



EXPLORE CRO-SRB

EXTRAORDINARY PLEASURE
OF OUR REGION

STUDIJA „REKREACIJSKE“ TURISTIČKE RUTE

NOSITELJ PROJEKTA

Razvojna agencija Grada
Slavonskog Broda d.o.o.
Adresa: Vukovarska 1
35000 Slavonski Brod
Telefon: 035/217 092
E-mail: info@ra-sb.hr
Web: www.ra-sb.hr



PARTNERI

Regionalna razvojna
agencija Panonreg
Adresa:
Trg cara Jovana Nenada 15, 24000 Subotica
Telefon: +381 24 554 107
E-mail: office@panonreg.rs
Web: www.panonreg.rs



Fond Turistički klaster
mikroregije
Subotica-Palić
Adresa: Kanjski put 17
24413 Palić
E-mail: izabellanji@gmail.com
Web: www.klasterpalicinfo.com



Turistički klaster
"Slavonska košarica"
Adresa: Trg Pobjede 28/1
35000 Slavonski Brod
Telefon: 035/447-721
Email: info@slavonska-kosarica.hr
Web: www.slavonska-kosarica.hr



STUDIJA „REKREACIJSKE“ TURISTIČKE RUTE

PROJEKT EXPLORE CRO-SRB

Izradio:

Tin Horvatin, mag. oec.

Udruga Zebrica
Ljudevita Gaja 25
HR-35000 Slavonski Brod

mob. +385 98 407 225

e-mail. tin@zebrica.hr

www.zebrica.eu

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
1.1. Rekreacija u turizmu.....	2
1.2. Zašto je potrebna <i>Studija rekreacijske rute?</i>	4
2. METODOLOGIJA IZRADE STUDIJE.....	6
2.1. Pristup izradi studije.....	6
2.2. Analiza dokumenata.....	6
2.3. Anketno istraživanje.....	6
2.4. SWOT analiza	6
2.5. Intervjui	7
3. ANALIZA POSTOJEĆEG STANJA	10
3.1. Turistički promet.....	10
3.1.1. Turistički promet u Republici Hrvatskoj	10
3.1.2. Turistički promet po županijama	11
3.2. Analiza zemljopisnog područja studije.....	16
3.2.1. Brodsko – posavska županija.....	17
3.2.2. Požeško – slavonska županija	18
3.2.3. Vukovarsko – srijemska županija.....	20
3.2.4. Osječko – baranjska županija.....	22
3.3. Analiza turističkih kapaciteta i postojeće infrastrukture	24
3.3.1. Prometna povezanost	24
3.3.2. Smještajni kapaciteti.....	26
3.3.3. Biciklističke rute.....	27
3.4. Analiza ljudskih kapaciteta.....	29
3.4.1. Turističke zajednice i info centri	29
3.4.2. Razvojne agencije	29
3.4.3. Javne ustanove zaštite prirode.....	30
3.5. Analiza potrošnje i ponude.....	30

3.6. Analiza promotivnih i prodajnih kanala.....	31
3.7. SWOT analiza (izazovi i potencijali cikloturizma u Slavoniji i Baranji.....	35
4. INTEGRIRANI PRISTUP RAZVOJU TURISTIČKE RUTE	36
4.1. Usklađenost sa strateškim dokumentima	36
4.2. Globalni trendovi u turizmu.....	39
5. SMJERNICE ZA RAZVOJ REKREACIJSKE RUTE.....	42
5.1. Anketno istraživanje – rezultati.....	43
5.2. Rezultati intervju s ekspertima	45
6. AKCIJSKI PLAN UPRAVLJANJA REKREACIJSKOM RUTOM.....	48
6.1. Upravljanje rekreacijskom rutom.....	48
6.1.1. Portfelj rekreacijskog turizma.....	49
6.1.2. Destinacijski menadžment	49
6.1.3. Infrastruktura.....	50
6.1.4. Upravljanje turističkim mikro destinacijama.....	50
6.1.5. Marketing i nove tehnologije	51
6.1.6. Suradnja s turističkim agencijama	52
6.1.7. Suradnja s ustanovama za gospodarenje sportskim objektima	53
6.1.8. Suradnja sa sportskim udrugama.....	53
6.1.9. Analiza i mjerljivost.....	54
7. GLAVNI SADRŽAJ RUTE REKREACIJSKOG TURIZMA.....	55
8. REFERENCE.....	63

1. UVOD

Turizam predstavlja jednu od najvećih grana gospodarstva, kako u Europi, tako i u svijetu. Sama riječ turizam potječe od engleske riječi „tour“ koja u prijevodu označava kružno putovanje, tj. putovanje iz svog mjesta boravka u neko drugo mjesto ili više mjesta s ciljem zadovoljenja svojih potreba. Definicije turizma su se mijenjale kroz povijest, ali je svaka od njih uključivala putovanje izvan svog mjesta putovanja i potrošnju na tom području.

