

# Cetinka 2.0

---

**Odrljjin, Tomislav**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2020**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:*

**University of Split, Faculty of Civil Engineering, Architecture and Geodesy / Sveučilište u Splitu, Fakultet građevinarstva, arhitekture i geodezije**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:123:876885>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-03-28**



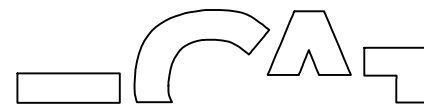
*Repository / Repozitorij:*

[FCEAG Repository - Repository of the Faculty of Civil Engineering, Architecture and Geodesy, University of Split](#)



UNIVERSITY OF SPLIT





Diplomski rad  
**CETINKA 2.0**

Komentorski rad  
**NOSITELJI ŽIVOTA RURALNE  
SREDINE, NEKAD I SAD**

Student: Tomislav Odrjin  
Mentor: prof. Ante Kuzmanić dipl.ing.arh.  
Komentor: doc. dr. sc. Hrvoje Bartulović dipl.ing.arh.  
Konzultant za konstrukciju: prof. dr. sc. Ivica Boko  
Akademska godina: 2019./2020. | ljetni rok

**SVEUČILIŠTE U SPLITU**  
FAKULTET GRAĐEVINARSTVA,  
ARHITEKTURE I GEODEZIJE

**UNIVERSITY OF SPLIT**  
FACULTY OF CIVIL ENGINEERING,  
ARCHITECTURE AND GEODESY

## 1. UVODNI DIO

1.1	UVOD	_02
1.2	O LOKACIJI	_03

## 2. KOMENTORSKI RAD

2.1	NEKAD: TVORNICA "CETINKA"	_05
2.2	SAD: OBITELJSKA POLJOPRIVREDNA GOSPODARSTVA (OPG)	_07
2.3	CETINKA 2.0- PROGRAMSKE SMJERNICE	_10
2.4	ZAŠTO TRŽNICA?	_10
2.5	POVIJEST TRŽNICA	_11
2.6	DRUŠTVENO- EKONOMSKI ČIMBENICI	_13
2.7	ODRŽIVOST TRŽNICA- PRIMJERI	_15
2.8	FUNKCIONALNA SHEMA TRŽNICE I PODUZETNIČKOG CENTRA	_17
2.9	PROGRAMSKI SADRŽAJ	_18
2.10	POPIS IZVORA	_19

## 3. GRAFIČKI DIO

3.1	URBANISTIČKI KONCEPT	_20
3.2	SITUACIJA 1:1000	_22
3.3	SITUACIJA 1:1000- TRŽNICA	_23
3.4	ARHITEKTONSKI KONCEPT	_24
3.5	TLOCRTI TRŽNICE	_25
3.6	PRESJECI TRŽNICE	_29
3.7	POGLEDI TRŽNICE	_31
3.8	PROSTORNI PRIKAZI	_35
3.9	DETALJ FASADE TRŽNICE	_37
3.10	ISKAZ POVRŠINA	_38
3.11	SITUACIJA 1:1000- GRADSKA UPRAVA I DVORANA	_39
3.12	TLOCRTI POSTOJEĆEG STANJA	_40
3.13	PRESJEK POSTOJEĆEG STANJA	_44
3.14	TLOCRTI NOVOG STANJE	_45
3.15	PRESJECI NOVOG STANJA	_49
3.16	POGLEDI NOVOG STANJA	_51
3.17	AKSONOMETRIJA	_54
3.18	DETALJ FASADE ZGRADE UPRAVE	_55
3.19	ISKAZ POVRŠINA	_56
3.20	SITUACIJA 1:1000- STAMBENA ZONA	_57
3.21	TLOCRTI TIPOVA STAMBENIH ZGRADA	_58
3.22	PRESJECI STAMBENIH ZGRADA	_62
3.23	POGLEDI STAMBENIH ZGRADA	_64
3.23	AKSONOMETRIJA KOMPLEKSA	_68

## | 1.1 UVOD

Tema diplomskog rada je revitalizacija prostora bivše tvornice za preradu plastičnih masa "Cetinka" Trilj, nastala 1958. godine. Uslijed raspada Jugoslavije grad Trilj je sve manje ovisio o ovom industrijskom postrojenju, čiji je opseg posla, a time i broj radnika postupno opadao. Do zlatnog doba tvornice ljudi su se bavili najčešće poljoprivredom i stočarstvom koje su potom napuštali da bi se zaposlili u tvornici. Početkom 21. st. ovaj prostor biva konačno napušten. Objekti propadaju i tako štete vizuri i teksturi grada, a ljudi se još jednom okreću poljoprivredi i stočarstvu. Prostor nepromijenjen ostaje sve do danas.

Kako i zašto sačuvati pojedine objekte? Kako obnoviti zapušteni prostor? Kako u jednoj maloj urbanoj, ruralnoj sredini generirati radna mjesta? Kako potaknuti razvoj malih i srednji gospodarstava? Kako oživjeti ovaj prostor još jednom?





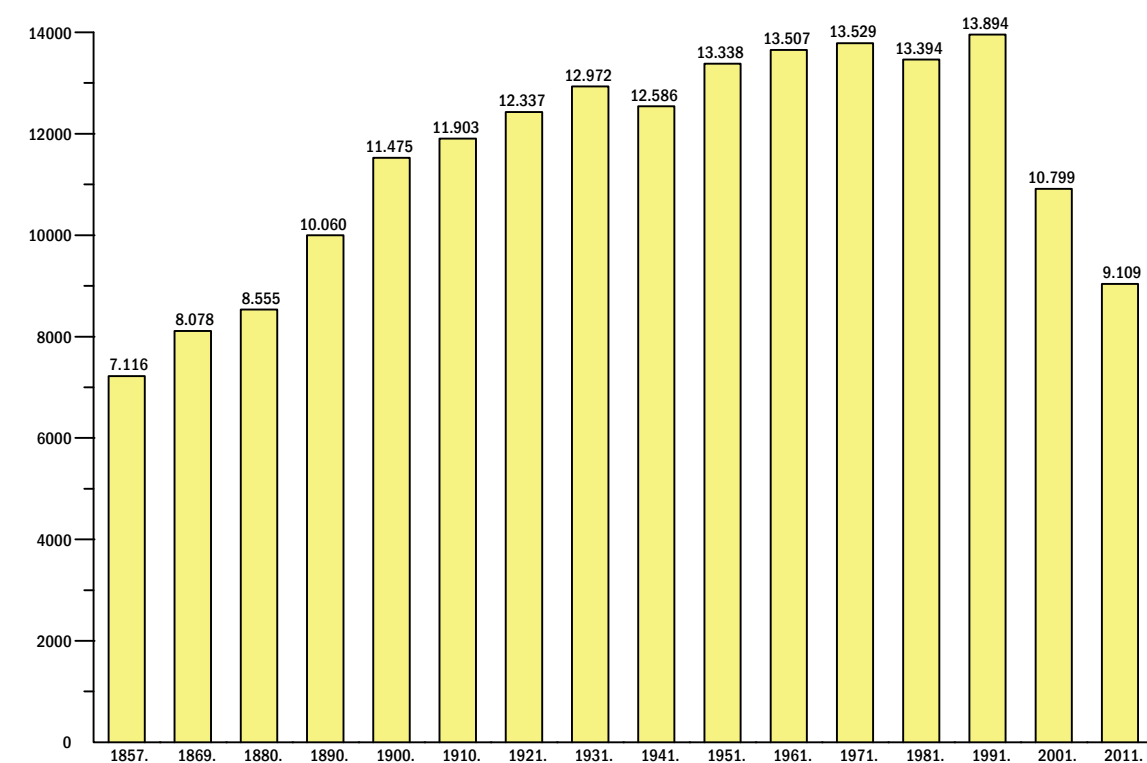
## 1.2 O LOKACIJI

Grad Trilj je smješten na komunikacijskom smjeru između priobalja i unutrašnjosti Dalmacije, na mjestu najpovoljnijeg prijelaza preko rijeke Cetine neposredno prije njenog kanjonskog korita. Također je tumačen kao važno križanje putova za Bosnu s jedne, Imotski i Hercegovinu s druge te obalu s treće strane. Nalazi se na jugu Sinjskog polja koje obuhvaća 64 km<sup>2</sup> plodnog tla i danas je nositelj života u ovoj maloj ruralnoj sredini.

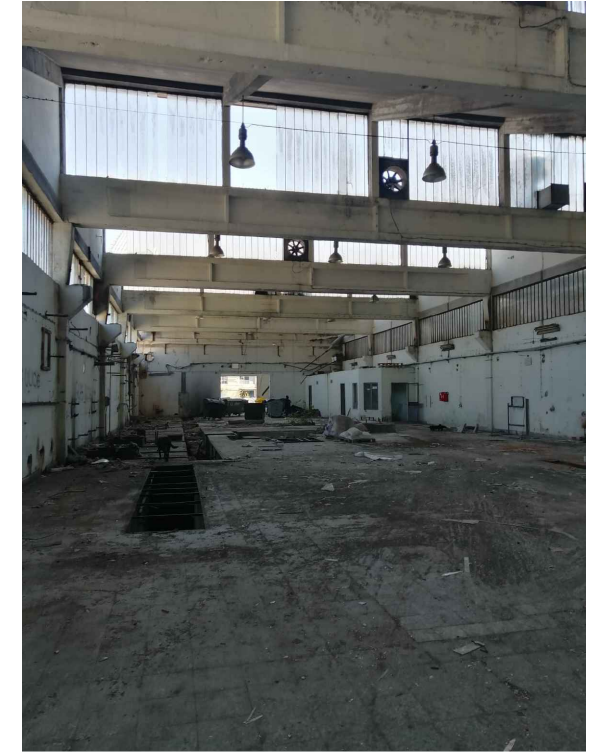
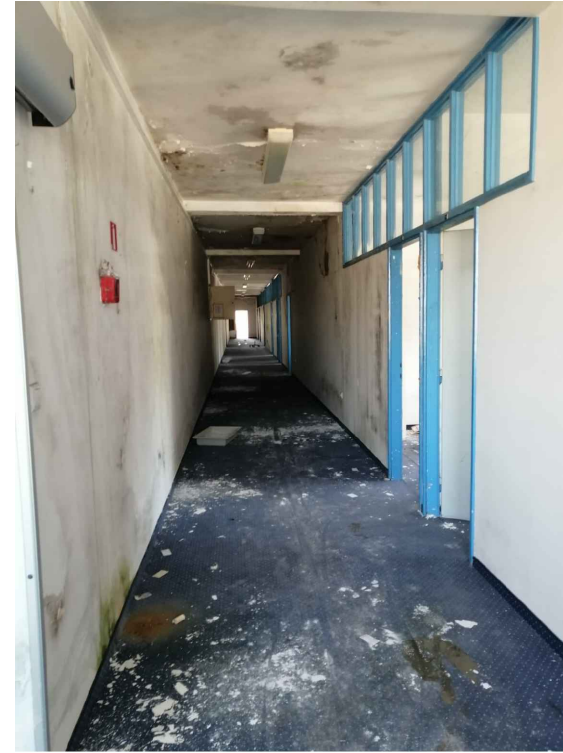
Odabrana lokacija, prostor bivše tvornice prerade plastičnih masa "Cetinka" nalazi se uz državnu cestu D60 koja povezuje Trilj sa Imotskim odnosno graničnim prijelazom za Bosnu i Hercegovinu i u neposrednoj je blizini državne ceste D220 koja također povezuje grad Trilj s graničnim prijelazom za BiH. Utjecaj tih cesta na razvoj grada Trilja i odabrane lokacije jedan je od ključnih. Lokacija bivše tvornice Cetinka udaljena je od gradskog "centra" svega 500 metara stoga ima potencijal postati novim gradskim centrom.

Sa jugoistočne i jugozapadne strane tangira obiteljskim kućama i Crkvi dok sa sjeveroistočne i sjeverozapadne tangira polju i manjem broju obiteljskih kuća. Također na zapadnoj strani nalazi se još jedan napušteni objekt za koji Cetinka može poslužiti kao ogledni primjer prenamjene. Površina lokacije iznosi oko 4 ha (40 000 m<sup>2</sup>) što je u mjerilu ovog grada velik i neiskorišten prostor.

Trilj je grad sa 9108 stanovnika sa užom okolicom dok sam grad ima svega 2046 stanovnika.



| 1.2 O LOKACIJI





## TEMA ODABRANOG PODRUČJA: NOSITELJI ŽIVOTA RURALNE SREDINE, NEKAD I SAD

U komentorskom radu će se obraditi povijest tvornice i njena dobrobit za Cetinsku krajinu i grad Trilj i OPG-ove kao danas najzastupljeniju djelatnost lokalnog stanovništva. U konačnici to nas dovodi do edukacijskog centra i tržnice čiju povijest, primjere održivosti, funkcionalnu shemu i programski sadržaj istražujemo i definiramo kroz komentorski rad.

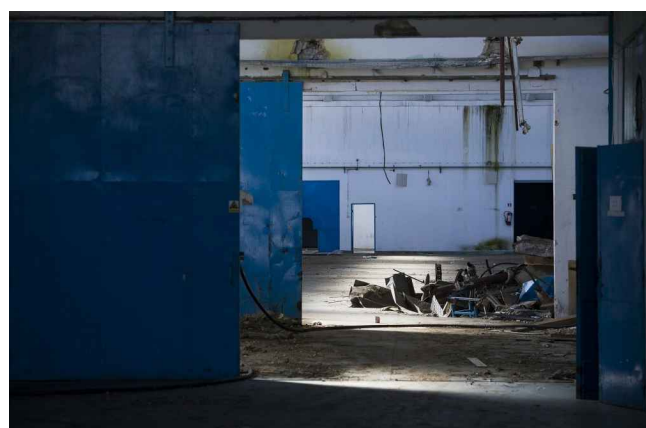
### | 2.1 NEKAD: TVORNICA "CETINKA"

Godine je 1958. u Trilju otvorena prva velika tvornica koja se na čitavom području „gornjeg“ toka rijeke Cetine nalazila izvan Sinja. Bila je to tvornica za preradu plastičnih masa „Cetinka“. Vrijedi istaknuti da se u prvoj fazi proizvodnje tvornica isključivo posvetila proizvodnji češljeva, kojih je dnevno trebalo biti proizvedeno 1500. Broj je dnevno proizvedenih češljeva već sljedeće godine dosegao brojku 4 000, od kojih je velik broj njih izvezen u druge dijelove zemlje, a prije svega u Sloveniju i Srbiju. Osim češljeva, tvornica je krajem desetljeća započela i proizvodnju zimske dječje i ženske obuće. Zahvaljujući ovoj tvornici, Trilj se s vremenom od seoskog središta, poput Dugog Rata, razvio u mali gradić. Ipak, Trilj se izgradnjom ove tvornice nametnuo kao novi industrijski centar i gradsko naselje Cetinskog kraja, koje će, pak, do svog punog izražaja doći u sljedećim desetljećima.

Šezdesetih godina se pripremala za serijsku proizvodnju PVC ploča, izgradivši za tu svrhu veliku halu i ugradivši u nju pami kotao za njihovu produkciju. U sklopu „Cetinke“ ubrzo je otvoren i pogon za proizvodnju obuće, čime je tvornica uvelike proširila opseg djelatnosti u odnosu na prethodno desetljeće. Zbog uspješnog je poslovanja, „Cetinka“ ubrzo postala mamac za brojne stanovnike sela u okolini Trilja, koji su se nastojali zaposliti unutar njenih postrojenja, napustivši svoje dotadašnje, uglavnom stočarsko ili poljoprivredno zanimanje. Sedamdesetih godina tvornica je planirala učetvorostručiti proizvodnju folija, PVC ploča i ostalih proizvoda. Obzirom na čestu diverzifikaciju i širenje obujma posla "Cetinka" do osamdesetih godina prošlog stoljeća zapošljava preko 1100 radnika.

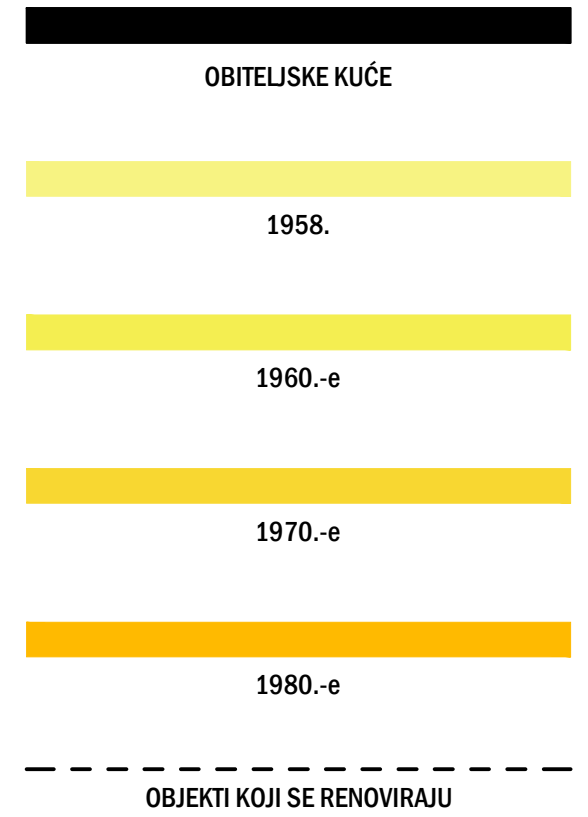
Početak rata, '91. tvornica polako propada i gubi znatne svote novca. Do konačnog pada odnosno gašenja 2008. nekoliko je poduzetnika pokušalo s oživljavanjem, ali neuspješno. I 2008. taj nositelj života Trilja i Cetinske krajine za sobom ostavlja prazan prostor od 4 ha i tisuću radnika bez posla.

Danas se tvornički kompleks nalazi pretežito u ruševnom stanju. Svi objekti osim zgrade uprave i proizvodne hale koja je u neposrednoj blizini nje su za rušenje, a neke su se već i same urušile i propale. Diplomski rad planira uz projektiranje novih objekata obnoviti i dvije spomenute zgrade koje su u dobrom stanju kao memoriju na nekadašnju tvornicu te u njih smjestiti neke od sadržaja koji su potrebni gradu.



*"Osta' samo sanak pust' o lijepom životu i zaposlenju kod kuće, a ne tamo negdje u Europi."*

|2.1 NEKAD: TVORNICA "CETINKA"





KATEGORIJA KORIŠTENJA	POVRŠINA (ha)	UDIO U UKUPNOJ POVRŠINI (%)
ORANICE I VRTOVI	708,23	40,40
POVRTNJACI	31,39	1,79
LIVADE	226,54	12,90
PASNJACI	174,84	9,90
VOCNJACI	14,67	0,83
VINOGRADI	83,22	4,75
RASADNICI	0,01	0,00
OSTALO	540,6	30,90
<b>UKUPNO OBRADIVO ZEMLJIŠTE</b>	<b>1 747,58</b>	<b>78,58</b>
OSTALA ZEMLJIŠTA	180,23	8,10
ŠUMSKA ZEMLJIŠTA	295,96	13,30
<b>UKUPNO</b>	<b>2 223,77</b>	<b>100,00</b>

SKUPINA POLJOPRIVREDNIH KUĆANSTAVA PREMA UKUPNO RASPOLOŽIVOM ZEMLJIŠTU	TRILJ	
BROJ KUĆANSTAVA	1759	
UKUPNO RASPOLOŽIVA POVRŠINA ZEMLJIŠTA (ha) (ukupno korišteno + ostala zemljišta)	1748,11	
KORIŠTENO POLJOPRIVREDNO ZEMLJIŠTE (ha)	UKUPNO KORIŠTENO (u vlasništvu + uzeto u zakup - dano u zakup)	1207,51
	U VLASNIŠTVU	1200,79
	UZETO U ZAKUP	49,59
	DANO U ZAKUP	42,87
OSTALA ZEMLJIŠTA (ha)	540,6	
BROJ PARCELA KORIŠTENOG POLJOPRIVREDNOG ZEMLJIŠTA	6,695	



## 2.2 SAD: OBITELJSKA POLJOPRIVREDNA GOSPODARSTVA (OPG)

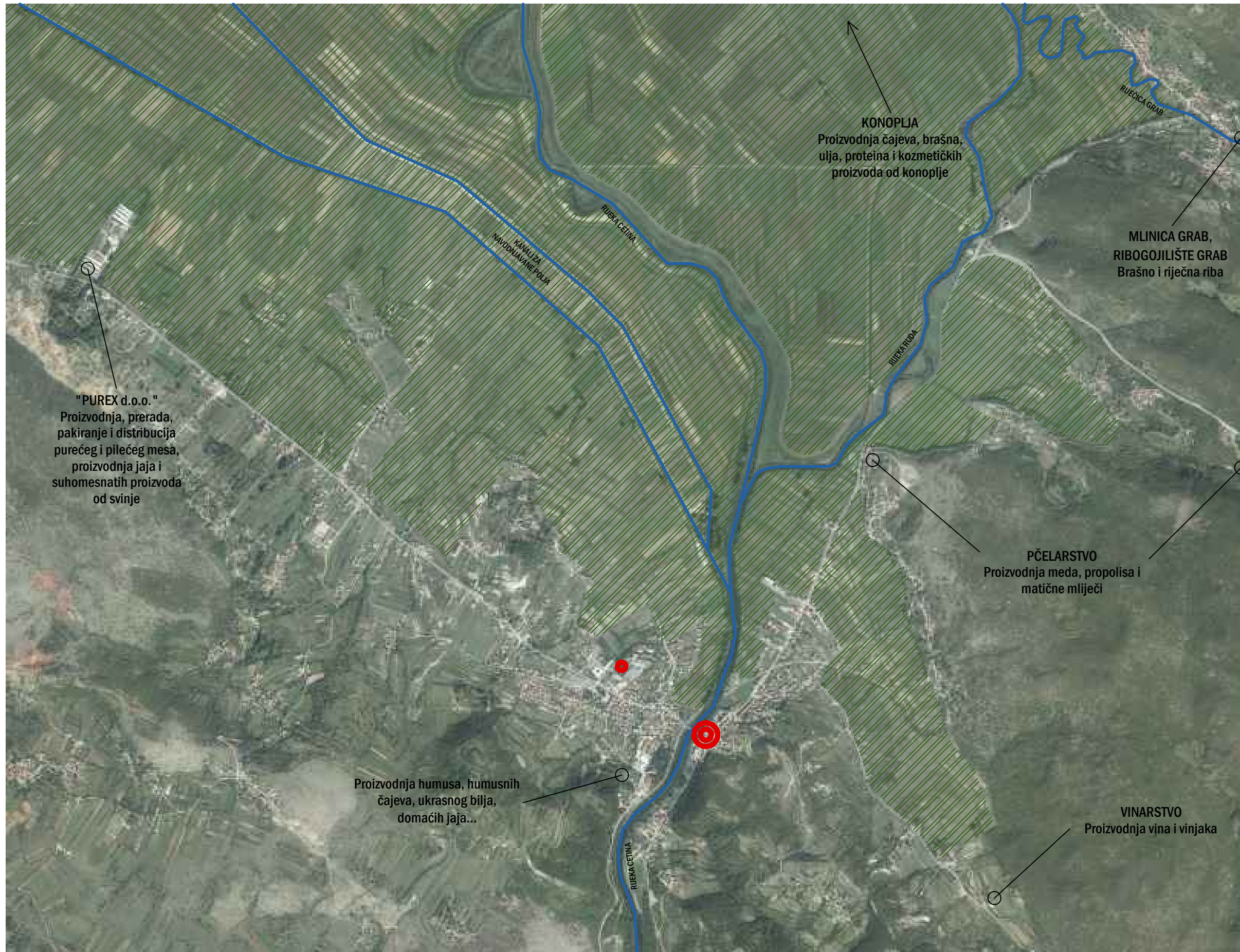
"OPG je organizacijski oblik gospodarskog subjekta poljoprivrednika fizičke osobe koji radi stvaranja dohotka samostalno i trajno obavlja djelatnost poljoprivrede i s njom povezane dopunske djelatnosti, a temelji se na korištenju vlastitih i/ili unajmljenih proizvodnih resursa te na radu, znanju i vještinama članova obitelji."

Današnjica ruralnih sredina bazirana je na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima što pokazuje broj od čak 13 307 prijavljenih OPG-ova u Splitsko-dalmatinskoj županiji u 2019. godini. U Dalmatinskoj zagori odnosno u gradu Trilju s obzirom na vrijedne prirodne resurse te tradicionalnu usmjerenost stanovnika na bavljenje poljoprivredom logično je preko te "grane" razvijati i potencirati rast ove male ruralne sredine.

"Prema podacima Državnog zavoda za statistiku (2003. godina) na području grada Trilja bilo je 1.759 poljoprivrednih kućanstava koja koriste ukupno 1.748,11 ha zemljišta. Prevladavajući dio agrarne strukture čine obiteljska poljoprivredna gospodarstva, u čijem je vlasništvu preko 95% korištenog zemljišta. Prema statističkim podacima (2003. godina) ukupni fond korištenog poljoprivrednog zemljišta (1.207 ha) obiteljskih gospodarstava, isparceliran je u 6.695 odvojenih dijelova (parcele). To znači da u prosjeku svako poljoprivredno gospodarstvo ima zemljište u 3,8 odvojene parcele, prosječne veličine 0,26 ha, što je s gledišta proizvodne i ekonomske učinkovitosti veoma nepovoljno. Ovako mali broj parcela i mala prosječna površina parcele ukazuju na usitnjenost i fragmentiranost poljoprivrednih površina. Međutim, mali zemljišni posjed ne mora nužno biti ograničavajući čimbenik, jer se i na njemu može organizirati poljoprivredna proizvodnja (proizvodi više dodane vrijednosti) koja će angažirati radne resurse gospodarstva i postići dobre financijske učinke. Za stvaranje vitalnog, ekonomski održivog i konkurentnog sektora obiteljske poljoprivrede nužno je poboljšati agrarnu strukturu što implicira povećanje prosječne veličine obiteljskog gospodarstva. Domaćinstva koja imaju gospodarstvo bitno su promijenila strukturu radne snage. Rad na gospodarstvu u svojoj osnovi predstavlja obiteljski oblik rada, a u njemu važnu ulogu imaju zaposleni članovi i umirovljenici. Većinu fonda poljoprivrednog rada u obiteljskoj poljoprivredi daje nepoljoprivredno stanovništvo. Poljoprivrednom proizvodnjom bave se članovi gospodarstva koji nemaju dovoljno znanja o poljoprivredi, odnosno nemaju poljoprivrednu naobrazbu. Prema podacima Popisa stanovništva iz 2011. godine na području grada Trilja ima 76 osoba s poljoprivrednim obrazovanjem."

