REPUBLIKA HRVATSKA
OSJEČKO-BARANJSKA ŽUPANIJA
OPĆINA KNEŽEVI VINOGRADI
Općinski načelnik

KLASA: 334-02/26-01/01
URBROJ: 2158-23-03/01-26-4
Kn.Vinogradi, 20.11.2026.

OPĆINSKO VIJEĆE
KNEŽEVI VINOGRADI
n/r. Predsjednica Ružica Batori

PREDMET - PRIJEDLOG: Izmjene i dopune Plana upravljanja destinacijom za razdoblje 2026. do 2029.godine

ZAKONSKA OSNOVA: Članak 25. Zakona o turizmu (NN 156/23), članak 32. Statuta Općine Kneževi Vinogradi (Službeni glasnik 3/13, 3/18, 3/20, 1/21, 4/21, 22/23, 7/25, 11/25

PREDLAGAČ: Nositelj izrade: TZ Baranje, predlagač: Općinski načelnik

OBRAZLOŽENJE PRIJEDLOGA: Plan upravljanja destinacijom je planski dokument za razvoj održive destinacije. Plan upravljanja destinacijom izrađuje turistička zajednica za područje jedne ili više lokalnih ili regionalnih turističkih zajednica.
Plan upravljanja destinacijom određuje smjer razvoja destinacije u skladu s aktima strateškog planiranja, prostornim planovima, planom upravljanja kulturnim dobrima i drugim važećim planovima i propisima, a sadrži:
– analizu stanja
– popis resursne osnove
– pokazatelje održivosti na razini destinacije propisane člankom 14. Zakona
– razvojni smjer s mjerama i aktivnostima potrebnim za njegovo ostvarenje
– prijedlog smjernica i preporuka za razvoj ili unaprjeđenje destinacije te
– popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti na razini destinacije
– popis projekata od posebnog značaja za razvoj destinacije.
Kada se plan upravljanja destinacijom donosi za područje više jedinica lokalne odnosno područne (regionalne) samouprave, plan upravljanja destinacijom donose predstavnička tijela svih jedinica lokalne odnosno područne (regionalne) samouprave za čije se područje plan donosi. Ovim izmjenama i dopuna Plan se dopunjuje novim projektima, posebno strateškim projektom Općine Kneževi Vinogradi, te stoga predlažemo usvajanje navedenog akta.
Plan upravljanja destinacijom za razdoblje 2026. do 2029.godine

FINANCIJSKI UČINAK: Ocjenjuje se da provedba ovog predloženog akta neće iziskivati osiguranje zasebnih i dodatnih financijskih sredstava iz Proračuna Općine Kneževi Vinogradi

IZVJESTITELJI Općinski načelnik i Pročelnica

OPĆINSKI NAČELNIK
Vedran Kramarić, mag.iur.

URBROJ: 87-11-2026

Beli Manastir, 10. studenog 2026.

GRADU BELOM MANASTIRU I OPĆINAMA NA PODRUČJU TZP BARANJE

Predmet: Prijedlog izmjena i dopuna Plana upravljanja destinacijom Turističke zajednice područja Baranje za razdoblje 2026. – 2029. – dostava na usvajanje

Poštovani,

Turističko vijeće Turističke zajednice područja Baranje na 8. sjednici održanoj 2. studenoga 2026. godine donijelo je Odluku o upućivanju Prijedloga izmjene i dopune Plana upravljanja destinacijom Turističke zajednice područja Baranje za razdoblje 2026. – 2029. godine predstavničkim tijelima jedinica lokalne samouprave s područja TZP Baranje.

Slijedom navedenoga, dostavljamo Prijedlog izmjena i dopuna Plana upravljanja destinacijom radi razmatranja i donošenja odgovarajućeg akta na sjednici Gradskog odnosno Općinskog vijeća. Molimo da nam po donošenju akta dostavite njegov primjerak te podatak o objavi u službenom glasilu radi evidentiranja i daljnjeg postupanja.

U prilogu dostavljamo obrazloženje, prijedlog akta za predstavničko tijelo, Odluku Turističkog vijeća i dopunjeni tekst Plana.

S poštovanjem,

Predsjednik Turističke zajednice područja Baranje
Igor Pavelić

TURISTIČKA ZAJEDNICA PODRUČJA BARANJE
Kralja Tomislava 70
Beli Manastir

Prilozi:
1. Obrazloženje;
2. Prijedlog zaključka;
3. Odluka Turističkog vijeća od 2. 11. 2026.;
4. Dopunjeni Plan upravljanja destinacijom 2026. – 2029.

SKLAD SUNCA ČOVJEKA

Turistička zajednica područja Baranje
Ulica kralja Tomislava 70
31300 Beli Manastir
OIB: 70765029780

PREDMET: Odluka o upućivanju Prijedloga Plana upravljanja destinacijom Turističke zajednice područja Baranje za razdoblje 2026. do 2029. godine

Temeljem čl. 25. Zakona o turizmu (NN 156/23), sukladno članku 8. stavak 2. Pravilnika o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom (NN 112/24) Turističko vijeće Turističke zajednice područja Baranje na 8. sjednici održanoj 2. studenog 2026., na prijedlog predsjednika donosi

ODLUKU

o upućivanju Prijedloga izmjene i dopune Plana upravljanja destinacijom Turističke zajednice područja Baranje za razdoblje 2026. do 2029. godine

Članak 1.

Turističko vijeće Turističke zajednice područja Baranje upućuje Prijedlog izmjene i dopune Plana upravljanja destinacijom Turističke zajednice područja Baranje za razdoblje 2026. do 2029. godine na usvajanje predstavničkim tijelima jedinica lokalne samouprave s područja TZP Baranje sukladno članku 1. Statuta Turističke zajednice područja Baranje.

Članak 2.

U Planu upravljanja destinacijom Turističke zajednice područja Baranje za razdoblje 2026 – 2029 objavljenom u Službenom glasniku Grada Belog Manastira br. 14/25, pod naslovom „Popis projekata" na str. 111. dodaje se podnaslov „ Projekti koji pridonose provedbi mjera za doprinos u ostvarenju pokazatelja održivosti" s pripadajućim popisom planiranih projekata JLS-a obuhvaćenih Planom upravljanja destinacijom Turističke zajednice područja Baranje za razdoblje 2026. do 2029. godine.

Članak 3.

U Planu upravljanja destinacijom Turističke zajednice područja Baranje za razdoblje 2026. – 2029. objavljenom u Službenom glasniku Grada Belog Manastira br. 14/25, pod naslovom „Popis projekata" na str. 126. „Projekti od posebnog značaja za razvoj destinacije" dodaju se projekti: „Općina Petlovac – Društveni dom rekonstrukcija" i "Općina Kneževi Vinogradi - Knežev park – središte aktivnog turizma Baranje".

Članak 4.

Ova odluka stupa na snagu danom donošenja.

TZP Baranje
Turističko vijeće
predsjednik
Igor Pavelić



OBRAZLOŽENJE PRIJEDLOGA IZMJENA I DOPUNA PLANA UPRAVLJANJA DESTINACIJOM TZP BARANJE ZA RAZDOBLJE 2026. – 2029.

Plan upravljanja destinacijom Turističke zajednice područja Baranje za razdoblje 2026. – 2029. usvojen je od strane nadležnih predstavničkih tijela jedinica lokalne samouprave na području djelovanja TZP Baranje te je objavljen u njihovim službenim glasilima. Plan predstavlja planski dokument kojim se usmjerava održivi razvoj turističke destinacije.

Pravna osnova za postupak donošenja Plana i njegovih izmjena i dopuna sadržana je u članku 25. Zakona o turizmu („Narodne novine“, broj 156/23.) i Pravilniku o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom („Narodne novine“, broj 112/24.).

Turističko vijeće TZP Baranje na 8. sjednici održanoj 2. studenoga 2026. godine donijelo je Odluku o upućivanju Prijedloga izmjene i dopune Plana predstavničkim tijelima jedinica lokalne samouprave obuhvaćenih područjem TZP Baranje.

Predložene izmjene i dopune odnose se na sljedeće:

1. U poglavlju „Popis projekata“, na stranici 111. izvornog Plana, dodaje se podnaslov „Projekti koji pridonose provedbi mjera za doprinos u ostvarenju pokazatelja održivosti“ s pripadajućim popisom planiranih projekata jedinica lokalne samouprave obuhvaćenih Planom.

2. U poglavlju „Popis projekata“, u dijelu „Projekti od posebnog značaja za razvoj destinacije“, na stranici 126. izvornog Plana, dodaje se projekt „Općina Petlovac – Društveni dom rekonstrukcija“ i „Općina Kneževi Vinogradi – Knežev park – središte aktivnog turizma Baranje“.

Sadržaj navedenih dopuna utvrđen je Odlukom Turističkog vijeća i prijedlogom izmjena i dopuna Plana. Predlaže se predstavničkim tijelima jedinica lokalne samouprave donošenje zaključka o usvajanju izmjena i dopuna Plana. Nakon usvajanja od strane svih nadležnih predstavničkih tijela potrebno je osigurati objavu izmjena i dopuna u službenim glasilima jedinica lokalne samouprave te na mrežnim stranicama TZP Baranje, u skladu s propisima o donošenju i objavi Plana.

Napomena za pripremu sjednice: nadležna stručna služba jedinice lokalne samouprave dopunjava pozivanje na odgovarajući članak važećeg statuta, KLASU, URBROJ, datum i podatke o službenom glasilu. Potrebno je provjeriti način i trenutak objave nakon usvajanja na svim predstavničkim tijelima.

TURISTIČKA ZAJEDNICA PODRUČJA
BARANJE

PLAN UPRAVLJANJA DESTINACIJOM

2026. – 2029.



Listopad 2025.

SAŽETAK *3*
UVOD *5*
PROFIL TURISTIČKE DESTINACIJE BARANJE *6*
ANALIZA STANJA TURIZMA *7*
ANALIZA TURISTIČKIH KRETANJA **7**
ANALIZA KAPACITETA **14**
Smještajni kapaciteti 14
Smještajni kapaciteti prema vrsti smještaja 14
Smještajni kapaciteti prema kategorizaciji 17
Smještajni kapaciteti prema naseljima 18
Vremenska dinamika povećanja smještajnih kapaciteta 21
Ugostiteljski kapaciteti 24
ANALIZA RESURSNE OSNOVE **26**
Geografska obilježja 26
Klimatska obilježja 27
Zaštićena prirodna baština 27
Kulturno-povijesna baština 29
Manifestacije 34
POTENCIJAL ATRAKCIJSKE OSNOVE **36**
ANALIZA JAVNE TURISTIČKE INFRASTRUKTURE **39**
Primarna turistička infrastruktura 40
Biciklističke rute i popratna infrastruktura 40
Dvorci i kurije 41
Kongresni centri 41
Plaže i kupališta 41
Centri za posjetitelje 42
Tematske staze 42
Sekundarna turistička infrastruktura 42
Sportski objekti 43
ANALIZA PROMETNE INFRASTRUKTURE **44**
Cestovni promet 44
Željeznički promet 45
Zračni promet 45
Riječni promet 46
Biciklistička infrastruktura 46
ANALIZA KOMUNALNE INFRASTRUKTURE **46**
Energetska infrastruktura 47
Telekomunikacijska infrastruktura 47
Vodoopskrba i odvodnja 48
Gospodarenje otpadom 49
ANALIZA STANJA I POTREBA LJUDSKIH POTENCIJALA **49**
ANALIZA PRISTUPAČNOSTI OSOBAMA S INVALIDITETOM **53**
Fizička pristupačnost 53
Komunikacijska pristupačnost 53
Pristupačnost usluga 54
Društvena pristupačnost 54

ANALIZA STANJA DIGITALIZACIJE 55

ANALIZA KOMUNIKACIJSKIH AKTIVNOSTI 57
Digitalni komunikacijski kanali 57
Web stranica TZ Baranje 58
Facebook stranica „Visit Baranja“ 60
Instagram profil „Visit Baranja“ 61
Youtube kanal TZP Baranje 61
Suradnja s medijima i partnerima 63
Prikupljanje i distribucija informacija 63

ANALIZA KONKURENTNOSTI DESTINACIJE 65
Analiza konkurencije 65
Konkurentska pozicija Baranje 67

ANALIZA TRENDOVA 70
Globalni turistički trendovi 70
Turistički trendovi u Hrvatskoj 71
Turistički trendovi u kontinentalnoj Hrvatskoj 71
Turistički trendovi u Baranji 72

POKAZATELJI ODRŽIVOSTI TURIZMA 74
Učestalost boravka ispitanika u destinaciji 74
Zadovoljstvo razvojem turizma 75
Utjecaj turističkog razvoja na izgled destinacije 76
Utjecaj turizma na prikladnost javnog prostora 77
Utjecaj pretvaranja stanova i kuća u turističkih smještaj na život u destinaciji 79
Utjecaj turističkog razvoja na duh destinacije 80
Utjecaj turizma na percepciju problema tijekom turističke sezone 82
Utjecaj turizma na iritaciju bukom 84
Utjecaj turizma na iritaciju zbog neprimjereno odloženog otpada 85
Utjecaj turizma na iritaciju gužvom u prometu 86
Utjecaj turizma na iritaciju gužvom na ulicama/javnim površinama 86
Utjecaj turizma na zadovoljstvo životom u destinaciji 87
Utjecaj turizma na povećanje kvalitete života 88
Usporedna analiza zadovoljstva destinacijom 89
Utjecaj turizma na povećanje prihoda 90
Učestalost emotivnih reakcija povezanih s turizmom 90
Sažetak i analiza pokazatelja održivosti i prihvatnog kapaciteta 93

STRATEŠKI OKVIR ZA RAZVOJ DESTINACIJE 95

SWOT ANALIZA 96

VIZIJA 2030. 97

CILJEVI RAZVOJA TURIZMA 98
Strateški cilj 1: Razvoj konkurentnih turističkih proizvoda 98
Prioritet 1.1: Kulturni turizam 98
Prioritet 1.2: Enogastronomski turizam 99
Prioritet 1.3: Aktivni turizam 100
Strateški cilj 2: Digitalna transformacija 100
Prioritet 2.1: Digitalizacija turističke ponude 100
Prioritet 2.2: Digitalni marketing 101
Strateški cilj 3: Jačanje ljudskih potencijala 102
Prioritet 3.1: Edukacija turističkih djelatnika 102
Strateški cilj 4: Razvoj održive turističke infrastrukture 103
Prioritet 4.1: Unapređenje javne turističke infrastrukture 103
Prioritet 4.2: Promocija smještajnih kapaciteta 104
Prioritet 4.3: Obnova kulturne baštine 105

RAZVOJNI POTENCIJALI TURISTIČKIH PROIZVODA 106
MJERE I AKTIVNOSTI 107
SMJERNICE I PREPORUKE ZA DIONIKE 109
POPIS PROJEKATA 111

SAŽETAK

Plan upravljanja destinacijom Baranja predstavlja strateški dokument koji definira smjernice za održivi razvoj turizma na području Grada Belog Manastira i općina Kneževi Vinogradi, Jagodnjak, Popovac, Petlovac, Darda i Čeminac u razdoblju 2026.-2029. godine.

Ostvareni turistički rezultati

TZP Baranje bilježi u 2024. godini 14.365 dolazaka, što predstavlja rast od 11,4% u odnosu na prethodnu godinu. 60% dolazaka odnosi se na domaće turiste. U 2024. godini ostvareno je 25.697 noćenja, s ukupnim prosječnim boravkom od 1,79 dana po dolasku. Ukupni broj kreveta u svim smještajnim objektima iznosi 741. Hoteli dominiraju po ukupnom broju dolazaka (4.697) i ukupnom broju noćenja (7.421). Izražena je sezonalnost, s vrhuncem u rujnu i listopadu.

Resursna i atrakcijska osnova

Turizam Baranje temelji se na:

- Prirodnim resursima (Kopački rit kao jedinstveni ekosustav, blizina rijeka Drave i Dunava, povoljan geografski položaj);
- Kulturnom naslijeđu i multietičnosti, vidljivom kroz tradicijske manifestacije i autentična iskustva;
- Enogastronomskoj ponudi (autohtoni proizvodi, razvijena vinska scena, agroturizam);
- Razvoju outdoor turizma s naglaskom na cikloturizam (ravničarski teren idealan za biciklizam, s mrežom staza koje povezuju prirodne ljepote, vinograde i kulturno-povijesne atrakcije;
- Trendu ekoturizma: Ekosustav Kopačkog rita sa šetnicama, promatračnicama ptica i edukativnim programima za ljubitelje prirode, na čiju se atraktivnu turističku ponudu naslanjaju ruralna područja za održivi turizam.

Konkurentske prednosti i turistički trendovi

S obzirom na geografsku poziciju i druge značajke, identificirani turistički konkurenti Baranje uključuju turističku regiju Pécs-Villány u Mađarskoj odnosno regiju Šikloš. Strateška poziciju Baranje može se promatrati i u kontekstu komplementarnosti s gradom Osijekom, glavnim emitivnim tržištem za jednodnevne posjetitelje Baranje.

Baranja ima značajan potencijal za razvoj specifičnih oblika turizma, ali zaostaje za konkurencijom u pogledu infrastrukture što se reflektira na turistički promet. Osim razvoja kvalitetnije infrastrukture ključno je stvoriti prepoznatljive turističke proizvode, jačati marketing destinacije i razvijati održivi turizam. Globalni trendovi koje Baranja može iskoristiti su: rast potražnje za autentičnim doživljajima, porast interesa za eko-turizam, cikloturizam u porastu.

Glavni izazovi s kojima se Baranja suočava u turističkom razvoju su:

- Visoka sezonalnost koja ukazuje na potrebu razvoja cjelogodišnje ponude
- Ograničeni infrastrukturni kapaciteti, što iziskuje poboljšanje smještajnih kapaciteta i turističke infrastrukture
- Organizacijski i financijski izazovi za koordinaciju razvoja i postupke obnove

Baranja**,** s nagrađivanim statusom najbolje ruralne destinacije u Hrvatskoj (2017., 2019. i 2024.), ima jaku osnovu za pozicioniranje kao ruralna destinacija koja odgovara suvremenim turističkim trendovima održivosti, autentičnosti i jedinstvenih doživljaja.

Vizija

Baranja kao prepoznatljiva kontinentalna turistička destinacija koja razvoj temelji na autentičnom kulturnom nasljeđu, očuvanoj prirodi, kvalitetnoj eno-gastronomskoj ponudi, načelima održivog razvoja i suradnji svih dionika.

Strateški ciljevi

1. Razvoj konkurentnih turističkih proizvoda
    - Kulturni turizam (kulturne rute, interpretacija baštine)
    - Enogastronomski turizam (vinske ceste, lokalni proizvodi)
    - Aktivni turizam (cikloturizam, pješačke staze)
2. Digitalna transformacija
    - Digitalizacija turističke ponude (destinacijska platforma, pametne tehnologije)
    - Digitalni marketing (društvene mreže, online promocija)
3. Jačanje ljudskih potencijala
    - Edukacija turističkih djelatnika
4. Razvoj održive turističke infrastrukture
    - Unapređenje javne turističke infrastrukture (biciklističke staze, odmorišta)
    - Promocija smještajnih kapaciteta (mali obiteljski hoteli, podizanje kvalitete)
    - Obnova kulturne baštine (dvorci, tradicijska arhitektura)

Očekivani rezultati

Za iskorištavanje potencijala turističkih proizvoda, TZP Baranje turistički razvoj bazira na sljedećim prioritetnim područjima:

- Očuvanje i valorizacija kulturnog nasljeđa kroz turizam
- Razvoj održivog ekoturizma temeljenog na prirodnim resursima
- Unapređenje kvalitete i prepoznatljivosti eno-gastronomske ponude
- Implementacija načela održivog razvoja u svim segmentima turističkog poslovanja
- Jačanje suradnje i koordinacije među dionicima turističkog sektora

Uz provođenje planiranih mjera i aktivnosti, i uz punu suradnju s dionicima, TZP Baranje očekuje da će se u periodu do 2029. godine ostvariti sljedeći rezultati:

- ✓ Kvantitativni: rast smještajnih kapaciteta za 30%, povećanje broja noćenja za 20%, povećanje prosječne duljine boravka;
- ✓ Kvalitativni: veća prepoznatljivost destinacije, puna digitalna dostupnost, povećanje kvalitete usluge, veće zadovoljstvo posjetitelja.

Najznačajniji projekt za razvoj destinacije u budućem razdoblju bit će izgradnja Gospodarsko-turističkog centra Baranje u Kneževim Vinogradima, vrijednosti oko 2 mil. eura i završetkom do 2027. godine. Ovim projektom omogućit će se organizacija sajmova, poslovnih i edukativnih sadržaja te kulturnih i turističkih manifestacija za promociju materijalne i nematerijalne baštine.

UVOD

Plan upravljanja destinacijom, sukladno Zakonom o turizmu (NN 156/23) izrađuju Turističke zajednice s ciljem određivanja smjera razvoja turizma, zaštite prirodnih i kulturnih resursa, te poboljšanja turističkog iskustva i dobrobiti za lokalnu zajednicu.

Upravljanje turističkom destinacijom potrebno je kako bi se osigurao održivi razvoj turizma, povećala konkurentnost destinacije te zadovoljile potrebe svih dionika uključenih u turistički sektor.

Turistička destinacija (u daljem tekstu: destinacija) definirana je kao tržišno i turistički valorizirana prostorna cjelina koja je cilj turističkih putovanja, a obuhvaća područje jedne ili više jedinica lokalne ili područne (regionalne) samouprave. Donošenje Plana upravljanja destinacijom ključan je korak jer osigurava jasno definirane smjernice za razvoj, unapređenje i promociju destinacije uzimajući u obzir ekonomske, društvene i okolišne aspekte.

Pravna osnova za izradu i donošenje Plana upravljanja destinacijom (u daljnjem tekstu: Plan) proizlazi iz Zakona o turizmu („Narodne novine“ broj 156/23.). Plan predstavlja planski dokument za razvoj održive destinacije te se izrađuje za razdoblje od četiri godine.

Svrha Plana je određivanje smjera razvoja destinacije u skladu s aktima strateškog planiranja, prostornim planovima, planom upravljanja kulturnim dobrima i drugim važećim planovima i propisima s ciljem postizanja konkurentnosti, otpornosti i održivosti destinacije. Integrirano upravljanje destinacijom na temelju Plana je upravljanje svim elementima destinacije kroz procese vođenja, utjecaja i koordinacije koji pridonose razvoju turizma u smjeru održivosti pri čemu se uzimaju u obzir ekonomski, društveni, prostorni i ekološki utjecaji, priroda i okoliš, potrebe turista, lokalnog stanovništva i poduzetnika.

Plan se sastoji od analize stanja, popisa resursne osnove, obveznih pokazatelja održivosti na razini destinacije, razvojnog smjera s mjerama i aktivnostima potrebnim za njegovo ostvarenje, prijedloga smjernica i preporuka za razvoj ili unaprjeđenje destinacije, popisa projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti na razini destinacije i popisa projekata od posebnog značaja za razvoj destinacije.

PROFIL TURISTIČKE DESTINACIJE BARANJE

Baranja, smještena na krajnjem sjeveroistoku Hrvatske, predstavlja jedinstvenu turističku mikro-regiju čiji identitet počiva na spoju izvanrednih prirodnih resursa, bogate kulturno-povijesne baštine i autentične ruralne tradicije. Omeđena rijekama Dravom i Dunavom te državnom granicom s Mađarskom, ova regija se svojim geografskim, kulturološkim i gospodarskim specifičnostima izdvaja kao prepoznatljiva turistička destinacija kontinentalne Hrvatske.

Baranja se u posljednjem desetljeću afirmira kao destinacija koja svoju turističku ponudu temelji na konceptu održivog razvoja i valorizaciji autentičnih lokalnih vrijednosti. Enogastronomija, ruralni turizam, ekoturizam i kulturna baština predstavljaju okosnicu turističke ponude koja privlači sve veći broj posjetitelja u potrazi za autentičnim doživljajima izvan masovnih turističkih tokova.

Iako je dugo vremena bila turistički marginalizirana, Baranja danas doživljava transformaciju u prepoznatljivu destinaciju s jasnim tržišnim identitetom. Spoj tradicijske arhitekture, očuvane prirode, bogate gastronomske scene i vinske kulture stvara jedinstvenu turističku priču koja Baranju pozicionira kao destinaciju s izrazitim potencijalom za razvoj selektivnih oblika turizma.

Profil turističke destinacije Baranje obuhvaća analizu njenih temeljnih resursa, infrastrukture, atrakcijske osnove te tržišne pozicije. Cilj profiliranja destinacije je cjelovito sagledavanje trenutnog stanja, izazova i razvojnih perspektiva ove regije koja teži postati model održivog turističkog razvoja kontinentalne Hrvatske.

Turističkom destinacijom Baranja (osim općina Bilje i Draž) upravlja Turistička zajednica područja Baranje. Turistička zajednica područja Baranje je područna turistička menadžment organizacija koja djeluje po načelu destinacijskog menadžmenta, a osnovana je radi promicanja i razvoja turizma Republike Hrvatske i gospodarskih interesa pravnih i fizičkih osoba koje pružaju ugostiteljske usluge i usluge u turizmu ili obavljaju drugu djelatnost neposredno povezanu s turizmom na način da upravljaju destinacijom na razini Grada Beli Manastir, Općine Kneževi Vinogradi, Općine Jagodnjak, Općine Popovac, Općine Petlovac, Općine Darda, Općine Čeminac.

U sastavu gradova i općina nalaze se sljedeća naselja:

- Grad Beli Manastir: Beli Manastir, Branjin Vrh, Šećerana, Šumarina
- Općina Kneževi Vinogradi: Kneževi Vinogradi, Karanac, Suza, Zmajevac, Kamenac, Kotlina, Mirkovac, Jasenovac, Sokolovac
- Općina Jagodnjak: Jagodnjak, Bolman, Novi Bolman, Majške Međe
- Općina Popovac: Popovac, Kneževo, Branjina
- Općina Petlovac: Petlovac, Baranjsko Petrovo Selo, Luč, Novi Bezdan, Novo Nevesinje, Širine, Torjanci
- Općina Darda: Darda, Mece, Švajcarnica, Uglješ
- Općina Čeminac: Čeminac, Grabovac, Kozarac, Mitrovac

ANALIZA STANJA TURIZMA

Analiza stanja predstavlja temelj za daljnje planiranje i upravljanje destinacijom. Ona uključuje sustavno prikupljanje i obradu relevantnih podataka o postojećim resursima, ključnim atrakcijama, prometnoj povezanosti, trenutnim trendovima posjetitelja te izazovima i prilikama unutar destinacije. Cilj analize stanja je osigurati jasnu sliku o trenutnom položaju destinacije na tržištu, identificirati ključne dionike i razumjeti postojeće slabosti koje je potrebno adresirati kako bi se osigurala održivost i konkurentnost turističke ponude.

Podaci za potrebe ove analize dobiveni su iz strateških dokumenata na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini, koji imaju utjecaj na planiranje aktivnosti u području turizma, kao i na temelju primarnih istraživanja. Teritorijalni /prostorni obuhvat analize odnosi se na administrativno područje Grada Beli Manastir, općina Kneževi Vinogradi, Jagodnjak, Popovac, Petlovac, Darda i Čeminac, dok se u određenom dijelu vezanom na prirodne resurse Baranje kao cjeline naslanja na općine Bilje i Draž.

ANALIZA TURISTIČKIH KRETANJA

Analiza empirijskih podataka[1] o potražnji ključna je za Plan upravljanja destinacijom Baranja jer omogućuje razumijevanje tržišnih trendova, ciljanih segmenata turista i njihovih preferencija. Time se osigurava optimizacija resursa, razvoj održivih turističkih proizvoda, bolja sezonalna distribucija posjetitelja i prilagodba ponude stvarnim potrebama tržišta. Također, pomaže u oblikovanju marketinških strategija i privlačenju turista s visokom dodanom vrijednošću, čime se povećava konkurentnost destinacije i doprinosi ekonomskom razvoju regije.

Tablica 1: Struktura turista u 2024.

Vrsta turista	Dolasci	Noćenja	Broj turista	Prosječni boravak (u danima)	Udio dolasci	Udio noćenja	Udio broj turista
Domaći	8.601	13.974	8.649	1,62	59,87%	54,38%	59,99%
Strani	5.764	11.723	5.769	2,03	40,13%	45,62%	40,01%
Ukupno:	**14.365**	**25.697**	**14.418**	**1,79**	**100,00%**	**100,00%**	**100,00%**

Tablica pokazuje da domaći turisti čine većinu dolazaka (59,87%) i ukupnog broja turista (59,99%), dok strani turisti ostvaruju nešto manji udio (40,13% dolazaka i 40,01% ukupnog broja turista). Međutim, strani turisti u prosjeku dulje borave (2,03 dana u odnosu na 1,62 dana domaćih turista), što rezultira time da njihov udio u noćenjima (45,62%) nadmašuje njihov udio u dolascima.

Ovi podaci sugeriraju da destinacija privlači dominantno domaće goste, ali strani turisti ostvaruju veći ekonomski učinak po dolasku zbog duljeg boravka. Za povećanje ukupne turističke potrošnje bilo bi korisno poticati dulji boravak domaćih turista i dodatno razvijati ponudu prilagođenu stranim posjetiteljima.

[1] eVisitor

Tablica 2: Dolasci domaćih turista po županijama u 2024.

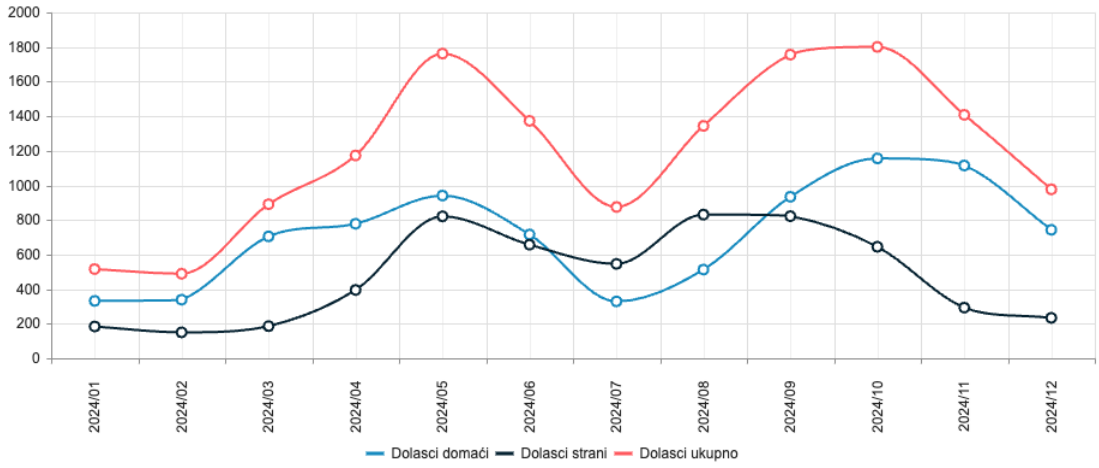
Županija	Dolasci	Noćenja	Udio dolasci	Udio noćenja	Prosječni boravak (u danima)	Broj stanovnika
Grad Zagreb	2.358	3.494	27,42%	25,00%	1,48	790.017
Splitsko-dalmatinska	1.897	3.451	22,06%	24,70%	1,82	454.798
Zagrebačka	712	1.186	8,28%	8,49%	1,67	317.606
Osječko-baranjska	572	811	6,65%	5,80%	1,42	305.032
Primorsko-goranska	388	728	4,51%	5,21%	1,88	296.195
Istarska	218	486	2,53%	3,48%	2,23	208.055
Varaždinska	311	480	3,62%	3,43%	1,54	175.951
Koprivničko-križevačka	252	387	2,93%	2,77%	1,54	115.584
Krapinsko-zagorska	223	368	2,59%	2,63%	1,65	132.892
Dubrovačko-neretvanska	168	298	1,95%	2,13%	1,77	122.568
Karlovačka	198	291	2,30%	2,08%	1,47	128.899
Vukovarsko-srijemska	172	272	2,00%	1,95%	1,58	179.521
Međimurska	189	263	2,20%	1,88%	1,39	113.804
Brodsko-posavska	187	249	2,17%	1,78%	1,33	158.575
Zadarska	138	235	1,60%	1,68%	1,70	170.017
Bjelovarsko-bilogorska	147	216	1,71%	1,55%	1,47	119.764
Sisačko-moslavačka	139	208	1,62%	1,49%	1,50	172.439
Virovitičko-podravska	120	184	1,40%	1,32%	1,53	84.836
Požeško-slavonska	88	138	1,02%	0,99%	1,57	78.034
Šibensko-kninska	70	119	0,81%	0,85%	1,70	109.375
Ličko-senjska	54	110	0,63%	0,79%	2,04	50.927
Nautika	0	0	0,00%	0,00%	0,00	0
Ukupno:	**8.601**	**13.974**	**100,00%**	**100,00%**	**1,62**	**4.284.889**

Polovica turista dolazi iz grada Zagreba i Splitsko-dalmatinske županije, s prosječnim boravkom od 1,48 dana, odnosno 1,82 dana. Najveći prosječni broj noćenja ostvaruju turisti iz Istarske županije s prosječnim boravkom od 2,23 dana. Podaci u nastavku prikazuju distribuciju dolazaka u 2024., te usporedbu dolazaka i noćenja turista u 2024. u odnosu na 2023. godinu.

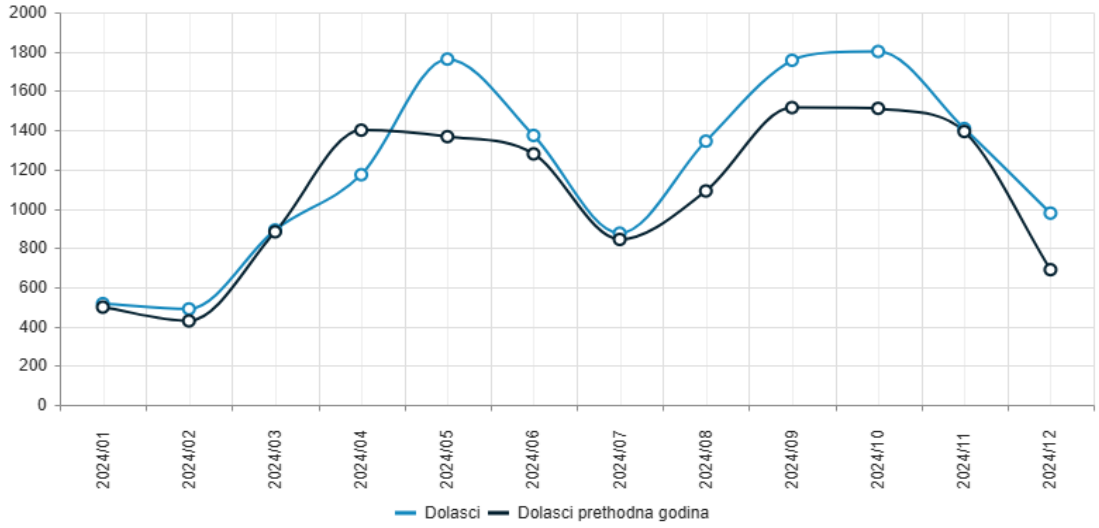
Tablica 3: Distribucija turista i noćenja po mjesecima u 2023. i 2024.

Datum	Dolasci 2024.	Dolasci 2023.	Indeks dolazaka	Noćenja 2024.	Noćenja 2023.	Indeks noćenja
2024/01	516	498	103,61	1.297	1.284	101,01
2024/02	489	428	114,25	895	818	109,41
2024/03	891	882	101,02	1.628	1.634	99,63
2024/04	1.173	1.400	83,79	1.871	2.588	72,30
2024/05	1.762	1.367	128,90	2.917	2.466	118,29
2024/06	1.373	1.279	107,35	2.368	2.447	96,77
2024/07	875	843	103,80	1.890	1.567	120,61
2024/08	1.344	1.090	123,30	2.562	2.756	92,96
2024/09	1.756	1.515	115,91	3.020	3.354	90,04
2024/10	1.801	1.511	119,19	2.972	2.942	101,02
2024/11	1.408	1.393	101,08	2.495	2.593	96,22
2024/12	977	689	141,80	1.782	1.179	151,15
Ukupno	**14.365**	**12.895**	**111,40**	**25.697**	**25.628**	**100,27**

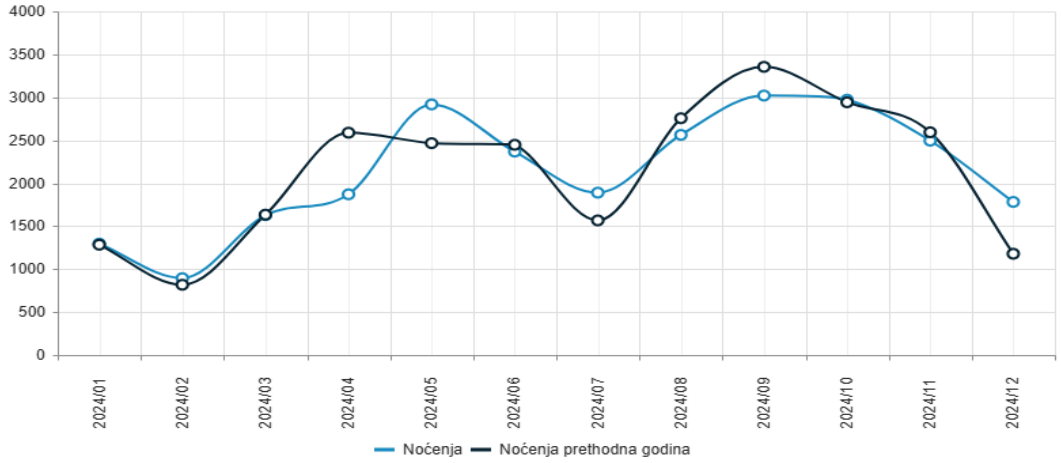
Slika 1: Distribucija dolazaka domaćih i stranih gostiju u 2024.



Slika 2: Distribucija broja dolazaka po mjesecima 2024.



Slika 3: Distribucija broja noćenja po mjesecima u 2024.



Temeljem ovih podataka može se zaključiti:

Trendovi dolazaka i noćenja

- Ukupan rast dolazaka (+11,40%) – Broj dolazaka u 2024. bilježi rast u odnosu na 2023. godinu (14.365 naspram 12.895), što ukazuje na povećani interes za destinaciju.
- Noćenja stagniraju (+0,27%) – Unatoč većem broju dolazaka, broj noćenja ostaje gotovo isti (25.697 naspram 25.628), što sugerira da se prosječno trajanje boravka smanjuje ili da se promijenila struktura turista.

Sezonske oscilacije

- Snažan rast u svibnju (+28,90% dolazaka, +18,29% noćenja) – Ovaj mjesec pokazuje iznimno pozitivan rezultat, moguće zbog posebnih događanja ili ranog sezonskog interesa.
- Pad u travnju (-16,21% dolazaka, -27,70% noćenja) – Moguće posljedice vremenskih prilika, kalendarskih pomaka blagdana ili drugih sezonskih faktora.
- Kolovoz i rujan pokazuju pad noćenja unatoč rastu dolazaka – Indeks dolazaka raste (+23,30% i +15,91%), ali se broj noćenja smanjuje, što sugerira kraće boravke turista.
- Najveći rast u prosincu (+41,80% dolazaka, +51,15% noćenja) – Ovo može ukazivati na pojačane adventske aktivnosti ili povećani interes za zimsku ponudu.

Tablica 4: Dolasci i noćenja prema vrstama smještajnih objekata u 2024.

Vrsta objekta	Dolasci domaći	Dolasci strani	Dolasci ukupno	Noćenja domaći	Noćenja strani	Noćenja ukupno	Broj turista domaći	Broj turista strani	Broj turista ukupno
Hoteli	2.873	1.824	4.697	3.882	3.539	7.421	2.884	1.824	4.708
Objekti u domaćinstvu	1.678	1.380	3.058	3.209	3.172	6.381	1.701	1.380	3.081
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	1.869	1.794	3.663	3.396	2.476	5.872	1.880	1.796	3.676
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	2.166	751	2.917	3.456	1.808	5.264	2.169	751	2.920
Nekomercijalni smještaj	15	15	30	31	728	759	15	18	33

Ključni trendovi u smještajnim kapacitetima:

- Hoteli dominiraju po ukupnom broju dolazaka i noćenja – Imaju najviše dolazaka turista (4.697) i ukupnih noćenja (7.421). Očigledno su i dalje prvi izbor smještaja, ali se primjećuje da su domaći gosti nešto brojniji od stranih.
- Objekti u domaćinstvu i na OPG-ima ostvaruju značajan broj dolazaka i noćenja – OPG-i su gotovo jednako atraktivni za domaće i strane turiste (1.869 vs. 1.794 dolazaka), dok objekti u domaćinstvu imaju blagi pad kod stranih turista. OPG-i bilježe 5.872 noćenja, što pokazuje da je ovo rastući segment tržišta.
- Ostali ugostiteljski objekti za smještaj imaju manje stranih dolazaka – Vidljivo je da su ti objekti privukli značajno više domaćih gostiju (2.166 prema 751 dolascima stranih turista). Noćenja su također niža kod stranih turista.

Omjer dolazaka i noćenja – Prosječan broj noćenja po dolasku:

- Hoteli: 1,58 noćenja po dolasku
- Objekti u domaćinstvu: 2,09 noćenja po dolasku
- OPG-i: 1,60 noćenja po dolasku
- Ostali ugostiteljski objekti: 1,80 noćenja po dolasku
- Nekomercijalni smještaj: 25,3 noćenja po dolasku (boravak kod rodbine ili prijatelja)

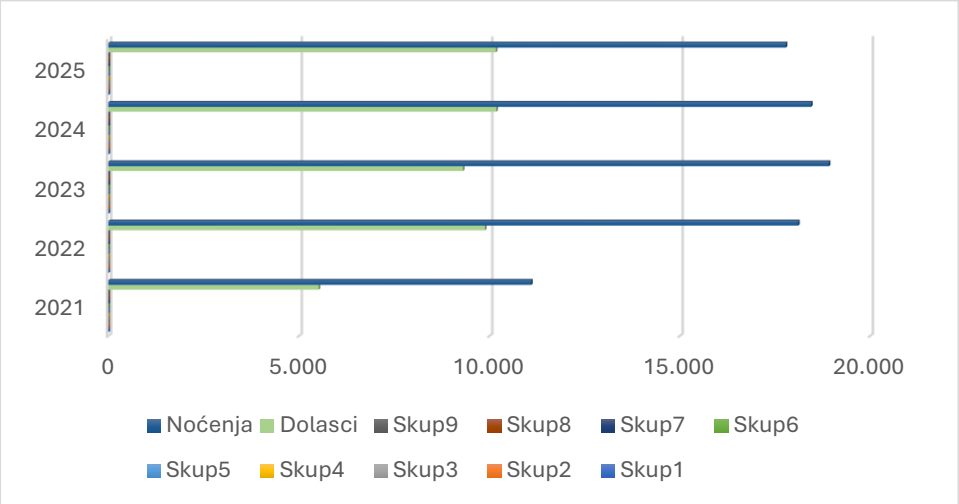
Iz navedenog se može zaključiti:

- Hoteli su najtraženiji, ali objekti u domaćinstvu i OPG-i postaju ozbiljna konkurencija, osobito kod duljih boravaka.
- Strani turisti preferiraju OPG-e više od objekata u domaćinstvu, što može ukazivati na rastući interes za ruralni i agro-turizam.
- Potencijalno tržište za dodatnu ponudu (npr. gastronomija, iskustveni turizam) posebno je izraženo kod objekata na OPG-u

Turistički promet u 2025. godini

Zaključno sa rujnom 2025. godine u nastavku je prikazan turistički promet u posljednjih pet godina:

Slika 4: Dolasci i noćenja 1-9 / 2021-2025



Tablica 5: Dolasci 1-9 / 2021-2025

Mjesec	2021	2022	2023	2024	2025
1	149	326	498	516	343
2	162	567	428	489	540
3	181	632	882	891	734
4	551	954	1.400	1.173	1.270
5	828	1.697	1.367	1.762	2.130
6	853	1.807	1.279	1.373	1.460
7	671	975	843	875	645
8	742	1.216	1.090	1.344	1.182
9	1.378	1.705	1.515	1.756	1.863
Ukupno	**5.515**	**9.879**	**9.302**	**10.179**	**10.167**

Tablica 6: Noćenja 1-9 / 2021-2025

Mjesec	2021	2022	2023	2024	2025
1	334	819	1.284	1.297	887
2	299	1.029	818	895	1.149
3	300	994	1.634	1.628	1.378
4	1.015	1.651	2.588	1.871	1.987
5	2.102	2.631	2.466	2.917	3.344
6	2.099	2.879	2.447	2.368	2.086
7	1.254	2.028	1.567	1.890	1.381
8	1.371	2.779	2.756	2.562	2.722
9	2.320	3.300	3.354	3.020	2.850
Ukupno	**11.094**	**18.110**	**18.914**	**18.448**	**17.784**

Oscilacije u broju dolazaka i noćenja treba razmatrati u kontekstu drugih elemenata: turističke ponude u cjelini (organizacija manifestacija i posebnih događaja, kvaliteta i broj smještajnih kapaciteta), vremenskih uvjeta, financijskih kretanja, kao i turističkih aktivnosti konkurencije. Tako na primjer, možemo promatrati rujan 2025. godine sa 6,1% rasta u odnosu na prethodnu godinu, uz istovremeni pad noćenja od 5,6% u odnosu na prethodnu godinu. Vršni mjesec u posljednjih pet godina prvi put nije u jesenskom periodu, već u svibnju, pa se tako u svibnju 2025. bilježi rast od 20,9% dolazaka i 14,6% noćenja.

