih u poboljšanim općinskim i županijskim obrazovnim institucijama. Općina će biti poznata po turističkim vrijednostima i ponudi, čistom okolišu, komercijalnoj poljoprivredi i organskim poljoprivrednim proizvodima koji će se u 2021. prodavati širom Europske Unije. Životni standard stanovništva Općine poboljšat će se do 2021. i približiti europskom prosjeku. Općina će također biti poznata po svojim nastojanjima da zaštiti okoliš i koristi prirodne resurse Općine na pravilan i održiv način. Većina tog uspjeha bit će rezultat zajedničkih napora javnog, poslovnog i civilnog sektora.

Općina i Općinski partnerski odbor dogovorili su i formulirali četiri ključna razvojna cilja na bazi vizije Općine:

1. Jačanje gospodarstva temeljenog na razvoju ruralnog turizma na način koji vodi značajnom i trajnom smanjenju nezaposlenosti.
2. Izgradnja infrastrukture koja je nužna za razvoj poduzetništva i mudro gospodarenje okolišem.
3. Razvoj poljoprivrede s ciljem na visokodohodovnim kulturama te razvoj i izgradnja preradnih i skladišnih kapaciteta
4. Razvoj socijalne infrastrukture s ciljem poboljšanja položaja osjetljivih grupa društva.

3. 6. Prostorni planovi Županije

Prostorni plan Vukovarsko -srijemske županije je temeljni dokument prostornog uređenja kojim se regulira namjena i korištenje prostora u skladu i u najvećoj mogućoj mjeri sa susjednim županijama, prostornim razvojem i zaštitom prostora.

Ključni je županijski dokument prostornog uređenja koji diktira osnovne ciljeve u namjeni i gospodarenju prostorom u županiji, daje smjernice za ciljeve prostornog planiranja s kojim se usklađuju svi ostali planovi uređenja općina i gradova.

Donesen je 2002. godine te je odluka o donošenju Prostornog plana Vukovarsko - srijemske županije objavljena u Službenom vjesniku Vukovarsko - srijemske županije broj 7/02. Izmjene i dopune Prostornog plana Vukovarsko-srijemske županije izrađuju se temeljem Programa mjera za unapređenje stanja u prostoru Vukovarsko-srijemske županije objavljenog u Službenom vjesniku Vukovarsko – srijemske županije br. 12/05 od 05. listopada 2005. godine i narudžbe Vukovarsko-srijemske županije br. 039-07-19 od 23. ožujka 2007. Izmjenama i dopunama prostornog plana pristupilo se radi niza izmjena zakona i podzakonskih propisa koji imaju neposredan utjecaj na sustav prostornog uređenja, zbog spoznaja o mogućnostima, ograničenjima i zaštiti prostora kao i iskazanih potreba gradova i

općina za redefiniranjem pojedinih prostorno-planskih odrednica strateškog dokumenta prostornog uređenja. Time se ujedno Prostorni plan usklađuje s usvojenim razvojnim dokumentima na nacionalnoj i županijskoj razini. Zadnja izmjena i dopuna bila je 2015. godine.

Prema Prostornom planu razvojni činitelji Vukovarsko-srijemske županije su: promet, industrija, energetika, poljoprivreda, turizam, infrastruktura i vodno gospodarstvo.

Turizam na području Vukovarsko-srijemske županije obuhvaća šume, vodotoke, kulturna dobra i zaštićenu prirodu, lov, šport i rekreaciju, zdravu hranu i ambijentalne vrijednosti. Prednost treba dati obnovi turističkih kapaciteta koje treba opremiti na razinu europske ponude i potražnje, poboljšati infrastrukturu i uvjete zaštite okoliša, obnoviti zapuštena naselja i kulturna dobra te štiti od građenja područja posebnih prirodnih vrijednosti.

U ruralnim područjima treba razvijati seoski turizam i omogućiti lociranje i razvitak manjih i srednjih poduzeća koja će koristiti prednosti tog smještaja. Razvoj gospodarske struktura temelji se na modernizaciji poljoprivrede s obveznim promjenama vlasničke strukture te razvoju prehrambene i drvne industrije. Za razvoj gospodarstva nužno je potaknuti i razvoj novih programa gospodarskih djelatnosti te društvenih struktura koje će privući visokostručnu i inovativnu grupaciju stanovništva. Potrebno je inicirati razvoj tehnoloških i znanstvenih parkova koji bi potaknuli kvalitetniji razvoj usmjeren na prostorne prednosti županije – šumarstvo, poljoprivredu, promet i turizam.

Vukovarsko srijemska županije je destinacija s značajnim turističkim potencijalima. Oni do sada nisu odgovarajuće iskorišteni. Županija raspolaže s skromnim smještajnim kapacitetima od 414 soba s 861 posteljom. Ugostiteljstvo i turizam su prateća djelatnost u gospodarskom razvoju Županije. Zbog ratnog okruženja i posljedica rata te smanjenja kupovne moći potrošača realno je ostvaren manji promet u ugostiteljstvu u odnosu na prijeratno razdoblje, a posebno broj noćenja. Osnovne poteškoće u poslovanju ugostiteljstva i turizma su: realno smanjenje prometa i tekuća nelikvidnost, nedostatak „kvalitetnih“ izvora sredstava za obnovu ratom razrušenih ili oštećenih ugostiteljsko-turističkih sadržaja te izgradnju novih i pad kupovne moći potrošača.

Potencijali turizma Županije temelje se na prirodnim ljepotama, arheološkim lokalitetima i kulturnim dobrima te očuvanom ruralnom prostoru. Mogućnosti razvoja lovnog i ribolovnog turizma su velike. Posebito se ističe pogodnost i značaj međunarodnih prometnih smjerova područjem Županije i laka dostupnost gotovo svim lokalitetima. Gradnja kanala Dunav - Sava uz primarna gospodarska i ekološka ima i značajna turistička obilježja. Razvoj ugostiteljstva i turizma Županije treba uskladiti sa strategijom razvoja ugostiteljstva i turizma u Republici Hrvatskoj.

Na području Županije treba:

- valorizirati tranzitnog korisnika usluga prometa auto-cestom Zagreb-Lipovac na kojoj su na prostoru Županije objekti „Šokadija“, „Rastovica“, „Lubanj“ te atraktivni lokaliteti zaštićene

prirode i kulturnih dobara,

- valorizirati prometne smjerove dunavske turističke ceste uz brojne spomenike kulture i osobite vrijednosti krajolika dunavske obale, smjer Vukovar-Vinkovci-Županja-BiH zbog vrijednosti prostora i buduće izgradnje VKDS, turistički potencijal rijeke Bosut,
- istražiti prostore potencijalnih termalnih izvorišta s mogućnostima njihove uporabe (kod Babine Grede),
- koristiti komparativne prednosti bogatstva prirodnih resursa za razvoj turističke djelatnosti Županije - kompleksa hrastovih šuma, nezagađenih vodotoka između Dunava i Save - lovnog i ribolovnog turizma, seoskog turizma i dr.,
- oblikovati turistički identitet Županije i jačati promidžbenim aktivnostima turističku gravitaciju gradova i njihovih kulturnih dobara - Iloka, Vukovara, Vinkovaca i Županje,
- istaknuti prirodne osobitosti i povijesne i druge vrijednosti Županije (arheološke lokalitete - Vučedol), vodotoke - Dunav, Sava, Bosut; zaštićene šume i rijeke Spačvanskog bazena te tradicionalne manifestacije (Dani vina, Vinkovačke jeseni, Konji bijelci, Žetelačke svečanosti, Županijsko šokačko sijelo i dr.).

Činitelji vrednovanja turističkih resursa su: prirodni resursi - zaštićenih područja, vodenih površina i šuma; rekreacijski lokaliteti za boravak u prirodi i izgrađeni objekti; riječne plaže na Dunavu, Savi i kupališta na Bosutu, vinogradarska područja, graditeljsko naselje, manifestacije i istraživački programi usmjereni na zaštitu okoliša, prometna dostupnost i blizina regionalnih i međunarodnih prometnih koridora. Infrastrukturni koridori, cestovni i riječni doprinijeti će razvoju tranzitnog i izletničkog turizma. Razvijanje riječnog turističkog prometa učinio bi prostor Županije dostupnijim organiziranom posjetu i obogatio bi turističku ponudu.

Poljoprivreda i sela sa tradicijskim obilježjima pružaju mogućnost za razvoj ruralnog turizma uz isticanje značaja eko-poljoprivrede i proizvodnje zdrave hrane, tradicije u proizvodnji vina i tradicijskog graditeljstva.

Lovni turizam treba upotpuniti organiziranim obilaskom lovišta i promatranjem divljači, ugostiteljskim uslugama i specijalitetima s posebnostima obilježjima tradicionalnog kulinarstva i oživljavanjem tradicionalnih obrta. Razvoj lovnog turizma moguć je uz pravilnim gospodarenjem lovištima što osobito obuhvaća poticanje uzgoja divljači.

Turistički programi su od osobitog značaja za Županiju. Njima treba osobito afirmirati rijeke Dunav, Savu, Bosut i Spačvu, povijesno nasljeđe gradova i naselja te prostor Spačvanskih šuma.

Turističko-ugostiteljsko-uslužni, rekreacijski i športski kapaciteti načelno određeni ovim planom, a koji nisu vezani uz državne ceste, mogu se locirati na manje vrijednim poljoprivrednim zemljištima te u pravilu uz skupine vegetacije i odvojeno od prometnica.

Građevinsko područje za tu namjenu određuje se u PPUG/O.

Seoski turizam može se planirati i ostvarivati u sklopu seoskih naselja, obiteljskih gospodarstava ili izdvojenih farmi kao komplementarna i dopunska djelatnost poljoprivrede.

Ovim planom određene su potencijalne zone golf igrališta, a koje treba istražiti te odrediti prostor, uvjete korištenja i realizacije takve namjene u PPUG/O.

3.7. Prostorni plan Općine

Kako je područje Općine Andrijaševci u sastavu Vukovarsko-srijemske županije, te se nalazi u neposrednoj blizini grada Vinkovaca, prostor je ruralnih obilježja. U svom dosadašnjem gospodarskom razvoju Općina nije zabilježila razvoj djelatnosti turizma i ugostiteljstva. Razlozi tomu su dijelom u činjenici što je područje Općine mala, ruralna Općina, u neposrednoj blizini grada Vinkovaca, koji je ujedno i značajan turistički centar, s brojnim i raznovrsnim sadržajima turističke ponude, a ne mogu se zanemariti ni posljedice Domovinskog rata, koje su zaustavile sve gospodarske tokove, pa tako i turističke.

U takvim uvjetima, na području Općine se razvila tek skromna ugostiteljska ponuda koju čini ukupno sedam objekata. Od ukupnog broja ugostiteljskih objekata, njih pet je tipa caffe-bar, jedan objekt je disco-bar, a jedan je tipa slastičarnice. Prostorno su navedeni objekti koncentrirani u općinskom središtu, ukupno četiri, od kojih 2 caffe-bara, 1 disco-bar i slastičarnica, dok su preostala tri caffe-bara locirana u Rokovcima.

Međutim, i unatoč sadašnjoj nerazvijenosti djelatnosti ugostiteljstva i turizma, na području Općine ima prirodnih potencijala koji se mogu valorizirati kroz turizam, kako za potrebe turističko-rekreacijskih sadržaja za stanovništvo Općine, ali i za buduće potrebe turista.

U okviru ukupnog općinskog teritorija, kao vrijedni prirodni resursi izdvajaju se: poljoprivredno zemljište, šume, rijeka Bosut, te drugi manji vodotoci, koji ujedno čine i potencijalne turističke resurse. Područje Općine je, s obzirom na navedene prirodne potencijale i lovno područje, gdje se prostire i državno lovište XVI/2, u površini od 3.259 ha, na području Bok-Ljeskovac. Osim toga, u funkciji lovnog turizma je i objekt lovačkog doma nedaleko Andrijaševaca, smješten u šumi (prema Cerni), gdje se organizirano dolazilo u lov na prepelice (Talijani), dok se danas kapaciteti objekta (sale) koriste za različite prigode.

Na prostoru nedaleko naselja Rokovci nalazi se ugostiteljski objekt, uz rijeku Bosut, a nedaleko šume, koji nije u funkciji.

Na području Općine javljaju se i počeci razvoja ruralnog turizma (uzgoj konja na području nekadašnjeg salaša).

Kao dodatni motiv u funkciji razvoja određenih oblika turizma javljaju se i određene manifestacije, koje se već tradicionalno održavaju, a na području Općine Andrijaševci povremeno se u okviru „Vinkovačkih jeseni“ održavaju „Šokački divani“, koji privuku i brojne posjetitelje, koji tradicionalno posjećuju „Vinkovačke jeseni“.

U planiranju razvoja prostorne strukture Općine polazi se od sljedećih opredjeljenja:

- očuvanje osobito vrijednog i vrijednog poljoprivrednog zemljišta ograničavanjem širenja građevinskih područja i grupiranjem infrastrukture u jedinstvene koridore,
- zadržavanje i očuvanje kompleksa šumskih površina,
- očuvanje postojećih vodnih površina posebice rijeke Bosut,
- dimenzioniranje građevinskih područja sukladno kriterijima iz PPOBŽ i realnim potrebama razvoja,
- osiguranje prostora za lociranje gospodarskih kapaciteta iz oblasti proizvodnje, usluga i turizma,
- ograničavanje disperzne izgradnja izvan građevinskih područja racionalnijim korištenjem građevinskog zemljišta.

Razvoj gospodarstva primarno će biti vezan uz resursne osnove Općine, geoprometni položaj, izgradnju novih proizvodnih kapaciteta, te tradicionalne djelatnosti u poljoprivredi. Opći cilj prostorno-gospodarskog razvoja Općine u planskom razdoblju je optimalno i racionalno koristiti prostor u proizvodne i lokacijske svrhe na principima održivog razvoja.

Konkretni ciljevi na toj osnovi su:

- Postići bolje korištenje prirodnih resursa

Poljoprivredno zemljište kao najrasprostranjeniji prirodni resurs potrebno je sačuvati i unaprijediti za osnovno korištenje. To se treba postići agrotehničkim mjerama kao što je navodnjavanje, odvodnja, te zaštitom od zagađivanja. Radi postizanja racionalnije proizvodnje potrebno je okrupnjavati seljačke posjede budući će oni biti temelj poljoprivredne proizvodnje. Koristiti svo raspoloživo zemljište, a prema kvaliteti za odgovarajuću proizvodnju, znači uskladiti zahtjeve korištenja s održivim načinom korištenja.

- Iskoristiti povoljan geoprometni položaj

Potrebno intenzivnije koristiti povoljan geoprometni položaj Općine. Putem mreže

županijskih cesta Općina Andrijaševci povezana je za trasom buduće brze ceste Vinkovci-Županja (u konačnici četvertračna) koja prolazi na cca 2,0 km od istočne granice Općine i koju se postojeća cesta veže nakon prijelaza (mosta) preko planiranog višenamjenskog kanala Dunav-Sava. Preko trase navedene ceste prostor Općine ima pristup i na X prometni koridor (autocesta A3 Zagreb-Lipovac), kao i na Vc prometni koridor (autocesta A5 Budimpešta-Ploče). Osim toga županijskom cestom Andrijaševci-Cerna-B. Greda, prostor Općine je i preko čvora B. Greda vezan na autocestu A3.

Posredni značaj za gospodarstvo Općine imat će i planirana izgradnja višenamjenskog kanala Dunav-Sava uz jugoistočnu granicu Općine.

- Razvijati malo i srednje poduzetništvo

Za razvoj poduzetništva prioritetno je potrebno komunalno opremiti gospodarske zone te na taj način stvoriti prostorne uvjete za lociranje prerađivačkih i uslužnih kapaciteta koji sada na području Općine ne postoje.

- Gospodarsku strukturu upotpuniti proizvodnim djelatnostima

U strukturi gospodarstva poticati razvoj proizvodnih djelatnosti i to one grane koje koriste prvenstveno komparativne prednosti kao što su prirodni resursi.

- Poticati razvoj obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava

Kako je Općina dominantno poljoprivredna po raspoloživim resursima, cilj je obnova poljoprivrednih gospodarstava u funkciji ratarstva i stočarstva, a u skladu s europskim standardima.

Turistički pristup:

Područje Općine Andrijaševci je prostor koji posjeduje određene prirodne i prostorne potencijale, a time ujedno i turističke. Općina je dio kontinentalnog turističkog prostora Vukovarsko-srijemske županije i RH, koje bi u budućem gospodarskom razvoju, a time i turističkom, moglo ostvariti značajniji razvoj u odnosu na dosadašnji. Takva očekivanja su vezana za uvjete sadržane u strateškim dokumentima razvoja turizma i prostornog uređenja na razini Države. Ovim dokumentima prostora se kao strateški resurs hrvatskog turizma izdvaja visoko vrijedan prostor, čija vrijednost će dugoročno rasti.

Također se ističe potreba ravnomjernijeg turističkog razvoja svih turističkih potencijala, a osobito kontinentalnog turizma na razini Države. Osnove razvoja kontinentalnog turizma čini bogatstvo i raznolikost resursa i njihova dobra očuvanost, njegovanje autohtonih osobitosti određenog turističkog prostora, te jača sprega turizma s ukupnim gospodarskim razvojem, kao i racionalno korištenje svih resursa.