Najveći potencijal poljoprivrede u Cetinskoj krajini, odnosno u Sinjskom polju je količina obradivog tla na što se izravno veže ratarstvo, a potom stočarstvo i najviše je obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava orijentirano upravo oko te djelatnosti. Sinjsko polje ima i dva kanala za navodnjavanje koji uvelike pridonose plodnosti tla. Ostale, sekundarne djelatnosti lokalnih obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava su pčelarstvo, vinarstvo, proizvodnja humusa, konoplje itd. Čak i neke tvrtke prepoznaju vrijednost Sinjskog polja gdje imaju svoje pogone i uzgajaju svoje proizvode.

| 2.2 SAD: OBITELJSKA POLJOPRIVREDNA GOSPODARSTVA (OPG)



"PUREX d.o.o."  
Proizvodnja, prerada,  
pakiranje i distribucija  
purećeg i pilećeg mesa,  
proizvodnja jaja i  
suhomesnatih proizvoda  
od svinje

KONOPLJA  
Proizvodnja čajeva, brašna,  
ulja, proteina i kozmetičkih  
proizvoda od konoplje

MLINICA GRAB,  
RIBOGOJILIŠTE GRAB  
Brašno i riječna riba

PČELARSTVO  
Proizvodnja meda, propolisa i  
matične mliječi

Proizvodnja humusa, humusnih  
čajeva, ukrasnog bilja,  
domaćih jaja...

VINARSTVO  
Proizvodnja vina i vinjaka



## 2.2 SAD: OBITELJSKA POLJOPRIVREDNA GOSPODARSTVA (OPG)

Festival "Moja poduzetna Hrvatska" postoji od 2011. godine i otad se održava u 15 gradova među kojima je i Trilj koji je prepoznat kao sredina koja obiluje malim poduzetnicima i potencijalno je mjesto razvoja još više malih i srednjih poduzetnika. Projekt predstavlja idealnu priliku za predstavljanje malih i srednjih poduzetnika na sajmovima širom Hrvatske te njihovih proizvoda i usluga, ali i mogućnost ostvarivanja novih poslovnih kontakata i međusobnih povezivanja uz snažnu medijsku podršku s ciljem proširenja i unapređenja poslovanja.

Blog na stranici Tilurium Organic dokaz je da postoji želja i potreba za međusobnom suradnjom i međusobnim educiranjem poljoprivrednika. Stranica napravljena za potrebe i oglašavanje jednog od triljskih OPG-ova redovito započinje aktualne teme u poljoprivredi u svrhu educiranja i pomoći lokalnim poljoprivrednicima.

Činjenica da će današnje društvo i poneki trgovački lanci sve više ovisiti o OPG-ovima i domaćim proizvođačima naglašena je 2020. godine utjecajem pandemije Covid-19 virusa kad su trgovački lanci diljem države obzirom na restrikcije i ograničenost uvoza javno pozivali obiteljska poljoprivredna gospodarstva da im se jave kako bi otkupili njihove proizvode. Ne samo da su trgovački lanci nudili otkup nego su tržnice u Hrvatskoj organizirale tzv. web-tržnicu sa proizvodima OPG-ova koji bi se zatim dostavljali na kućne adrese kupaca.

Sve gore navedeno ukazuje na promjenu poslovanja OPG i usklađivanje s 21. stoljećom u kojem je osim prostora tržnice potreban i prostor edukacije o poslovanju i pružanje logističke potpore.




### Opskrbljenost tla hranjivima i zašto je potrebno gnojiti?

Iako je u svijetu, a pogotovo u razvijenim zemljama, trend razvoja alternativnih načina proizvodnje hrane, trenutna proizvodnja hrane na svjetskoj razini nije dostatna za podmirenje potreba čovječanstva.

[Više](#)



**Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj (EAFRD)**



The European Agricultural Fund for Rural Development: Europe investing in rural areas

EAFRD je instrument koji podupire europsku politiku ruralnog razvoja, a koja čini drugi stup Zajedničke poljoprivredne politike. Dugoročni cilj politike ruralnog razvoja je povećanje konkurentnosti poljoprivrede, održivo upravljanje prirodnim resursima, klimatske promjene te uravnotežen razvoj ruralnih krajeva.

EAFRD namijenjen je ovim područjima ulaganja:

- o Mala infrastruktura (ceste, odvodnja, objekti za podizanje kvalitete društvenog života)
- o Ruralni turizam
- o Poljoprivredna proizvodnja
- o Razvoj i povećanje konkurentnosti poljoprivrednih gospodarstava
- o Ekološki uzgoj
- o Razvoj šumskih područja i poboljšanje održivosti šuma
- o Obnovljivi izvori energije
- o Edukacijske i obrazovne aktivnosti za poljoprivrednike

o Jedinice lokalne/regionalne samouprave (do 5.000 ili 10.000 stanovnika)

o Lokalne akcijske grupe i obiteljska poljoprivredna gospodarstva

o Šumoposjednici

o Mladi poljoprivrednici



## 2.3 CETINKA 2.0- PROGRAMSKE SMJERNICE

Nekoć je nositelj života bila tvornica za preradu plastičnih masa "Cetinka", ali je njezinim stečajem i gašenjem u 2008. godini 1000 radnika ostalo bez posla i zapušten je prostor od 4 ha i tako hibernira sve do danas. Grad u kojem nedostaje društvenih sadržaja i čiji stanovnici nisu u mogućnosti svaki dan obogatiti svoje znanje, vještine i interese nije grad usmjeren na budućnost stoga je cilj ovog projekta pomaknuti granice onog što Trilj može i želi ponuditi svojim stanovnicima. Nova sportska dvorana sa nekoliko odvojenih prostora za sportske aktivnosti, stambena zona i tržnica sa edukacijskim centrom mogu potencirati razvoj Trilja kao ruralne destinacije kako za domaće goste tako i za strane državljane, ali i biti poticaj mladim obiteljima te malim i srednjim poduzetnicima za ostanak odnosno povratak u grad Trilj.

Od spomenutih planiranih sadržaja naglasak bi bio na tržnici i edukacijskom centru koji bi bili nositelj na odabranoj lokaciji. Dok ostali sadržaji postoje, ali su raštrkani po gradu i treba ih samo smjestiti na ovu lokaciju. Cilj je vratiti značaj koji je tvornica imala, to su radna mjesta, a upravo tržnica i edukacijski centar mogu vratiti taj značaj i učiniti da još jednom na prostoru tvornice "Cetinka" dođe do procvata društveno- ekonomskih odnosa na području grada Trilja.

## 2.4 ZAŠTO TRŽNICA ?

Ovaj sadržaj nema utjecaj samo na grad Trilj nego na kompletnu Cetinsku krajinu. Cilj je staviti naglasak na potencijal Sinjskog polja odnosno njegovog plodnog tla. Ideja je napraviti mjesto gdje bi lokalni OPG-ovi imali priliku predstavljati i prodavati svoje proizvode te postati dostupniji i konkurentniji na tržištu. No kako bi se osigurala konkurentnost lokalnih poljoprivrednika potrebna je njihova kontinuirana i adekvatna izobrazba. Stoga je u sklopu tržnice i edukacijski centar s naglaskom na edukaciju lokalnih poljoprivrednika o optimizaciji proizvodnje i sadnje povrća i žitarica, o mogućnostima financiranja iz EU fondova, potpomaganja poljoprivrednika prilikom pripreme projekata za financiranje nacionalnim i europskim sredstvima i drugim suvremenim načinima. U konačnici može doći do povećanja broja OPG-ova odnosno malih i srednjih poduzetnika te na taj način nadomjestiti radna mjesta koja je nekoć sa sobom ispraznila tvornica Cetinka.

*"Lokalno proizvedena hrana integrira sve procese od proizvodnje, prerade, distribucije i potrošnje na maloj razini i pri tome potiče razvoj održivih lokalnih gospodarstava i stvara snažnu vezu između gospodarstava, odnosno njihovih polja i staja te stola od potrošača."*

*"Smatramo da su tržnice značajno mjesto komunikacije hrvatskih seljaka i potrošača te da mogu dati svoj doprinos održivosti i razvoju domaće poljoprivredne proizvodnje. One predstavljaju, osim toga, i veliki potencijal za daljnji razvoj kanala izravne prodaje seljačkih proizvoda. Realizacijom ciljeva iz ove strategije povećat će se ukupni obujam potrošnje domaćih poljoprivrednih proizvoda, što će imati izravan utjecaj na povoljniji razvoj lokalnog gospodarstva, a nadamo se da imati i za posljedicu povećanje vlastite poljoprivredne proizvodnje. Na taj način izravno i neizravno utječemo i na ukupni gospodarski razvoj i održivost ruralnog prostora."*





Grand Bazaar- Istanbul, Turska

## | 2.5 POVIJEST TRŽNICA

*"Tržnica je mjesto na kojem se dobra i usluge prodaju."*

Na cijelom Mediteranu vjekovna je tradicija putovati, ploviti morima i trgovati. Trgovina traži susrete, okupljanja ljudi oko robe i novca. Ovakvi prostori su javna dobra, demokratski pripadaju svakome i posljedica su pogodne klime za život na otvorenome, koja prostorne void-e čini mjestima pojačane društvene interakcije. Bazari, čaršije i sukovi dolaze s Orijenta, Grci stvaraše agore, Rimljani forum... Značenje takvih slobodnih prostora je mnogostruko, na njima se trgovalo, ali su se i razmjenjivala iskustva, držali govori, slavili vladari i kažnjavali lopovi, prenosile se novosti, ali i bolesti, dakle odvijala se intezivna socijalna interakcija. Proces razmjene namirnicama vezan je uz zadovoljavanje osnovnih ljudskih potreba za preživljavanjem, dobavom hrane, a ostale funkcije koje idu uz to dolaze kao posljedica socijalnih kontakata.

Osnovna podjela tipologija tržnica dijeli se na tržnice na otvorenom i tržnice u zatvorenom prostoru. Otvorene tržnice najčešće su preteča zatvorenih tržnica, koje nastaju kao logičan slijed prosperiteta nekog mjesta u ulozi robno-novčane razmjene. Takva tipologija vezana je uz prometna čvorišta koja generiraju prostore pojačanih kontakata, što za posljedicu razvija takva mjesta u mjesta za trgovanje. Kroz povijest imamo primjere trgovanja koje vežemo uz blizinu neke matične aktivnosti, stoga nastale tržnice možemo promatrati i po faktoru aktivatora nekog mjesta (tržnice nastale uz svetišta, uz luke, uz gradove, uz izvore vode, uz utvrde i sl.).

Svi ulazni input-i nekog habitata oblikuju običaje i načine transporta što se ogleda u životu ljudi, pa samim tim i u trgovanju. Grad kroz povijest pokazuje svoju snagu i veličinu reakcijama na ugroženost što direktno utječe na njegove granice i odnos s okolinom, pa je glavna podjela otvorene tipologije tržnica na tržnice unutar i izvan grada. Ukoliko su tržnice na otvorenom izvan grada, one su ipak na mjestima kontakata s njim (npr. gradska vrata). Shodno tome tipologiju tržnice na otvorenom možemo dijeliti po mjestima koja zauzimaju:

- Tržnica na trgu (npr. Krakov- grad formiran oko velike čistine uz neposrednu blizinu katedrale i svih glavnih gradskih funkcija- pitanje centra grada i centraliziranosti sadržaja grada u jednoj prostornoj točki)
- Tržnica uzduž ulice (npr. Marakeš- gusta urbana matrica, ali i klima u kojoj se mala širina ulice koristi kao zaklon od sunca)
- Tržnica na moru/ vodi (npr. Damnoen Saduak- okoliš formira način komunikacije, a transport formira trgovinu)



Baščaršija- Sarajavo, Bosna i Hercegovina



Krakow Rynek- Krakow, Poljska

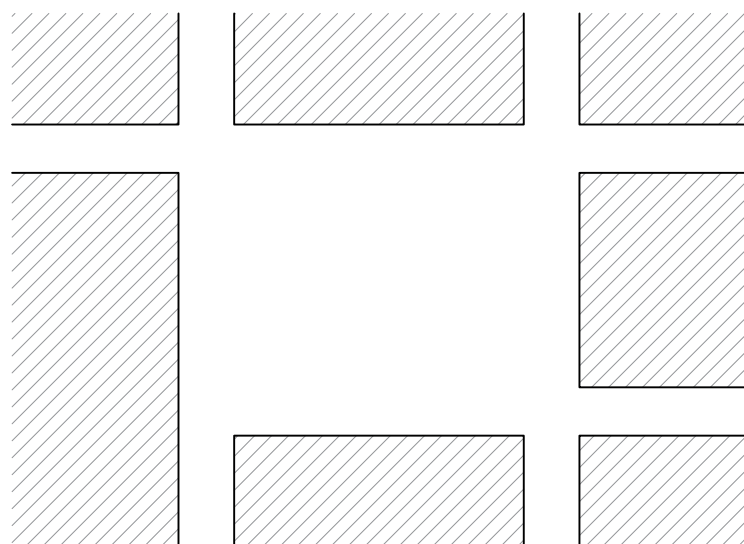


Souk Marrakech- Marrakech, Maroko



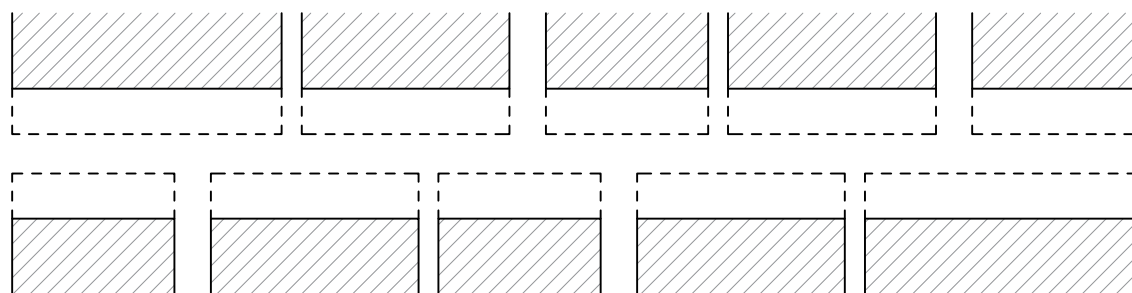
Damnoen Saduak- Damnoen Saduak District, Tajland

## | 2.5 POVIJEST TRŽNICA



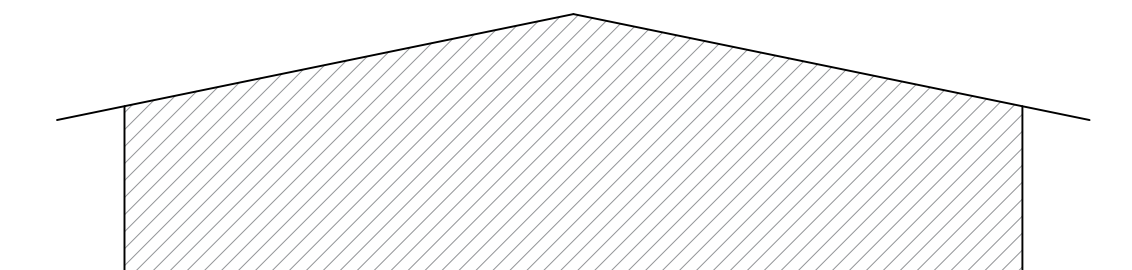
### TRG → OTVORENA TRŽNICA

- SUNCBRANI
- STOLOVI
- SLOBODAN RASPORED
- TEŽE KVARLJIVE NAMIRNICE
- UTJECAJ VREMENSKIH UVJETA



### ULICA → NATKRIVENA TRŽNICA

- PRETEŽITO ZATVORENI PROSTORI SA STOLOVIMA UZ ULICU
- FORMALNIJI RASPORED OD OTVORENE TRŽNICE
- ULICA NATKRIVENA TENDAMA OBJEKATA
- SMANJEN UTJECAJ VREMENSKIH UVJETA



### ZATVORENA TRŽNICA

- KOMBINACIJA SLOBODNOG I FORMALNOG RASPOREDA
- ČESTO IMITIRA ULICE
- TEŠKO I LAKO KVARLJIVE NAMIRNICE
- NEMA UTJECAJA VREMENSKIH UVJETA

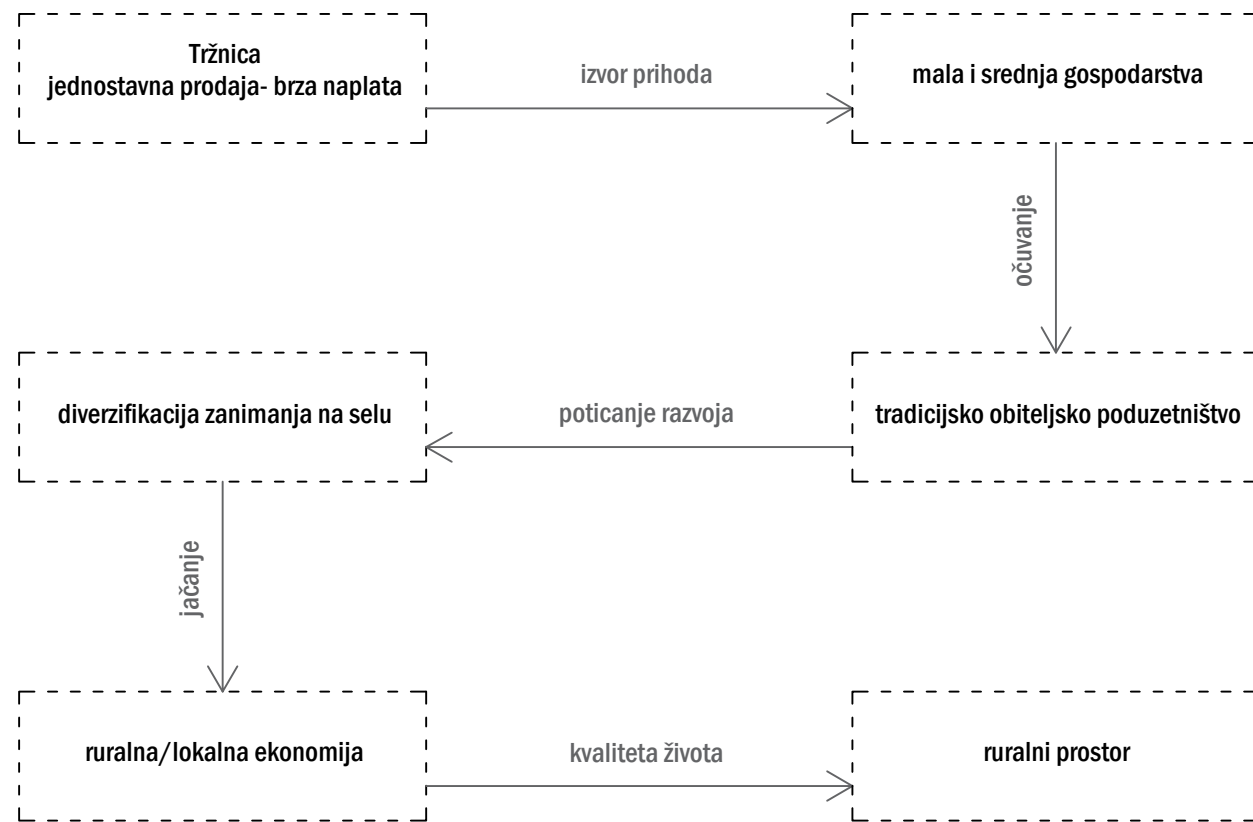
## 2.6 DRUŠTVENO- EKONOMSKI ČIMBENICI

Za razliku od konvencionalnog oblika trgovanja hranom tržnice kao tradicionalni oblici organizirane prodaje hrane na ovim prostorima istovremeno imaju najmanje dvije funkcije - komunalnu i tržišnu. Komunalna funkcija obilježava tržnice kao mjesta koja su neophodna za normalno i nesmetano funkcioniranje gradova ili općina, posebno kod većih urbanih područja, a naročito kod urbanih aglomeracija. To su mjesta koja na organizirani način opskrbljuju građane svježim prehrambenim namirnicama kao i drugim bilo prehrambenim ili neprehrambenim proizvodima te uslugama. Na taj način predstavljaju sastavni dio komunalne infrastrukture svakog grada ili općine. Tržišna funkcija tržnica je jasna i razumljiva sama po sebi, jer one djeluju na načelima ponude i potražnje i spadaju u područje obiteljskog poduzetništva na najbolji mogući način. Posebno obilježje tržišne funkcije odnosi se na činjenicu da su ponuđači mali proizvođači ili obrtnici koji nude proizvode male serije u pravilu iz vlastite proizvodnje. Na taj način proizvodi s dodanom vrijednošću pronalaze put do svojih kupaca, osiguravajući opstanak i razvoj malih proizvođača koji pak čine temelj održivosti ruralnog prostora.

Značaj tržnica može se prikazati i kroz njihovu funkciju koja se očituje kroz dvije temeljne komponente koje određuju pojam tržnica - prostornu i funkcionalnu. Prostorna komponenta pojma tržnica kao mjesta (vanjski prostor i/ili objekti) u gradu ili općini (naselju) u funkciji je zadovoljavanja potreba svakodnevne opskrbe, ali i određenih drugih potreba građana. Funkcionalna komponenta pojma tržnica kao najstarijeg poznatog instrumenta razmjene čija je temeljna karakteristika, odnosno prodaja za gotovinu neposredno iz ruku u ruku proizvođača (seljaka ili gradskog obrtnika) u ruke krajnjeg potrošača. Prodavači ne teže ostvarivanju velikih profita nego čistom zadovoljavanju osnovnih egzistencijalnih potreba. Tržnice su, osim toga, i javni prostori dostupni svim društvenim slojevima, pa prema tome imaju i jaku socijalnu (društvenu) ulogu. To su mjesta gdje se isprepliću interesi svih slojeva društva te se na taj način postiže šira socijalna interakcija svih slojeva društva. U svakom slučaju, tržnice imaju ulogu i u ublažavanju siromaštva te doprinose socijalnoj jednakosti.

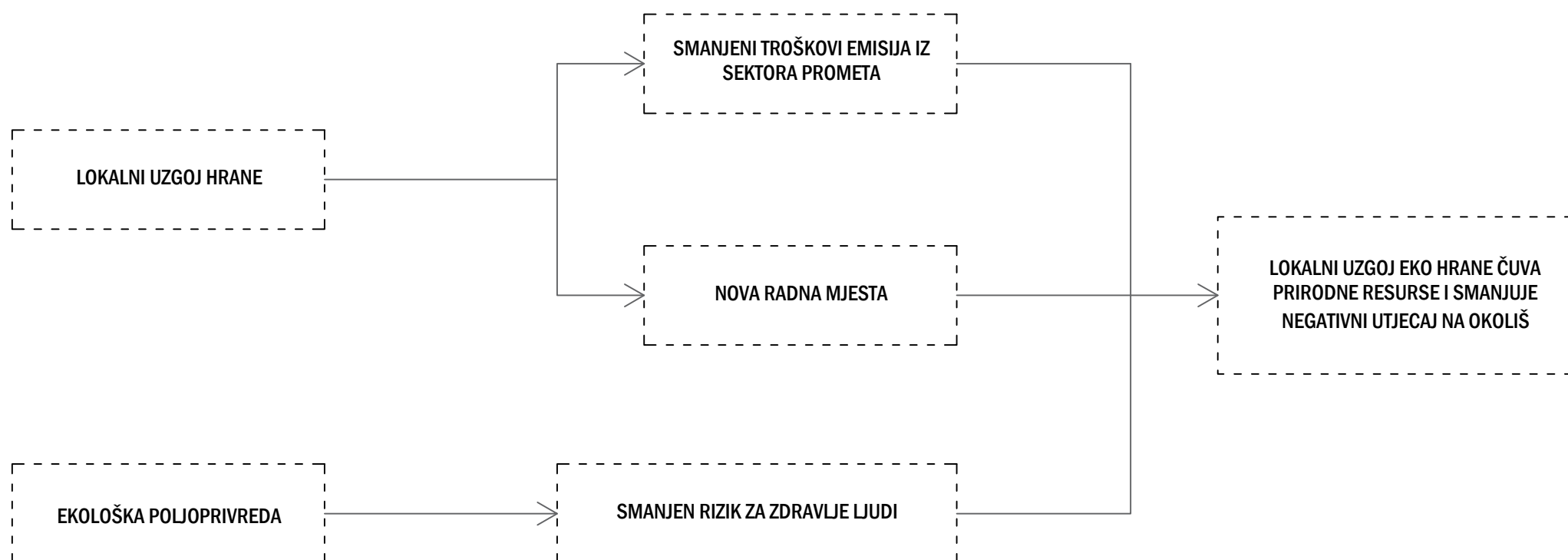
Gospodarske krize, ali i intenzivna industrijalizacija u poljoprivrednoj proizvodnji koja nalaže sve veću proizvodnju po jedinici površine, sve veća ulaganja i zaduživanja seljaka utječu na smanjenje njegove zarade u proizvodima koje prodaje na veliko. Upravo su tržnice mjesta gdje oni mogu doći do kvalitetnije zarade uz istovremeno konkurentnije cijene čime se postiže i zadovoljstvo kod krajnjih potrošača (eliminacija posrednika u lancu prodaje hrane). I na kraju, sve veći značaj tržnice imaju u oživljavanju gradskih središta odnosno povijesnih jezgri većih gradova koje odumiru zbog sve manje stanovnika, te gašenja trgovina i drugih većinom obrtničkih djelatnosti. Tržnice postaju nezaobilazna turistička odredišta koja obogaćuju i oživljavaju gradska središta nudeći dinamičnost protoka ljudi i događaja.

Svi nabrojani razlozi zbog čega tržnice imaju veliki značaj u funkcioniranju svakog grada u stvari čine i njihovu perspektivu za opstanak i razvoj u budućnosti.