ANALIZA KAPACITETA

Turistički proizvodi i usluge mogu se definirati kao integrirani proizvodi na različitim razinama i s različitim obuhvatom koji uključuju različite parcijalne elemente, kako materijalnog tako i nematerijalnog oblika. Materijalni elementi obuhvaćaju fizičke resurse i infrastrukturu, poput smještajnih kapaciteta, prometne povezanosti i gastronomske ponude. Nematerijalni elementi uključuju doživljaje, autentičnost destinacije, gostoljubivost i kulturnu vrijednost.

Ovi elementi mogu se tržišno valorizirati na dva osnovna načina. Kao zasebni proizvodi, svaki element djeluje samostalno (npr. noćenje u hotelu, obrok u restoranu). Međutim, viša vrijednost često se postiže integracijom ovih elemenata u koherentne i složene turističke proizvode, poput tematskih ruta, aranžmana ili *all-inclusive* ponuda. Razina složenosti integracije ovisi o potrebama i očekivanjima ciljnog tržišta, ali i o strateškoj viziji destinacije, osiguravajući pritom dodatnu konkurentnost i prepoznatljivost na turističkom tržištu.

Smještajni kapaciteti

Smještajni kapaciteti predstavljaju temeljnu infrastrukturu svake turističke destinacije i ključan preduvjet za razvoj održivog turizma. Baranja, kao regija s iznimnim prirodnim, kulturnim i gastronomskim potencijalima, u posljednjem desetljeću doživljava postepenu transformaciju svoje smještajne ponude u skladu s trendovima ruralnog i eno-gastronomskog turizma. Specifičnost baranjske smještajne ponude ogleda se u dominaciji manjih, autentičnih smještajnih jedinica organiziranih kroz privatna domaćinstva i obiteljska poljoprivredna gospodarstva, što odražava ruralnu orijentaciju i autentičnost destinacije. Analiza trenutnog stanja smještajnih kapaciteta Baranje otkriva značajne potencijale, ali i izazove u kontekstu daljnjeg razvoja turističke ponude regije koja teži pozicioniranju kao prepoznatljiva destinacija kontinentalnog turizma Hrvatske.

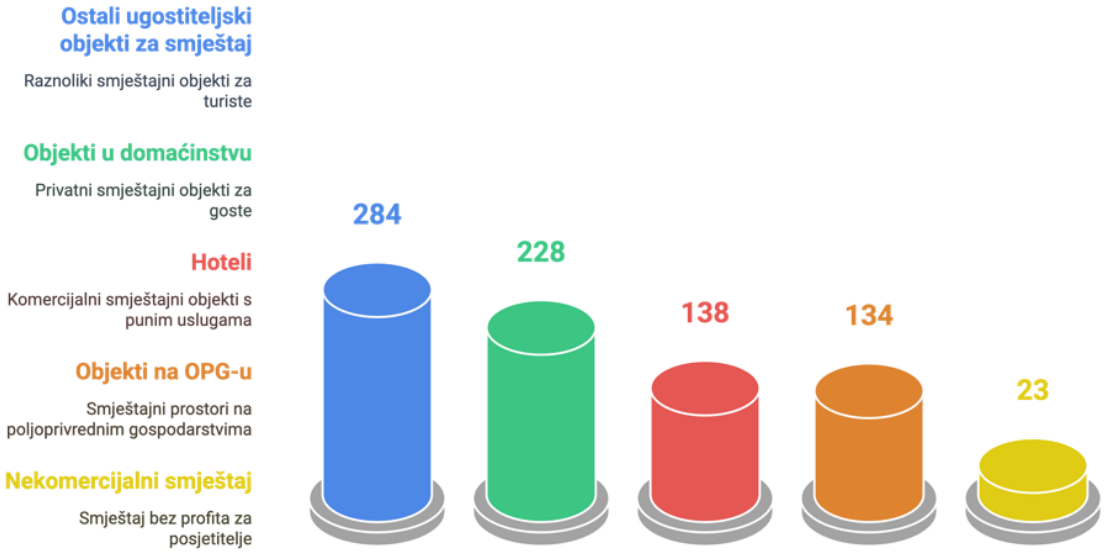
Smještajni kapaciteti prema vrsti smještaja

Na temelju podataka iz ***eVisitora*** u nastavku je pregled strukture smještajnih objekata u Baranji koji uključuje i broj kreveta (kapacitet) s pomoćnim krevetima.

Tablica 7: Pregled kapaciteta prema vrstama smještaja

Vrsta objekta	Broj	Broj kreveta	Udio kreveta (%)	Pomoćni kreveti	Ukupno kreveta
Hoteli	2	138	18,62	0	138
Objekti na OPG-u	16	127	17,14	7	134
Nekomercijalni smještaj	9	19	2,56	4	23
Objekti u domaćinstvu	42	187	25,24	41	228
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Hostel, Soba za iznajmljivanje, Lovački dom, Apartman, Prenoćište, Kuća za odmor, Studio apartman.	22	270	36,44	14	284
Ukupno	**91**	**741**	**100**	**66**	**807**

Slika 5: Pregled kapaciteta prema vrsti smještaja



Iz ovih podataka vidljivo je da u Baranji dominiraju objekti u domaćinstvu (42 objekta), s razmjerno manjim udjelom u ukupnom broju kreveta (25,24%) je manji od kategorije ostalih ugostiteljskih objekata za smještaj (36,44%) koji imaju 22 objekta. Ova disproporcija ukazuje na činjenicu da ostali ugostiteljski objekti (lovački domovi, hosteli, sobe za iznajmljivanje i dr.) imaju veći prosječni kapacitet po objektu. Naime, prosječno imaju 12,3 kreveta po objektu, dok objekti u domaćinstvu imaju samo 4,5 kreveta po objektu.

Također je zanimljivo da hoteli, iako brojčano najslabije zastupljeni (samo 2 objekta), čine značajan dio kapaciteta (18,62% kreveta), što potvrđuje njihovu važnost za smještajnu infrastrukturu regije. Prosječan kapacitet hotela je 69 kreveta po objektu, što je višestruko više od ostalih kategorija. Objekti na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima predstavljaju važan segment ruralne turističke ponude Baranje s 16 objekata i 17,14% kapaciteta kreveta, dok nekomercijalni smještaj ima marginalan udio u kapacitetima s tek 2,56% ukupnih kreveta. Značajno je primijetiti i neravnomjernu distribuciju pomoćnih kreveta - objekti u domaćinstvu prednjače s 41 pomoćnim krevetom, što govori o njihovoj fleksibilnosti u prilagodbi kapaciteta prema potražnji.

Tablica 8: Detaljni pregled kapaciteta prema vrsti smještaja

Vrsta objekta	Podvrsta	Broj	Udio unutar vrste (%)	Broj kreveta	Udio unutar vrste (%)	Udio kreveta od ukupno (%)
Ostali ugostiteljski objekti	Hostel	2	9,09	66	24,44	8,91
	Soba za iznajmljivanje	5	22,73	63	23,33	8,50
	Lovački dom	5	22,73	61	22,59	8,23
	Apartman	3	13,64	38	14,07	5,13
	Prenoćište	1	4,55	22	8,15	2,97
	Kuća za odmor	4	18,18	17	6,30	2,29
	Studio apartman	2	9,09	3	1,11	0,40

Objekti u domaćinstvu	Objekti u domaćinstvu	42	100,00	187	100,00	25,24
Hoteli	Hotel	1	50,00	106	76,81	14,30
	Pansion	1	50,00	32	23,19	4,32
Objekti na OPG	Objekti na OPG-u	15	93,75	118	92,91	15,92
	Kamp na OPG	1	6,25	9	7,09	1,21
Nekomercijalni smještaj	Kuća stanovnika općine	7	77,78	13	68,42	1,75
	Kuća za odmor (vikendica)	1	11,11	5	26,32	0,67
	Stan stanovnika općine	1	11,11	1	5,26	0,13
Ukupno		**91**	**100**	**741**	**100**	**100**

Kategorija smještaja „Ostali ugostiteljski objekti za smještaj“ pokazuje najveću raznolikost podvrsta i predstavlja značajan segment smještajnih kapaciteta u Baranji.

- Hosteli (2 objekta) imaju najveći udio u kapacitetu kreveta ove kategorije (24,44%) i čine 8,91% ukupnih kapaciteta Baranje, unatoč tome što čine samo 9,09% objekata u ovoj kategoriji. Ovo ukazuje na njihovu važnost za smještaj većih grupa posjetitelja.
  - Sobe za iznajmljivanje (5 objekata) i lovački domovi (5 objekata) zajedno čine gotovo polovicu (45,46%) objekata ove kategorije, a svaka podvrsta ima približno 23% kapaciteta kreveta unutar kategorije. Ovo potvrđuje važnost lovnog turizma i tradicionalnog smještaja u regiji.
  - Kuće za odmor (4 objekta) čine značajan udio objekata (18,18%), ali relativno mali udio kreveta (6,30%), što ukazuje na njihov manji prosječni kapacitet (4,25 kreveta po objektu).
  - Objekti u domaćinstvu: Ova kategorija ima samo jednu podvrstu - "Objekti u domaćinstvu", što je očekivano s obzirom na zakonsku klasifikaciju. S 42 objekta i 187 kreveta, ova kategorija čini 25,24% ukupnih kapaciteta, što je potvrda važnosti privatnog smještaja u Baranji.
  - Hoteli: Iako malobrojna (samo 2 objekta), ova kategorija značajno doprinosi ukupnim kapacitetima – hotel (1 objekt) s 106 kreveta sam čini 14,30% ukupnih kapaciteta Baranje, što potvrđuje važnost hotelskog smještaja većeg kapaciteta za razvoj turizma u regiji; pansion (1 objekt) s 32 kreveta ima manji, ali još uvijek značajan udio (4,32%).
  - Objekti na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu: Objekti na OPG-u (15 objekata) čine 93,75% objekata i 92,91% kreveta ove kategorije, što ukazuje na konzistentnost u veličini ovih objekata; Kamp na OPG-u (1 objekt) ima marginalan udio, ali predstavlja diversifikaciju ponude u ruralnom turizmu.
  - Nekomercijalni smještaj: Ova kategorija ima najmanji udio u ukupnim kapacitetima (2,56%) – kuće stanovnika općine (7 objekata) dominiraju s 77,78% objekata i 68,42% kreveta u ovoj kategoriji, što ukazuje na njihov mali prosječni kapacitet (1,86 kreveta po objektu).

Analiza podvrsta objekata pokazuje izrazitu fragmentiranost smještajne ponude Baranje, s naglaskom na manje objekte u privatnom i ruralnom smještaju te značajnu ulogu pojedinačnih većih objekata (hotel, hosteli) koji čine važan dio ukupnih kapaciteta. Ova raznolikost odražava

mješoviti karakter turističke ponude Baranje usmjerene kako na individualne posjetitelje, tako i na skupine i organizirane grupe turista.

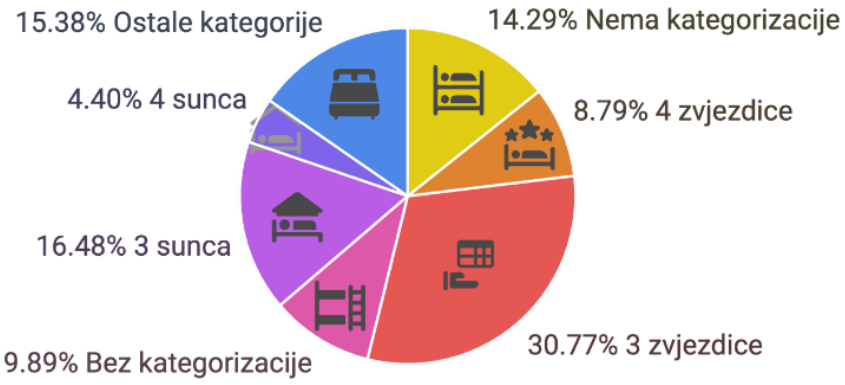
Smještajni kapaciteti prema kategorizaciji

Pored strukture objekata za smještaj svakako je bitna i kategorizacija jer ona daje naznake kvalitete tih kapaciteta.

Tablica 9: Smještajni kapaciteti prema kategorizaciji

Kategorija	Broj objekata	Udio (%)	Broj kreveta	Udio (%)	Pomoćni kreveti	Ukupno kreveta
4 zvjezdice	8	8,79	134	18,08	8	142
3 zvjezdice	28	30,77	127	17,14	34	161
4 sunca	4	4,40	46	6,21	2	48
3 sunca	15	16,48	64	8,64	7	71
Nema kategorizacije	13	14,29	136	18,35	2	138
Bez kategorizacije	9	9,89	81	10,93	4	85
Ostale kategorije	14	15,38	153	20,65	9	162
Ukupno	**91**	**100**	**741**	**100**	**66**	**807**

Slika 6: Smještajni kapaciteti prema kategorizaciji



Priložena tablica i grafikon prikazuju distribuciju smještajnih kapaciteta u Baranji prema kategorijama (zvjezdicama i suncima) i pružaju važan uvid u kvalitativnu strukturu turističke ponude regije. Distribucija objekata prema kategoriji pokazuje sljedeće:

- Kategorija s 3 zvjezdice dominira s 28 objekata (30,77%), što pokazuje da je srednja kategorija kvalitete najzastupljenija u smještajnoj ponudi Baranje (paste.txt, 2025).
- Objekti s 3 sunca su druga najzastupljenija kategorija s 15 objekata (16,48%), što dodatno potvrđuje prevladavanje srednje kategorije kvalitete
- Objekti bez kategorizacije i oni koji nemaju kategorizaciju zajedno čine 24,18% objekata, što je značajan udio i potencijalno problematično s aspekta standardizacije kvalitete.
- Ostale kategorije (kombinacije kategorija i manje zastupljene kategorije) zajedno čine značajan udio kapaciteta (20,65%), što ukazuje na fragmentiranost ponude.
- Objekti s 4 zvjezdice pokazuje značajnu disproporciju – kategorija s 8,79% objekata ima 18,08% kapaciteta, što ukazuje na veće prosječne kapacitete ovih objekata (16,75 kreveta

po objektu); objekti s 3 zvjezdice imaju obrnuti trend – kategorija s 30,77% objekata ima 17,14% kapaciteta, što pokazuje njihov manji prosječni kapacitet (4,5 kreveta po objektu).

- Pomoćni kreveti: objekti kategorije 3 zvjezdice prednjače s 34 pomoćna kreveta, što čini većinu pomoćnih kapaciteta i pokazuje njihovu fleksibilnost u prilagodbi kapaciteta; objekti „bez kategorizacije“ i „nema kategorizacije“ imaju mali broj pomoćnih kreveta u odnosu na kapacitet, što sugerira njihovu manju prilagodljivost.

Analiza smještajnih kapaciteta prema kategorizaciji pokazuje sljedeće:

- Ponudom dominira srednja kvaliteta smještajnih kapaciteta - kategorije 3 zvjezdice i 3 sunca zajedno čine 47,25% svih objekata i 25,78% kapaciteta, što potvrđuje da je Baranja destinacija srednje kategorije kvalitete.
- Visoka kvaliteta ima veći prosječni kapacitet - objekti s 4 zvjezdice i 4 sunca, iako manje brojni (13,19% objekata), imaju značajan udio u kapacitetima (24,29%), što ukazuje na važnost visokokvalitetnog smještaja za turističku ponudu regije.
- Značajan je udio nekategoriziranih objekata - objekti koji nemaju kategorizaciju ili su bez kategorizacije zajedno čine 24,18% objekata i 29,28% kapaciteta, što može predstavljati izazov za upravljanje kvalitetom turističke ponude.
- Neujednačenost kategorizacijskog sustava - istovremeno postojanje kategorizacije zvjezdicama i suncima može stvarati konfuziju kod gostiju i otežavati usporedbu kvalitete različitih vrsta smještaja.
- Potencijal za unapređenje kvalitete - relativno mali udio objekata visoke kategorije (4 i 5 zvjezdica) ukazuje na prostor za podizanje kvalitete smještajne ponude u budućnosti.

Ovi podaci sugeriraju da Baranja ima diversificiranu ponudu smještaja s naglaskom na srednji segment kvalitete, uz značajnu zastupljenost nekategoriziranih objekata. Za daljnji razvoj turizma u regiji bilo bi korisno raditi na povećanju udjela objekata više kategorije te standardizaciji i kategorizaciji postojećih nekategoriziranih objekata.

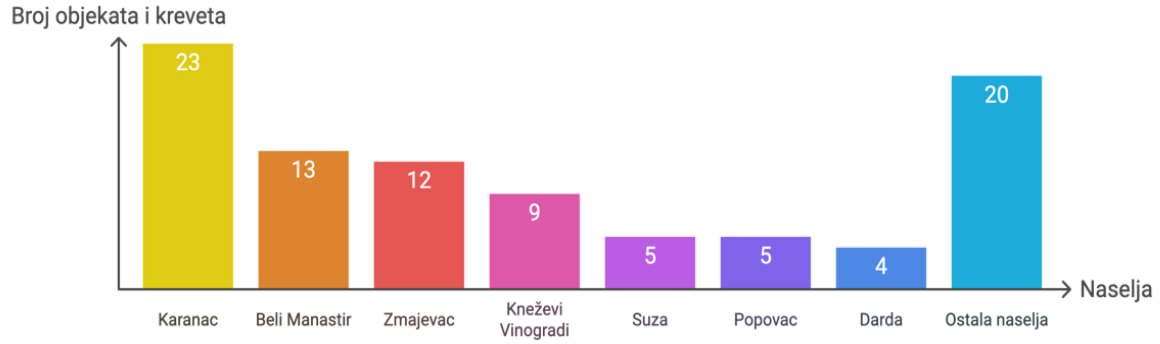
Smještajni kapaciteti prema naseljima

Obzirom da turističku destinaciju Baranje koja je u nadležnosti Turističke zajednice Baranja čini širi prostor sa više naselja i mikro turističkih odredišta, zanimljivo je sagledati prostornu distribuciju smještajnih kapaciteta.

Tablica 10: Smještajni kapaciteti po naseljima

Naselje	Broj objekata	Udio (%)	Broj kreveta	Udio (%)	Pomoćni kreveti	Ukupno kreveta
Karanac	23	25,27	211	28,48	18	229
Beli Manastir	13	14,29	177	23,89	11	188
Zmajevac	12	13,19	62	8,37	4	66
Kneževi Vinogradi	9	9,89	61	8,23	9	70
Suza	5	5,49	80	10,80	2	82
Popovac	5	5,49	10	1,35	5	15
Darda	4	4,40	16	2,16	4	20
Ostala naselja	20	21,98	124	16,72	13	137
Ukupno	**91**	**100**	**741**	**100**	**66**	**807**

Slika 7: Smještajni kapaciteti po naseljima



Analiza smještajnih kapaciteta po naseljima pokazuje sljedeće:

- Koncentracija smještajnih kapaciteta: Karanac se ističe kao dominantno turističko naselje s 25,27% ukupnog broja objekata i 28,48% ukupnih kreveta u Baranji, što potvrđuje njegovu ulogu kao turističkog centra regije. Beli Manastir, iako drugo po broju objekata (14,29%), ima gotovo jednako važnu ulogu u kapacitetima s 23,89% ukupnih kreveta, što ukazuje na veće prosječne kapacitete njegovih smještajnih jedinica. Top 5 naselja (Karanac, Beli Manastir, Zmajevac, Kneževi Vinogradi i Suza) zajedno obuhvaćaju 68,13% svih objekata i 79,77% ukupnih kapaciteta, što pokazuje izrazitu prostornu koncentraciju turističke ponude u Baranji.
- Odnos broja objekata i kapaciteta: Suza pokazuje najveću disproporciju između broja objekata i kapaciteta - s 5,49% objekata ima 10,80% ukupnih kreveta, što dovodi do značajno većeg prosječnog kapaciteta objekata (16 kreveta po objektu), iako je razlog tome hostel i pansion koji ukupno imaju 58 kreveta. Popovac ima obrnutu situaciju - s 5,49% objekata ima samo 1,35% kapaciteta, što ukazuje na vrlo male prosječne kapacitete (2 kreveta po objektu). Beli Manastir ima veće prosječne kapacitete (13,6 kreveta po objektu) u usporedbi s Karancem (9,2 kreveta po objektu), što odražava različit karakter smještajne ponude – razlog tome je veći udio hotelskog smještaja u Belom Manastiru.
- Pomoćni kreveti: Distribucija pomoćnih kreveta relativno je ravnomjerna, ali se uočava veći udio u naseljima s većim brojem objekata privatnog smještaja (Karanac, Beli Manastir, Kneževi Vinogradi). Popovac ima značajan udio pomoćnih kreveta u odnosu na osnovne kapacitete (5 pomoćnih na 10 osnovnih kreveta), što ukazuje na fleksibilniju ponudu smještaja.

Pregled smještajnih kapaciteta po naseljima pokazuje sljedeće:

- **Karanac je dominantno turističko naselje u Baranji** s najvećim brojem objekata (25,27%) i kreveta (28,48%). U Karancu su najzastupljeniji objekti u domaćinstvu (52,17% objekata), ali najveći kapacitet kreveta imaju ostali ugostiteljski objekti (47,39%) - prvenstveno sobe za iznajmljivanje i apartmani. Ovo ukazuje na razvijen ruralni turizam u ovom naselju.

- **Beli Manastir je drugo najznačajnije naselje** s 14,29% objekata i 23,89% ukupnih kapaciteta. Specifičnost Belog Manastira je hotel s 4 zvjezdice koji sam čini 59,89% smještajnih kapaciteta u tom naselju, što pokazuje dominaciju hotelskog smještaja višeg standarda u ovom urbanom središtu Baranje.
- **Suza ima manje objekata (5,49%)**, ali značajan udio kapaciteta (10,80%), prvenstveno zahvaljujući pansionu i hostelu koji zajedno čine 72,50% kapaciteta u tom naselju.
- **Zmajevac i Kneževi Vinogradi** imaju sličan udio u ukupnim kapacitetima (oko 8%), ali različitu strukturu smještaja. U Zmajevcu dominiraju objekti u domaćinstvu (58,33%), dok u Kneževim Vinogradima postoji ravnomjernija raspodjela između različitih vrsta objekata.
- **Top 5 naselja (Karanac, Beli Manastir, Suza, Zmajevac i Kneževi Vinogradi)** zajedno čine 68,13% objekata i 79,77% ukupnih smještajnih kapaciteta Baranje, što ukazuje na izrazitu koncentraciju turističke ponude u malom broju naselja.
- **Lovački domovi** su značajni smještajni kapaciteti u Novom, Kneževim Vinogradima i Zmajevcu, što ističe važnost lovnog turizma u istočnim dijelovima Baranje.
- **Objekti na OPG-u** imaju značajan udio u Karancu (25,59%), Kneževim Vinogradima (32,79%) i Zmajevcu (32,26%), što potvrđuje orijentaciju ovih naselja prema ruralnom turizmu s naglaskom na lokalnu poljoprivrednu proizvodnju.

Tablica 11: Smještajni kapaciteti po naseljima - detaljno

Vrsta objekta	Broj	Udio (%)	Broj kreveta	Udio (%)	Najzastupljenije podvrste
Karanac					
Ostali ugostiteljski objekti	6	26,09	100	47,39	Soba za iznajmljivanje, Apartman
Objekti u domaćinstvu	12	52,17	57	27,01	Objekti u domaćinstvu
Objekti na OPG-u	5	21,74	54	25,59	Objekti na OPG-u
Beli Manastir					
Hoteli	1	7,69	106	59,89	Hotel
Ostali ugostiteljski objekti	2	15,38	42	23,73	Hostel, Soba za iznajmljivanje
Objekti u domaćinstvu	5	38,46	17	9,60	Objekti u domaćinstvu
Nekomercijalni smještaj	5	38,46	12	6,78	Kuća stanovnika općine, Kuća za odmor
Suza					
Hoteli	1	20,00	32	40,00	Pansion
Ostali ugostiteljski objekti	1	20,00	26	32,50	Hostel
Objekti na OPG-u	2	40,00	15	18,75	Kamp na OPG-u, Objekti na OPG-u
Objekti u domaćinstvu	1	20,00	7	8,75	Objekti u domaćinstvu
Zmajevac					
Objekti u domaćinstvu	7	58,33	32	51,61	Objekti u domaćinstvu
Objekti na OPG-u	4	33,33	20	32,26	Objekti na OPG-u
Ostali ugostiteljski	1	8,33	10	16,13	Lovački dom

objekti					
Kneževi Vinogradi					
Ostali ugostiteljski objekti	3	33,33	22	36,07	Lovački dom, Kuća za odmor
Objekti na OPG-u	2	22,22	20	32,79	Objekti na OPG-u
Objekti u domaćinstvu	3	33,33	17	27,87	Objekti u domaćinstvu
Nekomercijalni smještaj	1	11,11	2	3,28	Kuća stanovnika općine

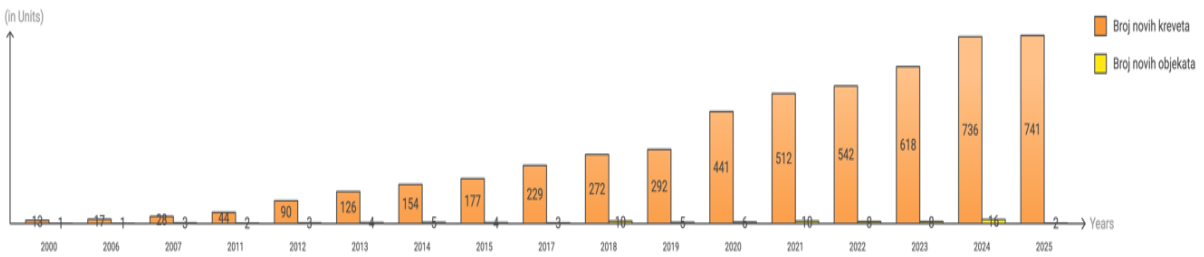
Vremenska dinamika povećanja smještajnih kapaciteta

Analizom podataka iz eVisitora moguće je pratiti razvoj smještajnih kapaciteta u Baranji kroz godine. U nastavku je prikazana vremenska dinamika otvaranja objekata iz čega je vidljiv trend razvoja Baranje kao turističke destinacije.

Tablica 12: Pregled otvaranja objekata po godinama

Godina	Broj novih objekata	Broj novih kreveta	Kumulativno objekata	Kumulativno kreveta
2000	1	13	1	13
2006	1	4	2	17
2007	3	11	5	28
2011	2	16	7	44
2012	3	46	10	90
2013	4	36	14	126
2014	5	28	19	154
2015	4	23	23	177
2017	3	52	26	229
2018	10	43	36	272
2019	5	20	41	292
2020	6	149	47	441
2021	10	71	57	512
2022	8	30	65	542
2023	8	76	73	618
2024	16	118	89	736
2025	2	5	91	741

Slika 8: Otvaranje novih objekata po godinama



Tablica 13: Smještajni kapaciteti po razdobljima

Period	Broj novih objekata	Udio (%)	Broj novih kreveta	Udio (%)
2000-2005	1	1,10	13	1,75
2006-2010	4	4,40	15	2,02
2011-2015	18	19,78	149	20,11
2016-2020	24	26,37	264	35,63
2021-2025	44	48,35	300	40,49

Tablica 14: Pregled otvaranja novih objekata po vrsti objekta i po razdobljima

Vrsta objekta	Broj objekata	Udio (%)	Broj kreveta	Udio (%)
2000-2005				
Ostali ugostiteljski objekti	1	100,00	13	100,00
2006-2010				
Objekti u domaćinstvu	3	75,00	13	86,67
Nekomercijalni smještaj	1	25,00	2	13,33
2011-2015				
Objekti na OPG-u	8	44,44	73	48,99
Ostali ugostiteljski objekti	4	22,22	53	35,57
Objekti u domaćinstvu	4	22,22	18	12,08
Nekomercijalni smještaj	2	11,11	5	3,36
2016-2020				
Objekti u domaćinstvu	10	41,67	46	17,42
Ostali ugostiteljski objekti	7	29,17	87	32,95
Nekomercijalni smještaj	3	12,50	5	1,89
Objekti na OPG-u	3	12,50	20	7,58
Hoteli	1	4,17	106	40,15
2021-2025				
Objekti u domaćinstvu	25	56,82	110	36,67
Ostali ugostiteljski objekti	10	22,73	117	39,00
Objekti na OPG-u	5	11,36	34	11,33
Nekomercijalni smještaj	3	6,82	7	2,33
Hoteli	1	2,27	32	10,67

Tablica 15: Pregled otvaranja smještajnih kapaciteta po naseljima i po razdobljima

Naselje	Broj objekata	Broj kreveta
2000-2005		
Kneževi Vinogradi	1	13
2006-2010		
Beli Manastir	2	9
Šećerana	1	4
Darda	1	2
2011-2015		

Karanac	4	62
Kneževi Vinogradi	4	30
Beli Manastir	2	5
2016-2020		
Beli Manastir	6	155
Zmajevac	5	28
Karanac	4	46
2021-2025		
Karanac	15	103
Zmajevac	5	18
Darda	3	14
Suza	3	65
Beli Manastir	3	8

Ovaj pregled po razdobljima pokazuje sljedeće:

- **Kontinuirani rast kapaciteta:** Od 2000. do 2025. godine vidljiv je izraziti kontinuirani rast broja smještajnih objekata u Baranji, s najintenzivnijim razvojem u zadnjih 5 godina (2021-2025) kada je otvoreno 48,35% svih objekata s 40,49% ukupnih kapaciteta.
- **Eksponencijalni rast:** Dinamika otvaranja objekata pokazuje eksponencijalni rast - od svega 5 objekata do 2010. godine, do čak 44 objekta u posljednjem petogodišnjem razdoblju. Ovo ukazuje na sve veće prepoznavanje turističkog potencijala Baranje.
- **Rekordna 2024. godina:** Godina 2024. je rekordna po broju novoregistriranih smještajnih objekata (16) s ukupno 118 novih kreveta, što ukazuje na snažan zamah u razvoju smještajnih kapaciteta neposredno prije godine iz koje potječu analizirani podaci.
- **Evolucija vrsta smještaja:** Vidljiva je evolucija u vrsti smještajnih objekata kroz različite periode. U početnoj fazi (2000-2010) dominirali su pojedinačni objekti različitih vrsta. U razdoblju 2011-2015 dolazi do značajnog razvoja objekata na OPG-ima (44,44%), što ukazuje na početak razvoja ruralnog turizma. U razdoblju 2016-2020 diversificira se ponuda uz rast udjela objekata u domaćinstvu (41,67%). U posljednjem razdoblju (2021-2025) dominiraju objekti u domaćinstvu (56,82%).
- **Razvoj naselja:** Karanac je postao dominantno turističko odredište u zadnjem razdoblju s 15 novih objekata (34,09% svih novoregistriranih objekata u tom periodu) i 103 nova kreveta (34,33%). Ovo ukazuje na fokusiranje razvoja ruralnog turizma u tom naselju.
- **Period najvećeg rasta:** Najveći rast kapaciteta dogodio se u razdoblju 2016-2020 kada je dodano 264 kreveta (35,63% ukupnog kapaciteta).
- **Transformacija Baranje:** Podaci pokazuju transformaciju Baranje iz regije s vrlo malo turističkih kapaciteta do 2010. godine u značajnu turističku destinaciju s 91 smještajnim objektom i 741 krevetom do 2025. godine, s naglaskom na ruralni turizam i objekte u domaćinstvu.
- **Diferencijacija naselja:** Karanac se profilirao kao središte seoskog turizma, Beli Manastir kao urbano središte s hotelskim smještajem, a Suza se u posljednjem razdoblju afirmirala s manjim brojem objekata većeg kapaciteta (32 kreveta po objektu u prosjeku).

Zaključak:

Prostorno planiranje turizma: primjetna je izrazita prostorna koncentracija turizma - turizam u Baranji koncentriran je u malom broju naselja, s dominacijom Karanca i Belog Manastira, što može imati pozitivne efekte kroz kreiranje prepoznatljivih destinacija, ali i negativne kroz neravnomjeran razvoj i potencijalno opterećenje infrastrukture u tim naseljima. Manja naselja, poput Popovca, s relativno značajnim brojem objekata ali malim kapacitetima mogu se suočiti s izazovima ekonomske održivosti smještajnih objekata. Strateški pristup prostornom planiranju turizma u Baranji imao bi za cilj ravnomjerniju distribuciju kapaciteta i rasterećenje trenutnih žarišta te diversifikaciju ponude u većim mjestima. Razvoj manjih tematskih hotela i pansiona u ruralnim središtima Baranje osigurao bi uravnoteženiju prostornu i kvalitativnu distribuciju kapaciteta.

Jačanje tematske specijalizacije: podaci ukazuju na različit karakter turističkih naselja. U tom smislu poželjna je i jača tematska specijalizacija smještajnih objekata u skladu s turističkim proizvodima destinacije (npr. vinski hotel u Zmajevcu ili Suzi, eko smještaj uz Kopački rit, heritage hotel u nekom od povijesnih objekata). Stvaranjem integralnih turističkih proizvoda povezali bi se postojeći kapaciteti različitih kategorija i omogućila sinergija urbanih i ruralnih dijelova Baranje.
Unapređenje kvalitete postojećih objekata: nužno je za osiguranje konkurentnosti na sve zahtjevnijem turističkom tržištu.

Ugostiteljski kapaciteti

Ugostiteljska ponuda predstavlja vitalan element turističke infrastrukture Baranje i ključan faktor u formiranju autentičnog doživljaja destinacije. Kroz bogatu gastronomsku tradiciju i jedinstvenu eno-ponudu, ugostiteljski objekti Baranje imaju potencijal postati nositelji turističkog identiteta regije. Trenutna struktura ugostiteljske ponude odražava specifičnosti baranjskog turizma – od dominacije caffe barova u urbanim centrima do kušaonica vina i izletišta u ruralnim sredinama s naglašenom vinskom i gastronomskom tradicijom. Analiza postojećeg stanja ugostiteljskih objekata pruža uvid u dosadašnji razvoj, ali i ukazuje na potrebne smjernice za unapređenje kvalitete i raznolikosti ponude koja bi mogla optimalno valorizirati iznimno bogatu tradiciju baranjske kuhinje i vinarstva kao jednog od najprepoznatljivijih turističkih aduta ove regije.

Distribucija ugostiteljskih objekata po naseljima pokazuje sljedeće:

- Beli Manastir ima najveću koncentraciju ugostiteljskih objekata - 28 (32,6% od ukupnog broja), što je očekivano budući da je administrativno središte Baranje. Prema Strateškom planu održivog razvoja turizma Osječko-baranjske županije, "Beli Manastir kao središte Baranje ima ključnu ulogu u razvoju turističke infrastrukture regije"[2].
- Darda je na drugom mjestu s 14 ugostiteljskih objekata (16,3%), što odražava njezin položaj kao drugog najvećeg naselja u Baranji.
- Karanac ima 7 ugostiteljskih objekata što je značajan broj s obzirom na veličinu naselja, a potvrđuje njegovu orijentaciju prema turizmu. Gastronomska ponuda se realizira primarno kroz OPG-ove a ne kroz klasične ugostiteljske objekte.
- Zmajevac, koji je bio drugi po broju OPG-ova, ima samo 3 ugostiteljska objekta (kušaonica, restoran i kušaonica), što potvrđuje orijentaciju ovog mjesta prema vinskom turizmu i tradicionalnoj gastro ponudi.

[2] Strateški plan održivog razvoja turizma Osječko-baranjske županije, 2017, str. 82

- Ostala naselja imaju manji broj ugostiteljskih objekata, što ukazuje na neravnomjernu distribuciju ugostiteljske ponude u Baranji.

Zaključak:

- Nedostatak restorana - Prema Županijskoj razvojnoj strategiji, "kvalitetna restoranska ponuda predstavlja ključan element razvoja turističke destinacije". Nedostatak restorana otežava razvoj gastronomskog turizma kao jednog od ključnih proizvoda Baranje.
- Dominacija objekata koji primarno služe piće (caffe barovi) naspram objekata koji služe hranu ukazuje na nerazvijenost gastronomske ponude. Ovaj nerazmjer posebno je izražen u kontekstu strateškog opredjeljenja Baranje prema gastro turizmu, kako je navedeno u dokumentu " Master plan turizma Osječko-baranjske županije " koji ističe potrebu za "jačanjem gastronomske ponude temeljene na autohtonim namirnicama i tradicionalnim receptima" .
- Kušaonice su zastupljene sa 7 objekata (u Kneževim Vinogradima, Karancu, Suzi, Zmajevcu i Dardi) što odražava orijentaciju Baranje prema enogastronomskom turizmu.
- Niska razina diversifikacije ponude - visoka zastupljenost caffe barova i brze hrane, a mala zastupljenost specijalističkih objekata (npr. vinski barovi, tematski restorani, tradicionalne gostionice) ne odgovara potencijalu Baranje za specijalizirane turističke proizvode.

ANALIZA RESURSNE OSNOVE

Za kvalitetnu izradu Plana upravljanja ključna je identifikacija prirodnih i kulturnih resursa s potencijalom za turističku valorizaciju. Potrebno je odgovoriti na ključno pitanje: „Što Baranju čini jedinstvenom destinacijom?“ Poseban naglasak stavlja se na autentične vrijednosti lokalne baštine, poput povijesnih događaja, mitova, legendi i autohtonih proizvoda. Turistički resursi obuhvaćaju kombinaciju prirodnih značajki prostora i kulturno-povijesne baštine stvorene ljudskim djelovanjem, koji sami po sebi privlače turistički interes.

Ovi resursi predstavljaju osnovnu 'sirovinu' za razvoj turizma te ih je potrebno pažljivo valorizirati, sustavno zaštititi i postupno unapređivati u skladu s principima održivog razvoja. Tek kroz detaljnu analizu resursno-atrakcijske osnove destinacije može se procijeniti njezin razvojni potencijal i osmisliti konkurentan, prepoznatljiv i održiv turistički proizvod koji zadovoljava potrebe suvremenog tržišta.

Geografska obilježja

Geografska obilježja Baranje[3] pružaju jedinstvenu kombinaciju ravničarskog pejzaža, riječnih sustava i brežuljkastog reljefa, što regiju čini idealnim odredištem za eko-turizam, enološki turizam i aktivnosti na otvorenom. Krajolik Baranje tako postaje ne samo atrakcija već i važan temelj za razvoj turizma usklađenog s principima održivosti. Baranja se odlikuje s tri karakteristična područja:

- Reljef: Baranja je ravničarska regija s blagim brežuljcima, posebno u istočnom dijelu.
- Planine i brežuljci: Bansko brdo (planina**)** najistaknutiji je geografski element, proteže se od Batine do Belog Manastira, najviši vrh Kamenjak (245 m), karakteristične lesne padine pogodne za vinogradarstvo, prostor poznat po vinogradima i vinskim podrumima, što ga čini važnim za enološki turizam.
- Rijeke: Na južnom dijelu Baranje teče rijeka Drava, koja dijelom čini granicu s Osijekom. Drava je značajna za rekreaciju, ribolov i razvoj riječnog turizma. Na istoku Baranje nalazi se Dunav, koja je međunarodna plovna ruta i ključna za riječnu turističku ponudu, posebno pristanište u Batini. Kanali i potoci koji teku kroz Baranju pružaju dodatne mogućnosti za ekoturizam i sportski ribolov.
- Poplavno područje: močvarni tereni uz Dunav i Dravu.
- Šume i parkovi prirode: Baranja je bogata šumama, posebno hrastovim i poplavnim šumama, te močvarnim područjima koja podržavaju bioraznolikost i stvaraju temelje za razvoj održivog turizma. Kopački rit**,** jedno je od najvećih močvarnih područja u Europi, smješteno na ušću Drave u Dunav. Kopački rit je park prirode koji nudi bogatstvo flore i faune te je ključna turistička atrakcija za ljubitelje prirode i promatrače ptica.
- Povezanost s prirodnim granicama: Regija je omeđena rijekama Dravom i Dunavom, koje čine prirodne granice prema Srbiji i ostalim dijelovima Hrvatske. Ova pozicija daje Baranji stratešku važnost za razvoj turizma, posebno kroz transnacionalne turističke projekte.

[3] Izvori podataka: Program rada TZP Baranje 2025., Strategija razvoja turizma s planom upravljanja ECBB, Web stranica PP Kopački rit (www.pp-kopacki-rit.hr), LAG Baranja dokumentacija, Prostorni planovi općina, Natura 2000 dokumentacija.

Klimatska obilježja

Baranja, smještena u panonskoj nizini, ima umjereno-kontinentalnu klimu koja se odlikuje toplim ljetima i hladnim zimama, što čini regiju pogodnom za različite oblike turizma, od eno-gastronomskog do prirodnog i rekreacijskog turizma.

- **Broj sunčanih dana**: Područje Baranje bilježi u prosjeku 200–210 sunčanih dana godišnje**.** Ljetni mjeseci, od lipnja do kolovoza, najčešće su najsunčaniji.
- **Količina padalina**: Godišnja količina padalina iznosi između 650 i 800 mm, s najviše padalina tijekom kasnog proljeća i početkom ljeta (svibanj i lipanj). Najmanje padalina zabilježeno je tijekom zime, posebno u veljači, što je pogodno za organizaciju zimskih turističkih aktivnosti.
- **Prosječne sezonske temperature**: proljeće (ožujak – svibanj) 10°C - 20°C, s ugodnim vremenskim uvjetima idealnim za aktivnosti na otvorenom; ljeto (lipanj – kolovoz): 22°C - 27°C, dok se tijekom toplinskih valova mogu popeti i do 35°C**;** jesen (rujan – studeni) variraju između 12°C i 20°C**,** uz blaže vremenske uvjete koji pogoduju berbi grožđa i vinskom turizmu; zima (prosinac – veljača) temperature se spuštaju na prosjek od -2°C do 5°C**,** s povremenim snježnim padalinama.

Klimatska obilježja Baranje pogodna su za cjelogodišnji turizam, s posebnim naglaskom na raznovrsne sezonske aktivnosti i manifestacije. Proljetno/ljetni mjeseci su idealni za aktivnosti na otvorenom, poput biciklizma i istraživanja prirodnih atrakcija (Kopački rit). Jesen nudi savršene uvjete za eno-gastronomski turizam zbog berbe grožđa i vinskih manifestacija. Zima pruža potencijal za adventske i kulturne manifestacije, dok proljeće omogućava povratak prirode i organizaciju događaja na otvorenom.

Zaštićena prirodna baština

Posebni i zaštićeni lokaliteti Baranje, poput Parka prirode Kopački rit i drugih prirodnih rezervata, ključni su za razvoj turizma jer pružaju jedinstvene prilike za doživljaj netaknute prirode, promatranje flore i faune te edukaciju o važnosti očuvanja okoliša. Ovi lokaliteti privlače ljubitelje prirode, ekoturiste i znanstvenike, dok istovremeno promiču održive turističke prakse. Njihovo uključivanje u turističke rute, vođene ture i edukativne aktivnosti doprinosi stvaranju jedinstvene ponude regije i jačanju prepoznatljivosti Baranje kao destinacije koja balansira očuvanje prirode s turističkim razvojem.

- Park prirode Kopački rit (iako ne spada u područje upravljanja Turističkom zajednicom područja Baranje predstavlja svojevrsni krovni brend turizma cijele Baranje): jedan od najvećih očuvanih ritskih kompleksa u Europi, površina: 23.126,28 ha, posebna zoološka rezervacija, stanište za 54 vrste sisavaca, preko 300 vrsta ptica te preko 2000 biloških vrsta, nalazi se većinom na području Općine Bilje;
- Područja NATURA 2000: Podunavlje i donje Podravlje, Bansko brdo, Dunav-Drava;
- Jezera: Đola (Darda), Šećeransko jezero (Beli Manastir), Jezero Repnjak (Petlovac), Grabovačko jezero.

Tablica 16: Pregled prirodne atrakcijske osnove na području TZP Baranje

NAZIV ATRAKCIJE	TIP ATRAKCIJE	VAŽNOST
Rijeka Drava	rijeka	nacionalna
Baranjsko vinogorje	kulturni krajobraz	nacionalna
Šećeransko jezero Beli Manastir	jezero	regionalna
Jezero Đola u Dardi	jezero	regionalna
Park Marije Christine u Kneževu	park	regionalna
Jezero kod Grabovca	jezero	lokalna

Izvor: Katalog turističke ponude Osječko-baranjske županije

Kulturno-povijesna baština

Kultura i baština[4] ključni su elementi Plana upravljanja destinacijom Baranja jer predstavljaju temelj identiteta regije i glavne atrakcije koje privlače posjetitelje. Tradicija, običaji, autentična gastronomija, lokalni festivali i povijesni lokaliteti stvaraju jedinstven doživljaj za turiste, istovremeno osiguravajući očuvanje naslijeđa za buduće generacije. Integriranjem kulturne i baštinske ponude u Plan upravljanja destinacijom, Baranja ne samo da jača svoj turistički profil već i potiče održivi razvoj kroz valorizaciju resursa koji su usko povezani s lokalnom zajednicom. Time se destinacija pozicionira kao jedinstvena turistička regija koja spaja povijest, tradiciju i suvremene turističke trendove.

