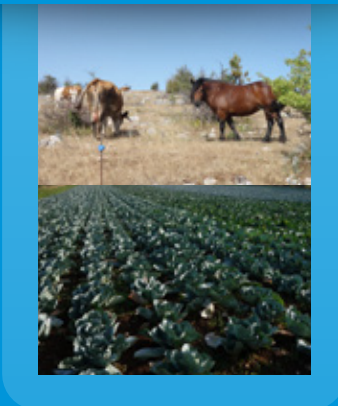




OPĆINA UDBINA



STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA DO 2022. GODINE

SADRŽAJ

| | |
|---|----|
| UVODNA RIJEČ NAČELNIKA OPĆINE | 4 |
| POLAZIŠNE OSNOVE | 5 |
| CILJEVI STRATEGIJE | 7 |
| PROJEKTNE AKTIVNOSTI NA IZRADI STRATEGIJE RAZVOJA TURIZMA | 8 |
| ANALIZA TRENUTNOG STANJA NA PODRUČJU OPĆINE UDBINA | 9 |
| ANALIZA POSTOJEĆEG STANJA U TURIZMU | 16 |
| SWOT | 24 |
| NAŠA VIZIJA TURISTIČKOG RAZVOJA | 26 |
| STRATEŠKI CILJEVI TURISTIČKOG RAZVOJA | 27 |
| CILJANA TRŽIŠTA | 38 |
| AKCIJSKI PLAN | 40 |
| USKLAĐENOST SA STRATEŠKIM DOKUMENTIMA VIŠE RAZINE | 45 |
| ZAKLJUČCI I PROVEDBA | 46 |



ISKAZNICA RAZVOJNOG PROJEKTA

Naručitelj strategije:
Općina Udbina, načelnik Josip Seuček

Izdavač:
Općina Udbina

Glavni urednik:
Josip Seuček

Članovi Radnog tima:
Josip Seuček, načelnik
Marina Gučanin, zamjenica načelnika
Danica Prica, pročelnica JUO
Zlatko Brkić, viši savjetnik za investicije
i razvojne programe i projekte
Radmila Đević, viši stručni suradnik za
ekonomske-financijske poslove
Ivan Mažar, Dobrovoljno vatrogasno društvo Udbina
Željko Tokić, Mladen Kušeković, Ivica Priher,
Mišo Cvjetičanin, Nikica Ćosić, Nikola Cvjetičanin,
Anka Tatalović, Dane Korica, Zoran Janković,
Ivan Pešut, Nikola Mažar



DALMACONSULT

Autor teksta:
DALMACONSULT d.o.o.
Poljička cesta - Dočine 1
21310 Omiš
Tel. 021-757871
email: info@dalmaconsult.com
Direktor: Denis Rubić
10/2017.

UVODNA RIJEČ NAČELNIKA OPĆINE

Poštovani stanovnici Općine Udbina, dragi prijatelji i gosti!

Usred ovog našeg prekrasnog krajolika, podjednako udaljena od Zagreba, Splita i Rijeke, točno u srcu one "prave Like", nalazi se naša Općina Udbina. Želja nam je da nas posjetite ili da barem zastanete kad ste u prolazu i makar na trenutak uživate u ovim ljepotama.

Jedna od prvih obveza koje sam si kao načelnik stavio u zadatak je izrada Strategije razvoja turizma. Mi, istina, nemamo turističku tradiciju, ali sam uvjeren da imamo veliki potencijal kojeg možemo mudro iskoristiti.

Ovom Strategijom prikazujemo trenutno stanje i potrebe, otkrivamo naše slabe strane i načine kako ih poboljšati. Pokazujemo i mogućnosti koje imamo kako bismo pridonijeli razvoju i kvalitetnijem životu. Ovaj dokument nam je ujedno i osnova za apliciranje prema fondovima Europske Unije.

Svima vama koji ste sudjelovali u izradi ove Strategije najiskrenije se zahvaljujem te vas sve pozivam da se uključite i u njezinu implementaciju, te aktivno pridonese ostvarenju vizije koju nam ona donosi. Vjerujem da ćemo svi zajedno time potaknuti razvoj naše Općine i stvoriti okruženje u kojemu ćemo ugodno živjeti i raditi, te biti dobri domaćini našim dragim gostima.

Najljepša je naša Općina još uvijek u svojoj stvarnosti. Tko ovdje živi, zna to. Tko će nas posjetiti, doživjeti će to!

Uz srdačan pozdrav,

Vaš,
Josip Seuček



POLAZIŠNE OSNOVE

Europa je još uvijek na prvom mjestu kao odredište za putovanja u svijetu. Preko 55% svih međunarodnih dolazaka turista, a to odgovara 52% svih međunarodnih prihoda od turizma, zabilježeno je upravo na našem kontinentu. Pri tome se glavni tok turista koncentrira na tradicionalne ciljeve u Zapadnoj i Južnoj Europi. Svjetska turistička organizacija predviđa da će Europa u 2020. godini zabilježiti oko 717 milijuna dolazaka. Ovaj broj možda bude i veći s obzirom na razvoj situacije u turističkim destinacijama na sjeveru Afrike, dijelovima Azije, ali svakako i Turske.

Većina europskih zemalja glavninu prihoda od turizma ostvaruje u glavnoj ljetnoj sezoni. U današnje vrijeme je zabilježen trend koji ukazuje na veću raspodjelu turističkih posjeta izvan glavne sezone. Do toga je došlo iz razloga što su zabilježena kraća, ali sve češća putovanja, kao i pojačano zanimanje za gradska putovanja, putovanja radi posebnih događaja, radi kulture i "bijega u prirodu".

Ovi globalni trendovi imaju neposredan utjecaj na potražnju turističkih usluga, a time i na ponudu, odnosno na obilježja gospodarstva u cjelini.



Sama turistička djelatnost suočena je s nizom izazova poput:

- * rastuće konkurencije (nove turističke destinacije, novi konkurenti, povećani pritisak na cijene)
- * demografskih, socijalnih i tehnoloških razvitaka i time povezanim promjenama u području rezervacija (izravni marketing)
- * dobro informiranih, ponekad i vrlo zahtjevnih, ali neovisnih turista sa svojim preferencijama koji se često mijenjaju

Demografi pretpostavljaju da će doći do velikog pomaka u strukturi, u korist starijih dobnih skupina. Broj samačkih domaćinstava koje je i dalje u porastu, kasnije zasnivanje obitelji, te ostale slične promjene

u društvu vode do toga da će se turističko gospodarstvo u budućnosti morati prilagoditi raznovrsnijem društvu sa individualiziranim strukturama potreba.

Turistički stručnjaci kao jedno od rješenja za pozicioniranja na međunarodnim tržištima vide i u stvaranju nadnacionalne partnerstava. To se primjerice provodi kod "Zlatnog trokuta" (između Bugarske, Grčke, Turske) ili kod projekta Rodos (Grčka i Bugarska), a mogla bi biti zanimljiva i za strategiju turizma Udbine u pogledu na moguću bilateralnu suradnju s Bosnom i Hercegovinom odnosno područjem Une.





CILJEVI STRATEGIJE

Analizirajući glavne pokazatelje, turizam na području naše općine Udbina tek stoji na početku. Postojeći trendovi gospodarskog razvoja Like, nameću potrebu za analizom, planiranjem i razvojem turizma na području općine. Općina Udbina danas je prostor u određenoj mjeri zahvaćen sociogeografskim obilježjima, prije svega nepovoljnim demografskim trendovima koji se ogledaju u starenju ukupnog stanovništva, iseljavanju mladog stanovništva te niskom stopom rodности. Kada se tome pridodaju i složena ekonomska obilježja, jasno je da je planiranje razvoja nužno kako bi svim dionicima pružilo orijentaciju za budući razvoj. Povoljne karakteristike ovog prostora, prije svega očuvanost prirodne komponente prostora, izvrstan geoprometni položaj, dobro razvijena poljoprivreda, nameću razvoj

održivog turizma kao alat za “ispravljanje” prethodno navedenih negativnih karakteristika. Svaka, pa i ova naša turistička strategija treba poticati kontinuirani porast kvalitete života stanovništva. Bitan cilj je svakako povećanje prihoda od turizma, što bi se prije svega trebalo ostvariti kroz porast domaćih i stranih dolazaka, produljenje trajanja boravka, te porast potrošnje samih gostiju. Također, poželjno je ciljano usmjeravati ponude prema skupinama jače platežne moći, povećavati broj dolazaka putovanja u predsezoni i post-sezoni, te raditi na poboljšanju povezanosti turista i Udbine kao destinacije. Bitno je ovdje napomenuti da nećemo nuditi baš sve, nego ćemo se koncentrirati na naše jedinstvena obilježja, kako bi to onda zamjetljivo plasirali na tržište.

PROJEKTNE AKTIVNOSTI NA IZRADI STRATEGIJE RAZVOJA TURIZMA

POLAZEĆI OD OPISA PROJEKTOG ZADATKA TE DEFINIRANE METODOLOGIJE IZRADE

- * više puta obilazili smo prostor općine zajedno s načelnikom te smo se upoznali s terenom, analizirali i valorizirali postojeće stanje i razgovarali s predstavnicima JLS i ključnim sudionicima turističko-ugostiteljskog razvoja općine
- * u strateškim radionicama izradili SWOT-analizu, definirali viziju razvoja turizma, strateške odrednice, ciljeve i mjere s planom aktivnosti i monitoringa
- * upoznali dionike s mogućnostima povlačenja sredstava iz nacionalnih i EU-izvora, u prvom redu iz Programa ruralnog razvoja, te predstavili mogućnosti financiranja zbog lakšeg pokretanja odnosno širenja turističke djelatnosti (HBOR i dr.)
- * prezentirali finalni dokument koji općinskom vijeću ide na usvajanje

ANALIZA TRENUTNOG STANJA NA PODRUČJU OPĆINE UDBINA

GEOPROSTORNA I INFRASTRUKTURNA OBILJEŽJA

Općina Udbina obuhvaća prostor od 683,15 km², te administrativno pripada Ličko-senjskoj županiji. Geografskom regionalizacijom Hrvatske pripada području Gorske Hrvatske, dok tradicionalno-povijesnom regionalizacijom Hrvatske pripada regiji Like.

Prema popisu stanovništva Republike Hrvatske iz 2011. godine na prostoru općine Udbina živjelo je 1.874 stanovnika, što čini gustoću naseljenosti 2,74 st./km² i tako zauzima drugo mjesto u državi kao najrijeđe naseljena općina. Općinu čini 26 naselja: Breštane, Bunić, Čojluk, Debelo Brdo, Donji Mekinar, Frkašić, Grabušić, Jagodnje, Jošan, Klašnjica, Komić, Krbava, Kurjak, Mutilić, Ondić, Pećane, Podlapača, Poljice, Rebić, Srednja Gora, Svrackovo Selo, Šalamunić, Udbina, Tolić, Vedašić i Visuć.