Ukupan turistički prostor Vukovarsko-srijemske županije je destinacija sa značajnim

turističkim potencijalima, koje čine prirodne ljepote, arheološki lokaliteti, kulturno-povijesni spomenici, očuvan ruralni prostor, mogućnosti razvoja lova i ribolova, povoljan prometni položaj u odnosu na međunarodne prometne tokove, kao i planirane infrastrukturne zahvate koji će osim gospodarskih, imati i turistička obilježja (izgradnja kanala Dunav-Sava), te laka dostupnost svim turističkim lokalitetima. To su elementi na kojima će se bazirati razvoj turizma na području Županije, ali su i osnove za planirani razvoj turizma na području Općine Andrijaševci.

Prostor Općine Andrijaševci u odnosu na prethodno definirane osnove je očuvan ruralni prostor, u okružju poljoprivrednog zemljišta, šumskih površina, vodotoka s mogućnošću razvoja lova i ribolova, povoljnog prometnog položaja i lake dostupnosti, kao i s određenim kulturnim sadržajima.

Rubnim područjem Općine Andrijaševci prolazit će i planirani višenamjenski kanal Dunav-Sava. Iako na dijelu Općine nije planiran određeni sadržaj turističke namjene, to ne znači da se dio područja uz budući kanal ne planira za turizam i rekreaciju na lokalnoj razini, kroz uređenje određenih sadržaja namijenjenih rekreaciji vezanih za vodu, te obale kanala. Uz planirani kanal Dunav-Sava, na području Općine značajni su i drugi vodotoci, a posebice Bosut, koji je u PPŽ Vukovarsko-srijemske županije označen kao prvenstveno rekreacijsko područje, što znači da je to ujedno i prostor namijenjen rekreaciji i sportskom ribolovu, kao i drugim oblicima rekreacije vezane za aktivnosti na vodi i uz obale. U tom smislu bi i postojeće objekte, a koji nisu u funkciji, trebalo aktivirati i privesti takvoj namjeni.

Na prostoru Općine Andrijaševci osim navedenih prirodnih potencijala, vrijedan prirodni i prostorni resurs je i očuvan ruralni prostor, te ruralna obilježja naselja u okruženju poljoprivrednog zemljišta, kao važnog prirodnog resursa za razvoj poljoprivredne proizvodnje, ali i potencijala za razvitak ekološke poljoprivrede, a čiji bi proizvodi uz druge oblike turističkih usluga u okviru poljoprivrednih, obiteljskih gospodarstava, kroz ruralni (seoski) turizam uključili ovaj prostor u turističku valorizaciju. Ovakav oblik turizma razvijao bi se u okviru naselja i obiteljskih gospodarstava, koja bi se uz svoju osnovnu djelatnost i poljoprivredu, kroz turizam, kao dopunsku djelatnost, razvijala i kao turistička obiteljska gospodarstva, razvijajući različite oblike ponude i sadržaja u okviru svog gospodarstva (smještaj, ishrana, rekreacija-sudjelovanje u radovima na gospodarstvu, u raznim običajima, itd.).

Kroz poticanje razvoja seoskog turizma, u turističku valorizaciju treba uključiti i kulturno-povijesne i sakralne građevine i sadržaje, te tradicijsku i folklornu baštinu, kao elemente koji mogu dopuniti turističku ponudu, a u skladu su sa strateškim odrednicama razvoja turizma na razini Države, o sprezi kulture i turizma.

Prostor Općine Andrijaševci je poznato lovno područje i područje s mogućnošću razvoja lovnog turizma, ali takvog oblika koji će se u buduću bazirati na očuvanju prirodnih potencijala prostora lovišta i divljači, kroz druge oblike ove vrste turizma (obilasci lovišta, promatranje divljači, uzgoj za potrebe ugostiteljstva itd.).

4. POTICAJNE MJERE, KREDITNE LINIJE, OSTALI IZVORI FINANCIRANJA

Sagledavanje razvoja s aspekta izvora financiranja razvojnih projekata Općine pretpostavlja identifikaciju izvora, opsega, načina te uvjeta osiguranja potrebnih financijskih sredstava. Uzevši u obzir nedostatak financijskih sredstava u Općini, strategija financiranja povezana je s pristupom fondovima Europske unije (uključujući i druge izvore). Cilj je korištenje dostupnih fondova Europske unije za maksimaliziranje učinaka dostupnih fondova Vlade RH i drugih multilateralnih i bilateralnih fondova. Zbog brojnih ograničenja i barijera razina investicijske aktivnosti u hrvatskom turizmu u proteklom razdoblju nije bila zadovoljavajuća. Premalo je bilo *greenfield* investicija novih ulagača, a skromne su bile i investicije postojećih poduzeća. Posebno valja naglasiti da je gotovo u cijelosti izostalo ulaganje u razvoj turističke infrastrukture i novostvorenih turističkih atrakcija.

4.1. Prikaz stanja

Mogući izvori financijskih sredstava često su jedini fokus planiranja razvoja. To predstavlja opasnost, budući da će Općina morati zadržati kontrolu nad razvojnim procesom i pitanjima, te privlačiti sredstva u projekte koji će podupirati razvojnu strategiju Općine. Za sredstva postoji natjecanje isto kao i natjecanje među donatorima i financijskim organizacijama za „dobrim projektima”. Dobri projekti su prioritetni projekti koji ostvaruju razvoj u pravcu koji je utvrđen strategijom. Prema tome, strategija određuje sredstva, a ne obrnuto.

Kao mogući izvori financiranja razvojnih projekata koriste se:

1. Proračunska sredstva Općine
2. Proračunska sredstva Županije;
3. Krediti, bilo da se radi o kreditnim linijama poslovnih banaka i mogućnosti korištenja sredstava po komercijalnim uvjetima ili nekom obliku poticajnog financiranja poduzetnika, putem Hrvatske banke za obnovu i razvitak i suradnje Ministarstva gospodarstva, Županije i poslovnih banaka temeljem trostranih ugovora o suradnji;
4. Bespovratna sredstva/donacije namijenjena financiranju razvoja;
5. Zajednička ulaganja, prije svega putem direktnih stranih ulaganja ali i ulaganja u temeljni kapital Hrvatske banke za obnovu i razvitak (HBOR) te
6. Samofinanciranje, odnosno mogućnosti, prije svega gospodarskih subjekata, da vlastitim

izvorima (sadržanim u neto dobiti i izdvojenim sredstvima amortizacije osnovnih sredstava) financiraju planirana ulaganja.

7. Ostali poticaji koji stimuliraju razvoj i poslovanje

Vukovarsko-srijemska županija, a tako i Općina Andrijaševci prepoznala je turizam kao važan element jačanja ukupnog gospodarstva na svom području koji će, u raznim svojim pojavnim oblicima, doprinijeti značajnom i trajnom povećanju blagostanja. Nositelji razvoja turizma su fizičke i pravne osobe koji u procesu realizacije investicijskih projekata trebaju imati podršku i zaštitu javnog sektora kroz određene poticajne mjere kao što su porezne i izvan porezne povlastice, potpore za otvaranje novih radnih mjesta, potpore za usavršavanja i druge potpore materijalnog i nematerijalnog oblika.

4.2. Investicijsko okruženje

Operacionalizacija razvojnih ciljeva i nove vizije razvoja hrvatskog turizma podrazumijeva i pokretanje konkretnih razvojno-investicijskih projekata međunarodne prepoznatljivosti koji će svojim kvalitativnim značajkama biti u stanju autonomno privlačiti nove segmente turističke potražnje, podizati kvalitetu i/ili raznovrsnost destinacijske ponude, produljivati sezonu te dodatno pridonijeti unapređenju međunarodnog imidža. Uspostavljanje poticajnog poduzetničkog i investicijskog okruženja u današnjim uvjetima pretpostavlja snažan angažman nositelja javne vlasti, kako u pripremi institucionalnih i drugih uvjeta za pospešivanje konkurentne sposobnosti turizma, tako i u iniciranju velikih razvojno-investicijskih projekata. Strategijom razvoja turizma RH do 2020. pokreću se brojne mjere koje imaju za cilj stvoriti uvjete koji će osigurati dugoročno tržišno održivo poslovanje i investiranje. Uz aktivnosti vezane uz marketing i razvoj proizvoda te razvoj ljudskih potencijala i upravljanje turističkom politikom, stvaranje poticajnog poduzetničkog i investicijskog okruženja zasnovano je na uklanjanju ograničenja poduzetničke i investicijske aktivnosti, smanjenju fiskalne presije, realizaciji sustava poticaja te utvrđivanju novih pravila upravljanja.

4.3. Korištenje EU fondova

Ulaskom Republike Hrvatske u Europsku uniju dionicima u javnom, privatnom i civilnom sektoru hrvatskog turizma otvaraju se velike mogućnosti za korištenje fondova Europske unije u sufinanciranju različitih razvojnih projekata. Na raspolaganju su prije svega strukturni fondovi (Europski fond za regionalni razvoj i Europski socijalni fond), Kohezijski fond te Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj. U tom smislu značenje Strategije razvoja turizma RH do 2020. od ključne je važnosti, budući da je strateška utemeljenost osnovno

načelo za definiranje i izradu nacionalnih. Kohezijska politika jedan je od stupova zajedničkih politika EU koja odražava razmjer socioekonomskih razlika unutar EU, ali i politički značaj kohezije za projekt ujedinjene Europe. Pri tome se odrednice kohezijske politike pomiču s početnog naglaska na postizanje ujednačenog razvitka unutar EU prema jačanju globalne konkurentnosti i održivog rasta gospodarstva EU.

Nacionalni strateški referentni okvir Republike Hrvatske kao ključna područja razvoja određuje prometnu infrastrukturu, energetska infrastrukturu, infrastrukturu zaštite okoliša, poticanje konkurentnosti, poticanje ravnomyernog regionalnog razvoja, poticanje zapošljavanja i obrazovanja radne snage za potrebe na tržištu rada te jačanje učinkovitosti sustava državne uprave i pravosuđa. Operativnim programom ravnomyernog regionalnog razvoja u sferi turizma predviđeni su projekti javne i poslovne turističke infrastrukture kao pretpostavke razvoja turizma. Operativnim programom ljudskih potencijala u sklopu prioriteta podrške održivom zapošljavanju i unapređenju ljudskog kapitala aktivnosti u sferi turizma sredstva se usmjeravaju ponajprije na razvoj projekata podizanja kapaciteta obrazovnih institucija.

5. GLOBALNA DRUŠTVENO-EKONOMSKA KRETANJA

Krajem 2008. svjetska ekonomska kriza manifestirala se u Hrvatskoj, prvotno zaustavljanjem gospodarskog rasta, zatim smanjenjem proizvodnje i potrošnje te naposljetku padom BDP-a od 5,8 %. Prvih par godina (7-8 godina) gospodarstvo u RH, pod utjecajem recesije u Svijetu i Europi, ali i vlastitih negativnosti bilježi kontinuirani pad svi parametra koji obilježavaju gospodarska kretanja. Radi se o dubokim problemima prvenstveno strukturne naravi. Trenutačno promatranje ukazuje na neke pozitivne trendove. Određeni optimizam proizlazi iz činjenice da je RH ušla u EU što bi dugoročno moglo imati pozitivnog utjecaja na društveno-ekonomska kretanja. Kad prognoziramo kretanja turizma javljaju se određeni pozitivni trendovi i do sada (u ovim recesijskim vremenima), a prognoze su pozitivne i za ubuduće (stopa rasta, tržišna kretanja, naša konkurentnost, investicijska ulaganja). Nedvojbeno je da se egzaktne prognoze društveno-ekonomskih kretanja nezahvalan posao, međutim smatra se da bi bilo više neodgovorno o tim kretanjima ne voditi računa, nego kod prognoze djelomično pogriješiti. Stoga smo se opredijelili za ovaj rad, prognozirati društveno-ekonomska kretanja i njihov utjecaj na ostvarenje strateških kretanja razvoja turizma. Kroz tri moguća scenarija pokušali smo predviđati kretanja (društvena i ekonomska), te smo se na kraju opredijelili za jedan od ponuđenih scenarija.

SCENARIJ 1:

(NISKE STOPE RASTA)

- U EU – niske stope rasta (nekoliko godina), a poslije povećana;
- U RH – niske stope rasta (nekoliko god.), a poslije nešto povećana;
- Turizam će imati pozitivnu stopu rasta (3-4 % godišnje);
- U Istarskoj županiji i bližem okruženju:
 - Pretpostavka je da će turizam kontinuirano imati stopu rasta (3-4 % godišnje);
 - Pretpostavka je da će poljoprivreda, trgovina, uslužne djelatnosti, malo i srednje poduzetništvo dijeliti sudbinu globalnih kretanja (niske stope rasta);
 - Bliže okruženje županije u turizmu moglo bi imati nešto povoljnije trendove;
 - U takvom okruženju (uže i šire) moguće je planirati u prvih nekoliko godina stope rasta turizma 3-4 %

Kao što se iz prikaza vidi, u ovom slučaju predviđamo, tijekom perioda niske stope rasta.

SCENARIJ 2:

(SREDNJA STOPA RASTA)

- U EU – prve dvije godine stopa rasta 3-4 %,
- RH – dvije godine stopa rasta 3-4 %;
- U ŽUPANIJI I BLIŽEM OKRUŽENJU
 - Turizam, povećanje potražnje 4-5 % i kvalitativno
 - Poljoprivreda, povećanje stope rasta godišnje 2-3 %;
 - Trgovine, usluge, mali i srednji poduzetnici prate globalna kretanja, povećanje 2-3 %

U ovakvom okruženju (šire i uže) moguće je planirati stopu rasta u turizmu do 4-5 % godišnje. Smatramo da bi ovo mogao biti realni scenarij, pa smo se zato za njega opredijeliti.

SCENARIJ 3:

(VISOKE STOPE RASTA)

- U EU – prve dvije godine stopa rasta 3-4 %, a poslije 4-5 %;
- U RH – prve dvije godine stopa rasta 3-4 %, a poslije 4-5 %;
- U ŽUPANIJI I BLIŽEM OKRUŽENJU
 - Turizam – povećanje stope rasta 7-9 %
 - Poljoprivreda – povećanje stope rasta 3-5 %;
 - Trgovina, usluga, malo i srednje poduzetništvo – povećanje stope rasta 3-5 %;

U takvom okruženju moguće je planirati stopu rasta u turizmu do 6-8 %.

Kao što smo istakli, naše je opredjeljenje u kreiranju strateških ciljeva za razvoj turizma, vezujemo za scenarij 2. Dapače, kod nekih postavki razvoja opredijelili smo se i za veće stope rasta, i to iz osnovnog razloga što je sadašnja razvijenost turističkog sektora na niskoj razini.

6. OBILJEŽJA POTRAŽNJE I PONUDE

Turističko tržište je skup odnosa ponude i potražnje u području usluga i dobara što služe za podmirenje turističkih potreba na određenom prostoru, odnosno odnosa ponude i potražnje koji nastaju pod utjecajem turističkih kretanja. U ovom poglavlju govorimo o obilježjima turističke destinacije, ponudi i obilježjima potražnje destinacije Općine Andrijaševci.

6.1. Obilježja turističke ponude destinacije

Turistička ponuda predstavlja količinu roba i usluga koje se nude turistima na određenom turističkom tržištu, u određeno vrijeme i po određenoj cijeni.

Osim pokretačkih čimbenika u Općini Andrijaševci koji djeluju na dolazak turista u turističku destinaciju, za turističko gospodarstvo posebno su značajni čimbenici ponude. U čimbenike ponude ubrajaju se: prirodne karakteristike nekog turističkog mjesta, bogatstvo povijesnog i kulturnog naslijeđa, prometna infrastruktura, raspoloživi objekti za smještaj i prehranu turista, objekti za zabavu, rekreaciju i sport i drugi sadržaji zanimljivi turistima. Na temelju vlastite procjene atraktivnosti, zanimljivosti i podobnosti svakog od navedenih čimbenika, potencijalni se turist opredjeljuje za konkretnu zemlju i mjesto provođenja godišnjeg odmora. Destinacije danas nastoje razviti brojne turističke proizvode kako bi se prilagodile sve izbirljivijem turističkom tržištu. Proizvodi će, između ostaloga, biti uspješniji što više imaju komponenti posebitosti i što se više oslanjaju na specifičnosti destinacije. Upravo će ih ta komponenta izdvojiti od mnoštva sličnih proizvoda koje potrošači mogu jednostavno zamijeniti jedne s drugima. Proizvodi koji se razvijaju moraju biti u funkciji željenog pozicioniranja destinacije kao i u skladu s očekivanjima gostiju.

Da bi Općina postala privlačna destinacija potrebno je uvesti promjene na području poboljšanja i proširenja turističke ponude. Proizvodi se trebaju mijenjati u svom sadržaju i dizajnu u različita godišnja doba. Odmorišni proizvod koji se nudi ljeti u druga godišnja doba treba se nadopuniti i mijenjati različitim sadržajima rekreacije i razgledavanja. Promjene koje se dešavaju u prirodi u tim godišnjim dobima (berba šparoga i kupusa, berba grožđa itd.) trebale bi se održavati i u sadržajima boravka u destinaciji. Samim time Općina bi u svoj proizvod uvela mnoge turistima privlačne resurse (poznata arheološki ostaci, lovišta, turističke letjelice na aerodromu, izletišta u lokalnim mjestima, seljačka gospodarstva, kulturna ponuda, ribički turizam i drugo).