Dvorci i kurije Baranje predstavljaju dragocjene spomenike kulturno-povijesne baštine i imaju značajan potencijal za razvoj turizma u regiji. Oni ne samo da pričaju priče o bogatoj povijesti i tradiciji ovoga područja, već i nude mogućnosti za stvaranje jedinstvenih turističkih doživljaja, poput kulturnih manifestacija, tematskih tura i ekskluzivnih smještajnih kapaciteta. Kroz revitalizaciju i prilagodbu ovih objekata za turističke svrhe, Baranja može privući posjetitelje zainteresirane za kulturni i povijesni turizam, čime se dodatno potiče održivi razvoj i ekonomski rast lokalne zajednice.

- Dvorac Eugena Savojskog (Bilje) - barokni dvorac iz 1707. godine
- Dvorac Esterhazy (Darda) - kasnobarokni dvorac iz 18. stoljeća
- Lovački dvorac Tikveš - izgrađen početkom 20. stoljeća (obnovljen i u funkciji)
- Beljski dvorac (Kneževo) - povijesni kompleks iz 19. stoljeća

Etnografske zbirke i muzeji imaju ključnu ulogu u očuvanju i prezentaciji autentične baštine Baranje, omogućujući posjetiteljima da urone u povijest, tradiciju i način života lokalnog stanovništva. Ovi prostori pružaju jedinstveno iskustvo kroz izložbe tradicionalnih nošnji, alata, rukotvorina i priča o svakodnevici prošlih generacija. Kao centri kulturnog obrazovanja i interaktivnih doživljaja, etnografske zbirke i muzeji privlače turiste zainteresirane za kulturni turizam te istovremeno potiču lokalnu zajednicu na aktivnu participaciju u očuvanju vlastite baštine. Njihova promocija i uključivanje u turističke rute doprinosi stvaranju prepoznatljive destinacije koja povezuje povijest s modernim turističkim potrebama.

- Ulica zaboravljenog vremena (Karanac)
- Etnološki centar baranjske baštine (Beli Manastir)
- Vinarium-Borarium (Zmajevac)

Arheološki spomenici i lokaliteti Baranje predstavljaju kulturno-povijesno bogatstvo koje otkriva drevnu prošlost regije i ima potencijal privlačenja posjetitelja zainteresiranih za povijesni i arheološki turizam. Ovi lokaliteti, poput ostataka prapovijesnih naselja, rimskih utvrda i srednjovjekovnih lokaliteta, pružaju priliku za istraživanje povijesti kroz autentične doživljaje. Trenutno su iskoristivi primarno kroz interpretaciju kulturno-povijesne baštine (u posjetiteljskim

[4] Izvori: TZP Baranje (www.tzbaranje.hr), LAG Baranja (www.lag-baranja.hr), Program rada TZP Baranje 2025., Strategija razvoja turizma s planom upravljanja Etnološkim centrom baranjske baštine, Službene web stranice općina: Bilje, Darda, Jagodnjak, Kneževi Vinogradi, Petlovac, Popovac, Ministarstvo kulture RH - Registar kulturnih dobara

centrima) čime se Baranja može dodatno istaknuti kao destinacija bogata jedinstvenim pričama.

Tablica 17: Popis zaštićenih kulturnih dobara RH u kategoriji arheologije na području TZP Baranje

RB	Reg.broj	Naziv kulturnog dobra	Naselje	Pravni status
1	Z-3753	Arheološko nalazište "Buziklica - Malo Kneževo"	Kneževo	ZKD
2	Z-3755	Arheološko nalazište "Ciglana"	Kneževo	ZKD
3	Z-3635	Arheološko nalazište "Ciglana"	Beli Manastir	ZKD
4	Z-3749	Arheološko nalazište "Ciglana"	Kozarac	ZKD
5	Z-3754	Arheološko nalazište "Crna bara - Buziklica"	Kneževo	ZKD
6	Z-3637	Arheološko nalazište "Čikluk"	Bolman	ZKD
7	Z-3752	Arheološko nalazište "Derjan"	Kneževi Vinogradi	ZKD
8	Z-3741	Arheološko nalazište "Donje polje - Prosina"	Karanac	ZKD
9	Z-6118	Arheološko nalazište "Dragojlov brijeg"	Kneževi Vinogradi	ZKD
10	Z-3639	Arheološko nalazište "Gajić, Rastić i Međe"	Branjin Vrh	ZKD
11	Z-3750	Arheološko nalazište "Grobljanska poljana"	Petlovac	ZKD
12	Z-6159	Arheološko nalazište "Kamenac"	Kamenac	ZKD
13	Z-3748	Arheološko nalazište "Korenište"	Kozarac	ZKD
14	Z-3756	Arheološko nalazište "Kotlina"	Kotlina	ZKD
15	Z-4972	Arheološko nalazište "Kovačevićevo-Volovski izvor"	Novi Čeminac	ZKD
16	Z-3642	Arheološko nalazište "Lipa"	Darda	ZKD
17	Z-3751	Arheološko nalazište "Mitvar"	Kneževi Vinogradi	ZKD
18	Z-3645	Arheološko nalazište "Okrugla zemlja"	Čeminac	ZKD
19	Z-6043	Arheološko nalazište "Pogan, Mala Lačka, Logor"	Popovac	ZKD
20	Z-3636	Arheološko nalazište "Popova zemlja"	Beli Manastir	ZKD
21	Z-4958	Arheološko nalazište "Remanenc Poljana - Krčevine"	Novi Čeminac	ZKD
22	Z-3740	Arheološko nalazište "Rit i Ciglana"	Jagodnjak	ZKD
23	Z-3744	Arheološko nalazište "Sedam bunara - Mitvar"	Grabovac	ZKD
24	Z-6068	Arheološko nalazište "Ulica Vladimira Nazora"	Popovac	ZKD
25	Z-3815	Arheološko nalazište "Vinogradi"	Suza	ZKD
26	Z-4209	Arheološko nalazište „Varhegy – Mocsolas”	Zmajevac	ZKD
27	Z-3497	Arheološko nalazište Baranja Var	Branjin Vrh	ZKD
28	Z-6052	Arheološko nalazište Ciglana i Čemin-Ciganska pošta	Jagodnjak	ZKD
29	Z-6426	Arheološko nalazište Crkva reformiranih	Kneževi Vinogradi	ZKD
30	Z-6403	Arheološko nalazište Gradac-Varhegy	Zmajevac	ZKD
31	Z-3495	Arheološko nalazište Lajmir	Beli Manastir	ZKD
32	Z-6472	Arheološko nalazište Osnovna škola	Kneževi Vinogradi	ZKD

33	Z-6070	Arheološko nalazište Vodica - Sesije	Popovac	ZKD
34	Z-7645	Podvodno i kopneno arheološko nalazište Sulejmanov most	Darda	ZKD

Izvor: Registra kulturnih dobara Republike Hrvatske: https://registar.kulturnadobra.hr/

Vjerski objekti: Najznačajnije je Svetište Marije Lurdske u Popovcu, gdje se održava tradicionalna proslava svetkovine Velike Gospe, ali prostor se može koristiti i tijekom godine. U svakom mjestu nalaze se crkve, od kojih su neke iz 18. i 19. Stoljeća te zaštićene kao kulturno dobro Republike Hrvatske.[5]

Tablica 18: Popis vjerskih objekata s oznakom zaštićenog kulturnog dobra RH na području TZP Baranje

R.B.	Reg. broj	Naziv kulturnog dobra	naselje	Pravni status
1	Z-1619	Crkva sv. Arhanđela Mihajla	Beli Manastir	Zaštićeno kulturno dobro
2	Z-1628	Crkva sv. Ivana Krstitelja	Darda	Zaštićeno kulturno dobro
3	Z-1669	Crkva sv. Josipa	Popovac	Zaštićeno kulturno dobro
4	Z-1618	Crkva sv. Martina biskupa	Beli Manastir	Zaštićeno kulturno dobro
5	Z-1630	Crkva sv. Mihaila Arhanđela	Darda	Zaštićeno kulturno dobro
6	Z-1647	Crkva sv. Nikolaja	Jagodnjak	Zaštićeno kulturno dobro
7	Z-1627	Crkva sv. Nikolaja	Branjina	Zaštićeno kulturno dobro
8	Z-1625	Crkva sv. Petra i Pavla	Bolman	Zaštićeno kulturno dobro
9	Z-1626	Crkva Uzvišenja sv. Križa	Branjin Vrh	Zaštićeno kulturno dobro
10	Z-1670	Crkva Vavedenja Bogorodice	Popovac	Zaštićeno kulturno dobro
11	Z-5818	Reformatorska crkva	Suza	Zaštićeno kulturno dobro
12	Z-1649	Reformatorska crkva	Kneževi Vinogradi	Zaštićeno kulturno dobro
13	Z-5947	Reformatska crkva sa župnim stanom i školom	Zmajevac	Zaštićeno kulturno dobro
14	Z-5898	Reformirana crkva sa župnim stanom	Karanac	Zaštićeno kulturno dobro

Izvor: Registra kulturnih dobara Republike Hrvatske: https://registar.kulturnadobra.hr/

[5] Katoličke crkve: Katolička crkva u Baranji – Wikipedija / Википедија, pravoslavne crkve Srpska pravoslavna parohija bolmanska – Wikipedija / Википедија

Tradicijski obrti u Baranji imaju važnu ulogu u očuvanju kulturnog identiteta i stvaranju autentičnog turističkog doživljaja. Obrti poput lončarstva, izrade suvenira, tkanja i proizvodnje tradicionalnih prehrambenih proizvoda, poput domaćih vina i suhomesnatih specijaliteta, predstavljaju ne samo povijest i vještine prošlih generacija već i atraktivnu komponentu lokalne ponude. Posjetitelji kroz interaktivne radionice, demonstracije i mogućnost kupnje unikatnih proizvoda dobivaju priliku za aktivno sudjelovanje i dublje povezivanje s destinacijom. Promocija i razvoj tradicijskih obrta pridonose razvoju održivog turizma, jačanju lokalne ekonomije i prepoznatljivosti Baranje kao autentične i bogate turističke regije.

Aktivni obrti: lončarstvo, medičarstvo, proizvodnja rakije i vina tradicionalnim metodama, tradicionalna proizvodnja kulena, proizvodnja mljevene paprike, zimnica.

Tradicijska arhitektura Baranje, uključujući tipične kuće s trščanim krovovima, zemljane podove, bijele fasade i rustikalne detalje, predstavlja autentičan dio kulturnog identiteta regije. Ova arhitektura privlači posjetitelje zainteresirane za povijesne i ruralne ambijente te pruža poseban doživljaj kroz očuvana sela, etno-kuće i autentične vinske podrume. Kroz revitalizaciju i prilagodbu tradicijskih objekata za turističke svrhe, poput smještaja, kušaonica, restorana i interpretacijskih centara, Baranja može dodatno obogatiti svoju ponudu. Očuvanje i promocija tradicijske arhitekture doprinosi jačanju prepoznatljivosti regije i valorizaciji lokalne baštine u turizmu.

- Stambena arhitektura: Tradicijske baranjske kuće, "Švapske" kuće s početka 20. stoljeća, Šokačke kuće
- Gospodarska arhitektura:
    - Gatori – tradicionalni vinski podrumi karatkeristični za Podunavlje, posebno područje oko Zmajevca i Suze. Najstariji gatori u Baranji potječu iz 17. i 18. stoljeća izgrađeni za potrebe skladištenja vina i osiguranja stabilne temperature, od 12-15 °C, te su i danas prepoznati kao samoodrživi i ekološki prihvatljivi objekti
    - čardaci, ambari i koševi, stari mlinovi

Nematerijalna baština Baranje, uključujući tradicijske pjesme, plesove, običaje, narodne nošnje i usmenu predaju, ključna je za očuvanje identiteta regije i obogaćivanje turističke ponude. Ovi elementi omogućuju posjetiteljima autentičan doživljaj lokalne kulture kroz sudjelovanje u manifestacijama, radionicama i interaktivnim događajima. Promocijom i interpretacijom nematerijalne baštine, Baranja ne samo da privlači turiste zainteresirane za kulturni turizam, već i potiče očuvanje i prijenos tih tradicija na buduće generacije, čime doprinosi održivom razvoju i prepoznatljivosti regije.

- Baranjski šokački vez, jedinstveni ukras narodnih nošnji i važni simbol kulturnog kontinuiteta i identiteta; upisani su kao nematerijalno kulturno dobro u Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske; promoviraju se u Etnološkom centru baranjske baštine te aktivno na kulturnim manifestacijama.
- Običaji: buše (pokladni običaji), pudarine (čuvanje vinograda), svatovski običaji, žetveni običaji, berbeni običaji, svinjokolja.
- Glazba i ples: bećarac (UNESCO nematerijalna baština), tradicijski plesovi (šokačko kolo, čardaš), gajde i tamburica, pučke pjevačice Crkve svetog Lovre u Baranjskom Petrovom Selu.

Proizvodi s oznakom zemljopisnog podrijetla igraju ključnu ulogu u razvoju turizma Baranje jer predstavljaju autentične simbole kvalitete i tradicije regije. Baranjski kulen jedan je od prvih hrvatskih gastronomskih proizvoda koji su dobili oznaku zaštićenog geografskog porijekla i

izvornosti u Europskoj Uniji, upisano u registar zaštićenih proizvoda 2015. godine. Lokalni proizvođači svoje znanje i tradiciju izrade kulena realiziraju u proizvodnim pogonima, a proizvodi se lokalno mogu kušati u nekoliko kušaonica - Vinarija i podrumi Belje u Kneževim Vinogradima, OPG Matijević u Suzi, Kuća Baranjskog kulena u Branjinom Vrhu s kulenima nekoliko proizvođača, OPG Petar Dobrovac u Kneževim Vinogradima. Za priču o kulenu bitna je i manifestacija Kulenijada u Jagodnjaku koja se održava početkom lipnja već više od 20 godina.

Lokalna baranjska kuhinja ključni je element gastronomske prepoznatljivosti regije. Tradicionalna jela uključuju riblji paprikaš, čobanac, perkelt, grah u ćupu, švarglu, čvarke među tradicionalnim kolačima ističu se salenjaci, savijače i taške. U tradicionalne proizvode spadaju i baranjska paprika, baranjsko vino, rakija. Ova autentična ponuda spaja bogate okuse tradicije s lokalnim namirnicama, a proizvodi doprinose prepoznatljivosti destinacije, privlačeći posjetitelje zainteresirane za eno-gastronomski turizam. Promocijom tradicionalnih jela i vina kroz restorane, festivale i tematske ture, Baranja jača svoj turistički identitet kao destinacija vrhunske gastronomije i kulturnog doživljaja. Certifikati kvalitete dodatno osiguravaju povjerenje posjetitelja i povećavaju vrijednost turističke ponude regije.

Tablica 19: Pregled kulturne atrakcijske i resursne na području TZP Baranje

NAZIV ATRAKCIJE	TIP ATRAKCIJE	VAŽNOST
Pustara Zlatna Greda s ekocentrom	očuvana ruralna cjelina	nacionalna
Svetište Marije Božje Lurdske kod Popovca	svetište	nacionalna
Naselja Zmajevac i Suza s vinskim podrumima izdubljenim u praporu	očuvana ruralna cjelina	nacionalna
Dunavski limes (nalazišta Zmajevac, Kneževi Vinogradi)	arheološki lokalitet	nacionalna
Etnološki centar baranjske baštine u Belom Manastiru	kultura života i rada	nacionalna
Vinska cesta, vidikovac i vinogradi Vina Belje	Vidikovac, ruta	nacionalna
Podrum Belje u Kneževim Vinogradima	kultura života i rada	nacionalna
Etno selo Karanac	etnoselo	nacionalna
Kuća Baranjskog kulena	kultura života i rada	nacionalna
Bećarac	Nematerijalna kulturna baština (UNESCO)	nacionalna
Seoski muzej starih zanata „Ulica zaboravljenog vremena”	zbirka	nacionalna
Dvorac Esterhazy u Dardi	Dvorac (ZKD RH)	regionalna
Dvorac u Kneževu	Dvorac (ZKD RH)	regionalna
Zavičajni muzej “Baranyai Julia”	zbirka	regionalna

Vinarium-Borarium	zbirka	regionalna
Baranjski šokački vez	vještina	regionalna
Lokacija mosta "Sulejmana Veličanstvenog" u Dardi	lokalitet	regionalna

Izvor: Katalog turističke ponude Osječko-baranjske županije, Registar kulturnih dobara RH

Manifestacije

Na području Turističke zajednice područja Baranje tijekom godine održavaju se brojne manifestacije koje često spajaju kulturno-povijesno nasljeđe Baranje s potrebama turista u potrazi upravo za autentičnim sadržajem, prezentiranim na zabavan, dinamičan i inovativan način. Neke su manifestacije u potpunosti turističke, a neke su lokalnog karaktera, ali mogu biti u funkciji obogaćivanja turističke ponude. Baranja se ističe bogatim kalendarom manifestacija koje značajno doprinose turističkoj prepoznatljivosti destinacije, a istodobno odražavaju njezin kulturni identitet, tradiciju i način života. Manifestacije su ravnomjerno raspoređene tijekom cijele godine, što doprinosi produženju sezone i stvaranju dodatnih sadržaja za posjetitelje, ali i unaprjeđenju kvalitete života lokalnog stanovništva.

Sportske i outdoor manifestacije ističu prirodne resurse Baranje i potiču razvoj aktivnog turizma. Pustolovne utrke poput Baranja rural traila (:BRUT), Baranja Traila i Banovo brdo verticala promiču avanturističke sadržaje i rekreativne aktivnosti u prirodi, povezujući ruralne prostore s turističkim tokovima. Takve manifestacije doprinose stvaranju prepoznatljive slike Baranje kao destinacije koja nudi aktivan i autentičan doživljaj u svim godišnjim dobima.

Kulturne i tradicijske manifestacije predstavljaju okosnicu identiteta i kulturne baštine Baranje. Običaji poput Petaračkih buša i Pokladnog njeguju stara pokladna vjerovanja i oživljavaju tradicijske običaje Šokaca, dok Smotra svatovskih zaprega u Branjinom Vrhu okuplja jahače iz cijele Hrvatske i njeguje konjogojsku tradiciju. Posebno mjesto zauzimaju i manifestacije posvećene očuvanju nematerijalne baštine poput Dana kajkavštine u Petlovcu, koji potiču očuvanje kajkavskog govora i kulturnih specifičnosti doseljenika iz Međimurja. U suvremenijem kontekstu, događanja poput GlinArta, BURE kulture i Dana Baranjskog Bauhausa promoviraju kreativne industrije, suvremenu umjetnost i održivu arhitekturu, povezujući tradiciju i inovaciju te pozicionirajući Baranju kao prostor kulturne raznolikosti i stvaralaštva.

Eno-gastro manifestacije jedan su od najsnažnijih aduta baranjskog turizma jer uspješno povezuju poljoprivrednu tradiciju, lokalne proizvode i turistički doživljaj. Proljetni vašar i Zimski vašar s Čvarakfestom okupljaju brojne proizvođače domaćih proizvoda i rukotvorina, dok Festival kulena dodatno promovira zaštićeni Baranjski kulen kao autentičan i prepoznatljiv brend destinacije. Događanja poput Dana baranjskog meda, Natjecanja u kuhanju pilećeg paprikaša i Baranjske už'ne ističu vrijednost lokalne gastronomije i doprinos ruralnom razvoju. Među najpoznatijim manifestacijama su Baranja Wine & Walk, Winter, Wine & Walk, Vinatlon i Vinski maraton, koji objedinjuju vino, gastronomiju i specifična iskustva te su postali glavni promotori vinskog turizma u regiji. Kroz ovakve događaje Baranja se sve više profilira kao prepoznatljiva eno-gastro destinacija kontinentalne Hrvatske. Upravo te manifestacije objedinjene u Baranjske vinske manifestacije 2024. godine nagrađene su u kategoriji nagrada u ruralnom turizmu na dodjeli Godišnjih hrvatskih turističkih nagrada.

Zabavne, vjerske i obiteljske manifestacije upotpunjuju društveni život destinacije i stvaraju dodatne razloge za posjet tijekom cijele godine. Uskrsni korzo, Proslava 1. svibnja te Advent u Baranji obogaćuju ponudu područja. Proslava svetkovine Velike Gospe u Popovcu ima poseban značaj kao najveće vjersko okupljanje u Baranji, s velikim brojem hodočasnika i posjetitelja iz cijele Hrvatske. Uz njih, lokalne inicijative poput Suljoškog ljeta stvaraju sadržaje koji produžuju boravak turista u destinaciji i jačaju suradnju između lokalne zajednice i turističkih dionika.

Kroz pojedine manifestacije, osobito one eno-gastro destinacija ostvaruje značajan broj turističkih noćenja. Upravo u tim razdobljima bilježi se porast dolazaka posjetitelja iz drugih dijelova Hrvatske i inozemstva, a mnogima su upravo takvi događaji prvi kontakt s Baranjom te početna točka njihova ponovnog dolaska i dubljeg istraživanja regije. Iako dio manifestacija ima primarno lokalni karakter, sve zajedno doprinose jačanju imidža Baranje kao živopisne i autentične destinacije koja kroz cijelu godinu nudi bogat spektar doživljaja – od tradicije i gastronomije, preko sporta i rekreacije, do umjetnosti i suvremene kulture. Sustavno upravljanje, brendiranje i umrežavanje ovih manifestacija ključno je za daljnje jačanje njihove turističke funkcije i stvaranje održive, konkurentne destinacije.

Tablica 20: Manifestacije na području TZP Baranje

NAZIV ATRAKCIJE	TIP ATRAKCIJE	VAŽNOST
Vinski maraton u Zmajevcu	gastronomska manifestacija	nacionalna
Baranja Wine & Walk	gastronomska manifestacija	nacionalna
Winter Wine & Walk	gastronomska manifestacija	nacionalna
Vinatlon	gastronomska manifestacija	nacionalna
Akademija blata u Karancu	kulturna manifestacija	nacionalna
Proljetni vašar u Karancu	gastronomska manifestacija	nacionalna
Zimski vašar u Karancu i Čvarakfest	gastronomska manifestacija	nacionalna
Najveća hrvatska fišijada	gastronomska manifestacija	regionalna
BRUT - Baranja rural trail	sportska manifestacija	regionalna
Petaračke buše	kulturna manifestacija	regionalna
Pokladno jahanje	kulturna manifestacija	regionalna
Banovo brdo vertical	sportska manifestacija	regionalna
GlinArt	umjetnička manifestacija	regionalna
Festival kulena	gastronomska manifestacija	regionalna
Dani KAJkavštine	folklorno-umjetnička manifestacija	regionalna

Dani Baranjskog Bauhausa	kulturno-umjetnička manifestacija	regionalna
Proslava svetkovine Velike Gospe u Popovcu	vjerska manifestacija	regionalna
Smotra svatovskih zaprega	kulturna manifestacija	regionalna
Advent u Baranji	kulturno-umjentička manifestacija	lokalna

Izvori: TZP Baranje (www.tzbaranje.hr), Program rada TZP Baranje 2025.

POTENCIJAL ATRAKCIJSKE OSNOVE

U ovoj analizi treba razlikovati integralni turistički proizvod i parcijalne turističke proizvode.

Integralni turistički proizvod je cjelovita ponuda turističke destinacije koja objedinjuje sve ključne elemente potrebne za zadovoljenje potreba i očekivanja turista. To uključuje smještaj, prehranu, prijevoz, atrakcije, aktivnosti, usluge vodiča, kulturnu i zabavnu ponudu, prirodne ljepote i sve druge komponente koje oblikuju jedinstveno iskustvo boravka u destinaciji. Integralni turistički proizvod ima zaokruženu vrijednost jer omogućuje turistima da u jednoj ponudi dobiju sve što im je potrebno za ugodan i sadržajan boravak (prethodno analizirano).

Parcijalni turistički proizvodi su pojedinačne komponente koje čine integralni turistički proizvod. Oni su samostalne usluge ili doživljaji koje turisti mogu koristiti neovisno jedni o drugima. Neki od primjera parcijalnih turističkih proizvoda su:

- Smještajni proizvodi – hoteli, kampovi, privatni apartmani, hosteli itd.
- Gastronomski proizvodi – restorani, vinski podrumi, street food festivali itd.
- Prijevozni proizvodi – avionske karte, brodske linije, rent-a-car usluge itd.
- Kulturno-zabavni proizvodi – muzeji, koncerti, manifestacije, kazališne predstave.
- Rekreacijski i sportski proizvodi – biciklističke rute, adrenalinski parkovi.
- Wellness i spa proizvodi – lječilišta, termalne kupke, wellness centri.
- Tematske i specijalizirane ture – enogastronomske ture, avanturistički turizam, vjerski turizam itd.

Dok je integralni turistički proizvod sveobuhvatan i sinergijski oblikovan paket koji omogućuje kompletno turističko iskustvo, parcijalni turistički proizvodi su pojedinačne komponente koje mogu funkcionirati samostalno ali se često povezuju u širu ponudu destinacije. U turističkom menadžmentu, cilj je stvoriti koherentne i konkurentne integralne proizvode koji turistima omogućuju lako planiranje i doživljaj destinacije kao jedinstvene cjeline.

U određenom smislu, s obzirom na postojeću resursnu osnovu, ali i organizacijske afinitete, moguća je „specijalizacija“ pojedinih naselja, što je poticajno za promociju i lakšu identifikaciju, na primjer:

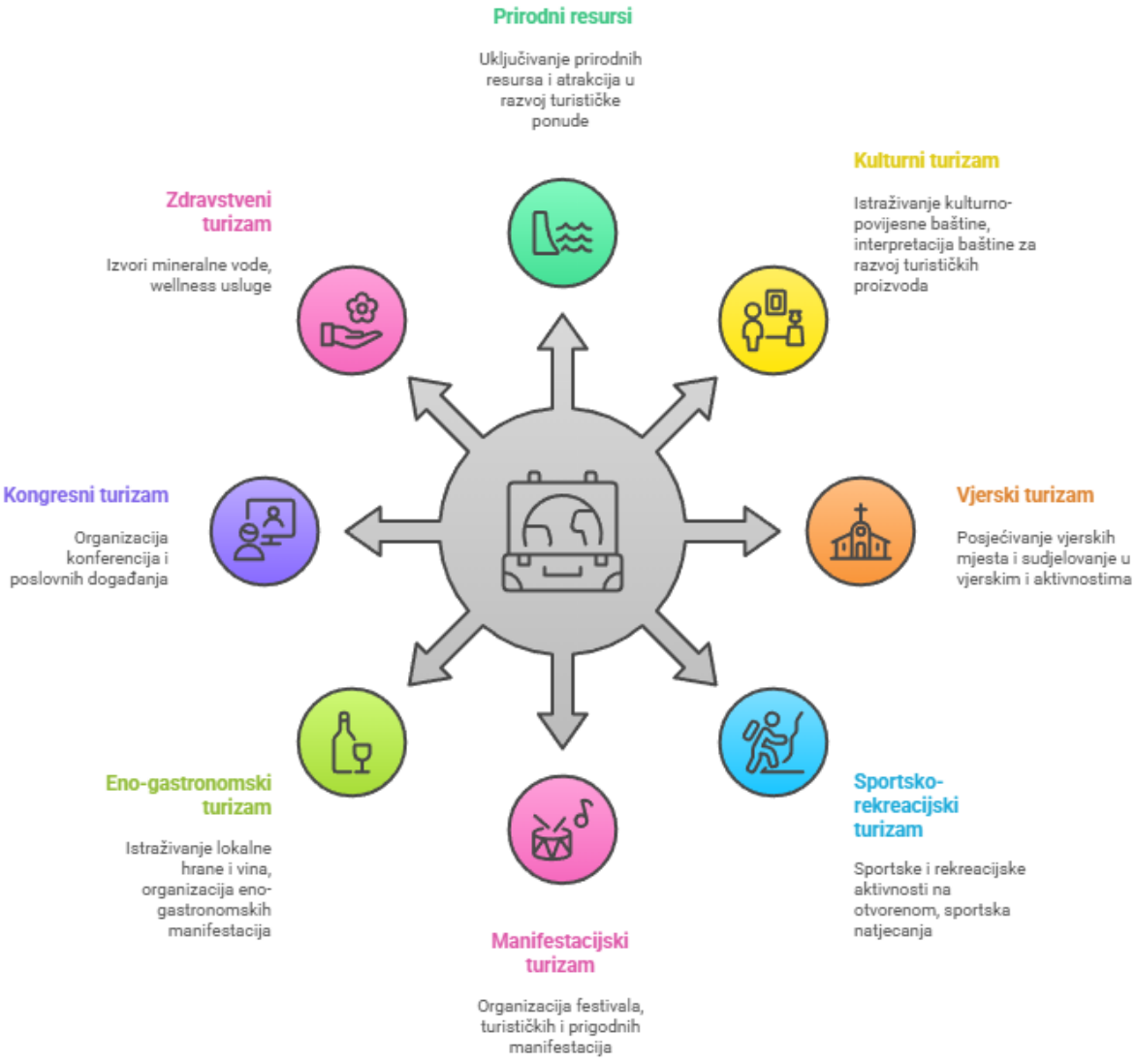
- Beli Manastir – kulturno središte s etnološkim fokusom
- Kneževi Vinogradi – destinacija vinskog turizma
- Popovac – religijski turizam i ribnjaci
- Jagodnjak – lokalilet kulturne baštine i selo kulena
- Darda – lokalitet kulturne baštine s dvorcem Esterhazy
- Karanac – etno selo s prikazom tradicije

- Petlovac – tradicijska baština – Petaračke buše (Baranjsko Petrovo Selo)
- Čeminac – lokacija ruralnog turizma

U planiranju turističkog razvoja bitno je sagledati razvojni i marketinški potencijal turističkih proizvoda i usluga.

Razvojni potencijal podrazumijeva određivanje privlačnosti atrakcije u smislu može li ona privlačiti turiste s udaljenijih područja ili je snaga njene privlačnosti regionalnog ili lokalnog karaktera. Također je važna sezonalnost, odnosno postoje li preduvjeti da se atrakcija uključi u cjelogodišnju turističku ponudu ili je samo sezonskog karaktera. Kod većih i popularnijih atrakcija bitno je sagledati prihvatni kapacitet radi pravovremenog planiranja proširenja kapaciteta. Konačno, destinacija se u razvoju turističkih proizvoda sagledava kao cjeloviti sustav i kao sustav koji se povezuje s okruženjem pa je nužno voditi računa o mogućnostima povezivanja, odnosno, pripadnosti širem sustavu turističkih atrakcija.

Marketinški potencijal podrazumijeva prije svega fizičku i javnu dostupnost prije i nakon uključivanja u turističku ponudu, sigurnosne elemente, dostupnost za osobe s invaliditetom i slično. Uklanjanje ograničenja i dostupnost širem krugu ciljnih grupa rezultira većom atraktivnošću i iskoristivošću u promociji destinacije i konkretnih proizvoda.



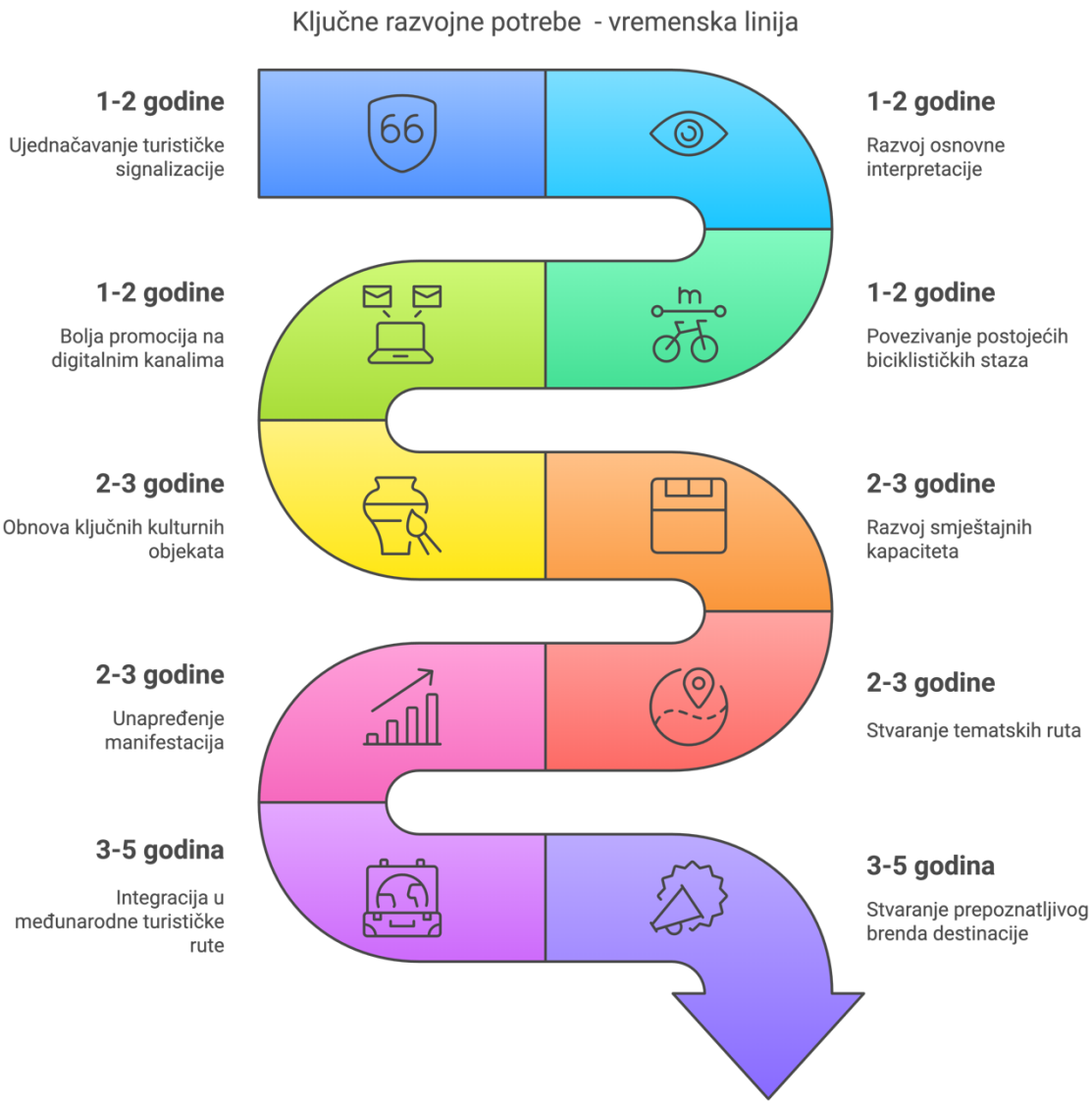
Marketinški potencijal i infrastruktura ključne su čimbenici uspješnog razvoja turističke destinacije Baranja. Uz dobru prometnu povezanost, blizinu međunarodne zračne luke i razvijene biciklističke rute, destinacija posjeduje značajne prednosti koje mogu pridonijeti povećanju turističkog prometa. Osim toga, bogata kulturno-povijesna baština pruža temelj za razvoj specijaliziranih turističkih proizvoda.

Međutim, kako bi se u potpunosti iskoristio potencijal destinacije, potrebno je riješiti izazove poput neujednačene turističke signalizacije, nedostatka interpretacije atrakcije te ograničenih smještajnih kapaciteta. Također, nužno je osigurati kvalitetne višejezične informacije kako bi se poboljšala pristupačnost destinacija za međunarodne posjetitelje. Sustavno unaprjeđenje ovih elemenata omogućit će Baranji da se pozicionira kao konkurentna i prepoznatljiva.

Ključni faktori uspjeha u iskorištavanju potencijala su:

- Integracija različitih turističkih proizvoda
- Razvoj infrastrukture
- Bolja interpretacija i promocija
- Stvaranje cjelogodišnje ponude
- Međusobno povezivanje općina u jedinstvenu destinacija

Moguće ispunjavanje najvažnijih preduvjeta i razvojnih potreba može se prikazati na sljedećoj vremenskoj liniji.



ANALIZA JAVNE TURISTIČKE INFRASTRUKTURE

Javna turistička infrastruktura[6] ključni je element razvoja turističkih destinacija, jer predstavlja osnovnu potporu za pružanje turističkih usluga i doživljaja. Ona obuhvaća širok spektar objekata i sadržaja koji su u vlasništvu države, lokalnih vlasti ili zajednica, a služe zadovoljavanju potreba turista i lokalnog stanovništva. Na temelju dostupnih dokumenata i analiza u nastavku je prikaz turističke infrastrukture Baranje, strukturirano prema zakonskoj podjeli na primarnu i sekundarnu.

[6] Izvori: Program rada TZP Baranje 2025., Strategija razvoja turizma s planom upravljanja ECBB, Pravilnik o javnoj turističkoj infrastrukturi (NN 126/21), Program rada TZP Baranje, Web stranice općine i TZP Baranje

Primarna turistička infrastruktura

Primarna javna turistička infrastruktura obuhvaća biciklističke rute i popratnu infrastrukturu, dvorce, utvrde i kurije, kongresne centre, odmorišta i vidikovce, kamp odmorišta, kupališta i plaže s popratnom infrastrukturom, planinarske putove i objekte, pješačke i druge tematske staze i šetnice, posjetiteljske i interpretacijske centre, turističku signalizaciju, vozila za prijevoz posjetitelja do turističkih atrakcija. Razvoj ove infrastrukture stvara preduvjete za kvalitetno upravljanje destinacijom i privlačenje većeg broja posjetitelja. U nastavku je navedeno najznačajnije.

Biciklističke rute i popratna infrastruktura

Biciklističke rute i popratni sadržaji, poput odmorišta, servisnih stanica i informativnih točaka, imaju značajnu ulogu u razvoju turizma u Baranji. One privlače aktivne turiste i ljubitelje prirode, povezujući glavne atrakcije poput Kopačkog rita, Banskog brda i ruralnih sela. Kvalitetno označene rute i integracija s lokalnom gastronomskom i vinskom ponudom omogućuju jedinstvene doživljaje, dok dodatni sadržaji poput smještaja prilagođenog biciklistima povećavaju privlačnost destinacije. Biciklistički turizam doprinosi produženju turističke sezone, održivom razvoju i jačanju lokalne ekonomije. Postojeće rute[7] uključuju Slavonija & Baranja Outdoors:

- Staza „Gatorima i vinogradima“ povezuje jedinstvene baranjske vinske podrume – gatore i vinograde na Banskom brdu. Staza je duga i blago valovita, s podjednakim omjerom asfaltiranog i zemljanog puta. Na ruti se nalaze vinarije, restoran i smještajni objekti.
- Staza „Baranjskim surducima“, najzahtjevnija baranjska staza s prekrasnim pejsažima. Ima šest velikih uspona i spustova, većinom po zemljanoj podlozi. Staza ide prema vinskoj cesti Belje, jednoj od najljepših hrvatskih vinskih cesta, spušta se prema marijanskom svetištu u Popovcu odakle se odmah uspinje do Odašiljača Belje i najvišeg vrha Banskog brda - Kamenjak (243m), prolazi pored gatora - starih vinskih podruma u Gajiću.
- Staza „Beljskim vinogradima“ kreće iz Karanca, od muzeja starina „Ulica zaboravljenog vremena“ te prolazi dijelom jedne od najljepših vinskih cesta u Hrvatskoj. Blago je valovita s dominantno asfaltiranom podlogom.
- Staza „Lesnom zaravni“ povezuje turistički najpoznatije naselje Karanac s Kneževim Vinogradima u kojem se nalazi najveći vinski podrum u Hrvatskoj. Ruta kreće iz centra Karanca, od muzeja starina ‘Ulica zaboravljenog vremena’ u kojemu je prikazano trinaest tradicijskih zanata. Ruta vodi prema jugu do državne ceste uz seoska domaćinstva, prenoćišta, vinarije i suvenirnicu. U Kneževim Vinogradima prolazi pokraj bazena do Podruma Belja, najvećeg vinskog podruma u Hrvatskoj.
- Staza „Jedinim baranjskim gradom“ spaja jedini baranjski grad Beli Manastir s prekrasnom okolicom u kojoj se nalazi Šećeransko jezero, vinska cesta Belje te Kuća baranjskog kulena.

[7] Turistička zajednica Osječko-baranjske županije / Outdoors /Biciklističke rute (rujan 2025)

Također, kroz Baranju prolaze i Dunavske biciklističke rute EuroVelo 6 i EuroVelo 13, Biciklistička ruta 'Panonski put mira' Osijek - Sombor kao i lokalne biciklističke staze.

Dvorci i kurije

Osim obnovljenog dvorca u Tikvešu (Lug), ostali dvorci i kurije na području Baranje nisu u turističkoj funkciji zbog trenutnog stanja „Neriješeni vlasnički odnosi i kompleksnost zahvata te visine potrebnih sredstava za obnovu dvoraca, ostavlja te dvorce izvan funkcije i namjenskog korištenja"[8] :

- Dvorac Eugena Savojskog (Bilje)
- Dvorac Esterhazy (Darda)
- Beljski dvorac (Kneževo)

Kongresni centri

Kongresni centri imaju ključnu ulogu u razvoju poslovnog turizma u Baranji, pružajući infrastrukturu za organizaciju konferencija, seminara, korporativnih događanja i radionica. Smješteni u regiji bogatoj prirodnim i kulturnim atrakcijama, kongresni centri mogu kombinirati poslovne aktivnosti s autentičnim iskustvima poput eno-gastronomskih tura i posjeta Kopačkom ritu, čime se povećava atraktivnost destinacije. Razvoj kongresnih sadržaja ne samo da doprinosi produženju turističke sezone, već i privlači posjetitelje više platežne moći, jača prepoznatljivost Baranje i potiče ekonomski rast kroz suradnju s lokalnim pružateljima usluga.

- Hotel Patria (Beli Manastir) - kongresna dvorana kapaciteta 200 mjesta
- Etnološki centar baranjske baštine – dvorana s 120 mjesta
- Ivica i Marica – dvorana s 50 mjesta
- Restoran Baranjska kuća – dvorana za održavanje prezentacija s 50 mjesta

Plaže i kupališta

Plaže i kupališta u Baranji, smještene uz obale Drave i Dunava, pružaju jedinstveno iskustvo riječnog turizma koje se razlikuje od obalnih destinacija. Ova prirodna kupališta i rekreacijske zone privlače posjetitelje tijekom ljetnih mjeseci, nudeći osvježenje, aktivnosti poput plivanja, vožnje čamcima i ribolova, kao i miran odmor u prirodnom okruženju. Uz dodatnu infrastrukturu, poput ugostiteljskih objekata i prostora za sport i rekreaciju, plaže i kupališta mogu postati važan element turističke ponude Baranje. Njihova promocija doprinosi privlačenju posjetitelja, potiče lokalnu ekonomiju i obogaćuje ukupnu ponudu regije, posebno u kombinaciji s ekoturizmom i avanturističkim sadržajima.

- Riječne plaže: Plaža na Dunavu (Zeleni otok - Batina), Dravska plaža (Bilje), Dunavska plaža Draž, Topoljski Dunavac (Puškaš)
- Uređena kupališta: Gradski bazeni Beli Manastir, SRC Kneževi Vinogradi

[8] Program rada TZP Baranje 2025., str. 14

Ova prirodna raznolikost čini Baranju jedinstvenim područjem koje kombinira različite ekosustave - od močvarnih područja, preko poljoprivrednih površina do lesnih uzvišenja, što stvara izvrsnu osnovu za razvoj različitih oblika turizma utemeljenih na prirodi.

Centri za posjetitelje

Centri za posjetitelje u Baranji ključni su za pružanje informacija i orijentaciju turista, istovremeno promovirajući prirodne, kulturne i eno-gastronomske atrakcije regije. Kvalitetno opremljeni centri nude interaktivne sadržaje, poput multimedijalnih prezentacija, edukativnih izložbi i tematskih radionica, koji posjetiteljima omogućuju dublje razumijevanje lokalne baštine. Primjerice, centar povezan s Kopačkim ritom može pružiti informacije o bioraznolikosti i organizirati vođene ture, dok oni smješteni u vinskim regijama mogu promovirati lokalna vina i tradiciju. Centri za posjetitelje povećavaju atraktivnost destinacije, olakšavaju planiranje posjeta i doprinose održivom razvoju turizma u Baranji.

- Etnološki centar baranjske baštine (Beli Manastir)
- Info centar Kopački rit (Bilje)
- Posjetiteljsko-interpretacijski centar Karanac
- Prezentacijsko-edukacijski centar Tikveš
- Kuća Baranjskog kulena (Beli Manastir)

Tematske staze

Tematske staze u Baranji predstavljaju važan alat za interpretaciju prirodne i kulturne baštine, omogućujući posjetiteljima strukturirane i edukativne ture kroz najvažnije atrakcije regije. One mogu biti usmjerene na različite teme, poput enoloških ruta koje povezuju vinograde i podrume Banovog brda, ekoloških staza u Kopačkom ritu ili kulturnih staza koje vode kroz povijesna sela i sakralne objekte. Tematske staze pružaju autentične doživljaje, potiču dulji boravak turista i uključuju lokalne zajednice u pružanje usluga. Njihova promocija i održavanje ključni su za jačanje konkurentnosti Baranje kao destinacije koja nudi jedinstvena iskustva prilagođena različitim interesima posjetitelja.