Općina Udbina smještena je na pola puta između dva najveća hrvatska grada, Zagreba i Splita, te je gotovo i jednako toliko, oko 240 km, udaljena od trećeg grada prema veličini u Hrvatskoj, grada Rijeke. Uzmemo li u obzir veličinu ovih aglomeracija, u njima je prema popisu iz 2011. godine živjelo gotovo 1,6 milijuna stanovnika, udaljenih između oko sat i 45 minuta do dva sata vožnje od općine Udbina.



| Područje aglomeracije | Broj stanovnika aglomeracije | Udaljenost od Općine Udbina (km) |
|-----------------------|------------------------------|----------------------------------|
| Zagrebačka | 1.086.528 | 230 |
| Splitska | 325.407 | 210 |
| Riječka | 186.822 | 240 |

Ovaj podatak je posebno zanimljiv ako uzmemo u obzir potencijalno veliki broj domaćih turista kojima je Udbina nadohvat ruke, a da toga možda i nisu svjesni. Svi oni su mogući gosti za kraći ili duži boravak na području Općine Udbina.

Reljefna osnova

Prostor općine Udbina smješten je najvećim dijelom u središnjem i istočnom dijelu Like. Prostor općine omeđen je planinskim masivom Plješivice na istoku, dijelom masiva Male Kapele na sjeveru, nižim pobrđem Ličkim Sredogorjem na zapadu, te uzvišenjima nešto višim od 1.000 metara nadmorske visine na jugu. Rubovi općine obuhvaćaju dijelove spomenutih uzvišenja. U geomorfološkom aspektu središnjim dijelom općine dominira polje u kršu Krbavsko polje, te manje Podlapačko polje. Međusobno su odvojeni blagim uzvišenjem, oko 750 metara nadmorske visine. Na sjeveru prostor općine obuhvaća i dio Bijelog polja.

Krbavsko polje je polje u kršu površine od oko 70 km², omeđeno okolnim masivima, prosječne visine od 625 do 740 metara nadmorske visine, dijelom plavljeno, s tipičnom hidrografijom za polja u kršu. Krbavsko polje izduženo je u dinarskom smjeru pružanja, sjeverozapad-jugoistok, dok se jedan "krak" polja blago povija prema jugu. Krbavsko polje je zbog svog položaja i geomorfoloških karakteristika u prošlosti, ali i danas, predstavljalo poljoprivredni, gospodarski i prometni centar, ne samo područja općine, već i šireg prostora Like.

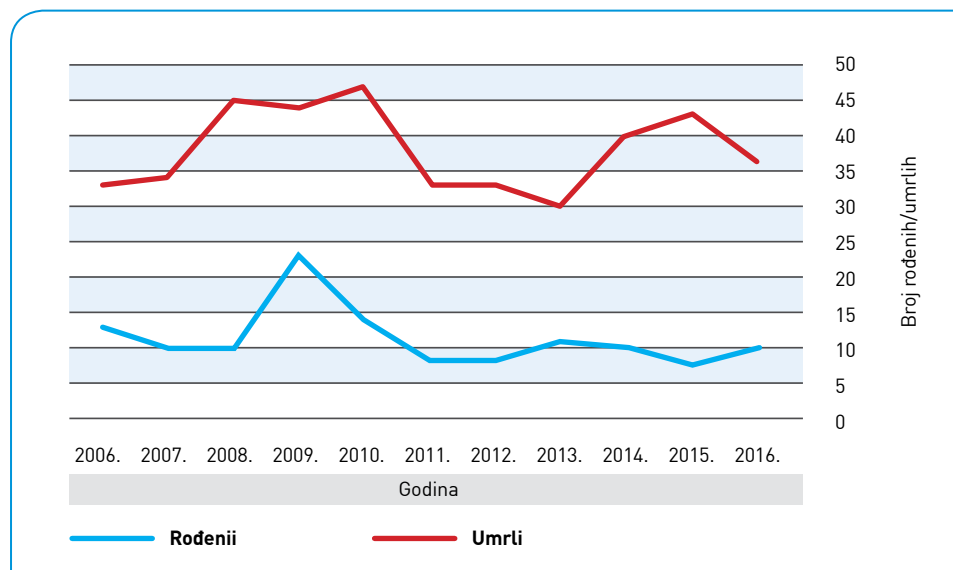
Klima

Prostor općine Udbina, prema Köpennoj klasifikaciji, karakterizira umjereno kontinentalna klima sa svježim ljetom (Cfc). Za zimu su karakteristični prodori hladnoga zraka, a u području Krbavskog polja, uslijed temperaturne inverzije, zimi se javljaju i niske temperature. Padaline su raspoređene kroz cijelu godinu, ali je ljeto sušnije razdoblje, dakle prevladava sredozemni tip hoda padalina.



Vode

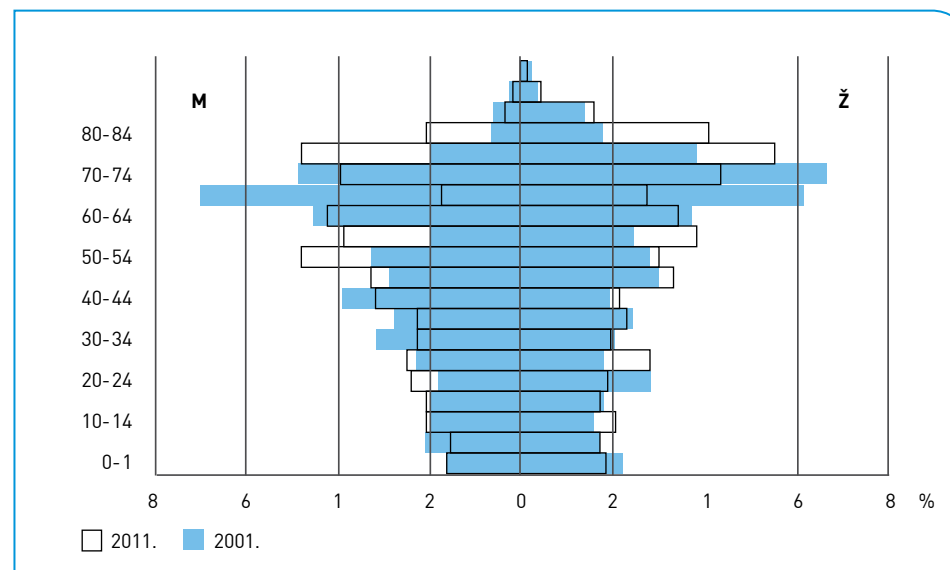
Prostor općine Udbina karakteriziraju hidrografska obilježja karakteristična za kršku hidrografiju. Na području kršku podloge karakteristično je nepostojanje površinskih vodotoka, s bogatstvom vode u podzemlju. Na području mlađih naslaga Krbavskog i Podlapačkog polja, javljaju se površinski vodotoci. Izvori vodotoka nalaze se na kontaktu polja s vapnenačkim masivima, te nakon toka prema nižim dijelovima polja, ponovno završavaju u podzemlju, kao ponornice. Prostor općine nalazi se uz hidrološku granicu crnomorskog i jadranskog slijeva, te vode otječu u oba pravca.



Demografska obilježja

Prema popisu iz 2011. godine, općina Udbina broji 1.874 stanovnika, uz gustoću naseljenosti od 2,74 st./km², što je znatno ispod prosjeka Republike Hrvatske (75,78 st./km²), čime ova općina spada u najrjeđe naseljena područja Republike Hrvatske.

Osim općeg kretanja stanovništva, koje je nepovoljno, i prirodno kretanje stanovništva bilježi negativne stope. Nepovoljan je i odnos stanovništva prema dobnim skupinama, s višim udjelom stanovništva u zrelih i starijim skupinama, a nižim u mlađim skupinama. Već je dugi niz godina znatno više umrlih, nego rođenih na području općine.



Kada se tome pridoda i odljev stanovništva migracijama, jasno je da demografska obilježja predstavljaju jednu od temeljnih prepreka planiranju svakog daljnjeg razvoja.

Vodovod i odvodnja

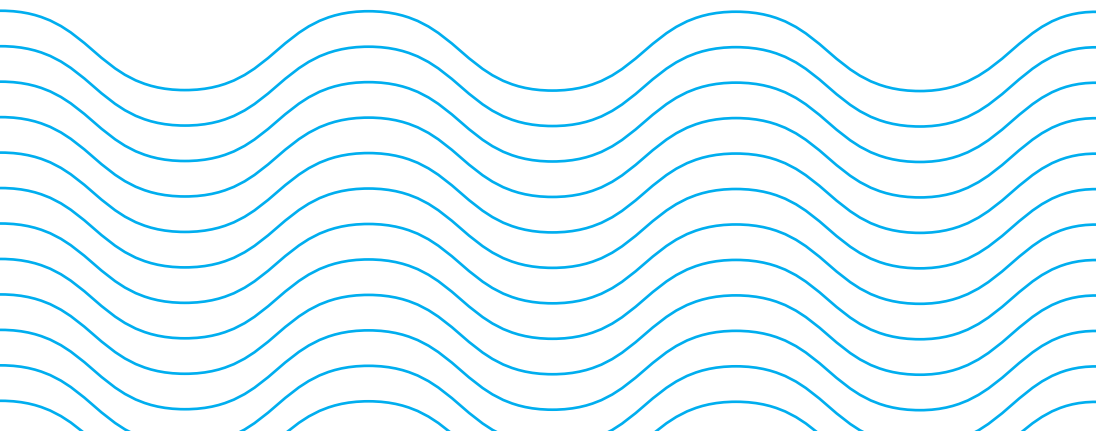
Kraljevac d.o.o. je jedino poduzeće koje upravlja vodoopskrbnim sustavom na području općine, u čijem je i vlasništvu. Primarni izvor pitke vode su izvori Krbavica i Kraljevac. Pristup pitkoj vodi ima 75% stanovništva općine Pristup pitkoj vodi ima 75% stanovništva općine dok se ostatak kućanstava opskrbljuje na alternativne načine poput šterni.

Sustav odvodnje otpadnih voda je veliki problem svih manjih općina u Republici Hrvatskoj, pa tako i u općini Udbina. Većina otpadnih voda i fekalija završava u septičkim jamama i crnim rupama što je nedostatak koji treba što prije riješiti. Sustavom odvodnje u Udbini upravlja poduzeće Kraljevac d.o.o. Općina posjeduje glavni i

izvedbeni projekt sustava odvodnje i pročišćavanja otpadnih voda za koji je ishodila građevinsku dozvolu.

Otpad

U sklopu provedbe plana gospodarenja otpadom Općine Udbina, završava se priprema za izgradnju reciklažnog dvorišta te nastavak sanacije odlagališta komunalnog otpada Čojluk. Komunalno poduzeće je nabavilo specijalno vozilo za prikupljanje komunalnog i selektiranog otpada. Lokacija "Čojluk" bi prema nekim procjenama mogla zadovoljiti potreba općine Udbine do 2020. godine obzirom na broj stanovnika, ali svakako treba pratiti kako će se razvoj turizma, a time i povećani broj smeća, odraziti na kapacitete odlagališta. Stoga bi jedan od ciljeva trebao biti edukacija odnosno smanjenje i odvajanje otpada. Ovakve projekte može podržati Fond za zaštitu okoliša i energetska učinkovitost.