Atraktivnost destinacije značajno utječe na privlačenje ljudi u samu destinaciju. Ljudi željni odmora, zabave, raznovidne rekreacije, doživljaja i sl. dolaze u destinacije koje ih ponudom najviše privlače. U atraktivne se čimbenike ubrajaju: klima, reljef, hidrografski elementi (rijeke, jezera), šarolikost biljnog i životinjskog svijeta itd. U atraktivne čimbenike

destinacije, osim navedenih prirodnih atraktivnosti, ubrajaju se i društvene atraktivnosti. U te atraktivnosti ubrajaju se: kulturna i povijesna baština, različite društvene manifestacije, folklor i sl. Ovi sadržaji upotpunjavaju samostalno, ali češće u kombinaciji s prirodnim atrakcijama, ukupnu privlačnost neke destinacije.

6. 1. 1. Opis elemenata stanja postojeće ponude – integralni pristup

A/ Lokacija

- Općina je dobro zemljopisno pozicionirana, ali bi trebalo raditi na povećanju cestovnih elemenata, izgradnji novih cesta, signalizaciji, boljem marketinškom plasmanu
- Osrednja kvaliteta pristupa naseljima (cestovni, zračni).

B/ Ljudski resursi

- Ljudskim se resursima treba davati sve veće značenje, jer će oni u budućnosti biti odlučujuća konkurentna snaga u turističkoj djelatnosti. Međutim, sadašnja situacija (broj djelatnika u turizmu, kvalifikacije, stručna sprema) ne zadovoljava i ne omogućava razvoj turističke djelatnosti
- Kako bi turistička ponuda mogla svojom kvalitetom odgovoriti na izazove razvoja turističkih djelatnosti, potrebno je mlađe stanovništvo animirati, stipendirati, usmjeravati jer trenutno ovaj prostor nema dovoljan broj školovanih turističko-ugostiteljskih i drugih profesionalnih kadrova za domenu turizma.

C/ Prirodni resursi

- Raznolikost prirodnih resursa kao i geografski položaj danas su veliki potencijal za razvoj turizma destinacije
- Bogatstvo flore i faune, ekološki čista destinacija, plodno su tlo za razvoj ekološkog turizma i mamac su za nove potrošače
- Održivi razvoj mora biti nit vodilja razvoja.

D/ Kulturna i povijesna baština

- Veliki dio resursa kulturno-povijesne baštine danas su neiskorišteni ili ih se uopće ne

prezentira u turističkoj ponudi. Površine na kojima se nalaze spomenici i arheološki ostaci su zapušteni i nevalorizirani, a putovi koji vode do njih bi trebali biti bolje označeni.

- Izvorni ostaci (lokaliteti s povijesnom i kulturnom ostavštinom) premalo su do sada promovirani, potrebno je bolje određivanje važnosti baštine na odabranim lokalitetima u javnosti.

E/ Komunalna infrastruktura

- Posljednjih godina uočava se pomak u izgradnji infrastrukture i jednom dijelu modernizacije. Međutim, to je nedovoljno kvalitetno i dinamično, stoga treba osmisliti sustavni i organizirani pristup rješavanju ove problematike.

F/ Prometna infrastruktura

- Pristup destinaciji treba stalno poboljšavati, posebno u nekim dijelovima Općine

- Postojeća prometna infrastruktura mora biti kvalitetnije riješena s obzirom na potrebe stanovništva, a posebno turizma, pogotovo rješenje prometa u mirovanju (parkirališnih mjesta)

- Prometna i turistička signalizacija nije dobro riješena.

G/ Društvene djelatnosti

- Destinacija ima dobru osnovu za razvoj društvenih djelatnosti

- Postoji osnovni sustav društvenih djelatnosti kao i mreža društvene infrastrukture koju treba više i brže razvijati. Trenutno stanje nije zadovoljavajuće

- Za kvalitetniji razvoj turizma treba stimulirati razvoj pojedinih segmenata, posebno obrazovanja, kulture, sporta i zdravstva.

H/ Gospodarstvo

- Dosadašnji gospodarski razvoj bio je u stagnaciji ili tek s manjim pomacima

- Gospodarstvo je inače najviše vezano uz turističku ponudu koja nije dostatno razvijena, te bi se više pažnje trebalo dati razvoju poljoprivrede, gastro-enološke ponude, itd.

- Lokalni proizvođači ne nalaze u turističkom tržištu dovoljan poticaj za dinamičniji razvoj (malo tržište)
- Dinamičniji razvoj turizma neminovno će doprinijeti ukupnom gospodarskom razvoju s kojim treba biti u korelaciji
- Ukoliko postoji neka gospodarska djelatnost koja nije u skladu s turističkim razvojem, mora se pronaći adekvatna rješenja.

I/ Razvojno - planska dokumentacija

- Razvojno planska dokumentacija – često je ograničavajući faktor razvoja turizma
- Mora postojati razumijevanje za brže promjene i usklađenje sa zahtjevima tržišta.

J/ Poticajne mjere

- Postojeći sustav poticaja (ukupan) nije bio dovoljan za turističku djelatnost, a posebno ne u odnosu na razvoj. Stoga ga je potrebno značajno mijenjati. Bilo bi neophodno poticaje za poslovanje i razvoj promatrati sustavno. Naime, poticaji mogu biti različiti (financijski, porezi i davanja, oslobođenje od nekih naknada i ostalo)
- Posvetiti veću pažnju na pripremi, poticanju, provođenju i praćenju programa i mjera razvitka turizma i ugostiteljstva u skladu sa Strategijom razvoja turizma Vukovarsko-srijemske županije
- Veću pažnju posvetiti korištenju sredstava EU fondova.

K/ Ugostiteljsko-turistička ponuda

- Ugostiteljska ponuda (gastronomija) nije razvijena. Treba raditi na povećanju ugostiteljskih objekata i promociji autohtone gastronomije
- Trenutno poslovanje ugostiteljskih objekata nije u funkciji razvoja turizma
- Nema inovativnih i kvalitetnijih sadržaja boravka gostiju.

L/ Urbano uređenje

- Odlučujuće je značajno za turistički doživljaj uređenje javnih površina i održavanje naselja.

Dosad se ovom segmentu nije pridavala dovoljna važnost, što bi se u budućnosti moralo promijeniti

M/ Suradnja

- Suradnja svih sudionika u turističkoj destinaciji neophodna je jer samo na taj način turistička destinacija formira jedinstveni turistički proizvod

-Dobri mehanizmi komuniciranja ključni su za povezivanje različitih interesa kako bi se ostvarilo zajedničko djelovanje.

N/ Promocija i afirmacija novog koncepta razvoja

- Utjecaj je lokalne zajednice velik na području osvješćivanja o turističkoj kulturi, promociji i koncepciji razvoja destinacije.

6. 1. 2 Prikaz ponude

Manifestacije

Tijekom godine u Općini Andrijaševci organiziraju se razne zabavne manifestacije koje privlače veliki broj posjetilaca:

1. Bosutski dani- dani Rokovaca i Andrijaševaca – zadnji vikend u mjesecu lipnju
2. Pjesmom i sportom protiv nasilja u spomen na Josipa Klasnića – zadnji vikend u mjesecu rujnu
3. Advent u Općini Andrijaševci – drugi vikend u mjesecu prosincu
4. „Frankopan kup“-međunarodni nogometni turnir - 3.tjedan u mjesecu kolovožu
5. Riblje večeri – početkom mjeseca ožujka
6. Pokladno jahanje – tijekom veljače/ožujka.

GASTRO PONUDA

Vukovarsko-srijemska gastronomija vjeran je odraz svih povijesnih, zemljopisnih i klimatskih značajki ovoga prostora. Burna prošlost kraja ostavila je nemalog traga i na gastronomiju. Ispreplele su se razne tradicije u pučku kuhinju U Općini Andrijaševci postoji restoran koji nudi autohtona jela na bazi mesnih i drugih specijaliteta kao i autohtona vrhunska vina.

IZLETI

Županija je savršen spoj kontinentalnih-panonskih prirodnih ljepota čiji je obilazak omiljena aktivnost turista. Dobar geografski položaj Općine omogućava posjet poznatim kulturološkim mjestima kao i mjestima-gradovima u cijeloj Županiji Osim te kulturološke ponude, Županija nudi i jahanja, lovni turizam (mnoga lovišta krupne i sitne divljači) razgled rijeke, splavarenje, male turističke letjelice itd. Individualnim se gostima pruža mogućnost posjeta i razgleda susjednim zemljama Mađarske, Srbije itd.

6. 2. Obilježja potražnje

Turistička potražnja predstavlja određenu količinu roba i usluga koju su turisti u određenom vremenskom periodu i pod određenim uvjetima spremni kupiti. Sezonalnost turističke potražnje karakterizira ograničeno vrijeme koje stoji turistima na raspolaganju za turistička putovanja i boravke, a koje se svodi uglavnom na vrijeme godišnjeg odmora, dane vikenda i blagdana. Vremenska ograničenost turističke potražnje jedan je od glavnih uzroka sezonalnosti u turizmu. Potražnja za uslugama u turizmu vremenski je neravnomjerno raspoređena. Problem nastaje kod koncentriranog kretanja turista i odvijanja turističkog prometa u točno utvrđenim vremenskim intervalima koji se iz godine u godinu događaju na približno isti način i u približno istim vremenskim razmacima, pa tako govorimo o ljetnoj i zimskoj sezoni. Neke destinacije imaju vršnu sezonu u trajanju od samo nekoliko tjedana, dok u drugim destinacijama vršna sezona traje i nekoliko mjeseci. Sezonalnost turističke potražnje odražava se na iskorištenost kapaciteta turističke ponude, ali i na zaposlenost. Uslijed zasićenosti turista tradicionalnim kupališnim oblikom turizma, devedesetih godina 20. stoljeća dolazi do razvoja različitih selektivnih oblika turističke ponude, a naglasak se stavlja na autentičnost, ekologiju i privlačnost kraja. Broj turista koji traže mir, prirodu, slobodu i lijepe doživljaje svakim danom raste. Razvoj turizma na očuvanim područjima s bogatom i raznovrsnom florom i faunom, kulturnom i spomeničkom baštinom postaje veoma uočljiv.

Tome pogoduju promjene koje se aktivno odvijaju u turizmu, i to:

- prelazak iz masovnog turizma u individualni;
- veća su očekivanja posjetitelja temeljena na iskustvu i znanju;
- jaki dokazi koji potkrepljuju zanimanje za održive vrijednosti u ruralnim sredinama (tradicionalno su izraženi: mir, lijep i očuvan okoliš i originalan karakter mjesta);
- velik broj kulturno-povijesnih znamenitosti.

6. 2. 1. Obilježja turističke potražnje u destinaciji

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.

Trendovi potražnje za turizmom posebnih interesa, osobito sve izraženiji interes za kulturni turizam, gastro-enološku ponudu, rekreacijsku ponudu i ostale ponude, kombinirani sa sve većim brojem turista koji preferiraju upoznavati turistički neotkrivena odredišta, stavljaju turistički razvoj Općine u relativno povoljan položaj.

Osnovni motivi dolaska turista u Županiju su odmor i relaksacija. Ostali motivi, kao kulturne znamenitosti i sportske aktivnosti, su neiskorišteni potencijal posebno na ruralnim dijelovima, te ih valja na primjeren način razvijati i promovirati. Stupanj zadovoljstva pojedinim elementima ponude jedno je od temeljnih obilježja boravka turista u destinaciji. Motivacija turista pojavljuje se kada oni nastoje zadovoljiti svoje potrebe, a ključna je prilikom planiranja marketinških i ostalih strateških aktivnosti. Svi koji su uključeni u proces planiranja i razvoja turističke ponude moraju znati što potiče ljude na dolazak u neku destinaciju.

6. 3. Obilježje turističke potražnje destinacije Općine Andrijaševci

U Općini Andrijaševci još uvijek nije formirana turistička potražnja, iako postoje mnogi neiskorišteni resursi. Treba raditi na izgradnji smještajnih kapaciteta, ponudi novih (postojećih) proizvoda, valorizaciji kulturno-povijesnih i drugih prirodnih resursa. S obzirom da Općina gravitira većim gradovima (Vinkovci, Vukovar, Ilok), ima potencijal za razvoj turističkih itinerera s naglaskom na promociju lokalnih proizvoda, poljoprivrednih proizvoda, sportskih sadržaja, eno- gastro ponude i povijesno-kulturoloških sadržaja.

7. SWOT ANALIZA

Postojeće stanje resursa i djelatnosti na području Općine Andrijaševci može se za ovu priliku sagledati pomoću SWOT analize koja je provedena na temelju prethodne analize resursa. SWOT analiza je dakle kritički osvrt na postojeću situaciju destinacije, a predstavlja i prvi korak pri definiranju postojeće i poželjne pozicije na tržištu.

SNAGE

- relativno dobar geostrateški položaj (Europa)
- Očuvana priroda i nezagađen okoliš (održivi razvoj)
- Vrijedna kulturno-povijesna baština
- Djelomično izgrađena infrastruktura (distribucija električne energije, voda, djelomično gospodarenje otpadom, djelomično riješena odvodnja i pročišćavanje, telekomunikacijski sustav)
- Razvoj visokokvalitetnih poljoprivrednih proizvoda (šparoge, kupus, med)
- Planska dokumentacija (razvojno - plansko opredjeljenje)
- Postojanje tradicijskih manifestacija
- Radišno stanovništvo

SLABOSTI

- Nedovoljan broj stručnih kadrova za turizam (nema programa koji bi sustavno tretirao ovaj problem)
- Nedovoljno valorizirana kulturo - povijesne baštine
- Mreža zdravstvenih institucija (šire ih promatrajući)
- Nerazvijena ugostiteljsko-turistička djelatnost
- Nedovoljno kvalitetan sustav rješenja infrastrukture (promet, gospodarenje otpadom, odvodnja, vodovod)
- Nerazvijena mreža zdravstvenih usluga na području Općine
- Nerazvijen uslužni sektor (trgovine, servisi, itd.). Potreban je integralni pristup razvoju
- Neusklađenost planske dokumentacije
- Nerazvijen sustav poticaja turizmu
- Nedovoljna (kvalitetna, kvantitativna struktura) ugostiteljsko-turistički sektor
- Loše riješeno urbano uređenje (nema plana organizacije)
- Djelomično riješen sustav suradnje (Općina, Turistička zajednica, gospodarstvo, ostali dionici)
- Nema plana (sustav organizacije) novih proizvoda
- Nema izgrađen sustav integralnog razvoja
- Nedovoljno razvijen komunalni sustav
- Neuravnotežen razvoj cijelog područja Općine
- Nedovoljno korištenje poljoprivrednog zemljišta (proizvodi za turizam)

MOGUĆNOSTI

- Plan osiguranja stručnih kadrova (dugoročno)
- Bolja valorizacija prirodnih i kulturno-povijesnih resursa u turističkoj ponudi
- Bolje korištenje manjeg aerodroma
- Izgradnja modernog hipodroma
- Razvoj sportskih aktivnosti
- Usklađenje ukupnog razvoja – integralni pristup
- Razvoj infrastrukture
- Sanacija ilegalnih odlagališta otpada
- Program zdravstvenih usluga na području Općine
- Razvoj komunalnog sustava
- Usklađeni razvoj gospodarstva (turizam, poljoprivreda, uslužna djelatnost)
- Produženje turističke sezone (restrukturiranje i repozicioniranje)
- Usklađenje planske dokumentacije
- Realizacija Strategije razvoja turizma Općine
- Program uređenja prostora Općine (turistički pristup)
- Postaviti princip organizacije i suradnje vezano na razvoj turizma (integralni pristup)
- Produženje turističke sezone

PRIJETNJE

- Zastoj u razvoju infrastrukture
- Nepovoljna društveno-ekonomska kretanja (RH), niska stopa rasta (utjecaj na razvoj Općina, standard stanovništva, negativni refleksi na zaposlene u turizmu)
- Nedostatna radna snaga za ugostiteljsko-turistički sektor
- Devastacija, zapuštenost kulturno-povijesne baštine

8. TRŽIŠNI ELEMENTI

U ovom poglavlju dajemo pregled tržišne pozicije turizma, tržišna kretanja, neusklađenost ponude i potražnje kao i mišljenja vezana uz poboljšanje gore navedenih poglavlja.

Turizam je iznimno složen gospodarski sustav sastavljen od niza fragmenata strukturno različitih gospodarskih grana i djelatnosti u svim sektorima nacionalnog gospodarstva. Turizam se definira kao visoko sofisticiran integralni sustav u okviru nacionalnog gospodarstva čiji djelokrug i struktura nadilazi ekonomske kategorije djelatnosti, grane, industrije i sektora, a čine ga međusobno povezani, heterogeni, međuovisni i komplementarni fragmenti različitih gospodarskih grana i djelatnosti koji zajedno čine logičku, funkcionalnu i uravnoteženu cjelinu. Na mnoga suštinska pitanja razvoja turizma odgovor ne leži u okviru samo jedne gospodarske grane, sektora gospodarstva, institucije, politike ili zakona, već traži mnogo složeniji pristup zbog visokog stupnja fragmentiranosti, disperziranosti i kompleksnosti turizma.