## 2.6 DRUŠTEVNO- EKONOMSKI ČIMBENICI

<b>PREDNOSTI (Strengths)</b>	<b>SLABOSTI (Weaknesses)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ tradicija tržnica – prepoznatljivost</li> <li>⇒ navike kupovanja na tržnicama</li> <li>⇒ sposobnost prilagođavanja promjenama – fleksibilnost</li> <li>⇒ brza naplata prodanih proizvoda</li> <li>⇒ izravna kupovina od samih proizvođača</li> <li>⇒ sve veći interes za „zdravu hranu“ – ponuda proizvoda po modelu od njive do stola</li> <li>⇒ očuvan ruralni prostor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ neorganiziranost poljoprivrednika</li> <li>⇒ nedovoljno jasna vizija razvoja</li> <li>⇒ nerazdvojenost izravnih proizvođača od ostalih trgovaca tuđom robom</li> <li>⇒ staračka i usitnjena (rascjepkana) poljoprivredna gospodarstva</li> <li>⇒ slaba educiranost i informiranost proizvođača i potrošača</li> <li>⇒ nepovezanost tržnica s poloprivrednim udruženjima (udrugama i zadrugama)</li> </ul>
<b>MOGUĆNOSTI (Opportunities)</b>	<b>PRUJETNJE (Threats)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ proširenje prodajnih kanala – nove robne marke</li> <li>⇒ interes kupaca za tržnice i dalji rast tržišta</li> <li>⇒ prilagođavanje djelatnosti novim potrebama potrošača</li> <li>⇒ unaprijeđenje prodajnih vještina i marketinga – brandiranje tržnica</li> <li>⇒ rast broja stranih turista, porast potražnje za izvornim i autentičnim proizvodima sela – izvoz hrane</li> <li>⇒ fondovi EU i ostali fondovi</li> <li>⇒ turizam – ugostiteljstvo i seoski turizam</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ prevelik uvoz hrane sumnjive kvalitete, daljnja liberalizacija domaćeg tržišta</li> <li>⇒ limitirani izvori financiranja</li> <li>⇒ mala investicijska sposobnost</li> <li>⇒ ekspanzija trgovačkih lanaca i bezgotovinskog plaćanja</li> <li>⇒ dinamične promjene potreba potrošača</li> <li>⇒ neuravnotežena kvaliteta proizvoda i usluga</li> <li>⇒ nedefinirani zakonodavni okviri</li> </ul>





## 2.7 ODRŽIVOST TRŽNICA - PRIMJERI

Bez obzira na formu kroz prošlost tržnice doživljavaju razvoj i stagnaciju pa čak i padove, ali nikada kroz ovih par milenija nisu nestale. Možda su tržnice i jedina djelatnost koju je čovjek obavljao kroz prošlost, a koja je doživjela minimalne promjene kroz povijest. Od nekadašnje drvene daske na nogarima i voštanog platna pa do današnjeg štanda ili klupe (drvene ili kamene) natkrivene ceradom ili suncobranom usprkos društvenim promjenama i modernizaciji tržnice su pokazale iznimnu žilavost i postojanost. Očigledno je da pojava trgovačkih lanaca i obavezne fiskalizacije nisu, niti će ugasiti ovaj oblik ponude i prodaje hrane. Tržnice su osim toga i jedna od rijetkih djelatnosti koja je u svojoj osnovi gotovo jednaka u svim dijelovima svijeta i to neovisno o vrsti društvenog uređenja ili vjerskim uvjerenjima. Na tržnicama se trguje po načelima ponude i potražnje i to izravno iz ruke u ruku kako je to lijepo opisao francuski povjesničar i filozof Fernand Braudel (1902-1985):

*" Prema njemačkom izrazu, to je trgovina iz ruke u ruku, oči u oči (Hand-in-Hand, Auge-in-Auge) dakle neposredna razmjena: ono što se prodaje, prodaje se odmah; ono što se kupuje, uzima se odmah i istog se trenutka naplaćuje; kredit jedva igra svoju ulogu od jednog tržišta na drugo. "*

### CHELSEA MARKET, NEW YORK

Tržnica Chelsea Market postala je međunarodno poznati brend i danas se smatra jednom od najvećih tržnica hrane na otvorenom i u maloprodaji. Još u 16. st. Indijanci su na tom mjestu uz rijeku Hudson trgovali svojim dobrima. Kasnije National Biscuit Company gradi zgradu tvornice koja je danas poznata kao Chelsea Market. Godišnje je posjeti oko 6 milijuna ljudi, kako domaćih tako i stranih.

### SAN MIGUEL MARKET, MADRID

Otvorena je 1916. kao tržnica što je ostala i do danas. 2008. postaje prva gastronomska tržnica koja nudi i veliki izbor pripremljene hrane. Nalazi se u neposrednoj blizini samog gradskog centra. Objedinjuje kompletnu Španjolsku kulinarsku i prehrambenu ponudu. Godišnje je posjeti 10 milijuna ljudi.



Chelsea Market - New York, SAD



San Miguel Market - Madrid, Španjolska



Central Mercat- Valencia, Španjolska



Vienna Naschmarkt- Beč, Austrija



Machane Yehuda Market- Jeruzalem, Izrael

## | 2.7 ODRŽIVOST TRŽNICA - PRIMJERI

### MERCAT CENTRAL, VALENCIA

Tržnica nastaje 1839. te je bila samo na otvorenom prostoru. Zgradu dobiva tek 1920. godine što je razlog njenog zadržavanja do danas. Kao kod tržnice u Madridu i ovdje možemo naći kulinarsku i prehrambenu ponudu iz cijele Španjolske. Ova tržnica spada u najstarije u Europi.

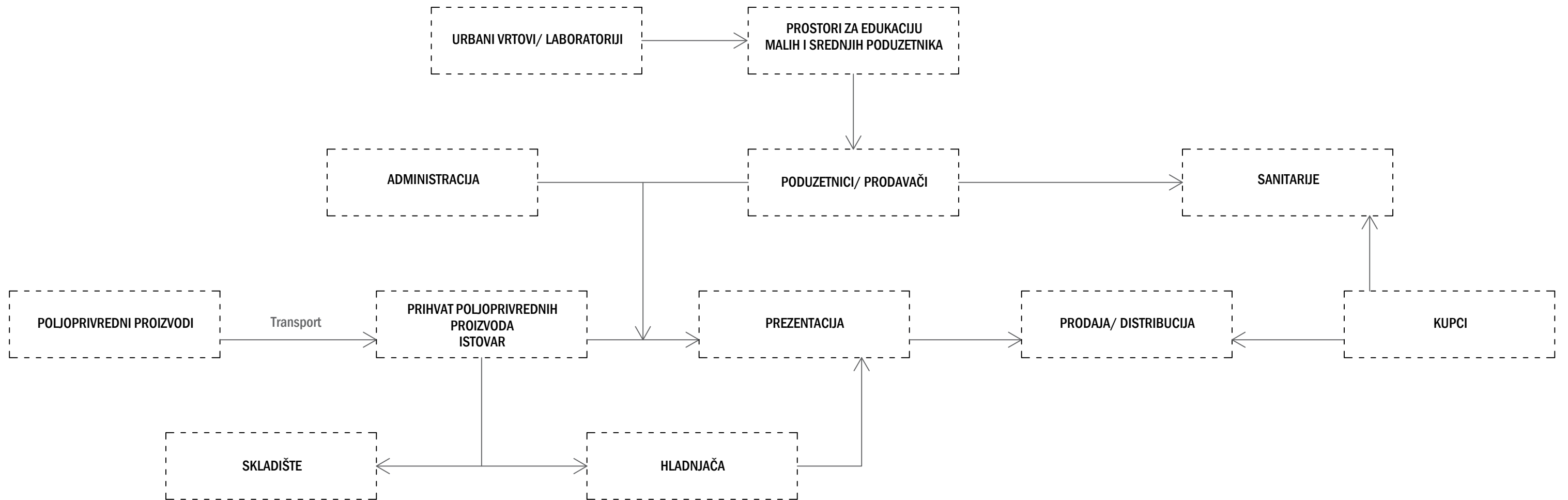
### VIENNA NASCHMARKT, BEČ

Tržnica datira iz 1780. godine kad se na njoj prodavalo isključivo mlijeko odnosno mliječni proizvodi. Trinaest godina kasnije počinje se i s prodajom voća i povrća. Danas se u sklopu ove tržnice nalazi i mnogo malih restorana sa raznovrsnom ponudom hrane te nekoliko trgovina sa odjećom i obućom. Također svake prve subote u mjesecu poprima i funkciju buvljaka. Zbog svoje raznovrsne ponude poznata je širom svijeta.

### MACHANE YEHUDA MARKET, JERUZALEM

Nastaje krajem 19. st. i ovo je "suk" tip tržnice koji je djelomično natkriven, a odnosi se na ulicu. Početkom 20. st. Britanci povećavaju ovu tržnicu i izrađuju trajne prostore i krov koji traju do danas. U 2000.-im pojavljuju se afrički trgovci pogotovo Etiopski koji donose dašak Afrike na ovu tržnicu. S ciljem povećanja posjetitelja u neradnim satima tržnice otvaraju se kafići i restorani koji bi privlačili ljude.

## | 2.8 FUNKCIONALNA SHEMA TRŽNICE I EDUKACIJSKOG CENTRA



BERBA/ ŽETVA



TRANSPORT



PRIJEM PROIZVODA



PREZENTACIJA



PRODAJA

## | 2.9 PROGRAMSKI SADRŽAJ

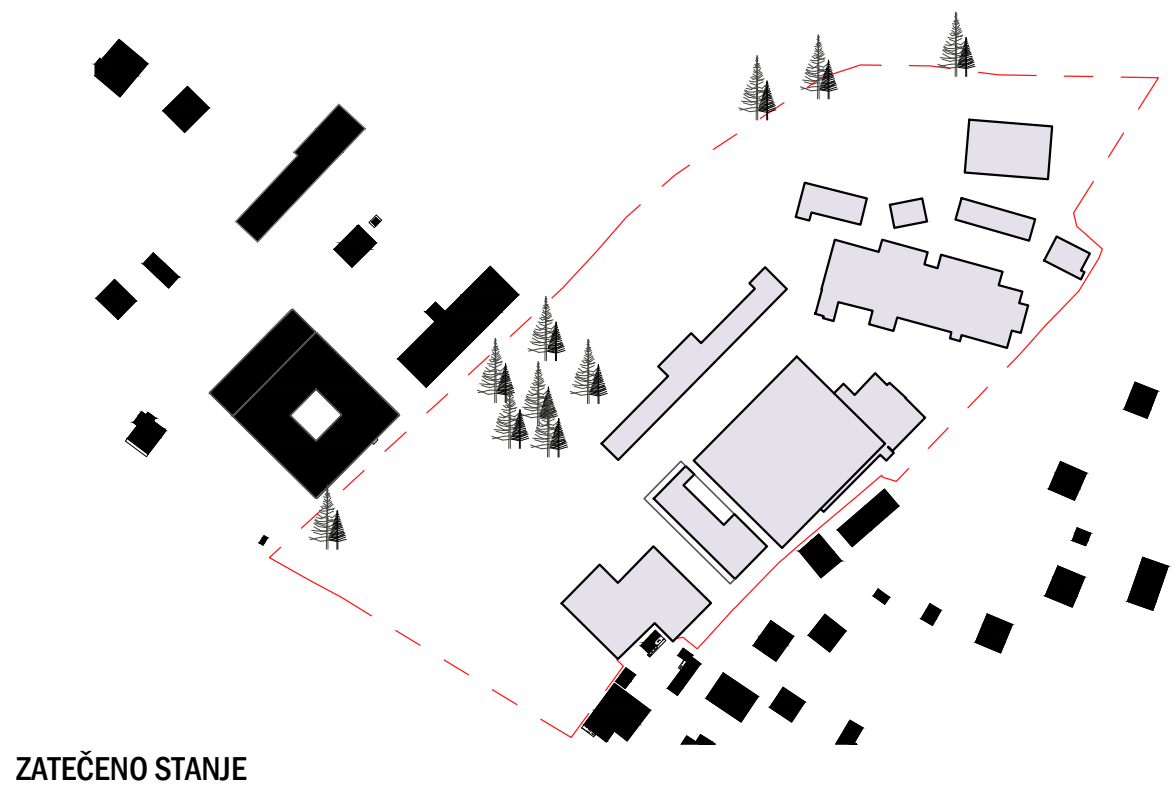
### TRŽNICA/ EDUKACIJSKI CENTAR

- <b>Prezentacija vinskih proizvoda:</b> (prezentacija i prodaja)	-bačve barrique -prodaja -vino i vinjaci -kušaonica	- <b>Gospodarstvo:</b>	-kotlovnica -agregatnica i trafostanica -sprinkler stanica
- <b>Prezentacija proizvoda od voća i povrća :</b> (prezentacija i prodaja)	-prodaja -sokovi i koncentрати -kompoti -želirani proizvodi -pasterizirano voće -sušeno voće i povrće	- <b>Dodatni prostori:</b>	-info pult -ulazni prostor -administracija -skladište -sanitarije skladišta -hladnjača -garaža
- <b>Prezentacija ribljih proizvoda:</b> (prezentacija i prodaja) *Ribogojilište Grab	-smrznuta riba -riblje konzerve -usoljena riba -riblje brašno -riblja jela -brašno (mlinica Grab)	- <b>Edukacijski centar:</b>	-ulazni prostor (zajednički s tržnicom) -info pult -administracija -laboratoriji -predavaonice  -medijateka -urbani vrtovi -sanitarije -prostor za čistačice
- <b>Prezentacija pčelinjih proizvoda:</b> (prezentacija i prodaja)	-med -matična mliječ -propolis -kušaonica		
- <b>Prezentacija životinjskih proizvoda:</b> (prezentacija i prodaja)	-žabe -mlijeko i jogurt -sir i maslac -jaja -mesne prerađevine		

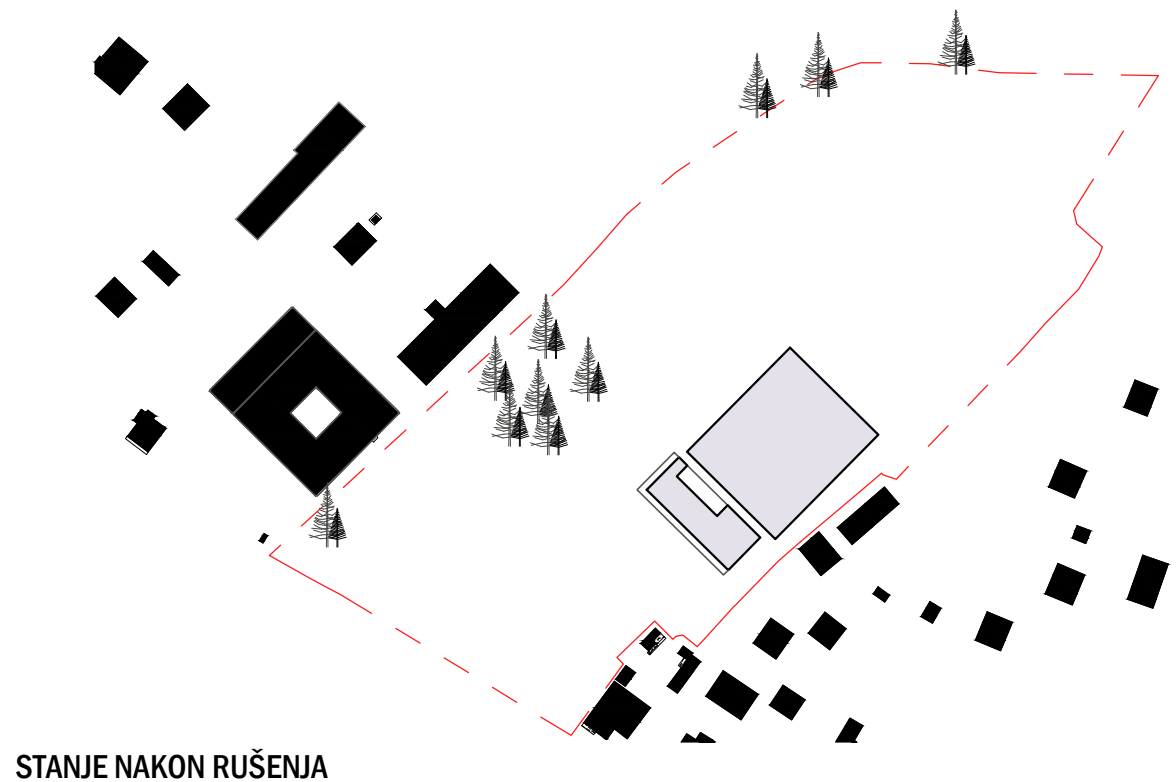
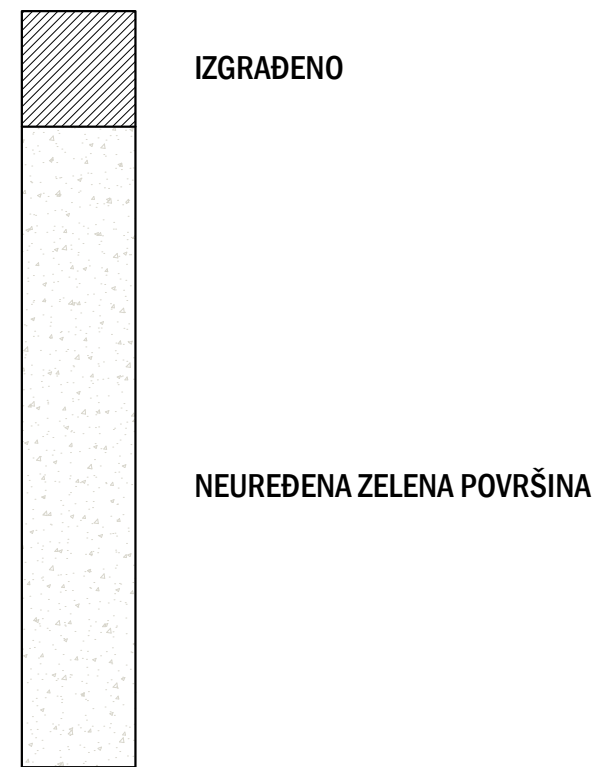
## | 2.10 POPIS IZVORA

- Državni zavod za statistiku
- "Cetinski kraj od kraja drugog svjetskog do početka domovinskog rata" (doktorski rad)- Vicko Bartulović/2016.
- Klajo-blog.com (Cetinka 3lj)
- Web stranice ministarstva poljoprivrede
- <https://www.apprrr.hr/upisnik-poljoprivrednika/>
- Strategija razvoja Grada Trilja-2016-2020
- Strategija razvoja Grada Trilja-2016-2020 (EAFRD)
- Strategija razvoja hrvatskih tržnica-2016-2020 (Udruga hrvatskih tržnica)
- "Naš dil Mediterana" (Pazar)- E. Šegvić/2007.
- Wikipedia
- <https://www.chelseamarket.com/>
- <https://www.wien.info/en/shopping-wining-dining/markets/naschmarkt>
- <https://www.mercadocentralvalencia.es/>
- <https://muralist.hr/gospodarstvo/moja-poduzetna-hrvatska-prijavite-se-na-festival-poduzetnistva-obrta-i-opg-ova/>
- <https://www.tilurium-organic.com/>

# GRAFIČKI DIO

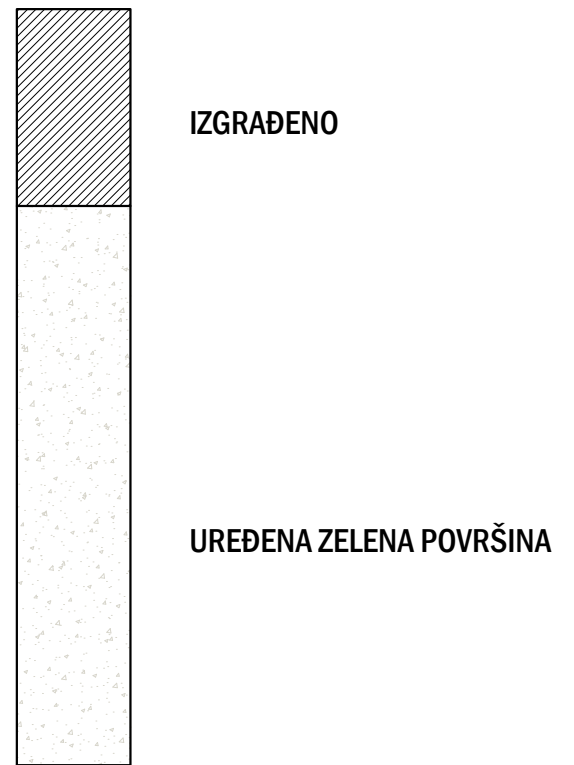
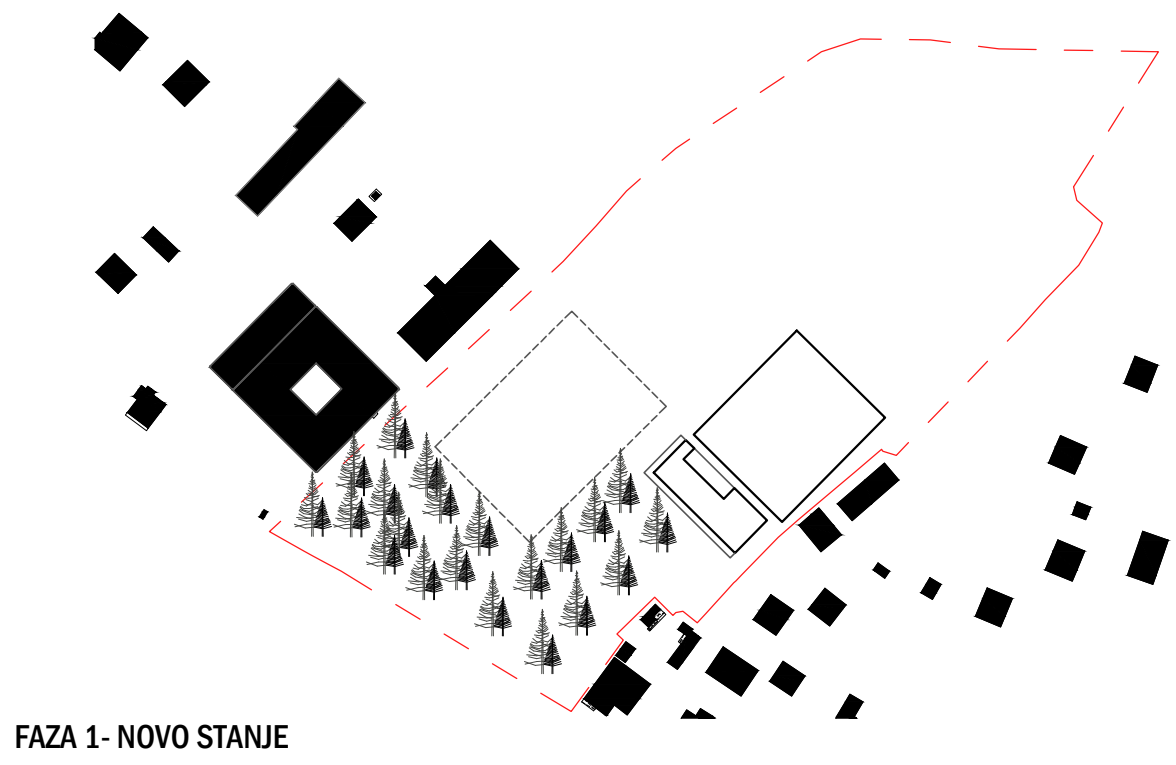


ZATEČENO STANJE



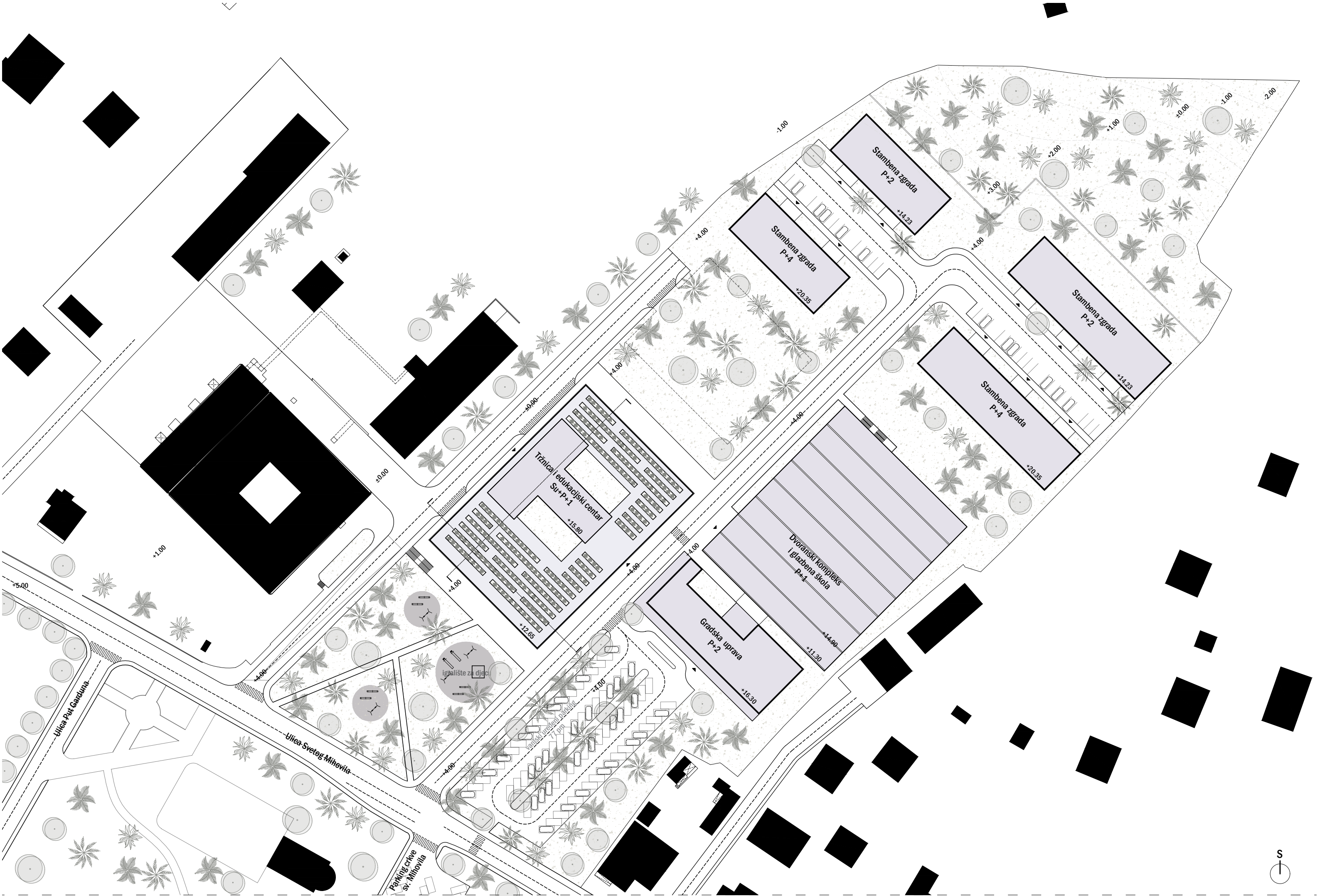
STANJE NAKON RUŠENJA

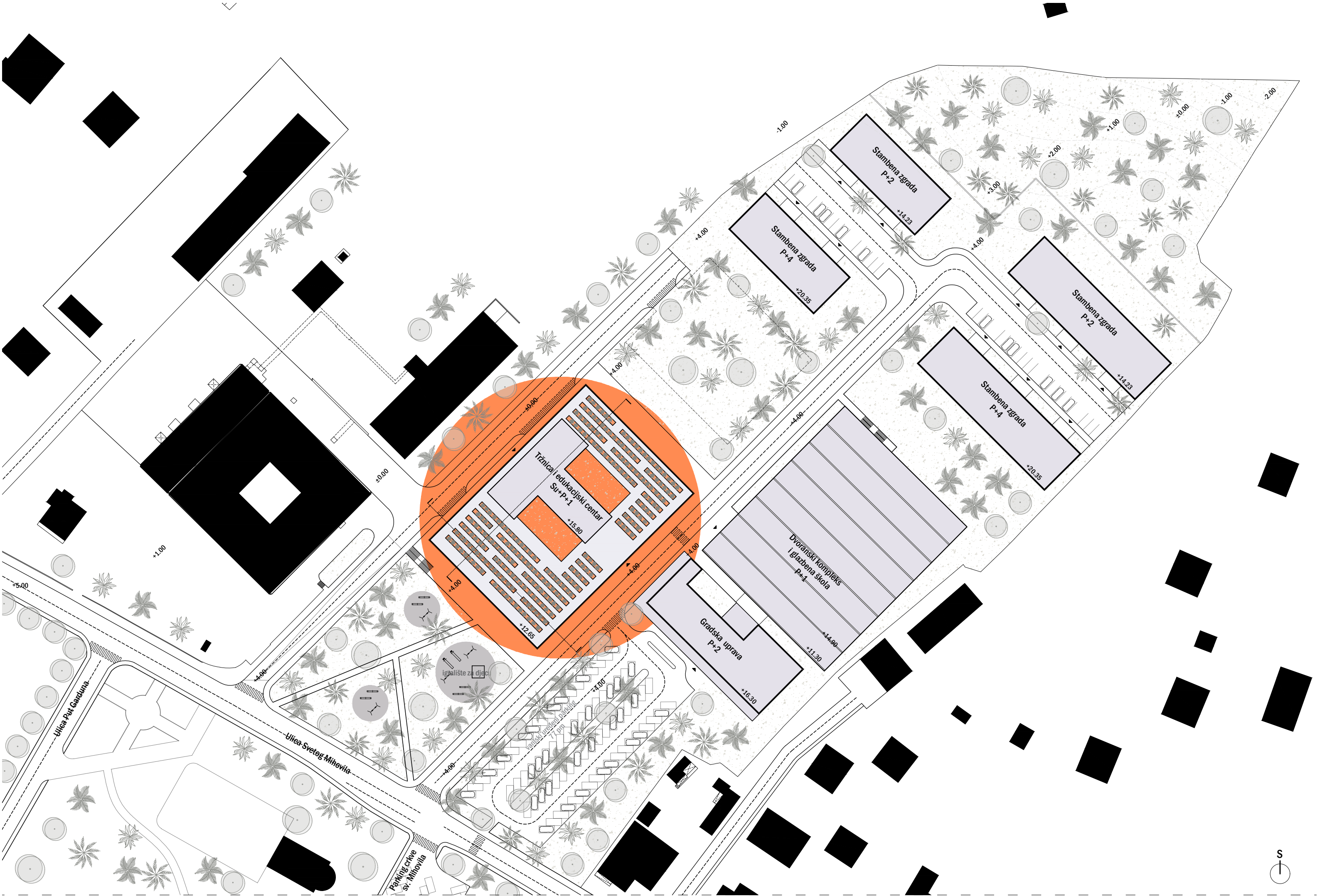
Postojeće stanje lokacije nije adekvatno, a ni primjereno modernom gradu. Objekti propadaju i ugrožavaju izgled lokacije te život prolaznika. Samo dva objekta su u dobrom stanju odnosno trebaju im manje konstruktivne popravke i zahvati estetske naravi. Ta dva objekta ostaju na lokaciji kao memorija na nekadašnju tvornicu. Svi ostali objekti se ruše i oslobađaju prostor s puno potencijala. Cijela sjeverozapadna, zapadna i jugozapadna strana lokacije postaju dio zahvata. Postotak zelenila na lokaciji je jako mali što je i logično jer je nekoć tu vladala industrija.