Električna energija

Opškrbu strujom obavlja HEP, a pokrivenost priključcima je 99,9%. Privatni sektor već sada može iz raznih fondova koristiti potpore za proizvodnju struje iz manjih sustava OIE za vlastite potrebe na primjer za navodnjavanje, staklenike i sl. Ovo može biti vrlo zanimljivo i za sektor turizma koji bi se deklarirao kao "zeleni". Podno Udbine postoji kogeneracijsko postrojenje na biomasu privatnog investitora koje je izgrađeno koncem 2011. godine. Spreman je i vjetropark snage 120 MW koji ide u realizaciju čim država poveća kvote za OIE.

S ciljem stabilizacije i unaprjeđenja postojećeg elektroopskrbnog sustava planira se postavljanje visokonaponskih vodova, dalekovoda i trafostanica, tako da se na isti mogu priključiti i potencijalno veći sustavi poput hotela i drugih subjekata.

Na području općine nema plinske mreže, a zbog malog broja disperziranih potrošača na velikoj površini, za sada nema opravdanosti razvijati projekt plinifikacije.

Telekomunikacije

Ratom razarana, uz to još i slabo naseljena, općina Udbina nije komercijalno zanimljiva nijednom operateru telekomunikacijskih usluga. Unatoč tome, potpisan je ugovor s izvođačem te se na nivou županije ide u projekt širokopojsnog interneta. Prostor općine relativno dobro pokriven je signalom operatora mobilnih mreža, tako da većina stanovnika koristi mobitele. Točke besplatnog pristupa Internetu još uvijek ne postoje. Razvoj turizma tražit će sigurno adekvatna rješenja. Osim ukoliko gost želi zaista svoj mir i nije mu potreban Internet ili sl.



Prometna infrastruktura

Cestovne prometnice

Prometni položaj općine Udbina determiniran je položajem između kontinentalne i primorske Hrvatske. Gotovo središnjim dijelom općine prolazi jedna od najfrekventnijih i najvažnijih državnih cesta u Hrvatskoj, državna cesta D1 (Macelj – Zagreb – Split). Također, sjeverozapadnim dijelom općine prolazi državna cesta D25 (Korenica – Karlobag), a jugozapadnim D522 (Udbina – spoj s autocestom A1 na čvorištu Gornja Ploča). Upravo navedeni spoj, uz spomenutu državnu cestu D1, spada u najvažnije prometne poveznice prostora općine s ostatkom države i prema Europi.

Ukupno, na području općine postoji 65,5 km državnih, 64 km županijskih i 90 km lokalnih cesta. Posebno ove zadnje mogu biti vrlo zanimljive za razvoj biciklističkog i trekking turizma.

Zračni promet

Na prostoru općine nalazi se vojna zračna luka na 750 m nadmorske visine, s poletno-sletnom stazom dužine 2.750 m i pratećom infrastrukturom. Dugoročnim planom razvoja Oružanih snaga Republike Hrvatske (2015.-2024.), zračna luka i vojarna “Josip Jović” smatraju se perspektivnim vojnim objektom, s mogućnošću međunarodne suradnje. Objekt koristi MORH za svoje potrebe, ali nije isključeno da se u dogledno vrijeme zračna luka bude koristiti i za civilne zrakoplove što bi pridonijelo razvoju turizmu ne samo Udbine, nego šireg kraja.

Željeznički promet

Željeznički promet na području općine ne postoji, već se najbliži kolodvori nalaze na području Lovinca, Raduča, Kruškovića i Gospića.



ANALIZA POSTOJEĆEG STANJA U TURIZMU

Obilježja turističke ponude i potražnje

Prema podacima Turističke zajednice Ličko-senjske županije na prostoru Općine Udbina je u 2016. godini zabilježeno ukupno 252 dolazaka, te je ostvareno 622 noćenja. Od ukupnog broja dolazaka, njih 84,52 % ostvarili su strani turisti, dok su domaći ostvarili 15,48 % dolazaka. Prosječno trajanje boravka u danima iznosilo je 2,47 dana.



| Emitivno tržište – Država | Dolasci | Udaljenost od Općine Udbina (km) | Prosječno trajanje boravka |
|---------------------------|------------|----------------------------------|----------------------------|
| Hrvatska | 39 | 185 | 4,74 |
| Italija | 48 | 149 | 3,10 |
| Poljska | 36 | 68 | 1,88 |
| Francuska | 17 | 35 | 2,06 |
| Slovačka | 13 | 24 | 1,85 |
| Srbija | 10 | 20 | 2 |
| Ostali | 89 | 141 | 1,58 |
| Ukupno | 252 | 622 | 2,47 |

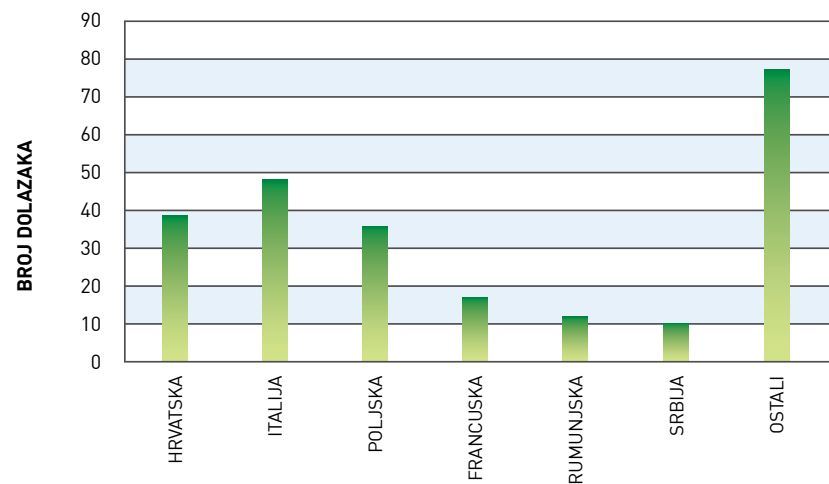
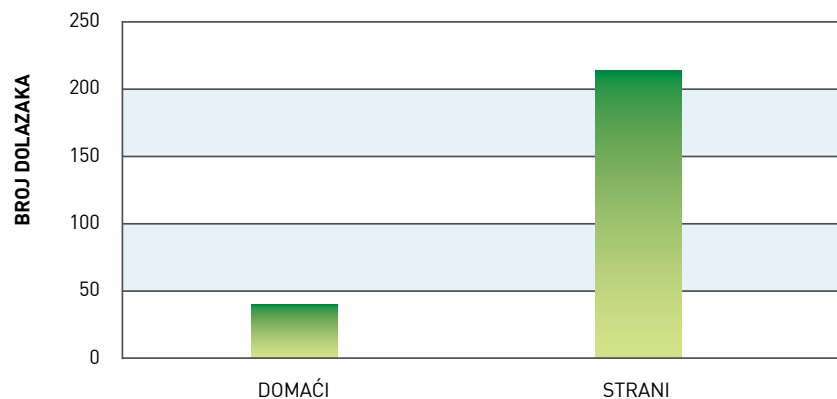
Najviše stranih turista je došlo iz Italije, Poljske i Francuske, te su turisti iz navedenih zemalja ostvarili 40,08 % svih dolazaka.

Prema ostvarenom broju noćenja, prevladavaju državljani Republike Hrvatske koji ostaju u prosjeku 4,74 dana i Italije s 3,10 dana. Analizirajući navedene podatke, vidljivo je da u sadašnjim okvirima, Udbina ostvaruje mali broj dolazaka, te se gosti zadržavaju kratko. Primjetan je i veći udio stranih turista nad domaćim. Navedeni trend mogao bi se objasniti položajem općine, tj. da se ovdje zadržava dio turista koji su posjetitelji poznatih prirodnih odredišta, poput NP Plitvička Jezera i planine Velebit. Ne treba zanemariti ni mogućnost da je prostor Udbine "odmorište" na putu prema obalnom dijelu Hrvatske, i povratku s krajnjeg juga (npr. Dubrovačkog priobalja), posebice za putnike u cestovnom prometu.

Treba napomenuti i da je prema podacima Turističke zajednice Ličko-senjske županije, većina dolazaka u toplijem dijelu godine, od lipnja do rujna, što dodatno može ukazivati na povezanost područja Like s turizmom na obalnom i otočnom dijelu Republike Hrvatske.

Primjetan je raskorak između turističke razvijenosti općine Udbina i susjedne općine Plitvička jezera, te prema obližnjoj regiji Primorske Hrvatske. Jedan od ciljeva strategije biti će i uključenje općine Udbina u turističke tokove vezane uz navedena susjedna područja.

Jedan od "jednostavnijih" alata svakako treba biti postavljanje putokaza i ostale (turističke) signalizacije. Tako na primjer još uvijek na državnoj cesti D1 od izlaza "Gornja Ploča" prema Zagrebu kod Mutilića nema natpisa koji vodi prema Udbini, nego se tabla nalazi tek nekoliko kilometara dalje.



Smještajni kapaciteti

Na području općine Udbina 2016. godine je bilo 39 registriranih ležajeva u 7 objekata. Uslugama iznajmljivanja smještaja trenutno se bave tri pravne i četiri fizičke osobe. Od navedenih smještajnih kapaciteta, dva se nalaze u mjestu Udbina, te po jedan u Buniću, Frkašiću, Podlapači, Rebiću i Ondiću. I ovdje nema (turističke) signalizacije koja "vodi" goste navedenim objektima.

Sadašnje stanje broja smještajnih jedinica, kao i njihova kategorizacija, u kvantitativnom smislu predstavljaju još nedovoljnu bazu za šire planiranje turističke ponude. Upravo smještajni kapaciteti su jedna od „slabosti“. Apartmani, studio-apartmani, sobe, kampovi, kao i manji hoteli i hosteli, potrebni su za stvaranje preduvjeta turističkog razvoja. Podršku, u prvom redu finansijsku, nude npr. bespovratna sredstva EU iz Programa ruralnog razvoja. Interes pojedinaca za aplikaciju je tu, čekamo raspisivanje prvih natječaja.