8. 1. Tržišna pozicija turizma na prostoru destinacije

Turistička potrošnja predstavlja osnovu svih ekonomskih učinaka turizma jer bez njene realizacije ne bi bilo moguće postići niti jedan ekonomski učinak koji bi proizašao iz razvoja turizma. Turistička potrošnja je ukupna potrošnja roba i usluga koje turist kupuje ili konzumira da bi zadovoljio prvenstveno svoje turističke potrebe, bez obzira na to da li se akt potrošnje dogodio u mjestu stalnog boravka turista, tijekom putovanja ili u turističkoj destinaciji. Nužno je razlikovati domaću i inozemnu turističku potrošnju zbog razlika u ekonomskim učincima koji iz njih proizlaze, ali i zbog razlika u analitičkom (metodološkom) pristupu:

– Domaćom turističkom potrošnjom vrši se preraspodjela stečenog dohotka u okviru nacionalnog prostora koji „migrira“ iz jedne prostorno-administrativne cjeline (npr. županije ili grada) u drugu što ne utječe znatno na BDP zemlje.

-Inozemnom turističkom potrošnjom vrši se prelijevanje dohotka iz turistički emitivne u turistički receptivnu zemlju, na temelju koje se postižu znatni ekonomski učinci, naročito u smislu povećanja BDP-a zemlje

– Inozemna turistička potrošnja predstavlja dio osobnog dohotka pojedinaca stečen izvan granica promatranog gospodarstva, čija agregatna vrijednost čini proširenu potrošnju u zemlji privremenog boravka.

Ekonomski učinci turizma:

- Ekonomski učinci turizma su promjene koje nastaju u strukturi gospodarstva turistički emitivnih, tranzitornih i turistički receptivnih područja kao posljedica turističkih kretanja i turističke potrošnje, a u konačnici i turističkog razvoja.
- Ekonomske učinke turizma nije moguće izolirano promatrati, jer su u neraskidivoj međuovisnosti s ostalim učincima koji se postižu razvojem turizma: društvenim, kulturološkim, ekološkim (prostornim) i ostalim učincima

8. 1. 1. Tržišna kretanja i trendovi

Turizam je jedan od najvažnijih pokretača razvoja gospodarstva u svijetu, pa tako i u Republici Hrvatskoj. Pravilno pozicioniranje na dinamičnom i konkurentnom turističkom tržištu uvjetovano je praćenjem suvremenih trendova kroz koje se identificiraju kretanja potražnje, nove tržišne prilike, područja mogućih ulaganja i infrastrukturne potrebe. Ova Strategija određuje značenje novih trendova u hrvatskom turizmu i razvoja po načelima održivosti. Novi trendovi moraju na temelju intelektualnog kapitala i informacija pretvoriti prirodne preduvjete u konkurentske prednosti temeljene na inovacijama radi multipliciranja profita. „Zeleni hoteli“, „Difuzni hoteli“, kao dobri primjeri novih trendova u turizmu predstavljaju priliku kvalitativnog preoblikovanja hrvatske smještajne ponude radi očuvanja okoliša, privlačenja zahtjevnijih turista, produženja turističke sezone i turističke valorizacije cjelokupnog prostora RH. Imajući u vidu da prilagodba novim trendovima u turizmu „budućnosti“ neće biti nimalo laka s obzirom na sve veću dinamiku promjena, u ovom se poglavlju navode neki od suvremenih i vjerojatnih budućih trendova:

- gospodarski aspekti,
- ekološki aspekti,
- promjene na tržištu ponude,
- promjene na tržištu potražnje,
- ciljni segmenti i pozicioniranje.

Promjenjivi gospodarski uvjeti, izmijenjeno ponašanje potrošača i nove tehnologije uzrokuju nastanak novih tržišta. Pravilno pozicioniranje na dinamičnom i konkurentnom turističkom tržištu uvjetovano je praćenjem suvremenih trendova kroz koje se identificiraju kretanja potražnje, nove tržišne prilike, područja mogućih ulaganja i infrastrukturne potrebe. Mijenja se sastav turističke populacije u kojoj raste udio starijih osoba.

Posljedica sve veće svijesti o tome da ljudski rod i prirodni okoliš dijele zajedničku sudbinu,

promoviranje je očuvanja prirodnih bogatstava na mnogim razinama. Pitanje odnosa turizma i zaštite prirode postavlja se danas često u proturječnom značenju, no ipak priroda i njezine ljepote spadaju u red osnovnih turističkih vrednota. Sve veća ekološka svijest javnosti očituje se u tendenciji izbjegavanja onih destinacija koja su već prešla razinu tolerancije, ne samo prema mišljenju stručnjaka, već i s gledišta potrošača.

Stanovnici turističkih područja sve više usvajaju realne strategije za zadržavanje svoje neovisnosti i zaštitu svojeg okoliša. Ekološki održiva strategija primarna je pretpostavka uspjeha čak i najboljih hotela, restorana i drugih turističko-ugostiteljskih objekata. Održivost u sebi sadrži načelo trajnog opstanka prirodnog resursa, dok razvoj označava koncepciju u sklopu društvene znanosti koja se odnosi na poredak ljudskih resursa. Ako se analiziraju oba pojma zajedno, održivi razvoj se može definirati kao odnos između dinamičkih gospodarskih sustava koje osmišljava čovjek i većih dinamičkih ekoloških sustava koji se sporo mijenjaju i koji moraju biti u ekološkoj ravnoteži. Ako se analizira definiciju da je održivi razvoj „razvoj koji će zadovoljiti potrebe sadašnjeg naraštaja, a da se pritom ne dovedu u pitanje potrebe budućih naraštaja”, može se uočiti tri važna elementa u koncepciji održivog razvoja:

- koncept razvoja – u sebi uključuje kulturološki, društveni i gospodarski opseg razvoja,
- koncept potreba – pri čemu termine „osnovnih” potreba i „kvaliteta” života je potrebno preispitati i točno definirati,
- koncept budućih naraštaja – povezuje buduće generacije s današnjim razvojem uz pretpostavku razvijene ekološke i moralne svijesti današnjeg stanovništva.

Trendovi u turizmu:

- Novi motivi (aktivnost i boravak u prirodi, doživljaji, rekreacija, zdravlje)
- Sve veća očekivanja od cijele destinacije
- Promjena u potrebama (manje slobodnog vremena, više puta godišnje putovanja, veći zahtjevi)
- Potražnja za očuvanim ekološkim prostorima (dobro održavani)
- Osobna sigurnost (sveukupna)
- Potražnja za manjim objektima (više individualnosti)
- Potražnja za složenim proizvodom (odmor u tišini, zabava, kupanje, rekreacija)
- Povećanje potražnje za ponudom koja održava elemente održivog razvoja
- Povećanje putovanja turista treće dobi
- Održavanost, opremljenost, urednost destinacije je sve značajniji element potražnje

8. 1. 2. Neusklađenost ponude i potražnje

Uslijed zasićenosti turista tradicionalnim kupališnim oblikom turizma, devedesetih godina 20. stoljeća dolazi do razvoja različitih selektivnih oblika turističke ponude, a naglasak se stavlja na autentičnost, ekologiju i privlačnost kraja. Turistima manje razvijena i ruralna područja postaju sve zanimljiva za provođenje slobodnog vremena. Broj turista koji traže mir, prirodu, slobodu i lijepe doživljaje svakim danom raste.

Razvoj turizma na očuvanim područjima s bogatom i raznovrsnom florom i faunom postaje veoma zanimljiv. Razmatrajući sve relevantne čimbenike koji utječu na kvalitetu turističke ponude, a nisu u skladu s potražnjom (manjim ili većim dijelom), dolazimo do sljedećih ocjena:

Tablica 5. Ocjena čimbenika razvoja turizma

<p>A/ Lokacija i površina 1.Prostorno – geografska komponenta 2.Pristup destinaciji</p>	<p>Djelomično zadovoljavajuće ali je potrebno osuvremenjivanje i nova izgradnja.</p>
<p>B/ Ljudski resursi 1.Zaposlenost 2.Obrazovna struktura</p>	<p>Problem kadrova, a posebno obrazovna struktura je izražen (stanje nije zadovoljavajuće) što bi u razvoju mogao biti faktor ograničenja.</p>
<p>C/ Prirodni resursi Flora Fauna Poljoprivredno i šumsko zemljište</p>	<p>U elementima korištenja i održavanja nije u skladu s turističkim standardima. Inače, ove resurse treba daleko intenzivnije koristiti u turističkoj ponudi</p>

<p>D/ Kulturno – povijesna baština</p> <ul style="list-style-type: none"> Arheološki lokaliteti Povijesne civilne građevine Povijesne sakralne građevine Povijesno gradsko naselje Povijesno seosko naselje Tradicijska graditeljstvo Tradicijska odjeća i obuća Tradicijska prehrana Tradicijski običaji Smotra folklora Edukacijske radionice za izradu originalnih suvenira Likovne izložbe Poticanje tradicijskih zanata Muzeji 	<p>Navedeni resursi nisu planski održavani i razvijani u turističke svrhe što je veliki hendikep.</p> <p>Ovaj segment zahtjeva interdisciplinarni i planski pristup. Svaki od navedenih elemenata zahtjeva posebnu obradu.</p>
<p>E/ Komunalna infrastruktura</p> <ul style="list-style-type: none"> Odvodnja otpadnih voda Sustav javne kanalizacije Energetska infrastruktura Pošta i telekomunikacije Groblja 	<p>Razvijena infrastruktura je preduvjet razvoja turizma. Budući na svim područjima i sadržajima stanje nije zadovoljavajuće što može biti ograničavajući faktor razvoja.</p>
<p>F/ Prometna infrastruktura</p> <ul style="list-style-type: none"> Cestovna infrastruktura Parkirališne zone Turistička signalizacija Signalizacija uz prometnice Javni prijevoz 	<p>Djelomično je riješena, međutim za ozbiljan turistički razvoj nije dovoljno kvalitetna i izgrađena</p>
<p>G/ Društvene djelatnosti</p> <ul style="list-style-type: none"> Obrazovanje Kultura Tehnička kulture Šport Socijalna skrb Karitativne organizacije Udruge Zdravstvo 	<p>Ovo područje ne zadovoljava potrebe stanovništva. Kada se promatra u odnosu na mogući razvoj turizma, stanje nije zadovoljavajuće.</p>

<p>H/ Gospodarstvo Trgovine, servisi, mali proizvodni obrti i druge uslužne djelatnosti Industrijske djelatnosti Poslovna zona Ugostiteljstvo i turizam Poljoprivreda i šumarstvo Poslovna namjena – komunalno-servisna</p>	<p>S obzirom na integralni pristup razvoja turističke destinacije ovom se području mora prići daleko organiziranije i planski. Svaki dio je problem za sebe i traži posebnu obradu. U Općini Andrijaševci nije razvijeno.</p>
<p>I/ Razvojno-planska dokumentacija Republika Hrvatska Vukovarsko-srijemska županija Općina</p>	<p>Dio planske dokumentacije još uvijek nije usklađen s potrebama i željama turističkog razvoja.</p>
<p>J/ Poticajne mjere Poticaji turističkoj djelatnosti Kreditna sredstva Sredstva EU fondova Ostali poticaji</p>	<p>Za ozbiljan turistički razvoj mora biti razrađen i usklađen sustav poticaja. Sadašnje stanje nije zadovoljavajuće.</p>
<p>K/ Ugostiteljsko-turistička ponuda Hoteli Apartmani Kuće za odmor Sobe za iznajmljivanje Gastronomska ponuda Poljoprivredni proizvodi Suveniri i stari zanati Zabava Lov Biciklizam Pješačenje Konjički sport Sportska ponuda, golf Zdravstveni turizam Tranzitni turizam Izletnički turizam Kulturni turizam Manifestacije Izleti</p>	<p>Svaki element ovog područja zahtjeva posebnu razradu, ocjenu i program poboljšanja.</p> <p>Generalno je moguće podvući činjenicu da u suštini i kvalitativno niti jedan element nije u skladu s turističkom potražnjom.</p>
<p>L/ Urbano uređenje Javne površine Održavanje naselja (zgrada i okućnica)</p>	<p>Nije u skladu s turističkom potražnjom i standardima u turizmu.</p>

<p>M/ Suradnja Lokalna zajednica Turistička zajednica Gospodarstvo Lokalne institucije</p>	<p>Suradnja svih dionika u turističkoj destinaciji mora biti više integrirana</p>
<p>N/ Promocija i afirmacija novog koncepta razvoja Turistička edukacija stanovništva Promocija novog koncepta razvoja</p>	<p>Općina Andrijaševci kao potencijalna turistička destinacija traži bolji i organiziraniji pristup</p>

Izvor: Obrada autora, 2019.

Prema tome, dolazak turista u destinaciju u velikoj je mjeri određen razinom ukupne atraktivnosti destinacijskog proizvoda. Uz naslijeđene resurse i turističku infrastrukturu i suprastrukturu, na atraktivnost destinacijskog turističkog proizvoda izravno utječe i sustav upravljanja turizmom u destinaciji, a koji se odnosi na povezivanje različitih interesnih skupina (razvojnih dionika) u destinaciji i njihovo sudjelovanje u upravljanju. Privređivanje u turizmu podrazumijeva izgradnju tzv. turističkog lanca vrijednosti na destinacijskoj razini. U njemu, svojim neposrednim aktivnostima, mora sudjelovati velik broj sudionika privatnog (smještajni objekti, objekti hrane i pića, različiti uslužni servisi, institucije financijskog posredovanja, turistički posrednici, trgovine i sl.) i javnog sektora (javni prijevoz, komunalna infrastruktura, čistoća i uređenost mjesta, sigurnost, turističke informacije, kulturne institucije i sl.).

Cjelovit (dubok i širok) turistički lanac vrijednosti omogućava međusobno kombiniranje, variranje, grupiranje i/ili doziranje različitih pojedinačnih (uslužnih) proizvoda različitih proizvođača (ponuđača), s ciljem i na način koji će udovoljavati različitim (posve individualiziranim) osobnim preferencijama potencijalnih korisnika.

Promjene na strani potražnje, naime, dovode do potrebe uključivanja sve većeg broja različitih ponuđača u stvaranje destinacijskog lanca vrijednosti, a oni mogu imati različite stavove, a koji puta i konfliktne vizije i ciljeve destinacijskog turističkog razvoja. U takvim je složenim uvjetima upravljanje razvojem turizma u većini turističkih destinacija bitno otežano, zbog nepostojanja svojevrsnog lidera koji bi takav razvoj usmjeravao i koordinirao.

9. RAZVOJNE MOGUĆNOSTI

Razvoj turizma ovisi o ekonomskim i društvenim kretanjima u nacionalnim i međunarodnim okvirima. Stoga njegov razvoj treba biti usklađen s dugoročnom nacionalnom politikom, politikama srodnih područja i sektora, ali i politikama Europske unije. Novi trendovi u turističkoj potražnji i ponudi pokazuju da su nužne promjene prema kvalitetnom turizmu. Tržišni položaj Općine Andrijaševci moguće je poboljšati samo ako se ponuda i način njezina izlaska na tržište prilagode suvremenim zbivanjima na međunarodnom turističkom tržištu. Do punog izražaja moraju doći inovacije u turističkoj ponudi, novi programi i novi turistički sadržaji jer će oni između ostaloga biti odlučujući činitelji za putovanje u neko turističko odredište.

9.1. Razvojne mogućnosti

Analiza postojećeg stanja turizma Općine Andrijaševci ukazuje na čitav niz karakteristika, a za ovu priliku ističemo:

- Postojeća turistička ponuda sa svim svojim nedostacima, te poticajima, organiziranjem (upravljanjem destinacijom), marketingom itd., ne omogućava ozbiljniji razvoj turizma i njegov doprinos ukupnom razvoju.
- Nedvojbeno je da postoje značajni resursi, čine se određeni naponi, ulažu se određena sredstva, poticaji i želje za razvojem itd., što otvara značajne mogućnosti razvoju turizma .
- Također, treba naglasiti da potražnja, a posebno trendovi u turizmu, daju priliku razvoju turizma na području Općine Andrijaševci.
- Prema tome, može se zaključiti da su, bez obzira na loše postojeće stanje turizma Općine, mogućnosti razvoja velike

Vizija treba ponuditi odgovor na sljedeće pitanje: kakva ćemo destinacija biti. Vizija je polazište za turističko pozicioniranje destinacije i daje odgovore na pitanja Više u Poglavlju 10.):

- kakav imidž želimo graditi,
- kakve goste/turiste želimo privući,
- kakve proizvode možemo ponuditi,
- kakve sadržaje ponude (glavne i sporedne) valja izgraditi/ponuditi (u smislu izgradnje cjelovitog lanca vrijednosti),
- kakve sadržaje i podršku valja osigurati (od obrazovanja do infrastrukture)
- kako će se koncipirati novi imidž destinacije.

