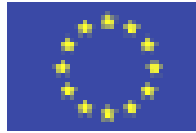


EUROPSKA UNIJA



&

GRAD PETRINJA



PROJEKT

PETRINJA

RAZVOJNA VIZIJA

TURISTIČKE DESTINACIJE

Naručitelji:

Gradsko poglavarstvo Grada Petrinje
Arbeiter-Samariter-Bund e.V. Ivanić Grad

Izvršitelj:

Beretin d.o.o. Split
dr.sc. Nikola Kuvačić

Petrinja – Split, ožujak 2007.

IMPRESUM

VODITELJ PROJEKTA:

Dr.sc. Nikola Kuvačić

TAJNICA PROJEKTA:

Mr.sc. Dalija Kuvačić

AUTORI-ICE (ABECEDNO):

Mr.sc. Đani Bunja

Ivana Grgat, dipl.oec.

Mr.sc. Anita Krolo Crvelin

Mr.sc. Dalija Kuvačić

Dr.sc. Nikola Kuvačić

Mr.sc. Duško Stić

Ivona Šustić Bakula, dipl.oec.

Dr.sc. Branko Wasserbauer

SURADNICI-ICE:

Krešo Kovačićek, zamjenik gradonačelnika Grada Petrinje

Đuro Juić, voditelj radne skupine pri Gradskome poglavarstvu

Ivanka Držaj, direktorica Turističke zajednice Grada Petrinje

Vlado Demetrović, član gradske uprave Grada Petrinje

Davor Salopek, predsjednik udruge Korablja Petrinja

Tomislav Krnić, koordinator Projekta iz ASB-a Ivanić Grad

FOTOGRAFIJE:

Arhiv Turističke zajednice Grada Petrinje

Arhiv poglavarstva Grada Petrinje

Privatni arhivi suradnika-ica na Projektu

Petrinjske i turističke internetske stranice

OPASKA: Osim na kraju predočene korištene literature, autorskomu su timu od velike pomoći bile mnoge web stranice koje obrađuju teme vezane uz ovu Studiju, a korišteni su i mnogi nepublicirani tekstovi petrinjskih autora koje smo korektno, kada god je to bilo moguće, navodili u tekstu i u popisu literature. Gore smo predočili imena suradnika koji su, rekli bismo, kreatori i suautori ove Studije. Predočene su i mnoge fotografije znanih i neznanih autora iz gore navedenih izvora (ispričavamo se autorima što nismo mogli navesti njihova imena). Autorima tekstova i fotografija, kao i svima koji su na bilo koji način sudjelovali ili dali svoj obol u uobličavanju ove Studije ljubazno se zahvaljujemo.

KAZALO

1. PRISTUPNE NAZNAKE	
1.1. Uvodne opaske	
1.2. Projektni zadaci	
1.3. Izvori podataka	
1.4. Kazalo pojmova	
2. HRVATSKO TURISTIČKO GOSPODARSTVO	
2.1. Uvodne naznake	
2.2. Načela održiva turističkoga razvoja	
2.3. Turističke vizije i ciljevi	
2.4. Kakvoća i standardi	
2.5. Odrednice ponude i potražnje	
2.6. Mogućnosti poboljšanja ponude	
2.7. Motivi i zadovoljstvo turista	
2.8. Turistički potencijali	
2.9. Turistička SWOT analiza	
2.10. Hrvatski turistički imidž	
3. SNIMKA I ANALIZA STANJA GRADA PETRINJE	
3.1. Uvodne naznake	
3.2. Društveno-gospodarske odrednice	
3.2.1. Administrativni ustroj	
3.2.2. Zemljopis i priroda	
3.2.3. Gospodarski presjek	
3.2.4. Javne usluge	
3.2.5. Kultura i umjetnost	
3.2.6. Šport i rekreacija	
3.2.7. Nevladine udruge	
3.2.8. Razvojni dokumenti	
3.2.9. Društveno-gospodarska SWOT analiza	
3.3. Turistički potencijali i atrakcije	
3.3.1. Povijesni petrinjski mozaik	
3.3.2. Položaj i demografija	
3.3.3. Prirodni turistički resursi	
3.3.4. Kulturno-povijesni resursi	
3.3.5. Ugostiteljski i smještajni kapaciteti	
3.3.6. Turističke manifestacije, praznici i blagdani	
3.3.7. Splet usluga i njihovi nositelji	
3.3.8. Turistička zajednica Grada Petrinje	
4. VIZIJA TURISTIČKOGA RAZVOJA	
4.1. Uvodne naznake	
4.2. Ciljevi turističkoga razvoja	

4.3. Potentni turistički razvojni sektori
3.4.1. Kulturni i urbani turizam
3.4.2. Ruralni turizam
3.4.3. Etno-eko selo
3.4.4. Doživljajno-tematski turizam
3.4.5. Športsko-rekreacijski turizam
3.4.6. Zdravstveni i vjerski turizam
3.4.7. Znanstveni i kongresni turizam
4.4. Vrednovanje turističkih potencijala – resursa
4.5. SWOT analiza petrinjskoga turizma
4.6. Jedna od mogućih petrinjskih vizija
5. PLANOVI KAPITALNIH ULAGANJA
5.1. Uvodne naznake
5.2. Srednjoročni plan kapitalnih ulaganja
5.2.1. Ulaganja u ruralne turističke kapacitete
5.2.2. Ulaganja u turističku infrastrukturu
5.2.3. Ulaganja u komplementarnu infrastrukturu
5.2.4. Program poticanja poljodjelstva
5.2.5. Ulaganja u poduzetničke zone
5.2.6. Prijedlozi udruge Petrinjčica
5.2.7. Prijedlozi (planovi) Gavrilovića
5.3. Ulaganja u komunalnu infrastrukturu
5.3.1. Ulaganja u komunalnu infrastrukturu
5.3.2. Ulaganja u planinarsku infrastrukturu
5.4. Kapitalna ulaganja u šport
5.5. Kapitalna ulaganja u kulturu i obrazovanje
6. TURISTIČKA MARKETINŠKA STRATEGIJA
6.1. Uvodne naznake
6.2. Ciljna emitivna tržišta i segmenti
6.3. Strategija marke (brenda, imidža)
6.4. Strategija turističkoga proizvoda
6.5. Strategija i politika cijena
6.6. Strategija prodaje i distribucije
6.7. Strategija promocije – komuniciranja s tržištem
6.8. Marketinška turistička infrastruktura
6.9. Čimbenici unaprjeđivanja konkurentnosti
6.10. Realizacija vizije petrinjskoga turizma
7. ZAKLJUČCI
8. LITERATURA
A. Literatura – općenito
B. Literatura – Petrinja