Uz to država odnosno poduzeća koja su u vlasništvu države poput npr. Hrvatskih šuma, imaju objekte na prostoru općine koji su neiskorišteni, a mogli bi biti vrlo jednostavno prenamjenjeni u turističke ili prateće svrhe i tako pridonijeti širenju ponude i kapaciteta. Isto vrijedi i za napuštene škole koje su u vlasništvu Ličko-senjske županije.

| NAZIV OBJEKTA | NASELJE |
|----------------|-----------|
| Japodski forum | Udbina |
| Marina Tokić | Udbina |
| Kuća za odmor | Rebić |
| Tina | Podlapača |
| Tonći Matas | Ondić |
| Joško Bašić | Frkašić |
| Anka Tatalović | Bunić |



Spomenici i znamenitosti

Na području općine nalazi se pet zaštićenih kulturnih dobara koja su uvedena u Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske kao nepokretna kulturna dobra, a to su crkva Blažene Djevice Marije u Buniću, crkva sv. Jovana u Jošanu, arheološka zona Gradina u Udbini, arheološki lokalitet sv. Marka Groba u Udbini i arheološko nalazište ostataka katedrale sv. Jakova (Korija) također u Udbini. Od ostalih

spomenika odnosno znamenitosti izdvajamo ostatke katedrale nekadašnje Krbavske biskupije, franjevačkog samostana sv. Ivana i starohrvatske romaničke crkve u Podudbini, ruševine Kaštela Krbave i tvrđave Udbina, ostatke crkve sv. Nikole biskupa danas uklopljeni u crkvu Hrvatskih mučenika, Laudonov gaj, ostatke crkve Preobraženja Gospodnjeg u Mutiliću i franjevačkog samostana u Brdu na Udbini, te Crkvu Hrvatskih mučenika na Udbini.

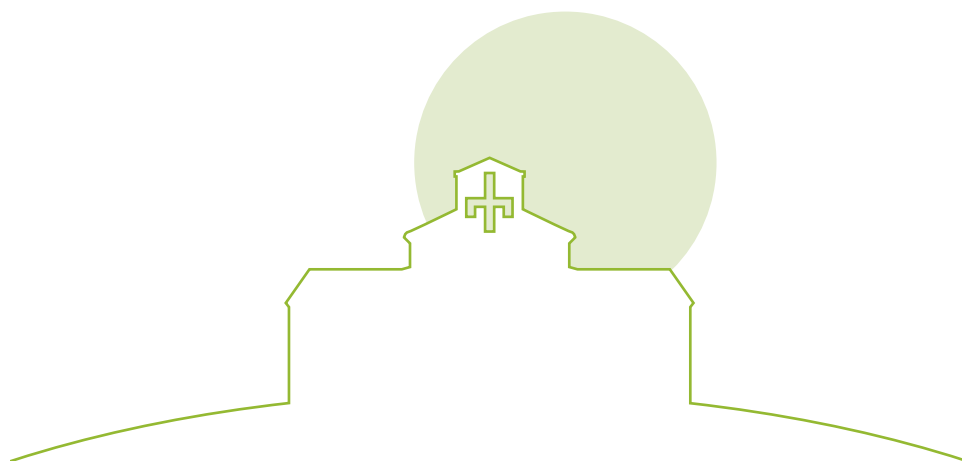


Manifestacije

Tijekom ljetnih mjeseci se održava niz kulturnih i drugih manifestacija. Najznačajnije i najposjećenije su kulturno-vjerske manifestacije Dan hrvatskih mučenika koja svake godine privlači veliki broj hodočasnika iz cijele zemlje i Preobraženje Gospodnje koje također bilježi veliki broj posjetitelja.

Uz to i Hrvatska vojska "ima svoj dan", tako je ove godine održano drugo vojno hodočašće pripadnika kopnene vojske OSRH koje se održalo 11. rujna 2017. godine.

Zadnji vikend u svibnju planira se održati manifestacija "Naše blago" na kojoj će pretežito lokalna poljoprivredna i druga gospodarstva nuditi svoje proizvode uz prigodan kulturno-umjetnički program.



Interesne skupine

Razvoj turizma na području općine Udbina treba podijeliti na javni i privatni sektor, lokalno stanovništvo i turiste.

Privatni sektor nudi proizvode i usluge poput smještaja, ugostiteljstva, prijevoza. Važni dionici turističkog razvoja općine su upravo svi oni koji sada već imaju iskazani poduzetnički interes i koji su se aktivno uključili kod izrade ove strategije. Ovdje imamo privatne iznajmljivače i ugostitelje koji već imaju "prva" iskustva s domaćim i inozemnim gostima.

Javni sektor ima ulogu zaštititi i očuvati prostor kao i bogatu kulturno-povijesnu baštinu. Kako bi destinacija bila ljepša i privlačnija, javni sektor treba odgovorno brinuti o uređenju, rasvjeti, hortikulturi, infrastrukturi, itd. Kao aktivni dionik u stvaranju platforme za održivi razvoj kroz stvaranje konkretnih preduvjeta i mjera, on brine i o prostornom planiranju, poticanju poduzetništva u okviru svojih mogućnosti i informiranju javnosti. Jedna od budućih aktivnosti može biti i osnivanje Turističke zajednice koja bi se bavila promotivnim aktivnostima. Općina Udbina u dogledno vrijeme će u svezi toga početi s pripremanjima.

U općini je aktivno šest udruga: Lovačka udruga 'Gradina', Stočarska udruga 'Udbina', Planinarsko društvo 'Ozeblin', Dobrovoljno vatrogasno društvo 'Udbina', Šahovski klub 'Krbava' i ženska pjevačka grupa 'Prosvjeta'. Navedene udruge također mogu pripomoći u organizaciji turističkih kretnji odnosno razvitku.

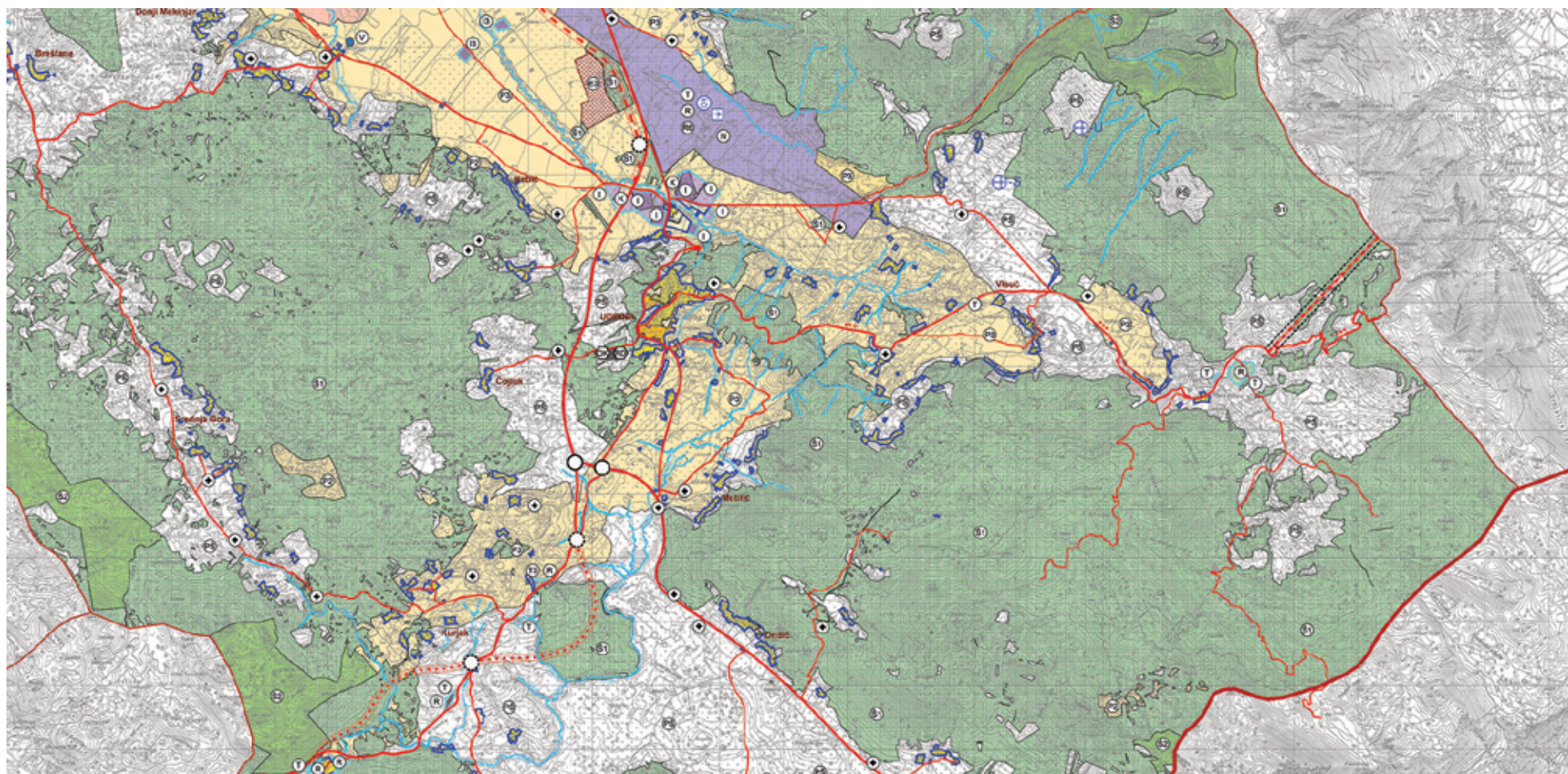
Lokalna akcijska grupa Lika (LAG Lika) broji 60 članova, te djeluje

i na području općine Udbina. LAG predstavlja partnerstvo javnog, privatnog i civilnog sektora s ciljem osiguranja održivog razvoja Like, pa tako može odigrati značajnu ulogu u kontekstu sveukupnog, pa tako i turističkog razvoja općine Udbina.



Prostorni plan Općine Udbina

Prostornim planom općine Udbina utvrđena su područja pogodna za razvoj turizma.