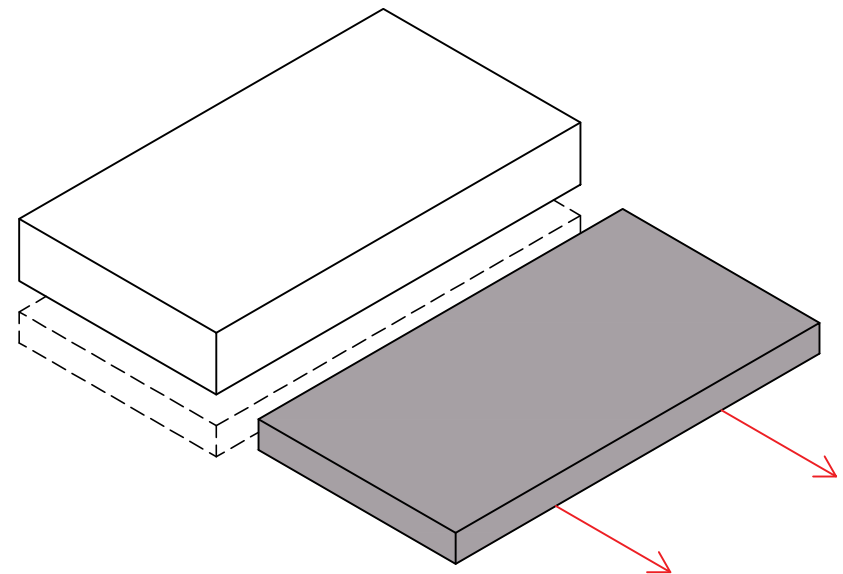
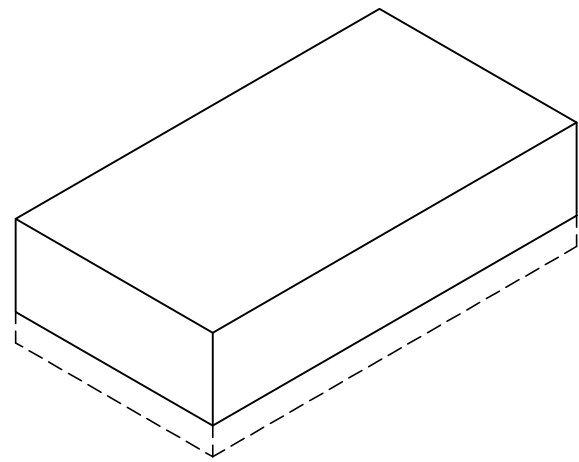


Nakon rušenja lako uočljiva postaju dva velika volumena, dva mastodonta. Njihov položaj je definiran južnom prometnicom koja je utjecala na njihovo pozicioniranje. Na takvu situaciju odgovoreno je još jednim "mastodontom" koji prati te zamišljene građevinske linije te prema njima definira i svoju. Od prometnice na jugu do objekata zamišljena je zelena zona s uređenim parkovnim površinama i uređenim ozelenjenim parkingom. Zahvati na lokaciji su podjeljeni u faze. Prva faza je izgradnja tržnice s edukacijskim centrom, druga faza je obnova postojećih zgrada, a treća faza je stambena zona na sjevernom dijelu lokacije koja je zamišljena u vidu četiri lamele orijentirane ka vizurama.

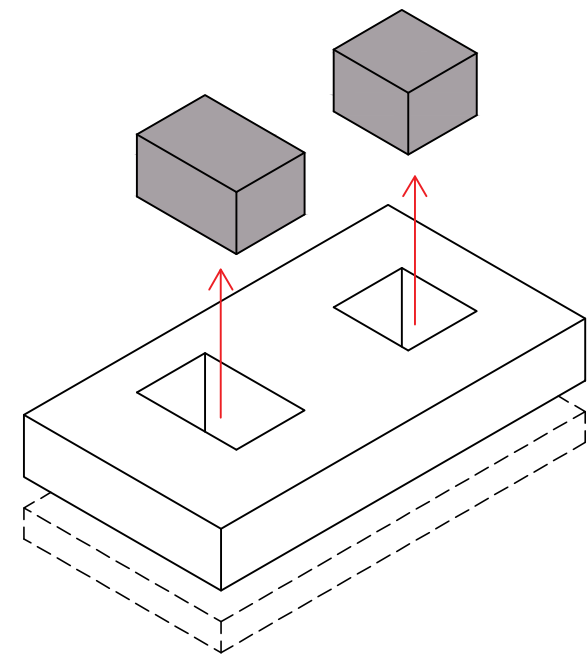




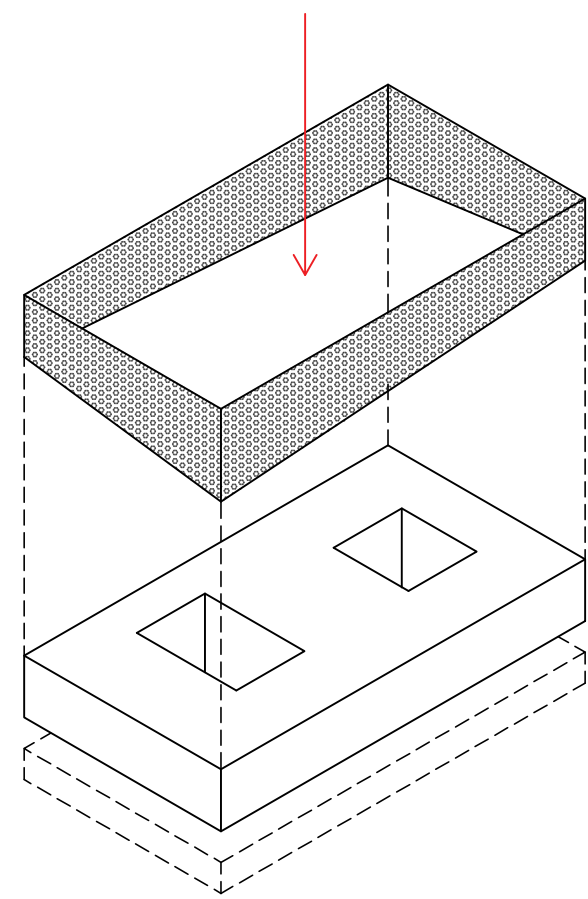




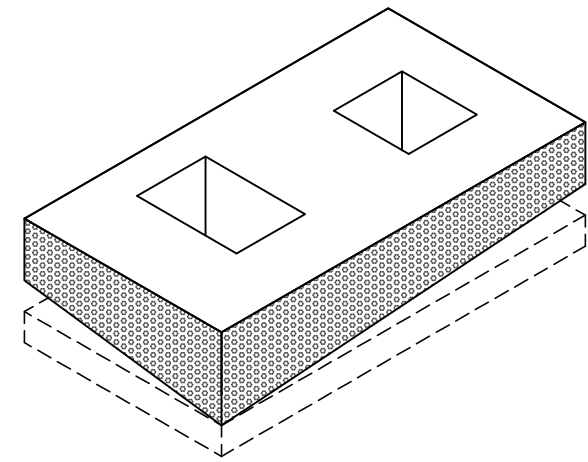
STVARANJE NADSTREŠNICE

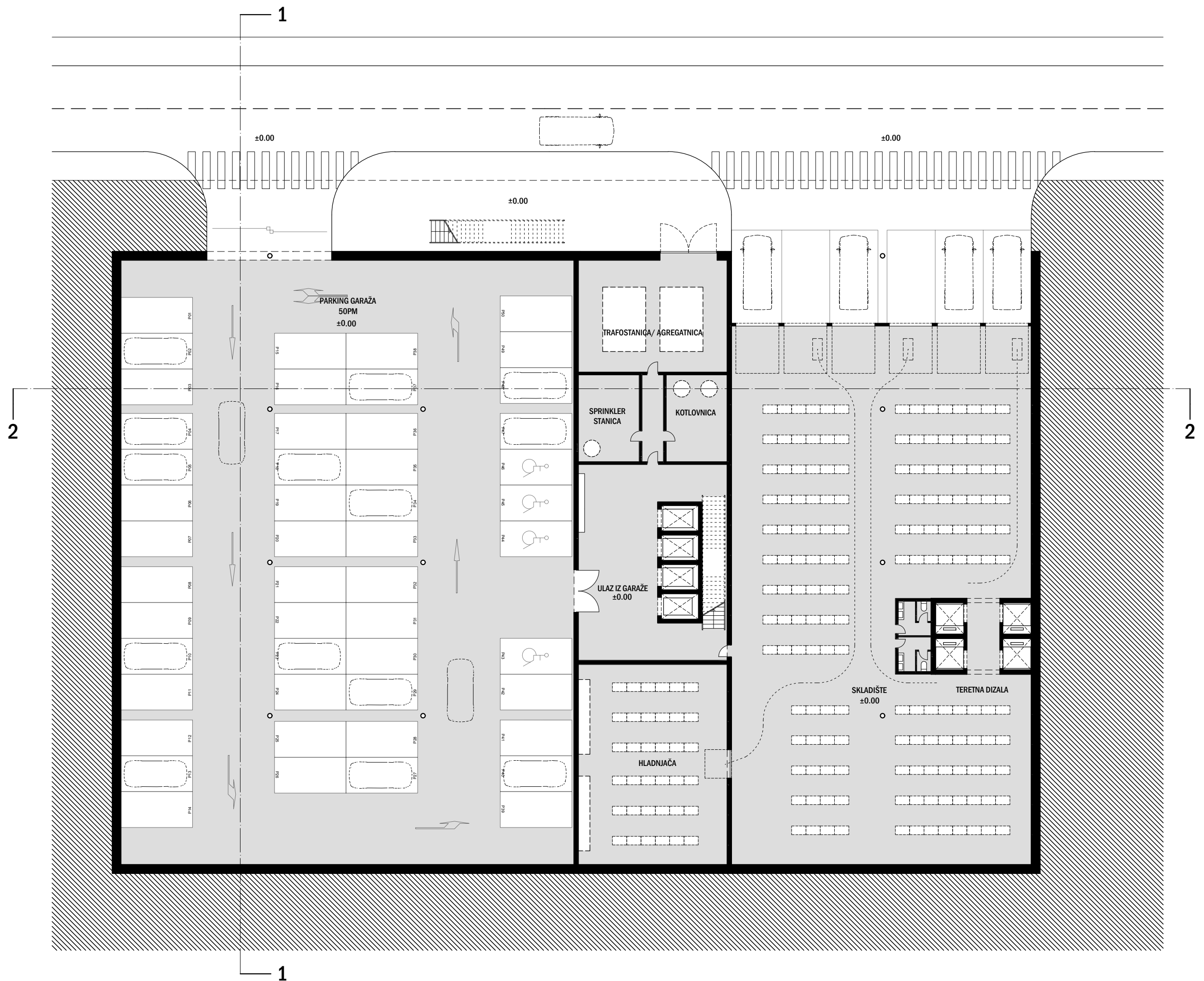


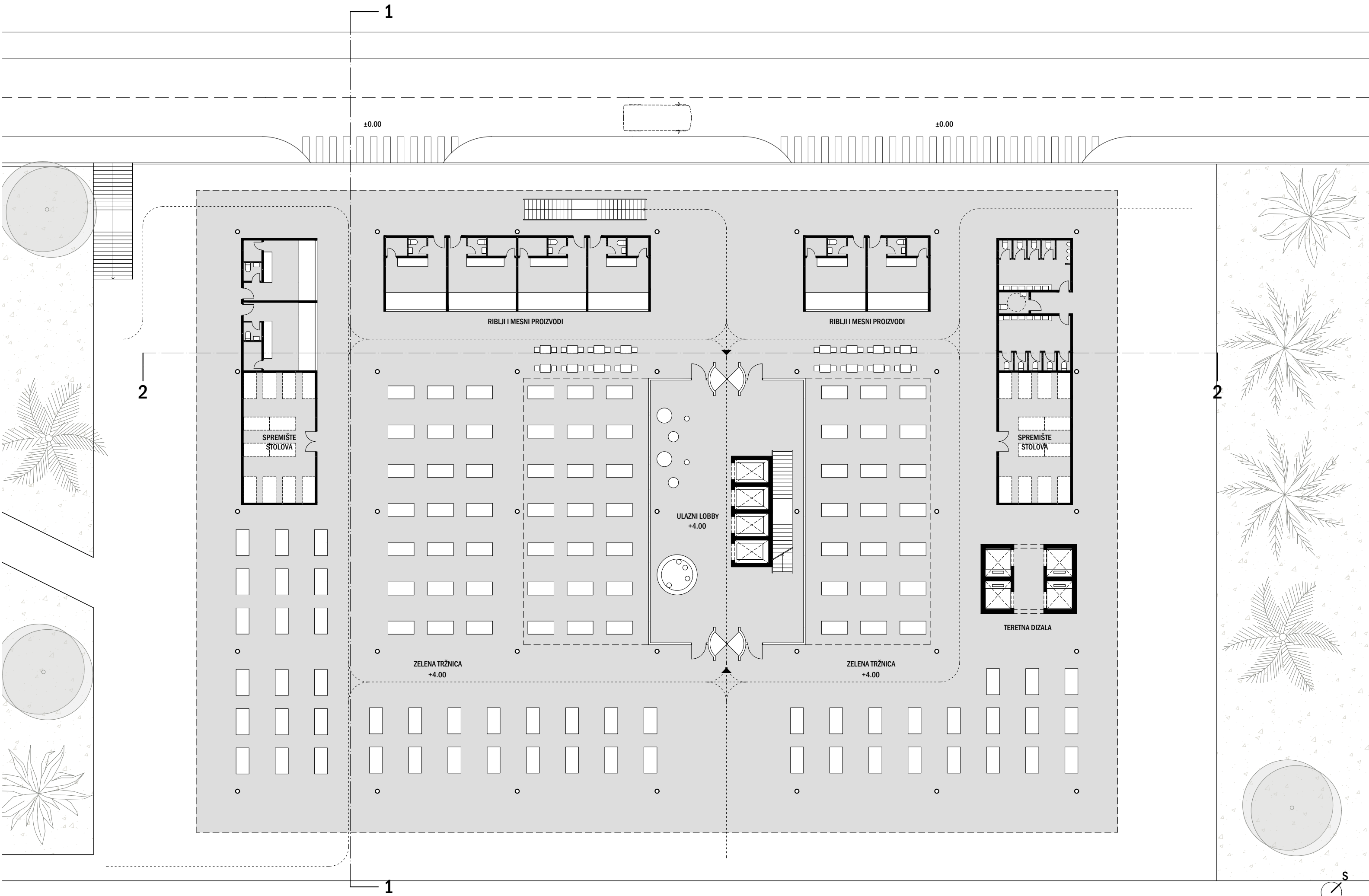
UVOĐENJE SVJETLA

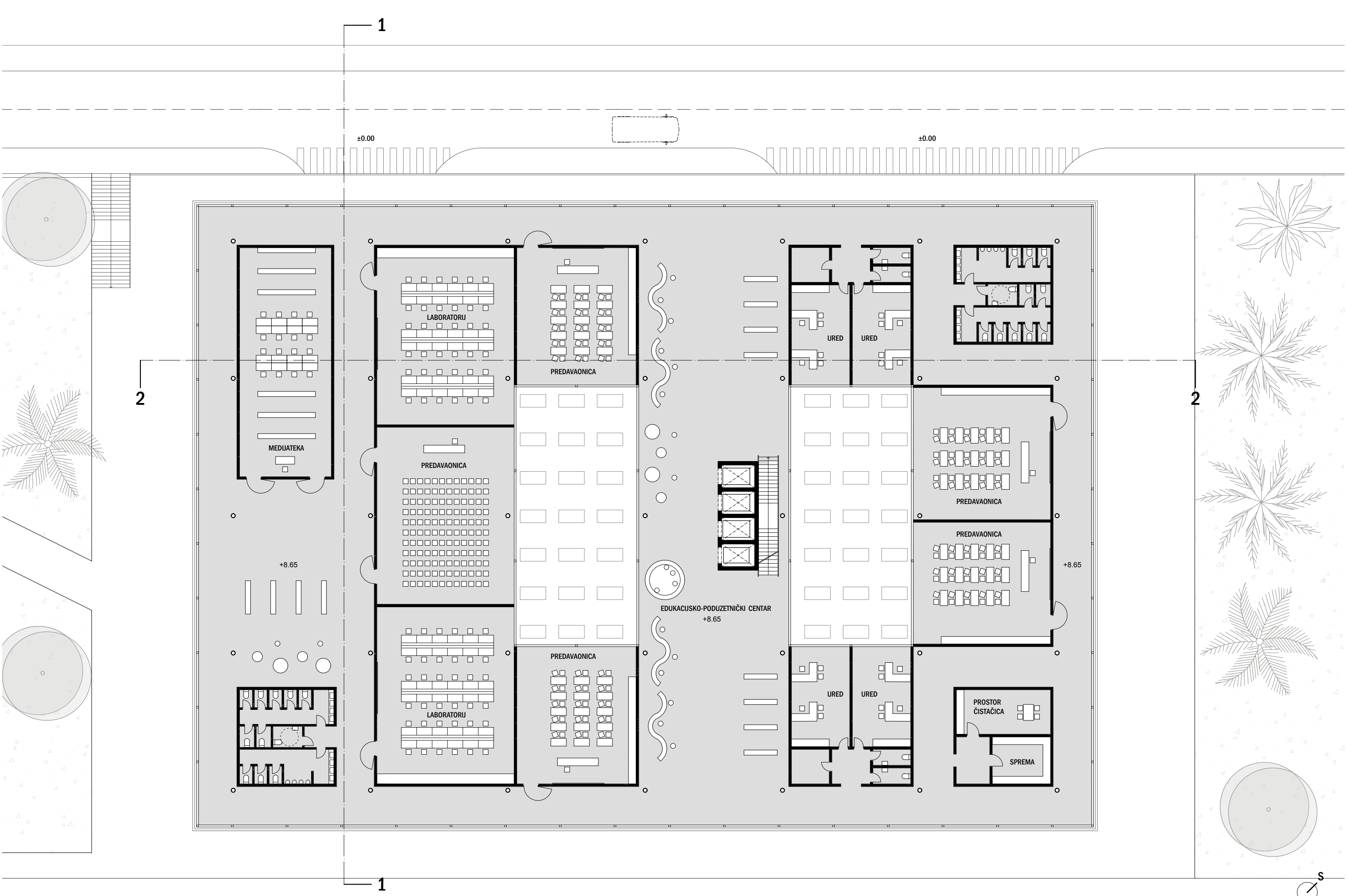


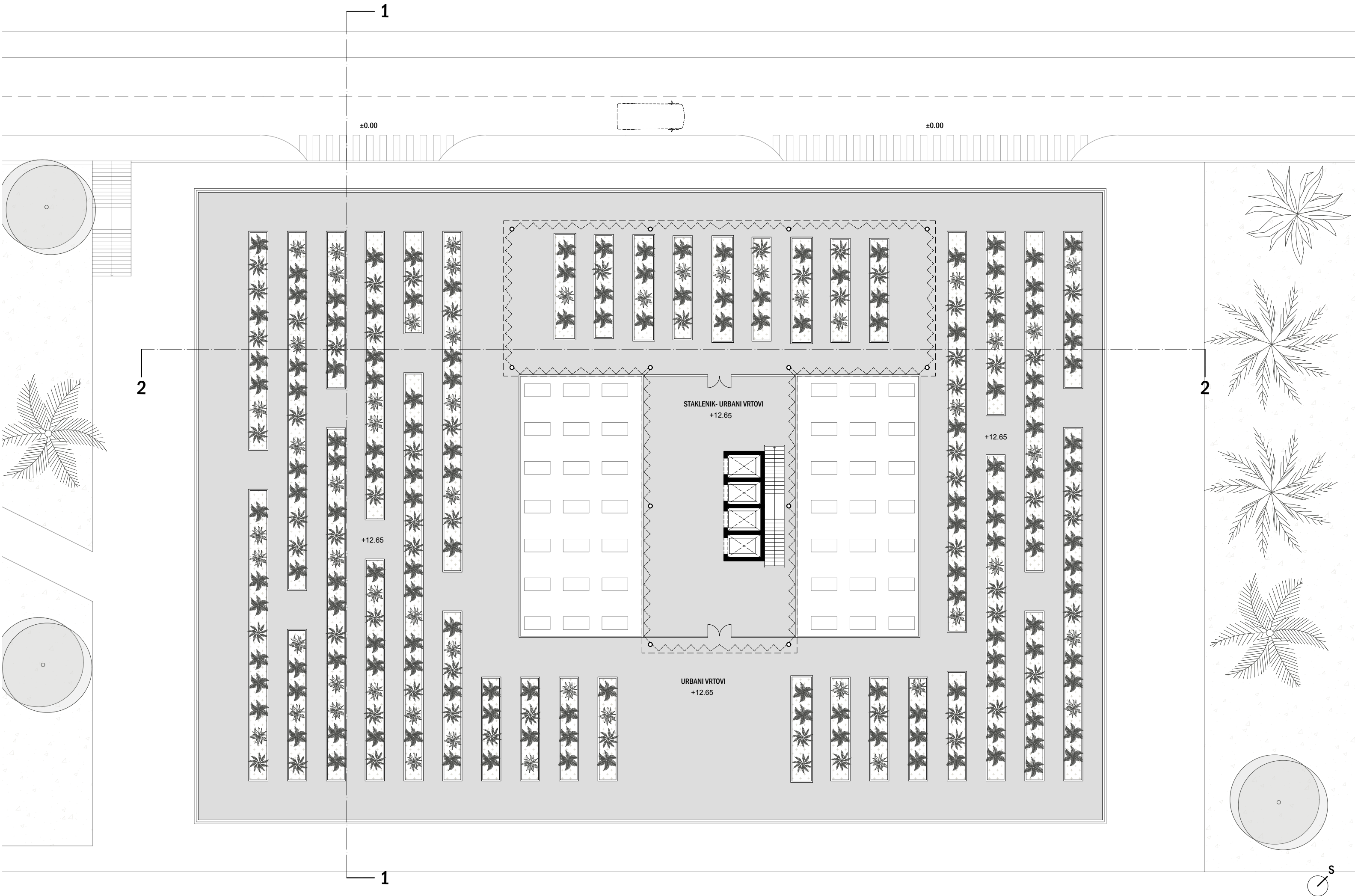
OVOJNICA/ ZAŠTITA OD SUNCA

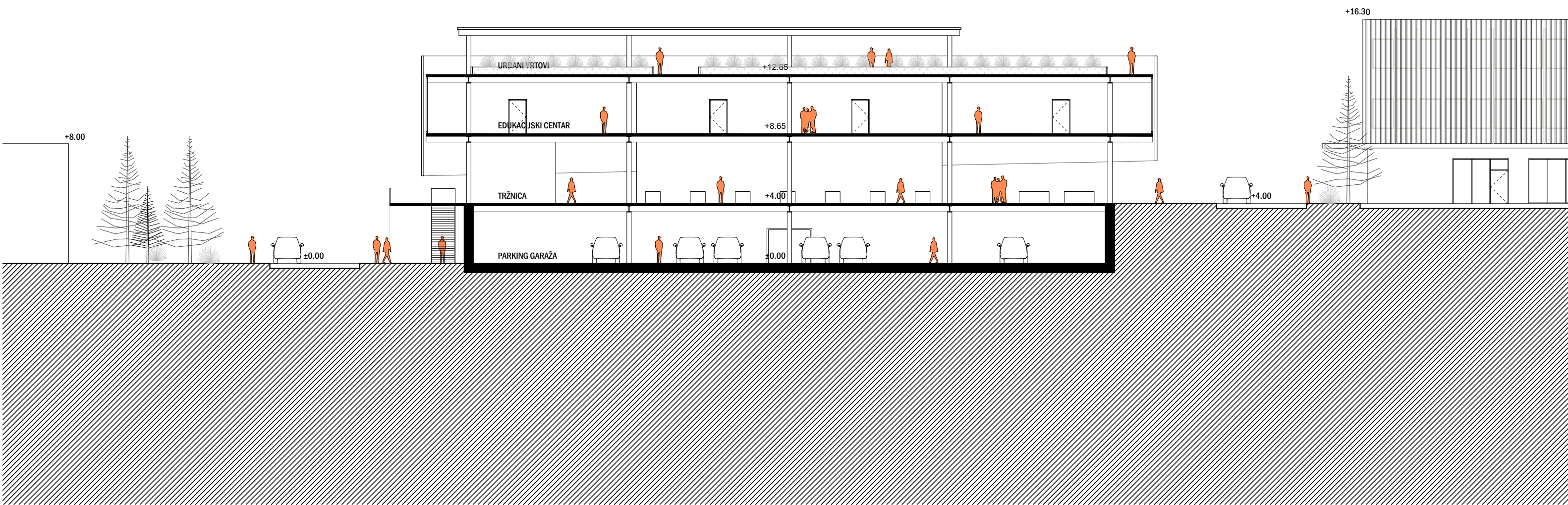
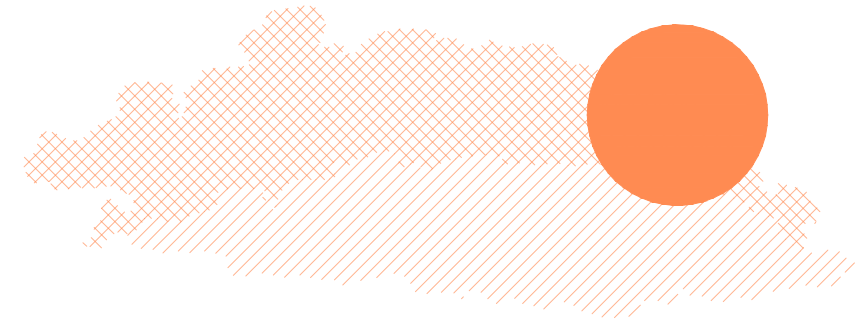
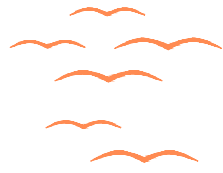