VIZIJA OPĆINE ANDRIJAŠEVCI

- Prepoznatljiva destinacija (autohtono – RURALNI TURIZAM – turizam na ruralnom prostoru)
- Usklađeni razvoj poljoprivrede i turizma (proizvodi i usluge)
- Destinacija dinamičnog turističkog razvoja (smještaj, ostala ponuda, poljoprivredni proizvodi)
- Cjelogodišnje poslovanje (djelomično)
- Ponuda raznolikih sadržaja i događaja prilagođenim ciljanim skupinama (ljubitelji prirode, aktivni odmor, rekreativci, gurmani, vikendaši, lovci i drugi)
- Cijela Općina će „disati” turistički po uzoru na razvijene ruralne regije Italije, Francuske i Slovenije
- Održivi i uravnotežen razvoj
- Odgovorno društveno ponašanje (ljudi, prostor)
- Struktura smještajnih kapaciteta (hoteli, naselja, ruralni kamp, smještaj na seoskim domaćinstvima)

9.2. Mogući pravci razvoja

Privatni smještaj (sobe, apartmani, kuće) je danas je dominantan turistički proizvod Općine, a to će ostati i u budućnosti pod uvjetom da se njegova konkurentska pozicija na tržištu kontinuirano unapređuje kroz sadržajno obogaćivanje i povećanje kvalitete smještajne i uslužne ponude, odnosno produbljivanje destinacijskog lanca vrijednosti. S druge strane, današnja dominantna pozicija proizvoda sunca i prirodnih resursa istodobno je i osnovni razlog izrazite sezonalnosti turističke potražnje i koncentracije turističkog prometa. Budući da oslanjanje na proizvod „prirodni resursi“ dugoročno neće pridonijeti znatnijem unapređenju konkurentske pozicije kao turističke destinacije, a time ni povećanju turističke potrošnje niti boljem korištenju razvojnih potencijala.

Općina se u razdoblju do 2022. godine mora pojačano okrenuti razvoju turističkih proizvoda koji će omogućiti ne samo veće korištenje raspoloživih kapaciteta izvan ljetnih mjeseci, nego i aktiviranje svih turističkih potencijala Općine. Polazeći od globalnih trendova na turističkom tržištu i kvalitete resursno atrakcijske osnove, odnosno razvojnih potencijala pojedinih proizvoda, za razvoj turizma do 2022. godine, posebno su važne sljedeće grupe proizvoda: zdravstveni turizam, kulturni turizam, poslovni turizam, cikloturizam (*biking*), eno i gastroturizam, ruralni turizam te sportski turizam. Uz te grupe proizvoda, Općina svoju priliku vidi i u razvoju nekoliko specifičnih grupa proizvoda, pri čemu ponajviše ekoturizma, lovnog turizma, jahačkog i ribičkog turizma.

Za razvoj pojedinih proizvoda od izuzetne je važnosti osigurati suvremenu i inovativnu komunikaciju s tržištem, što se prije svega odnosi na bitan iskorak u e-marketingu, odnosno unapređenje *on-line* informacijsko-prodajnih portala ponuđača usluga i destinacija (npr.

kontinuirani rad na sadržaju, usmjerenje prema ciljnim potrošačkim segmentima, doživljajan prikaz ponude, optimizacija portala prema tražilicama), intenziviranje mogućnosti on-line kupnje i/ili rezervacije usluga (npr. smještaja, izleta, karata za događanja) na destinacijskim portalima. U sljedećem prikazu nalazi se pet varijanti, odnosno mogući pravci razvoja turizma na području Općine Andrijaševci u periodu od sljedećih šest godina.

Tablica 6. Varijante razvoja – mogući scenarij

OPIS	1. VARIJANTA	2. VARIJANTA	3. VARIJANTA
Smještaj	Zatečeno stanje	Rast 50 postelja/ god.	Koncepcija do 2030. Rast 100 postelja/ god.
Ugostiteljska ponuda	Stihija	Poboljšanja autohtona	Povećana autohtona
Turistička ponuda	Loša	Poboljšana	Povećana poboljšana
Novi proizvodi (usluge)	Spori razvoj	Djelomično	Značajno povećani
Okruženje	Spori razvoj	Usmjeren razvoj	Usklađeno
Struktura gostiju	Stihija	Poboljšana	Planska
Popunjenost kapaciteta (dana)	-	Popunjenje 70 dana	90 dana
Postelje	-	350	850
Noćenja	-	24.500	76.500

Izvor: Obrada autora, 2019.

Prva varijanta

Prva varijanta predstavlja zatečeno stanje u kojem ugostiteljsku ponudu čine već postojeći objekti, bez značajnijeg povećanja broja novih objekata. Turistička ponuda bi se zasnivala na

postojećim kapacitetima, već postojećoj ponudi izleta, kulture i sporta bez dodatnih poboljšanja, dakle ponuda bi se razvijala sistemom inercije. Prema navedenom modelu ne bi se razvijali novi proizvodi. Prateće bi se društvene i gospodarske djelatnosti sporo razvijale. Struktura gostiju ne bi se bitno mijenjala.

Druga varijanta

Druga varijanta pretpostavlja rast smještajnih kapaciteta od 50 postelja godišnje, uz ponudu autohtonih specijaliteta u ugostiteljstvu. Ugostiteljski bi objekti bili potaknuti na uvrštavanje tradicionalnih jela u ponudu. S obzirom na nove tendencije u turizmu, gdje se izrazito cijeni autentičnost i potreba doživljaja sredine u koju turisti dolaze, autohtonost u ponudi bila bi izrazito naglašena. Otvorili bi se tako novi objekti prehrane koji bi ponudu bazirali prvenstveno na autohtonim jelima (pršut, kobasice, lokalna tjestenina, tartufi, riblja ponuda i sl.). Postojeće bi se ugostiteljske objekte nastojalo potaknuti na promjenu u ponudi, a to bi se činilo i organiziranjem tradicionalnih manifestacija posvećenih lokalnoj gastronomiji (pučke fešte, prikazi nekadašnjeg života i sl.). Turistička ponuda bila bi zasnovana na različitim novim proizvodima u skladu s tendencijama tržišta i obilježjima destinacije. Posebice bi se razvijao izletnički turizam, prirodi blizak turizam, agroturizam, gastroturizam, sportsko rekreativni i drugi oblici turizma. Postojeća bi ponuda bila dodatno osuvremenjena i nadopunjena novim sadržajima, a rasla bi i ukupna kvaliteta ponude. Okruženje bi se razvijalo dinamično, dakle društvene i gospodarske djelatnosti pratile bi razvoj turizma. Na taj način turizam bi ostvarivao multiplikativnu ulogu koja se od njega i očekuje. Ciljana bi se tržišta polako mijenjala sukladno potražnji. Popunjenost kapaciteta iznosila bi 70 dana godišnje, uz rast postelja do 350. Prema drugom bi se modelu broj noćenja u 2022. godini popeo na 24.500.

Treća varijanta

Treća varijanta pretpostavlja rast smještajnih kapaciteta-godišnje 100 postelja (konceptija do 2030). Ugostiteljska bi ponuda bila usmjerena na kombiniranje više modela, i to upravo modela iz varijante 1, 2, dakle, uz već postojeću ponudu, razvijala bi se ponuda ugostiteljskih objekata europske kuhinje, visoko specijaliziranih objekata, te objekata s naglašenom ponudom autohtonih specijaliteta. Na takav bi se način zadovoljio veoma širok krug potrošača – turista. Turistička bi se ponuda razvijala u najvećem mogućem opsegu. Tijekom prvih godina došlo bi do sveukupnog razvoja čitave ponude, a tijekom kasnijih godina opadao bi intenzitet investiranja i došlo bi do oplemenjivanja destinacije novim proizvodima. Uz sveukupni razvoj, posebice bi se pažnja posvetila kvaliteti i raznolikosti ponude, atraktivnosti sadržaja te ispunjavanju očekivanja turista.

Novi proizvodi, koji bi se po četvrtoj varijanti razvijali u destinaciji, kombinirali bi se s postojećom ponudom. Okruženje u kojem bi se turizam razvijao bilo bi usklađeno s razvojem turizma, dakle, društvene i gospodarske djelatnosti paralelno bi se razvijale s turizmom te bi

se međusobno u razvoju nadopunjavale. Četvrti model razvoja predviđa ozbiljniju promjenu strukture gostiju, no ta bi se promjena događala postupno, s razvojem destinacije i kreiranjem novih proizvoda. Posebice bi se razvijala ona tržišta koja bi omogućavala ostvarenje veće potrošnje, što je u skladu s strategijom kvalitativnog razvoja destinacije. Popunjenost smještajnih kapaciteta u ovom modelu iznosila bi 90 dana u godini te bi tako, uz porast broja novih postelja kapacitet bio 850 što bi ostvarilo približno 76.500 noćenja.

9.3. Očekivani efekti

Na temelju podataka iz prethodnog poglavlja o mogućim pravcima razvoja turizma na području Općine Andrijaševci razrađeni su očekivani efekti koji proizlaze iz druge varijante, a prikazani su u donjoj tablici kroz strategiju rasta i razvoja do 2022. godine.

Tablica 7. Očekivani efekti

R.B	Vrsta objekta	2017		2022	
		POSTELJE/ STOLICE/POSTELJE		POSTELJE/ STOLICE/POSTELJE	
		Broj	Učešće	Broj	Učešće
1.	Apartmani	-	-	10	2.9
2.	Hoteli	-	-	50	14.3
3.	Izvorna stara obit. kuća (vikendice)	-	-	10	2.9
4.	Kuće stanovnika Općine	-	-	10	2.9
5.	Kampovi-tur. naselja	-	-	100	28.5
6.	Kuća za odmor	-	-	20	5.7
7.	Objekti na OPG-u (selj. gosp.)	-	-	50	14.3
8.	Objekti u domaćinstvu	-	-	50	14.3

9.	Sobe za iznajmljivanje	-	-	30	8.5
10.	Stanovi stanovnika Općine	-	-	10	2.9
11.	Kuće za odmor (vile)	-	-	10	2.9
12.	Ukupno	-	-	350	100
13.	Gastronomska ponuda	100			500
14.	Turistička ponuda	Loša		Razvijena	
15.	Novi proizvodi	Loše		Realizirani	
16.	Prateće okruženje	Srednje		Dobro	

Izvor: Vlastita obrada, 2019.

Trenutno stanje ponude smještajnih kapaciteta ne postoji (niti jedna registrirana postelja). Planirani porast na 350 postelja do 2022. godine raspoređen je tako da se poveća broj ležaja u svim objektima te izgradi kamp.turističko naselje sa 100 ležajeva i mali hotel sa 50 ležajeva što bi u konačnici iznosilo 350 postelja do 2022. godine. Iz tablice je vidljivo da je postojeća ponuda obogaćena novim smještajnim kapacitetima i povećanjem postojećih s točno definiranim učešćem za svaku kategoriju smještaja.

Dakle, planirano je u narednih šest godina razviti i ponuditi nove proizvode. Ukupno okruženje trenutno nije usklađeno s razvojem turizma te ga do 2022. godine treba uskladiti, što znači da se društvene i gospodarske djelatnosti paralelno razvijaju i nadopunjavaju s turizmom.

Prihodi od turizma na području Općine iskazani su u tablici 8. u eurima.

Tablica 8. Planirani prihodi od turizma

Opis	2017.	2017. Prihod (eura)	2022.	2022. Prihod (eura)
Noćenja			24.500	1.225.000
Ugostiteljska ponuda (stolice)	100	100.000	500	750.000
Turistička ponuda (posjete, izleti)	100	10.000	1.000	100.000
Novi proizvodi (posjete)			100	100.000
Ukupni prihodi		<i>110.000</i>		<i>2.175.000</i>

Izvor: Obrada autora, 2019.

Iz tablice 8. vidljivo je da su prikazane samo dvije godine – 2017. godina kao početno stanje i 2022. godina kao ciljna godina u kojoj bi trebalo ostvariti planske ciljeve. Zatim, u opisu su navedene pojedine vrste ponude koja je iskazana u apsolutnom iznosu i financijskom iznosu.

Tako procjena za 2017. godinu prihoduje 110.000 eura, a plan za 2022. godinu predviđa 24.500 noćenja. Nadalje, ugostiteljska ponuda sa sadašnjih 100 stolica penje se na 500 stolica s prihodom od 750.000 eura. Turistička ponuda koja se sastoji od posjeta i izleta procijenjena je na 100 turista s prihodom od 10.000 eura za 2017. godinu, a planirani broj je 1.000 turista s prihodom od 100.000 eura u 2022. godini. Razvoj novih proizvoda planiran je za narednih šest godina, te bi na temelju tih proizvoda bilo moguće ostvariti ukupno 100 posjeta do 2022. s prihodom od 100.000 eura. Ukupni prihodi od turizma na području Općine procijenjeni su za 2017. godinu, a iznose 110.000, dok očekivani ukupni prihodi za 2022. godinu iznose 2.175.000 eura.

10. RAZVOJNA STRATEGIJA I CILJEVI

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). Sukladno tome, Općina Andrijaševci 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 ovom poglavlju govorimo o viziji Općine – odabrane varijante, o odabranom modelu razvoja, najznačajnijim ciljevima razvoja, te dajemo strategiju rasta i razvoja, kao i prognozu ulaganja u infrastrukturu.

10.1. Vizija – odabrana varijanta

Proces „destinacijskog vizioniranja“ u kojem sudjeluju različite interesne skupine u destinaciji vrlo je težak. Postizanje rezultata, odnosno zajedničko donošenje razvojne vizije turističke destinacije koju lokalna zajednica razumije i prihvaća, u koju vjeruje i koja ju inspirira, još je puno teže. Za brojne turističke destinacije u Hrvatskoj ovo su novi procesi. Dodatno, pod pritiskom gorućih egzistencijalnih problema (npr. generiranje novih radnih mjesta, povećanje životnog standarda, rješavanje komunalne infrastrukture i sl.) diskusije o „turističkoj viziji“ i proces njezina donošenja mogu se činiti nevažnima. Razgovori na ovu temu nerijetko su izloženi riziku nezainteresiranosti od strane donosioca odluka, odnosno postaju forumi za iznošenje raznih pritužbi.

Polazeći od značajki turizma na području Općine, provedenih istraživanja i posebice, rezultata tematskih prezentacija i radionica o viziji turističke destinacije, temeljne vrijednosti lokalne zajednice na kojima se bazira turistička vizija ovog područja u nastupajućem razdoblju do 2022. godine, moguće je sažeti na sljedeći način:

VIZIJA

- ◆ Prepoznatljiva destinacija (autohtono – RURALNI TURIZAM – turizam na ruralnom prostoru)
- ◆ Usklađeni razvoj poljoprivrede i turizma (proizvodi i usluge)
- ◆ Destinacija dinamičnog turističkog razvoja (smještaj, ostala ponuda, poljoprivredni proizvodi)
- ◆ Cjelogodišnje poslovanje (djelomično)

- ◆ Ponuda raznolikih sadržaja i događaja prilagođenim ciljanim skupinama (ljubitelji prirode, aktivni odmor, rekreativci, gurmani, vikendaši, lovci i drugi)
- ◆ Cijela Općina će „disati” turistički po uzoru na razvijene ruralne regije Italije, Francuske i Slovenije
- ◆ Održivi i uravnotežen razvoj
- ◆ Odgovorno društveno ponašanje (ljudi, prostor)
- ◆ Struktura smještajnih kapaciteta (hoteli, naselja, ruralni kamp, smještaj na seoskim domaćinstvima)

Vizija Općine Andrijaševci kao turističke destinacije nužno je, dakle, odraz temeljnih vrijednosti lokalne zajednice: potrebe za prepoznatljivošću destinacije, za dinamičnim turističkim razvojem i produženja sezone, ponudom raznolikih sadržaja i događaja, te odgovornim društvenim ponašanjem. Ove vrijednosti već oblikuju i oblikovat će buduću turističku aktivnost u Općini, u smislu da će se priklanjati takvim oblicima turizma koji će omogućiti generiranje koristi za široki sloj domaćih ljudi, koji će koristiti prostorne, prirodne i kulturne resurse poštujući principe održivosti te koji će valorizirati tradicijsko i povijesno naslijeđe potičući integraciju ovog područja u širi europski kontekst. Viziju turističkog razvoja destinacije moguće je ostvariti ukoliko se poštuju osnovna načela razvoja i ukoliko se postave konkretni ciljevi tog razvoja.

10. 2. Odabrani model razvoja

Na temelju prethodnog poglavlja („Razvojne mogućnosti“) u kojem su navedene i opisane različite varijante razvoja turizma na prostoru Općine, u nastavku se navodi odabrani model.

Model razvoja turizma na području Općine podrazumijeva sljedeće aktivnosti:

- Smještajni kapaciteti – u 2022. godini bilo bi 350 smještajnih jedinica,
- Ugostiteljska ponuda – specijalizacija i autohtonost,
- Turistička ponuda – intenziviran razvoj (jako naglašena),
- Novi proizvodi – intenzivan razvoj,
- Okruženje – usklađeni razvoj (to znači intenzivan),
- Struktura gostiju ciljanog tržišta (marketing),
- Popunjenost kapaciteta 70 dana godišnje.

Odabrani model razvoja turizma na području Općine ima sljedeće karakteristike:

- Rast popunjenosti kapaciteta (cilj je ostvarenje godišnjeg popunjavanja kapaciteta 70 dana)
- Rast osobne potrošnje 15%

- Rast turističkog prometa 15%
- Zaposlenost (izravna i neizravna) i formiranje novih radnih mjesta, 30 radnih mjesta
- Naglašena uloga turizma u razvoju ruralnog prostora, posebno poljoprivrede.