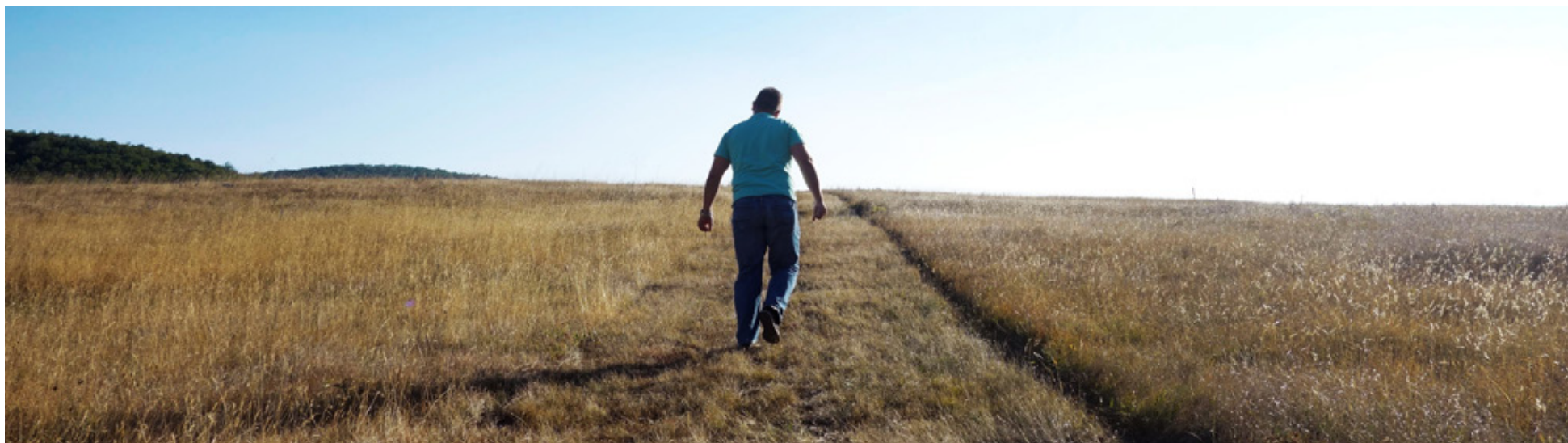


SWOT

Naša SWOT-analiza temelji se na zapažanjima i prikupljenim

informacijama tijekom obilazaka terena, analiza resursnih osnova općine, naših iskustava i saznanja trendova u sektoru turizma i “brainstorming” odgovorima sudionika tijekom radionica.

| PREDNOSTI | SLABOSTI / NEDOSTATCI |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">* Blizina Nacionalnih parkova i Parkova prirode, posebice Plitvičkih jezera i Velebita* Očuvanost prirodne osnove* Prometni položaj na državnoj cesti D-1 (Zagreb – Split)* Blizina autoceste A-1 (Zagreb-Split)* Raznolikost geomorfoloških oblika i biološka raznolikost, bogat živi svijet* Jedne od najviših i najatraktivnijih planina u Hrvatskoj (Plješivica i Velebit)* Važnost za nacionalnu povijest* Blizina priobalja i Jadranskog mora* Pripadnost regiji Like, regiji očuvane prirode i bogate gastro ponude | <ul style="list-style-type: none">* Nepovoljna demografska slika općine, pad broja stanovnika općine* Manji udio mladog stanovništva, iseljavanje mladog stanovništva* Nedostatak smještajnih kapaciteta* Kratko zadržavanje gostiju i turista* Razmještaj međunarodnih graničnih prijelaza prema BiH* Slaba ponuda ugostiteljskih i gastro sadržaja* Izostanak promocije općine kao destinacije* Povezanost naselja s općinskim središtem* Korištenje zračne luke isključivo za vojne potrebe* Minirani dijelovi općine i minski sumnjiva područja* Nepostojanje TZ |
| PRILIKE | OPASNOSTI |
| <ul style="list-style-type: none">* Mogućnost razvoja “vikend destinacije” za stanovništvo i Zagrebačkog i Dalmatinskog područja* Korištenje očuvane prirodne osnove* Razvoj planinarskog i avanturističkog turizma na obližnjim i planinama na području općine* Razvoj “Safari” i lovnog turizma* Kvalitetno oglašavanje destinacije na cestama D-1 i A-1* Poticanje ugostiteljskih i zabavnih sadržaja* Organizacija sportskih događanja, priprema sportskih klubova* Ponuda ličkih specijaliteta spremljenih od lokalnih namirnica* Stvaranje prepoznatljive destinacije kao centra obilaska okolnih prirodnih znamenitosti (NP Plitvička jezera, NP Una, NP Sjeverni Velebit, Velebit, Cerovačke špilje)* Korištenje objekata u vlasništvu države* Suradnja lokalnih iznajmljivača i ostalih dionika | <ul style="list-style-type: none">* Mogućnost narušavanja prirodne ravnoteže i nosivosti prostora* Krški kraj, izrazito osjetljiv na onečišćenja* Teškoća stvaranja prepoznatljive destinacije u okruženju* Izostanak srednjeg i mladog kontingenta stanovništva kao nositelja razvoja* Problem financiranja projekata u turizmu* Stručna izobrazba djelatnika u turizmu |



Netaknuta priroda i skoro pa idealan položaj općine – u srcu Hrvatske, te u neposrednoj blizini čak triju nacionalnih parkova – su najznačajnije prednosti odnosno plodan temelj za razvoj turizma koji u poglavarstvu općine svakako ima svog partnera.

Vidljive su i određene slabosti, najprije u nedostatku smještajnih kapaciteta i promociji općine kao destinaciji. Obzirom da je turizam tek u počecima, iznajmljivači mogu učiti od svojih kolega u drugim općinama – npr. Plitvice – i tako izbjeći eventualne pogreške, a povezivanjem i suradnjom može se relativno brzo i s manjim iznosima raditi na “brendiranju” općine koja sigurno ima svoj USP, tj. jedinstveni element identiteta odnosno prodaje.

Porast svijesti o aktivnom i zdravom načinu života treba promatrati kao

važnu priliku za razvoj turizma na području općine. Ovo omogućava stvaranje (novih) turističkih proizvoda koji mogu biti prilagođeni određenim ciljnim skupinama te svakako mogu produžiti turističku sezonu. Treba naglasiti da je ovo sve lakše za ostvariti ukoliko posebno privatni sektor bude dobro surađivao te koristio sinergije.

Jedna od glavnih prijetnji dugoročno su opasnost narušavanja prirodne ravnoteže, moguće onečišćenje prostora nesavjesnog lokalnog stanovništva ili dolaskom sve većeg broja turista i educirana radna snaga. Ovdje se očekuje suradnja svih sektora za dobrobit kraja i stanovništva. Izazov financiranja turističkih projekata danas teoretski i ne predstavlja veći problem obzirom na mogućnosti sufinanciranja i potpora iz nacionalnih i EU izvora.



NAŠA VIZIJA TURISTIČKOG RAZVOJA

Vizija turističkog razvoja naše općine predstavlja temeljnu stratešku odrednicu i sliku kakva destinacija želimo biti. Pri definiranju vizije trebamo uzeti u obzir i najvažnije turističke trendove kako bismo kroz realizaciju mogli odgovoriti željama i potrebama suvremenog gosta, ali uvijek uvažavajući načela održivog razvoja i stavljati naglasak na autentičnost doživljaja, netaknutu prirodu kao iz bajke, kvalitetu turističkog proizvoda i po mogućnosti ravnomjeran razvoj turizma na području cijele naše općine. Upravo to je naša vizija, upravo – to smo mi: UDBINA - PRAVA LIKA!

Ove dvije riječi ne samo da ih živimo, nego želimo da i naši gosti budu dio toga, dio one autentične, prave Like kao destinacije u kojoj se prirodu najintenzivnije može osjetiti. Želimo biti lider u tzv. "zelenoj Hrvatskoj" gdje se mogu zadovoljiti potrebe za luksuzom od sutra, ili žudnjom za mirom, tišinom, prostorom, susretljivošću, sigurnošću i zdravljem.

Ne imati stresa, imati vremena zastati, imati vremena za sebe i svoje najmilije, opustiti se, biti neopterećen, imati miran i lak san. Prostor za kretanje, za biti slobodan, doživjeti izvornost i ljepotu prirode, uživo vidjeti životinjski svijet, čuti njihove zvukove. Udisati čist i zdrav zrak, piti bistru i izvornu vodu, hraniti se domaćim specijalitetima i biti primljen kao prijatelj.

Nudimo gostu jedinstveni životni prostor za njegovu dobrobit i zdravlje. Želimo da se on osjeća kao kod svoje kuće i da ima želju doći ponovno. I to čim prije. To je ona prava Lika.

STRATEŠKI CILJEVI TURISTIČKOG RAZVOJA

Strateški ciljevi koji se temelje na prethodnoj viziji za područje naše općine su:

- * Unapređenje smještajne ponude
- * Unapređenje ugostiteljske ponude
- * Unapređenje ostale turističke ponude
- * Aktiviranje državne imovine u svrhu turizma
- * Briga o ekološkoj održivosti
- * Poticanje razvojnog okruženja i briga o društvenoj održivosti



Razvoj (novih) turističkih proizvoda

Kod planiranja razvoja turizma vodimo brigu da koncept razvoja bude usklađen sa suvremenim trendovima na turističkom tržištu, navikama i željama ciljnih skupina. Ne smijemo zanemariti brigu o našoj lokalnoj zajednici, našem okolišu, našim znamenitostima, našoj kulturnoj i povijesnoj baštini i temeljnim vrijednostima destinacije Udbina. S razvojem turističkih proizvoda uspostavljamo često puta kompleksan

lanac vrijednosti destinacije, počevši od same organizacije i sustava rezervacija i prihvata gostiju, preko prometa, smještajnih kapaciteta, ugostiteljskih objekata i onome što se gostima nudi, turističkih resursa i atrakcija, organizacije izleta, te ostalih potpornih i pratećih usluga na prostoru naše općine. Nećemo uspjeti ukoliko javni i privatni sektor ne budu surađivali i koristili sinergije. Izdvajamo pet mogućih turističkih proizvoda s najvećim potencijalom.





Turistički proizvod PRAVA LIKA & NACIONALNI PARKOVI

Povezivanje Nacionalnih parkova – NP Plitvička jezera, NP Sjeverni Velebit, NP Una (BIH)

Turistički proizvod temelji se na prirodnim vrijednostima okruženja i geoprometnom položaju naše općine. Spomenuti nacionalni parkovi predstavljaju jedne od najpoznatijih zaštićenih prirodnih vrijednosti u Hrvatskoj i Bosni i Hercegovini, te su kao takvi jak faktor u planiranju razvoja destinacije. Parkove se može povezati i tematski obzirom se nalaze na krškom području i sličnim predstavnicima biljnog i životinjskog svijeta. Valja napomenuti da NP Plitvička jezera i NP Una povezuju prirodne atraktivnosti sedrenih barijera. To su specifične barijere, karakteristične za krške vodotoke i uvjete koji prevladavaju u njima, te se prelijevanjem toka rijeke preko njih, stvaraju vodopadi i slapovi.

Uz navedeno, svakako valja spomenuti i blizinu Cerovačkih špilja, velikog spiljskog kompleksa na južnom Velebitu.

Naša općina Udbina može biti središte i ishodište u posjetu navedenih parkova. Kao primjer, predloženi programi uključivali bi smještaj na području općine Udbina, s jednodnevnim izletima prema svakom nacionalnom parku, pa i Cerovačkim špiljama. Takva ponuda uključivala bi višednevni boravak u Udbini, s mogućnošću proširivanja atrakcija za goste na području općine Udbina.

Ciljane skupine bili bi ljubitelji prirode, rekreativci, planinari, obitelji, učenici, studenti, znanstvenici. Svima se pruža mogućnost da u svega

nekoliko dana posjete čak tri nacionalna parka, te uživaju u ljepotama i gastronomiji Like. Valja napomenuti i edukativnu komponentu, jer prostor nudi mogućnost upoznavanja sa zanimljivim geološkim, geografskim i biološkim bogatstvom i fenomenima šireg prostora.