Tako je (prema W. Hunzikeru i K. Krapfu) turizam skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako takvim boravkom nije povezana nijedna njihova gospodarska djelatnost. Prema Goeldneru i suradnicima turizam je skup pojava i odnosa proizašlih iz interakcije turista, davatelja usluga, država i lokalnih zajednica domaćina u procesu privlačenja i ugošćivanja tih turista i drugih posjetitelja.

Jedna od definicija koja se najčešće uzima u obzir je UNWTO¹ definicija turizma koja kaže da turizam uključuje aktivnosti proizašle iz putovanja i boravka osoba izvan njihove uobičajene sredine ne dulje od jedne godine radi odmora, poslovnog putovanja i drugih razloga nevezanih uz aktivnosti za koje bi primili ikakvu naknadu u mjestu koje posjećuju.²

Tko je onda turist? Prema Državnom zavodu za statistiku Republike Hrvatske (DZS RH) turist je svaka osoba koja u mjestu izvan svog prebivališta provede najmanje jednu noć u ugostiteljskom ili drugom objektu za smještaj gostiju, radi odmora ili rekreacije, zdravlja, studija, sporta, religije, obitelji, poslova, javnih misija i skupova. Samim time, osobe koje su na poslovnom putu su okarakterizirane kao turisti. Nama ta problematika za potrebe ovog rada neće biti važna. Bazirat ćemo se na rekreacijskom turizmu kao glavnim motivom dolaska turista u određenu destinaciju.

Bitno je napomenuti da će se prema Svjetskoj turističkoj organizaciji (UNWTO) broj turista u Europi gotovo udvostručiti, odnosno porasti s 475 milijuna na 744 milijuna³. To znači da će konkurentnost postati sve veća i da će se morati znati izdvojiti iz ponude kako bi se privukao sve veći broj turista.

Što se tiče Hrvatske, prema Strategiji razvoja turizma do 2020. godine, očekuje se nastavak ubrzanog rasta cikloturizma, pustolovno-sportskog turizma, što je trend podržan sve izraženijim potrebama potrošača za aktivnim i zdravim te okolišno odgovornim odmorom. Očekuje se daljnja diverzifikacija proizvoda te će se razvijati „kombinirani“ proizvodi koji povezuju, primjerice, pustolovno-sportski

¹ UNWTO - Svjetska turistička organizacija (eng. World Tourism Organization - UNWTO) je međunarodna organizacija i specijalizirana agencija Ujedinjenih naroda odgovorna za promociju odgovornog, održivog i univerzalno dostupnog turizma.

² Nice, 1999.

³ Tourism Highlights (2017): World tourism organization - UNWTO, Madrid

turizam s gastronomijom, kulturom ili nekom društveno korisnom aktivnošću u sklopu „putovanja sa značenjem“. Naročito se rast očekuje u domeni adrenalinskih sportova te u neturističkim destinacijama u što trenutno možemo uključiti i područje četiri slavonske županije.⁴

1.1. Rekreacija u turizmu

Sportsko-rekreacijski turizam, kao jedan od najmasovnijih selektivnih oblika turizma jest „poseban oblik turizma u kome prevladavaju sportski motivi za putovanje i boravak u određenim turističkim mjestima i centrima.“⁵

Hudson i suradnici konstatiraju da „sportski turizam podrazumijeva putovanja za vrijeme odmora s ciljem bavljenja sportom, te putovanja kako bi se promatrao sportski događaj ili neke druge sportske atrakcije.“⁶

Prema Macmillanu „rekreacija je bavljenje nečim iz užitka s pozitivnim djelovanjem na obnavljanje sposobnosti čovjeka.“ Današnji način života je vrlo ubrzan i stresan, bez prevelike mogućnosti opuštanja. U takvim uvjetima rekreacijski turizam dobiva još veću važnost gdje se kao takav koristi kao odmor i na odmoru izvan posla. Kao regenerativni alat može koristiti i tijekom vikend turizma, ili odlaska na udaljeniju destinaciju s glavnim motivom korištenja željene aktivnosti. Ponuda rekreacijskog turizma može biti besplatna, slobodnim korištenjem resursa, organizirana kroz rekreacijske aktivnosti i programirana.

Besplatno korištenje resursa:

- Kretanje u prirodi obilježenim stazama
- Obilazak parkova i prirodnih atrakcija
- Kupanje
- Ronjenje
- Jedrenje
- Veslanje
- Bicikliranje

Organizirana ponuda:

- Rafting
- Skijanje

⁴ Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. g. (2013): Institut za turizam, Zagreb

⁵ Vukonić, B., Čavlek, N. (2001): Rječnik turizma, Masmedia, Zagreb, str. 365

⁶ Hudson, S. (2006): Sport and Adventure Tourism, The Haworth Press, Inc.; New York

- Ture
- Natjecanja
- Manifestacije
- Ostale organizirane aktivnosti u prirodi

Programirana ponuda:

- Program rekreacije temeljen na definiranim ciljevima pojedinaca ili grupa (smanjenje težine, stresa, terapija za srčane bolesnike i sl.)