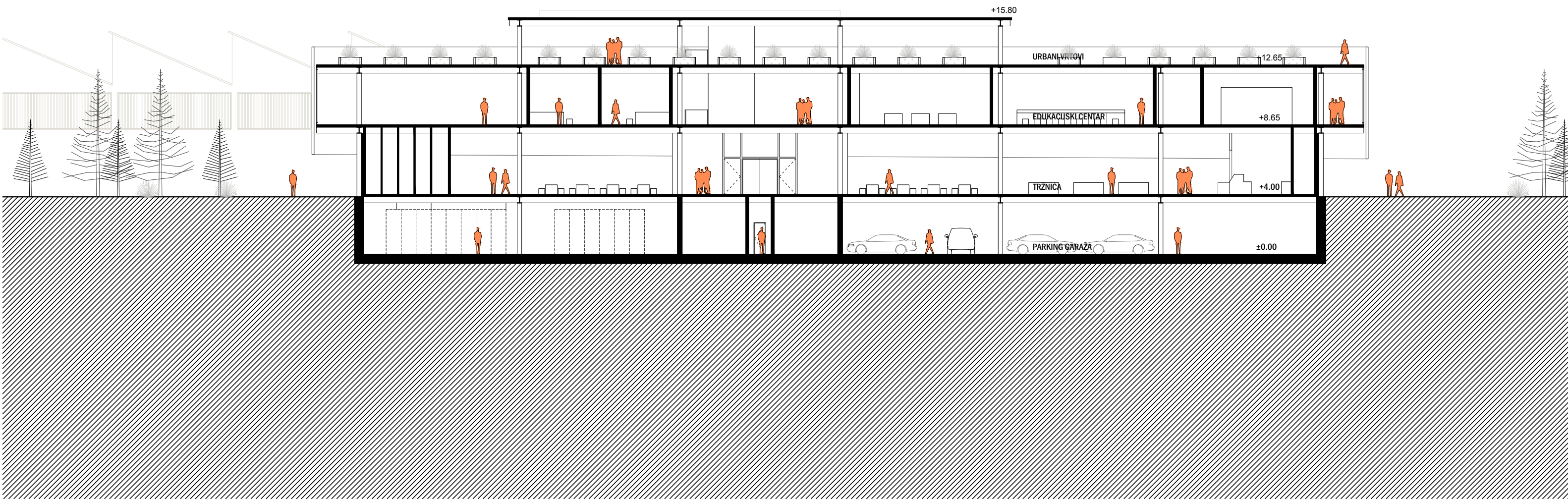
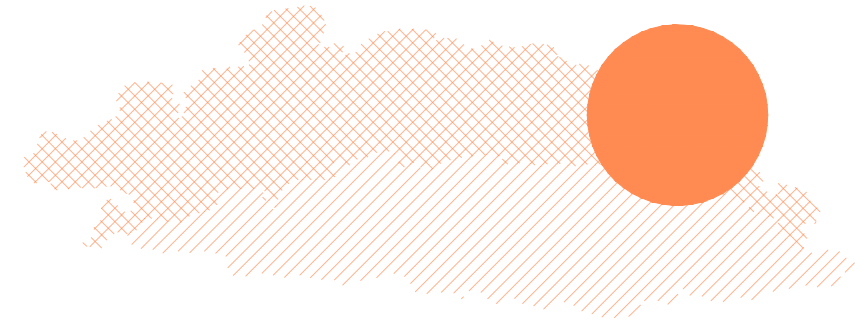
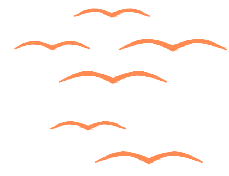


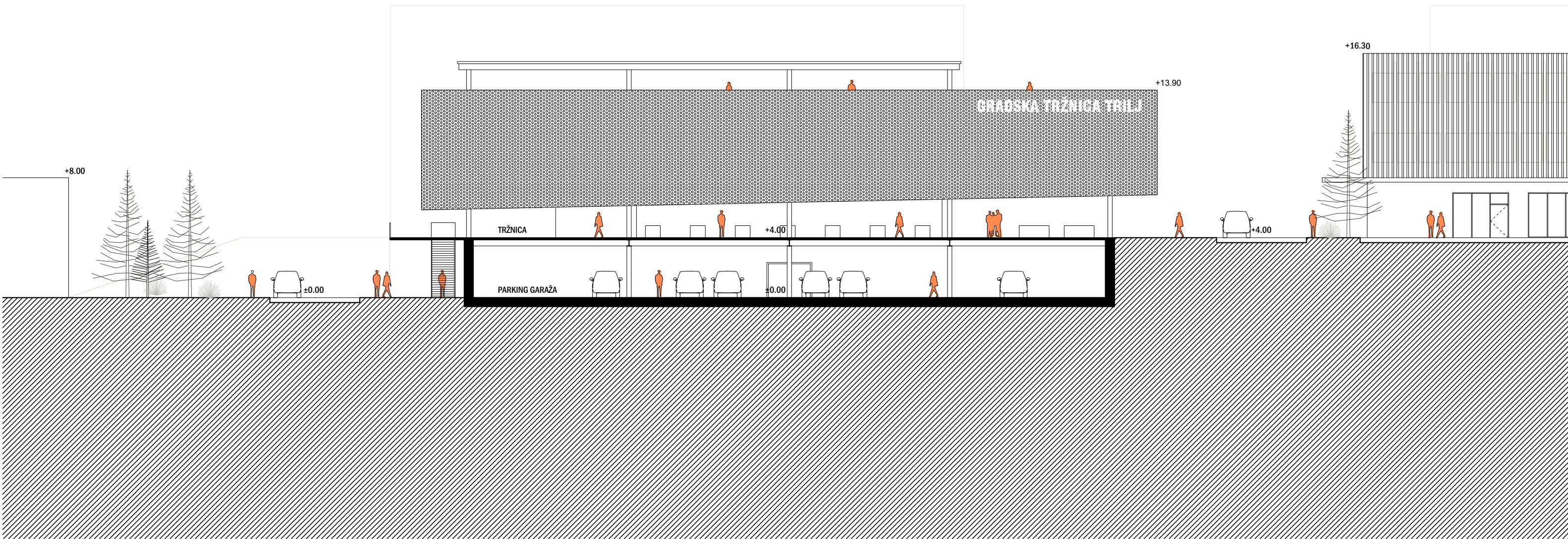
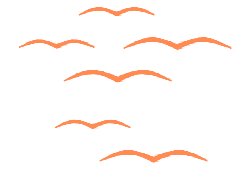
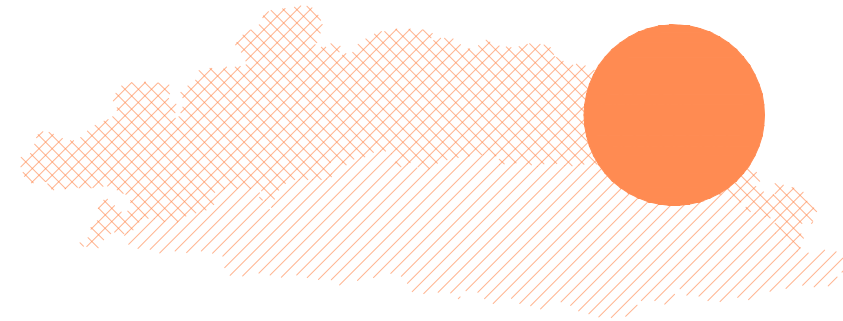
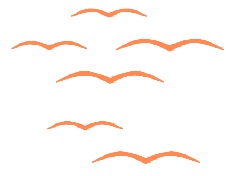


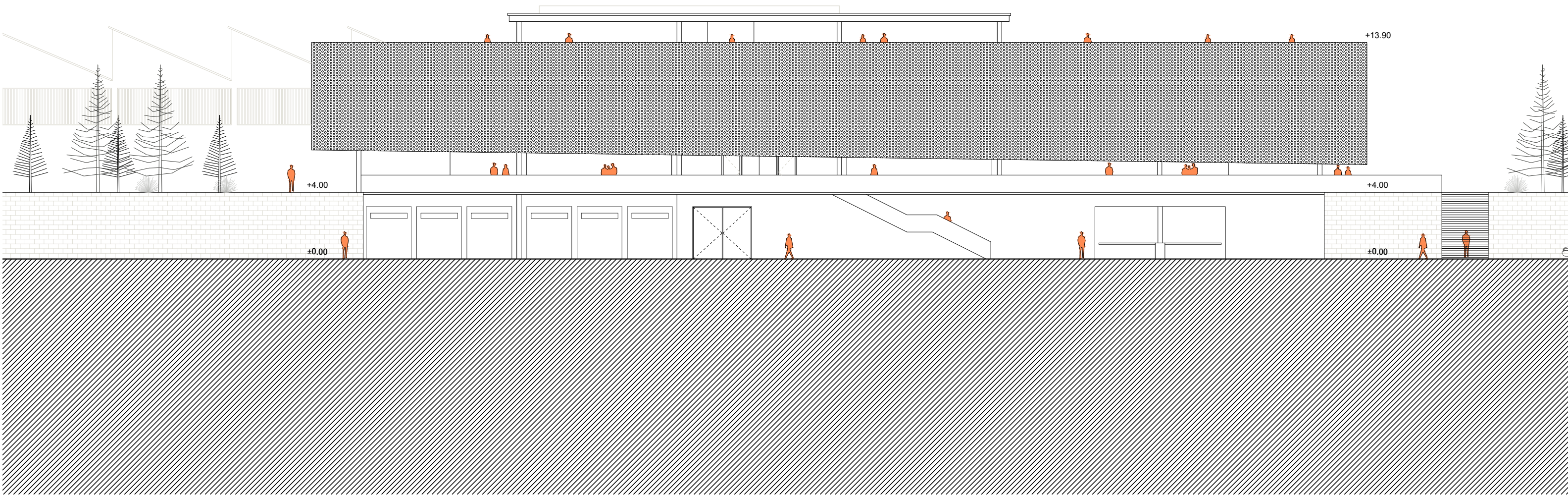
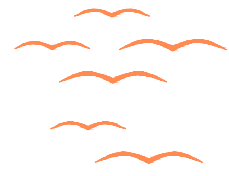


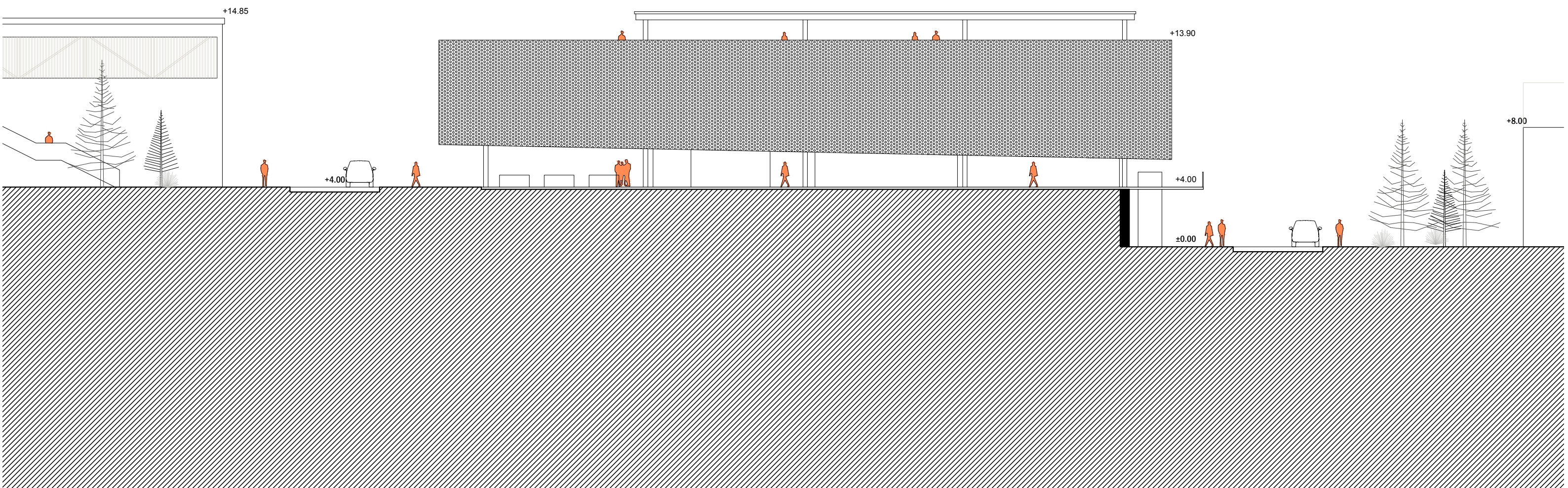
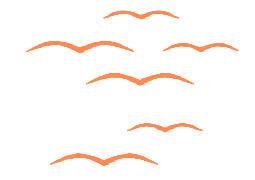
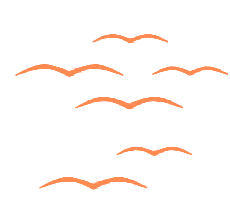


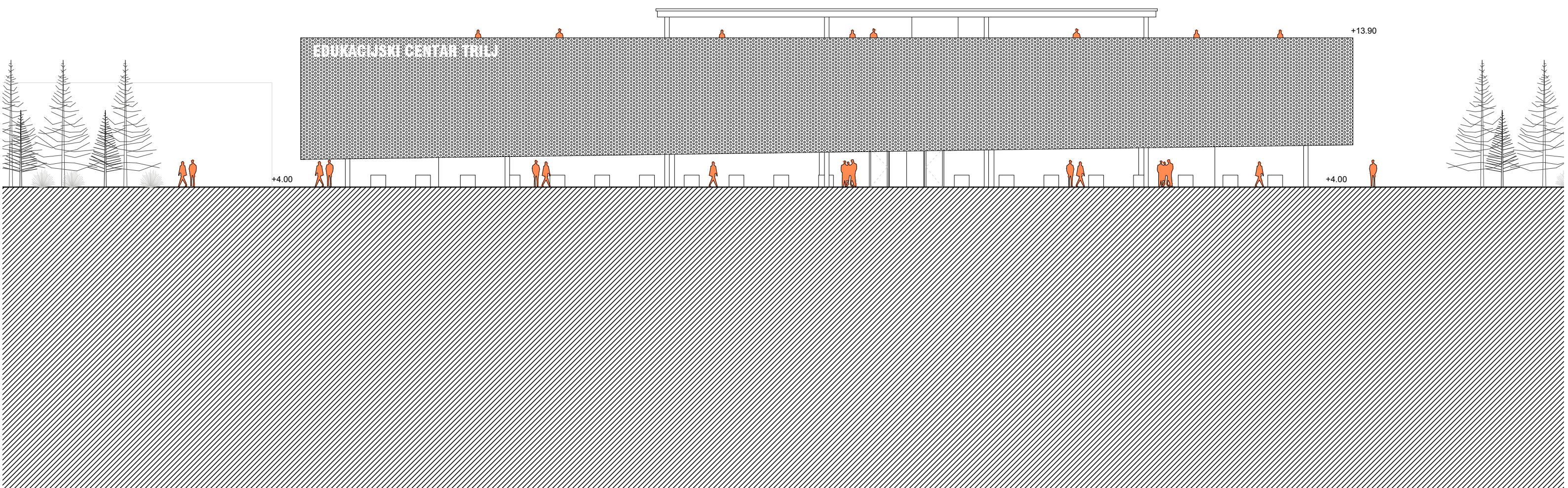
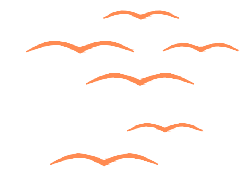
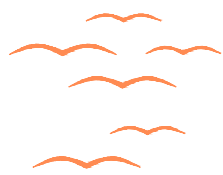