10.3. Najznačajniji ciljevi razvoja

Polazeći od identificiranih strateških prednosti i nedostataka turističkog sektora Općine te postavljene vizije Općine kao turističke destinacije, potrebno je specificirati ključne ciljeve kojima se osigurava okvir za razvoj i kontinuirano povećanje konkurentske sposobnosti turističkog sektora Općine te njezinih pojedinih dijelova.

Najznačajniji su ciljevi pri razvoju turizma na prostoru Općine:

- Dinamičan, kvalitetan i organiziran razvoj turizma na cijelom prostoru Općine (razvojno opredjeljenje),
- Turizam u funkciji razvoja cijelog prostora (sinergijski efekti),
- Poboljšanje standarda života (individualnog i društvenog),
- Formiranje turističke ponude na osnovama održivog razvoja i ekologije,
- Usklađeni razvoj turizma s poljoprivrednim i ostalim djelatnostima te ukupnim društvenim razvojem,
- Turistički će proizvod biti formiran na bazi autohtonosti i tradicije područja,
- Definiranje razvojnog programa i ponude,
- Poboljšanje postojeće ponude, kreiranje nove ponude,
- Sustavno podizanje znanja (globalno) i pojedinačno (djelatnici).

U tablici 9. prikazani su prioriteti u razvoju turizma (strategija rasta i razvoja) na prostoru Općine.

Tablica 9. Strategija rasta i razvoja (u eurima)

Ponuda	Ukupna vrijednost ulaganja	Ulaganja u nove proizvode	Ulaganja u poboljšanje ponude
Apartmani	200.000	200.000	-
Hoteli	5.000.000	5.000.000	-
Izvorna stara obiteljska kuća / vikendica	100.000	100.000	-
Kuće stanovnika Općine	100.000	100.000	-
Kampovi-turistička naselja	2.000.000	2.000.000	-
Kuće za odmor	600.000	600.000	-
Objekti na OPG-u (seljačka gospodarstva)	1.000.000	1.000.000	-
Objekti u domaćinstvu	1.000.000	1.000.000	-
Sobe za iznajmljivanje	500.000	500.000	-
Stanovi stanovnika Općine	200.000	200.000	-
Kuće za odmor / vile	300.000	300.000	-
UKUPNO	11.000.000	11.000.000	-

Izvor: Obrada autora, 2019.

Ukupno planirano ulaganje u turističko-ugostiteljske sadržaje do 2022. godine iznosi 11.000.000 eura. Budući da je planirani prihod od turizma potrebno ostvariti do 2022. godine, uz već spomenute prioritete, u tablici 10. koja slijedi navedena su ulaganja i u turističku i komunalnu infrastrukturu.

Tablica 10. Prognoza ulaganja u infrastrukturu (komunalna i turistička)

Sadržaji	Vrijednost u (000 €)	Javni sektor	Privatni sektor
Prometnice+Parking	422.818,79		
Parking	/		
Otpadne vode	461.006,71		
Krupni otpad	26.174,49		
Vodovod	10.738,25		
Rasvjeta	48.322,14		
Zdravstvene usluge	/		
Obrazovne institucije	266.979,86		
Turističke zajednice (turistička signalizacija)	4.026,84		
Komunalne usluge	36.241,61		
Signalizacija	2.013,42		
Zajedničke manifestacije	169.127,51		

Izvor: Obrada autora, 2019.

11. POBOLJŠANJE PONUDE I NOVI PROIZVODI (integralni pristup)

S obzirom na ocjenu turističke ponude koja ne udovoljava potražnji, treba intenzivno, sustavno i organizirano razvijati novu ponudu jer na taj način Općina Andrijaševci može postati prepoznatljiva destinacija. Stoga stvaranje konkurentnih i zanimljivih proizvoda s jedne strane počiva na resursima destinacija, a s druge strane na spremnosti i aktivnosti svih dionika u destinaciji da taj proizvod stvaraju, čine kvalitetnim i plasiraju na tržištu.

11. 1. Poboljšanje postojećeg stanja

Sve čimbenike koji čine ili utječu na sadašnju turističku ponudu koja, smatra se, nije zadovoljavajuća, treba mijenjati tako da se stanje značajno poboljša. Da bi u tome bili uspješni potrebna je prije svega dobra suradnja i koordinacija kao i razumijevanje složenosti i slojevitosti turističkog proizvoda. Turistička zajednica može inicirati i poticati razvoj proizvoda, turističke agencije će ga nuditi na tržištu ali razumijevanje i prihvaćanje turizma kao razvojne opcije treba biti dio cjelokupne zajednice u Općini.

A/ Lokacija i površina

Bez obzira na relativno zadovoljavajuće stanje, potrebna je izgradnja novih cesta i osuvremenjivanje postojećih, uređenje i održavanje te izgradnja novih.

B/ Ljudski resursi

Ljudskim se resursima treba davati sve veće značenje, je će oni u budućnosti biti odlučujuća konkurentna snaga u turističkoj djelatnosti. S obzirom na stanje neophodno je planski prići rješavanju nezadovoljavajućeg stanja.

C/ Prirodni resursi

Raznolikost prirodnih resursa kao i geografski položaj danas su veliki potencijal za razvoj turizma destinacije. Bogatstvo flore i faune, ekološki čista destinacija, plodno su tlo za razvoj turizma i mamac za nove potrošače. Održivi razvoj mora biti stalno nit vodilja razvoja.

D/ Kulturna i povijesna baština

- Veliki dio resursa kulturno-povijesne baštine danas su neiskorišteni ili ih se uopće ne prezentira u turističkoj ponudi. Površine na kojima se spomenici i arheološki ostaci nalaze neuređene su, vlasnički odnosi zemljišta na kojima su spomenici ostali su neriješeni, a putovi koji vode do njih su zapušteni.
- Izvorni ostaci (lokaliteti s povijesnom i kulturnom ostavštinom) premalo su do sada promovirani, potrebno je bolje određivanje važnosti baštine na odabranim lokalitetima u javnosti.
- Promidžba tradicijskih elemenata (nošnje, gastronomije i običaja) događa se većinom na lokalnom tržištu.

E/ Komunalna infrastruktura

Posljednjih godina uočava se pomak u izgradnji infrastrukture i jednom dijelu modernizacije, međutim to je nedovoljno kvalitetno i dinamično, stoga treba osmisliti sustavni i organizirani pristup rješavanju ove problematike.

F/ Prometna infrastruktura

Pristup destinaciji treba stalno poboljšavati, posebno u nekim dijelovima Općine. Postojeća infrastruktura mora biti kvalitetnije riješena s obzirom na potrebe stanovništva, a posebno turizma, pogotovo rješenje prometa u mirovanju (parkirališnih mjesta).

G/ Društvene djelatnosti

- *Destinacija* ima dobru osnovu za razvoj društvenih djelatnosti *na kojima treba surađivati sa svim dionicima društvenog života Općine*
- Ne postoji osnovni sustav društvenih djelatnosti kao i mreža društvene *infrastrukture koju treba bolje valorizirati*
- Za kvalitetniji razvoj turizma treba više stimulirati razvoj pojedinih segmenata, posebno obrazovanja, kulture, športa i zdravstva.

H/ Gospodarstvo

- Dosadašnji gospodarski razvoj bio je u stagnaciji ili tek s manjim pozitivnim pomacima.
- Gospodarstvo nije dostatno razvijeno, te bi se više pažnje trebalo dati i razvoju poljoprivrede, u potencijalnoj turističkoj ponudi destinacije.
- Lokalni proizvođači do sada nisu organizirano djelovali u prezentaciji i prodaji svojih proizvoda na turističkom tržištu (malo tržište). Dinamičniji razvoj turizma neminovno će doprinijeti ukupnom gospodarskom razvoju.

I/ Razvojno - planska dokumentacija

Razvojno planska dokumentacija – često je ograničavajući faktor razvoja turizma. Mora postojati razumijevanje za brže promjene i usklađenje sa zahtjevima tržišta.

J/ Poticajne mjere

- Postojeći sustav poticaja (ukupan) nije bio dovoljan za turističku djelatnost, a posebno ne u odnosu na razvoj. Stoga ga je potrebno značajno mijenjati. Bilo bi neophodno poticaje za poslovanje i razvoj promatrati sustavno. Naime, poticaji mogu biti različiti (financijski, porezi i davanja, oslobođenje od nekih naknada i ostalo)
- Posvetiti veću pažnju pripremi, poticanju, provođenju i praćenju programa i mjera razvitka turizma i ugostiteljstva u skladu sa Strategijom razvoja turizma Vukovarsko-srijemske županije i Strategijom razvoja Općine Andrijaševci do 2021.

K/ Ugostiteljsko-turistička ponuda

- Ugostiteljska ponuda (gastronomija) nije zadovoljavajuća niti razvijena. Treba razvijati gastronomiju baziranu na tradicionalnoj gastronomiji i smještaju
- poslovanje malog broja ugostiteljskih objekata ne pridonosi namjeri destinacije o produženju turističke sezone. Ne postoje službeno registrirani smještajni kapaciteti (apartmani, kuće za odmor i sobe za iznajmljivanje), a koje su u mogućnosti prihvatiti i ugostiti veći broj turista. Kvaliteta ponude nije zadovoljavajuća
- Ugostiteljsko-turistička ponuda bi se trebala orijentirati na cjelogodišnju turističku aktivnost
- Pomanjkanje inovativnih i kvalitetnih sadržaja boravka gostiju.

L/ Urbano uređenje

Odlučujuće je značajno za turistički doživljaj uređenje javnih površina i održavanje naselja. Dosad se ovom segmentu nije pridavala dovoljna važnost, što bi se u budućnosti moralo promijeniti.

M/ Suradnja

- Suradnja svih sudionika u turističkoj destinaciji neophodna je jer samo na taj način turistička destinacija formira zapravo jedinstveni turistički proizvod.
- Dobri mehanizmi komuniciranja ključni su za povezivanje različitih interesa kako bi se ostvarilo zajedničko djelovanje.

N/ Promocija i afirmacija novog koncepta razvoja

- Utjecaj je lokalne zajednice velik na području osvješćivanja o turističkoj kulturi, promociji i koncepciji razvoja destinacije.

11. 2. Novi proizvodi (ponuda)

Izrazita segmentacija tržišta, *nove* vrijednosti i rastuća sofisticiranost kupaca stvarat će potrebu za sve većom raznolikosti sadržaja, aktivnosti i usluga u destinaciji, širenje oblika smještajne ponude i rast *kombiniranih* odmora na ruralnom prostoru.

1. Organiziranje umjetničkih kolonija

- umjetnost, kao oblik rekreacije ili profesionalizam, zahtijeva ambijent koji će motivirati na stvaranje, a područja u okolici (ruralni dijelovi Općine) pružaju uvijete za ovakav turizam.

2. Cikloturizam

- postojeće rute, staze i stazice trebalo bi urediti i izgraditi nove jer su idealan način za organiziranje biciklijada ili turističkih vožnji biciklom, npr. za obitelji.

3. Lovni turizam – predjeli bogati divljim životinjama oduvijek su privlačili lovce iz cijeloga svijeta, a u ovim dijelovima naglašeno je obilje flore i faune što je preduvjet razvoja lovnog turizma. Postoje Društva lovaca

4. Gastronomska ponuda

- gastronomija, kao dio kulturološkog identiteta, oduvijek je privlačila ljubitelje dobrog zalogaja i kapljice. Tradicionalna kuhinja bogat je izvor gastronomske ponude za sve sladokusce, prezentirajući prvenstveno svoje najtipičnije specijalitete.

5. ZOO PARK

- iskoristiti bogatstvo domaćih životinja na ruralnom prostoru, kao dio turističke ponude. Ne radi se o klasičnom ZOO vrtu, nego bi životinjski svijet trebao biti s domaćih prostora.

6. Formiranje cesta za branje gljiva, cesta sira, cesta meda i sl.

- očuvana priroda, kojim područje raspolaže, specifičnost raslinja (šuma) pogoduje gljivarstvu, pa bi se i ta prednost trebala bolje valorizirati. Čista voda i zdrava ispaša domaćih životinja preduvjet su za dobivanje kvalitetnih eko-proizvoda.

7. Trekking, trčanje u prirodi

- konfiguracija terena nudi idealne uvijete za razvoj ove ponude

8. Ljetni kampovi za dječje kolonije

- Izgradnja novih ili uređenjem postojećih objekata na atraktivnim lokacijama može se u ponudu uvrstiti sadržajni oblik edukativno-zabavnog karaktera za djecu, učenike i studente u područjima koja su vezana uz centar grada, ali se nalaze u dijelovima bogate vegetacijske raznolikosti.

9. Eko poljoprivreda – uzgoj i prerada domaćih proizvoda (turistička valorizacija)

- današnji trendovi u poljoprivredi i proizvodnji sve više vode ka umjetno uzgojenim proizvodima te je tako ovo područje, kao protuteža ovakvoj modificiranoj ponudi, odličan rezervat prirodne ishrane.

10. Izleti

- treba napraviti program koji će tretirati mogućnosti na području Općine, ali i izvan područja Općine.

11. Merchandising – izrada manjih tipičnih suvenira

- svaki kraj ima svoje posebnosti i povijest koju na tržište možemo plasirati kroz oblikom manje ili veće suvenire koji će široj javnosti prezentirati tradicionalni duh kraja ili će ostati jedna lijepa uspomena na posjećenu destinaciju.

12. Zabava

- otvaranje novih i uređenje postojećih. Mlađi i stariji gosti, da bi upotpunili svoj odmor, najčešće vole izvor zabave potražiti i u noćnom veselom životu, tako da su klubovi, kockarnice i sl. idealni punktovi gdje se svi mogu zabaviti i potrošiti novce.

13. Otvaranje tipičnih restorana, slastičarnica

- gastronomija kao jedan od najvažnijih čimbenika u turističkoj ponudi i promidžbi često je najbolja reklama za kulturu i tradiciju određenog kraja pa bi stoga otvaranje novih restorana trebalo biti prioritet u izgradnji novih ili uređenju postojećih ugostiteljskih objekata u tradicionalnom ruhu ili u kombinaciji starog i novog.

14. Otvaranje suvenirnica, manjih butika kao i drugih trgovina, uslužnih djelatnosti

- gost želi i voli potrošiti novce. Otvaranjem luksuznih butika, frizerskih salona, salona za pedikuru i manikuru, ponuda ne samo da se obogaćuje, već pruža osjećaj ekskluzive i potpune usluge.

15. Otvaranje turističkih agencija

- otvaranje agencije koja će biti izvor informacija gostu preduvjet je zdravog razvoja turizma, kao i otvaranje ureda koji će svojom aktivnošću pratiti druge razvojne trendove i destinacije te na temelju iskustva pronaći idealna rješenja za razvoj vlastitog turizma. Turistička signalizacija.

16. Kulturni turizam

- kulturni turizam – etnografske zbirke, prezentacija starih obrta, prikaz običaja kraja ima značajnu ulogu u ukupnoj turističkoj ponudi stoga je potrebno vrlo ozbiljno programirati i osmišljavati ovaj vid ponude.

17. Događaji i manifestacije

- nema dileme da su događaji i manifestacije jedan od najznačajnijih elemenata ponude koje svakom godinom postaju sve popularnije, a time povećavaju i dolazak i boravak gostiju na ovom području.

18. Sportski turizam

- sportski turizam predstavljaju svi oblici aktivnog ili pasivnog uključivanja u sportsku aktivnost, na individualnoj ili organiziranoj osnovi u komercijalne ili nekomercijalne svrhe, koji uslovljavaju putovanje izvan uobičajenog mjesta boravka, oblik turističkih kretanja u kojima je sport glavni motiv. Sportski turizam svrstavamo u tzv. specifične oblike turizma koji se zasnivaju na motivaciji za putovanjem, odnosno ono što je važno za njihovo razlikovanje jeste „motivacija za putovanjem i sadržaj boravka u određenoj turističkoj destinaciji.“

19. Ribički turizam

-uređenje, razvoj i veći marketinški plasman ribičkog turizma uz osuvremenjivanje popratnih sadržaja.

20. Jahački turizam

-uređenje hipodroma, lokalne jahačke staze, sportska natjecanja u preskakanju prepona i sl dio su kvalitetne turističke ponude.

21. Male letjelice za turističke obilaske

-korištenje i iznajmljivanje manjih letjelica, aviona u turističke svrhe lokalnog i međunarodnog karaktera (panoramski letovi, posjet drugim zemljama, tranzitni letovi i sl.).

22. Golf turizam

- napraviti i urediti prema europskim standardima uređenja golf-igralište kao dio turističke ponude te marketinški plasirati na domaće i inozemno tržište.

23. Projekt Bosut

- napraviti plan/program aktivnosti na rijeci Bosut koji bi uključivao ribiče, kamp, gastronomiju, splavarenje i eventualno hotel u tradicionalnom duhu.

24. Projekt Dunav-Sava

- pruža mogućnost za turističku valorizaciju (kao i Projekt Bosut).