- Vinske ceste Baranje
- Poučne staze u Kopačkom ritu
- Šetačka staza "Stopama sv. Martina" – Beli Manastir - Popovac i Beli Manastir – Grabovac

Turistička infrastruktura na području TZP Baranje

Sekundarna turistička infrastruktura

Sekundarna turistička infrastruktura svojim sadržajima nadopunjuje primarnu infrastrukturu, pružajući dodatne mogućnosti za rekreaciju, edukaciju i uživanje u prirodnim i kulturnim ljepotama regije, i sveukupnom doživljaju destinacije. U sekundarnu turističku infrastrukturu spadaju arheološka nalazišta i speleološki objekti, povijesni spomenici, parkirališta i pristupne ceste u funkciji turističke infrastrukture, javni sanitarni čvorovi, sportski objekti i prateća sportska infrastruktura na otvorenom prostoru u funkciji aktivnog turizma, rodne kuće poznatih osoba. Sekundarna infrastruktura doprinosi ukupnom doživljaju destinacije, potiče duži boravak posjetitelja i osigurava dodatnu vrijednost kroz raznolike sadržaje prilagođene potrebama modernih turista.

Sportski objekti

Sportski objekti u Baranji, poput sportskih dvorana, nogometnih igrališta, biciklističkih i trkaćih staza, te terena za rekreaciju, imaju ključnu ulogu u razvoju sportskog i rekreacijskog turizma. Ovi sadržaji omogućuju organizaciju sportskih natjecanja, kampova i rekreativnih aktivnosti, što privlači sportaše, klubove i obitelji. Sportski objekti također doprinose produženju turističke sezone, budući da su često korišteni izvan glavnih ljetnih mjeseci. Povezivanjem sa smještajnim kapacitetima i lokalnim atrakcijama, sportska infrastruktura obogaćuje ponudu destinacije, privlači različite segmente posjetitelja i doprinosi promociji aktivnog i zdravog načina života.

- Sportsko-rekreacijski centar Kneževi Vinogradi
- Gradski sportski park Beli Manastir (gradski bazeni, gradski stadion)
- Rekreacijski centar Darda

ANALIZA PROMETNE INFRASTRUKTURE

Dostupnost i kvaliteta prometne infrastrukture[9] značajno utječu na atraktivnost destinacije, omogućujući turistima lakši dolazak, kretanje unutar regije te povezanost s drugim turističkim odredištima. U kontekstu Baranje, promet ne samo da povezuje regiju s ključnim emitivnim tržištima, već doprinosi i održivom razvoju kroz poticanje lokalne ekonomije, smanjenje sezonalnosti te povećanje konkurentnosti destinacije na domaćem i međunarodnom turističkom tržištu. Prometna rješenja prilagođena specifičnostima Baranje mogu dodatno naglasiti njezinu autentičnost i potaknuti održivi turizam.

Cestovni promet

Cestovni promet ima ključnu ulogu u razvoju turizma Hrvatske, posebno za kontinentalnu i istočnu regiju, uključujući Baranju, gdje cestovna infrastruktura omogućuje pristupačnost destinacija koje nisu lako povezane drugim prometnim sredstvima. Dobra cestovna povezanost, poput autocesta, regionalnih i lokalnih cesta, olakšava dolazak turista iz drugih dijelova Hrvatske i susjednih zemalja, čime se potiče razvoj vikend-turizma i izletničkih posjeta. Za Baranju, cestovni promet je posebno značajan za povezivanje s glavnim atrakcijama poput Kopačkog rita, vinskih cesta i kulturno-povijesnih lokaliteta. Unapređenje cestovne infrastrukture povećava konkurentnost regije, poboljšava iskustvo putovanja i privlači veći broj posjetitelja, čime se doprinosi gospodarskom i turističkom razvoju istočne Hrvatske.

- Za Baranju je od ključne važnosti autocesta A5 (dio međunarodnog koridora 5C)
- Međunarodna željeznička linija Beli Manastir – Pečuh te linija Beli Manastir – Osijek.
- Baranja pored spoja na autocestu ima četiri ključna međunarodna cestovna pravca koji omogućuju odličnu povezanost sa susjednim zemljama i ostatkom Hrvatske:

Prema Mađarskoj - dva pravca:

Sjeverni pravac:

- Državna cesta D7: granica s Mađarskom (Duboševica) - Beli Manastir – Osijek
- Autocesta A5 dio je međunarodnog koridora 5C koji spaja Budimpeštu i mrežu autocesta u Hrvatskoj
- Glavni ulaz u Hrvatsku iz smjera Mohača
- Veza prema Budimpešti
- Prometnica visoke kvalitete

Zapadni pravac:

- Državna cesta D211: Baranjsko Petrovo Selo - granica s Mađarskom (Beremend)
- Povezuje s Pečuhom
- Spaja se na D517 prema Belišću i Osijeku

[9] Izvori: Program rada TZP Baranje 2025., Strategija razvoja turizma s planom upravljanja ECBB, Prostorni planovi općina, Hrvatske ceste, HŽ Infrastruktura

Prema Srbiji:

- Državna cesta D212: Batina (granica sa Srbijom) - Zmajevac - Kneževi Vinogradi
- Uključuje most preko Dunava koji povezuje s Vojvodinom
- Važan pravac prema Novom Sadu i Beogradu

Prema ostatku Hrvatske:

- Državna cesta D7: Beli Manastir - Osijek
- Glavna poveznica s ostatkom Hrvatske
- Visoka kvaliteta prometnice
- Autocesta A5

Druge važne ceste:

- D517: povezuje Beli Manastir i Belišće preko Petlovca
- Mreža županijskih cesta koja povezuje sva baranjska naselja
- Lokalne ceste do manjih naselja i turističkih lokacija

Na geoportalu javnih cesta Hrvatske[10][11], prema Odluci o razvrstavanju javnih cesta, NN/2025) vidljivi su detaljni podaci za sve javne ceste na području Turističke zajednice područja Baranje.

Željeznički promet

Željeznički promet ima značajan potencijal za razvoj turizma u Baranji jer omogućuje ekološki prihvatljivo, udobno i pristupačno putovanje do regije. Povezanost željeznicom s većim gradovima u Hrvatskoj i susjednim zemljama može privući turiste koji preferiraju javni prijevoz, poput obitelji, mladih putnika i ekoturista. Osim prijevoza putnika, željezničke linije mogu se koristiti za razvoj tematskih turističkih vlakova koji povezuju prirodne i kulturne atrakcije Baranje, poput Kopačkog rita, Banovog brda i povijesnih lokaliteta. Unapređenje željezničke infrastrukture i integracija s ostalim oblicima prijevoza značajno bi povećali dostupnost i atraktivnost regije za domaće i međunarodne posjetitelje.

Trenutno stanje:

- Pruga Beli Manastir - Osijek u funkciji
- Pruga prema Mađarskoj postoji i funkciji je
- Potrebna temeljita modernizacija infrastrukture
- Neiskorišten potencijal za turistički prijevoz

Zračni promet

Zračni promet ima veliki potencijal za razvoj turizma u Baranji, posebno kroz međunarodnu povezanost preko Zračne luke Osijek. Ova prometna infrastruktura omogućuje dolazak turista iz

[10] Geoportal - Hrvatske ceste d.o.o.

[11]

udaljenijih regija i međunarodnih tržišta, čime se povećava broj posjetitelja, posebno onih više platežne moći. Poboljšanje aviolinija i promocija Baranje kao destinacije u suradnji sa zračnim prijevoznicima može značajno povećati vidljivost regije na globalnom tržištu. Integracija zračnog prometa s kvalitetnom cestovnom i željezničkom infrastrukturom osigurava brzi transfer turista do ključnih atrakcija, poput Kopačkog rita, vinskih ruta i kulturnih lokaliteta, čime se dodatno povećava atraktivnost i konkurentnost destinacije.

Dostupnost:

- Zračna luka Osijek (45 km od Belog Manastira)
- Ograničen broj redovnih linija
- Potencijal za razvoj charter letova za turističke grupe

Riječni promet

Riječni promet ima značajan potencijal za razvoj turizma u Baranji, osobito zahvaljujući Dunavu i Dravi, koji pružaju prirodne vodne putove kroz regiju. Ovi riječni tokovi omogućuju razvoj kruzerskog turizma, privlačeći međunarodne posjetitelje koji dolaze brodovima, te nude priliku za organizaciju tematskih riječnih tura i jednodnevnih izleta. Riječni promet također doprinosi razvoju rekreativnog turizma kroz aktivnosti poput kajakarenja, ribolova i vožnje manjim brodovima. Razvoj riječnih pristaništa i popratne infrastrukture, kao i integracija s ostalim oblicima prijevoza, može značajno povećati dostupnost i atraktivnost Baranje kao destinacije koja nudi jedinstvene doživljaje povezane s rijekama.

- Dunav: pristanište Batina za putničke brodove, potencijal za razvoj riječnog kruzinga, potrebna dodatna infrastruktura za pristajanje većih brodova
- Drava: pristanište u riječnoj luci Osijek, potencijal za razvoj riječnog kruzinga

Biciklistička infrastruktura

Navedeno detaljno u poglavlju „Biciklističke rute i prateća infrastruktura“ .Kao nedostaci koje treba ispraviti u planiranju razvoja biciklističke infrastrukture u funkciji turizma identificirano je sljedeće:

- Potreba unapređenja prateće infrastrukture (odmorišta, servisi, stanice za popravak)
- Potreba boljeg označavanje staza
- Nedostatak standardizacije

ANALIZA KOMUNALNE INFRASTRUKTURE

Kvalitetna infrastruktura, poput prometne povezanosti, vodoopskrbe, odvodnje, sustava gospodarenja otpadom te dostupnosti energetskih resursa, izravno utječe na zadovoljstvo posjetitelja i njihov doživljaj destinacije.

Dobro održavani putovi i prometna povezanost olakšavaju pristup turističkim atrakcijama poput Kopačkog rita ili vinskih cesta Baranje, dok učinkoviti sustavi gospodarenja otpadom i održive prakse povećavaju privlačnost destinacije kod ekološki osviještenih posjetitelja.

Uz to, ulaganje u infrastrukturu omogućava organizaciju događanja i razvoja sadržaja, što Baranji daje konkurentsku prednost kao turističkoj destinaciji. Optimalno planiranje i

usklađivanje komunalnih potreba s ciljevima turizma ključno je za održiv razvoj i privlačenje većeg broja posjetitelja.

Energetska infrastruktura

Energetska infrastruktura, uključujući pouzdanu opskrbu električnom energijom, plinom i obnovljivim izvorima energije, ključna je za razvoj turizma u Baranji. Održivi i stabilni energetski sustavi omogućuju kvalitetno funkcioniranje smještajnih kapaciteta, ugostiteljskih objekata i turističkih atrakcija, čime se osigurava ugodan boravak za posjetitelje. Uvođenjem obnovljivih izvora energije, poput solarnih panela ili biomase, Baranja može istaknuti svoju predanost održivosti, što je sve važniji faktor za suvremene turiste. Energetska infrastruktura također podržava razvoj pametnih destinacija kroz digitalizaciju i implementaciju inovativnih tehnologija, povećavajući konkurentnost regije na turističkom tržištu.

Opće stanje: područje je u potpunosti elektrificirano, distributivna mreža je stabilna, glavni distributer: HEP ODS Elektroslavonija Osijek

Specifičnosti po općinama:

- Beli Manastir: trafostanica TS 110/35/10 kV, plinska mreža u gradu, javna rasvjeta LED tehnologijom
- Darda: potpuna pokrivenost električnom mrežom, razvijena plinska mreža, projekt energetske učinkovitosti javne rasvjete
- Kneževi Vinogradi: javna rasvjeta LED tehnologijom

Analiza energetske infrastrukture u općinama Jagodnjak, Petlovac, Popovac i Čeminac pokazuje da postoje značajne razlike u razini razvijenosti infrastrukturnih sustava. Sve općine imaju osiguranu elektroenergetsku mrežu, ali se u nekim dijelovima planira modernizacija i zamjena nadzemnih dalekovoda podzemnim kabelskim vodovima.

Pri sagledavanju kapaciteta sustava energetske infrastrukture u kontekstu turističke potražnje, za sada ne postoje problemi sustava koji su rezultat turističke potražnje.

Postizanju bolje energetske učinkovitosti dodatno bi doprinijelo: razvoj solarnih elektrana na objektima javne namjene, potpuni prelazak na LED javnu rasvjetu i poticanje energetske učinkovitosti kod planiranja projekata u turizmu.

Telekomunikacijska infrastruktura

Telekomunikacijska infrastruktura ima ključnu ulogu u razvoju turizma u Baranji, jer omogućuje turistima pristup informacijama, digitalnim kartama i rezervacijskim sustavima, što značajno unapređuje njihovo iskustvo. Pouzdana internetska povezanost i mobilna mreža važni su za promociju destinacije putem društvenih mreža i online platformi, čime se povećava vidljivost Baranje na globalnom tržištu. Također, razvoj pametnih turističkih rješenja, poput mobilnih aplikacija za vođenje kroz destinaciju ili virtualnih vodiča, ovisi o kvalitetnoj telekomunikacijskoj infrastrukturi. Time se ne samo poboljšava usluga za posjetitelje, već se i jača konkurentnost regije kao moderne i tehnološki napredne turističke destinacije.

Opće stanje:

- područje Baranje telekomunikacijski je pokriveno na europskoj razini, planirana dodatna ulaganja u širokopojasnu infrastrukturu.

- daljem osnaživanju telekomunikacijske infrastrukture doprinijet će proširenje 5G mreže, poboljšanje Wi-Fi pokrivenosti turističkih lokacija, kao i razvoj sustava pametnih gradova.

Vodoopskrba i odvodnja

Vodoopskrba i odvodnja ključni su elementi infrastrukture za razvoj turizma u Baranji, osiguravajući osnovne uvjete za funkcioniranje smještajnih kapaciteta, ugostiteljskih objekata i turističkih atrakcija. Pouzdan sustav vodoopskrbe omogućuje pružanje higijenski ispravne vode, što je ključno za zadovoljstvo posjetitelja i očuvanje njihovog zdravlja. Sustavi odvodnje i zbrinjavanja otpadnih voda važni su za očuvanje okoliša, posebice u prirodno osjetljivim područjima poput Kopačkog rita. Ulaganje u modernizaciju i održavanje ovih sustava doprinosi održivom razvoju turizma, zaštiti prirodnih resursa te povećanju atraktivnosti Baranje kao ekološki osviještene.

Stanje sustava vodoopskrbe:
- Za vodoopskrbni sustav u Baranji zaduženi su Baranjski vodovod d.o.o. Beli Manastir[12], za distributivno područje Grada Beli Manastir, općina Kneževi Vinogradi, Čeminac, Petrovac, Popovac, te Vodoopskrba Osijek, podružnica Darda[13], za Općinu Darda
- Beli Manastir i naselja u njegovom sastavu pokriveni su javnim vodoopskrbnim sustavom, pri čemu je opskrbljenost stanovništva vodom oko 93,45%. Voda se crpi iz crpilišta Nove Livade i prolazi kroz proces dezinfekcije klorom.
- Kneževi Vinogradi: modernizacija vodovodne mreže
- U ruralnim područjima Baranje još uvijek postoje stanovnici koji se opskrbljuju vodom iz vlastitih izvora, što može predstavljati sanitarni rizik.

Pri sagledavanju kapaciteta sustava vodopskrbe i odvodnje u kontekstu turističke potražnje, za sada ne postoje problemi sustava kao rezultat turističke potražnje. Primjerice, u 2023. godini, u mjesecu rujnu kao vršnom mjesecu po dolascima i noćenjima te godine, prema podacima Baranjskog vodovoda[14], potrošnja vode bila je 13,8% veća u odnosu na godišnji prosjek. Općina Darda, prema podacima Vodovoda Osijek/podružnica Darda, u rujnu kao vršnom mjesecu za potrošnju vode bilježi 53,9% veću potrošnju u odnosu na godišnji prosjek 2023. godine.

Stanje sustava odvodnje:
- Sustav odvodnje nije u potpunosti razvijen – mnogi objekti koriste sabirne i septičke jame, a neki dijelovi nemaju priključak na javni sustav odvodnje.
- Beli Manastir: izgrađen sustav odvodnje
- Glavni odvodni kanali u Belom Manastiru uključuju kanal Karašica i kanal Bojana, koji gravitiraju prema crpnim postajama Draž i Podunavlje.
- Darda: u tijeku projekt izgradnje kanalizacije,
- Kneževi Vinogradi: izgrađen sustav odvodnje

[12] O nama | Baranjski vodovod d.o.o.

[13] Podružnica Darda | Vodovod

[14] Za distributivno područje Grada Beli Manastir, općina Kneževi Vinogradi, Čeminac, Petrovac, Popovac i Draž (općina Draž ne spada u TZP Baranje), bez općina Jagodnjak i Darda (spadaju u TZP Baranje)

- Planovi za poboljšanje infrastrukture uključuju modernizaciju i proširenje odvodnih sustava u ekološki osjetljivim područjima, posebno u blizini Kopačkog rita.

Gospodarenje otpadom

Gospodarenje otpadom ima ključan značaj za razvoj održivog turizma u Baranji, jer osigurava čistoću i očuvanost prirodnih i kulturnih atrakcija koje su glavni aduti regije. Uspostava sustava za odvajanje, recikliranje i odgovorno zbrinjavanje otpada doprinosi zaštiti okoliša, što je posebno važno u osjetljivim područjima poput Kopačkog rita. Čista i uredna destinacija povećava zadovoljstvo posjetitelja, jača imidž Baranje kao odgovorne i ekološki osviještene turističke regije te potiče održivi razvoj kroz uključivanje lokalne zajednice i podizanje svijesti o važnosti očuvanja okoliša.

Gospodarenje otpadom, odvoz otpada, mobilna i fiksna reciklažna dvorišta vodi tvrtka Baranjska čistoća d.o.o[15], Beli Manastir. Općina Kneževi Vinogradi ima dodatno i tvrtku Kneževi parkovi d.o.o[16]. s komunalnim odjelom za održavanje čistoće naselja, a Općina Jagodnjak KTD Gmajna d.o.o.

Opće stanje: postoji organizirano prikupljanje otpada, razvrstavanje otpada po kategorijama, reciklažna dvorišta u većim naseljima, mobilna reciklažna dvorišta u svim naseljima. Daljem razvoju sustava gospodarenja otpadom doprinijet će izgradnja dodatnih reciklažnih dvorišta, sanacija divljih odlagališta uz primjenu strožih mjera nadzora, informativne kampanje za lokalno stanovništvo, edukacija stanovništva i turističkih djelatnika, implementacija „zero waste“ koncepta u turizmu.

Pri sagledavanju kapaciteta sustava gospodarenja otpadom, u kontekstu turističke potražnje, za sada ne postoje problemi sustava koji su rezultat turističke potražnje. Primjerice, prema podacima tvrtke Baranjska čistoća za 2023. godinu, u rujnu kao vršnom mjesecu po dolascima i noćenjima te godine, bilježi se 10% manje prikupljenog komunalnog otpada u odnosu na godišnji prosjek.

ANALIZA STANJA I POTREBA LJUDSKIH POTENCIJALA

Učinkovito upravljanje destinacijom zahtijeva temeljito razumijevanje ljudskih potencijala kao ključnog resursa za razvoj i konkurentnost turističke ponude. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala omogućuje identifikaciju postojećih kapaciteta, kompetencija i izazova u sektoru turizma te usmjerava strategije razvoja destinacije prema održivom i kvalitetnom rastu. Razumijevanje dostupne radne snage, potreba za dodatnim edukacijama i prilagodba zahtjevima tržišta osiguravaju optimalno korištenje potencijala i podizanje standarda usluga. Ova analiza predstavlja temelj za donošenje strateških odluka koje će unaprijediti upravljanje destinacijom, povećati zadovoljstvo posjetitelja i osigurati dugoročnu održivost turističke ponude.

Tablica 21: Demografska struktura Grada Beli Manastir i općina TZP Baranje

Naselje	Ukupno	Muškarci	Žene	0-14	15-64	65+	Prosječna dob

[15] Baranjska čistoća | Grad Beli Manastir

[16] Kneževi parkovi d.o.o. – Općina Kneževi Vinogradi

Beli Manastir	7.973	3.733	4.240	432 (5,4%)	4.791 (60,1%)	2.890 (36,2%)	47,2
Jagodnjak	1.500	730	770	89 (5,9%)	938 (62,5%)	476 (31,7%)	44,3
Darda	5.427	2.636	2.791	348 (6,4%)	3.469 (63,9%)	1.653 (30,5%)	44,4
Čeminac	2.484	1.246	1.238	133 (5,4%)	1.584 (63,8%)	813 (32,7%)	45,4
Petlovac	1.874	947	927	124 (6,6%)	1.170 (62,4%)	609 (32,5%)	44,9
Popovac	1.446	688	758	22 (1,52%)	865 (59,8%)	559 (38,7%)	48,7
Kneževi Vinogradi	3.357	1.639	1.718	175 (5,2%)	2.080 (62,0%)	1.206 (35,9%)	47,1
Ukupno	24.061	11.619	12.442	1.364 (5,7%)	14.897 (61,9%)	8.206 (34,1%)	46,0*

Izvor: Državni zavod za statistiku RH, Popis stanovništva 2021.

*Prosječna doba izračunata je kao aritmetička sredina prosječne dobi svih naselja

Područje turističke zajednice Baranja ima 24.061 stanovnika. Ženska populacija (12.442) je brojnija od muške (11.619).

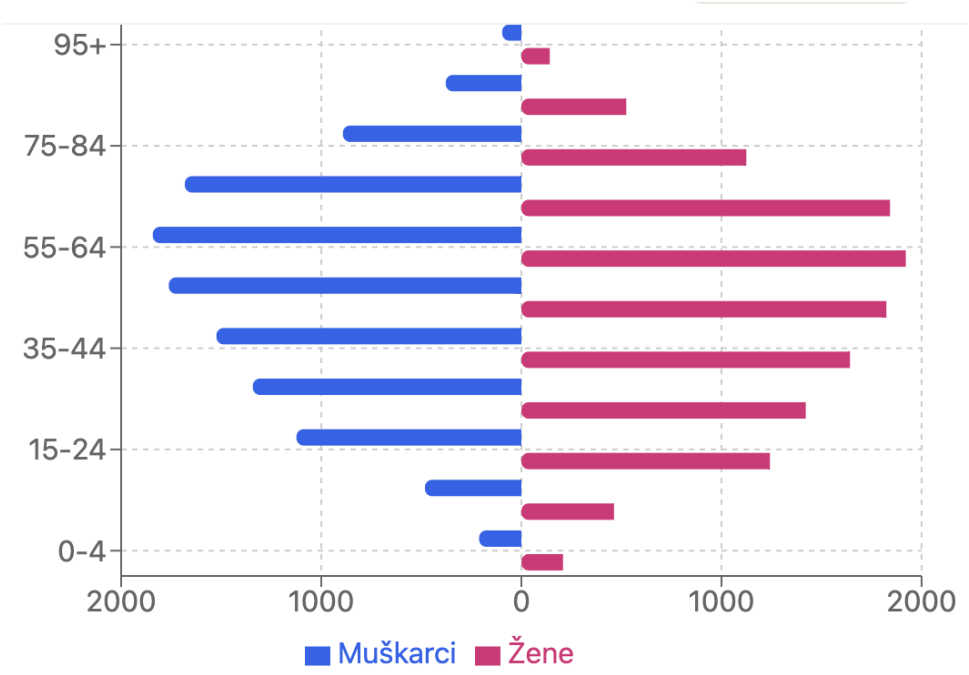
Od ukupnog stanovništva: samo 5,7% je mlađe od 15 godina, 61,9% je u radnoj dobi (15-64). Prosječna dob od 46 godina ukazuje na izrazito staro stanovništvo. Čak 34,1% stanovnika je starije od 65 godina.

Najviše stanovnika živi u Belom Manastiru (33,1% ukupnog stanovništva), najmanje u općini Popovac (6% ukupnog stanovništva).

Iz piramide starosti moguće je očitati nekoliko ključnih demografskih karakteristika:

- Vrlo mali broj djece (0-4 i 5-14 godina)
- Dominacija stanovništva srednje dobi (45-64 godine)
- Postupno povećanje udjela žena u starijim dobnim skupinama
- Klasični oblik koji je karakterističan za stanovništvo u demografskoj starosti

Slika 9: Piramida starosti stanovništa Baranje



Izvor: DZS, Popis stanovništva 2021.

Oblik piramide je tipičan za regresivni tip stanovništva koji karakterizira razvijene zemlje s niskim natalitetom i svim dužim životnim vijekom. Ovakva struktura stanovništva ukazuje na potrebu za hitnim demografskim mjerama i prilagodbom društvene infrastrukture starenju stanovništva, konkretno: mjere poticanja nataliteta, razvoj usluga za starije stanovništvo, strategije zadržavanja mladog stanovništva u regiji.

Tablica 22: Udio radno sposobnog stanovništva

Naselje	Ukupno stanovnika	Radni kontingent (15-64)	Udio radnog kontingenta	% u ukupnom radnom kontingentu
Beli Manastir	7.973	4.791	60,1%	32,2%
Jagodnjak	1.500	938	62,5%	6,3%
Darda	5.427	3.469	63,9%	23,3%
Čeminac	2.484	1.584	63,8%	10,6%
Petlovac	1.874	1.170	62,4%	7,8%
Popovac	1.446	865	59,8%	5,8%
Kneževi Vinogradi	3.357	2.080	62,0%	14,0%
Ukupno	**24.061**	**14.897**	**61,9%**	**100%**

Izvor: Državni zavod za statistiku RH, Popis stanovništva 2021.

Ukupni radni kontingent čini 14.897 osoba ili 61,9% ukupnog stanovništva. Najveći udio u ukupnom radnom kontingentu imaju Beli Manastir (32,2%), Darda (23,3%), Kneževi Vinogradi

(14,0%). Udio radnog kontingenta po naseljima je relativno ujednačen i kreće se od 59,8% do 63,9%. Darda ima najviši postotak radnog kontingenta (63,9%), a Popovac najmanji (59,8%).

Tablica 23: Struktura zaposlenih po zanimanju

Lokalne samouprave	Ukupno	Menadžeri	Stručnjaci	Tehničari	Admin	Usluge	Poljoprivreda	Obrt	Operater	Osnovna	Vojska
Beli Manastir	2864	57	382	387	300	592	154	323	251	388	28
Popovac	441	3	14	27	20	95	99	68	29	77	9
Petlovac	626	3	36	48	37	104	128	68	59	133	9
Čeminac	894	19	46	119	58	180	132	90	99	141	10
Kneževi Vinogradi	1211	17	94	125	87	215	237	116	102	202	15
Darda	2030	34	154	239	187	441	143	218	226	369	19
Jagodnjak	479	12	24	21	25	68	98	52	83	96	0

Na temelju prikazanih podataka može se izvući nekoliko ključnih zaključaka:

- Beli Manastir kao administrativno središte ima najviše zaposlenih u uslužnim i trgovačkim zanimanjima (592 osobe) te značajan broj stručnjaka i tehničara (382 i 387).
- U ruralnim općinama poput Jagodnjaka, Popovca i Petlovca dominiraju poljoprivredna zanimanja i jednostavna zanimanja, što odražava ruralnu ekonomsku strukturu.
- Općina Kneževi Vinogradi ima najujednačeniju distribuciju zanimanja, s naglaskom na poljoprivredu (237) i uslužna zanimanja (215), što pokazuje diverzifikaciju ekonomije.
- Darda pokazuje veću zastupljenost uslužnih djelatnosti (441) i jednostavnih zanimanja (369).
- U svim jedinicama lokalne samouprave relativno je mali broj menadžerskih pozicija, što ukazuje na pretežno izvršnu prirodu poslova.

Ova analiza, primarno radno sposobnog stanovništva, preslikava se i na raspoloživost i kapacitete djelatnika u turizmu ili uslužnih djelatnosti i pratećih službi u funkciji turizma. Taj je kapacitet dijelom nastavak edukacija vezanih uz turizam koje bi svojim programima trebale pratiti potrebe tržišta za radnom snagom.

- Srednjoškolske ustanove hotelijersko-ugostiteljsko-turističkog profila
- Visokoškolske ustanove – smjer poslovanje u turizmu[17]
- Visokoškolske ustanove – usmjerene na povijest, kulturu, intepretaciju kuklturne baštine, restauraciju, umjetnost i zanat

[17] Npr. Ekonomski fakultet u Osijeku, prijediplomski sveučilišni studij, smjer poslovanje u turizmu: Poslovanje u turizmu - Ekonomski fakultet u Osijeku | EFOS; studijski programi Veleučilišta Baltazar u Osijeku i online: Veleučilište Baltazar - Veleučilište koje stvara prilike

- Cjeloživotno obrazovanje i učenje – turistički vodič, voditelj poslova u turističkoj agenciji, interpretacija baštine za razvoj turističkog proizvoda, suvremeni trendovi u gastronomiji i enologiji, tečajevi stranih jezika, tečajevi za razvoj digitalnih vještina

ANALIZA PRISTUPAČNOSTI OSOBAMA S INVALIDITETOM

Pristupačnost destinacije[18] ključan je element suvremenog turizma koji teži inkluzivnosti i ravnopravnosti. Baranja, kao jedinstvena turistička destinacija s bogatom kulturnom, prirodnom i eno-gastronomskom ponudom, suočava se s izazovima prilagodbe svojih sadržaja osobama s invaliditetom. Cilj ove analize je procijeniti trenutno stanje pristupačnosti infrastrukture, usluga i informacija u Baranji te identificirati ključna područja za unapređenje. Time se stvara temelj za razvoj održivog i inkluzivnog turističkog proizvoda koji omogućuje ravnopravno uživanje u destinaciji svim posjetiteljima, bez obzira na njihove fizičke, senzorne ili kognitivne sposobnosti.

Fizička pristupačnost

Fizička pristupačnost podrazumijeva procjenu pristupačnosti infrastrukture (hotela, restorana, turističkih atrakcija, plaža, transportnih sredstava) i javnih prostora (trgova, parkova, ulica).

a) Smještajni objekti:

- Hotel Patria (Beli Manastir): djelomično pristupačan, ima rampu i lift, nema posebno prilagođene sobe za osobe s invaliditetom
- Privatni smještaj: većinom neprilagođen, tek nekoliko objekata ima osnovne prilagodbe

b) Javne površine i atrakcije:

- PP Kopački rit: djelomično pristupačan, prilagođene staze za kretanje, potrebna dodatna prilagodba sadržaja
- Vinski podrumi: većinom nepristupačni, potrebna značajna prilagodba

Komunikacijska pristupačnost

Komunikacijska pristupačnost podrazumijeva dostupnost turističkih informacija na prilagođenim medijima te osiguranje vidljivosti i razumljivosti znakova i uputa za osobe s različitim vrstama poteškoća.

Trenutno stanje:

- Materijali na Brailleovom pismu u Etnološkom centru baranjske baštine
- Nedostaju zvučni vodiči
- Web stranice nisu prilagođene za čitače zaslona

[18] Izvori: Analiza stanja na terenu, Program rada TZP Baranje, Strategija razvoja pristupačnog turizma RH, EU smjernice za pristupačni turizam

- Turistička signalizacija nije prilagođena osobama s oštećenjima vida

Pristupačnost usluga

Pristupačnost usluga podrazumijeva pristupačnost usluga u smještaju (sobe i usluge u hotelima i apartmanima), pristupačnost kulturnih i zabavnih sadržaja (muzeja, galerija, kazališta, sportskih terena i drugih atrakcija).

Smještajni i ugostiteljski objekti:

- Većinom fizički nepristupačni
- Nedostaju jelovnici na Brailleovom pismu
- Rijetki imaju posebne pristupe ili prilagođene toalete

Kulturni sadržaji:

- Ograničena pristupačnost muzeja i galerija
- Nedostaju taktilni eksponati
- Potrebna prilagodba interpretacije

Društvena pristupačnost

Društvena pristupačnost odnosi se na procjenu obučenosti turističkog osoblja kao i na procjenu razine svijesti i senzibiliziranosti društva prema potrebama osoba s invaliditetom. Ocjenjujemo da u lokalnoj zajednici ne postoje sustavne edukacije o radu s osobama s invaliditetom te da nema dovoljne osviještenosti o potrebama osoba s invaliditetom.

Trenutna pristupačnost turizma osobama s invaliditetom je nedovoljno razvijena. Potrebna su značajna ulaganja i sustavni pristup razvoju pristupačnog turizma. Ključno je: osigurati osnovnu pristupačnost (fizičku, komunikacijsku, uslužnu), razviti svijest o važnosti pristupačnog turizma: (kod pružatelja usluga, u lokalnoj zajednici, među posjetiteljima), te stvoriti sustav podrške: financijske, edukativne, tehničke.

ANALIZA STANJA DIGITALIZACIJE

Digitalizacija je ključan alat za unaprjeđenje učinkovitosti, transparentnosti i konkurentnosti u upravljanju turističkim destinacijama. U kontekstu Baranje, koja se ističe bogatim prirodnim, kulturnim i eno-gastronomskim resursima, digitalizacija omogućuje modernizaciju poslovnih procesa, bolju promociju te kvalitetniju interakciju s turistima. Analiza stanja digitalizacije u okviru Plana upravljanja destinacijom[19] pruža temelj za razumijevanje trenutnih kapaciteta, identifikaciju ključnih izazova i razvoj strategija koje će podržati održivi rast turizma. Cilj je osigurati da Baranja, kao destinacija, iskoristi mogućnosti digitalnih tehnologija kako bi ostala relevantna i privlačna na globalnom turističkom tržištu.

U procesu digitalne transformacije lokalne zajednice može se zamijetiti ograničena osposobljenost pružatelja turističkih usluga, nedovoljna integracija lokalnih ponuđača u digitalne platforme, a posljedično i manjak sustava online integracija.

U kontekstu sigurnosti i privatnosti može se konstatirati da je sustav eVisitor usklađen s GDPR-om i da je osigurana osnovna zaštita podataka turista, no potrebna su dodatna ulaganja u kibernetičku sigurnost što spada u ingerenciju jedinica lokalne samouprave.

Uočene slabosti s potrebom rješavanja i daljeg razvoja odnose se na područje infrastrukture, organizacije i ljudskih resursa:

Infrastruktura:

- Neujednačena kvaliteta interneta u ruralnim područjima
- Nedostatak javnih Wi-Fi zona
- Nedovoljna digitalna signalizacija
- Različiti standardi prikupljanja podataka
- Nejednaka kvaliteta internetske veze
- Nepovezanost digitalnih sustava između TZ-ova

Organizacija:

- Fragmentiranost digitalnih sustava
- Nedovoljna koordinacija među dionicima
- Manjak standardizacije podataka
- Nedostatak zajedničke digitalne strategije
- Nepovezanost baza podataka
- Različiti pristupi digitalnom marketingu

Ljudski resursi:

- Nedostatna edukacija pružatelja usluga
- Nedostatak IT stručnjaka

[19] Izvori: Program rada TZP Baranje 2025., Strategija razvoja turizma s planom upravljanja ECBB, Ministarstvo turizma i sporta - dokumentacija o digitalizaciji, TZP Baranje - statistički podaci, Analiza društvenih mreža destinacije.

- Otpor prema digitalnoj transformaciji

Turistička zajednica područja Baranje potiče i koordinira projektima digitalne transformacije koje imaju za cilj osigurati:

- Kratkoročno: bolju vidljivost i promociju destinacije, lakše prikupljanje podataka i upravljanje posjetiteljima, učinkovitiju komunikaciju,
- Dugoročno: pametnu turističku destinaciju, održivo upravljanje resursima i konkurentnu poziciju na tržištu

Nastavak procesa digitalizacije može se u budućim aktivnostima i projektima podržati kroz:

- Infrastrukturna poboljšanja: uspostavu mreže javnih Wi-Fi točaka, pametnu turističku signalizaciju
- Razvoj digitalne platforme destinacije: digitalni vodič kroz destinaciju, digitalnu interpretaciju kulturne baštine, integraciju postojećih sustava
- Edukaciju dionika: radionice digitalne pismenosti, obuku za korištenje novih sustava, webinare o digitalnom marketingu
- Razvoj sustava za upravljanje destinacijom: implementacija sustava za praćenje turističkih tokova, analitika podataka za donošenje odluka, integracija s nacionalnim sustavima
- Razvoj pametne destinacije: IoT rješenja za praćenje održivosti, virtualna i proširena stvarnost u interpretaciji

ANALIZA KOMUNIKACIJSKIH AKTIVNOSTI

Komunikacijske aktivnosti Turističke zajednice Baranja[20] ključan su korak u strateškom planiranju upravljanja destinacijom. Baranja, kao prepoznatljiva destinacija s bogatim kulturnim, eno-gastronomskim i prirodnim potencijalom, ovisi o učinkovitosti komunikacije kako bi privukla turiste, promovirala autentične doživljaje i osigurala održivi razvoj turizma.

Ova analiza omogućuje uvid u trenutne marketinške strategije, kanale komunikacije, ciljane segmente tržišta te uspješnost postojećih kampanja. Na temelju tih podataka moguće je identificirati prednosti, slabosti, prilike i prijetnje te prilagoditi aktivnosti potrebama tržišta i suvremenim trendovima. Za promociju turističke destinacije koriste se tradicionalni (offline) komunikacijski kanali i online (digitalni) komunikacijski kanali. Poseban naglasak stavlja se na digitalne alate i društvene mreže, koje su ključne za doseg šire publike.

Marketinške poruke i brendiranje potrebno je usklađivati s regionalnim i nacionalnim smjernicama te uključivati u promociju na regionalnoj i nacionalnoj razini, ovisno o prikladnosti pojedinih atrakcija ili atributa. Regionalna suradnja odnosi se na suradnju s TZ Osječko-baranjske županije i zajedničke projekte s drugim turističkim zajednicama. Nacionalni angažman moguće je ostvariti kroz sudjelovanje u projektima HTZ-a i povećanjem vidljivosti na nacionalnoj razini.

Komunikacijske aktivnosti trebaju trajno doprinositi jačanju prepoznatljivosti i atraktivnosti destinacije koje posljedično rezultiraju većim brojem turista, posjetitelja, korisnika, a istovremeno stvaraju organiziranu komunikacijsku bazu za pružatelje svih vrsta usluga i informiranje lokalnog stanovništva.

Digitalni komunikacijski kanali

Digitalna komunikacija Turističke zajednice područja Baranje odvija se putem web stranice i društvenih mreža:

- Web stranica Turističke zajednice područja Baranje (https://tzbaranje.hr)
- Facebook stranica (https://www.facebook.com/turisticka.baranje)
- Instagram: (https://www.instagram.com/visitbaranja/)
- YouTube kanal (https://www.youtube.com/@visitbaranja864)

[20] Izvori: Program rada TZP Baranje 2025., Analiza društvenih mreža TZP Baranje, Web stranice turističkih zajednica, Statistički podaci o posjetiteljima

Web stranica TZ Baranje

Web stranica Turističke zajednice područja Baranje (https://tzbaranje.hr) je osnovna informativna platforma turističke zajednice.

Slika 10: Web stranica TZP Baranje



Google analitika web stranice za 2024. godinu pokazuje sljedeće:

Izvori prometa i korisnici:

- Ukupno aktivnih korisnika: 54.000
- Novi korisnici: 53.000
- Prosječno trajanje angažmana korisnika: 59 sekundi

Glavni izvori prometa:

- Organska pretraga: 55.000 sesija (dominantan izvor prometa)
- Direktan promet: 8.600 sesija
- Referral promet: 2.600 sesija
- Organski društveni mediji: 2.400 sesija
- Plaćena pretraga: 6 sesija
- Organska kupovina: 2 sesije

Geografska distribucija posjetitelja

- Hrvatska: 45.000 korisnika
- SAD: 1.700 korisnika
- Njemačka: 1.300 korisnika
- Srbija: 970 korisnika
- Bosna i Hercegovina: 663 korisnika
- Francuska: 532 korisnika
- Slovenija: 529 korisnika

Najposjećenije stranice

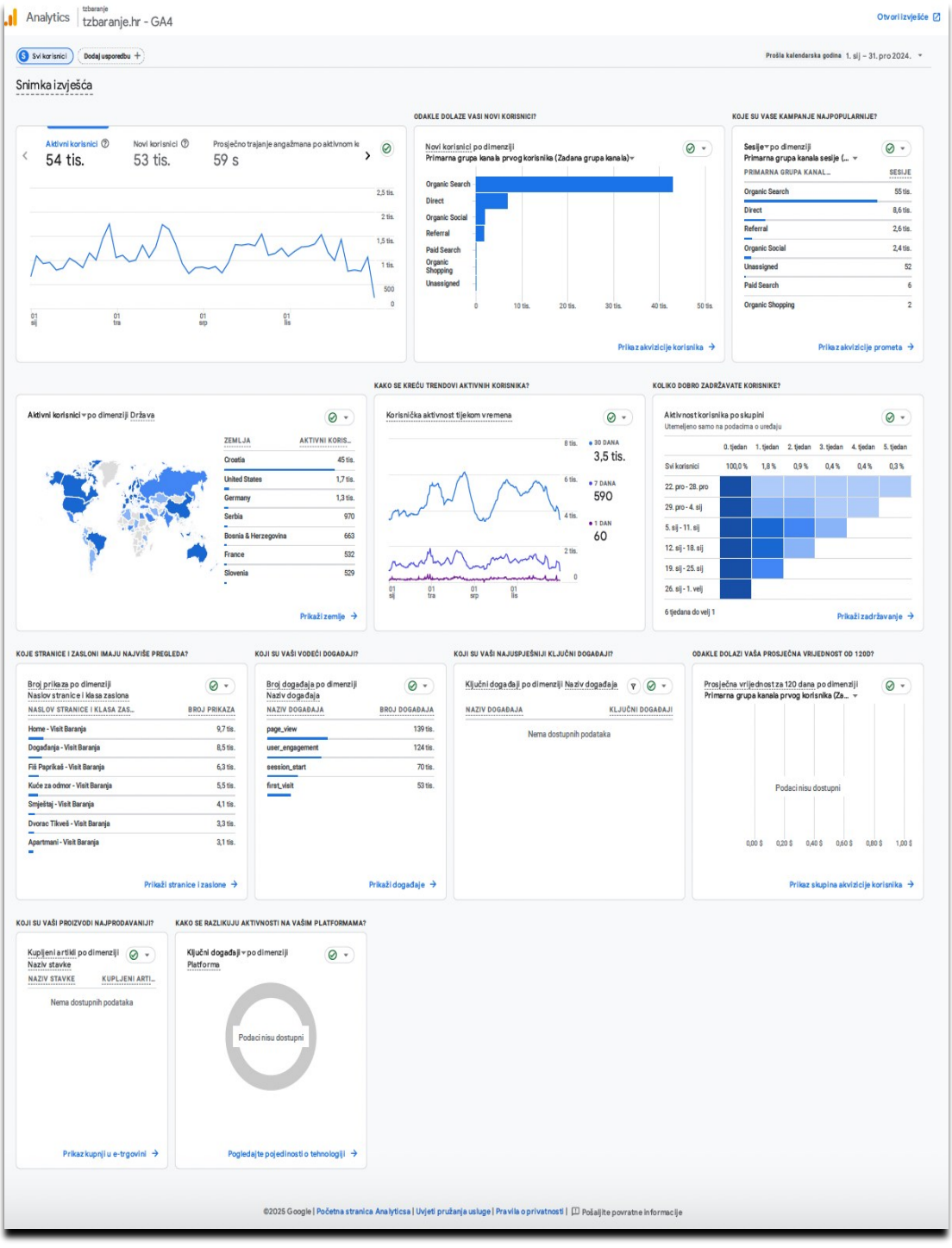
- Naslovna stranica (Visit Baranja): 9.700 pregleda
- Događanja: 8.500 pregleda

- Fiš Paprikaš: 6.300 pregleda
- Kuće za odmor: 5.500 pregleda
- Smještaj: 4.100 pregleda
- Dvorac Tikveš: 3.300 pregleda
- Apartmani: 3.100 pregleda

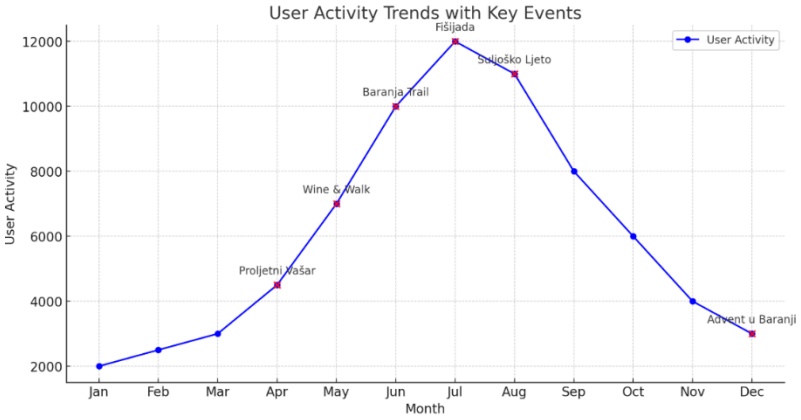
„Peakovi“ posjećenosti web stranice povezani su s događajima:

- Travanj (Proljetni vašar) – Početak povećanog interesa korisnika.
- Svibanj (Wine & Walk) – Ovaj događaj podudara se s početkom rasta posjeta.
- Lipanj (Baranja Trail) – Aktivnost korisnika značajno raste.
- Srpanj (Fišijada) – Najveći skok u prometu, što ukazuje na veliko zanimanje za ovu manifestaciju.
- Prosinac (Advent u Baranji) – Blagi porast uoči blagdana.