- razviti paket-ponudu višednevnog boravka i smještaja u Udbini, organizirani prijevoz do parkova
- na početku fokus na manje grupe zbog ograničenog broja smještajnih kapaciteta na prostoru općine

Turistički proizvod PRAVA LIKA ACTIVE

Moderni turisti danas žele aktivni odmor. Cilj je pridonijeti prepoznatljivosti naše općine kao destinacije idealne za provođenje određenih tipova aktivnog odmora, kao npr.:

- * Cikloturizam
- * Rekreacija i tzv. outdoor aktivnosti poput trekkinga, planinarenja, traila, paraglajdinga

Gledajući područje naše općine ili šire koja je okružena planinskim masivima Velebita, Plješivice i Male Kapele, naša općina može predstavljati ishodišnu točku prema navedenim planinama. Cijeli prostor općine je uz to prigodan za pješaćenja, planinarenje ili za organizaciju događanja brdskog biciklizma, trekking ili trail utrka koji u zadnje vrijeme doživljavaju pravi boom.

- razviti biciklističke i trekking staze uvođenjem sustava GPS mapa
- ulagati u turističku signalizaciju, izraditi karte i mobilne aplikacije

- sa svim znamenitostima, ugostiteljskoj i drugoj ponudi
- umrežiti “naše” staze i povezati ih s onima u okruženju
 - ponuditi tematski smještaj npr. bike&bed i osigurati servisne usluge poput iznajmljivanja, kupnje i popravka opreme
 - brendirati i pozicionirati općinu Udbinu kao novi doživljaj i zvijezdu aktivnog odmora

Turistički proizvod FOTO SAFARI / LOVNI TURIZAM

Na prostoru naše općine postoje povoljni uvjeti za razvoj safari i lovnog turizma. Raznolikost divljači ne privlači samo lovce, već i njihove pratitelje kao i ljubitelje foto safarija koji u ovom dijelu Like mogu naći jedinstvene pejzaže flore i faune. Kod nas žive jeleni, srne, vukovi, divlje svinje, divlje mačke, risovi, medvjedi, zečevi, kune i jazavci. Lovišta su u koncesiji, a kod lovaca kao gosti dominiraju Talijani koji su ljubitelji pernate divljači. Lovni turizam postaje sve značajniji oblik turizma, namijenjen prije svega gostima srednje i više platežne moći, koji su ljubitelji prirode i lovci. Postojeći smještajni kapaciteti u našoj općini su izuzetno ograničeni zbog čega lovci uglavnom koriste objekte u susjednim općinama.

- urediti postojeće i izgraditi nove “promatračnice” ili čeke
- izgraditi lovačke domove sa smještajnim kapacitetima
- koordinirati aktivnosti s lovačkom udrugom/lovočuvarom
- podržati otvaranje (lovačkog) muzeja i/ili parka u prirodnom ambijentu s domaćim životinjama i divljači (mini zološki vrt)



Turistički proizvod VIKEND U LICU

Osnovna postavka ovakvog proizvoda obuhvaća kreiranje ponude u kojoj bi turisti iz najvećih gradskih središta, tj. aglomeracija Hrvatske, udaljeni niti dva sata vožnje, dolazili na vikend odmor radi boravka u prirodi, pješaćenja, biciklizma ili "samo za bijeg" od gradske vreve s mogućnošću obilaska nacionalnih parkova u neposrednoj blizini.

- ponuditi vikend-pakete za obitelji, ljude koji samo traže mir ili za momačke večeri
- urediti postojeće objekte tako da se isti mogu koristiti i u hladnijim periodima
- ponuditi usluge poput jahanja, biciklizma, vožnja saonicama zimi
- brendirati i pozicionirati općinu Udbinu kao novu destinaciju "ispred kućnog praga"

Turistički proizvod AGROTURIZAM

Na području naše općine imali smo u 2016. godini registrirana 40 poljoprivredna gospodarstva. Nijedno od njih nije pružalo usluge smještaja, unatoč tome što su potencijali ovog proizvoda značajno veći od današnje potrošnje, a glavni razlozi su očito u nezainteresiranosti, financijama ili nepoznavanju prednosti koje nosi ovaj oblik turizma.

- poticati, osim vlastitih poljoprivrednih proizvoda, i smještaj s ponudom tradicionalnih jela i pića
- uključiti posjetitelje i goste u poslove npr. musti krave ili pripremiti zimnicu ili pripremiti zimicu
- ponuditi dodatne usluge poput jahanja ili biciklizma

- informirati gospodarstva o kreditnim linijama i korištenjem sredstava iz nacionalnih i europskih fondova



Turistički proizvod VJERSKI TURIZAM

U Udbini je 2010. godine dovršena Crkva hrvatskih mučenika koja se nalazi nad Krbavskim poljem. Ovo naše hrvatsko nacionalno svetište godišnje posjeti oko desetak tisuća hodočasnika, većina njih svake zadnje subote u kolovozu kada se uz središnje misno slavlje održava i niz drugih vjerskih i kulturnih programa te sajam. Ovo je dobra prilika da se posjetitelje informira o turističkoj ponudi koju im možemo

ponuditi s ciljem da neki od njih posjete našu općinu neovisno o ovoj proslavi.

- u dogovoru s crkvom i općinom postaviti info-štab s ponudom smještaja, znamenitostima, itd.
- uključiti lokalne poduzetnike i poljoprivredna gospodarstva u promociju, svakako im i omogućiti prodaju svojih proizvoda



Turistički proizvod KUL-TURA

Prirodna i kulturna baština temeljena na povijesti

Prostor današnje općine Udbina zauzima posebno mjesto u hrvatskoj nacionalnoj povijesti. Jedna od najvećih bitaka zbila se u rujnu 1493. godine na Krbavskom polju, a po mnogim autorima upravo se Krbavska bitka smatra početkom Stogodišnjeg rata Hrvatskog Kraljevstva i Osmanskog Carstva. Bitka je počela podno Udbine, a najvjerojatnije završila na mjestu današnje crkve sv. Marka Groba pokraj koje teče rječica Krbava. Uz navedenu bitku, te njene povijesne, političke i vojno-taktičke aspekte, na prostoru općine nalaze se još i srednjovjekovna utvrda Gradina i arheološki ostaci katedrale sv. Jakova iz 13. stoljeća, koja je bila i sjedište Krbavske biskupije. Svakako u tom kontekstu valja spomenuti i strateški značaj cijelog prostora, posebice u vrijeme Vojne Krajine. U 18. stoljeću istakao se jedan od najpoznatijih austro-ugarskih vojskovođa, Ernst Gideon von Laudon, koji je dao sagraditi crkvu u Buniću.

Preko puta Crkve hrvatskih mučenika nalazi se Krbavska kuća, koja se može pretvoriti u muzej i dokumentacijski centar. U tom prostoru prikazivale bi se borbene taktike, odore, oprema i oružje vojnika, rekonstrukcija same bitke, te bi posjetitelji u multimedijalnom okruženju doživjeli Krbavsku bitku.

- riješiti imovinsko-pravne odnose za Krbavsku kuću i staviti je u funkciju, te istu urediti i opremiti kao specijalizirani muzej

- sve relevantne kulturne i povijesne lokalitete na području općine obilježiti tako da ih se može integrirati u pješačke, biciklističke i dr. staze
- organizirati tematske manifestacije i festivale
- kreirati ponudu za organizatore edukativno-znanstvenih oblika turizma (ekskurzije, studijska putovanja i sl.)



Unapređenje smještajne ponude

Kako bi naša općina podigla razinu konkurentnosti i postala što atraktivnija destinacija, čim prije treba započeti s ulaganjem u podizanje kvalitete svih vrsta smještajnih kapaciteta, i ako je taj broj za sada još veoma pregledan.

To podrazumijeva:

- * Ulaganje u podizanje razine kvalitete postojećih objekata
- * Izgradnja dodatnih objekata više kategorije, posebice tematskih manjih hotela i mini-naselja
- * Izgradnja hostela
- * Izgradnja autokampa

Smještaj u kućanstvima trenutno dominira, no kategorizacija objekata nije na istoj razini. S jedne strane je broj objekata u odnosu na druge općine skoro pa zanemariv, a i sama struktura smještajnih kapaciteta kod većine ponuditelja ne dozvoljava produženje sezone izvan ljetnih mjeseci. Ovdje je nužno podići razinu kvalitete postojećih objekata.

Mali obiteljski hoteli nude personaliziranu uslugu koji moderni turist sve više traži i očekuje. Uz to i difuzni hoteli doprinose autentičnosti doživljaja.

Hosteli su posebno među mladim backpacking-turistima vrlo traženi,

a kako su smještaji npr. na Plitvicama daleko van njihovog budžeta, ovaj tip smještaja mogao bi na području naše općine dobro raditi cijelu godinu.

Kampiranje je sinonim za slobodu, život u prirodi, osjećaj za okoliš. Ne smije se zaboraviti da su vlasnici kampera uglavnom srednje ili veće platežne moći. Trend u ovom sektoru je svakako tzv. glamping ili tematski kampovi. Treba stvoriti uvjete da gosti ne kampiraju na divlje, već u kampu, a općina putem prostornog plana može odrediti moguću lokaciju ili lokacije za ovaj oblik turizma kako bi i ona dobila dio kolača. Trenutno samo u Europi ima više od 3,5 milijuna registriranih kamp vozila.

U prilog navedenom ide i činjenica da su Plitvička jezera udaljena od Udbine oko 50 km odnosno pola sata vožnje. Ove godine u NP Plitvička jezera računaju da će broj posjetitelja biti blizu dva milijuna što je porast za 40% u odnosu na 2016. godinu. Trend rasta će se vrlo vjerojatno nastaviti unatoč poskupljenju ulaznica i novog režima upravljanja posjetiteljima. Tako će ulaznice dogodine biti skuplje za 70 kuna, a kada uzmemo u obzir da su cijene smještaja na Plitvicama dosta visoke, otvara se mogućnost da dio posjetitelja «animiramo» za dolazak, noćenje i duži boravak na prostor naše općine jer im je to financijski atraktivnije, a našim iznajmljivačima i ugostiteljima stvaramo priliku zarade.



Unapređenje ugostiteljske ponude

Hrana i piće čine jednu od ključnih komponenti svakog odmora odnosno turističke ponude. Ugostiteljstvo stoga značajno utječe na ugled destinacije. A uz to, oni su bitna karika svog okruženja, ukoliko potiču lokalne proizvođače, poljoprivrednike i dobavljače. Na Tripadvisoru su za naše područje navedena dva restorana, od kojih je ovaj prvi dobio najviše i najbolje ocjene. Zbog velike površine područja općine, sigurno još ima mjesta za poneki objekt u kojem će se nuditi odlična, domaća hrana.



Unapređenje ostale turističke ponude

Dok veća turistička odredišta ili ona koja imaju dugu tradiciju, mogu ponuditi npr. centre za posjetitelje, vodene parkove ili tzv. zabavne zone, mi smo još daleko od toga. No, na području naše općine upravo se gradi jedna vrsta "vitality center", jedan novi koncept ponude koja ima edukativni i sportski sadržaj i wellness, a prema riječima investitora, za sada je namijenjena menadžerima iz Europe koji upravo ovdje u Lici mogu pronaći "svoj mir". I u ovom projektu će se koristiti kao hrana isključivo sve domaće.