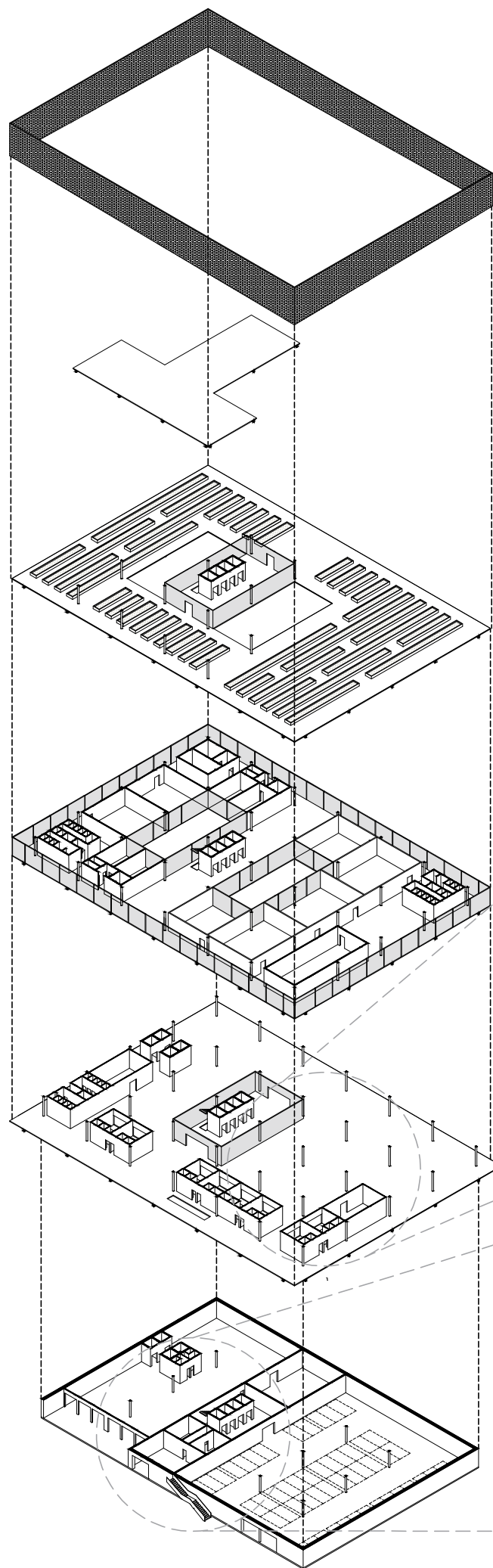












METALNA OVOJNICA

URBANI VRTOVI

EDUKACIJSKI CENTAR

TRŽNICA

GARAŽA I SKLADIŠTE

ULAZNI LOBBY

RIBLI I MESNI  
PROIZVODI

ZELENA TRŽNICA

SPREMIŠTE STOLOVA

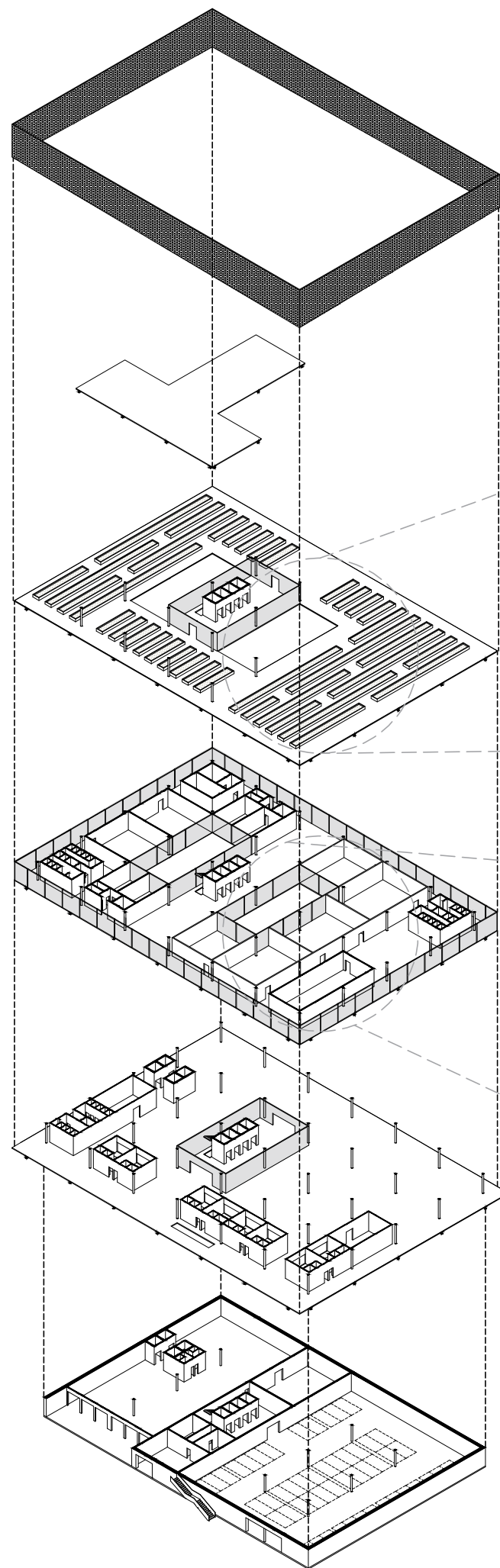
SKLADIŠTE

HLADNJAČA

ULAZNI LOBBY

TRAFOSTANICA  
AGREGATNICA

PARKING GARAŽA



METALNA OVOJNICA

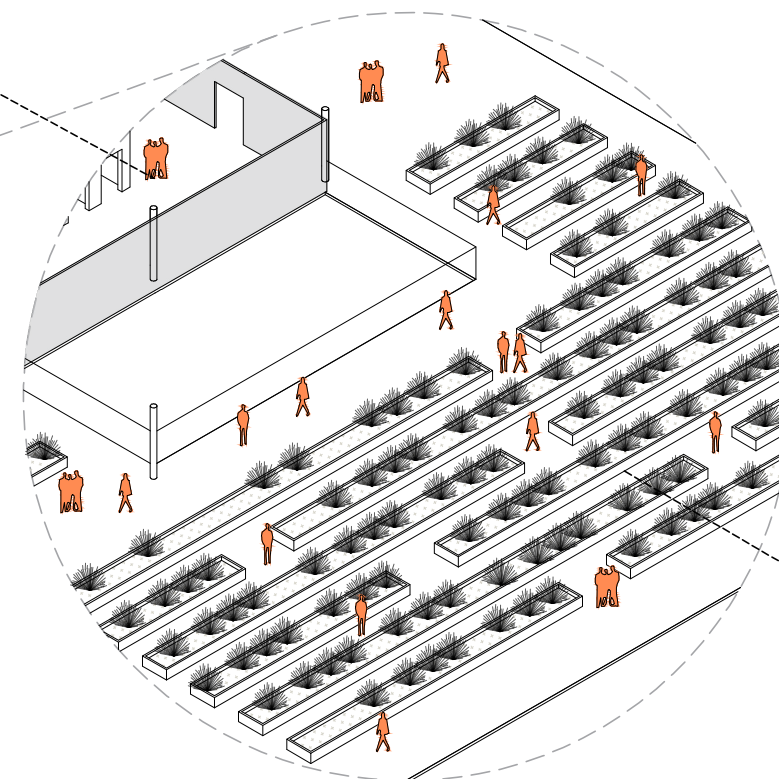
URBANI VRTOVI

EDUKACIJSKI CENTAR

TRŽNICA

GARAŽA I SKLADIŠTE

ULAZNI LOBBY



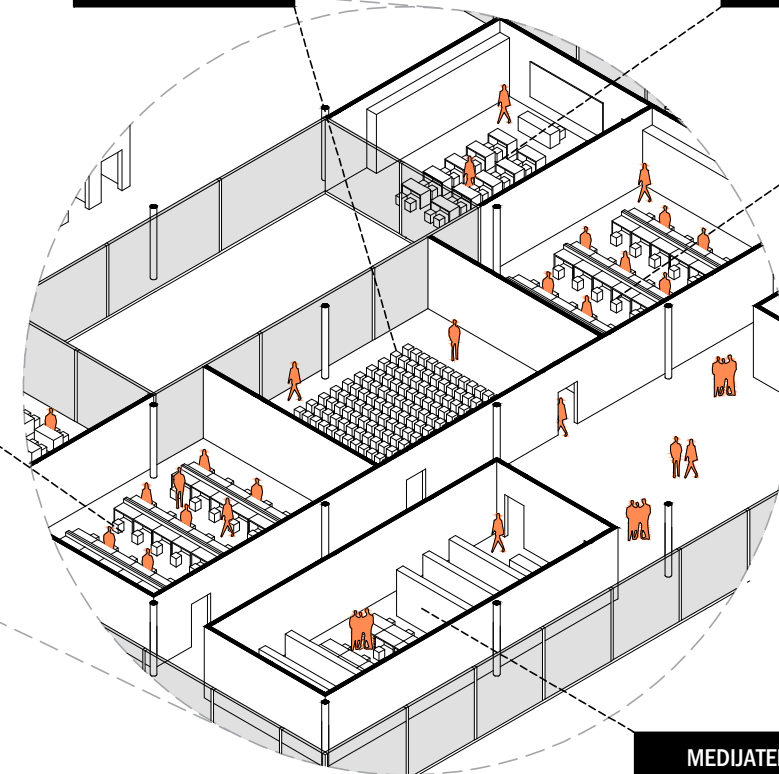
URBANI VRTOVI

PREDAVAONICA

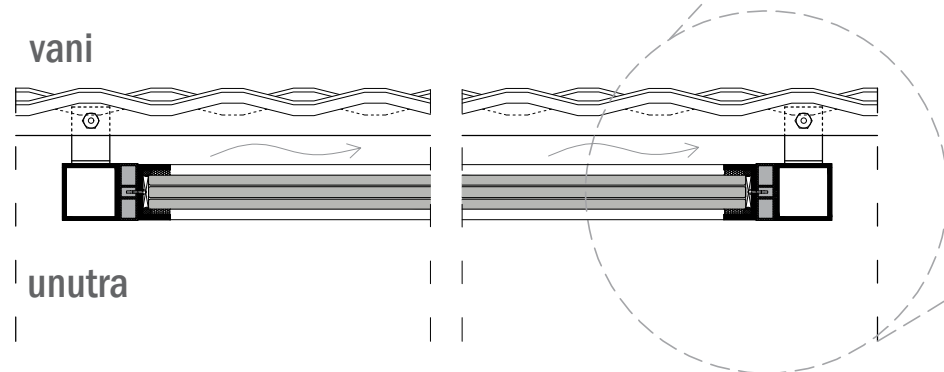
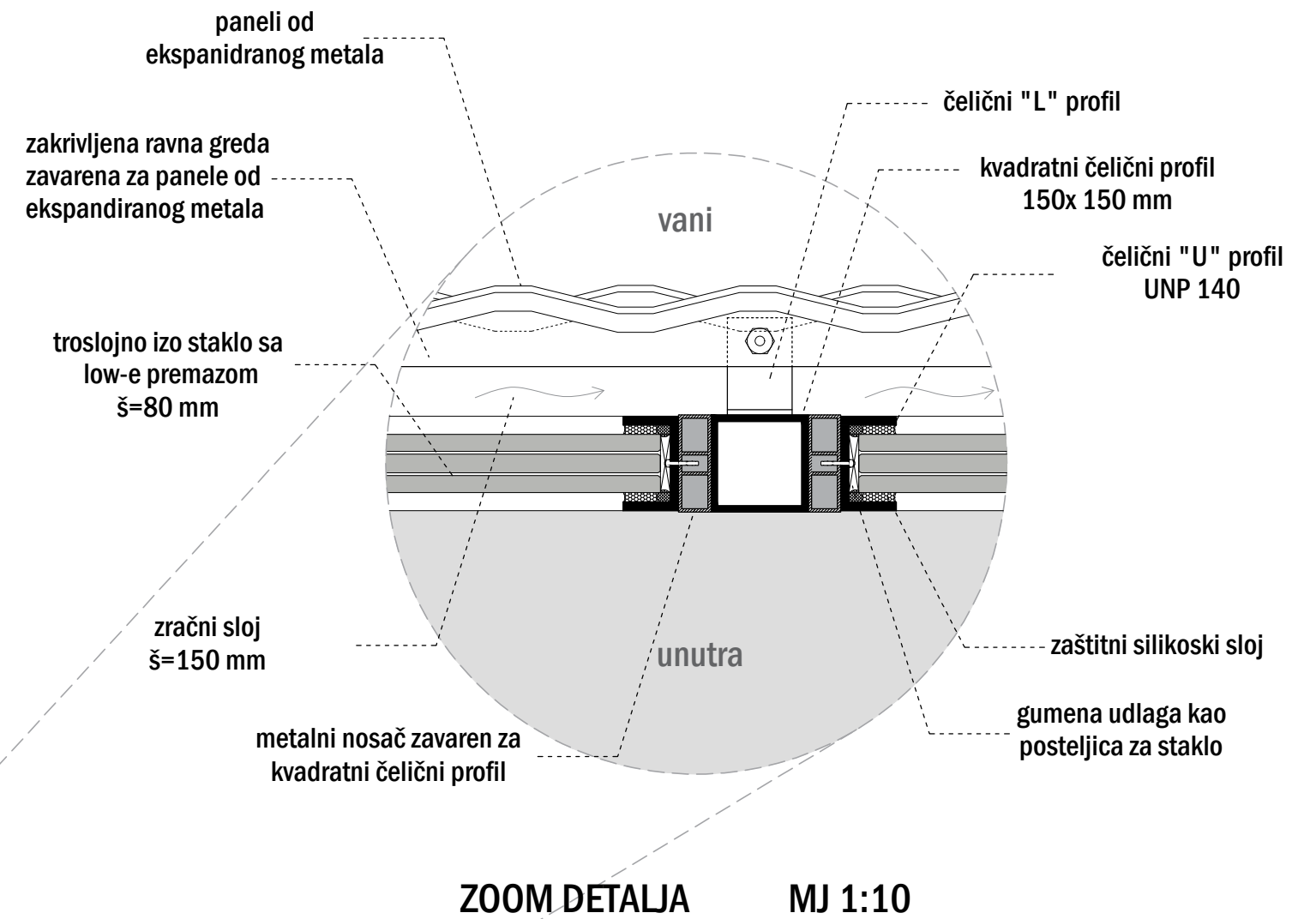
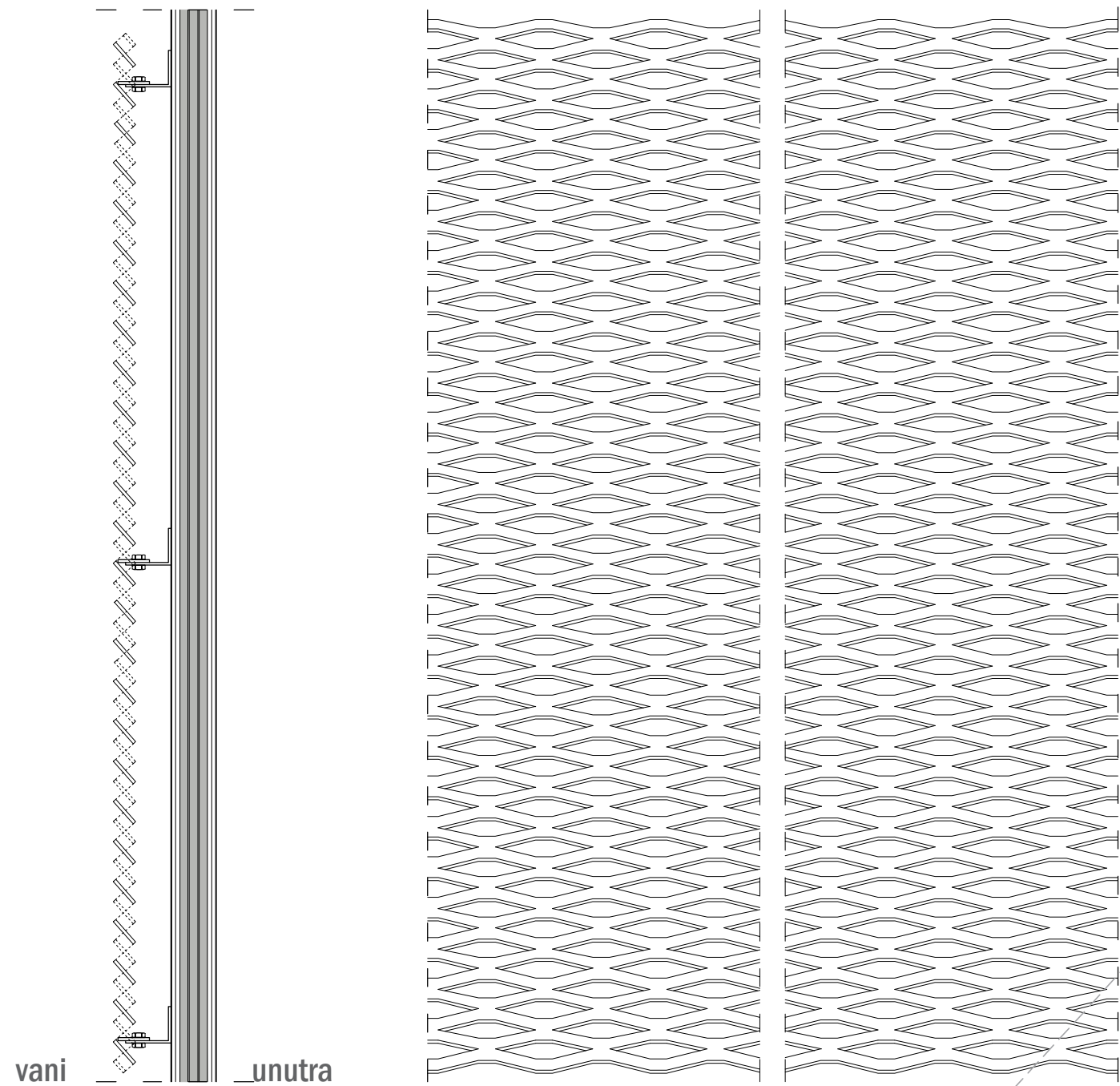
PREDAVAONICA

LABORATORIJ

LABORATORIJ



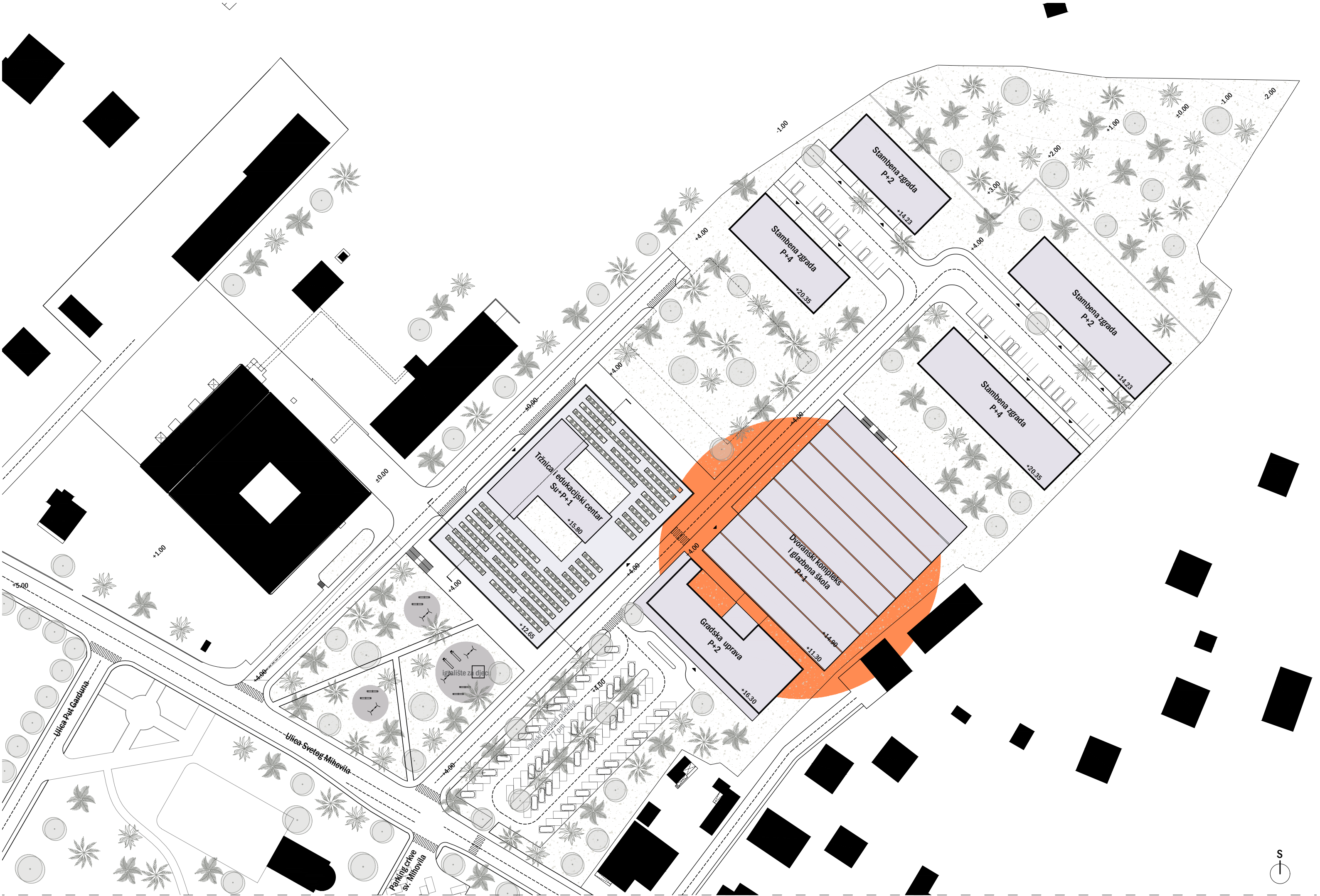
MEDIJATEKA

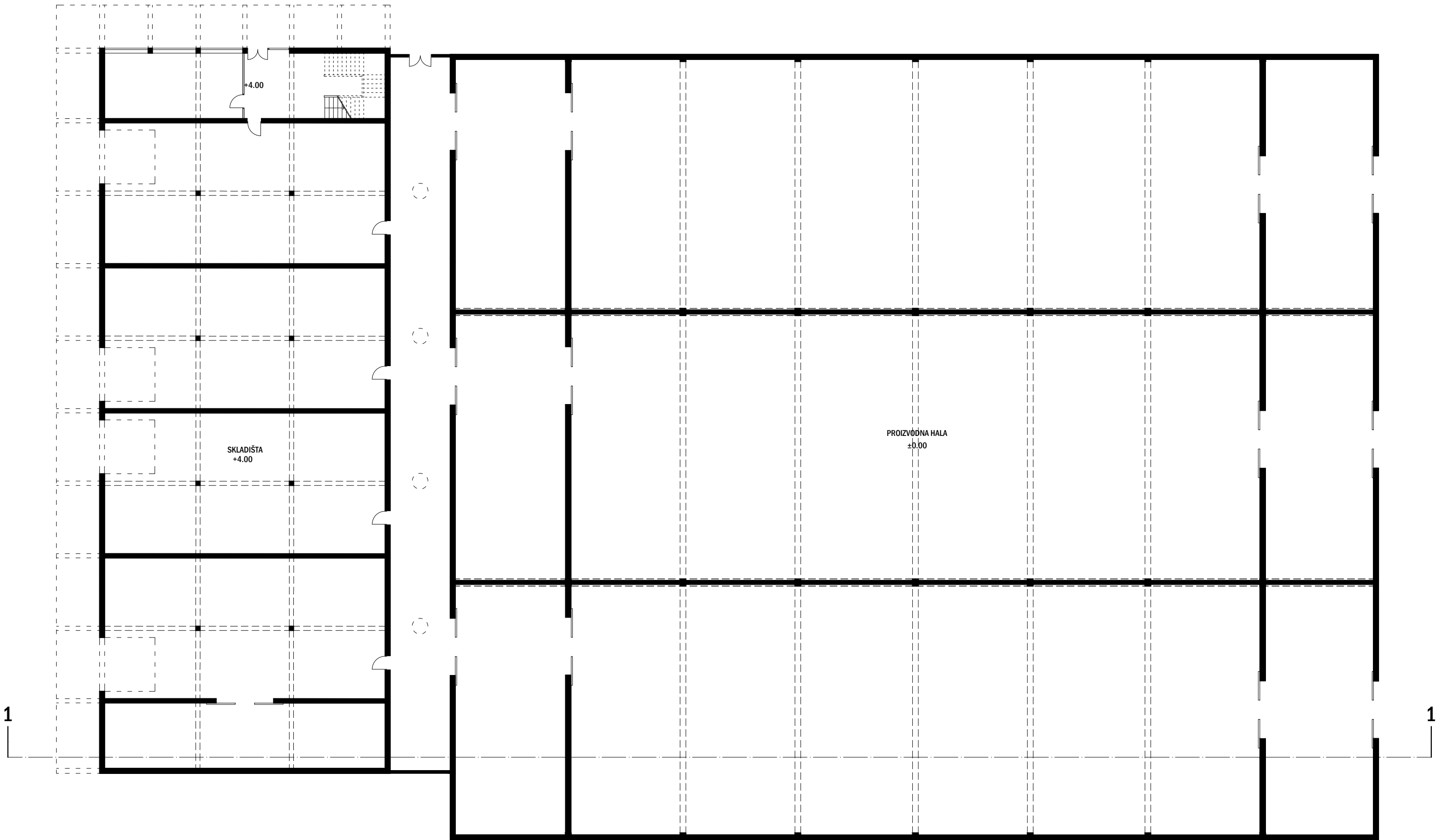


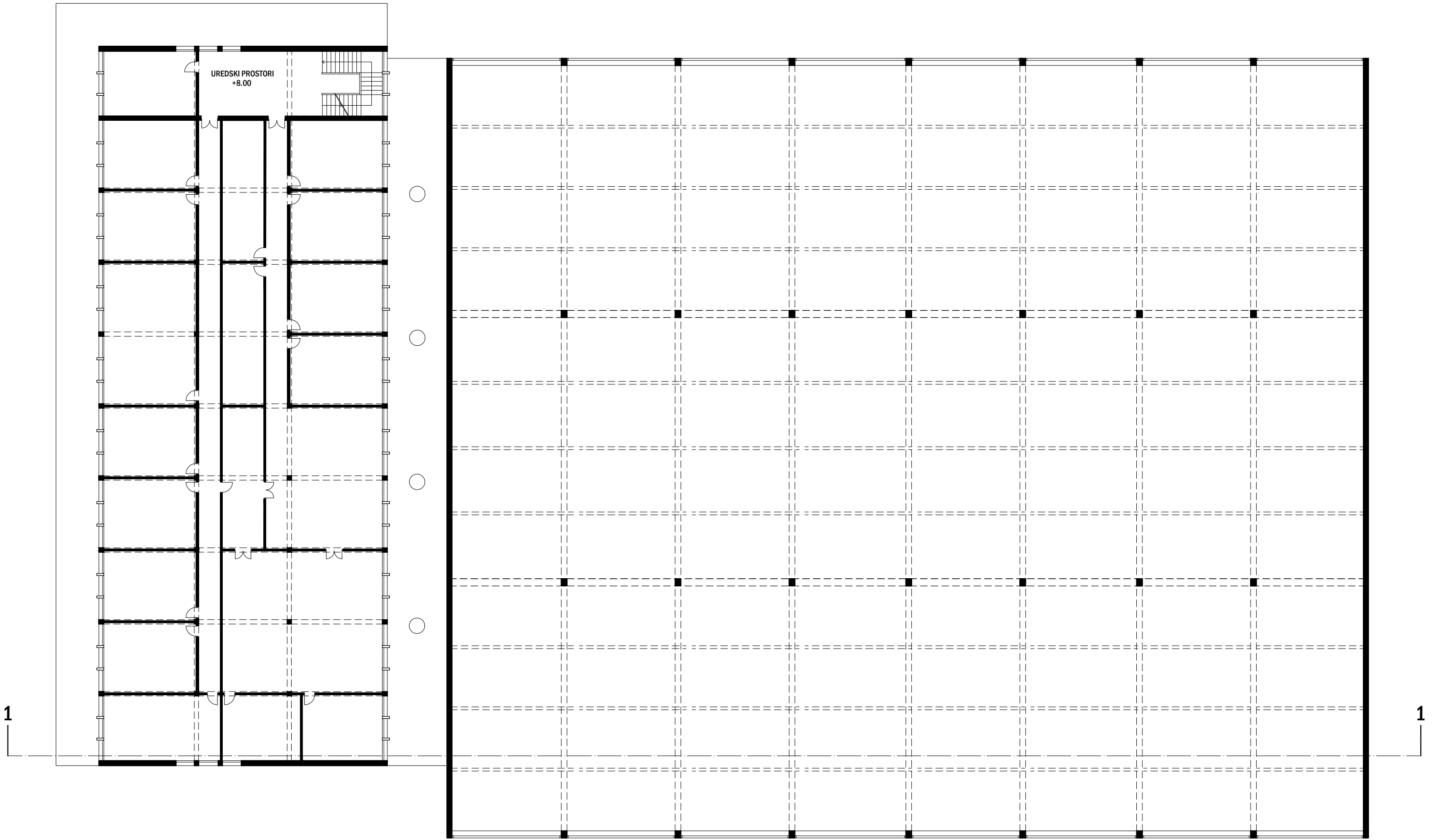


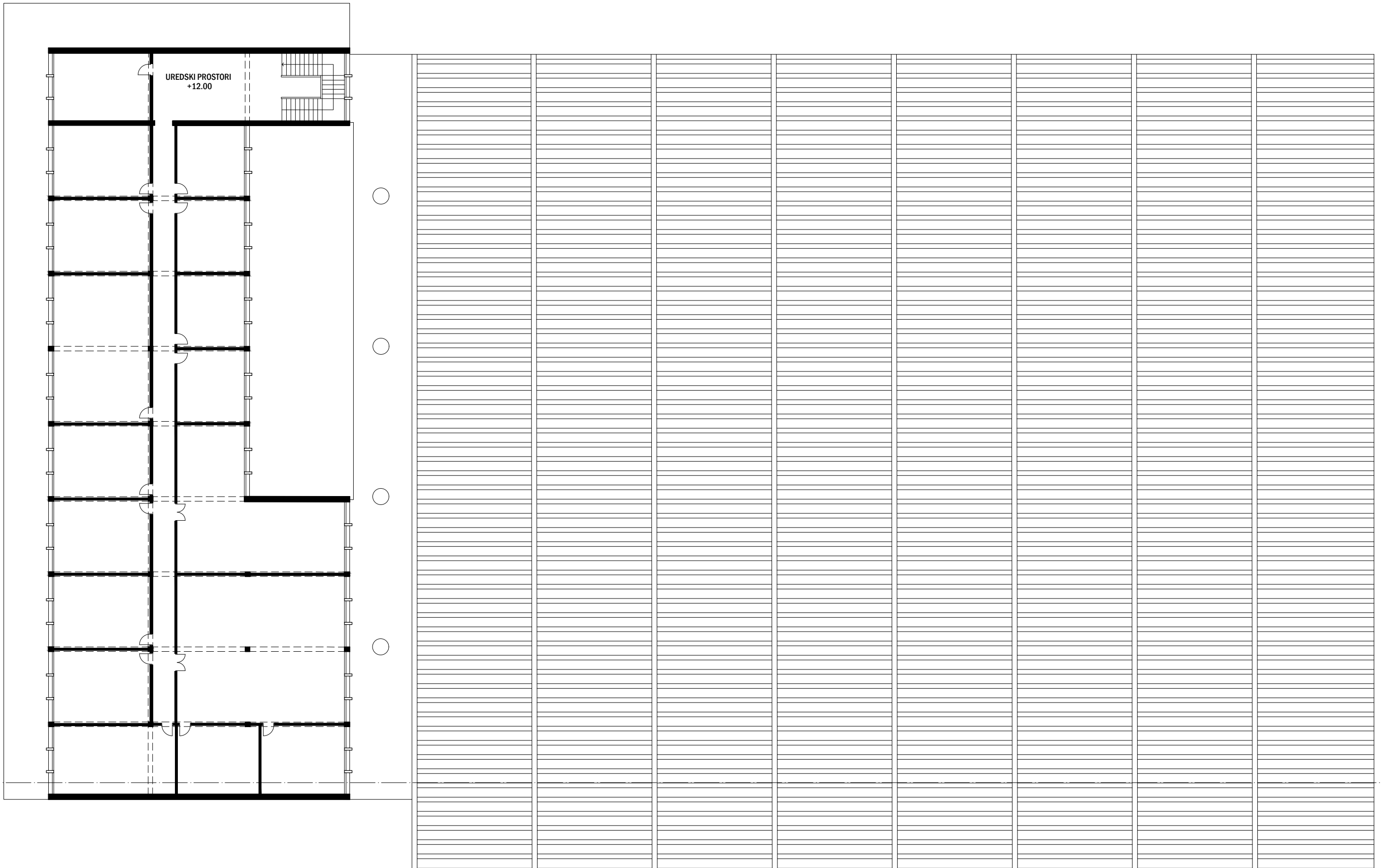
**TRŽNICA/ EDUKACIJSKI CENTAR**

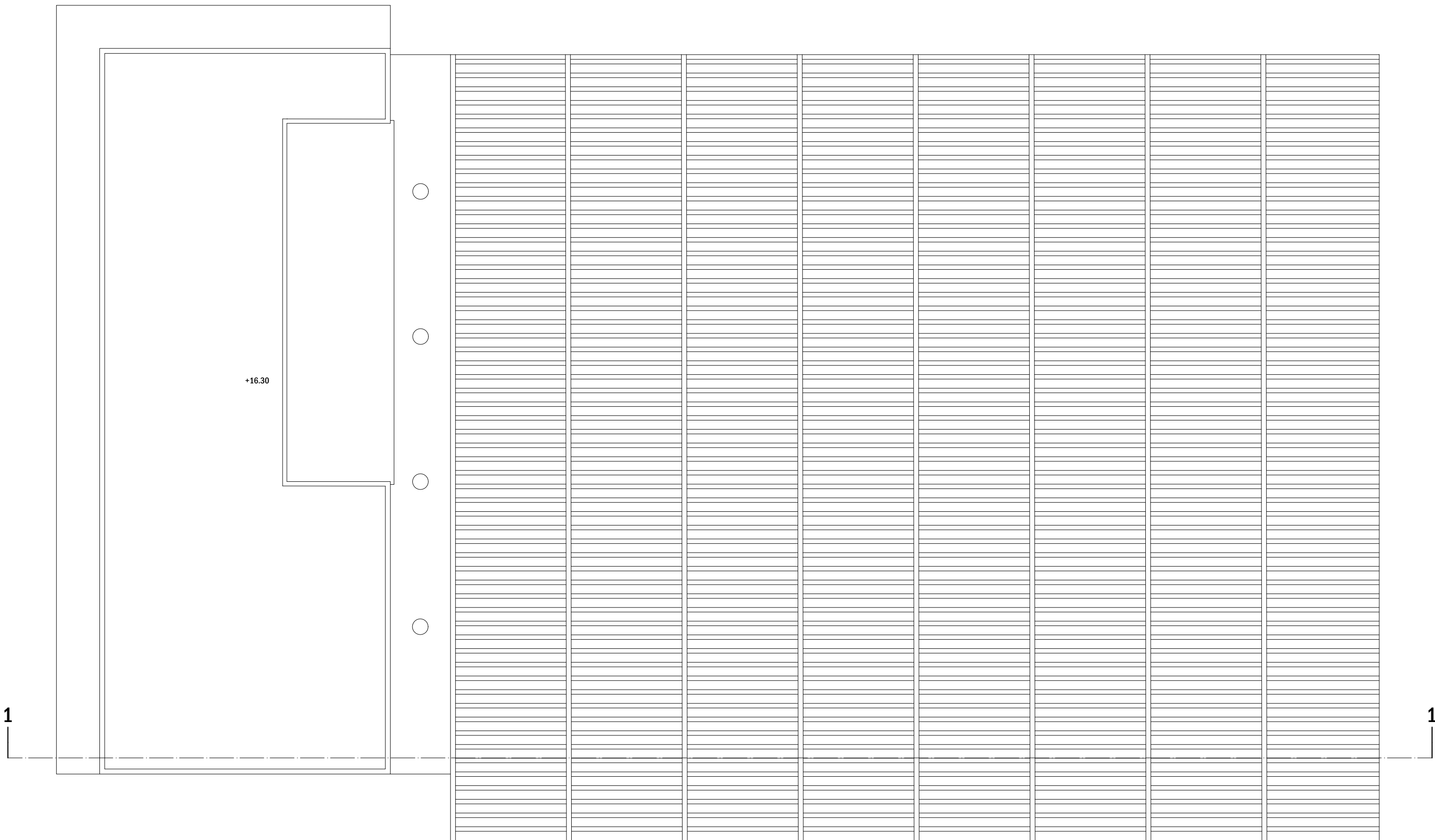
- <b>Prezentacija vinskih proizvoda:</b> (prezentacija i prodaja)	-bačve barrique -prodaja -vino i vinjaci -kušaonica	- <b>Gospodarstvo:</b>	-kotlovnica -agregatnica i trafostanica -sprinkler stanica	26 m <sup>2</sup> 82 m <sup>2</sup> 26 m <sup>2</sup>
- <b>Prezentacija proizvoda od voća i povrća :</b> (prezentacija i prodaja)	-prodaja -sokovi i koncentрати -kompoti -želirani proizvodi -pasterizirano voće -sušeno voće i povrće	- <b>Dodatni prostori:</b>	-info pult -ulazni prostor -administracija -skladište -sanitarije skladišta -hladnjača -garaža	235 m <sup>2</sup> 2x 50 m <sup>2</sup> 740 m <sup>2</sup> 12 m <sup>2</sup> 145 m <sup>2</sup> 1335 m <sup>2</sup>
				<b>2700 m<sup>2</sup></b>
- <b>Prezentacija ribljih proizvoda:</b> (prezentacija i prodaja) *Ribogojilište Grab	-smrznuta riba -riblje konzerve -usoljena riba -riblje brašno -riblja jela -brašno (mlinica Grab)	- <b>Edukacijski centar:</b>	-ulazni prostor (zajednički s tržnicom) -info pult -administracija -laboratoriji -predavaonice  -medijateka -urbani vrtovi -sanitarije -prostor za čistačice	235 m <sup>2</sup>  2x 50 m <sup>2</sup> 2x 150 m <sup>2</sup> 4x 100 m <sup>2</sup> 1x 145 m <sup>2</sup> 130 m <sup>2</sup> 3390 m <sup>2</sup> 2x 50 m <sup>2</sup> 55 m <sup>2</sup>
- <b>Prezentacija pčelinjih proizvoda:</b> (prezentacija i prodaja)	-med -matična mliječ -propolis -kušaonica			<b>4855 m<sup>2</sup></b>
				<b>UKUPNO SVE: 6512 m<sup>2</sup></b>
- <b>Prezentacija životinjskih proizvoda:</b> (prezentacija i prodaja)	-žabe -mlijeko i jogurt -sir i maslac -jaja -mesne prerađevine			
<b>OTVORENI PRODAJNI PROSTOR:</b>		<b>1437 m<sup>2</sup></b>		
<b>ZATVORENI PRODAJNI PROSTOR:</b>		<b>220 m<sup>2</sup></b>		
<b>UKUPNO PRODAJNI PROSTOR</b>		<b>1657 m<sup>2</sup></b>		