Slika 11: Google Analytics izvješće za 2024.



Slika 12: Trendovi vezani uz ključne događaje



Analiza podataka pokazuje da web stranica ima snažan organski promet, no postoji prostor za poboljšanja. Dodatna vidljivost i angažman korisnika mogu se ostvariti kroz:

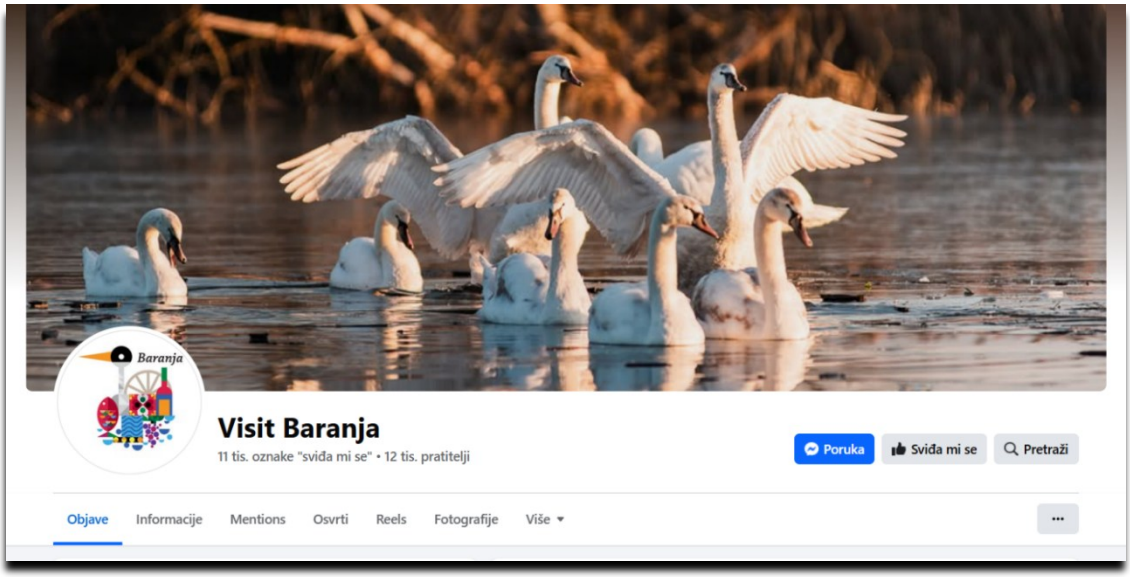
- Optimizaciju ključnih stranica
- Korištenje SEO strategije za bolje rangiranje u tražilicama
- Poboljšanje korisničkog iskustva (video sadržaji, vodiči)
- Višejezične sadržaje
- Povećanje prometa kroz angažman na društvenim mrežama i plaćene kampanje
- Analizu pikova u prometu i usklađivanje marketinških aktivnosti

Facebook stranica „Visit Baranja“

Facebook stranica (https://www.facebook.com/turisticka.baranje) prema podacima iz 2024. godine pokazuje sljedeću vidljivost i angažman:

- 12.823 pratitelja
- 137.152 pregleda stranice
- 294.167 doseg objava
- 111 objava
- Najviše pratitelja iz Osijeka, Zagreba, Belog Manastira

Slika 13: Facebook stranica "Visit Baranja"

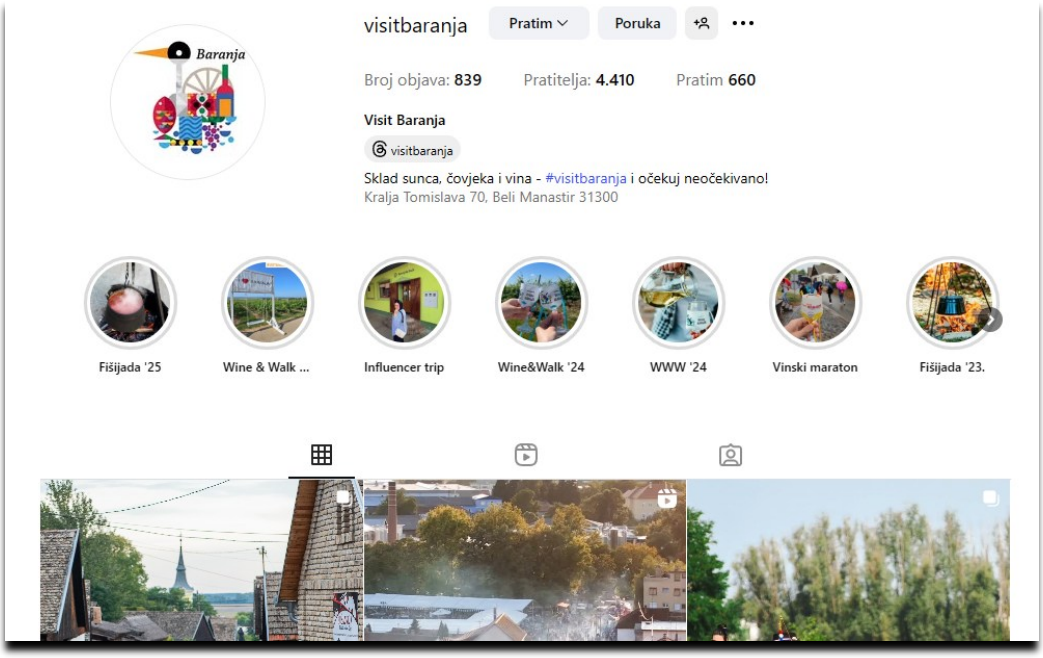


Instagram profil „Visit Baranja“

Instagram profil (https://www.instagram.com/visitbaranja/) prema podacima iz rujna 2025. pokazuje sljedeću vidljivost i angažman:

- 4.410 pratitelja
- 839 objava
- Najviše pratitelja iz Zagreba i Osijeka
- Dominantna dobna skupina 35-44 godine

Slika 14: Instagram profil "Visit Baranja"



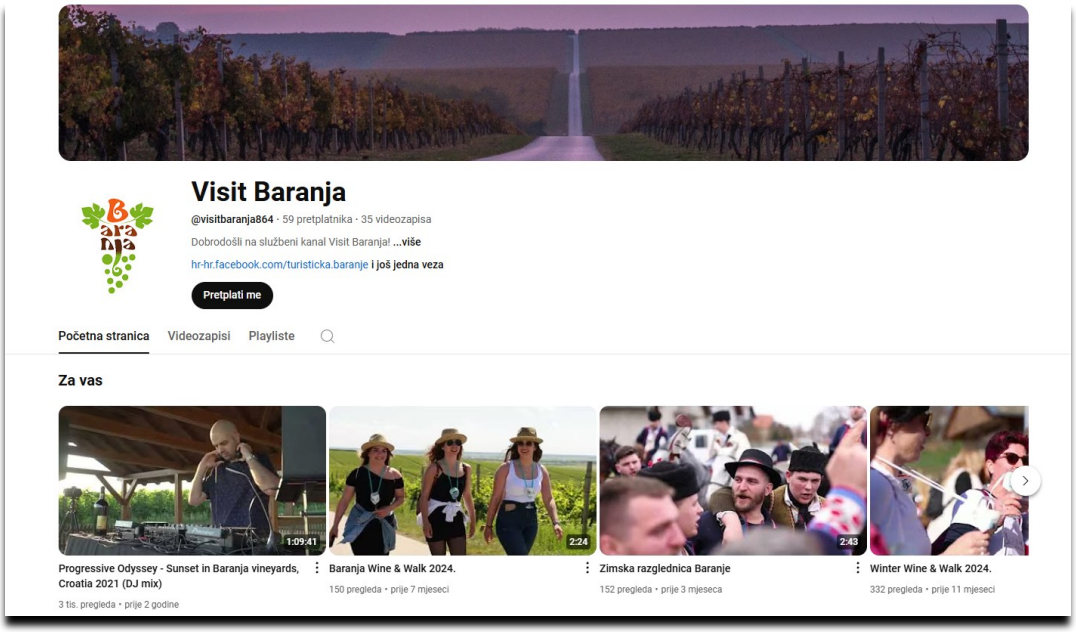
Youtube kanal TZP Baranje

Analitika pregleda YouTube kanala (https://www.youtube.com/@visitbaranja864) 2024. godine pokazuje sljedeće:

- Ukupno je zabilježeno 5707 pregleda s ukupnim vremenom gledanja od 122,23 sati. Prosječno trajanje pregleda iznosi 77 sekundi (1:17 min).
- Najviše ukupno vrijeme gledanja generiraju predloženi videozapisi, ali YouTube pretraživanje ima znatno dulje prosječno trajanje pregleda (1:48), što sugerira da korisnici koji sami pretražuju video ostaju dulje nego oni koji dolaze putem preporuka.
- Najduže prosječno trajanje pregleda dolazi iz drugih značajki YouTubea (4:06 min), što sugerira da su korisnici iz ovog izvora visoko angažirani.
- Najvišu stopu klikanja ima YouTube pretraživanje (7,26%), što znači da su dobro odabrane ključne riječi i naslov videa.
- Broj pregleda: Prosjek pregleda po videu je 163, najgledaniji video ima 909 pregleda dok je najmanje gledan video sa 6 pregleda; postoji velika varijabilnost (standardna devijacija 202) što znači da su neki video zapisi znatno popularniji od drugih
- Pretplatnici (Subscribers): Većina videa nije donijela novih pretplatnika (prosjek 0,28 pretplatnika po videu), nekoliko videa je privuklo jednog ili dva pretplatnika.

- Pojavljivanja: prosjek pojavljivanja u preporukama je 3.572 puta, najviše pojavljivanja ima video s 18.059 prikazivanja dok neki videi imaju ispod 500 prikazivanja
- Stopa klikanja (CTR – Click-Through Rate): prosječna stopa klikanja iznosi 4,55%, najviša stopa klikanja je 12,5% (video „Sedam dana“), dok najniža iznosi 0,57%; video s niskim CTR-om (<2%) vjerojatno ne privlače pažnju ili imaju slab naslov/sliku.

Slika 15: YouTube kanal TZP Baranje



Tablica 16: Analitika YouTube kanala

Izvor prometa	Broj pregleda	Vrijeme gledanja (h)	Prosječno trajanje	Pojavljivanja	Stopa klikanja po pojavljivanju (%)
Ukupno	5707	122,2273	0:01:17	125024	2,88
Predloženi videozapisi	3038	52,7647	0:01:02	100865	2,33
Vanjski izvori	944	18,8728	0:01:11		
YouTube pretraživanje	786	23,6251	0:01:48	9151	7,26
Značajke pregledavanja	598	13,9537	0:01:24	13115	3,89
Izravno ili nepoznato	118	4,6056	0:02:20		
Stranice kanala	79	1,75	0:01:19	1493	4,82
Playliste	69	2,1047	0:01:49	400	2,75
Druge značajke YouTubea	62	4,2519	0:04:06		
Obavijesti	10	0,2243	0:01:20		
Završni zasloni	3	0,0745	0:01:29		

Analitika Youtube kanala pokazuje da je veću vidljivost moguće ostvariti kroz sljedeće aktivnosti:

- Optimizirati naslove, opise za pretraživanje i minijature: Videi s višim CTR-om (>5%) imaju atraktivnije naslove i vizuale. Testirati dinamičnije minijature i upečatljive naslove.Npr. "Najveća hrvatska fišijada 2023. 🐟" ima bolji CTR od "Winter Wine & Walk 2024.", što sugerira da emojiji i specifičniji izrazi mogu poboljšati interes publike.
- Povećati angažman iz predloženih videozapisa poboljšanjem metapodataka i povezivanjem sa sličnim sadržajem.
- Isprobati pričanje priče (storytelling) i angažirajuće elemente kako bi gledatelji ostali duže.
- Analizirati najgledanije videa, npr. Videa poput "Proljetni vašar u Karancu 2023." i "Zimski vašar i Čvarakfest" su popularniji, možda vrijedi ponoviti slične teme ili snimiti novu verziju uspješnih videa.
- Povećati broj pretplatnika: Budući da većina videa ne privlači pretplatnike, uvesti poziv na akciju unutar videa (Call to action), uključiti podsjetnik za pretplatu u prvih 30 sekundi videa
- Povećati promociju i vidljivost: videa s manje od 500 pojavljivanja nisu dobro rangirani, pokušati promovirati putem društvenih mreža ili suradnje s influencerima, SEO optimizacija opisa i tagova također može poboljšati prikazivanje videa
- Povećati CTR kod slabijih rezultata videa, npr. videa s CTR-om <2% ("Zimska razglednica Baranje", "Advent u Baranji - Kneževi Vinogradi") mogu se poboljšati kroz bolje naslove i minijature; testirati nekoliko verzija naslova i promijeniti thumbnail.

Za veći angažman na svim društvenim mrežama može se razmotriti:

- Autentična promocija i stvaranje emocionalne povezanosti
- Povećanje budžeta za digitalno oglašavanje
- Generiranje i korištenje korisničkog sadržaja
- Tagiranje (označavanje ključnim riječima i hashtagovima)
- Izgadnja zajednice
- Povećanje dosega
- Analitika i prilagodba strategije

Suradnja s medijima i partnerima

Promocija turističkih sadržaja odvija se primarno kroz suradnju s medijima.

- Trenutna medijska pokrivenost: Lokalni, regionalni i nacionalni mediji - praćenje događaja; pisanje i snimanje tematskih reportaža; specijalizirani mediji za gastronomiju, turizam i putovanja.

- Identificirani nedostaci: ograničena sredstva za medijske kampanje, izostanak veće promocije na međunarodnoj razini

U skladu sa suvremenim trendovima u komuniciranju i promociji destinacija, TZP Baranje će u suradnji s RTZ Osječko-baranjske županije nastaviti surađivati s utjecajnim pojedincima, gdje se utjecaj definira kroz vidljivost na društvenim mrežama i medijskom prostoru. U tom smislu može se razmotriti: identifikacija relevantnih influencera, razvoj programa suradnje, kreiranje autentičnog sadržaja, mjerenje učinkovitosti kampanje.

Prikupljanje i distribucija informacija

Prikupljanje i distribucija informacija predstavlja jednu od temeljnih funkcija Turističke zajednice područja Baranja koja ima ključnu ulogu u povezivanju turističke ponude s

potražnjom. Prema Zakonu o turističkim zajednicama i oglašavanju hrvatskog turizma (NN 52/19, čl. 32), informacijska funkcija spada među osnovne zadaće turističkih zajednica. Turistička zajednica područja Baranje, kroz sustavno prikupljanje podataka o turističkoj ponudi, posjetiteljima i tržišnim trendovima, osigurava informacijsku osnovu za strateško planiranje i operativno djelovanje u destinaciji.

Distribucija prikupljenih informacija prema posjetiteljima putem suvremenih komunikacijskih kanala (web stranice, društvene mreže, mobilne aplikacije) i tradicionalnih medija (brošure, info punktovi) doprinosi boljoj vidljivosti baranjske turističke ponude i autentičnih doživljaja. Kako navodi Strateški plan održivog razvoja turizma Osječko-baranjske županije, učinkovit informacijski sustav preduvjet je za pozicioniranje Baranje kao prepoznatljive kontinentalne destinacije.

U kontekstu specifičnosti baranjske turističke ponude koja se temelji na autentičnom kulturnom nasljeđu, očuvanoj prirodi i eno-gastronomiji, kvalitetna informacijska podrška omogućuje turistima bolje razumijevanje i potpuniji doživljaj destinacije, što izravno utječe na njihovo zadovoljstvo i vjerojatnost ponovnog posjeta.

Izvori informacija: posjetiteljski centri, Smart TUI uređaji, mreža partnera na terenu.

Distribucija: društvene mreže, web stranica, lokalni mediji

Baranja ima potencijal kao turistička destinacija, ali je ključno fokusirati se na poboljšanje infrastrukture, promociju i razvoj turističkih sadržaja kako bi se zadovoljili potrebe domaćih i inozemnih posjetitelja.

- **Poboljšanje infrastrukture:** Investicije u bolju prometnu povezanost i javni prijevoz mogu značajno poboljšati iskustvo turista, posebno u manje razvijenim mikrolokacijama.
- **Diversifikacija turističkih sadržaja:** Razvoj dodatnih sadržaja, poput avanturističkog turizma, kulturnih događanja i edukativnih programa, mogao bi privući širi spektar posjetitelja.
- **Promocija na međunarodnoj razini:** Baranja bi mogla imati koristi od jače promocije na međunarodnim tržištima, posebno u zemljama koje su sklone ekoturizmu i ruralnom turizmu.
- **Poboljšanje smještajnih kapaciteta:** Investicije u kvalitetne smještajne jedinice, posebno u manjim mikrolokacijama, mogli bi privući više turista i produžiti njihov boravak.

ANALIZA KONKURENTNOSTI DESTINACIJE

Analiza konkurencije sastavni je dio Plana upravljanja destinacijom Baranja, omogućujući identificiranje pozicije destinacije u odnosu na slične turističke regije. Kao destinacija bogate kulturne baštine, prirodnih ljepota i specifične eno-gastronomske ponude, Baranja se suočava s izazovima isticanja na sve konkurentnijem turističkom tržištu.

Dobiveni uvidi koriste se za kreiranje diferencirane strategije razvoja koja naglašava jedinstvene vrijednosti Baranje, istovremeno osiguravajući održivost i povećanje zadovoljstva posjetitelja. Cilj je pozicionirati Baranju kao prepoznatljivu destinaciju koja se uspješno natječe na domaćem i međunarodnom tržištu.

Analiza konkurencije

Obzirom da po svojoj zemljopisnoj poziciji Baranja graniči s Mađarskom i Srbijom, može se govoriti o izraženoj konkurentskoj poziciji jer posebice pogranični dio s mađarske strane ima vrlo slične karakteristike kao Baranja. Sličnosti su vidljive i u podunavskom dijelu granice sa Srbijom. Prema dostupnim izvorima,[21] identificirani su sljedeći inozemni turistički konkurenti Baranje:

Mađarska / Pécs-Villány turistička regija

- Dva glavna segmenta definiraju profil turističke regije Pécs-Villány – kulturni i vinsko-turistički sadržaji. Nadopunjuju ih aktivni i ekoturizam, dok se zdravstveni turizam posebno ističe kroz Harkany.
- Ukupni turistički promet: Regija Pécs-Villány čini samo 3-4% ukupnog nacionalnog turističkog prometa Mađarske (bez Budimpešte).
- Odnos domaćih i stranih turista: Regijom dominira domaći turizam. Najveći broj stranih turista zabilježen je 2019. godine (45.603). U periodu 2018-2023 udio stranih posjetitelja u regiji bio je vrlo nizak (1,7-2,0%) u usporedbi s nacionalnim prosjekom (bez Budimpešte).[22]
- Broj turista u smještajnim objektima 2020: 233.387 (od čega 6,3% stranih gostiju), broj noćenja u smještajnim objektima 2020: 581.271 (od čega 8,6% stranih gostiju)[23]
- Financiranje razvoja turizma: Za razvoj turizma u periodu 2004.-2020. grad Pecs dobio je 36,8 mil. eura, grad Villany dobio je 2,5 mil. eura, dok je preostalih 21 općina u regiji dobilo ukupno 32,2 mil.eura.
- Sličnosti i razlike u odnosu na Baranju: Obje regije stavljaju snažan fokus na vinski turizam i kulturnu baštinu; s tim da regija Pécs-Villány temelji razvoj i na potencijalu za zdravstveni turizam. Pécs-Villány ima razvijeniju turističku infrastrukturu i bolju strukturu smještaja. Iako regija ne iskorištava dovoljno svoj pogranični položaj za

[21] Izvori: Program rada TZP Baranje 2025., Web stranice turističkih zajednica konkurentskih destinacija, Statistički podaci HTZ-a, Strateški dokumenti razvoja turizma

[22] Deturope, Regional situation and performance evaluation of tourismm development in the Pecs-Villany tourism area, vol. 16, Issue 3, 2024.

[23] Magyar Turisztikai Ügynökség

međunarodni turizam, privlači hrvatske posjetitelje (prema podacima iz 2019. godine, u komercijalnim smještajnim objektima boravilo je 2.390 turista iz Hrvatske).

Mađarska / mikro regija Siklós

Na ovom području, radi usporedivosti s Baranjom, možemo promatrati mikoregiju Siklós[24], u kojoj se nalaze:

- Harkany, jedno od najznačajnijih lječilišnih mjesta u Mađarskoj. Ljekovita voda Harkanya jedinstvena je u Europi, izbija s dubine od 50-70 metara, s prosječnom temperaturom od 62 °C i sadržajem mineralnih tvari više od 1.000 mg po litri
- Nagyharsány je smješten na južnim padinama brda Szarsomlyo iza kojeg se proteže zaštićeno područje prirode poznato kao „Đavolje brazde“ koje je pod upravom Nacionalnog parka Dunav-Drava. Na ovom području nalazi se otvoreni atelje i zbirka skulptura, prijemna zgrada i panoramska staza Kikerics. U prostoru reformirane crkve iz 13.stoljeća održava se jedan od koncerata Europskog festivala vinskih pjesama. Zahvaljujući izgradnji biciklističke staze „Tri rijeke“ do Nagyharsanya se može doći i biciklom. Najpopularniji događaj je festival Ördögkatlan, koji se održava svake godine krajem srpnja/početkom kolovoza.
- Villány, 17 km udaljen od grada Siklósa, mjesto je poznato po vinima i nalazi se na Prvoj vinskoj cesti Mađarske. Cestu s obje strane prate vinogradarske kuće, a u mjestu se nalaze brojne vinarije i vinski podrumi Biciklistička ruta „Tri rijeke“ pruža mogućnost da se vinska regija istraži biciklom. Vidikovac na brdo Templom popularnna je atrakcija za ljubitelje prirode, poučna staza duga 3 km nalazi se u starom kamenolomu. Od 1989. godine to je područje proglašeno zaštićenim zbogg geološkim vrijednosti u kamenolomskom dvorištu, te zbog jedinstvenih ostataka amonita u zemlji, čije porijeklo datira još iz jurskog razdoblja. Prostor za događanja smješten u središtu grada nudi brojne mogućnosti za različite programe. Tijekom ljetne sezone održava se niz događanja pod nazivom „Ako je petak, onda Villány“. Sredinom ljeta održava se Festival rozea, početkom jeseni, u listopadu, Festival crnog vina, a u studenom večera s guskom povodom dana Svetog Martina. Na događanjima sudjeluju poznati vinari iz Villánya sa svojim poznatim vinima i ukusnim jelima. Ugođaj upotpunjuju različiti koncerti i glazbene zabave.
- Villánykövesd, vinogradarsko mjesto, smješteno 3km od Villynya, također jedna od stanica biciklističke rute i planinarskih ruta. Njegova atraktivnost proizlazi i iz činjenice da su podrumski prostori raspoređeni na tri razine. Zaštićeni niz podruma jedan je od najimpresivnijih spomeničkih kompleksa u zemlji. On pokazuje koliko je značajna proizvodnja grožđa i vina bila u prošlosti u ovom kraju. Karakteristična šarena vrata podruma otvorena su posjetiteljima tijekom cijele godine, gdje mogu vidjeti aktualne faze obrade vina, alate i kušati okus vina koji hvali trud vinara i prirode. Iz podruma se pruža pogled na nekoliko hektara velikih parkova koji predstavljaju izvrsnu priliku za izlete ili rekreaciju, a za djecu u parku se nalazi i igralište. Svake godine u rujnu održava se Europski festival pjesama o vinu, Industrijska atrakcija je tvornica opeke koja se nalazi na rubu Villánykövesda.Još jedna atrakcija je rimsko-katolička crkva, sagrađena u kasnobaroknom stilu 1780. godine.

[24] Siklós - Siklós és környéke

- Palkonya se nalazi na sjeveroistočnom dijelu planine Villany. Danas vjerno čuva arhitektonsku kulturu njemačkih vinogradara naseljenih u XVIII. stoljeću. Najpoznatiji spomenički kompleks u općini je niz podruma koji pokriva brdo na kraju sela, a sastoji se od 53 vinske kuće. Polovica stambenih kuća zaštićena je lokalno kao spomenik, a kao rezultat programa zaštite arhitektonske baštine, fasade krase keramički ukrasi u obliku kuće s natpisom 'Zaštićeno'.Palkonya leži u zagrljaju tri ribnjaka, čiji bogati ptičji svijet i mir pružaju osvježenje posjetiteljima koji dolaze na ribolov ili izlete. U okolici postoji mnogo označenih pješačkih staza, a ovuda prolazi i međunarodna biciklistička ruta 'Tri rijeke'. Najposjećeniji festival je "Otvoreni podrumi na Duhove", koji nudi kušanje vina, kulturne događaje, dječje programe i vožnju kočijama za posjetitelje.Crkva s crvenim kupolama, jedan je od najljepših primjera mađarskih kružnih crkava. Drveno igralište na glavnoj ulici istaknuti je primjer narodnog drvorezničkog umijeća. Osim toga, iz vinograda "Weingarten" , gdje se nalazi novopodignuta kapela Svetog Bartolomeja, Palkonya je 2007. godine bila prvo mjesto u Mađarskoj koje je proglašeno Europskim kulturnim selom.

Osječko-baranjska županija (kontekst komplementarnosti)

- Stratešku poziciju Baranje ključno je promatrati u kontekstu komplementarnosti s gradom Osijekom. Kao središte županije, najveći grad na području Slavonije i Baranje, te četvrti po broju stanovnika u Hrvatskoj, Osijek ima ulogu glavnog emitivnog tržišta za jednodnevne posjetitelje Baranje
- Gospodarski značaj Osijeka očituje se u dolasku investitora i poslovnih posjetitelja koji mogu proširiti svoj boravak jednodnevnim posjetima Baranji, posebno za eno-gastronomske doživljaje i posjete Kopačkom ritu
- Prometna povezanost Osijeka s Baranjom putem autoceste A5 - izravno spojene na autocestu A3 - omogućuje lako dostupnost Baranje za jednodnevne posjet. Paneuropska autocesta, koridor 5c povezuje Srednju Europu s Jadranskim morem, što Osijek pozicionira kao tranzitnu točku za međunarodne posjetitelje koji mogu uključiti jednodnevne posjete Baranji u svoju rutu.
- Zračna luka Osijek, međunarodna regionalna zračna luka smještena 20 kilometara od Osijeka, s letovima za München (Croatia Airlines) i London Stansted (Ryanair), povećava međunarodnu dostupnost destinacije. Ova avio povezanost ključna je za privlačenje međunarodnih jednodnevnih posjetitelja, posebno onih zainteresiranih za birdwatching u Kopačkom ritu i eno-turizma.
- Riječne luke Osijek, Batina i Aljmaš, kao dio riječne mreže europskih rijeka Dunava i Drave, omogućavaju razvoj riječnog turizma s Osijekom kao polazišnom točkom za jednodnevne ture Baranjom, posebno kombiniranje urbane atmosfere Osijeka s prirodnim ljepotama Kopačkog rita.
- Osječko-baranjska županija u 2023. i 2024. godini bilježi rast dolazaka domaćih i stranih gostiju, rast smještajnih kapaciteta i porast broja noćenja. Sve je više zahtjeva za smještaj tijekom radnog tjedna u većim smještajnim kapacitetima, što ukazuje na rast poslovnog turizma vezanog uz gospodarski razvoj Osijeka.

Konkurentska pozicija Baranje

Kroz analizu konkurencije, konkurentske prednosti Baranje možemo sumirati kao sljedeće elemente:

- Prirodni resursi: Park prirode Kopački rit kao jedinstveni ekosustav; Dunav i Drava, s potencijalom za riječni turizam, aktivnosti na vodi i povezanost s europskim riječnim mrežama; Bansko brdo
- Kulturna baština: bogato kulturno nasljeđe, dvorci, etno-sela, multikulturalnost i spoj različitih kultura (hrvatska, srpska, mađarska, njemačke baština), tradicijske manifestacije
- Eno-gastronomija: autentična vinska scena, fokus na izvorne sorte i recepture, beljski podrumi i tradicionalni gatori, povezanost vinara s gastro scenom Osijeka, integracija međunarodnih vinskih projekata[25], autentična lokalna kuhinja i tradicionalne metode proizvodnje, Baranjski kulen
- Integrirana ponuda: povezivanje proizvođača, stvaranje tematskih ruta; stručno vodstvo, organizacija događanja, razvoj interpretacijskih centara; digitalna interpretacija; interaktivni doživljaji

U odnosu na konkurenciju može se reći da Baranja ima sljedeće nedostatke:

- Slabija turistička infrastruktura**:** Manje smještajnih kapaciteta i niža razina usluge u usporedbi s razvijenijim mađarskim destinacijama poput Pécs-Villány regije
- Izražena sezonalnost**:** Koncentracija posjeta u jesenskim mjesecima (berba grožđa, lov) što ukazuje na nedostatak cjelogodišnjih sadržaja.
- Ograničena digitalna prisutnost i fragmentirana ponude, što ukazuje na potrebu jačanja marketinga destinacije i integriranja turističke ponude na razini regije
- Nedovoljna međunarodna prepoznatljivost vinskih proizvoda

Jačanju konkurentske pozicije Baranje moglo bi se pristupiti kroz:

- Razvoj i unapređenje infrastrukture: poboljšanje kvalitete smještaja, razvoj dodatnih sadržaja (kongresni kapaciteti, servisne stanice za cikloturiste).
- Stvaranje i promociju prepoznatljivih turističkih proizvoda: naglasak na jedinstvenosti Kopačkog rita, razvoju eno-gastronomskog turizma s fokusom na autohtone sorte, cikloturizma duž Drave i Dunava te riječnog turizma, integracija kulturne baštine u turističku ponudu kroz tematske rute.
- Jačanje marketinga destinacije: fokus na digitalno oglašavanje, isticanje autentičnosti i multikulturalnosti Baranje; ciljano privlačenje stranih turista, posebno iz susjednih zemalja, s obzirom na blizinu i postojeće kulturno-povijesne veze.
- Razvoj jednodnevnih programa iz Osijeka – pozicioniranje Osijeka kao „gateway“ za otkrivanje Baranje: kreiranje strukturiranih jednodnevnih paketa koji kombiniraju urbanu kulturu Osijeka s prirodnim ljepotama Kopačkog rita, eno-gastronomskim doživljajima i kulturnom baštinom Baranje, uključivanje sadržaja za poslovne posjetitelje, studente i turiste u tranzitu.
- Razvoj cjelogodišnje ponude: smanjenje sezonalnosti kroz razvoj sadržaja i manifestacija izvan jesenskog perioda, posebno iskorištavanje potencijala zimskog turizma i manifestacija vezanih uz kulturnu baštinu.
- Korištenje globalnih trendova: korištenje rasta potražnje za autentičnim doživljajima, eko-turizmom, birdwatching aktivnostima u Kopačkom ritu i cikloturizmom duž europskih riječnih ruta, integracija s poslovnim turizmom u Osijeku.

[25] VINSKI TURIZAM BEZ GRANICA – JEDINSTVENA VINSKO – TURISTIČKA DESTINACIJA – Hrvatska agencija za poljoprivredu i hranu

ANALIZA TRENDOVA

Razumijevanje globalnih, regionalnih i lokalnih turističkih trendova predstavlja temelj za strateško pozicioniranje Baranje na turističkom tržištu. Analiza kvantitativnih pokazatelja i kvalitativnih kretanja u turizmu omogućava identificiranje prilika i izazova koji utječu na razvoj turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj. Ovaj pristup osigurava da se turistička strategija Baranje temelji na objektivnim podacima i prepoznatljivim trendovima koji oblikuju suvremeno turističko tržište.

Globalni turistički trendovi

Kvantitativni pokazatelji na globalnom turističkom tržištu pokazuju sljedeće trendove:

- **Oporavak međunarodnog turizma u 2024. godini**: Prema UN Tourism World Tourism Barometer-u, procjenjuje se da je 1,4 milijarde turista putovalo međunarodno u 2024. godini**,** što predstavlja virtualni oporavak od 99% pred-pandemijskih razina (UN Tourism, 2025). Ovo označava povećanje od 11% u odnosu na 2023. godinu, ili 140 milijuna više međunarodnih turističkih dolazaka.
- **Prihodi od turizma**: Međunarodni turistički prihodi dosegnuli su USD 1,6 triliona u 2024. godini**,** oko 3% više nego u 2023. i 4% više nego u 2019. godini u realnim uvjetima. Ukupni izvozni prihodi od turizma (prihodi i prijevoz putnika) procjenjuju se na rekordnih USD 1,9 triliona u 2024**.**, što je oko 3% više nego u 2019. (UN Tourism, 2025).
- **Doprinos globalnom BDP-u**: Očekivanje za doprinos sektora putovanja i turizma globalnoj ekonomiji za 2024. godini bilo je 11,1 triliona USD, što predstavlja 12,1% godišnji rast i čini 10% globalnog BDP-a (WP Travel, 2024).
- **Prognoza za 2025. godinu**: Očekuje se da će međunarodni turistički dolasci imati porast 3% do 5% u 2025. u odnosu na 2024., pod uvjetom kontinuirane obnove Azije i Tihog oceana i solidnog rasta u većini drugih regija (UN Tourism, 2025).

Globalni turistički trendovi odražavaju se kroz sljedeće kvalitativne pokazatelje:

- **Potražnja za održivošću**: Uravnoteživanje rasta i održivosti bit će kritično u 2025. godini, što se odražava kroz dva glavna trenda identificirana od strane Panel of Experts-a: traženje održivih praski i otkrivanje manje poznatih destinacija (UN Tourism, 2025).
- **Vrijednost za novac**: Očekuje da će turisti nastaviti tražiti vrijednost za novac uslijed ekonomskih izazova. Više od polovice ispitanika ističe visoke troškove prijevoza i smještaja kao glavne izazove s kojima će se međunarodni turizam suočiti u 2025. (UN Tourism, 2025).
- **Geopolitički rizici**: Geopolitički rizici (osim trenutnih sukoba) predstavljaju rastuću zabrinutost među panelom stručnjaka, koji ih rangiraju kao treći glavni faktor utjecaja na turistička kretanja (UN Tourism, 2025).
- **Klimatske promjene**: Ekstremni vremenski događaji i nedostatak osoblja također su kritični izazovi, rangirani kao četvrti i peti faktori identificirani od strane Panel of Experts-a (UN Tourism, 2025).

Turistički trendovi u Hrvatskoj

Kvantitativni pokazatelji na hrvatskom turističkom tržištu pokazuju sljedeće trendove:

- **Rekordna 2024. godina**: Hrvatska je zabilježila preko 21,3 milijuna dolazaka i više od 108,7 milijuna noćenja u 2024. godini, što predstavlja 4% povećanje dolazaka i 1% povećanje noćenja u odnosu na 2023. (HTZ, 2025).
- **Regionalna distribucija 2024.**: Jadranska regija**:** 103,3 milijuna noćenja (rast od 1%), kontinentalna regija**:** preko 2,7 milijuna noćenja (rast od 5%), Zagreb**:** 2,7 milijuna noćenja (rast od 6%) (HTZ, 2025)
- **Ekonomski učinak**: 7,3 milijarde EUR računa izdano je u turističkim sektorima tijekom 2024., što predstavlja povećanje od 11,5%**,** s 5% porastom broja izdanih računa (431 milijun ukupno) (HTZ, 2025).
- **Sezonski trendovi**: Od siječnja do svibnja, dolasci su porasli za 11%**,** dok su noćenja porasla za 12,5%**.** Slično, od listopada do prosinca, dolasci su porasli za 10,3%**,** a noćenja za 9,7% (HTZ, 2025).
- **Prva polovica 2025. godine**: Hrvatska je zabilježila 7,5 milijuna turističkih dolazaka i 29,3 milijuna noćenja između siječnja i lipnja 2025., što predstavlja 4% povećanje i dolazaka i noćenja u odnosu na isto razdoblje 2024. (Croatia Week, 2025).

Turistički trendovi na hrvatskom tržištu odražavaju se kroz sljedeće kvalitativne pokazatelje:

- **Cjelogodišnji turizam**: Posebno je zadovoljavajući rast tijekom pred-sezone i post-sezone**,** potvrđujući Hrvatsku kao cjelogodišnju destinaciju (HTZ, 2025).
- **Fokus na kontinentalna područja**: nadležna turistička tijela ističu prioritete: konkurentnost cijena, sigurnost destinacije i održivost kako bi se osigurao kontinuirani uspjeh, posebno u pred- i post-sezonskim razdobljima i u kontinentalnim područjima (HTZ, 2025).
- **Infrastrukturni razvoj**: Značajni rast u prometu i infrastrukturi: HAC zabilježio 76,5 milijuna vozila (rast od 8%), Aerodrom Franjo Tuđman dočekao četiri milijuntog putnika po prvi put u povijesti (HTZ, 2025).

Turistički trendovi u kontinentalnoj Hrvatskoj

Kontinentalna Hrvatska zabilježila je u 2024. godini preko 2,7 milijuna noćenja u 2024**.**, što predstavlja 5% povećanje u odnosu na 2023. godinu (HTZ, 2025). U prvoj polovici 2025. godine zabilježeno je 1,1 milijuna noćenja, što predstavlja 1% rast u odnosu na isto razdoblje godinu ranije (Croatia Week, 2025). I dalje raste značaj manifestacija kao što su npr. Špancirfest u Varaždinu[26] i Terezijana u Bjelovaru[27], s brojnim raznorodnim sadržajima za cijelu obitelj, te pratećom zabavnom i gastronomskom ponudom. Tradicionalno je veliko zanimanje za prirodni turizam: nacionalni parkovi, parkovi prirode i mjesta zaštićene svjetske baštine. Za vjerski

[26] Home - Špancirfest

[27] Terezijana - Najzabavnija carska priča središnje Hrvatske! - Terezijana

turizam najznačajnije je Svetište Marije Bistrice[28] kao najveće hodočasničko mjesto u zemlji koje godišnje posjećuju stotine tisuća hodočasnika.

U kontekstu Baranje koja se nalazi u blizini Osijeka kao regionalnog središta, može se spomenuti statistika Zagrebačke županije koja 2024. godine bilježi rast turističke potrošnje u odnosu na 2023. ali i na rekordnu, pred-pandemijsku 2019. godinu. Velika Gorica pored Zagreba postala je najposjećeniji grad županije s udjelom od preko 36% u ukupnom turističkom prometu, što se može pripisati jačanju identiteta grada, većem broju manifestacija (sportski sadržaji vezani uz avijaciju, automobilizam i motociklizam) rimske iskopine Andautonia, povijesna i kulturna baština Turopolja, božićni sajam, pokrenut postupak uređenja jezera za kupanje radi korištenja prirodnog resursa kao društvenog i rekreacijskog prostora).

Turistički trendovi u Baranji

Osječko-baranjska županija u 2024. godini bilježi povećanje broja noćenja za 4,89% u odnosu na 2023. godinu. Noćenja domaćih turista porasla su za 10,95%. Smještajni kapaciteti bilježe rast, u odnosu na 2022. godinu: 14,3% više objekata (735) i 2,8% više kreveta (6.138) . U listopadu 2024. zabilježen je pad broja noćenja u odnosu na isti mjesec godinu ranije, što ukazuje na sezonske fluktuacije.

Glavne trendove u Baranji obilježavaju:

- Kopački rit, jedno od najvećih močvarnih područja u Europi, na ušću Drave i Dunava, na površini od 230 km2 (Fair Tourism, 2025)
- Vinski turizam
- Multikulturalna baština
- Kulinarska tradicija s autentičnim delicijama (kulen, fiš paprikaš, šaran na rašljama)

što je i rezultiralo priznanjem Baranje za najbolju ruralnu destinaciju u Hrvatskoj 2017., 2019. i 2024. godine.

Turistička kretanja u Baranji u odnosu na širi kontekst turističkih kretanja:

- **Globalni trend održivosti**: Dok globalno potražnja za održivim praksama i otkrivanjem manje poznatih destinacija predstavlja ključni trend (UN Tourism, 2025), Baranja perfektno odgovara ovom trendu kao skriveni dragulj hrvatskog turizma s autentičnim ruralnim doživljajima i očuvanim prirodnim okruženjem.
- **Vrijednost za novac**: Globalna potražnja vrijednosti za novac (UN Tourism, 2025) čini Baranju konkurentnom s njezinom autentičnom ponudom po pristupačnim cijenama u odnosu na skupe destinacije.
- **Prirodno okruženje:** trend isticanja prirodnih otočnih okruženja Baranja može nadoknaditi promocijom Kopačkog rita kao jedinstvenog močvarnog ekosustava
- **Kontinentalni turistički rast:** Dok kontinentalna Hrvatska bilježi 5% rast noćenja, Osječko-baranjska županija s 4,89% rastom prati nacionalni trend kontinentalnog turizma, Baranja može iskoristiti hrvatski fokus na cjelogodišnji turizam kroz svoje kulturne manifestacije, vinski turizam i zimske aktivnosti.

[28] Hrvatsko nacionalno svetište Majke Božje Bistričke

POKAZATELJI ODRŽIVOSTI TURIZMA

Turističke zajednice prikupljaju podatke iz javno dostupnih izvora i služenih evidencija i javnopravnih tijela, kao i putem primarnih istraživanja. Prikupljeni podaci analiziraju se te kontinuiranim praćenjem ukazuju na potencijale koje treba iskoristiti kao i na ograničenja koja treba savladati, odnosno, uzimati u obzir prilikom planiranja budućih aktivnosti i projekata. Analiza prikupljenih podataka služi kao temelj za razvoj održive i konkurentne turističke destinacije. Svaka od stavki koje se analiziraju ima ključnu ulogu u sveobuhvatnom razumijevanju trenutnog stanja destinacije, kao i u planiranju održivog razvoja destinacije.

U skladu s odredbama Zakona o turizmu, Plan upravljanja destinacijom mora sadržavati obvezne pokazatelje održivosti destinacije, a može sadržavati i specifične pokazatelje održivosti destinacije, utemeljene na analizi stanja destinacije i povezane s razvojnim smjerom. Popis obveznih i specifičnih pokazatelja za praćenje održivosti, izvor i evidentiranje podataka koji su potrebni za izračun navedenih pokazatelja uređen je Pravilnikom o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma (NN 112/24).

Obvezni pokazatelji uključuju: zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom, zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom, pristupačnost destinacije, sigurnost destinacije, održivo upravljanje destinacijom, upravljanje vodnim resursima, gospodarenje otpadnim vodama, gospodarenje otpadom, zaštita bioraznolikosti, održivo upravljanje energijom, ublažavanje i prilagodba klimatskih promjena, održivo upravljanje prostorom, turistički promet, turističku infrastrukturu i poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu. Specifične pokazatelje svaka destinacija sama odabire ovisno o svojim obilježjima i razvojnom usmjerenju te se određuju planom upravljanja.

Ovi pokazatelji dijelom su obrađeni u ranijim poglavljima a u nastavku su rezultati i analiza istraživanja (zadovoljstvo turizmom destinacije lokalnog stanovništva) područja Turističke zajednice Baranja,[29] te rezultati istraživanja zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja boravkom u destinaciji, provedeni na temelju anketnih upitnika.

Učestalost boravka ispitanika u destinaciji

Najveći postotak ispitanika živi u destinaciji (97,4%) za koju se provodi istraživanje.