Uz to se može nogometno igralište, kasnije s opcijom izgradnje u stadion s pratećim objektima, koristiti za turistički razvoj. Naime, igralište se nalazi na nadmorskoj visini od ca. 850 m i na lokaciji s vjerojatno najkvalitetnijim zrakom iz Europe. Stoga bi se lokacija mogla ponuditi klubovima iz tuzemstva i inozemstva za njihove pripreme za sezonu.

Aktiviranje državne imovine u svrhu turizma

Danas na području naše općine imamo 15-tak objekata koji se nalaze u vlasništvu države ili državnih poduzeća, a nisu u funkciji. Neki od njih su "prepušteni prirodi". Naš cilj je aktivirati ove objekte kako bi se oni mogli staviti u funkciju turizma. Pokrenut ćemo određene korake i utvrditi njihovu najbolju namjenu.

Briga o ekološkoj održivosti

Odgovorno korištenje svih prirodnih resursa, a osobito prostora naše općine kao najvrjednijeg turističkog resursa, su nam od iznimne važnosti. Naš turistički razvoj treba se stoga temeljiti na prostorno minimalno invazivnim projektima, kako bismo smanjili opasnost od moguće degradacije prostora i svih posljedica. Za projekte koji mogu dovesti do onečišćenja, potrebno je izraditi sve zakonom propisane studije utjecaja kako bismo mogli donijeti odluke da li podržavamo takve projekte ili ne.

Poticanje razvojnog okruženja i briga o društvenoj održivosti

Nositelj budućih turističkih aktivnosti na području općine svakako treba biti lokalno stanovništvo koje bi svojim uključenjem i energijom dalo impuls razvoju. To se ne bi odnosilo samo na stanovništvo zaposleno u turističkim djelatnostima, već i cijelom nizu popratnih djelatnosti, poput poljoprivrede, prometa, ugostiteljstva i administracije. Razvoj turizma na području naše općine treba biti prihvatljiv za naše stanovništvo, jer je podrška lokalne zajednice ključni čimbenik uspjeha provođenja strategije. Stoga je jedan od preduvjeta ubrzano stvarati poduzetnike koji su zainteresirani za ulaganje u turističke i s turizmom povezane projekte, a djelatnike javnih službi educirati kao i cjelokupno stanovništvo o najprimjerenijim načinima komunikacije i ophođenja s turistima.



LOKALNO STANOVNIŠTVO (UKLJUČENOST)

TURIZAM

LOKALNO STANOVNIŠTVO (POZITIVNO DJELOVANJE NA DEMOGRAFIJU)

CILJANA TRŽIŠTA

| Ciljana skupina Turistički proizvod | Opis |
|--|---|
| Rekreativci i ljubitelji prirode Prava Lika & Nac. parkovi Kul-tura | U navedenu ciljanu skupinu spadaju gosti koji žele posjetiti prirodne vrijednosti, najčešće pod određenim stupnjem zaštite. Može ih privući atraktivnost i „zvučnost“ prirodne vrijednosti. Također, traže i autohton doživljaj sredine kulture, povijesti društva i gastronomije. |
| Skupine aktivnog odmora Prava Lika Active | Ovu skupinu predstavljaju osobe koje od odmora očekuju određenu dozu aktivnosti, u nekim slučajevima i avanturizma, te različitih sportskih aktivnosti, kao što su planinarenje, biciklizam, brdski biciklizam, rafting, trekking i sl. Osim što destinaciju vrednuju prema atraktivnosti, nužna je i određena razina opremljenosti same destinacije, ovisno o ciljanim aktivnostima. Mladi, grupe, samci: (18-45) Pretežito: zrela dob (50 – 65) i treća dob (65 plus) Domaći, s vremenom i stranci |
| Lovci i ljubitelji prirode Foto Safari / Lovni turizam Kul-tura | Navedenu skupinu predstavljaju osobe orijentirane lovu, ali ujedno i ljubitelji prirode. Odlikuje ih poznavanje živog svijeta lokacije, a mnogi od njih uživaju u promatranju živog svijeta, te aktivnosti poput safari turizma. Također, zainteresirani su i za kulturno-povijesna obilježja, kao i gastronomske vrijednosti. Mladi: (18-45) Zrela dob (50 – 65) Domaći, ali i sve više stranaca (Talijani) |
| Obitelji s djecom Vikend u Lici Agroturizam | U skupini obitelji s djecom nalaze se obitelji koje žele otići na lokaciju koja će im pružiti miran odmor, uz obitelj i druženje. Odlučuju se i za vikend odmore, kao i odmore za praznike. Cijene kvalitetan smještaj sa sadržajima za cijelu obitelj, laku dostupnost, a kao dodatan motiv svakako su mogućnosti izleta na obližnja prirodna područja, posebice nacionalne parkove, parkove prirode i zaštićene prirodne vrijednosti. Domaći, s vremenom i stranci |
| Skupine u tranzitu | Skupinu predstavljaju turisti na putovanju prema obali Jadranskog mora, ili na povratku prema unutrašnjosti Hrvatske i unutrašnjosti Europe. Mogu ih privući kvalitetna ponuda gastronomije, kraćeg razgledavanja ili izleta. Domaći, s vremenom i stranci |



CILJEVI RAZVOJA TURIZMA

- * Povećanje broja smještajnih kapaciteta odnosno registriranih objekata na godišnjoj razini za 2 (obiteljska) objekta
- * Otvaranje 1 ho(s)tela do 2020. godine
- * Otvaranje 1 kampa do 2020. godine
- * Povećanje broja ostvarenih noćenja odnosno ukupnog turističkog prometa za 3-5% na godišnjoj razini
- * Brendiranje općine Udbina kao poželjnu destinaciju za odmor
- * Razvoj novih i inovativnih turističkih proizvoda
- * Zaštita prostora o moguće degradacije

PRIJEDLOG POČETNIH AKTIVNOSTI

- * Informirati lokalnu zajednicu, posebice već postojeće iznajmljivače i ugostitelje, o mogućnostima sufinanciranja ulaganja odnosno povlačenja sredstava iz nacionalnih i europskih fondova (ovo bi mogao biti dodatni motiv za neke!)
- * Pratiti nacionalne natječaje (HTZ, MINT) i aplicirati za sredstva za izradu informativnih brošura, turističkih karta, turističke (smeđe) signalizacije
- * Na web stranici Općine Udbina pod linkom "Turizam" navesti sve registrirane iznajmljivače i ugostitelje, te po mogućnosti barem taj link prevesti na 1-2 strana jezika
- * U dogovoru s iznajmljivačima i ugostiteljima kreirati web stranicu samo za turizam dok se ne osnuje turistička zajednica
- * Intenzivirati suradnju s HTZ-om i TZ-om županije
- * Jumbo plakati uz državnu cestu
- * Promocija u prijateljskim općinama u tuzemstvu i inozemstvu
- * Uključiti udruge u promociju turizma (npr. vatrogasce i donacija iz Austrije)

AKCIJSKI PLAN

| AKTIVNOST | CILJ AKTIVNOSTI | MJERA AKTIVNOSTI | OČEKIVANI REZULTATI | NOSITELJ AKTIVNOST | IZVOR FINANCIRANJ | ROK PROVEDBE |
|---|---|---|--|--|--|--------------|
| Razvoj (novih) turističkih proizvoda | Razvoj novih oblika turističke ponude, kreiranje turističke ponude razvojem prepoznatljivih i na turističkom tržištu konkurentnih proizvoda. | <ul style="list-style-type: none"> - razvoj turističkih proizvoda temeljenih na specifičnostima prostora općine Udbina - poboljšanje prometne povezanosti sa okolnim područjima - uređenje biciklističkih i pješačkih staza - briga o prirodnim vrijednostima - intenziviranje marketinških aktivnosti | <ul style="list-style-type: none"> - Pozicioniranje i stvaranje prepoznatljivog imidža destinacije - Razvoj i jačanje konkurentnosti - Visoka zaposlenost - Suradnja lokalnih dionika - Održivi turistički razvoj | Općina Udbina, Hrvatska turistička zajednica (HTZ), Turistička zajednica Ličko-senjske županije, privatni sektor, organizacije civilnog društva (Udruge) | Proračun Općine, Fondovi i programi Europske Unije*, Resorna ministarstva**, Privatni sektor | 2017.-2022. |
| Unaprjeđenje smještajne ponude | Unaprjeđenje smještajnih kapaciteta kao ključnog dionika kvalitetnog turističkog razvoja i kreiranja konkurentne turističke ponude. | <ul style="list-style-type: none"> - poticanje gradnje i unaprjeđenje postojećih smještajnih kapaciteta - izgradnja komunalne infrastrukture i uređenje pristupnih puteva - poticanje investicija u privatnom sektoru. | <ul style="list-style-type: none"> - Povećanje kvalitetnih i adekvatnih smještajnih kapaciteta | Općina Udbina, Hrvatska turistička zajednica (HTZ), Turistička zajednica Ličko-senjske županije, privatni sektor | Fondovi i programi Europske Unije*, Resorna ministarstva**, Privatni sektor | 2017.-2022. |
| Unaprjeđenje ugostiteljske ponude | Promocija i unaprjeđenje postojećih ugostiteljskih kapaciteta, poticanje otvaranja novih ugostiteljskih kapaciteta i obiteljskih gospodarstva s ponudom temeljenom na lokalnim obilježjima. | <ul style="list-style-type: none"> - pomoć prilikom pozicioniranja ugostiteljske ponude i ugostiteljskih objekata na tržištu - zajedničke marketinške aktivnosti na tržištu - potpora lokalne zajednice | <ul style="list-style-type: none"> - Prepoznatljiva gastronomska ponuda (made in Lika) - Lokalni OPG-ovi dobavljači, simbioza poljoprivrede i turizma - Promicanje eko-proizvodnje | Općina Udbina, Hrvatska turistička zajednica (HTZ), Turistička zajednica Ličko-senjske županije, privatni sektor, udruge | Privatni investitori, Fondovi Europske Unije, Ministarstvo turizma, Vlada RH | 2017.-2022. |

* Fondovi i programi Europske Unije: Ovdje ima potencijalno nekoliko programa bespovratnih potpora iz ESIF-a - Europski strukturni i investicijski fondovi (EFRR, EFR, KF, EPFRR) ili programa (COSME, Obzor 2020, Kreativna Europa).