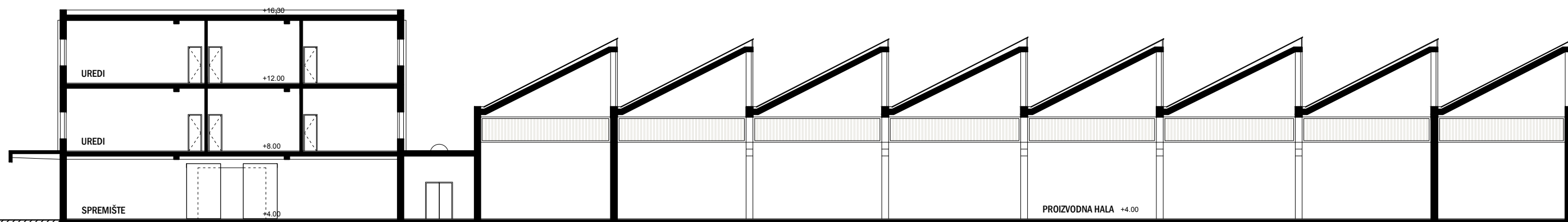
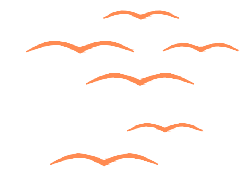


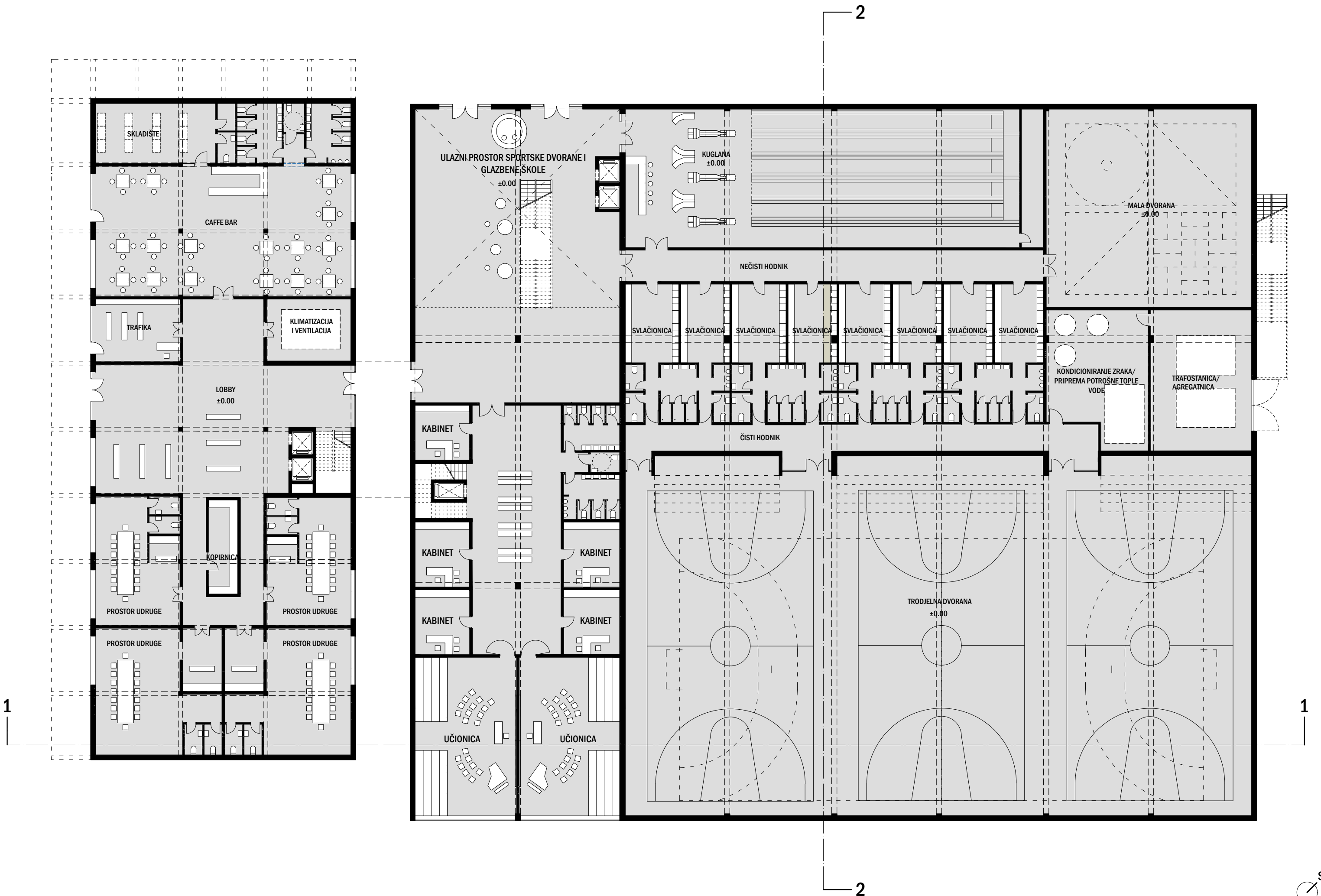




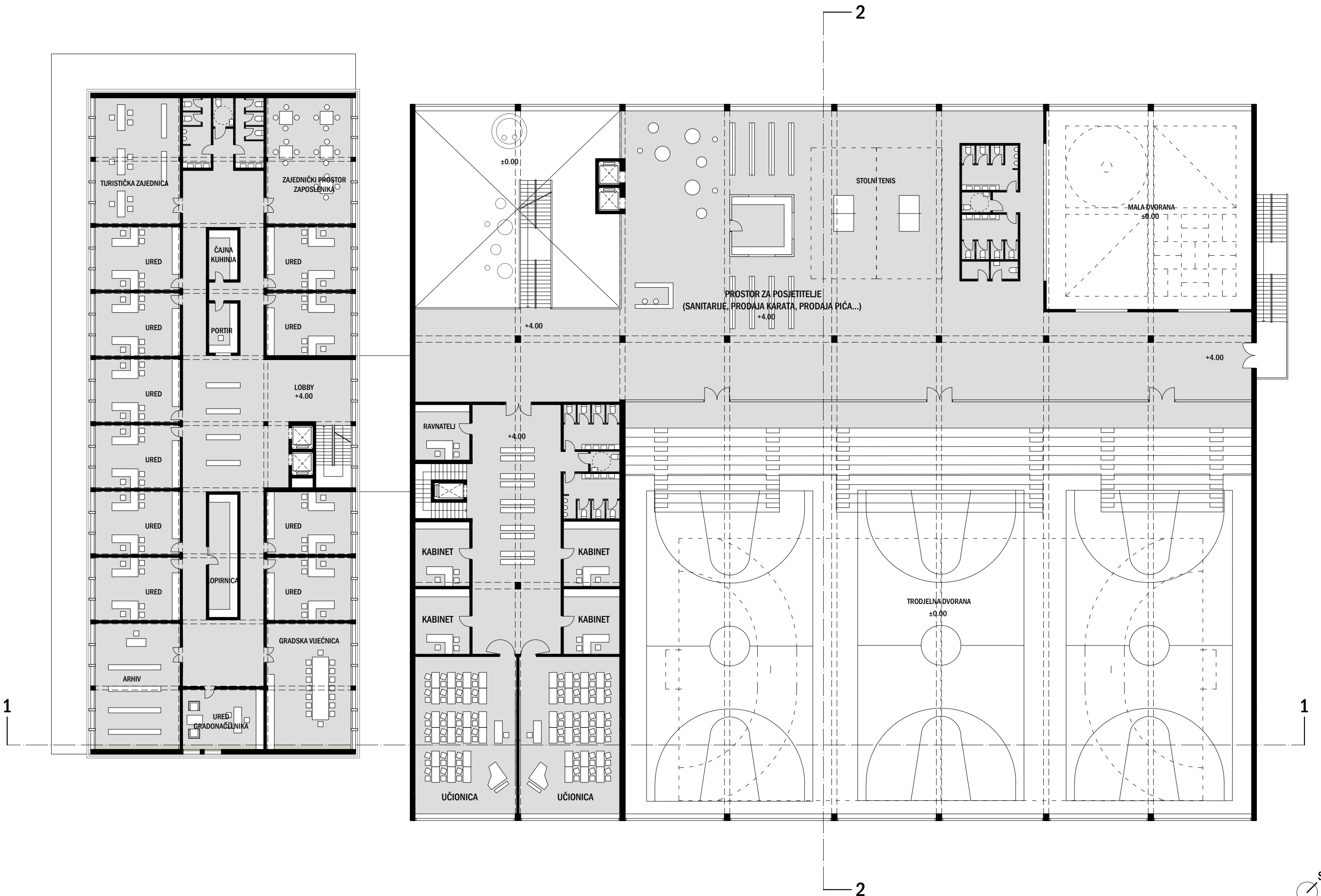


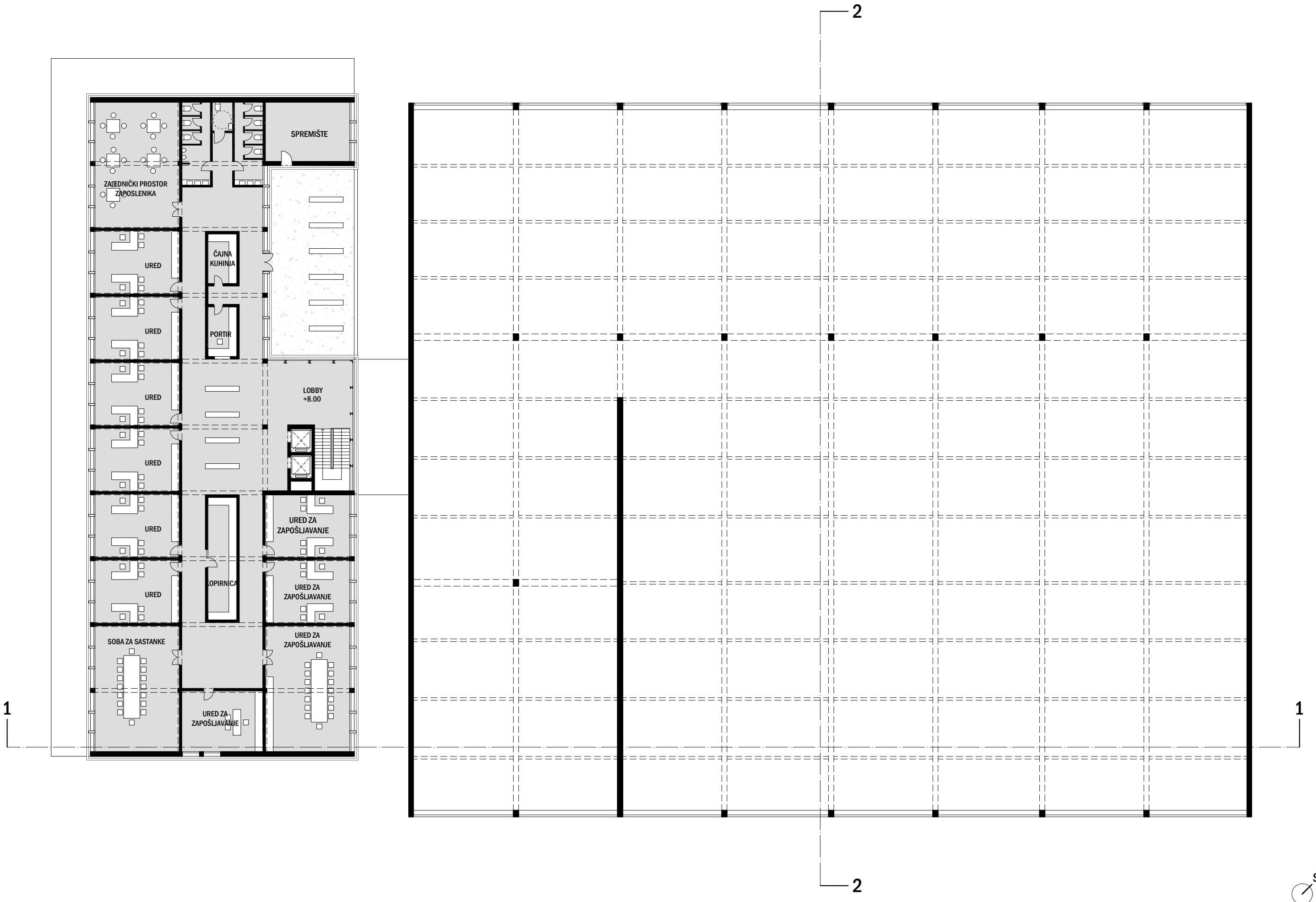


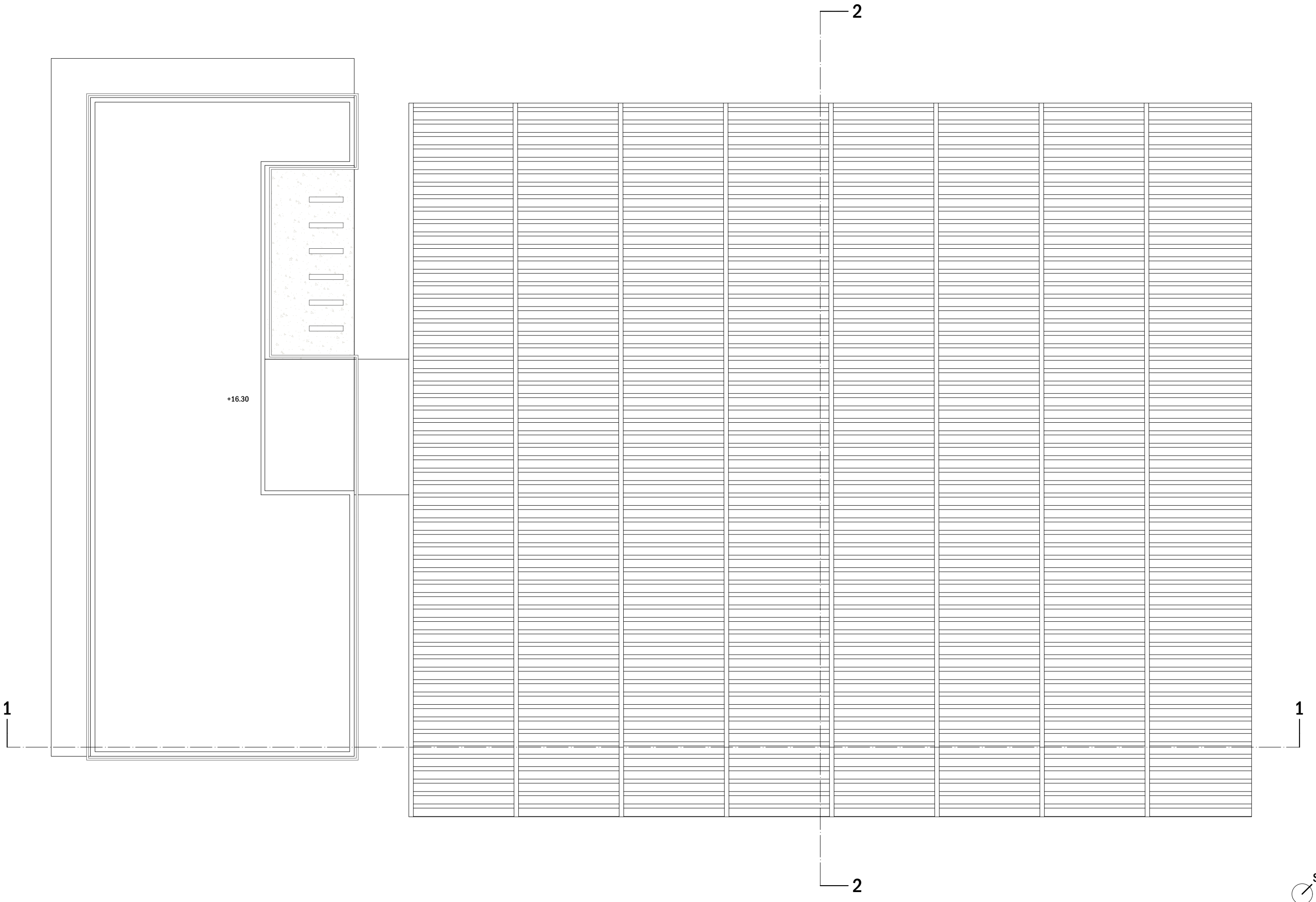


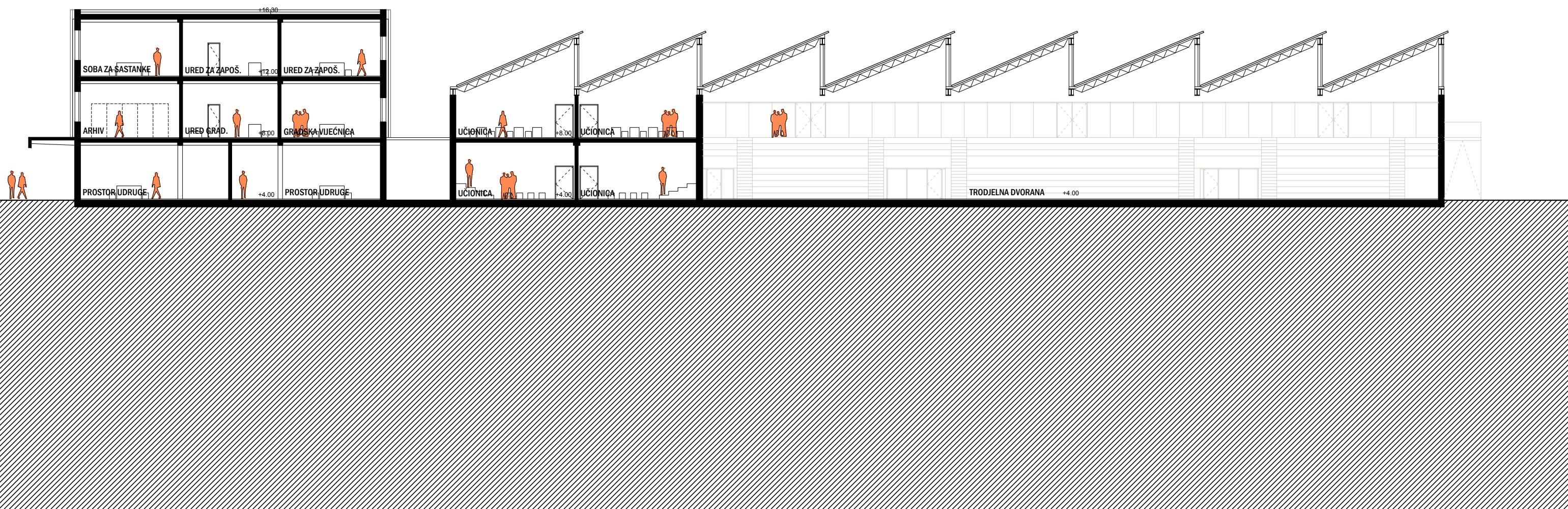
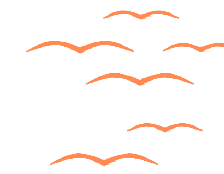
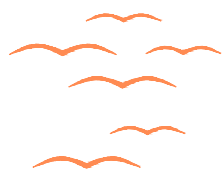
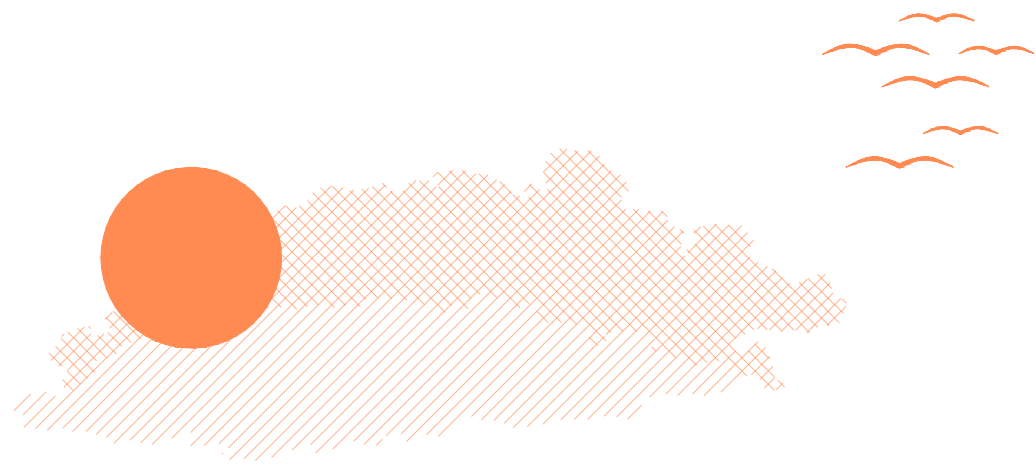


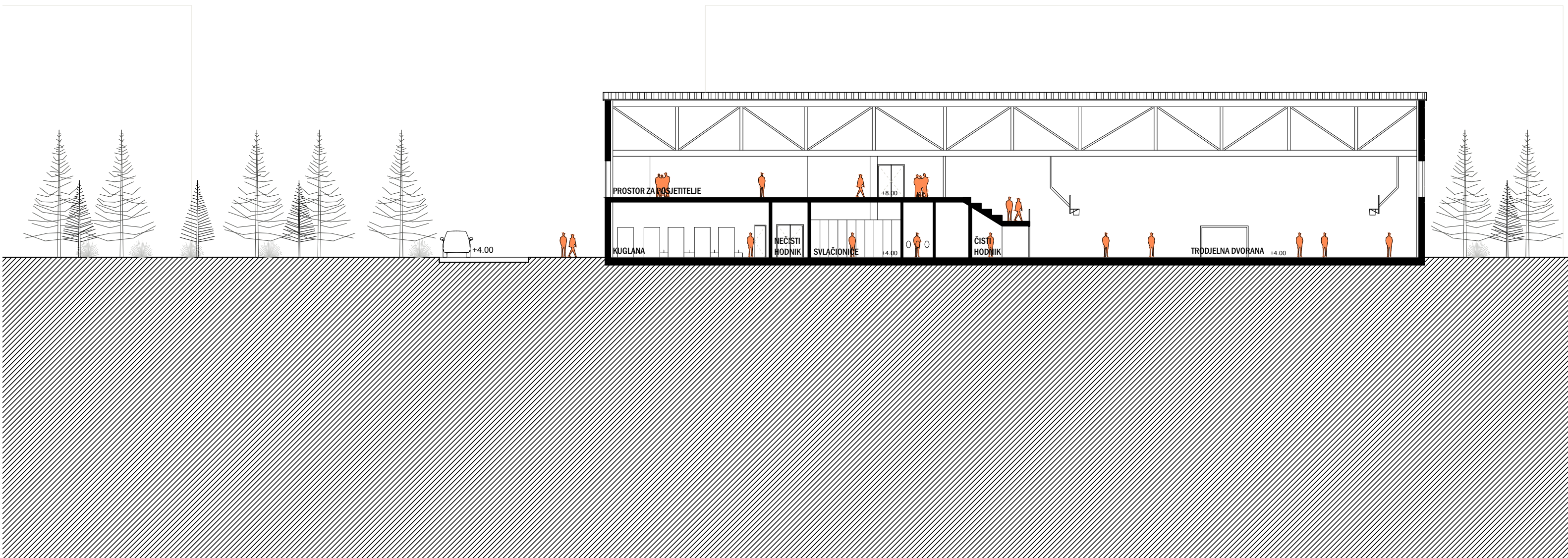
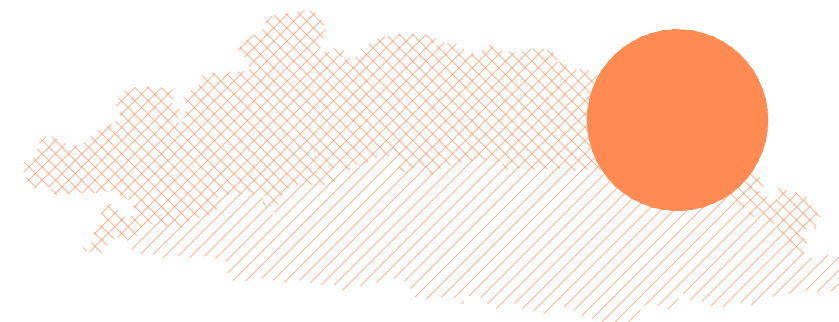
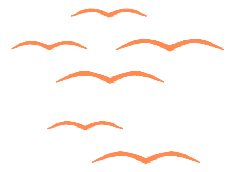