Tablica 2517: Učestalost boravka ispitanika u destinaciji tijekom posljednjeg mjeseca

Jeste li posljednjih mjesec dana većinom boravili u mjestu u kojem živite?	Broj Ispitanika	% ukupno	% valjanih
da	152	93,8	97,4
ne	4	2,5	2,6
Ukupno	156	96,3	100,0
Nedostajući odgovori	6	3,7	
Ukupno	**162**	**100,0**	

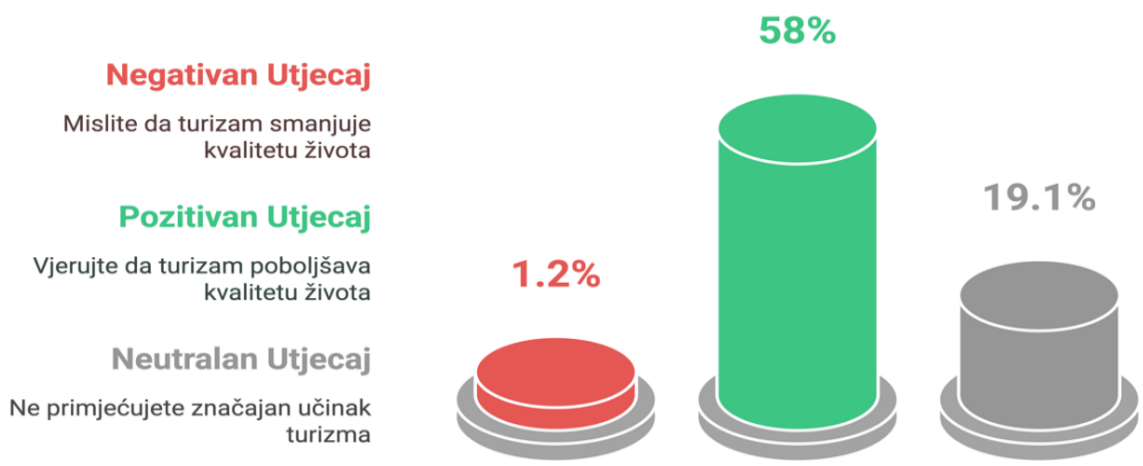
[29] Istraživanje stavova lokalnog stanovništva o turizmu i utjecaju turizma na kvalitetu života, TZ Osječko-baranjske županije, 2025

Zadovoljstvo razvojem turizma

Prema Strateškom planu održivog razvoja turizma Osječko-baranjske županije, "zadovoljstvo lokalnog stanovništva razvojem turizma predstavlja jedan od ključnih indikatora društvene održivosti turizma". Lokalni stanovnici ocjenjivali su zadovoljstvo razvojem turizma u destinaciji dodjeljivanjem ocjena na 5-stupnjevanoj Likertovoj ljestvici gdje je ocjena 1 u potpunosti nisam zadovoljan/na, a 5 potpunosti sam zadovoljan/na. Prosječna ocjena lokalnih stanovnika u ocjeni sveukupnog zadovoljstva turizmom destinacije iznosi **3,11** uz standardnu devijaciju 1,151.

Analiza stavova lokalnog stanovništva TZP Baranje upućuje kako samo 1,2% ispitanika smatra kako turizam smanjuje kvalitetu života. Najveći postotak zamjetan je u kategoriji pomaže u unaprijeđenu kvalitete života 58%. Također, 19,1% ispitanika ne uočava niti pozitivan niti negativan učinak turizma u našoj destinaciji. Ako se promotre pozitivni stavovi, moguće je zaključiti kako je gotovo 80% ispitanika (79,6%) pozitivnim stavom ocijenilo učinak turizma na kvalitetu života u destinaciji.

Slika 16: Percepcija lokalnog stanovništva o utjecaju turizma na kvalitetu života



Tablica 26: Zadovoljstvo lokalnog stanovništva razvojem turizma

Koliko ste sveukupno zadovoljni razvojem turizma u destinaciji	Broj ispitanika	% ukupno	% valjanih
U potpunosti nezadovoljan/na	21	13,0	13,0
Nezadovoljan/na	21	13,0	13,0
Niti nezadovoljan/na, niti zadovoljan/na	52	32,1	32,3
Zadovoljan/na	53	32,7	32,9
U potpunosti zadovoljan/na	14	8,6	8,7
Ukupno	161	99,4	100,0
Nedostajući odgovori	1	0,6	
Ukupno	**162**	**100,0**	

Na temelju analize podataka može se zaključiti:

- **Umjereno pozitivna percepcija razvoja turizma**: Iako je veći postotak zadovoljnih (41,6%) nego nezadovoljnih (26,0%) ispitanika, ovaj pokazatelj ukazuje na umjereno zadovoljstvo razvojem turizma, što sugerira da postoji prostor za poboljšanje.
- **Značajan udio neutralnih stavova**: Visok postotak ispitanika s neutralnim stavom (32,3%) može ukazivati na nedovoljnu uključenost lokalnog stanovništva u procese turističkog razvoja ili na nedovoljno vidljive učinke turizma na svakodnevni život.
- **Potencijalni izazovi:** Činjenica da je više od četvrtine ispitanika (26,0%) nezadovoljno razvojem turizma zahtijeva detaljniju analizu uzroka nezadovoljstva kako bi se identificirale potencijalne slabosti u trenutnom modelu razvoja.
- **Aktivnosti za poboljšanje:** intenzivnija komunikaciju s lokalnim stanovništvom o planovima razvoja turizma, uvođenje mehanizama koji će osigurati ravnomjerniju distribuciju koristi od turizma među svim dionicima, provođenje detaljnije istraživanje kako bi se identificirali specifični uzroci nezadovoljstva

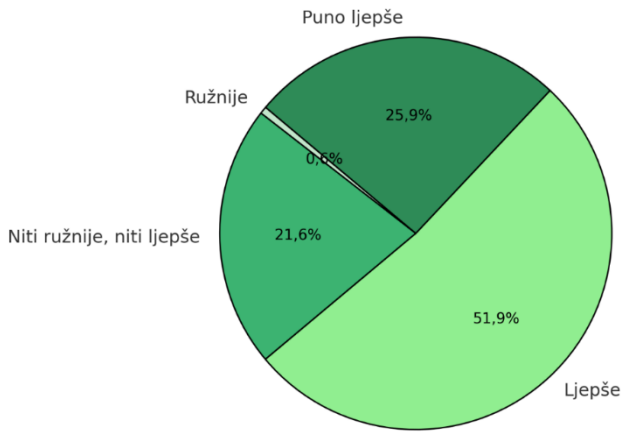
Utjecaj turističkog razvoja na izgled destinacije

Lokalni stanovnici ocjenjivali su utjecaj turističkog razvoja na izgled mjesta 5-stupnjevanom Likertovom ljestvicom gdje je ocjena 1 puno ružnije, a 5 puno ljepše. Prosječna ocjena lokalnih stanovnika u ocjeni utjecaja turističkog razvoja na izgled mjesta iznosi **4,03** uz standardnu devijaciju 0,709.

Tablica 2718: Utjecaj turizma na izgled destinacije

Utjecaj turizma na izgled destinacije	Broj ispitanika	%
Puno ružnije	0	0,0
Ružnije	1	0,6
Niti ružnije, niti ljepše	35	21,6
Ljepše	84	51,9
Puno ljepše	42	25,9
Ukupno	**162**	**100,0**

Slika 17: Percepcija lokalnog stanovništva o utjecaju turizma na izgled destinacije



Ovi podaci predstavljaju pokazatelj prihvatnog kapaciteta koji se odnosi na percepciju lokalnog stanovništva o utjecaju turizma na vizualni identitet i estetsku komponentu destinacije. Prema Institutu za turizam, "vizualni identitet destinacije je važan aspekt njezine atraktivnosti i jedan

od ključnih elemenata koji utječu na zadovoljstvo kako posjetitelja tako i lokalnog stanovništva".

Izrazito visok postotak pozitivnih stavova (77,8%) i gotovo potpuni izostanak negativnih stavova (samo 0,6%) ukazuju na to da:

1. **Turistički razvoj doprinosi uređenju mjesta**: Razvoj turizma očito potiče ulaganja u vizualni identitet destinacije, što uključuje uređenje javnih površina, renovaciju zgrada, hortikulturno uređenje, održavanje infrastrukture i slične aktivnosti koje poboljšavaju estetsku komponentu mjesta.
2. **Vizualni prihvatni kapacitet nije ugrožen**: Trenutni intenzitet i način razvoja turizma ne narušavaju vizualni integritet destinacije, odnosno ne dovode do vizualne degradacije prostora tipične za masovni turizam (preizgrađenost, neprimjerena arhitektura, narušavanje tradicionalnog izgleda mjesta).
3. **Potencijal za brendiranje destinacije**: Pozitivna percepcija izgleda destinacije predstavlja dobru osnovu za daljnje brendiranje destinacije po pitanju vizualnog identiteta i njegovanje autentičnog izgleda mjesta kao turističkog resursa.

Na temelju analize podataka može se zaključiti:

- **Turizam kao faktor unapređenja vizualnog identiteta**: Većina lokalnog stanovništva (77,8%) smatra da turizam čini destinaciju ljepšom, što potvrđuje turizam kao značajan faktor unapređenja vizualnog identiteta i estetske vrijednosti destinacije.
- **Održivost trenutnog modela razvoja**: Gotovo potpuni izostanak negativnih stavova (samo 0,6%) ukazuje da trenutni model razvoja turizma ne narušava vizualni integritet destinacije, već doprinosi njegovom poboljšanju.
- **Usklađenost s principima održivog razvoja**: Rezultati ukazuju na dobru usklađenost turističkog razvoja s principima održivog razvoja navedenim u Strateškom planu održivog razvoja turizma Osječko-baranjske županije koji naglašava važnost očuvanja autentičnosti prostora i vizualnog identiteta destinacije.
- **Aktivnosti za poboljšanje:** Nastavak ulaganja u uređenje javnih površina i očuvanje tradicijske arhitekture, razvoj smjernica za arhitektonsko oblikovanje turističkih objekata usklađenih s tradicionalnim vizualnim identitetom destinacije, promoviranje i poticanje privatnih ulaganja u uređenje okućnica i fasada, ugrađivanje elemenata lokalnog identiteta u urbanu opremu i signalizaciju (Zavod za prostorno planiranje OBŽ, 2020)

Ovi rezultati su ohrabrujući u kontekstu održivog razvoja turizma i ukazuju na to da destinacija dobro upravlja svojim vizualnim resursima, što predstavlja važan aspekt ukupne turističke atraktivnosti i zadovoljstva posjetitelja.

Utjecaj turizma na prikladnost javnog prostora

Lokalni stanovnici ocjenjivali su načine korištenja javnog prostora unutar destinacije, odnosno utjecaj turizma na javni prostor (gradske ulice i trgove, zelene površine) 5-stupnjevanom Likertovom ljestvicom (1 – puno manje prikladno za Vaše potrebe; 5 – puno više prikladno za

Vaše potrebe). Prosječna ocjena lokalnih stanovnika u ocjeni utjecaja turizma na javni prostor iznosi **3,41** uz standardnu devijaciju 0,809. Ova ocjena pokazuje da lokalno stanovništvo ima pozitivan stav prema utjecaju turizma na javne prostore u njihovoj destinaciji. Većina stanovnika vidi određena poboljšanja u funkcionalnosti i prikladnosti javnih prostora zbog turističkog razvoja. Međutim, prosječna ocjena od 3,41 također sugerira da postoji prostor za daljnje unapređenje javnih prostora kako bi se bolje služile potrebama lokalnog stanovništva. Relativno niska standardna devijacija ukazuje da je ovo mišljenje prilično ujednačeno među stanovnicima, što daje čvrstu osnovu za planiranje budućih intervencija u javnom prostoru koje bi mogle dodatno poboljšati zadovoljstvo lokalnog stanovništva.

Tablica 2819: Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora i prikladnost za stanovnike

Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora i prikladnost korištenja za potrebe stanovnika	Broj ispitanika	%
Puno manje prikladni	4	2,5
Manje prikladni	5	3,1
Niti manje, niti više	89	54,9
Više prikladni	48	29,6
Puno više prikladni	16	9,9
Ukupno	**162**	**100,0**

Rezultati analize pokazuju nekoliko važnih aspekata odnosa turizma i javnog prostora u destinaciji:

- **Dominacija neutralnih stavova**: Vrlo visok postotak neutralnih stavova (54,9%) ukazuje da većina lokalnog stanovništva ne percipira značajne promjene u dostupnosti i prikladnosti javnog prostora uslijed razvoja turizma. Ovo može upućivati na: nedovoljnu integraciju turističkih sadržaja u javne prostore, nedostatak konflikta između turista i lokalnog stanovništva u korištenju javnih prostora, mogući nedostatak značajnijeg razvoja javnih prostora općenito.
- **Umjereno pozitivna percepcija**: Značajan udio pozitivnih stavova (39,5%) sugerira da dio stanovništva prepoznaje pozitivne učinke turizma na javne prostore, što može uključivati: bolje održavanje postojećih javnih prostora, stvaranje novih javnih prostora i sadržaja, revitalizaciju zapuštenih javnih površina.
- **Nizak udio negativnih stavova**: Mali postotak negativnih stavova (5,6%) ukazuje da još uvijek nema značajnih problema s preopterećenjem javnih prostora turistima ili njihovom komercijalizacijom na štetu lokalnog stanovništva.

Prema Strateškom planu održivog razvoja turizma Osječko-baranjske županije, "javni prostori predstavljaju važan resurs za kvalitetu života lokalnog stanovništva, ali i važan turistički resurs". Pokazatelj prihvatnog kapaciteta koji se odnosi na korištenje javnog prostora ukazuje na potencijalne konflikte između turističke funkcije i funkcije stanovanja u destinaciji.

Trenutni rezultati sugeriraju da prihvatni kapacitet javnih prostora nije ugrožen, odnosno da destinacija još uvijek nije dosegla razinu turističkog razvoja koja bi značajno ograničavala ili mijenjala način korištenja javnih prostora od strane lokalnog stanovništva.

Na temelju analize podataka može se zaključiti:

- **Uravnotežen odnos turizma i javnog prostora**: Većina lokalnog stanovništva (54,9%) ne percipira promjene u prikladnosti korištenja javnog prostora uslijed razvoja turizma, dok je

daleko veći udio onih koji percipiraju pozitivne (39,5%) nego negativne (5,6%) promjene, što ukazuje na uravnotežen odnos između turističke funkcije i funkcije stanovanja u destinaciji.

- **Nedostatak značajnih konflikata**: Nizak postotak negativnih stavova (5,6%) ukazuje na odsutnost značajnih konflikata između turista i lokalnog stanovništva u korištenju javnih prostora, što je pozitivan pokazatelj u kontekstu društvene održivosti turizma.
- **Prostor za napredak**: Veliki udio neutralnih stavova (54,9%) sugerira da postoji prostor za bolje korištenje potencijala turizma u unapređenju javnih prostora i njihovoj prilagodbi potrebama i turista i lokalnog stanovništva.
- **Aktivnosti za poboljšanje:** razvoj strategije upravljanja javnim prostorima koja integrira turističke i komunalne funkcije, razvoj multifunkcionalnih javnih prostora koji služe i turistima i lokalnom stanovništvu, uključivanje lokalnog stanovništva u procese planiranja javnih prostora, osiguranje ravnomjerne dostupnosti javnih prostora tijekom cijele godine.

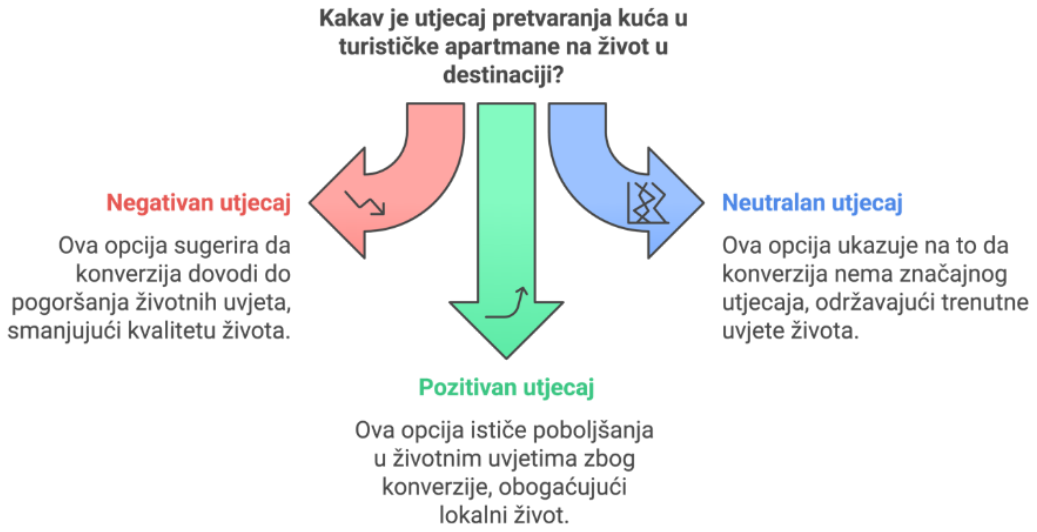
Ovi rezultati, promatrani u kontekstu drugih pokazatelja održivosti, ukazuju na to da destinacija trenutno održava dobru ravnotežu između turističkih potreba i potreba lokalnog stanovništva u domeni javnih prostora, što predstavlja važan aspekt društvene održivosti turističkog razvoja.

Utjecaj pretvaranja stanova i kuća u turističkih smještaj na život u destinaciji

Pretvaranje kuća u turističke apartmane i kuće za odmor te kakav utjecaj navedeno ima na život u destinaciji 5-stupnjevanom Likertovom ljestvicom (1 – puno lošiji; 5 – puno bolji). Lokalni stanovnici ocjenjivali su trenutno zadovoljstvo sa životom u destinaciji dodjeljivanjem ocjena na 5-stupnjevanoj Likertovoj ljestvici gdje je 1 u potpunosti nezadovoljan/na, a 5 potpunosti zadovoljan/na. Prosječna ocjena iznosi **3,63** uz standardnu devijaciju 0,818.

Tablica 2820: Utjecaj pretvaranja stanova u turistički smještaj na život u destinaciji

Utjecaj pretvaranja stanova u turističke apartmane na život u destinaciji	Broj ispitanika	%
Puno lošiji	2	1,2
Lošiji	10	6,2
Niti lošiji, niti bolji	53	32,7
Bolji	78	48,1
Puno bolji	19	11,7
Ukupno	**162**	**100,0**



Rezultati analize pokazuju sljedeće:

- **Dominacija pozitivnih stavova**: Visok postotak ispitanika (59,8%) koji percipiraju pozitivan utjecaj apartmanizacije ukazuje na: ekonomske koristi koje lokalno stanovništvo ostvaruje kroz iznajmljivanje privatnih smještajnih kapaciteta, percepciju da revitalizacija stambenog fonda kroz pretvaranje u turističke apartmane doprinosi ukupnom poboljšanju izgleda i funkcionalnosti naselja, moguću prethodno nisku iskorištenost stambenog fonda (prazne kuće, vikendice koje se rijetko koriste)
- **Značajan udio neutralnih stavova**: Gotovo trećina ispitanika (32,7%) ne percipira značajne promjene uslijed apartmanizacije, što može ukazivati na: umjeren intenzitet ovog procesa u destinaciji, dobru regulaciju i integraciju turističkih apartmana u stambeno tkivo naselja, ravnomjernu distribuciju turističkih apartmana koja ne stvara "turistička geta"
- **Nizak udio negativnih stavova**: Mali postotak ispitanika (7,4%) koji percipiraju negativne učinke apartmanizacije sugerira da problemi tipični za destinacije s prekomjernom apartmanizacijom (iseljavanje lokalnog stanovništva, porast cijena nekretnina, gubitak autentičnosti) još uvijek nisu značajno izraženi.

Utjecaj turističkog razvoja na duh destinacije

Lokalni stanovnici ocjenjivali su utjecaj turističkoj razvoja na duh destinacije dodjeljivanjem ocjena na 5-stupnjevanoj Likertovoj ljestvici gdje je 1 turizam ima izrazito negativan utjecaj, a 5 turizam ima izrazito pozitivan utjecaj.

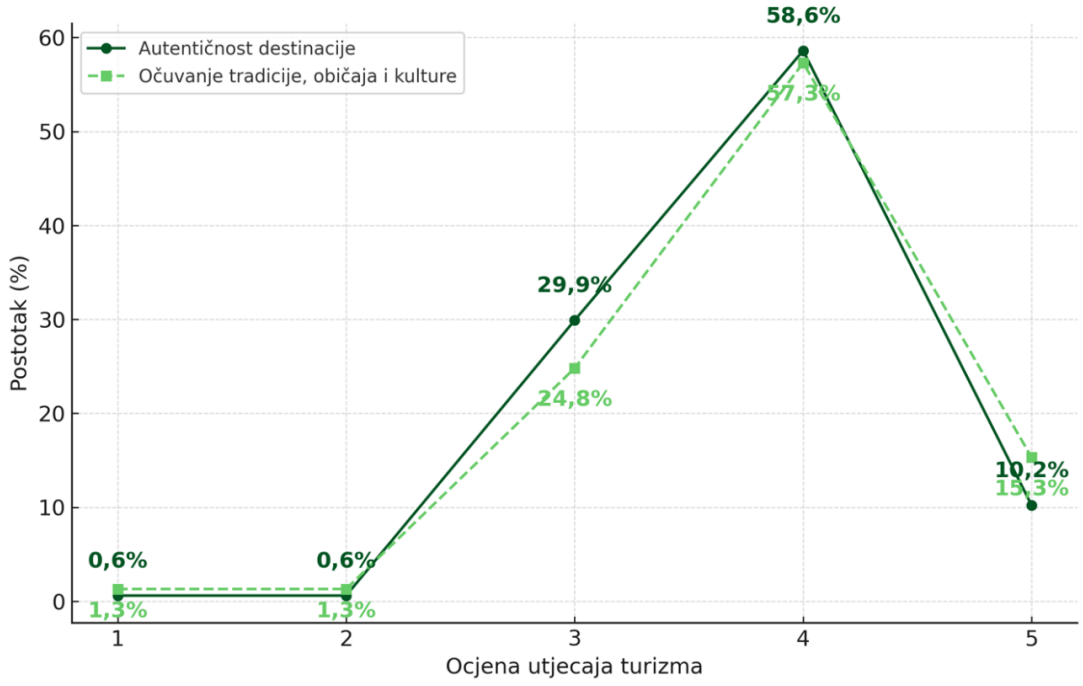
Tablica 2921: Utjecaj turizma na duh destinacije

Kako turistički razvoj utječe na duh Vašeg mjesta	Autentičnost		Očuvanje tradicije, običaja i kulture	
	broj	%	broj	%
izrazito negativan utjecaj	1	0,6	2	1,3
negativan utjecaj	1	0,6	2	1,3
niti negativan, niti pozitivan utjecaj	47	29,9	39	24,8
pozitivan utjecaj	92	58,6	90	57,3
izrazito pozitivan utjecaj	16	10,2	24	15,3
Ukupno	**157**	**100,0**	**157**	**100,0**

Prosječna ocjena lokalnih stanovnika u ocjeni autentičnosti destinacije iznosi **3,77** uz standardnu devijaciju 0,659. Ova ocjena pokazuje da lokalno stanovništvo uglavnom percipira pozitivan utjecaj turizma na autentičnost destinacije. Relativno niska standardna devijacija (0,659) ukazuje na konzistentnost u percepciji među ispitanicima. Većina stanovnika vjeruje kako turistički razvoj ima umjereno pozitivan utjecaj na očuvanje autentičnosti destinacije, ali postoji prostor za poboljšanja kako bi se zadržao izvorni karakter destinacije.

Prosječna ocjena lokalnih stanovnika u ocjeni očuvanja tradicije, običaja i kulture destinacije iznosi **3,84** uz standardnu devijaciju 0,738. Ova ocjena također pokazuje pozitivnu percepciju utjecaja turizma. Nešto viša standardna devijacija (0,738) ukazuje na malo veće razlike u mišljenjima ispitanika o ovom aspektu, ali i dalje s visokom razinom konzistentnosti. Nešto viša ocjena od prethodne ukazuje na to da stanovnici vide nešto snažniji pozitivan utjecaj turističkog razvoja na kulturnu dimenziju destinacije, uključujući očuvanje tradicije i običaja.

Slika 18: Utjecaj turističkog razvoja na duh destinacije



Grafički prikaz "Utjecaja turističkog razvoja na duh destinacije" jasno prikazuje percepciju lokalnog stanovništva o utjecaju turizma na autentičnost destinacije te očuvanje tradicije, običaja i kulture destinacije. Ocjene pokazuju da postoji još prostora za razvoj i unapređenje turističkih aktivnosti koje bi dodatno ojačale povezanost turizma s lokalnom zajednicom i očuvanjem kulturnih vrijednosti. Za daljnji razvoj turizma u Baranji, ovi podaci predstavljaju dobru osnovu, ali također ukazuju na potrebu za kontinuiranim praćenjem i očuvanjem ovih vrijednosti kako bi se zadržala pozitivna percepcija među lokalnim stanovništvom. Ključno je kontinuirano uključivanje lokalnog stanovništva u procese odlučivanja i planiranja turizma kako bi se osigurao održiv i uključiv razvoj destinacije.

Ovi rezultati su u skladu sa Strateškim planom održivog razvoja turizma Osječko-baranjske županije, koji naglašava važnost autentičnosti i kulturne baštine kao elemenata ključne turističke ponude Baranja. Ocjene sugeriraju da trenutni turistički razvoj uspješno uravnotežuje ekonomske koristi s očuvanjem lokalnog identiteta i kulturne autentičnosti, što je ključno za dugoročnu održivost.

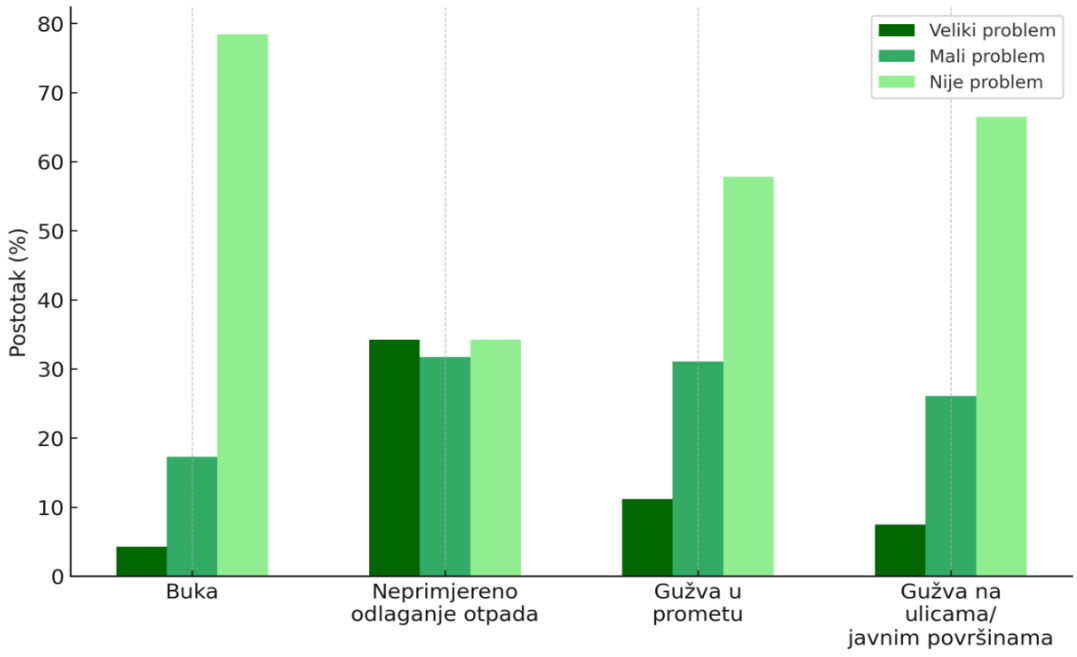
Zaključci:

1. **Izrazito pozitivna percepcija lokalnog stanovništva** - Značajna većina stanovnika (70,7%) ima pozitivan stav prema utjecaju turizma na identitet njihovog mjesta, što ukazuje na dobru integraciju turističkih aktivnosti s lokalnim vrijednostima. Ovo je u skladu s načelima održivog razvoja turizma koja naglašava "očuvanje kulturnog identiteta i autentičnosti" (Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske, 2013., str. 28).
2. **Minimalna negativna percepcija** - Samo 1,9% stanovnika percipira negativan utjecaj turizma na identitet mjesta, što je iznimno nizak postotak koji indicira da trenutni turistički razvoj ne narušava lokalnu autentičnost.
3. **Bolja percepcija utjecaja na kulturu nego na autentičnost** - Postotak pozitivnih stavova veći je kod očuvanja tradicije, običaja i kulture (72,6%) nego kod utjecaja na duh mjesta/autentičnost (68,8%), što sugerira da turizam doprinosi očuvanju nematerijalne kulturne baštine, ali postoji prostor za poboljšanje očuvanja autentičnog ambijenta mjesta.
4. **Značajan udio neutralnih stavova** - Oko četvrtine stanovništva (29,9% za C1 i 24,8% za C2) ima neutralan stav, što može pokazati da određeni dio stanovništva nije osjetio značajniji utjecaj turizma na identitet mjesta, bio pozitivan ili negativan.

Utjecaj turizma na percepciju problema tijekom turističke sezone

Lokalni stanovnici ocjenjivali su percepciju o problemima tijekom turističke sezone, konkretno bukom, gužvom i odlaganjem otpada tijekom turističke sezone, ljestvicom kategoriziranom u tri razine intenziteta problema: veliki problem, mali problem ili nije problem.

Slika 19: Percepcija problema tijekoj turističke sezone



Grafikon prikazuje stav lokalnih stanovnika o različitim aspektima utjecaja turističkog razvoja na kvalitetu života u destinaciji. Uočljivo je da najveći problem prema mišljenju lokalnog stanovništva predstavlja "neprimjereno odlaganje otpada", gdje gotovo podjednak broj stanovnika smatra to velikim (oko 35%), malim (oko 30%) ili nikakvim problemom (oko 35%).

U slučaju "gužve u prometu", nešto više od trećine stanovnika smatra ju velikim problemom, a približno jednak udio smatra da gužva nije problem ili je mali problem. "Buka" i "gužva na ulicama/javnim površinama" lokalno stanovništvo uglavnom ne doživljava kao značajan problem, s preko 70% ispitanika koji ne vide buku kao problem, te gotovo 60% koji smatraju da gužva na javnim površinama nije problem.

Zaključno, glavni izazov destinacije prema percepciji lokalnog stanovništva predstavlja upravljanje otpadom i prometnim gužvama, što sugerira potrebu za daljnjim poboljšanjima u ovim područjima.

Utjecaj turizma na iritaciju bukom

Buka predstavlja jedan od najčešćih faktora iritacije lokalnog stanovništva u turističkim destinacijama i važan je pokazatelj sociološkog prihvatnog kapaciteta destinacije. Prema Institutu za turizam, "razina buke u turističkoj sezoni često se koristi kao indikator preopterećenosti destinacije i narušavanja kvalitete života lokalnog stanovništva".

Tablica 3022: Iritacija bukom

Iritacija razinom buke u vrijeme turističke sezone	broj	%
Veliki problem	7	4,3
Mali problem	28	17,3
Nije problem	127	78,4
Ukupno	**162**	**100,0**

Rezultati analize pokazuju nekoliko važnih aspekata odnosa turizma i razine buke u destinaciji:

- **Dominacija pozitivnih stavova**: Vrlo visok postotak ispitanika (78,4%) koji ne percipiraju buku kao problem ukazuje na: nisku razinu bučnih turističkih aktivnosti u destinaciji, dobru prostornu organizaciju turističkih sadržaja koji generiraju buku, moguće povezivanje buke s pozitivnim aspektima turističkih aktivnosti (festivali, manifestacije) kao rezultat dobrog suživota turističkih aktivnosti i svakodnevnog života lokalnog stanovništva
- **Umjerena razina percipiranih problema**: Kumulativno 21,6% ispitanika (kategorije "Mali problem" i "Veliki problem") percipira određenu razinu problema s bukom, što ukazuje da postoje određene situacije ili lokacije gdje buka postaje faktor iritacije za dio stanovništva.
- **Nizak udio izrazito negativnih stavova**: Mali postotak ispitanika (4,3%) koji percipiraju buku kao veliki problem sugerira da su značajniji problemi s bukom lokalizirani i ne utječu na većinu stanovništva. Trenutni intenzitet turističkih aktivnosti ne prelazi socio-psihološki prihvatni kapacitet destinacije po pitanju buke.

Istraživanja sugeriraju da je razina buke u destinaciji još uvijek ispod kritične razine koja bi značajno narušavala kvalitetu života većine lokalnog stanovništva, odnosno da destinacija nije dosegla točku u kojoj bi buka postala značajan faktor iritacije. Ovi rezultati ukazuju na dobru praksu upravljanja turističkim aktivnostima koje generiraju buku i predstavljaju pozitivan pokazatelj održivosti turističkog razvoja destinacije. Međutim, s obzirom na dinamičnu prirodu turističkog razvoja, moguće je dodatno:

- kontinuirano praćenje ovog indikatora kako bi se na vrijeme uočile potencijalne promjene u percepciji lokalnog stanovništva.
- Nastaviti s trenutnim pristupom prostornom razmještaju bučnih turističkih aktivnosti
- Razviti pravilnik o upravljanju bukom u turističkoj sezoni
- Provoditi redoviti monitoring razine buke na lokacijama s intenzivnijim turističkim aktivnostima
- Uspostaviti komunikacijski mehanizam za prijavu prekomjerne buke

Utjecaj turizma na iritaciju zbog neprimjereno odloženog otpada

Prema Zavodu za zaštitu okoliša i prirode, "gospodarenje otpadom u turističkim destinacijama predstavlja jedan od ključnih izazova održivog razvoja turizma, posebno u kontekstu sezonalnosti koja stvara neravnomjerno opterećenje sustava zbrinjavanja otpada".

Tablica 31: Iritacija zbog neprimjereno odloženog otpada

Iritacija zbog neprimjereno odloženog otpada tijekom turističke sezone	broj	%
Veliki problem	55	34,2
Mali problem	51	31,7
Nije problem	55	34,2
Ukupno	**161**	**100.0**

Rezultati analize pokazuju nekoliko važnih aspekata odnosa turizma i gospodarenja otpadom u destinaciji:

- Ravnomjerna distribucija stavova: Primjećujemo gotovo potpuno ravnomjernu raspodjelu stavova između tri ponuđene kategorije, što ukazuje na: značajnu podijeljenost mišljenja lokalnog stanovništva o ovom pitanju, moguće razlike u intenzitetu problema ovisno o mikrolokaciji unutar destinacije, različite razine tolerancije prema neprimjereno odloženom otpadu među ispitanicima.
- Visoka razina percipiranih problema: Kumulativno 65,9% ispitanika (kategorije "Mali problem" i "Veliki problem") percipira određenu razinu problema s neprimjereno odloženim otpadom, što je značajno više nego kod drugih analiziranih pokazatelja prihvatnog kapaciteta. Ovo pokazuje da je u ovom aspektu potencijalno dosegnut ili premašen prihvatni kapacitet destinacije
- Značajan udio izrazito negativnih stavova: Visok postotak ispitanika (34,2%) koji problem percipiraju kao velik sugerira da je gospodarenje otpadom jedan od najizraženijih izazova povezanih s turističkom aktivnošću u destinaciji.

Trenutni rezultati sugeriraju da je gospodarenje otpadom tijekom turističke sezone značajan izazov za destinaciju i potencijalno područje gdje je dosegnut ili premašen prihvatni kapacitet, barem u određenim dijelovima destinacije. Za razliku od drugih analiziranih pokazatelja prihvatnog kapaciteta gdje prevladavaju pozitivni stavovi, gospodarenje otpadom se ističe kao područje s visokim udjelom negativnih percepcija (kumulativno 65,9%), što ga čini najizraženijim okolišnim izazovom povezanim s turističkom aktivnošću. U usporedbi s drugim analiziranim pokazateljima (utjecaj na kvalitetu života, izgled destinacije, buka, apartmanizacija), gospodarenje otpadom se jasno izdvaja kao prioritetno područje za intervenciju u kontekstu održivog razvoja turizma.

Za unapređenje sustava gospodarenja otpadom moguće je dodatno:

- Provesti detaljnu analizu prostorne i vremenske distribucije problema s neprimjereno odloženim otpadom
- Povećati frekvenciju odvoza otpada tijekom turističke sezone
- Unaprijediti infrastrukturu za odlaganje otpada (veći kapacitet, bolja dostupnost, jasnije označavanje)
- Implementirati programe edukacije turista o pravilnom odlaganju otpada
- Razviti sustav nadzora i sankcioniranja neprimjerenog odlaganja otpada

Utjecaj turizma na iritaciju gužvom u prometu

Prema Institutu za turizam, "prometno opterećenje tijekom turističke sezone jedan je od najčešćih faktora koji utječe na percepciju lokalnog stanovništva o prekomjernom turizmu i jedan od prvih indikatora premašivanja prihvatnog kapaciteta destinacije".

Tablica 32: Percepcija gužve u prometu

Iritacija gužvom u prometu tijekom turističke sezone	broj	%
Veliki problem	18	11,2
Mali problem	50	31,1
Nije problem	93	57,8
Ukupno	**161**	**100,0**

Rezultati analize pokazuju nekoliko važnih aspekata odnosa turizma i prometnog opterećenja u destinaciji:

- **Prevladavanje pozitivnih stavova**: Više od polovice ispitanika (57,8%) ne percipira gužve u prometu kao problem tijekom turističke sezone, što ukazuje na: dobru prometnu infrastrukturu koja uspješno apsorbira povećani promet tijekom sezone, relativno umjeren intenzitet turističke aktivnosti koji ne stvara značajno prometno opterećenje, moguću dobru prostornu i vremensku distribuciju turističkih tokova koja sprječava koncentraciju prometa
- **Umjerena razina percipiranih problema**: Kumulativno 42,3% ispitanika (kategorije "Mali problem" i "Veliki problem") percipira određenu razinu problema s gužvama u prometu
- **Nizak udio izrazito negativnih stavova**: Relativno mali postotak ispitanika (11,2%) koji problem percipiraju kao velik sugerira da su ozbiljni problemi s prometnim gužvama lokalizirani ili sporadični.

Trenutni rezultati sugeriraju da prometni sustav destinacije još uvijek uspješno apsorbira povećani promet tijekom turističke sezone, odnosno da nije dosegnut kritični prag opterećenja koji bi značajno narušavao kvalitetu života lokalnog stanovništva. Prometno opterećenje tijekom turističkih aktivnosti ne predstavlja značajno ograničenje za održivi razvoj turizma u destinaciji. S obzirom na potencijalni rast turističke aktivnosti u budućnosti, preventivnim djelovanjem održalo bi se povoljno stanje i spriječili budući problemi, pa je stoga moguće dodatno:

- Nastaviti s praćenjem prometnih tokova tijekom sezone kako bi se identificirala potencijalna žarišta zagušenja
- Razviti strategiju upravljanja prometom u turističkoj sezoni koja bi prevenirala buduće probleme uslijed rasta turističke aktivnosti
- Poticati korištenje alternativnih načina prijevoza (bicikli, javni prijevoz) za turiste
- Optimizirati signalizaciju i informiranje o alternativnim rutama i parkiralištima

Utjecaj turizma na iritaciju gužvom na ulicama/javnim površinama

Prema Zavodu za prostorno planiranje Osječko-baranjske županije, "opterećenost javnih površina i percepcija gužve predstavljaju važne indikatore fizičkog i psihološkog prihvatnog kapaciteta destinacije koji direktno utječu na kvalitetu boravka kako turista tako i lokalnog stanovništva".

Tablica 33: Percepcija gužve na ulicama/javnim površinama

Iritacija gužvom i specifično gužvama na ulicama/javnim površinama	broj	%
Veliki problem	12	7,5
Mali problem	42	26,1
Nije problem	107	66,5
Ukupno	**161**	**100,0**

Rezultati analize pokazuju nekoliko važnih aspekata odnosa turizma i opterećenja javnih površina u destinaciji:

- **Dominacija pozitivnih stavova**: Visok postotak ispitanika (66,5%) koji ne percipiraju gužve na javnim površinama kao problem ukazuje na: adekvatnu infrastrukturu javnih površina koja uspješno apsorbira povećani broj korisnika tijekom sezone, održivu razinu opterećenja i dobru prostornu distribuciju turističke aktivnosti. umjeren intenzitet turističke aktivnosti koji ne prelazi kapacitet javnih površina.
- **Umjerena razina percipiranih problema**: Kumulativno 33,6% ispitanika (kategorije "Mali problem" i "Veliki problem") percipira određenu razinu problema s gužvama na javnim površinama, što je manje nego kod prethodno analiziranog pokazatelja vezanog uz prometne gužve (42,3%).
- **Nizak udio izrazito negativnih stavova**: Mali postotak ispitanika (7,5%) koji problem percipiraju kao velik dodatno potvrđuje da značajne gužve na javnim površinama nisu široko rasprostranjen problem u destinaciji.

Trenutni rezultati sugeriraju da je opterećenost javnih površina tijekom turističke sezone još uvijek ispod kritične razine koja bi značajno narušavala kvalitetu života lokalnog stanovništva, odnosno da nije dosegnut psihološki prihvatni kapacitet destinacije po pitanju percepcije gužve. Za održavanje povoljnog stanja moguće je:

- Nastaviti s praćenjem intenziteta korištenja ključnih javnih površina tijekom sezone
- Razviti smjernice za organizaciju javnih događanja koja privlače veći broj posjetitelja
- Osigurati ravnomjernu distribuciju turističkih atrakcija i sadržaja unutar destinacije
- Implementirati sustav upravljanja tokovima posjetitelja na lokacijama s većim potencijalom za stvaranje gužvi

Utjecaj turizma na zadovoljstvo životom u destinaciji

Lokalni stanovnici ocjenjivali su trenutno zadovoljstvo sa životom u destinaciji dodjeljivanjem ocjena na 5-stupnjevanoj Likertovoj ljestvici gdje je 1 u potpunosti nezadovoljan/na, a 5 potpunosti zadovoljan/na. Prosječna ocjena lokalnih stanovnika u ocjeni sveukupnog zadovoljstva životom u destinaciji iznosi **3,21** uz standardnu devijaciju 1,090 koja sugerira umjerenu raspršenost u odgovorima ispitanika. To znači da postoji određena razina neslaganja među lokalnim stanovnicima u pogledu njihova zadovoljstva turizmom. Neki su vjerojatno značajno zadovoljni (ocjene 4-5), dok su drugi značajno nezadovoljniji (ocjene 1-2). Ovakav rezultat može biti koristan za lokalne vlasti i turističke organizacije jer ukazuje na prostor za poboljšanje. Iako je prosječno pozitivno zadovoljstvo, nije izrazito visoko, što sugerira da postoje aspekti turizma koji bi mogli biti unaprijeđeni kako bi se povećalo zadovoljstvo lokalnog stanovništva.

Prikazana tablica pokazuje trenutno zadovoljstvo životom lokalnih stanovnika u turističkoj destinaciji, mjereno kroz petstupanjsku skalu (od "u potpunosti nezadovoljan/na" do "u potpunosti zadovoljan/na").Većina ispitanika izražava određeni stupanj zadovoljstva životom u destinaciji. Konkretno, najveći udio ispitanika (36,5%) navodi kako su "zadovoljni" životom, dok dodatnih 9% izražava potpunu razinu zadovoljstva. Ukupno, gotovo polovica (45,5%) ispitanika je zadovoljna ili vrlo zadovoljna. Međutim, zabrinjavajuće je da gotovo četvrtina ispitanika (25%) izražava nezadovoljstvo životom u destinaciji (8,3% potpuno nezadovoljni, 16,7% nezadovoljni), dok manji dio (2,5%) nema izražen stav o ovom pitanju.

Tablica 34: Zadovoljstvo životom u destinaciji

Koliko ste zadovoljni životom u destinaciji	Broj ispitanika	% ukupno	% valjanih
U potpunosti sam nezadovoljan/na (1)	13	8,0	8,3
Nezadovoljan/na (2)	26	16,0	16,7
Ni nezadovoljan/na niti zadovoljan/na (3)	46	28,4	29,5
Zadovoljan/na (4)	57	35,2	36,5
U potpunosti sam zadovoljan/na (5)	14	8,6	9,0
Ukupno	156	96,3	100,0
Nedostajuće vrijednosti	6	3,7	
Sveukupno	**162**	**100,0**	

Utjecaj turizma na povećanje kvalitete života

Tablica 3523: Utjecaj turizma na kvalitetu života

Utjecaj turizma na svakodnevni život (na lokalno gospodarstvo, okoliš, sigurnost u mjestu, društveni život, cijene i slično)	broj	%
Smanjuje kvalitetu života	2	1,2
Pomaže u održanju kvalitete života	35	21,6
Pomaže u unapređenju kvalitete života	94	58,0
Nema nikakav učinak	31	19,1
Ukupno	**162**	**100,0**

Ovi se podaci mogu tumačiti u okviru koncepta prihvatnog kapaciteta destinacije, što je jedan od ključnih pokazatelja održivosti turističkog razvoja. Prema Strateškom marketinškom planu turizma Osječko-baranjske županije, prihvatni kapacitet definira se kao "maksimalni broj turista koji mogu istovremeno posjećivati turističku destinaciju bez neprihvatljivih poremećaja fizičkog, ekonomskog i sociokulturnog okoliša". Izrazito visok postotak pozitivnih stavova (79,6%) ukazuje da trenutni intenzitet turističke aktivnosti u Baranji još uvijek ne prelazi socio-kulturni prihvatni kapacitet destinacije, već doprinosi blagostanju stanovnika. Na temelju analize podataka može se zaključiti:

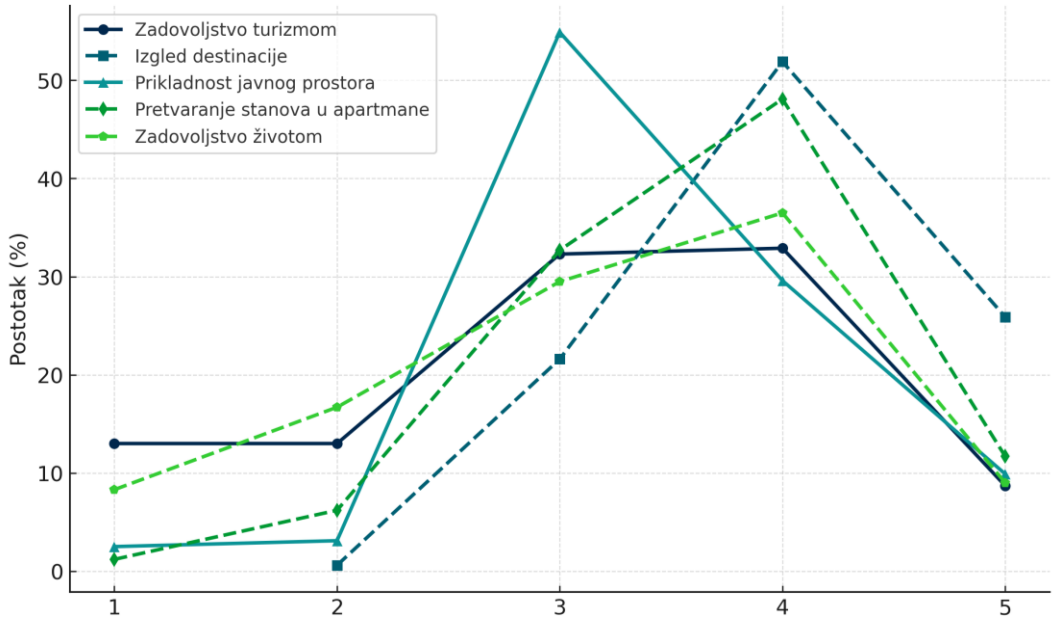
- Turizam kao faktor povećanja blagostanja: Većina lokalnog stanovništva (58%) smatra da turizam pomaže u unapređenju kvalitete života, što potvrđuje turizam kao značajan faktor povećanja blagostanja stanovnika.
- Održivost trenutnog modela razvoja: Izrazito nizak postotak negativnih stavova (samo 1,2%) ukazuje da trenutni model razvoja turizma u destinaciji ne stvara značajne negativne eksternalije koje bi utjecale na kvalitetu života lokalnog stanovništva.