12. DESTINACIJSKI MENADŽMENT I MARKETING

Destinacijski menadžment (u širem smislu) podrazumijeva uključivanja različitih sektora, grupa dionika i partnera – poput državnih agencija, lokalnih zajednica, poslovnih klubova i udruženja – koji zajedničkim radom, svaki iz svoje perspektive, realiziraju zajedničke ciljeve pojedine destinacije. Sveobuhvatni destinacijski menadžment podrazumijeva profesionalno planiranje, implementaciju, redovno revidiranje i ocjenjivanje provedenih aktivnosti. Destinacijski menadžment Općine Andrijaševci podrazumijeva uključivanje svih struktura koje formalno ili neformalno upravljaju destinacijom (lokalna uprava i samouprava, tijela turističke zajednice, hotelijeri, restorateri, turističko posredovanje, iznajmljivači, gospodarstvenici, interesne skupine i drugi) te se konkretno predlaže formiranje odbora, koordinatora, TZ-a.

12.1. Destinacijski menadžment Općine

Prilikom upravljanja turističkom destinacijom, od temeljne je važnosti znati uvažavati i upravljati jedinstvenim prirodnim resursima, kulturnim atributima i interesima zajednice. Stoga, jedan od ciljeva efikasnog sustava destinacijskog menadžmenta je i postizanje održivog turizma visoke razine kvalitete i konkurentnosti na međunarodnom planu, što je ostvarivo uz uvažavanje prednosti tradicionalnih i autohtonih proizvoda i djelatnosti koji egzistiraju na prostoru turističke destinacije.

Turizam mora omogućiti ostvarivanje pozitivnih efekata danas, ali i stvoriti perspektivno nasljeđe budućim generacijama (princip održivog razvoja). Efektivnost (raditi prave stvari) i efikasnost (raditi na pravi način) procesa planiranja, razvoja i marketinga određene destinacije zasniva se na istraživanjima i percipiranju potreba turista. Upravljati turizmom (i turističkom destinacijom) na nivou mjesta, regije ili šire geografske cjeline podrazumijeva usredotočenost na više čimbenika, odgovarajuću sustavnost u redoslijedu poteza, s ciljem utvrđivanja odgovarajuće menadžerske strategije i politike, koje će pridonijeti ostvarenju postavljenih ciljeva svake konkretne turističke destinacije.

Za efikasan destinacijski menadžment najvažnije je :

- partnerstvo javnog i privatnog sektora
- fleksibilnost u upravljanju
- planiranje, organiziranje, kadrovanje, vođenje i kontroling

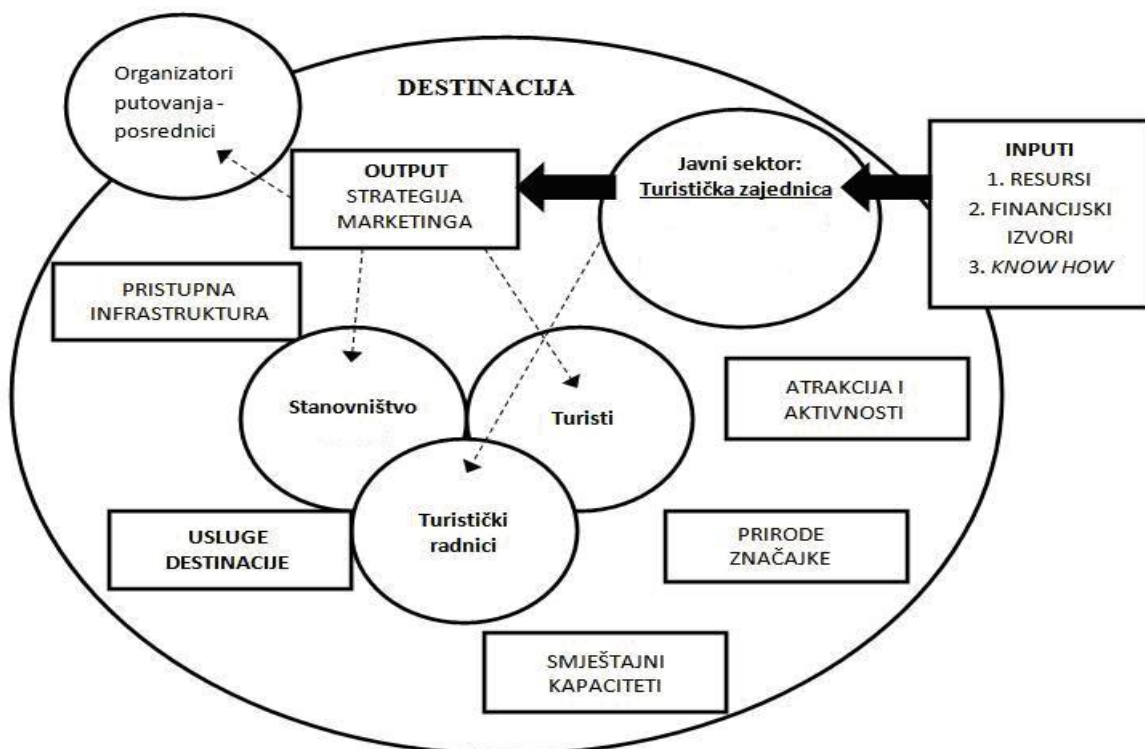
Aktivnom participacijom lokalne samouprave u sustavu upravljanja turističkom destinacijom, stvaraju se pretpostavke za postizanje održivog razvoja samog turističkog gospodarstva. Konstantnom participacijom lokalne samouprave gradi se ukupna uspješnost poslovanja nositelja turističke ponude, što će rezultirati kvalitativnim i kvantitativnim poboljšanjima razine pružanja turističkih proizvoda i usluga iste.

12. 2. Destinacijski marketing Općine

Kako bi se turistička destinacija ubrzano razvijala i postizala uspjeh u privlačenju turista u uvjetima jačanja konkurencije, promjena u navikama turista i stvaranja novih destinacija na globalnom turističkom tržištu, treba se prilagođavati zahtjevima potrošača te prema njima usmjeriti marketinške aktivnosti. Marketinške aktivnosti, uz jednostavan pristup destinaciji, financijsku pristupačnost, zanimljive aktivnosti, pejzaž, kulturu i klimu, predstavljaju ključan element koji stimulira dolazak turista u turističku destinaciju.

Marketinški u destinaciji treba pogotovo dobro „obraditi“ turističke zanimljivosti – atrakcije na način da destinacijske specifične karakteristike dođu što više do izražaja potencijalnim turistima. Marketing, osim toga, mora učiniti destinaciju atraktivnijom od drugih sličnih destinacija. Marketingom, a posebice unutar marketinga promocijom potrebno je izgraditi imidž destinacije. Da bi se navedeno moglo postići, potrebno je sustavno odnosno cjelokupno usklađeno, što je prikazano u slici.

Slika 4. Marketing destinacije



Slika 4. prikazuje cjeloviti pregled turističke destinacije sa sudionicima koji su dužni razvijati samu destinaciju u smjeru zacrtanog cilja. Svaka destinacija, pa tako i ova, ima jedinstveni spoj karakteristika koje utječu na turiste, ali i lokalno stanovništvo. Destinacija raspolaže

mnoštvom resursa koji su grupirani u više cijelina. Ukupni resursi obuhvaćaju prometnu infrastrukturu, usluge u destinaciji, smještajne kapacitete, prirodne značajke, turističke atrakcije i aktivnosti. Uz resurse, na raspolaganju menadžmentu destinacije moraju stajati i odgovarajuća financijska sredstva te potrebna suradnja sa stručnjacima iz područja turizma i marketinga.

Marketinški plan destinacije Andrijaševci

- Izrada krovnog vizualnog identiteta destinacije
- Izrada promotivnih materijala destinacije i linije proizvoda destinacije
- Suveniri s vizualnim identitetom: suvenira - majica, čaša, kapa, privjesaka, vrećica, kabanica
- Tradicionalni suveniri
- Promotivni materijali: brošure, katalogi, *pocket guide*, tiskanje brošura, plakata, razglednica;
- Organiziranje sponzoriranih posjeta destinaciji u partnerstvu s turističkim agencijama;
- Poticanje javno-privatnih partnerstava u stvaranju pojedinih proizvoda destinacije
- Poboljšanje znanja u turizmu i uslužnim djelatnostima,
- *E-mail* liste obavijesti potencijalnim dionicima destinacije.
- Web oglašavanje – paketi aranžmana – prema broju posjete ili pak prema korisnicima – kulturni odmor, avanturistički odmor,
- Internet korišten u marketinške svrhe: rezervacija smještaj preko interneta, informacije o ponudi destinacije kao i ponudi okolnih destinacije, ponuda „krojena“ po željama različitih skupina dobne skupine i psihografičke (avanturizam, romantika, opuštanje itd.)
- Novo uređenje *web* stranice – treba odražavati teme destinacije, izgled, privlačnosti destinacije te prijedloge za odmor ili jednodnevni posjet temeljene na lokalnim specifičnostima - ugostiteljstva, lokalnog jela i pića, festivala, prirode – šetnja i biciklizma, kulturnih događanja, sportskih aktivnosti itd.;
- Razviti bolju upotrebu novih tehnologija i interneta, *on-line* medija za promotivne svrhe;
- Predstavljanje destinacije na lokalnim, regionalnim, nacionalnim i međunarodnim turističkim sajmovima.

12. 2. 1. Brendiranje destinacije

Kako lokaciju pretvoriti u destinaciju? Odgovor leži u *brendiranju* turističke destinacije, a to podrazumijeva shvaćanje da je važno baš sve što vidimo, čujemo, pročitamo, znamo ili osjećamo o nekoj turističkoj destinaciji.

Kako bi se postiglo stvarno uspješno *brendiranje* turističke destinacije, *brend* mora postati živ za sve posjetitelje i turiste koji dolaze na destinaciju. Bez obzira što neko mjesto ili grad ima moderne hotele, kongresne kapacitete, jedinstvenu kulturnu baštinu, prirodne atrakcije, zabavne sadržaje ili neke druge oblike turističkih sadržaja kojima nastoje privući pozornost i povećati vlastitu vrijednost, budući uspjeh privlačnosti za turiste ovisi o njihovoj mogućnosti kreiranja jedinstvenog identiteta i diferencijacije u odnosu na konkurenciju. Na tržištu na kojem je potrebno uvjeriti turiste da posjete destinaciju, turistima treba ponuditi jedinstveno iskustvo, a oni će tada odluku o izboru destinacije donijeti temeljem osjećaja i stanja svijesti, a ne temeljem cijene.

Bez obzira koliko je destinacija poznata, koliko je bogata njena kultura i njene prirodne ljepote, najvažnije mjerilo destinacije je kako ju posjetitelji dožive, kako su tretirani i kako su se osjećali prilikom boravka na određenom mjestu. Važni su popularnost i prepoznatljivost. Ključ njihovog uspjeha je u spoju lokacije, aktivnosti, sadržaja, kao i emocija koje ljude vežu uz ta mjesta. Kontinuiranim radom na održavanju kvalitete i autentičnosti, ove su destinacije postale posjećene, poznate i iznimno profitabilne. Proces izgradnje turističkog *brenda* je dugotrajan i zahtjevan, ali i višestruko isplativ.

Svaki je *brend* potrebno pratiti i unaprjeđivati, a praćenje uspješnosti *brenda* na tržištu omogućuje donošenje ocjene o aktualizaciji i potencijalnoj potrebi za redizajnom. Za uspješno i jedinstveno *brendiranje* destinacije važno je znati tko su nositelji turističke ponude, koja je njihova uloga, koje su atraktivnosti destinacije i po čemu se destinacija može razlikovati od konkurencije.

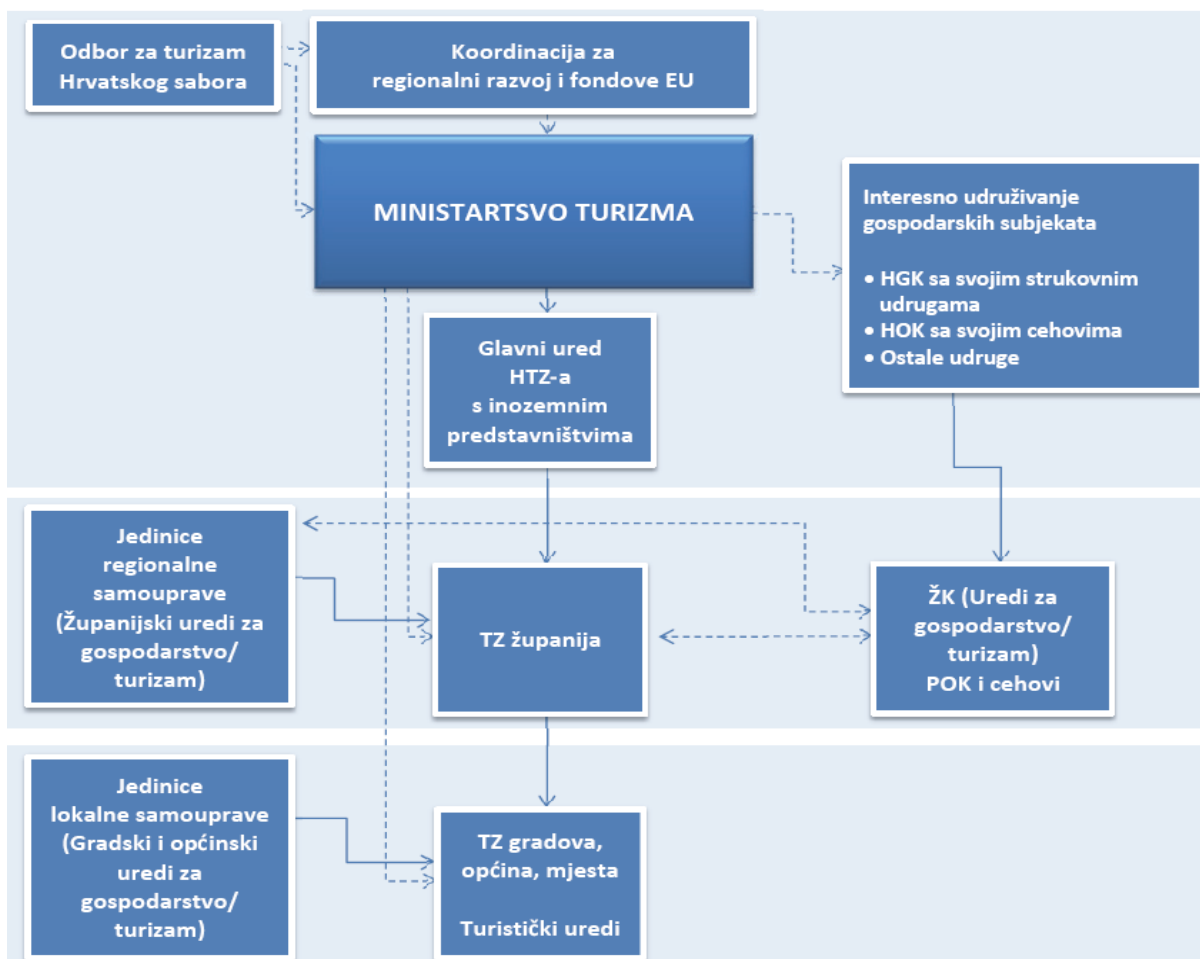
Što se tiče destinacijskog *brendiranja*, ne postoje dva jednaka pristupa i ne postoji jedinstvena formula uspjeha, ali u svakom je slučaju važna svjesna i planska aktivnost usmjeravanja razvoja na određenom prostoru i shvaćanje destinacije kao turističkog proizvoda, za koji je iznimno važna tržišna konkurentnost, a na čijem održavanju treba neprekidno raditi.

12. 2. 2. Sustav upravljanja turizmom

Polazeći od predloženih stavova u prethodnim poglavljima, a uzimajući u obzir sustav funkcioniranja regionalne i lokalne uprave i samouprave, predlaže se sustav upravljanja turizmom Općine Andrijaševci

Slika 5. Organizacijska shema

ORGANIZACIJSKA SHEMA UPRAVLJAČKOG SUSTAVA U TURIZMU HRVATSKE



Izvor: Institut za turizam, Izvještaj 13, 2012 .

1. Odbor za koordinaciju i praćenje razvoja turizma Općine Andrijaševci

- Strateško planiranje
- Koordinacija i praćenje strategije razvoja turizma
- Koordinacija svih dionika destinacije
- Suradnja sa dionicima turističkog sustava na nivou Županije
- Kontrola izvršenja zacrtanih razvojnih programa i projekata

2. Izvršioци na razini Općine Andrijaševci– koordinator

- Plan realizacije strategije razvoja
- Kontrola izvršenja realizacije strategije razvoja
- Priprema i ažuriranje baze podataka razvojnih programa i projekata
- Izvješća o realizaciji razvojnih projekata
- Promocija i praćenje natječaja za EU fondove

3. Turistička zajednica Općine Andrijaševci

- Suradnja sa Županijskom turističkom zajednicom
- Razmatranje i predlaganje stava u vezi strateškog i operativnog planiranja
- Marketing plan (strateški i operativni)
- Upravljanje kvalitetom destinacije
- Informiranje o destinaciji
- Inovativne inicijative u vezi razvoja turizma
- Program i događaji na razini destinacije
- Javna turistička infrastruktura (predlaganje).