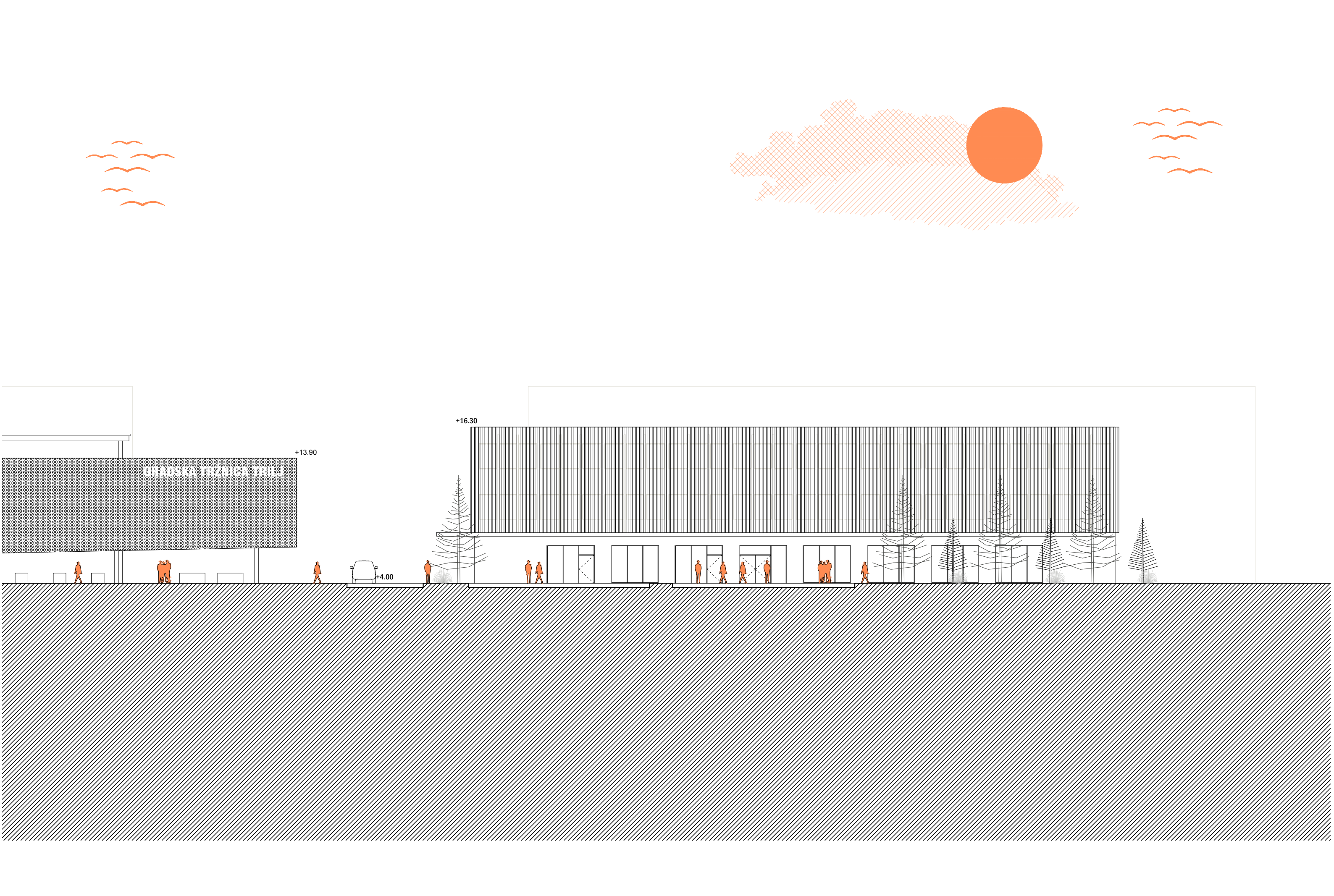


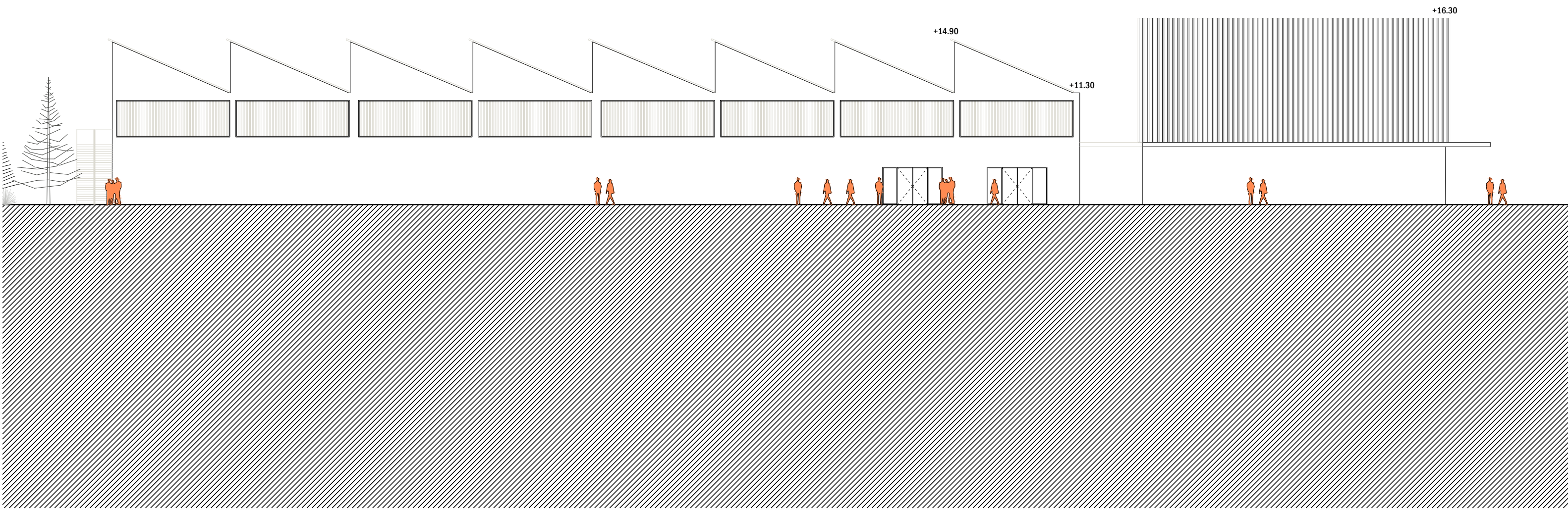
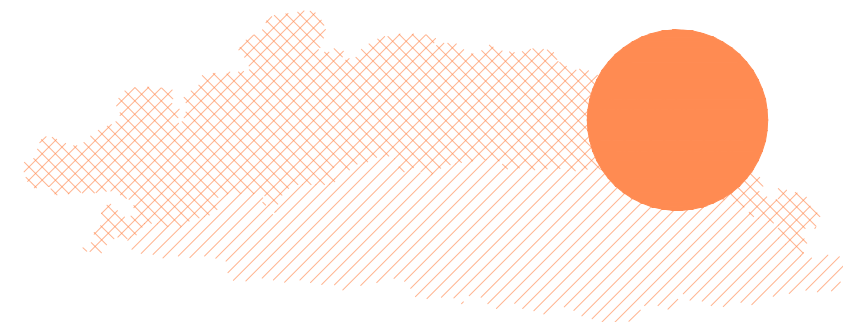
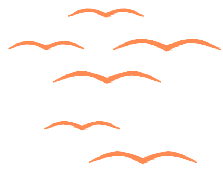


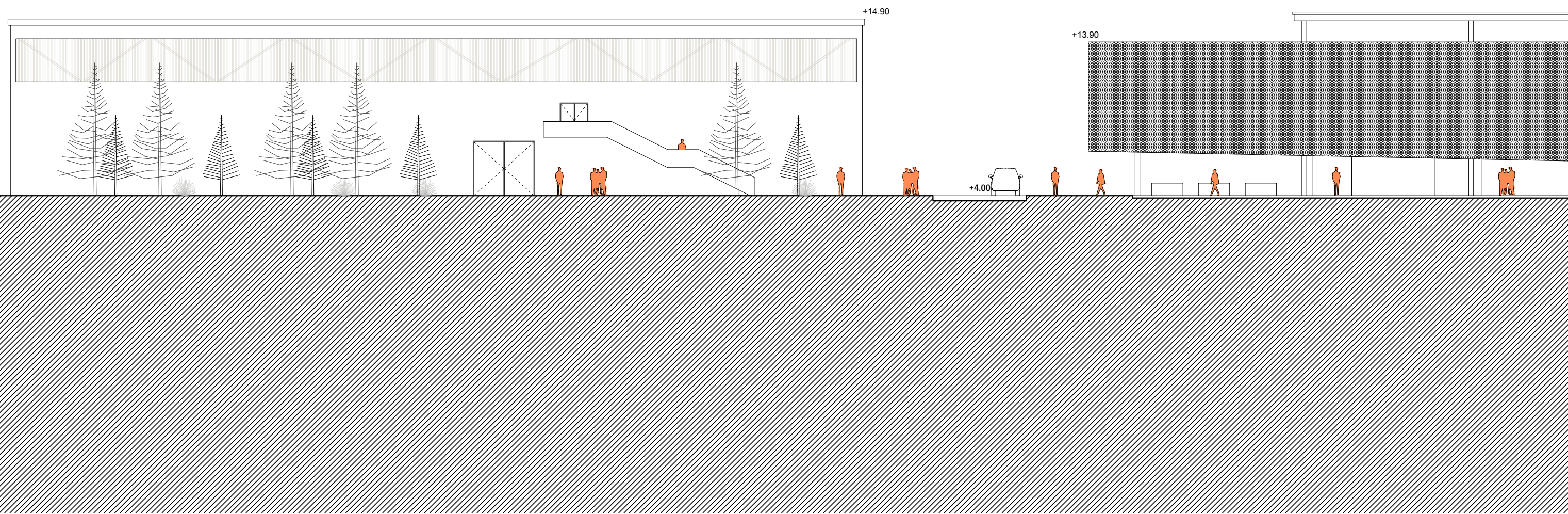
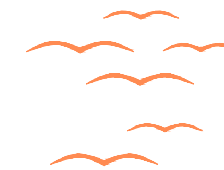
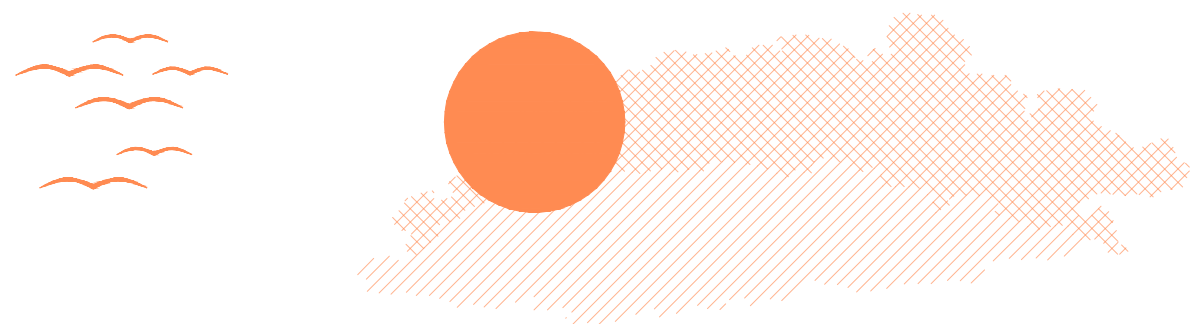




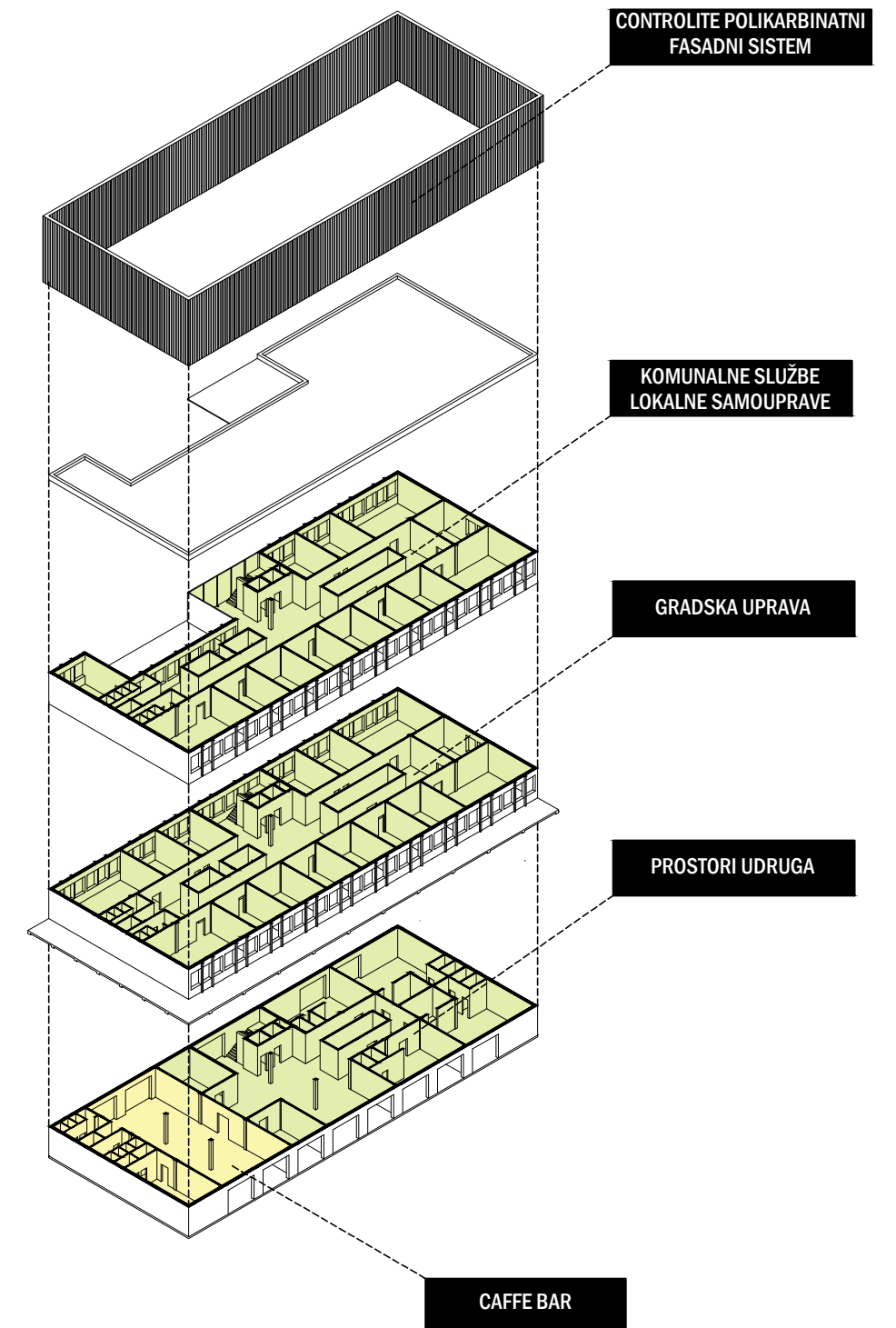
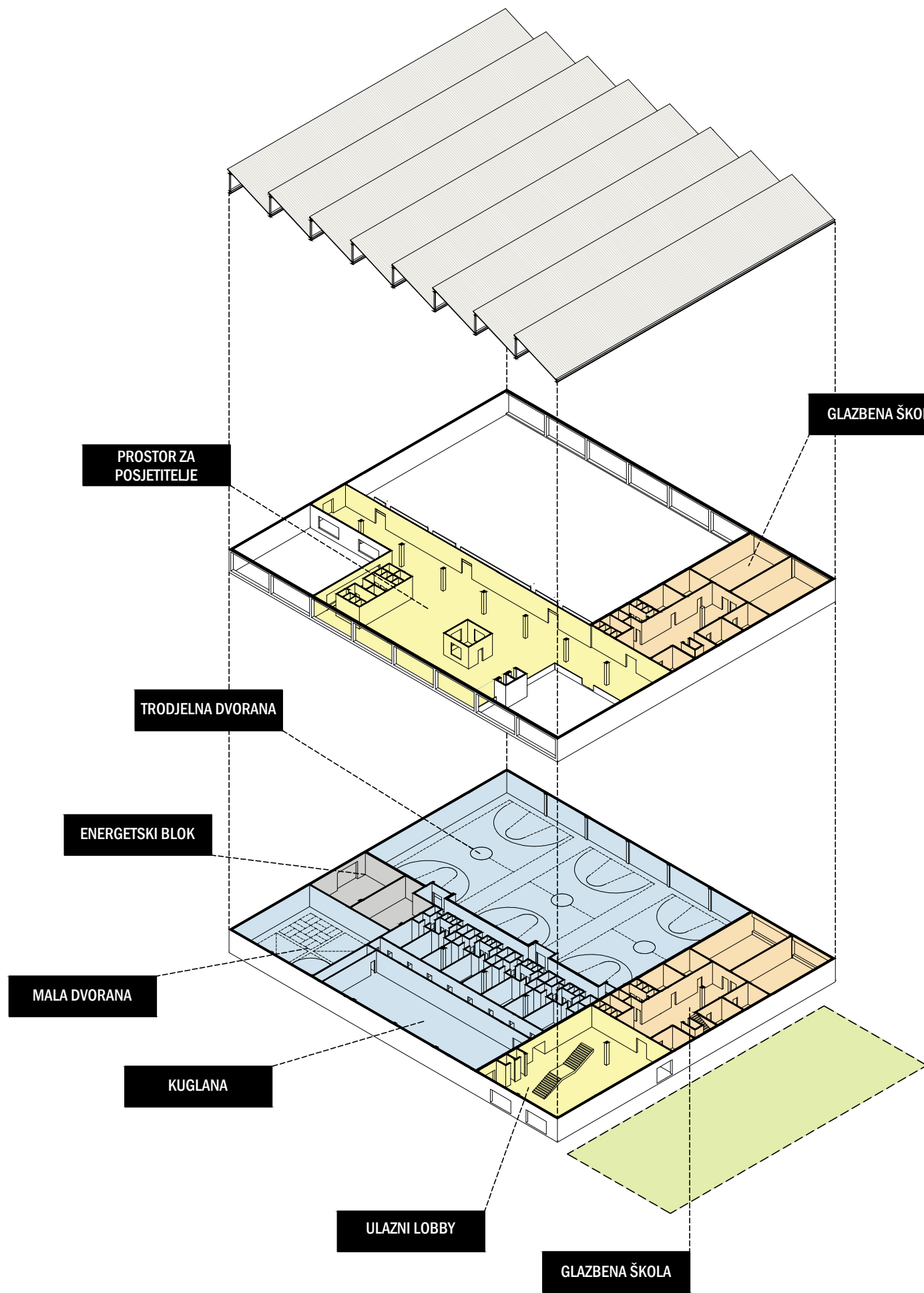


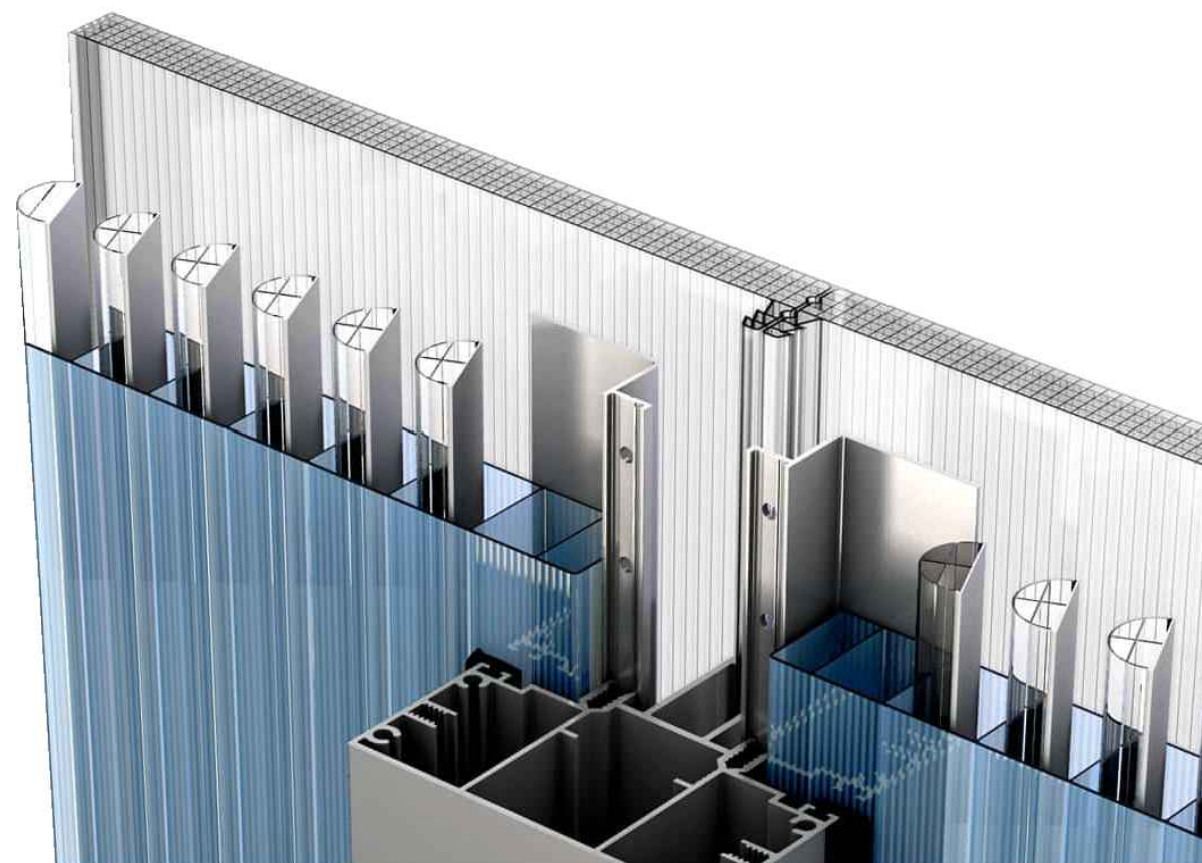
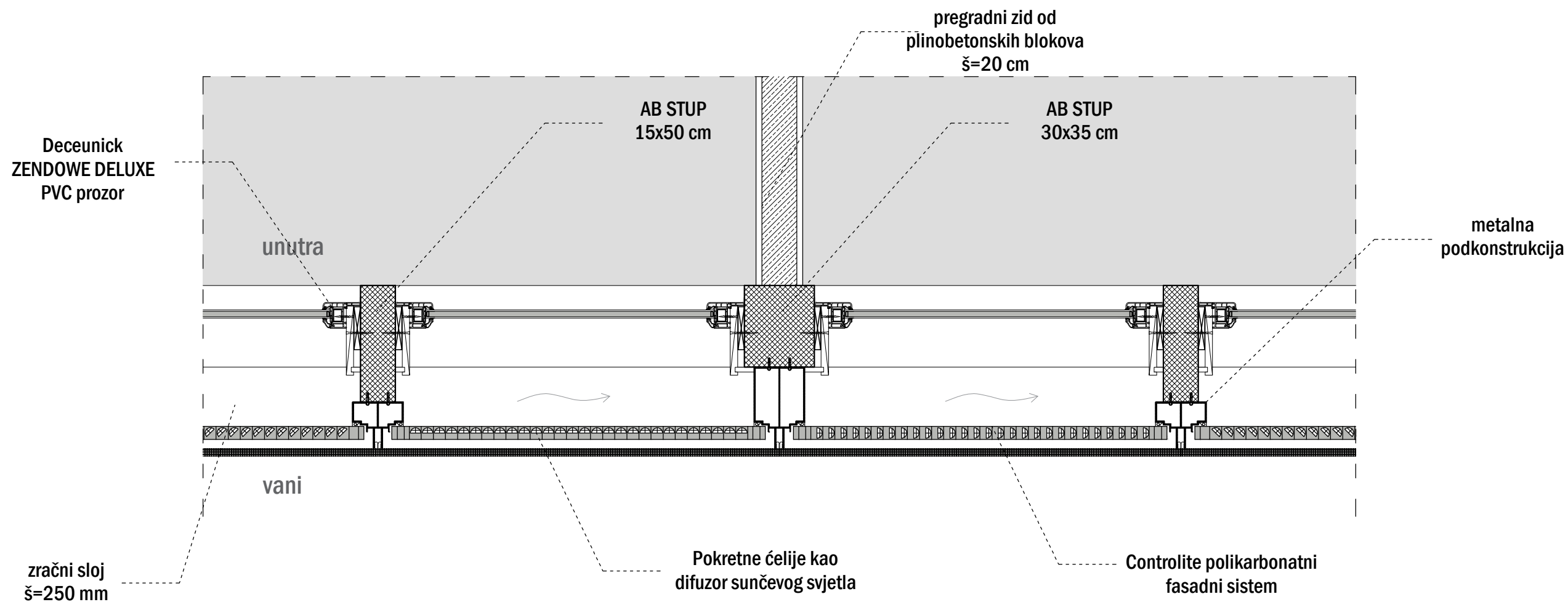












GRADSKA UPRAVA/GLAZBENA ŠKOLA/ SPORTSKA DVORANA

- Gradska uprava:	-ulazni prostor	250 m <sup>2</sup>
	-caffe bar	195 m <sup>2</sup>
	-skladište caffe bara	42 m <sup>2</sup>
	-sanitarije caffe bara	45 m <sup>2</sup>
	-klimatizacija/ ventilacija	31 m <sup>2</sup>
	-prostor udruga	2x 65 m <sup>2</sup>
		2x 90 m <sup>2</sup>
	-trafika	30 m <sup>2</sup>
	-kopirnica	3x 20 m <sup>2</sup>
	-ured	16x 30 m <sup>2</sup>
	-ured gradonačelnika	28 m <sup>2</sup>
	-gradski arhiv	60 m <sup>2</sup>
	-gradska vijećnica	60 m <sup>2</sup>
	-turistička zajednica	60 m <sup>2</sup>
	-zajedički prostor zaposlenika	2x 60 m <sup>2</sup>
	-čajna kuhinja	2x 8 m <sup>2</sup>
	-portir	2x 8 m <sup>2</sup>
	-sanitarije	2x 25 m <sup>2</sup>
	-ured za zapošljavanje	3x 30 m <sup>2</sup>
		1x 60 m <sup>2</sup>
	-spremište	30 m <sup>2</sup>

---

**2033 m<sup>2</sup>**

- Glazbena škola:	-ulazni prostor	128 m <sup>2</sup>
	-PVN	128 m <sup>2</sup>
	-kabinet	10x 21 m <sup>2</sup>
	-ured ravnatelja	21 m <sup>2</sup>
	-učionica	4x 95 m <sup>2</sup>
	-sanitarije	2x 25 m <sup>2</sup>

---

**917 m<sup>2</sup>**

- Sportska dvorana:	-ulazni prostor	235 m <sup>2</sup>
	-nečisti hodnik	80 m <sup>2</sup>
	-svlačionica	8x 48 m <sup>2</sup>
	-čisti hodnik	90 m <sup>2</sup>
	-kuglana	340 m <sup>2</sup>
	-mala dvorana	240 m <sup>2</sup>
	-trafostanica/agregatnica	82 m <sup>2</sup>
	-kondic. zraka i PTV	74 m <sup>2</sup>
	-trodjelna dvorana	1300 m <sup>2</sup>
	-prostor za posjetitelje	930 m <sup>2</sup>
	-sanitarije posjetitelja	50 m <sup>2</sup>

---

**3805 m<sup>2</sup>**

---

**UKUPNO SVE: 6755 m<sup>2</sup>**