- Potencijal za daljnji razvoj: S obzirom na vrlo pozitivnu percepciju turizma, može se zaključiti da postoji značajan društveni kapital za daljnji razvoj turizma u destinaciji.
- Preporuka za monitoring: Sukladno Zakonu o turizmu i načelima održivog razvoja, preporučuje se kontinuirano praćenje stavova lokalnog stanovništva kako bi se osiguralo da daljnji razvoj turizma ne prijeđe socio-kulturni prihvatni kapacitet destinacije.

Usporedna analiza zadovoljstva destinacijom

Grafikon "Usporedna zadovoljstva s destinacijom" prikazuje nekoliko ključnih aspekata kvalitete života u turističkoj destinaciji kroz petstupanjsku skalu (1 - najmanje zadovoljstvo, 5 - najviše zadovoljstvo).

Slika 20: Usporedna analiza zadovoljstva destinacijom



Analiza grafikona pokazuje sljedeće:

- Izgled destinacije ostvaruje relativno visoku razinu zadovoljstva, s većinom ispitanika koji su izrazili visoko zadovoljstvo (ocjene 4 i 5). Ovaj aspekt je očito dobro prihvaćen i ukazuje na kvalitetno uređene javne površine i opći estetski dojam.
- Prikladnost javnog prostora također ima većinsku pozitivnu percepciju, s najvećim udjelom ispitanika na srednjoj i visokoj razini zadovoljstva (ocjene 3 i 4). Ipak, postoji prostor za dodatna unapređenja koja bi omogućila još veće zadovoljstvo lokalnih stanovnika.
- Pretvaranje stanova u apartmane prikazuje nešto niže razine zadovoljstva u odnosu na druge aspekte, što sugerira da dio lokalnog stanovništva negativno percipira trend komercijalizacije stambenih prostora, vjerojatno zbog negativnih efekata poput smanjenja dostupnosti stanova za lokalno stanovništvo.
- Zadovoljstvo turizmom uglavnom je pozitivno ocijenjeno, no zanimljivo je da postoji primjetan broj stanovnika s neutralnim ili nižim razinama zadovoljstva, što upućuje na to da lokalno stanovništvo ipak percipira prostor za poboljšanja u upravljanju turističkim razvojem.

- Zadovoljstvo životom prati općenito pozitivnu razinu zadovoljstva, što ukazuje na to da se općenito lokalno stanovništvo dobro osjeća u svojoj destinaciji, no jasno je prisutan i prostor za daljnja poboljšanja životnih uvjeta.

Zaključci:

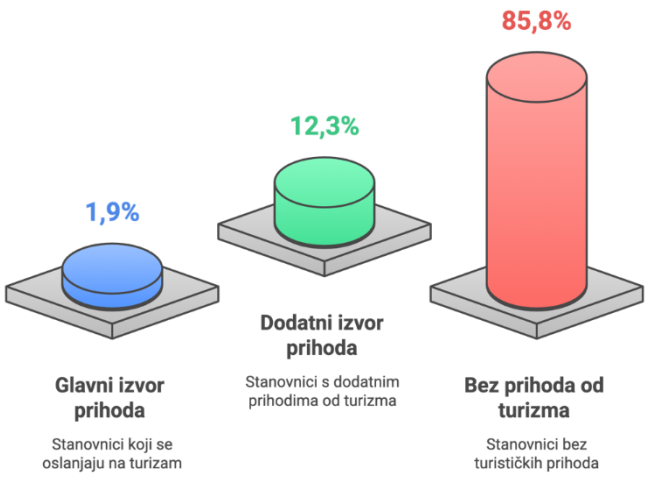
- Općenito, lokalno stanovništvo pozitivno ocjenjuje kvalitetu života u destinaciji, osobito izgled destinacije i prikladnost javnih prostora.
- Potrebno je obratiti pažnju na trend pretvaranja stanova u apartmane kako bi se spriječio negativan utjecaj na lokalnu zajednicu.
- U budućim strategijama važno je kontinuirano pratiti utjecaj turizma na kvalitetu života, s fokusom na uravnotežen razvoj i održivost destinacije.

Utjecaj turizma na povećanje prihoda

Tablica 36: Turizam kao izvor prihoda kućanstva (ispitanici ili članovi obitelji)

Stanovnici koji ostvaruju koristi od turizma	broj	%
Glavni izvor prihoda	3	1,9
Dodatni izvor prihoda	20	12,3
Nemate prihoda turizma	139	85,8
Ukupno	**162**	**100,0**

Slika 21: Turizam kao izvor prihoda



Učestalost emotivnih reakcija povezanih s turizmom

Analiza tablice "Učestalost emotivnih reakcija povezanih s turizmom" ukazuje na nekoliko značajnih zaključaka u kontekstu emocionalnog doživljaja lokalnog stanovništva vezanog uz turistički razvoj destinacije:

- Velika većina ispitanika nikad ili skoro nikad nije osjetila ljutnju zbog događaja izvan kontrole, povezanih s turizmom (88,8%) te osjećaj nagomilanih poteškoća, povezanih s turizmom (96,0%).

- **Umjerena percepcija sposobnosti prilagodbe turizmu:** Značajno manje ispitanika osjeća potpunu sigurnost u vlastitu sposobnost upravljanja poteškoćama (20,6%), iako većina (67,6%) nema problema sa svakodnevnim situacijama. Također, svega 40,4% stanovnika smatra da se dobro prilagodilo pritiscima turizma, što je niže nego u drugim kategorijama.
- **Ograničeno zadovoljstvo razvojem turizma:** Značajan dio stanovnika izražava neutralan ili negativan stav prema načinu na koji se turizam razvija (82,3%), dok je samo 17,7% zadovoljno smjerom razvoja.

Tablica 37: Učestalost emotivnih reakcija povezanih s turizmom

Koliko često ste se u posljednjih mjesec dana:	nikad	skoro nikad	ponekad	prilično često	vrlo često	**4+5**	**1+2**
osjećali uznemireno zbog neočekivanih događaja povezanih s turizmom?	71,1	19,1	7,9	1,3	0,7	2	90,2
zbog turizma osjećali da nemate kontrolu nad važnim stvarima u svom životu?	80,9	13,8	5,3			0	94,7
zbog turizma osjećali nervozno i pod stresom?	74,3	17,1	7,9	0,7		0,7	91,4
bili sigurni u svoju sposobnost za rješavanje svakodnevnih poteškoća koje stvara turizam?	56,3	11,3	11,9	11,3	9,3	20,6	67,6
imali dojam da se turizam u Vašem mjestu razvija onako kako vi želite?	23,7	24,3	34,2	15,1	2,6	17,7	48
osjećali da se zbog turizma ne možete nositi sa svim obvezama?	78,3	17,1	4,6			0	95,4
bili u mogućnosti kontrolirati stresne podražaje koji su posljedica turizma u Vašem mjestu?	63,6	11,3	13,9	4,0	7,3	11,3	74,9
imali dojam da ste se dobro prilagodili pritiscima turizma?	31,1	7,3	21,2	24,5	15,9	40,4	38,4
ljutili zbog događaja uzrokovanih turizmom, a koji su bili izvan Vaše kontrole?	73,0	15,8	9,9	1,3		1,3	88,8
imali osjećaj da su se poteškoće u životu uzrokovane turizmom toliko nagomilale da ih ne možete nadvladati?	84,2	11,8	3,9			0	96,0

Zaključci:

1. **Ukupni emocionalni utjecaj turizma na stanovništvo je relativno nizak**, što sugerira da većina lokalnog stanovništva trenutno ne doživljava turizam kao značajan izvor emocionalnog stresa.
2. **Postoji značajan prostor za poboljšanja u upravljanju razvojem turizma**, jer je evidentno nezadovoljstvo značajnog dijela stanovništva s trenutačnim smjerom razvoja.
3. **Potrebno je dodatno ojačati sposobnosti zajednice** za prilagodbu turističkim aktivnostima, posebno u kontekstu učinkovitijeg upravljanja svakodnevnim izazovima.

Tablica 3824: Razina stresa povezana s turizmom[30]

Razina stresa	n	%
Niska	7	4,6
Umjerena	130	85,5
Visoka	15	9,9
Ukupno	**152**	**100,0**

Zaključci:

1. Dominira umjerena razina stresa - Velika većina stanovništva (85,5%) doživljava umjerenu razinu stresa povezanog s turizmom, što ukazuje na široko rasprostranjenu percepciju određenog utjecaja turizma na svakodnevni život, no bez ekstremnih negativnih posljedica. Ovo je u skladu s trendovima primijećenim u drugim turističkim destinacijama u kojima lokalno stanovništvo pokazuje adaptivne mehanizme na promjene koje donosi turistički razvoj.
2. Samo 9,9% stanovnika doživljava visoku razinu stresa povezanog s turizmom, što sugerira da je ukupni učinak turističkih aktivnosti na lokalnu zajednicu relativno podnošljiv. Međutim, ovaj udio ipak zahtijeva pažnju jer predstavlja segment populacije koji doživljava značajne negativne posljedice turizma.
3. Visoki kumulativni postotak stanovnika pod stresom - Ukupno 95,4% stanovnika doživljava umjerenu ili visoku razinu stresa povezanog s turizmom, što je izuzetno visok postotak koji ukazuje na potrebu za sustavnim pristupom u upravljanju utjecajima turizma na lokalnu zajednicu. Ovaj nalaz je u skladu s istraživanjima koja pokazuju da "visoke razine turističke aktivnosti mogu značajno utjecati na osjećaj dobrobiti lokalnog stanovništva" (Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske, 2013, str. 35).

Navedeni rezultati ukazuju na potrebu za implementacijom mjera koje bi smanjile razinu stresa povezanog s turizmom među lokalnim stanovništvom. To bi moglo uključivati:

- Bolje upravljanje turističkim tokovima
- Uključivanje lokalnog stanovništva u procese donošenja odluka vezanih uz turizam
- Ravnomjerniju raspodjelu dobiti od turizma unutar zajednice
- Balansiranje između turističkih i lokalnih potreba u planiranju infrastrukture

[30] Varijable kreirane prema Smjernicama za provođenje istraživanja lokalnog stanovništva

Sažetak i analiza pokazatelja održivosti i prihvatnog kapaciteta

Analiza obaveznih pokazatelja održivosti i prihvatnog kapaciteta ukazuje na pretežno pozitivnu percepciju turizma od strane lokalnog stanovništva, što sugerira društveno održiv model razvoja turizma u destinaciji. Lokalno stanovništvo prepoznaje pozitivne učinke turizma na kvalitetu života, izgled destinacije i ekonomsko blagostanje.

Gospodarenje otpadom ističe se kao jedino područje s visokim udjelom negativnih percepcija, što ga čini prioritetnim područjem za intervenciju. S druge strane, buka, gužve u prometu i na javnim površinama te apartmanizacija ne predstavljaju značajne izazove, što ukazuje da destinacija još uvijek nije dosegla kritične pragove opterećenja u tim aspektima.

Umjereno zadovoljstvo razvojem turizma (41,6% zadovoljnih) u usporedbi s visokom percepcijom pozitivnih učinaka turizma na kvalitetu života (79,6% pozitivnih stavova) sugerira da lokalno stanovništvo prepoznaje potencijal za daljnji razvoj turizma i očekuje intenzivniju valorizaciju postojećih resursa.

Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske naglašava da "održivi razvoj turizma mora osigurati ravnotežu između očuvanja kulturnog identiteta i kvalitete svakodnevnog života lokalnog stanovništva".

Lokalno stanovništvo pokazuje dvojaku percepciju utjecaja turizma na kvalitetu života. S jedne strane, velik postotak (70,7%) stanovnika prepoznaje pozitivan utjecaj turizma na očuvanje identiteta mjesta, tradiciju i kulturu, dok je udio onih koji percipiraju negativan utjecaj izrazito nizak (samo 1,9%). Međutim, istovremeno je zabrinjavajuće visok postotak stanovnika koji doživljavaju umjerenu (85,5%) ili visoku (9,9%) razinu stresa povezanu s turizmom, što rezultira kumulativnim postotkom od čak 95,4% stanovnika pod određenom razinom stresa.

Ovaj paradoks ukazuje da stanovništvo cijeni doprinos turizma očuvanju kulture i tradicije, ali istovremeno osjeća negativne učinke kroz svakodnevni život. Navedeno sugerira potrebu za balansiranim pristupom turističkom razvoju koji će zadržati pozitivne učinke na kulturni identitet, ali istovremeno smanjiti razinu stresa koju stanovnici doživljavaju.

Rezultati analize pokazuju nekoliko važnih aspekata odnosa turizma i kvalitete života lokalnog stanovništva:

- **Dominacija pozitivnih stavova o utjecaju na kvalitetu života**: Vrlo visok postotak ispitanika (83,4%) koji percipiraju pozitivan utjecaj turizma na kvalitetu života ukazuje na značajne ekonomske koristi koje lokalno stanovništvo ostvaruje kroz turizam, pozitivan utjecaj turizma na razvoj infrastrukture i javnih sadržaja, percepciju da turizam doprinosi društvenoj vitalnosti destinacije.
- **Gotovo potpuni izostanak negativnih stavova**: Činjenica da samo jedan ispitanik (0,6%) percipira negativan utjecaj turizma na kvalitetu života izuzetno je pozitivan pokazatelj koji sugerira da su negativne eksternalije turizma minimalne.
- **Naglasak na unapređenju kvalitete života**: Više od polovice ispitanika (55,8%) smatra da turizam pomaže u unapređenju kvalitete života, a ne samo u održanju postojeće razine, što ukazuje na transformativnu ulogu turizma u društveno-ekonomskom razvoju destinacije.

- **Turizam kao ključni faktor kvalitete života**: Većina lokalnog stanovništva (55,8%) smatra da turizam pomaže u unapređenju kvalitete života, što potvrđuje da je turizam ključni faktor socio-ekonomskog razvoja destinacije.
- **Izbalansiran model razvoja turizma**: Gotovo potpuni izostanak negativnih percepcija (samo 0,6%) ukazuje na uspješno upravljanje potencijalnim negativnim učincima turizma i izbalansiran model razvoja koji štiti interese lokalnog stanovništva.
- **Društvena održivost turizma**: Visok postotak pozitivnih percepcija (83,4%) potvrđuje društvenu održivost trenutnog modela razvoja turizma, što predstavlja jedan od ključnih aspekata ukupne održivosti turističkog razvoja.
- **Potreba za inkluzivinijim razvojem**: Visok udio neutralnih stavova (29,5%) sugerira potrebu za većom uključenošću svih segmenata lokalnog stanovništva u procese razvoja turizma.
- **Usporedba s drugim pokazateljima**: U usporedbi s pokazateljem ZL-2 (zadovoljstvo razvojem turizma) koji je pokazao 41,6% zadovoljnih ispitanika, ovaj pokazatelj (SZL-1) pokazuje znatno veći postotak pozitivnih percepcija (83,4%), što ukazuje na značajan raskorak između percepcije kvalitete razvoja turizma i njegovih pozitivnih učinaka.
- **Umjereno zadovoljstvo razvojem turizma:** Iako pozitivni stavovi prevladavaju (45,5%), razina zadovoljstva nije izrazito visoka, što ukazuje na značajan prostor za unapređenje turističkog razvoja.. Četvrtina ispitanika (25,0%) izražava nezadovoljstvo razvojem turizma, što je značajan postotak koji zahtijeva detaljniju analizu uzroka nezadovoljstva.
- **Potencijalni izazovi u upravljanju razvojem**: Značajan udio nezadovoljnih (25,0%) ukazuje na potencijalne slabosti u trenutnom modelu upravljanja razvojem turizma, što zahtijeva detaljniju analizu i ciljane intervencije.

Prema Strateškom planu održivog razvoja turizma Osječko-baranjske županije, "jedan od temeljnih principa održivog razvoja turizma jest pozitivan utjecaj na kvalitetu života lokalnog stanovništva, što podrazumijeva da koristi od razvoja turizma nadmašuju potencijalne negativne učinke". Trenutni rezultati promatrane destinacije pokazuju da je ovaj princip održivosti u velikoj mjeri ostvaren. Za održavanje pozitivnih učinaka turizma može se:

1. Nastaviti s implementacijom modela razvoja turizma koji osigurava ravnomjernu distribuciju koristi među lokalnim stanovništvom
2. Razviti mehanizme za praćenje kvalitete života lokalnog stanovništva kao indikatora održivosti turizma
3. Jačati svijest lokalnog stanovništva o pozitivnim učincima turizma kako bi se povećala podrška za daljnji razvoj
4. Uključiti lokalno stanovništvo u procese planiranja budućeg razvoja turizma
    - Provesti detaljnije istraživanje o specifičnim uzrocima nezadovoljstva
    - Razviti participativne mehanizme planiranja koji će osigurati uključenost različitih skupina lokalnog stanovništva
    - Unaprijediti komunikaciju o planovima razvoja turizma i očekivanim koristima
    - Implementirati sustav praćenja i evaluacije turističkog razvoja koji će uzimati u obzir povratne informacije lokalnog stanovništva

STRATEŠKI OKVIR ZA RAZVOJ DESTINACIJE

U razdoblju 2026.-2029. godine, destinacija Baranja nalazi se pred izazovom daljnjeg strateškog pozicioniranja na turističkom tržištu kroz održivi razvoj koji će omogućiti očuvanje autentičnosti područja uz istovremeno jačanje ekonomske vitalnosti lokalnih zajednica. Dosadašnji razvoj turizma u Baranji ukazuje na postupnu transformaciju iz tradicionalno poljoprivrednog područja prema prepoznatljivoj destinaciji ruralnog, eno-gastronomskog i ekoturizma, što zahtijeva sistematizirani pristup upravljanju destinacijom u narednom petogodišnjem razdoblju. Strateško planiranje razvoja turizma Baranje u ovom razdoblju mora uzeti u obzir globalne trendove u turizmu te ih uskladiti s lokalnim resursima i kapacitetima kako bi se osigurala dugoročna konkurentnost destinacije uz očuvanje njene autentičnosti i ekološke održivosti.

Razvojni smjer turizma Baranje temelji se na:

1. Strategiji razvoja održivog turizma RH do 2030.
2. Master planu turizma Osječko-baranjske županije 2017.-2025.
3. Lokalnim razvojnim strategijama jedinica lokalne samouprave
4. Provedenoj analizi stanja destinacije

Na temelju analize priloženih dokumenata, mogu se identificirati sljedeća opća načela i ciljevi turizma destinacije Baranja:

1. Partnerstvo - turistički proizvod je složen i zahtijeva vertikalnu i horizontalnu suradnju te suradnju javnog, privatnog i civilnog sektora
2. Turizam na cijelom prostoru - razvoj kontinentalnog turizma kroz kapitalne investicije u resursno-atrakcijsku osnovu uz EU fondove
3. Autentičnost i kreativnost - diferenciranje kroz njegovanje prirodne, sociokulturne i proizvodne autentičnosti
4. Inovativan tržišni nastup - temeljen na identitetskim obilježjima (raznolikost, autentičnost, očuvan okoliš, gastronomija, gostoljubivost)
5. Kultura kvalitete - kontinuirano unapređenje kvalitete i izvrsnosti turističkih usluga

SWOT ANALIZA

SWOT analiza predstavlja ključan alat u strateškom planiranju i upravljanju turističkim destinacijama, uključujući i Baranju, regiju bogatu prirodnim ljepotama, kulturnom baštinom i enogastronomskim specijalitetima. Ova metoda omogućava sustavno prepoznavanje snaga (Strengths), slabosti (Weaknesses), prilika (Opportunities) i prijetnji (Threats) koje oblikuju razvoj destinacije. Analizom internih faktora – snaga i slabosti – moguće je identificirati konkurentske prednosti Baranje, poput bogate ponude autentičnih vinskih i gastronomskih doživljaja, te izazove, poput sezonalnosti turističkog prometa. Vanjski faktori, odnosno prilike i prijetnje, pomažu u razumijevanju tržišnih trendova i potencijalnih rizika, omogućujući donošenje informiranih odluka u cilju održivog razvoja i povećanja atraktivnosti regije.

SNAGE	**SLABOSTI**
Prirodna baština i lokacija ▪ Kopački rit (jedan od najvećih močvarnih rezervata u Europi), očuvane nizine, vinogradi na Banskom brdu. ▪ Blizina rijeka Drave i Dunava (mogućnosti za ribolov, vožnje čamcima, ekoturizam). ▪ Povoljan geografski položaj u trokutu između Hrvatske, Mađarske i Srbije. **Kulturno naslijeđe i multietničnost** ▪ Mješavina hrvatske, mađarske, srpske i njemačke kulture (arhitektura, festivali) ▪ Etnološki centar baranjske baštine, tradicijski obrti, dvorci i sakralni objekti. **Eno-gastronomska ponuda:** ▪ Autohtoni proizvodi (Baranjski kulen, fiš paprikaš, riblji specijaliteti). ▪ Razvijena vinska scena i agroturizam. **Prometna povezanost:** ▪ Nova autocesta A5, blizina Zračne luke Osijek i međunarodne biciklističke rute. **Razvijeni oblici turizma:** ▪ Ruralni, eno-gastro, cikloturizam i ekoturizam.	**Infrastrukturni kapaciteti** ▪ Ograničeni smještajni kapaciteti ▪ Nedostatak sadržaja u slučaju nepovoljnih vremenskih prilika **Promocija i brendiranje** ▪ Nedovoljna digitalna prisutnost i višejezični materijali. ▪ Međunarodna prepoznatljivost **Sezonalnost** ▪ Koncentracija posjeta u proljeće i jesen, manja atraktivnost ljeti. **Ljudski resursi** ▪ Nedostatak stručnog kadra ▪ Odljev mladih stanovnika i depopulacija sela. **Organizacijski i financijski izazovi** ▪ Nedovoljna suradnja među dionicima i slaba koordinacija razvoja turizma. ▪ Složena birokracija i dugotrajni postupci obnove. ▪ Nedostatak financijskih sredstava

PRILIKE	PRIJETNJE
Korištenje EU fondova ▪ Financiranje ruralne infrastrukture, obnove baštine i digitalne transformacije. ▪ Projekti prekogranične suradnje s Mađarskom i Srbijom. **Razvoj nišnog turizma** ▪ Ekoturizam, cikloturizam (međunarodne rute), zdravstveni turizam (termalni izvori). ▪ Organizacija festivala (vino, gastronomija) i kulturnih ruta. **Digitalizacija i marketing** ▪ Promocija putem društvenih mreža i virtualne interpretacije baštine. **Tržišni trendovi** ▪ Rast potražnje za autentičnim doživljajima i aktivnim odmorom. ▪ Razvoj digitalnog nomadstva. **Održivi razvoj** ▪ Implementacija zelenih tehnologija i očuvanje ekosustava.	**Klimatske promjene** ▪ Ekstremne vremenske pojave (suše, poplave) koje ugrožavaju poljoprivredu i turističke aktivnosti. **Konkurencija** ▪ Slične destinacije u Hrvatskoj (Slavonija, Zagorje) i susjednim zemljama s boljom infrastrukturom. **Ekonomski faktori** ▪ Inflacija, rast troškova energenata i smanjenje kupovne moći turista. **Demografski izazovi** ▪ Starenje stanovništva i nedostatak radne snage u turizmu. **Administrativne prepreke** ▪ Česte promjene propisa i nedostatak strateške dugoročne politike.

VIZIJA 2030.

Vizija razvoja turizma Baranje do 2030. definirana je kao: "Područje Baranje kao jedinstvena i prepoznatljiva turistička destinacija za ugodan boravak svakog gosta kojem se nudi očuvan okoliš, široko otvoreno srce, gostoljubivost i raznovrsnost izvornog doživljaja i stvaranje novih radnih mjesta na načelima održivog razvoja."

Vizija za razdoblje do 2030. godine glasila bi:

"Baranja je prepoznatljiva kontinentalna turistička destinacija koja svoj razvoj temelji na:

- ***autentičnom kulturnom nasljeđu***
- ***očuvanoj prirodi***
- ***kvalitetnoj eno-gastronomskoj ponudi***
- ***načelima održivog razvoja***
- ***suradnji svih dionika u turizmu"***

CILJEVI RAZVOJA TURIZMA

Određivanje strateških ciljeva u Planu upravljanja destinacijom ključno je za dugoročni uspjeh i održivi razvoj destinacije. Strateški ciljevi usmjeravaju aktivnosti svih dionika, omogućujući koordinaciju resursa i napora prema jasno definiranim prioritetima. Oni služe kao temelj za donošenje odluka, mjerenje napretka i prilagodbu promjenama na tržištu. Bez jasno postavljenih ciljeva, destinacija riskira fragmentiran razvoj, neefikasno korištenje resursa i nedovoljno iskorištavanje svojih konkurentskih prednosti. Kvalitetno definirani ciljevi omogućuju stvaranje jedinstvenog identiteta destinacije, povećanje zadovoljstva posjetitelja i jačanje pozicije na turističkom tržištu.

Definirane ciljeve razvoja turizma u okviru Plana upravljanja destinacijom treba promatrati kritički, uvažavajući nadležnosti jedinica lokalne i regionalne samouprave, čije razvojne i financijske odluke direktno utječu na provedbu tih ciljeva, kao i ulogu i aktivnosti dionika čiji je angažman bitan za provođenje mjera i aktivnosti, te time i za ostvarenje zadanih ciljeva.

Strateški cilj 1: Razvoj konkurentnih turističkih proizvoda

Prioritet 1.1: Kulturni turizam

- Razvoj kulturnih ruta
- Interpretacija kulturne baštine
- Organizacija manifestacija

Razvoj kulturnih ruta

Za razvoj kulturnih ruta potrebno je: kreiranje putokaza i interpretacijskih ploča, izrada mobilnih aplikacija s kartama i GPS navigacijom, edukacija turističkih vodiča, razvoj promotivnih materijala.

Interpretacija kulturne baštine

Na turističkim lokalitetima i posjetiteljskim centrima interpretacija kulturne baštine provodi se ili razvija kroz:

- Stalni postav etnološke zbirke
- Digitalizaciju građe
- Interaktivne sadržaje
- Video prezentacije običaja i tradicije
- Multimedijalne sadržaji
- QR kodove na lokalitetima
- Višejezične audio vodiče
- Edukativne radionice

Organizacija kulturnih manifestacija

Planiranje i provedba manifestacija uključuju:

- Organizacija: formiranje organizacijskog odbora, uključivanje lokalnih udruga, izrada detaljnog proračuna, osiguranje potrebnih dozvola

- Promocija: izrada komunikacijskog plana, suradnja s medijima, online promocija, društvene mreže
- Tehnička izvedba: postavljanje pozornice i ozvučenja, uređenje prostora, osiguranje sanitarnih uvjeta, organizacija dodatnih sadržaja
- Praćenje uspješnosti: broj posjetitelja, medijska pokrivenost, zadovoljstvo sudionika, ekonomski učinci
- Dokumentiranje: fotografiranje i snimanje, arhiviranje materijala, izrada promotivnih filmova

Prioritet 1.2: Enogastronomski turizam

- Unapređenje vinskih cesta
- Razvoj gastronomskih doživljaja
- Brendiranje lokalnih proizvoda

Unapređenje vinskih cesta

Infrastrukturno unapređenje

- Povezivanje postojećih vinskih cesta u jedinstvenu rutu
- Tematizacija pojedinih dionica prema sortama
- Uređenje tradicijskih vinskih podruma u lesu

Sadržajno obogaćivanje

- Povezivanje s manifestacijama: „Baranja Wine & Walk", „Winter Wine & Walk", "Vinatlon", "Vinski-bor maraton"
- Edukativne radionice o vinogradarstvu
- Škole sommeliera

Razvoj gastronomskih doživljaja

Područje Baranje na turističkoj karti RH poznato je kao „mjesto gdje se dobro jede“. Na tim osnovama može se razvijati turistička ponuda:

- Povezivanje turističkih programa s manifestacijama: Najveća hrvatska fišijada, Natjecanje u kuhanju pilećeg paprikaša
- Razvoj tematskih gastronomskih programa, mjesečni meni u restoranima, škole kuhanja tradicionalnih jela, radionice pripreme zimnice, Festival kulena/Nacionalno ocjenjivanje kulena

Brendiranje lokalnih proizvoda

Baranjski kulen je prepoznat kao autentični proizvod naše destinacije, s certifikatom zaštićenog geografskog porijekla (PGA tzv. Europska plava markica) i kao taka je idealan alat za promociju destinacije.

Dodatne mogućnosti za brendiranje:

- Proizvodi za zaštitu: baranjsko vino, baranjska paprika, baranjski med, tradicionalni suhomesnati proizvodi

- Sustav kvalitete: razvojne oznake "Izvorno baranjsko", definiranje standarda proizvodnje, kontrola kvalitete, certifikacija proizvođača
- Marketinška strategija: razvoj jedinstvenog vizualnog identiteta, kreiranje priča o proizvodima, povezivanje s turističkom ponudom, online promocija i prodaja

Prioritet 1.3: Aktivni turizam

- Razvoj cikloturizma
- Unapređenje pješačkih/tracking staza

Razvoj cikloturizma

Područje Baranje posjeduje nekoliko izgrađenih biciklističkih staza, od kojih su neki dio planiranih međunarodnih biciklističkih ruta i povezivanjem bi dobile na atraktivnosti. Kvalitetan i sustavan razvoj biciklističkih staza uključuje i postavljanje dodatnih sadržaja za bicikliste.

Infrastruktura

- Povezivanje postojećih staza u kružnu rutu: Osijek-Bilje-mađarska granica-Beli Manastir-Baranjsko Petrovo Selo-Jagodnjak-Osijek

Prateći sadržaji

- Bike&Bed smještaji
- Servisne stanice
- Odmorišta s info-panoima
- Punktovi za najam bicikala

Manifestacije:

- "BRUT – Baranja rural trail" - biciklistička utrka po neasfaltiranim cestama

Unapređenje pješačkih staza

Planirani projekti

- Prateća infrastruktura: uređenje vidikovaca, izgradnja odmorišta, označavanje staza

Strateški cilj 2: Digitalna transformacija

Prioritet 2.1: Digitalizacija turističke ponude

- Razvoj destinacijske digitalne platforme
- Implementacija pametnih tehnologija
- Digitalna interpretacija baštine

Razvoj destinacijske digitalne platforme

- Unapređenje web platforme: interaktivna karta destinacija, virtualni vodič kroz destinaciju , centralni rezervacijski sustav za smještaj

- Integracija sadržaja: kalendar događanja, gastronomska ponuda, kulturni sadržaji
- Multimedijalni sadržaj: profesionalne fotografije, video materijali

Implementacija pametnih tehnologija

- Postavljanje smart TUI sustava, realizirano putem Fonda za projekte formalno udruženih turističkih zajednica
- Mobilna aplikacija: GPS navigacija, vodič za proširenu stvarnost (AR), audio vodiči, elementi gamifikacije

Digitalna interpretacija baštine

- Interaktivne instalacije: hologramski prikazi, virtualna stvarnost (VR), interaktivno pripovijedanje, digitalni arhiv običaja
- Online pristup za virtualni doživljaj

Za provedbu je potrebno predvidjeti:

- Tehnička podrška: razvoj tehničke dokumentacije, testiranje rješenja, tehničko i sigurnosno održavanje sustava, ažuriranje sadržaja
- Edukacija: trening osoblja, radionice za dionike, edukacija korisnika

Očekivani rezultati

- Povećana vidljivost destinacije
- Bolja dostupnost informacija
- Učinkovitije upravljanje posjetiteljima
- Poboljšano korisničko iskustvo
- Povećanje broja digitalnih interakcija

Prioritet 2.2: Digitalni marketing[31]

- Razvoj društvenih mreža
- Online promocija
- Digitalno brendiranje destinacije

Razvoj društvenih mreža

Strateško upravljanje društvenim mrežama:

- Facebook: fokus na događanja i članke
- Instagram: fokus na vizualne sadržaje (prirodne ljepote, kulturna baština)

[31] Program rada TZP Baranje za 2025 / analiza društvenih mreža

- YouTube: video sadržaji i kratki dokumentarci

Online promocija

- Google marketing: SEO optimizacija, Google Ads kampanje, Google My Business optimizacija, lokalni SEO
- Marketing putem e-pošte: newsletter sustav, segmentacija baze, personalizirane kampanje, automatizacija

Digitalno brendiranje destinacije

- Vizualni identitet: jedinstveni digitalni brand book, prepoznatljivi vizuali za društvene mreže, konzistentnost kroz sve kanale, fotografska banka destinacije
- Pripovijedanje: kreiranje jedinstvenih priča o destinaciji, video serijali, blogovi/vlogovi, sadržaj koji stvaraju korisnici
- Kampanje prema ciljnim skupinama: "

Operativni plan:

- Kreiranje sadržaja: produkcija foto materijala, video, pisanje teksta, prijevodi na strane jezike
- Monitoring i analitika: praćenje stope angažmana, analiza demografskih podataka, ROI analiza kampanje, prilagodba strategije prema rezultatima
- Vremenska dinamika objava: "Vrijeme kada publika najviše prati objave je u podne, u 9 sati ujutro, ponoć, 21 sat te u 3 i 6 sati u noći."

Očekivani rezultati:

- Povećanje online vidljivosti
- Povećanje stope angažmana
- Povećanje broja pratitelja
- Bolja konverzija u stvarne posjete

Ova strategija temelji se na postojećim rezultatima i trendovima, s ciljem maksimiziranja digitalnog otiska destinacije uz zadržavanje autentičnosti komunikacije.

Strateški cilj 3: Jačanje ljudskih potencijala

Prioritet 3.1: Edukacija turističkih djelatnika

Turistička zajednica područja nastoji osvijestiti potrebu za edukacijom turističkih djelatnika kao i svih koji aktivno sudjeluju u promociji turističkih proizvoda, te će u tom smislu promovirati edukativne programe, i po potrebi, pružiti podršku za njihovu implementaciju:

- Programi stručnog usavršavanja
- Razvoj digitalnih vještina
- Jezične kompetencije

Programi stručnog usavršavanja

- Osnovna stručna znanja: standardi kvalitete u turizmu, komunikacija s gostima, upravljanje zadovoljstvom gostiju, poznavanje lokalne turističke ponude
- Specijalizirana znanja po sektorima: za turističke vodiče (interpretacija baštine, storytelling tehnike), za smještajne objekte (vođenje malih obiteljskih hotela), za ugostitelje (HACCP standardi, prezentacija tradicionalnih jela, sommelierski tečajevi)

Razvoj digitalnih vještina

Osnovne digitalne kompetencije:

- Korištenje rezervacijskih sustava
- Rad s društvenim mrežama
- Osnove digitalnog marketinga
- Online komunikacija s gostima
- Mogućnosti primjene AI u poslovanju

Napredne digitalne vještine:

- Upravljanje web sadržajem
- Analytics alati
- CRM sustavi
- Digitalni marketinški alati
- Generativni I prilagođeni modeli AI

Jezične kompetencije

- Osnovni jezici: engleski (primarni fokus), njemački, mađarski (zbog blizine tržišta)
- Specijalizirani tečajevi: poslovni engleski za turizam, stručna terminologija u ugostiteljstvu, komunikacija s gostima, pisana poslovna komunikacija

Strateški cilj 4: Razvoj održive turističke infrastrukture

Prioritet 4.1: Unapređenje javne turističke infrastrukture[32]

- Povezivanje biciklističkih staza u jedinstvenu mrežu
- Razvoj odmorišta i vidikovaca
- Unapređenje turističke signalizacije

Trenutno stanje infrastrukture

- Stanje prometne infrastrukture značajno se poboljšalo u posljednjih 10 godina
- Područje je dobro povezano mrežom državnih, regionalnih i lokalnih cesta
- Uloženo je u unapređenje prometne i turističke (smeđe) signalizacije
- Izgrađene su vinske ceste

Ključni problemi infrastrukture

[32] Program rada TZP Baranje za 2025., Plan projektnih ideja 2015.-2020

- Nedostatak potrebnih uslužnih objekata uz biciklističke staze
- Marginaliziran željeznički promet zbog neulaganja u infrastrukturu
- Ne koriste se brojne zbirke i objekti koji su napravljeni u turističke svrhe

Očekivani rezultati

- Bolja povezanost turističkih atrakcija
- Kvalitetnija usluga za cikloturiste kao rastući segment tržišta
- Poboljšanje turističke signalizacije za lakšu orijentaciju gostiju
- Stvaranje preduvjeta za razvoj sportsko-rekreativnog turizma

Ovi planovi pokazuju jasnu orijentaciju prema održivom razvoju turističke infrastrukture s naglaskom na outdoor aktivnosti i sportsko-rekreativne sadržaje, što je u skladu s trendovima u turizmu i potencijalima područja Baranje.

Prioritet 4.2: Promocija smještajnih kapaciteta[33]

- Poticanje razvoja malih obiteljskih hotela
- Poticanje povećanja kvalitete privatnog smještaja
- Promocija autohtonih smještajnih objekata

Poticanje razvoja malih obiteljskih hotela

- Identificiranje potencijalnih lokacija: postojeći objekt stare vinarije u općini Kneževi Vinogradi, napuštene pustare pogodne za prenamjenu, lokacije uz vinske ceste
- Izvori financiranja: EU fondovi, posebno EFRD i CF kroz Operativni program "Konkurentnost i kohezija", EAFRD kroz "Program ruralnog razvoja RH", javno-privatno partnerstvo
- Standardi kvalitete: definiranje minimalnih standarda uređenja, obavezno licenciranje, uvođenje certifikacijskih shema

Poticanje povećanja kvalitete privatnog smještaja

- Edukacija iznajmljivača: organizacija radionica o standardima kvalitete, edukacije o marketingu i prodaji, usavršavanje jezičnih i komunikacijskih vještina
- Modernizacija: poticaji za energetsku učinkovitost, digitalizacija poslovanja, opremanje dodatnim sadržajima

Promocija autohtonih smještajnih objekata

- Tipovi objekata: tradicijske baranjske kuće, vinski podrumi sa smještajem, salaši i gospodarstva
- Arhitektonski standardi: očuvanje izvorne baranjske arhitekture, korištenje tradicionalnih materijala, poštivanje lokalnog graditeljskog nasljeđa
- Sadržaji: integracija s gastronomskom ponudom, organizacija radionica tradicionalnih zanata, prezentacija lokalne kulture i običaja

[33] Program rada TZP Baranje za 2025, Plan projektnih ideja 2015.-2020.

Očekivani rezultati

- Povećanje broja noćenja po krevetu
- Smanjenje sezonalnosti
- Podizanje kvalitete ukupne turističke ponude
- Povećanje zaposlenosti u turizmu
- Očuvanje tradicijske arhitekture

Praćenje provedbe:

- Redovito prikupljanje podataka o popunjenosti
- Ankete zadovoljstva gostiju
- Praćenje kvalitete usluga
- Evaluacija ekonomskih učinaka

Prioritet 4.3: Obnova kulturne baštine

- Obnova dvorca Esterhazy u Dardi
- Revitalizacija tradicijske arhitekture

Obnova dvorca Esterhazy u Dardi

- Trenutno stanje: dvorac je u vlasništvu Općine Darda, procijenjeni trošak obnove: oko 9 miliuna eura, planirana namjena: odmorište za poslovne ljude koji dolaze u lov ili odmor u Baranju
- Izvori financiranja: prijava na pozivni natječaj za "Pripremu i provedbu integriranih razvojnih programa za obnovu kulturne baštine", partnerstvo s Turističkom zajednicom područja Baranje, mogućnost javno-privatnog partnerstva

Revitalizacija tradicijske arhitekture

- Fokus na očuvanju: podrumi u lesu, tradicijske baranjske kuće, stari zanati i vještine gradnje
- Dokumentiranje: evidentiranje i katalogizacija arhitektonskih vrijednih objekata, digitalizacija dokumentacije, stvaranje baze podataka tradicijske arhitekture
- Edukativne aktivnosti: organizacija radionica o tradicionalnim tehnikama gradnje, edukacija lokalnih majstora, suradnja s obrazovnim institucijama
- Poticajne mjere: program sufinanciranja obnove tradicionalnih objekata, stručna pomoć vlasnicima, promocija dobrih primjera obnove

RAZVOJNI POTENCIJALI TURISTIČKIH PROIZVODA

Baranja ima iznimne prednosti u prirodnim resursima, kulturi i gastronomiji, ali za održivi razvoj mora riješiti infrastrukturne i organizacijske slabosti. Ključni uspjeh leži u iskorištavanju EU fondova, jačanju digitalne prisutnosti i suradnji s okolnim regijama. Održivost, brendiranje i edukacija bitni su za budućnost destinacije.

Za iskorištavanje potencijala turističkih proizvoda nužno je razvoj bazirati na sljedećim prioritetnim područjima:

Očuvanje i valorizacija kulturnog nasljeđa kroz turizam: usmjereno na zaštitu, prezentaciju i turističku valorizaciju bogatstva baranjske materijalne i nematerijalne kulturne baštine. Uključuje razvoj kulturnih ruta, unaprjeđenje interpretacije baštine i integriranje autentičnih kulturnih elemenata u turističku ponudu. Prema Zakonu o turizmu (NN 52/19, čl. 5), kulturna baština predstavlja značajan resurs za razvoj posebnih oblika turizma.

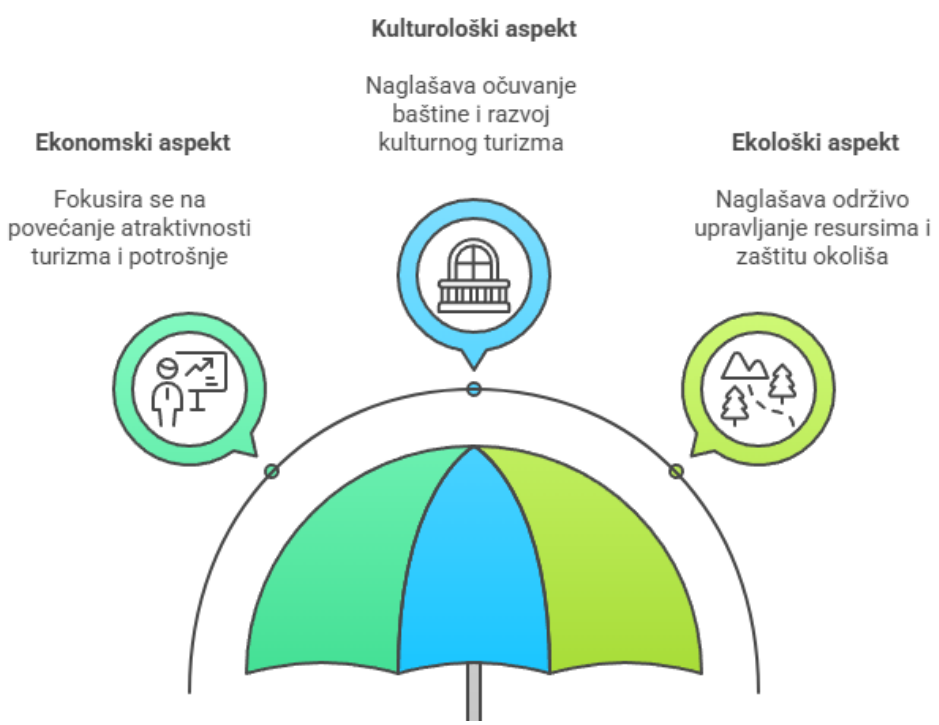
Razvoj održivog ekoturizma temeljenog na prirodnim resursima: odnosi se na održivu valorizaciju prirodnih resursa Baranje, posebno Parka prirode Kopački rit i ostalih zaštićenih područja. Uključuje razvoj infrastrukture za posjetitelje, edukativnih programa i rekreativnih aktivnosti u prirodi, uz strogu primjenu načela zaštite okoliša. Očuvana priroda predstavlja kompetitivnu prednost Baranja prema Strateškom planu.