13. PLAN PROVEDBE

Cilj je plana provedbe što jasnije i jednostavnije odrediti koje to zadatke treba realizirati, način realizacije, rok i nositelje. Svaka od navedenih mjera stvarno mora biti detaljnije sagledana, ocijenjena i ukratko programirana. To nikako ne znači da se sugerira izrada velikih programa koji bi izazivali dodatne troškove već bi svaku od mjera trebalo ukratko razraditi sa prijedlogom konkretnih aktivnosti

Tablica 11. Plan provedbe

BR.	MJERA, PROGRAM	Aktivnost (zadatak)	ROK	Inicijativa/ Koordinacija	Realizacija
1	Lokacija i površina	Analiza Program	2019.	Općina	Cijelo područje Općine nije uređeno prema turističkim standardima
2	Ljudski resursi	Analiza Program	2019.	Općina	Mogli bi biti problem. Međutim, obzirom na koncept razvoja manjih objekata ne očekuju se veći problemi
3	Prirodni resursi	Analiza Program	2019.	Općina	Treba ih planski valorizirati u turističke svrhe.
4	Kulturno-povijesna baština	Analiza Program valorizacije	2019.	Općina	Trenutno nije u funkciji turističkog razvoja. Zahtjeva stručno razmatranje i organiziranje
5	Komunalna infrastruktura	Analiza Program	2019.	Općina	Ne udovoljava. Mora pratiti bolje razvoj turizma, jer je taj dio baza razvoja turizma
6	Infrastruktura	Program	2019.	Općina	Mora biti osigurana prije iskoraka u razvoju turizma
7	Društvene djelatnosti	Program	2019.	Općina	Mora biti u funkciji razvoja turizma. Osmisliti program, izgraditi nove objekte i osuvremeniti postojeće.

8	Gospodarstvo	Kontinuirano		Općina	Mora osigurati kompatibilnost u razvoju. Trenutno nije dostatno razvijeno i afirmirano.
9	Razvojno-planska dokumentacija	Kontinuirano		Općina	Novi koncept razvoja će zahtijevati izmjene nekih planskih dokumenata
10	Poticajne mjere	Kontinuirano		Općina	Ukupni poticaji u sadašnjem obliku nisu zadovoljavajući
11	Ugostiteljsko-turistička ponuda	Prema konceptu SRT		Općina	Nije zadovoljavajuća po kvantiteti i po kvaliteti. Treba napraviti nove i veći broj.
12	Urbano uređenje	Program	2019. – 2020.	Općina	Uređenje prostora naselja i opremljenost je temeljni element razvoja turizma.
13	Suradnja-Sustav	Sporazum	2019.	Općina	Uspostaviti suradnju na principu integralne turističke destinacije.
14	Promocija i afirmacija novog koncepta razvoja	Plan aktivnosti	2019.	Turistička zajednica	Kontinuirana afirmacija i promocija dokle ne bude široko prihvaćena
15	Šetnice	Ocjena programa	2019. – 2020.	Općina	Razmotriti mogućnosti, označavanja i uređenje šetnica
16	Organiziranje umjetničkih kolonija	Program	2019. – 2020.	Općina i TZ	Zahtjeva stručno sagledavanje, organizaciju i vođenje
17	Cikloturizam	Program	2019. – 2019.	Općina i TZ	Cikloturizam se mora tretirati puno ozbiljnije nego do sada, označavanje
18	Lovni turizam	Analiza ocjena	2019. – 2020.	Općina i TZ	Lovni turizam je vrlo interesantan ali ne u obliku kako sada izgleda
19	Gastronomska ponuda	Program	Kontinuirano	TZ	Zaslužuje svakako posebno sagledavanje i programiranje.
20	ZOO park	Ocjena i programa	2019. – 2020.	Općina i TZ	Koncipirati na bazi autohtonih ili egzotičnih životinja
21	Male letjelice za turističke obilasko-pista	Program	2019.	TZ	Planirati iskorištenje postojeće piste za sportski turizam

22	Formiranje cesta za branje gljiva, ceste meda i sl-	Program	2019.	TZ	Svaka cesta za sebe može biti „program“, a isto tako mogu biti i povezane međusobno
23	Trčanje u prirodi, trekking	Program	2019.	Općina i TZ	Planirati sa šetnicama možda biciklističkim stazama, a može se posebno
24	Kulturni turizam	Ocjena i program	2019.		Vezano uz obilaske kulturno-povijesnih spomenika, itinereri
25	Ljetni kampovi - dječje kolonije	Ocjena i program	2019.	Općina	Vezano za floru i faunu. Edukacija i odmor u prirodi
26	Eko poljoprivreda – uzgoj i prerada domaćih proizvoda	Program	2019. – 2020.	Općina	Stvoriti poveznicu s tezom o eko turizmu inače cijela destinacija mora imati naglasak kao prirodna , ekološka.
27	Izleti	Program	2019.	TZ	Program izleta je kompleksan posao. Treba programirati zajedno s agencijama
28	Merchandising – izrada manjih tipičnih suvenira	Ocjena i program	2019. – 2020.	TZ	Suveniri u turističkoj ponudi su nezaobilazni (posebno autohtoni) . Treba povezati proizvodnju i plasman
29	Zabavni park	Ocjena potrebe	2019. – 2020.	Općina	Razmotriti svrhu i lokaciju
30	Zabava	Ocjena potrebe	2019.	TZ	Potrebno je detaljnije i stručno koncipirati sustav zabave (vremenski , prostorno)
31	Posjet muzejima	Program	2019.	TZ	Zahtjeva stručno sagledavanje, otvaranje etnografskog muzeja
32	wellness, fitness, aerobic, pilates	Program	2019. – 2020.	Općina	Uz sportski centar vezivanje i drugih rekreativno-sportskih sadržaja
33	Otvaranje tipičnih restorana, slastičarnica	Program	2019. – 2020.	Općina i TZ	U okviru programa gastronomije uklopiti i ovakav vid ponude

34	Otvaranje suvenirnica, manjih butika kao i drugih trgovina uslužnih djelatnosti	Program	2019. – 2020.	Općina i TZ	Povezati program sa izradom suvenirna. Problem snabdijevanja turista i uslužnih djelatnosti zahtjeva detaljno tretiranje
35	Vikendice za najam, izgradnja novih i uređenje postojećih	Ocjena potrebe	2019. – 2020.	Općina	Programirati u skladu sa konceptom razvoja turizma, te uklapanje u autohtoni identitet i seoski način življenja
36	Info-punktovi	Program	2019.	TZ	Kod sagledavanja prometa tretirati i ovakve sadržaje
37	Kulturni turizam	Program	2019.	TZ	Analizirati da li postoje resursi za ovakav vid turizma
38	Preventivno-zdravstveni turizam	Program	2019.	TZ	Zdravstveni turizam je veliki izazov, a preventivni je hit u razvoju
39	Ribički turizam	Program	2019	TZ	Osmisliti program i povezati uz Udruhu ribiča. Povezati uz gastronomiju.
40	Događaji i manifestacije	Program	2019.	TZ	Osmisliti dodatni sustav događaja i manifestacija
41	Jahački turizam	Program	2019.	TZ, Općina	Osmisliti dopunske sadržaje i poboljšati marketing
42	Poljoprivredno prehrambeni proizvodi (autoht.), ugostiteljstvo	Program	2019.	Općina	Proizvodnja autohtonih proizvoda i njihov plasman i uloga u turističkoj ponudi
43	Turizam na seoskom gospodarstvu	Prema konceptu	2019.	TZ	Potrebno je poticati ovaj vid turizma te ga spojiti s poljoprivredom (proizvodi)
44	Poučne eko staze	Program	2019.	TZ	Moraju biti dobro osmišljene i organizirane
45	Sportski turizam (male letjelice)	Analiza i ocjena	2019.	Općina	Sagledati za koji vid sporta postoje uvjeti , proširiti ponudu i marketinški plasirati na domaće i inozemno tržište
46	Mobilna aplikacija (Tur. vodič općine)	Program	2019.	TZ	Izraditi

47	Golf turizam	Program	2019.	Općina, TZ	Izraditi program
48	Projekt Bosut	Program	2019.	Općina	Izraditi program (kamp, ribiči, hotel, zabava, ugostiteljski objekti)
49	Projekt Dunav-Sava	Program	2019.	Općina	Izraditi program (konceptijski kao Projekt Bosut)

Izvor: Obrada autora, 2019.

Cilj provedbe navedenog plana mora biti formiranje nove ponude (turističkog proizvoda) kontinentalnog, ruralnog turizma, ali i razvoj turizma lokalnih mjesta vezanih uz Općinu (mali dio), tako da razvoj postane kompatibilan i poticajan.

U tom kontekstu neophodno je dinamično, usklađeno i organizirano realizirati ovaj plan provedbe. Isti će sigurno doživljavati i promjene s obzirom na nivo razvijenosti turizma, a vezano na turističku potražnju koja se brzo mijenja.

SAŽETAK

Strategija razvoja turizma Općine Andrijaševci do 2022. temeljni je dokument razvoja turizma koji u prvom redu kao dugoročni cilj razvoja turizma ističe blagostanje lokalnog stanovništva i ostvarenje gospodarskog prosperiteta uz maksimalno poštivanje načela održivog razvoja te valorizaciju kulturne baštine i tradicije. Turizam u Općini Andrijaševci nije razvijen, ali se uočava ozbiljniji pristup ovoj problematici. Potreban je integrirani sustav razvoja i turističkog upravljanja. Općinu je kao turistički proizvod potrebno izgraditi i repositionirati na turističkom tržištu. Realizacijom postavljenih strateških ciljeva i ostvarenjem ključnih razvojnih projekata uvest će se i obogatiti turistička ponuda destinacije te povećati atraktivnost što će rezultirati stvaranjem konkurentne i prepoznatljive destinacije na turističkom tržištu.

Izrada i primjena ove Strategije usmjerena je na pružanje jasne i realne slike o mogućnostima rješavanja temeljnih pitanja turističkog razvoja, pri čemu je poseban naglasak na partnerskom pristupu svih dionika koji sudjeluju u razvoju turizma. (integralni pristup). Strategija treba postati osnovni strateški dokument na području turizma kojim će se pokrenuti novi razvojni ciklus, kao i stvoriti stabilne uvjete za nove investicije u turizmu, te potaknuti involviranje lokalnog stanovništva za nove poduzetničke poduhvate, direktno ili indirektno povezane s turizmom. Turistički sektor na području Općine Andrijaševci, danas je, u usporedbi s mogućnostima, nerazvijen te ne ostvaruje ekonomske učinke. Opće gospodarsko stanje nije zadovoljavajuće. Zbog toga bez odlaganja treba iskoristi šansu koju pruža razvoj turizma kao opći generator gospodarskog boljitka Općine. Upravo je Strategija turističkog razvoja poduzetnički okvir koji definira najprimjerenija strateška usmjerenja turističkog razvoja koja će potaknuti opći gospodarski prosperitet Općine (sinergijski efekt). Time se stvara osnova i uvjeti za poboljšanje kvalitete života lokalnog stanovništva. Strategija razvoja turizma Općine Andrijaševci čini uz uvod poglavlja, kroz koja se analiziraju stanja resursa, posebno ponuda i potražnja, te se na kraju predlaže koncepcija razvoja turizma. Integralni pristup kao zakonitost i nit vodilja (konceptijska postavka), bez čega ne može biti ozbiljnog razvoja destinacije. To najpraktičnije znači da se cijelo područje Općine treba tretirati kao turistička destinacija koja mora djelovati usklađeno na svim područjima (prirodni resursi, povijesno – kulturna baština, infrastruktura, komunalna djelatnost, ukupno gospodarstvo, društvene djelatnosti). Praktično sve djelatnosti, resursi, usluge, cijeli prostor mora biti tretiran „turistički“. To do sada nije bilo tako. U tom kontekstu valja promatrati utjecaj i usklađenost razvojno-planske dokumentacije, također sustav poticaja. Dosadašnje stanje nije zadovoljavajuće, treba ga mijenjati. Analiza trenutnog stanja pokazuje, promatrajući integralno (usvojen koncept), da se zapravo mora napraviti vrlo ozbiljan iskorak u svim elementima ponude (ljudski resursi, kulturna i povijesna baština, infrastruktura, urbano uređenje, a posebno ugostiteljsko-turistička ponuda i čimbenici koji su dio te ponude kao što su zabava, događaji, izleti, selektivni vidovi turizma itd.). Postojeće stanje potražnje ukazuje na negativnosti u komparaciji s trendovima u turizmu, a u krajnjem slučaju rezultira minimalnom potrošnjom eventualnih posjetitelja, izletnika. Polazeći od sagledavanja stanja, uzeto je u obzir, kao podloga za koncipiranje strategije razvoja još i :

Globalna procjena društveno-ekonomskih kretanja u užem i širem okruženju. Ovo područje sagledavanja ne daje puno nade za dinamičniju stopu rasta i razvoja, što inače ima utjecaj

na turistički razvoj. Tržišno kretanje i *trendovi* u turizmu, te usklađenost ponude otkriva čitav niz nedostataka skoro na svim područjima. Polazeći od rečenog, a posebno promatrajući potencijalne mogućnosti, moguće je konstatirati da prostor Općine Andrijaševci koji je turistički nerazvijen, nije devastiran (nepopravljivo), a s druge strane trendovi u turizmu pokazuju mogućnost ambiciozne postavke razvoja turizma koji bi ubuduće mogao polučiti pozitivne efekte na dobrobit mještana i šire,

S toga je predloženo slijedeće:

1. Koncept dinamičnog razvoja s povećanjem smještajnih jedinica, značajno povećanje i poboljšanje ugostiteljske ponude. Također, turistička djelatnost mora pratiti ukupan razvoj (kvantitativno i kvalitativno). Sve rečeno je raščlanjeno i opisano kroz područja „poboljšanja postojeće ponude“ i kroz „nove proizvode“. Ukupno okruženje mora pratiti razvoj ove djelatnosti (integralni pristup). Sve navedeno treba se reflektirati na promjenu strukture gostiju, popunjenost kapaciteta na minimum 70 dana. U krajnjem bi destinacija Andrijaševci na kraju planskog perioda ostvarivala veći broj noćenja te značajno povećala potražnju i cijenu samog noćenja.

2. Povezati program brendiranja destinacije Andrijaševci koji mora imati sadržajno elemente uravnoteženog i održivog razvoja

- u skladu s prirodom (povratak prirodi)
- poštivanje ekoloških načela
- naglasak na autentičnost (prostor, objekti, hrana, piće, događaji itd.)

3. Upravljanje destinacijom i operativan razvoj

U tom je djelu konkretno predložen model bez kojeg je upitno ostvarenje ove Strategije. Ovo je možda najznačajniji dio Strategije razvoja turizma destinacije Andrijaševci.

4. I na kraju, s ciljem da se razvoj i funkcioniranje turističke destinacije Andrijaševci realizira prema zacrtanoj Strategiji, predložen je *Plan provedbe* u kojem je sublimirana koncepcijska postavka, a također su date sve mjere koje treba realizirati. U Planu provedbe su predložene mjere i aktivnosti i dinamika realizacije. Skrećemo pažnju na pristup predloženog Plana aktivnosti u smislu da su date aktivnosti, zadaci s naznakom - sugestijom kako realizirati pojedine aktivnosti. Budući da autori, a i ostali učesnici u izradi ovog programa smatraju da svaku od aktivnosti treba detaljnije sagledati, u većini prijedloga dat je i stav da se napravi mini program. Ne bi se smjelo dogoditi da se troši puno vremena i novaca za ove zadatke, njih trebaju realizirati pojedine grupacije za određeno područje.

5. Vrijedno bi bilo razmotriti mogućnosti direktnog uključivanja Općine i šireg kruga mještana u realizaciji nekih konkretnih projekata (smještajni kapaciteti, imovina i sl.) po principu privatno-javnog partnerstva za što postoje konkretni pozitivni primjeri (Vrsar, Bale).

14. IZVORI

DZS, popis stanovništva, 2011.

HGK, <http://www.hgk.hr/documents/aktualna-tema-turizam-u-20165899d9633ad81.pdf>

<http://bookshop.europa.eu/hr/europski-sustav-pokazatelja-za-turizam-pbNB3213182/>

<http://www.aprrr.hr/arkod-1150.aspx>

<http://www.mirovinsko.hr> HZMO, središnji ured Zagreb, 2017.

Ministarstva regionalnoga razvoja i fondova Europske unije, 2018.

Ministarstvo turizam, <http://www.mint.hr/default.aspx?id=976>

Ministarstvo zaštite okoliša i prirode, http://www.mzoip.hr/doc/elaborat_zaštite_okolisa_107.pdf

Općina Andrijaševci- dostupna dokumentacija i web stranice

Prostorni plan Općine Andrijaševci (digitalni oblik)

Prostorni plan Vukovarsko-srijemske županije 2002., 7/02 (Izmjene i dopune toga plana Sl. vj. br. 8/07, 9/07, 9/11, 19/14, 5/15)

Razvojna strategija Vukovarsko-srijemske županije za razdoblje do 2020.

Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020.

Strateški marketinški plan hrvatskog turizma za razdoblje 2014.– 2020.

Strategija razvoja turizma Vukovarsko-srijemske županije 2014.-2020.

Strategija razvoja Općine Andrijaševci za razdoblje 2016.-2021.

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



Strategija razvoja turizma
Općine Andrijaševci
2017.-2022.



PROGRAM RURALNOG RAZVOJA 2014. - 2020.

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

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