** Resorna ministarstva: Ovdje ima nekoliko operativnih programa koje uglavnom raspoređuju Ministarstvo poljoprivrede i Ministarstvo turizma





| AKTIVNOST | CILJ AKTIVNOSTI | MJERA AKTIVNOSTI | OČEKIVANI REZULTATI | NOSITELJ AKTIVNOST | IZVOR FINANCIRANJ | ROK PROVEDBE |
|--|--|--|---|--|--|--------------|
| Unaprjeđenje ostale turističke ponude | Razvoj ostalih oblika turističke ponude (zdravstveni i sportski turizam, i sl.) koji su temeljeni na geografskom položaju i očuvanoj prirodnoj baštini prostora općine Udbina, s ciljem povećavanja konkurentnosti na turističkom tržištu. | <ul style="list-style-type: none"> - uključivanje svih zainteresiranih dionika u kreiranju ponude - obnova infrastrukture (stadion) - razvoj adekvatne komunalne infrastrukture | <ul style="list-style-type: none"> - Turistička ponuda posebnih vidova turizma (pustolovni, sportski, kulturni, povijesni, itd., detaljnije opisani pod Turističkim proizvodima) | Općina Udbina, Hrvatska turistička zajednica (HTZ), Turistička zajednica Ličko-senjske županije, privatni sektor, udruge | Fondovi i programi Europske Unije*, Resorna ministarstva**, Privatni sektor | 2017.-2022. |
| Aktiviranje državne imovine u svrhu turizma | Aktiviranje objekata u vlasništvu Republike Hrvatske ili državnih poduzeća, s ciljem davanja turističke funkcije objektima ili funkcije popratnih turističkih sadržaja | <ul style="list-style-type: none"> - analiza i određivanje namjene navedenim objektima u svrhu turizma - popratnih sadržaja - pomoć pri pravnim i administrativnim aspektima namjene | <ul style="list-style-type: none"> - Revitalizacija objekata u vlasništvu države i državnih tvrtki u svrhu turizma, npr. Krbavska kuća - Objekti u funkciji se održavaju i ne propadaju | Općina Udbina, Ministarstvo državne imovine, Županija | Općina Udbina, Hrvatska turistička zajednica (HTZ), Turistička zajednica Ličko-senjske županije, privatni sektor, udruge | 2017.-2022. |
| Briga o ekološkoj održivosti | Poticanje održivog i odgovornog korištenja prirodnih resursa s ciljem osiguranja održivosti budućeg razvoja. | <ul style="list-style-type: none"> - plansko i održivo upravljanje prostorom - stručna procjena i analiza svakog zahvata u prostoru - poštivanje ograničenja prirodne osnove i prostora u cjelini | <ul style="list-style-type: none"> - Poštivanje prostornih obilježja i ograničenja - Brendiranje prostora općine kao "zelen" (Green/Eco) | Općina Udbina, Resorna ministarstva | Općina Udbina, Fondovi i programi Europske Unije*, Resorna ministarstva** | 2017.-2022. |
| Poticanje razvojnog okruženja i briga o društvenoj održivosti | Poticanje zainteresiranog lokalnog stanovništva na uključivanje u turističke i popratne djelatnosti s ciljem da lokalno stanovništvo postane nositelj razvoja u svrhu društvene održivosti, posebice održivosti demografske komponente. | <ul style="list-style-type: none"> - uključivanje lokalnih poduzetnika u kreiranju turističke ponude - rad na dodatnom usavršavanju lokalnog stanovništva na području turizma, prometa i poljoprivrede - poticanje novih lokalnih turističkih djelatnika - pomoć u privlačenju investicija | <ul style="list-style-type: none"> - Maksimalna (socijalna) uključenost svih lokalnih zainteresiranih dionika u turizmu - Obrazovano stanovništvo | Općina Udbina, privatni sektor, organizacije civilnog društva (Udruge) | Općina Udbina, Fondovi i programi Europske Unije*, Resorna ministarstva** | 2017.-2022. |












* Fondovi i programi Europske Unije: Ovdje ima potencijalno nekoliko programa bespovratnih potpora iz ESIF-a - Europski strukturni i investicijski fondovi (EFRR, EFR, KF, EPFRR) ili programa (COSME, Obzor 2020, Kreativna Europa).

** Resorna ministarstva: Ovdje ima nekoliko operativnih programa koje uglavnom raspoređuju Ministarstvo poljoprivrede i Ministarstvo turizma





PROJEKT

| | |
|---|---|
| 1. Pozicioniranje destinacije Udbina |  |
| 2. Povezivanje Nacionalnih parkova – NP Plitvička jezera, NP Sjeverni Velebit, NP Una (BIH) |  |
| 3. Povezivanje Hrvatskih planina i visova – Velebit – Plješivica – Mala Kapela |  |
| 4. Gastro turizam i proizvodnja zdrave hrane |  |
| 5. Razvoj stočarstva i mini sirana |  |
| 6. Tematske, povijesne i druge staze |  |
| 7. Safari turizam/Lovni turizam |  |
| 8. Vikend turizam za domaće turiste |  |
| 9. Sportsko/rekreacijski turizam; uređenje stadiona i sportskog centra |  |
| 10. Poticanje gradnje i povećanje smještajnih kapaciteta |  |
| 11. Poticanje otvaranja kampova |  |
| 12. Plan razvoja marketinga |  |

OZNAKA



STUPANJ VAŽNOSTI

VISOK



SREDNJE



NIZAK

| Projekt/proizvod | Vrsta prizvoda/prema strategiji* | Podudarnost sa strategijom (za regiju Lika-Karlovac)* |
|--|----------------------------------|---|
| Povezivanje Nacionalnih parkova – NP Plitvička jezera, NP Sjeverni Velebit, NP Una (BIH) | Eko turizam | Primarni proizvod |
| Povezivanje Hrvatskih planina i visova – Velebit – Plješivica – Mala Kapela | Planinski | Primarni turizam |
| Gastro turizam i proizvodnja zdrave hrane | Gastro i eko | Tercijarni proizvod |
| Razvoj stočarstva i mini sirana | Gastro i eko | Tercijarni proizvod |
| Safari turizam/Lovni turizam | Eko turizam/Lov/Ribolov | Primarni/sekundarni proizvod |
| Sportsko/rekreacijski turizam; uređenje stadiona i sportskog centra | Sportske pripreme | Tercijarni proizvod |
| Uređenje biciklističkih staza na području Općine | Cikloturizam | Primarni proizvod |

*Prema strategiji razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine

Marketing komuniciranje i oglašavanje

Jedna od slabosti u razvoju turizma općine Udbina predstavlja i nedostatak Turističke zajednice u općinu Udbina. Samim time, izostaje i planiranje, razvoj i usmjeravanje destinacije na tržištu. Općina Udbina bi trebala preko svih dostupnih alata razvijati destinacijski marketing i prepoznatljivost Općine na turističkom tržištu, a sve uz suradnju svih subjekata u turizmu. Načina oglašavanja u današnje vrijeme svakako je mnogo, te se treba nastojati doprijeti do tržišta svih dobnih skupina.

Primjeri razvoja marketinga

Web stranica Turističke zajednice, Profili na društvenim mrežama

Oglašavanje u elektronskim medijima

Obavijesne ploče – table na cestovnim pravcima (A1, D1)

Oglašavanje u tiskanim medijima

Organizacija studijskih putovanja za predstavnike turoperatora i turističkih agencija

Organizacija studijskih putovanja za predstavnike medija

Posjet turističkim sajmovima, Promocija u gradovima i drugim regijama

Suradnja u promociji prepoznatljivih proizvoda iz općine Udbina





USKLAĐENOST SA STRATEŠKIM DOKUMENTIMA VIŠE RAZINE

U izradi Strategije razvoja naše Općine poduzimamo sve mjere kako bismo osigurali sukladnost s postojećim strateškim dokumentima "više razine", na europskoj, nacionalnoj i županijskoj razini.

Ciljevi i prioriteti našeg razvoja usklađeni su sa razvojnim ciljevima i prioritetima navedenih strateških dokumenata kako bi se osigurala prepoznatljivost, potreba i mogućnost financiranja njihovog zadovoljavanja.

Naša strategija vrijedi za razdoblje do 2022. godine odnosno do izrade i usvajanja novog dokumenta.

ZAKLJUČCI I PROVEDBA

Prostor Općine Udbina posjeduje određene prostorne prednosti za razvoj turizma. Primjenjujući zadane smjernice iznesene u ovoj strategiji, prije svega u razvoju kvalitetne ponude i kreiranju konkurentnog turističkog proizvoda, općina Udbina se može pozicionirati kao važan subjekt na turističkom tržištu Hrvatske i ovog dijela Europe. Također, nužno je da primjena smjernica obuhvaća sve relevantne faktore, vezane direktno ili indirektno, za razvoj turizma na prostoru općine Udbina. To podrazumijeva i poticanje izgradnje novih te unaprjeđenje postojećih smještajnih kapaciteta, poticanje razvoja ugostiteljskih objekata, uređenje lokalnih staza, cesta i putova, razvoj kvalitetnih kadrova i ljudskih potencijala, te planiranja razvoja cjelokupne destinacije.

Pri tome valja voditi računa i o ograničavajućim faktorima, prije svega ograničenjima prirodne osnove, odnosno okoliša, jer su sama obilježja i kvaliteta okoliša jedni od glavnih atraktivnosti prostora općine Udbina. Jedan od ograničavajućih faktora su i društvena obilježja, prije svega demografska obilježja. Starenje ukupnog stanovništva, smanjenje udjela mladog stanovništva, te niska stopa nataliteta, predstavljaju ozbiljne ograničavajuće mogućnosti razvoja turizma ali i ostalih gospodarskih djelatnosti. Upravo zato bi dokumenti poput ove strategije trebali za krajnji cilj imati poboljšanje kvalitete života na području općine Udbina, omogućiti porast standarda života, a sve s ciljem zadržavanja stanovništva, ali s ciljem ostvarenja pozitivnih demografskih trendova i porast stanovništva.

U skladu s navedenim nužni koraci su sljedeći:

- * Poštivati prostorna obilježja općine Udbina
- * Uključiti sve interesne skupine, te na najbolji mogući način primijeniti i razviti predložene mjere
- * Poticati osobni profesionalni razvoj svakog pojedinca, u konkretnom slučaju zainteresiranih stanovnika općine
- * Pozicionirati Udbinu kao prepoznatljivu destinaciju
- * Poticati razvoj infrastrukture, smještajnih jedinica, ugostiteljskih objekata, te komunalne infrastrukture
- * Raditi na kreiranju kvalitetnih turističkih proizvoda, te prepoznatljive ponude
- * Razviti suradnju sa susjednim područjima, općinama i ustanovama koje skrbe o zaštićenim prirodnim vrijednostima

Prilikom implementiranja navedene strategije, bez obzira na opseg i stupanj primjene, potrebno je uključiti sve zainteresirane skupine, javni i privatni sektor, lokalne udruge i građane, pri tom uvažavajući različita mišljenja i vizije, da bi se došlo do zajedničkog cilja na zadovoljstvo cjelokupnog stanovništva općine Udbina.

OVAJ PROJEKT SUFINANCIRAN JE SREDSTVIMA EUROPSKE UNIJE

**Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj
STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA OPĆINE UDBINA DO 2022.**



**PROGRAM RURALNOG RAZVOJA 2014. - 2020.
UDIO FINANCIRANJA: 85% EU, 15% RH**

**EUROPSKI POLJOPRIVREDNI FOND ZA RURALNI RAZVOJ
EUROPA ULAŽE U RURALNA PODRUČJA**