Unapređenje kvalitete i prepoznatljivosti eno-gastronomske ponude: usmjereno na daljnji razvoj gastronomske ponude temeljene na lokalnim namirnicama, tradicionalnim receptima i kvalitetnim vinima baranjskog vinogorja. Uključuje standardizaciju kvalitete, brendiranje autohtonih proizvoda i povezivanje proizvođača s turističkim sektorom. Gastronomija je prepoznata kao jedan od ključnih elemenata turističke ponude.

Implementacija načela održivog razvoja u svim segmentima turističkog poslovanja: podrazumijeva primjenu načela okolišne, društvene i ekonomske održivosti u svim aspektima turističkog razvoja. Uključuje energetsku učinkovitost, smanjenje otpada, odgovorno korištenje resursa i pravednu raspodjelu koristi od turizma. Usklađen je sa Zakonom o turizmu (NN 52/19, čl. 12) koji naglašava važnost održivog razvoja.

Jačanje suradnje i koordinacije među dionicima turističkog sektora: usmjereno na unapređenje komunikacija i partnerstva između javnog i privatnog sektora, lokalnih proizvođača, kulturnih institucija i lokalnog stanovništva. Uključuje stvaranje platformi za suradnju, zajedničko planiranje i marketinške aktivnosti. Prema "Viziji razvoja turizma Baranje do 2030." suradnja dionika ključna je za stvaranje cjelovitog turističkog proizvoda destinacije.

Razvoj turizma u Baranji temelji se na integriranoj strategiji koja usklađuje ekonomski razvoj s očuvanjem kulturne baštine i prirodnog okoliša. Strategija naglašava važnost suradnje svih dionika, osiguravajući ravnotežu između turističkog razvoja kao gospodarskog pokretača i odgovornog upravljanja prirodnim i kulturnim bogatstvom, čime se jamči dugoročna održivost destinacije. S namjerom jačanja konkurentnosti, valorizacije lokalnih resursa i održivog rasta, fokus je na tri ključna područja – ekonomskom, kulturološkom i ekološkom:



MJERE I AKTIVNOSTI

Operativni plan provedbe predstavlja ključni provedbeni instrument Plana upravljanja destinacijom Baranja koji detaljno razrađuje korake, aktivnosti, nositelje i vremenske okvire potrebne za ostvarivanje strateških ciljeva razvoja turizma. Kroz sistematiziran pristup provedbi, operativni plan osigurava koordinirano djelovanje svih dionika turističkog sustava Baranje - od jedinica lokalne samouprave, turističkih zajednica i javnih ustanova do privatnih poduzetnika i organizacija civilnog društva.

Vremenski okvir operativnog plana obično se definira na godišnjoj ili dvogodišnjoj razini, što omogućava fleksibilnost prilagodbe tržišnim okolnostima uz istovremeno praćenje napretka prema dugoročnim ciljevima razvoja destinacije. Uspješnost provedbe operativnog plana ovisi o precizno definiranim indikatorima uspješnosti, jasnoj raspodjeli odgovornosti te uspostavljenom sustavu praćenja i evaluacije, čime se osigurava kontinuirano unapređenje turističke ponude i konkurentnosti Baranja kao destinacije.

Kratkoročni ciljevi (2026.-2027.)

1. Uspostava sustava upravljanja destinacijom
2. Digitalizacija osnovnih usluga
3. Razvoj interpretacijskih sadržaja

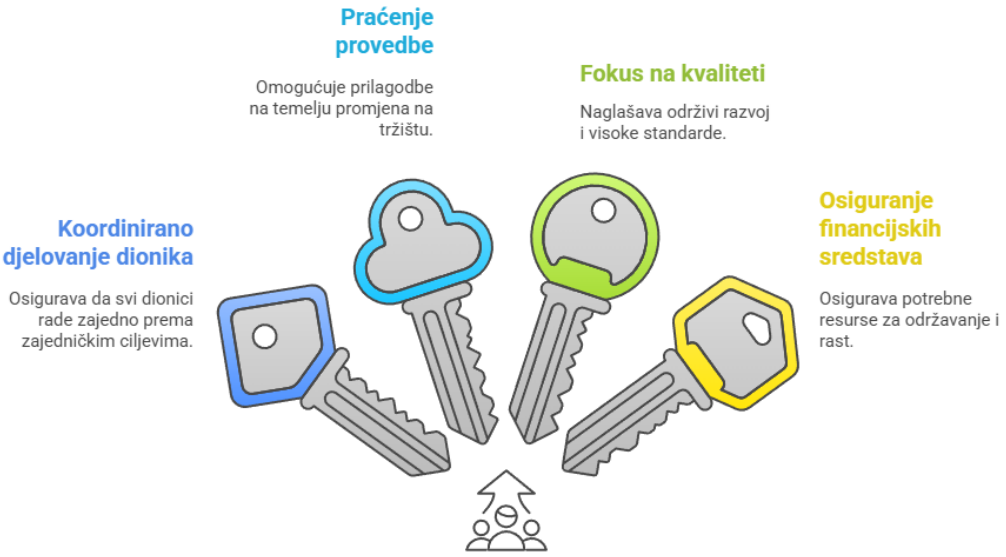
Srednjoročni ciljevi (2027.-2028.)

1. Razvoj novih turističkih proizvoda
2. Implementacija digitalnih rješenja
3. Podizanje kvalitete smještaja

Dugoročni ciljevi (2028.-2029.)

1. Pozicioniranje na međunarodnom tržištu
2. Potpuna digitalna transformacija
3. Stvaranje održivog sustava upravljanja
4. Zelena tranzicija

Ključni faktori uspjeha za implementaciju i realizaciju postavljenih ciljeva podrazumijevaju:



Uz provođenje predloženih mjera i aktivnosti, do 2029. godine planira se ostvarenje sljedećih rezultata:

Kvantitativni:

- ✓ Rast smještajnih kapaciteta za 30%
- ✓ Povećanje broja noćenja za 20%
- ✓ Povećanje prosječne duljine boravka

Kvalitativni:

- ✓ Veća prepoznatljivost destinacije
- ✓ Puna digitalna dostupnost
- ✓ Povećanje kvalitete usluge
- ✓ Veće zadovoljstvo posjetitelja

SMJERNICE I PREPORUKE ZA DIONIKE

Zainteresirani dionici za provedbu Plana upravljanja destinacijom uključuju različite javne i privatne subjekte koji sudjeluju u razvoju i upravljanju turizmom. Ključni dionici i njihove uloge su:

1. **Lokalna i regionalna samouprava** – odgovorne za donošenje i provedbu strategije razvoja turizma te osiguranje pravnog i infrastrukturnog okvira.
2. **Turističke zajednice** – koordiniraju aktivnosti u destinaciji, provode promotivne kampanje i sudjeluju u razvoju turističkih proizvoda.
3. **Javne ustanove i trgovačka društva u vlasništvu jedinice lokalne i regionalne samouprave** – uključene u održavanje infrastrukture, kulturne i prirodne baštine.
4. **Privatni sektor (ugostitelji, hotelijeri, turističke agencije, prijevoznici, proizvođači autohtonih proizvoda, obrtnici)** – ključni u pružanju usluga i razvoju turističke ponude.
5. **Udruge i organizacije civilnog društva** – sudjeluju u kreiranju održivih turističkih praksi i povezivanju lokalne zajednice s turističkim aktivnostima.
6. **Stručne institucije (fakulteti, instituti, istraživački centri)** – provode analize, istraživanja i edukacije o turizmu i njegovom utjecaju na destinaciju.
7. **Nadležna tijela za prostorno planiranje, zdravstvo i kulturu** – osiguravaju usklađenost turističkog razvoja s održivim principima i zaštitom kulturne i prirodne baštine

Turistička zajednica područja navedene dionike okuplja kroz radionice, sastanke i okrugle stolove kako bi osigurala koordinaciju i učinkovitu provedbu plana upravljanja destinacijom.

Sukladno Programu rada TZP Baranje i konstatacijama iz ovog materijala u nastavku se navode konkretne aktivnosti za pojedine dionike u skladu s njihovim interesima i ovlastima.

Turistička zajednica područja Baranje (TZP Baranje)

- Koordinacija i provedba destinacijskog menadžmenta – Aktivno upravljanje razvojem turističke ponude i infrastrukture
- Organizacija i podrška manifestacijama – Suorganizacija kulturnih i eno-gastro događanja
- Edukacija i usavršavanje dionika – Organizacija radionica i stručnih skupova za lokalne poduzetnike i ugostitelje
- Održavanje infrastrukture – Poboljšanje prometne signalizacije i turističkih informacijskih sustava
- Implementacija digitalnih sustava za analizu dolazaka i kretanja gostiju

Jedinice lokalne samouprave (općine i Grad Beli Manastir)

- Razvoj i održavanje javne turističke infrastrukture – Ulaganje u komunalnu infrastrukturu, biciklističke rute i javne površine, unaprijediti upravljanje javnom turističkom infrastrukturom
- Poticanje lokalnih inicijativa – Suradnja s udrugama, poticanje OPG-ova i kulturnih manifestacija
- Uređenje okoliša i očuvanje baštine – Provedba projekata ozelenjivanja i revitalizacije kulturnih objekata

Lokalni poduzetnici i ugostitelji

- Razvoj autentične ponude – Suradnja s TZP Baranje u kreiranju eno-gastro tura i suvenira
- Sudjelovanje u marketinškim aktivnostima – Partnerstvo u promociji destinacija putem digitalnih kanala i zajedničkih kampanja
- Povećanje smještajnih kapaciteta – Razvoj ruralnog i obiteljskog smještaja u skladu s održivim turizmom

Kulturne i sportske udruge

- Organizacija manifestacija – Aktivno sudjelovanje u kreiranju kulturnih, sportskih i tradicijskih događanja
- Edukacija i animacija posjetitelja – Vođenje radionica i interpretacija lokalne baštine

Hrvatska turistička zajednica (HTZ) i Turistička zajednica Osječko-baranjske županije

- Nacionalna i regionalna promocija destinacije – Uključivanje Baranje u ključne promotivne kampanje i projekte digitalne
- Koordinacija edukacijskih programa – Stručna podrška lokalnim dionicima kroz radionice i mentorstva
- Promocija destinacije – Sudjelovanje na sajmovima, marketinške kampanje, suradnja s influencerima i medijima

Civilni sektor

- Organizacija kulturnih manifestacija i događanja
- Očuvanje tradicije i običaja kroz radionice i prezentacije
- Sudjelovanje u interpretaciji kulturne baštine
- Razvoj volonterskih programa u turizmu

Obrazovne i znanstvene institucije:

- Razvoj programa edukacije za turističke djelatnike
- Provedba istraživanja tržišta i praćenje trendova
- Suradnja u razvoju gastronomskih proizvoda (posebno s Prehrambeno-tehnološkim i Poljoprivrednim fakultetom u Osijeku)
- Pružanje stručne podrške u razvoju proizvoda

Posjetitelji i lokalno stanovništvo

- Sudjelovanje u očuvanju destinacije – Angažman u očuvanju okoliša i kulturne baštine kroz projekte volontiranja
- Kreiranje autentičnog doživljaja – Aktivno uključivanje u interpretaciju lokalne kulture, običaja i gastronomije

Ovaj prijedlog aktivnosti omogućuje sinergijski pristup upravljanju destinacijom s ciljem održivog razvoja i povećanja konkurentnosti Baranje na turističkom tržištu. Za sve dionike ključna je koordinacija aktivnosti kroz redovite sastanke i radionice. Uspjeh provedbe ovisi o

sinergiji svih dionika i njihovom doprinosu ostvarenju zajedničke vizije razvoja Baranje kao prepoznatljive kontinentalne turističke destinacije.

POPIS PROJEKATA

Projekti koji pridonose provedbi mjera za doprinos u ostvarenju pokazatelja održivosti

Popis projekata koji pridonose provedbi mjera za doprinos u ostvarenju pokazatelja održivosti:

Jedinica lokalne samouprave: Općina Darda

Prioritet	4.1. Unapređenje javne turističke infrastrukture
Mjera	4.1. Razvoj/obnova i modernizacija primarne i sekundarne infrastrukture
Naziv projekta	Uređenje plaže i pratećih sadržaja SRC Đola Darda
Naznaka radi li se o projektu od posebnog značaja za razvoj destinacije	NE
Kratki opis predmeta projekta	Projektom je predviđeno nasipavanje plaže pijeskom sitne granulacije, obnova postojećeg drvenog mola, zamjena postojećih tuševa na plaži novim tuševima sa solarnim spremnicima. Postojeća zgrada garderobe i sanitarnog čvora je dotrajala te se ista planira rekonstruirati. Oborinska voda s krova zgrade će se skupljati u sabirnik kišnice te će se njome navodnjavati zelene površine. Pješačka staza oko jezera će se u potpunosti obnoviti. Projektom se planira i postavljanje komunalne opreme uz plažu i stazu (obične klupe, pametna klupa, koš za otpatke s pepeljarama, zeleni otok). Postojeće dječje igralište je dotrajalo te će se demontirati i na istom mjestu će se postaviti novo igralište. Planira se postavljanje plutajuće fontane na središte jezera.

Kratki opis svrhe projekta	Svrha projekta je revitalizirati jezero i plažu za kupače, te izgraditi sve dodatne sadržaje potrebne za kupače. Isto tako, planira se omogućiti kvalitetniji boravak većeg broja ljudi na sportsko rekreacijskom centru oko jezera.
Način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti	Oborinska voda s objekata koristiti će se za zalijevanje zelenih površina. Fontana na središtu jezera omogućiti će aerizaciju jezerske vode i poboljšati će kvalitetu vode za kupanje, kao i spriječiti pomor ribljeg fonda u ljetnim mjesecima.
Način doprinosa strateškom/posebnom cilju (ispunjava se samo za projekte od posebnog značaja)	-
Nositelj provedbe projekta	Općina Darda
Lokacija provedbe projekta (grad/općina)	Darda, SRC Đola
Planirani početak provedbe projekta	Travanj 2027. godine
Planirani završetak provedbe projekta	Listopad 2027. godine
Ključne točke ostvarenja projekta	Revitalizacija kupališta i jezera.
Planirani rokovi postignuća ključnih točaka ostvarenja projekta	Listopad 2027. godine
Ukupno procijenjena vrijednost projekta	611.097,65 eura

Iznos vlastitog financiranja	50.000,00 eura
Ostali mogući izvori financiranja	Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova europske unije i europski fondovi
Imovinsko-pravni odnosi	Svi sadržaji osim samog jezera su u vlasništvu Općine Darda. Jezero je u vlasništvu Republike Hrvatske.
Osnova za raspolaganje nekretninama	Vlasništvo i sporazum s Hrvatskim vodama.
Status izrade potrebne studijske dokumentacije	Profil projekta: DA Studija predizvodljivosti i/ili studija izvedivosti: DA CBA (Cost Benefit Analysis / Analiza troškova i koristi): NE
Status izvedbe potrebne projektne dokumentacije	Idejni projekt: DA Lokacijska dozvola: NE Glavni projekt: DA Gradnja prema Pravilniku o jednostavnim i drugim građevinama i radovima: DA Građevinska dozvola: NE

Jedinica lokalne samouprave: OPĆINA KNEŽEVI VINOGRADI

Prioritet	Prioritet 1.3.: Aktivni turizam
Mjera	Razvoj novih turističkih proizvoda
Naziv projekta	**IZGRADNJA, OBNOVA I OPREMANJE TRIBINA, NABAVKA I MONTAŽA KLUPA NA SPORTSKOM IGRALIŠTU NK BORAC**
Naznaka radi li se o projektu od posebnog značaja za razvoj destinacije	**DA** / NE
Kratki opis predmeta projekta	Projekt obuhvaća ulaganje u sportsku infrastrukturu – izgradnju tribina na pomoćnom nogometnom igralištu, te zamjena postojećih klupa na postojećem igralištu NK Borac
Kratki opis svrhe projekta	Svrha projekta je promicanje i korištenje resursa sportskih objekata za razvoj sportskog i rekreativnog turizma, s ciljem razvoja novih diversificiranih turističkih proizvoda primarno usmjerenih na aktivni i sportski turizam, uz doprinos socijalnom uključivanju ranjivih skupina.
Način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti	Realizacijom projekta Kneževi Vinogradi se pozicioniraju kao središte aktivnog sportskog turizma Baranje – cjelogodišnje odredište za obitelji, sportske klubove i škole. Realizacijom projekta postiže se cjelogodišnje korištenje i produljenje sezone

Način doprinosa strateškom/posebnom cilju (ispunjava se samo za projekte od posebnog značaja)	Provedba projekta doprinosi jasno i strateškom i posebnom cilju i to kroz: 3. stvara značajan preduvjeta za razvoj sportsko-rekreativnog turizma I u konačnici doprinosi održivom razvoju turističke infrastrukture s naglaskom na outdoor aktivnosti i sportsko-rekreativne sadržaje, što je u skladu s trendovima u turizmu i potencijalima područja Baranje.
Nositelj provedbe projekta	Općina Kneževi Vinogradi
Lokacija provedbe projekta (grad/općina)	Kneževi Vinogradi, Općina Kneževi Vinogradi
Planirani početak provedbe projekta	listopad 2026..
Planirani završetak provedbe projekta	ožujak 2027.
Ključne točke ostvarenja projekta	I. upravljanje projektom – praćenje izvješćivanje, upravljanje rizicima II. provedba javne nabave ugovaranje radova, nadzora, opreme, usluga III radovi na izgradnji, implementaciji IV promocija
Planirani rokovi postignuća ključnih točaka ostvarenja projekta	I. cijelo razdoblje provedbe II. listopad 2026– studeni 2026. III. studeni – veljača 2027 IV ožujak 2027 .
Ukupno procijenjena vrijednost projekta	78.000,00
Iznos vlastitog financiranja	-
Ostali mogući izvori financiranja	donacije

Imovinsko-pravni odnosi	riješeni
Osnova za raspolaganje nekretninama	Zakon o lokalnoj i područnoj (regionalnoj) samoupravi, Zakon o sportu
Status izrade potrebne studijske dokumentacije	Profil projekta: DA / NE Studija predizvodljivosti i/ili studija izvedivosti: DA / NE – n/p CBA (Cost Benefit Analysis / Analiza troškova i koristi): DA / NE - N/p
Status izvedbe potrebne projektne dokumentacije	Idejni projekt: DA / NE Lokacijska dozvola: DA / NE Glavni projekt: DA / NE Gradnja prema Pravilniku o jednostavnim i drugim građevinama i radovima: DA / NE Građevinska dozvola: DA / NE

Jedinica lokalne samouprave: OPĆINA KNEŽEVI VINOGRADI

Prioritet	Prioritet 1.3.: Aktivni turizam
Mjera	Razvoj novih turističkih proizvoda
Naziv projekta	**„Razvoj sportske infrastrukture i sadržaja u Kneževim Vinogradima**
Naznaka radi li se o projektu od posebnog značaja za razvoj destinacije	**DA** / NE
Kratki opis predmeta projekta	Projekt obuhvaća ulaganje u sportsku infrastrukturu – izgradnju javne rasvjete na pomoćnom igralištu, te međusobnu suradnju javnog i civilnog sektora
Kratki opis svrhe projekta	Svrha projekta je promicanje i korištenje resursa sportskih objekata za razvoj sportskog i rekreativnog turizma, s ciljem razvoja novih diversificiranih turističkih proizvoda primarno usmjerenih na aktivni i sportski turizam, uz doprinos socijalnom uključivanju ranjivih skupina.
Način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti	Realizacijom projekta Kneževi Vinogradi se pozicioniraju kao središte aktivnog sportskog turizma Baranje – cjelogodišnje odredište za obitelji, sportske klubove i škole. Realizacijom projekta postiže se cjelogodišnje korištenje i produljenje sezone

Način doprinosa strateškom/posebnom cilju (ispunjava se samo za projekte od posebnog značaja)	Provedba projekta doprinosi jasno i strateškom i posebnom cilju i to kroz: 3. stvara značajan preduvjeta za razvoj sportsko-rekreativnog turizma I u konačnici doprinosi održivom razvoju turističke infrastrukture s naglaskom na outdoor aktivnosti i sportsko-rekreativne sadržaje, što je u skladu s trendovima u turizmu i potencijalima područja Baranje.
Nositelj provedbe projekta	Općina Kneževi Vinogradi
Lokacija provedbe projekta (grad/općina)	Kneževi Vinogradi, Općina Kneževi Vinogradi
Planirani početak provedbe projekta	Kolovoz 2026.
Planirani završetak provedbe projekta	lipanj 2027.
Ključne točke ostvarenja projekta	I. upravljanje projektom – praćenje izvješćivanje, upravljanje rizicima II. provedba javne nabave ugovaranje radova, nadzora, opreme, usluga III radovi na izgradnji, implementaciji IV promocija turističkog proizvoda
Planirani rokovi postignuća ključnih točaka ostvarenja projekta	I. cijelo razdoblje provedbe II. kolovoz – rujan 2026. III. listopad 2027– ožujak 2027. IV. ožujak- lipanj 2027.
Ukupno procijenjena vrijednost projekta	92.600,00
Iznos vlastitog financiranja	18.520,00
Ostali mogući izvori financiranja	Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj

Imovinsko-pravni odnosi	riješeni
Osnova za raspolaganje nekretninama	Zakon o lokalnoj i područnoj (regionalnoj) samoupravi, Zakon o sportu
Status izrade potrebne studijske dokumentacije	Profil projekta: DA / NE Studija predizvodljivosti i/ili studija izvedivosti: DA / NE -n/p CBA (Cost Benefit Analysis / Analiza troškova i koristi): DA / NE - N/p
Status izvedbe potrebne projektne dokumentacije	Idejni projekt: DA / NE Lokacijska dozvola: DA / NE Glavni projekt: DA / NE Gradnja prema Pravilniku o jednostavnim i drugim građevinama i radovima: DA / NE Građevinska dozvola: DA / NE

Jedinica lokalne samouprave: OPĆINA KNEŽEVI VINOGRADI

Prioritet	Prioritet 1.3.: Aktivni turizam
Mjera	Razvoj novih turističkih proizvoda
Naziv projekta	**REKONSTRUKCIJA I OPREMANJE NOGOMETNOG IGRALIŠTA NK BORAC KN.VINOGRADI**
Naznaka radi li se o projektu od posebnog značaja za razvoj destinacije	**DA** / NE
Kratki opis predmeta projekta	Projekt obuhvaća ulaganje u sportsku infrastrukturu – izgradnju i postavljanje umjetne trave na nogometnom igralištu NK Borac Kneževi VInogradi
Kratki opis svrhe projekta	Svrha projekta je promicanje i korištenje resursa sportskih objekata za razvoj sportskog i rekreativnog turizma, s ciljem razvoja novih diversificiranih turističkih proizvoda primarno usmjerenih na aktivni i sportski turizam, uz doprinos socijalnom uključivanju ranjivih skupina.
Način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti	Realizacijom projekta Kneževi Vinogradi se pozicioniraju kao središte aktivnog sportskog turizma Baranje – cjelogodišnje odredište za obitelji, sportske klubove i škole. Realizacijom projekta postiže se cjelogodišnje korištenje i produljenje sezone

Način doprinosa strateškom/posebnom cilju (ispunjava se samo za projekte od posebnog značaja)	Provedba projekta doprinosi jasno i strateškom i posebnom cilju i to kroz: 3. stvara značajan preduvjeta za razvoj sportsko-rekreativnog turizma I u konačnici doprinosi održivom razvoju turističke infrastrukture s naglaskom na outdoor aktivnosti i sportsko-rekreativne sadržaje, što je u skladu s trendovima u turizmu i potencijalima područja Baranje.
Nositelj provedbe projekta	Općina Kneževi Vinogradi
Lokacija provedbe projekta (grad/općina)	Kneževi Vinogradi, Općina Kneževi Vinogradi
Planirani početak provedbe projekta	Kolovoz 2026..
Planirani završetak provedbe projekta	lipanj 2027.
Ključne točke ostvarenja projekta	I. upravljanje projektom – praćenje izvješćivanje, upravljanje rizicima II. provedba javne nabave ugovaranje radova, nadzora, opreme, usluga III radovi na izgradnji, implementaciji IV promocija
Planirani rokovi postignuća ključnih točaka ostvarenja projekta	I. cijelo razdoblje provedbe II. kolovoz – rujan 2026. III. listopad 2026 – ožujak 2027. IV. ožujak- lipanj 2027.
Ukupno procijenjena vrijednost projekta	755.000,00
Iznos vlastitog financiranja	465.000,00
Ostali mogući izvori financiranja	Državni proračun

Imovinsko-pravni odnosi	riješeni
Osnova za raspolaganje nekretninama	Zakon o lokalnoj i područnoj (regionalnoj) samoupravi, Zakon o sportu
Status izrade potrebne studijske dokumentacije	Profil projekta: DA / NE Studija predizvodljivosti i/ili studija izvedivosti: DA / NE CBA (Cost Benefit Analysis / Analiza troškova i koristi): DA / NE - N/p
Status izvedbe potrebne projektne dokumentacije	Idejni projekt: DA / NE Lokacijska dozvola: DA / NE Glavni projekt: DA / NE Gradnja prema Pravilniku o jednostavnim i drugim građevinama i radovima: DA / NE Građevinska dozvola: DA / NE

Jedinica lokalne samouprave: OPĆINA PETLOVAC

Prioritet	1.3 Aktivni turizam
Mjera	Razvoj outdoor turizma i unaprjeđenje biciklističke infrastrukture na području destinacije.
Naziv projekta	Izgradnja biciklističke staze u naselju Petlovac
Naznaka radi li se o projektu od posebnog značaja za razvoj destinacije	NE
Kratki opis predmeta projekta	Projekt obuhvaća izgradnju nove asfaltne biciklističke staze s betonskim rubnjacima (10/20 cm) namijenjene za dvosmjerni promet bicikala. Staza se planira u širini od 2,0 m i ukupnoj duljini od cca 2.100,0 m, a protezat će se kroz naselje uz postojeću cestovnu trasu (ulica Zvonka Brkića, ulica Rade Končara i Kolodvorska ulica). Projekt uključuje i postavljanje pripadajuće horizontalne i vertikalne signalizacije.
Kratki opis svrhe projekta	Unaprjeđenje prometne i cikloturističke infrastrukture unutar Općine Petlovac. Svrha je osigurati sigurno odvijanje biciklističkog prometa koji je trenutno ugrožen jer se odvija na kolniku, te povezati lokalne ulice u kontinuiranu cikloturističku cjelinu koja se naslanja na outdoor ponudu Baranje.
Način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti	Projekt izravno pridonosi pokazateljima održivosti kroz povećanje sigurnosti prometa i unaprjeđenje kvalitete javnog prostora te zdravog načina života lokalnog stanovništva i posjetitelja. Projekt ima pozitivan ekološki utjecaj (poticanje CO2 neutralnog prometa), a tehničko rješenje osigurava da se ne remeti prirodno otjecanje voda.
Način doprinosa strateškom/posebnom cilju (ispunjava se samo za projekte od posebnog značaja)	Nije primjenjivo (projekt nije od posebnog značaja).
Nositelj provedbe projekta	OPĆINA PETLOVAC

Lokacija provedbe projekta (grad/općina)	Općina Petlovac, naselje Petlovac
Planirani početak provedbe projekta	2026. godine
Planirani završetak provedbe projekta	2027. godine
Ključne točke ostvarenja projekta	1. Izrada glavnog projekta i ishođenje građevinske dozvole 2. Provođenje postupka javne nabave za izvođača radova 3. Izvođenje građevinskih radova na asfaltiranju staze i postavljanju signalizacije 4. Uređenje zelenih površina i tehnički pregled
Planirani rokovi postignuća ključnih točaka ostvarenja projekta	1. Kvartal IV / 2026. 2. Kvartal I / 2027. 3. Kvartal III / 2027. 4. Kvartal IV / 2027.
Ukupno procijenjena vrijednost projekta	280.000,00 eura
Iznos vlastitog financiranja	42.000,00
Ostali mogući izvori financiranja	Fondovi Europske unije, Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture, Osječko-baranjska županija.
Imovinsko-pravni odnosi	Uređeni u skladu s uvjetima javnopravnih tijela za zahvate unutar cestovnog pojasa u građevinskom području.
Osnova za raspolaganje nekretninama	Katastarske čestice u građevinskom području: k.č.br. 182, 536/1, 553/1 i 591 k.o. Petlovac. Vlasništvo/javno dobro u općoj uporabi.
Status izrade potrebne studijske dokumentacije	Profil projekta: DA Studija predizvodljivosti i/ili studija izvedivosti: NE CBA (Analiza troškova i koristi): NE

Status izvedbe potrebne projektne dokumentacije	Idejni projekt / Opis i prikaz: DA (Izrađen u 02/2026 od strane "Planum projekt" d.o.o., oznaka: PP–456/26–IR) Lokacijska dozvola: DA (Izdana od strane Osječko-baranjske županije dana 30.09.2026., KLASA: UP/I-350-05/26-01/000012, URBROJ: 2158-16/16-26-0019) Glavni projekt: U IZRADI Gradnja prema Pravilniku o jednostavnim i drugim građevinama i radovima: NE Građevinska dozvola: PLANIRANO / U PRIPREMI (Postupak pokretanja nakon dovršetka glavnog projekta, a na temelju izdane lokacijske dozvole).

Projekti od posebnog značaja za razvoj destinacije

Projekti od posebnog značaja za razvoj destinacije[34] ispunjavaju sljedeće kriterije:

- Doprinose strateškom i/ili posebnom cilju prema aktima strateškog planiranja razvoja turizma
- Predviđaju značajan i mjerljiv, izravni ili neizravni pozitivni financijski učinak na sektor turizma i povezane sektore
- Započinju s provedbom u razdoblju važenja plana upravljanja destinacijom
- Imaju minimalno izrađenu studijsku/projektnu dokumentaciju prema propisima za investicijske projekte jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave
- Minimalna vrijednost investicije iznosi 1.000.000 eura

Izgradnja Gospodarsko-turističkog centra Baranje u Kneževim Vinogradima
Lokacija: Općina Kneževi Vinogradi Opis projekta: Projekt predstavlja stratešku investiciju u razvoj gospodarstva i turizma na području Baranje. Planirana lokacija centra je SRC Kneževi Vinogradi, a njegova vrijednost iznosi približno 2.000.000 eura. GTC Baranje će biti jedinstveni polivalentni prostor namijenjen organizaciji kongresa, manifestacija, sajmova i raznih događanja s naglaskom na gospodarski razvoj i turističku promociju regije. Svojom infrastrukturom omogućit će povezivanje lokalnih poduzetnika, poljoprivrednika i turističkih djelatnika te doprinijeti povećanju atraktivnosti i prepoznatljivosti Baranje kao destinacije. Planirana lokacija: SRC Kneževi Vinogradi. Cilj i svrha projekta: Cilj projekta je unaprijediti gospodarsku, društvenu i turističku infrastrukturu općine Kneževi Vinogradi kroz izgradnju modernog, polivalentnog prostora od 722,48 m2 koji će omogućiti organizaciju sajmova, poslovnih i edukativnih događanja, te kulturnih i turističkih manifestacija za promociju materijalne i nematerijalne baštine lokalnog područja. Namjera je ovim projektom potaknuti gospodarski razvoj, umrežavanje poduzetnika, poljoprivrednika i turističkih dionika te povećati prepoznatljivost Baranje kao atraktivne destinacije za ulaganja i turizam. Razvoj Gospodarsko-turističkog centra povećat će atraktivnost općine Kneževi Vinogradi i cijele Baranje, što će dovesti do povećanja gospodarskih mogućnosti, stvaranja novih radnih mjesta i poboljšanje uvjeta za poduzetništvo te ujedno i stvaranje uvjeta za dugoročnu gospodarsku i demografsku stabilnost. Način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti: gospodarska održivost - jačanje lokalne ekonomije kroz razvoj poduzetništva i turizma, socijalna održivost - stvaranje novih poslovnih prilika i zapošljavanja, kulturna održivost - organizacija događanja koja promoviraju lokalnu tradiciju i proizvode, ekološka održivost - projekt doprinosi povećanju energetske učinkovitosti kroz primjenu suvremenih tehničkih rješenja i korištenje obnovljivih izvora energije. Projektirana građevina zadovoljava kriterije zgrade s gotovo nultom energijom (nZEB), što znači da će 100%

[34] prema Pravilniku o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom

godišnje isporučene energije biti podmireno iz obnovljivih izvora.

Način doprinosa strateškim ciljevima i financijski učinci na sektor turizma: Projekt doprinosi strateškom cilju jačanja turističke konkurentnosti regije i razvoja gospodarskih aktivnosti kroz povezivanje poduzetnika, poljoprivrednika i turističkih djelatnika. Ujedno podupire promociju Općine, Baranje i Osječko-baranjske županije kao značajne kontinentalne destinacije za poslovni i konferencijski turizam. Pozitivni financijski učinci bit će vidljivi i mjerljivi kroz povećanje broja događanja (kongresa, sajmova, manifestacija), veći broj posjetitelja, povećanu potrošnju u smještajnim, ugostiteljskim i transportnim uslugama; jačanje prodaje lokalnih proizvoda, gastro ponude i rukotvorina kroz umrežavanje i promociju, stvaranje novih radnih mjesta u organizaciji događanja i ugostiteljstvu.

Vrijednost projekta: približno 2.000.000 €.

Nositelj provedbe: Općina Kneževi Vinogradi

Statusi tijek projekta: Projektno-tehnička dokumentacija u izradi; planirani početak 2025, izgradnja centra, opremanje i funkcionalno uređenje prostora 2027, uspostava programskih sadržaja i umrežavanje dionika 2026-2028,promidžba i otvaranje centra 2026 – 2028.

Izvori financiranja: vlastiti (50%)

Jedinica lokalne samouprave: OPĆINA KNEŽEVI VINOGRADI

Prioritet	Prioritet 4.1: Unapređenje javne turističke infrastrukture
Mjera	Razvoj novih turističkih proizvoda
Naziv projekta	**„Knežev park – središte aktivnog turizma Baranje“**
Naznaka radi li se o projektu od posebnog značaja za razvoj destinacije	**DA** / NE
Kratki opis predmeta projekta	Projekt pod nazivom „Knežev park – središte aktivnog turizma Baranje“ objedinjuje tri prostorne cjeline u sklopu Rekreacijskog centra Kneževi Vinogradi u jedinstven turistički proizvod namijenjen aktivnom i sportskom turizmu.
Kratki opis svrhe projekta	Svrha projekta je zaštita, razvoj i promicanje resursa javnog turizma, uključujući zelenu i digitalnu tranziciju javne turističke infrastrukture, s ciljem razvoja novih diversificiranih turističkih proizvoda primarno usmjerenih na aktivni i sportski turizam, uz doprinos socijalnom uključivanju ranjivih skupina i poticanje socijalnih inovacija.

Način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti	Realizacijom projekta Kneževi Vinogradi se pozicioniraju kao središte aktivnog turizma Baranje – cjelogodišnje odredište za obitelji, izletnike, cikloturiste, sportske klubove i škole, komplementarno postojećim motivima dolaska u destinaciju (Kopački rit, vinske ceste, kompleks bazena) i to kroz horizontalne slojeve projekta: 1. Zelena tranzicija 2. Digitalna rješenja 3. Socijalna uključenost i socijalne inovacije 4. Cjelogodišnje korištenje i produljenje sezone
Način doprinosa strateškom/posebnom cilju (ispunjava se samo za projekte od posebnog značaja)	Provedba projekta doprinosi jasno i strateškom i posebnom cilju i to kroz: 1. Bolju povezanost turističkih atrakcija 2. pruža kvalitetniju uslugu za cikloturiste kao rastući segment tržišta 3. stvara značajan preduvjeta za razvoj sportsko-rekreativnog turizma I u konačnici doprinosi održivom razvoju turističke infrastrukture s naglaskom na outdoor aktivnosti i sportsko-rekreativne sadržaje, što je u skladu s trendovima u turizmu i potencijalima područja Baranje.
Nositelj provedbe projekta	Općina Kneževi Vinogradi
Lokacija provedbe projekta (grad/općina)	Kneževi Vinogradi, Općina Kneževi Vinogradi
Planirani početak provedbe projekta	Travanj 2027.
Planirani završetak provedbe projekta	Prosinac 2028.

Ključne točke ostvarenja projekta	I. upravljanje projektom – praćenje izvješćivanje, upravljanje rizicima II. provedba javne nabave ugovaranje radova, nadzora, opreme, usluga III radovi na izgradnji, implementaciji IV promocija turističkog proizvoda
Planirani rokovi postignuća ključnih točaka ostvarenja projekta	I. cijelo razdoblje provedbe II. svibanj – srpanj 2027. III. srpanj 2027. – rujan 2028. IV. srpanj – prosinac 2028.
Ukupno procijenjena vrijednost projekta	2.000.000,00
Iznos vlastitog financiranja	200.000,00
Ostali mogući izvori financiranja	Fondovi EU, državni proračun, donacije
Imovinsko-pravni odnosi	riješeni
Osnova za raspolaganje nekretninama	Zakon o lokalnoj i područnoj (regionalnoj) samoupravi.
Status izrade potrebne studijske dokumentacije	Profil projekta: DA / NE Studija predizvodljivosti i/ili studija izvedivosti: DA / NE CBA (Cost Benefit Analysis / Analiza troškova i koristi): DA / NE **– u izradi**
Status izvedbe potrebne projektne dokumentacije	Idejni projekt: DA / NE Lokacijska dozvola: DA / NE Glavni projekt: DA / NE Gradnja prema Pravilniku o jednostavnim i drugim građevinama i radovima: DA / NE Građevinska dozvola: DA / NE

Jedinica lokalne samouprave: OPĆINA PETLOVAC

Prioritet	4.3 Obnova kulturne baštine
Mjera	Revitalizacija objekata javne i društvene namjene u svrhu jačanja popratnih sadržaja ruralnog turizma destinacije.
Naziv projekta	Društveni dom - rekonstrukcija
Naznaka radi li se o projektu od posebnog značaja za razvoj destinacije	DA
Kratki opis predmeta projekta	Projekt obuhvaća potpunu građevinsko-arhitektonsku rekonstrukciju postojeće zgrade društvene namjene te njezinu prenamjenu u polivalentni kulturno-turistički centar naselja. Zahvat uključuje cjelovitu obnovu konstrukcije (serklaži, monolitne ab ploče), izvedbu novih energetski učinkovitih strojarskih i elektroinstalacija, ugradnju dizala radi osiguranja pristupačnosti osobama smanjene pokretljivosti, povećanje energetske učinkovitosti kroz fiziku zgrade te kompletno unutarnje uređenje. U sklopu uređenja okoliša objekta, projekt obuhvaća izgradnju armiranobetonske vanjske tribine (amfiteatra) i prateće nadstrešnice za javne manifestacije.
Kratki opis svrhe projekta	Osiguranje modernog, energetski učinkovitog i tehnički opremljenog polivalentnog prostora javne namjene koji služi kao ključna točka društvenog i turističkog života Općine. Svrha projekta je očuvanje i održiva prezentacija kulturne i tradicijske baštine ovog dijela Baranje, s naglaskom na manifestacije poput autohtonih regionalnih događanja ("Petaračke buše" koje su prepoznate kao tradicijska nematerijalna baština ovog naselja). Rekonstruirani dom omogućit će prihvat većeg broja posjetitelja, razvoj manifestacijskog turizma i kreiranje novog turističkog sadržaja izvan glavne sezone.
Način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti	Projekt izravno doprinosi unaprjeđenju kvalitete društvene i turističke infrastrukture na ruralnom području destinacije, čime se sprječava depopulacija i čuva lokalni identitet ("duh mjesta"). Kroz integriranu energetsku obnovu (fizika zgrade, učinkoviti sustavi grijanja/hlađenja) osigurava se dugoročno smanjenje emisije CO2 i niska razina potrošnje energije, što je izravno usklađeno s ekološkim pokazateljima održivosti destinacije. Također, projekt osigurava punu pristupačnost javnog objekta svim skupinama posjetitelja.

Način doprinosa strateškom/posebnom cilju (ispunjava se samo za projekte od posebnog značaja)	Projekt izravno pridonosi strateškom cilju razvoja održivog, cjelogodišnjeg i prostorno uravnoteženog turizma u destinaciji Baranja te posebnom cilju obnove javne kulturno-turističke infrastrukture u ruralnim sredinama. Kroz integraciju nematerijalne baštine (Petaračke buše) i kreiranje polivalentne amfiteatralne scene, stvara se mjerljiv financijski učinak na turistički sektor kroz povećani posjet, duže zadržavanje gostiju te poticanje lokalne enogastronomske i obrtničke ponude povezane s manifestacijama.
Nositelj provedbe projekta	OPĆINA PETLOVAC
Lokacija provedbe projekta (grad/općina)	Općina Petlovac, naselje Baranjsko Petrovo Selo (Glavna ulica 3); novoformirana k.č.br. 314/1 (sastavljena od 314/1, 315/2, 316/3 i 316/4) k.o. Baranjsko Petrovo Selo.
Planirani početak provedbe projekta	2027. godine
Planirani završetak provedbe projekta	2028. godine
Ključne točke ostvarenja projekta	1. Provođenje postupka javne nabave za izvođača radova i sklapanje ugovora 2. Priprema gradilišta, izvođenje zahtjevnih građevinsko-konstrukcijskih radova i statičke sanacije 3. Obrtnički radovi, ugradnja instalacija, dizala i energetska obnova ovojnice zgrade 4. Izvedba okoliša s ab nadstrešnicom i tribinama 5. Unutarnje opremanje, završna testiranja sustava, tehnički pregled i ishođenje uporabne dozvole
Planirani rokovi postignuća ključnih točaka ostvarenja projekta	1. Kvartal I / 2027. 2. Kvartal II-III / 2027. 3. Kvartal IV / 2027. 4. Kvartal I / 2028. 5. Kvartal II / 2028.
Ukupno procijenjena vrijednost projekta	1.800.000,00 eura
Iznos vlastitog financiranja	250.000,00 eura

Ostali mogući izvori financiranja	Fondovi Europske unije, Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova EU, Ministarstvo kulture i medija RH, Osječko-baranjska županija.
Imovinsko-pravni odnosi	Potpuno uređeni. Zahvat se provodi na novoformiranoj čestici u vlasništvu investitora.
Osnova za raspolaganje nekretninama	Novoformirana k.č.br. 314/1 (sastavljena od 314/1, 315/2, 316/3 i 316/4) k.o. Baranjsko Petrovo Selo. Vlasništvo 1/1 Općina Petlovac.
Status izrade potrebne studijske dokumentacije	Profil projekta: DA Studija predizvodljivosti i/ili studija izvedivosti: NE CBA (Analiza troškova i koristi): NE
Status izvedbe potrebne projektne dokumentacije	Idejni projekt: **DA** Lokacijska dozvola: **DA** Glavni projekt: **DA** *(Izrađen u suradnji ureda DAarhitektura i urbanizam d.o.o. i Bottom Up d.o.o., zajednička oznaka: 105/24)* Gradnja prema Pravilniku o jednostavnim i drugim građevinama i radovima: **NE** Građevinska dozvola: **DA** *Napomena:* Građevinska dozvola je **izdana 25.08.2025.** pod KLASOM: UP/I-361-03/25-01/000291 (URBROJ: 2158-16/09-25-0019). Projekt obuhvaća rekonstrukciju društvenog doma te građenje popratne tribine s nadstrešnicom.

REPUBLIKA HRVATSKA
OSJEČKO-BARANJSKA ŽUPANIJA
OPĆINA KNEŽEVI VINOGRADI
Općinsko vijeće

KLASA: 334-02/26-01/01
URBROJ: 2158-23-01/01-26-5
Kn.Vinogradi, 26.11.2026.

Temeljem članka 25. Zakona o turizmu (NN 156/23) i članka 32. Statuta Općine Kneževi Vinogradi (Službeni glasnik 3/13, 3/18, 3/20, 1/21, 4/21, 22/23, 7/25, 11/25), Općinsko vijeće Općine Kneževi Vinogradi, na prijedlog Turističke zajednice Baranje, na svojoj ___. sjednici, održanoj _____. godine, donijelo je

O D L U K U
o donošenju Izmjena i dopuna Plana upravljanja destinacijom Turističke zajednice područja Baranje za razdoblje 2026. do 2029.godine

Članak 1.

Donose se Izmjene i dopune Plana upravljanja destinacijom Turističke zajednice područja Baranje za razdoblje 2026. do 2029.godine.

Članak 2.

Plan upravljanja destinacijom Turističke zajednice područja Baranje za razdoblje 2026. do 2029.godine (pročišćeni tekst) sastavni je dio ove Odluke.

Članak 3.

Ova Odluka i Plan upravljanja destinacijom Turističke zajednice područja Baranje za razdoblje 2026. do 2029.godine (pročišćeni tekst) objavljuju se u Službenom glasniku Općine Kneževi Vinogradi i na mrežnoj stranici Turističke zajednice Baranje.

PREDSJEDNICA
OPĆINSKOG VIJEĆA
Ružica Batori