Rekreacijski turizam se ogleda prema Bartoluciju kao:

- natjecateljski sportski turizam (sportaši, menadžeri, treneri, publika)
- zimski sportsko-rekreacijski turizam (zimski sportovi)
- ljetni sportsko-rekreacijski turizam (na moru, rijekama, jezerima, šumama i planinama).

U ovom radu ćemo se više osvrnuti na rekreacijski turizam nego na sportski iako ćemo i taj dio obraditi u kraćem obliku.

Upravljanje destinacijom je izuzetno važno za razvijanje destinacije, a pogotovo na samom početku brendiranja destinacije u određenom području selektivnog oblika turizma. Destinacijski menadžment ili upravljanje destinacijom predstavlja faze kroz koje destinacija prolazi u svom razvoju⁷. U predturističkoj fazi razvoja destinacije postoje dvije pod faze:

- Destinacija se posjećuje samo zbog rodbine i prijatelja, ili posla
- Destinacija se posjećuje zbog atrakcija koje destinacija nudi

Budući da tržište postaje sve više natjecateljski nastrojeno, druga faza predstavlja marketing destinacije. Treća faza predstavlja iskustvo posjetitelja, a četvrta predstavlja destinacijsku brend sliku kod posjetitelja. Svi dionici u razvoju destinacije (donositelji političkih odluka, organizatori događaja i ružatelji usluga) moraju biti svjesni ovih faza i razvijati destinaciju na način da ona bude samoodrživa. To će moći samo ukoliko pruže visokokvalitetne usluge i proizvode kako bi posjetitelj bio izrazito zadovoljan, te će on postati najbolji brend ambasador destinacije.

Neka od pravila upravljanja destinacijom kako bi se ostvarila održivost su:

- Minimalan utjecaj na okoliš
- Minimalan utjecaj na kulturu
- Minimalan utjecaj na društvo

⁷ Laws (1995): Role of tourist destination development in building its brand image: A conceptual model Parikshat S.Manha

- Poticanje autohtonosti
- Povećati korist lokalnog stanovništva
- Razvijanje infrastrukture poštujući pravila struke i ekologije

Projekt EXPLORE CRO – SRB "*EXtraordinary PLeasure of Our Region Common gastro, eco and recreation routes of Croatia and Serbia*" predstavlja međunarodnu suradnju Razvojne Agencije Grada Slavenskog Broda, Regionalne razvojne agencije Panonreg, Turističkog klastera „Slavonska košarica“ i Fonda turistički klaster mikroregije Subotica Palić. Projekt obuhvaća područje Republika Hrvatske i Srbije. U Hrvatskoj će se odvijati u sljedeće četiri županije: Brodsko – posavska, Osječko – baranjska, Vukovarsko – srijemska i Požeško – slavonska.

Ciljevi projekta su:

- Razvoj turizma u regiji utjecajem na vještine i kapacitete dionika turističkog sektora
- Valoriziranje turističkog potencijala regije
- Poboljšanje turističke ponude regije stvaranjem zajedničke ponude turističkih proizvoda i usluga
- Poticanje ekonomskog razvoja i učinkovito povećanje konkurentnosti regionalnog turističkog sektora
- Pružanje zajedničkog alata upravljanja destinacijom ciljanoj skupini
- Umrežavanje dionika prekogranične suradnje
- Povećanje nivoa vještina ciljane skupine
- Stvaranje protoka informacija među dionicima
- Stvaranje zajedničkih proizvoda baziranih na analizi cjelokupnog područja, odnosno stvaranje rute
- Promoviranje i vođenje zajedničke turističke ponude i predstavljanjem IT sustava zajedničkog upravljanja destinacijom

1.2. Zašto je potrebna *Studija rekreacijske rute*?

Studija rekreacijske rute je potrebna iz razloga unapređenja kontinentalnog turizma, odnosno prepoznavanja ove destinacije kao izuzetno potencijalne za razvoj vrhunskih rekreacijskih proizvoda i usluga. Sve četiri županije koje su predmetno područje projekta su angažirane u stvaranju opće turističke ponude tijekom cijele godine što se podudara i s regionalnim i nacionalnim strateškim dokumentima kojima je cilj promocija kontinentalnog turizma kroz 365 dana.

Preduvjeti za takav razvoj su:

- Omeđenost velikim rijekama: Sava, Drava, Dunav
- Dva parka prirode: Papuk i Kopački rit

- Bogat prirodni krajolik: od planinskog, brdskog do ravničarskog
- Bogatom i zanimljivom povijesti: Vučedol, Sopotska kultura, Rimsko doba
- Bogata materijalna i nematerijalna baština

Slavonija i Baranja su još uvijek u začecima turizma i privlačenja većeg broja turista, pogotovo ako ih usporedimo s obalnim područjem. Svjetski trendovi pokazuju u posljednjih 20 godina povećanu brigu o zdravlju općeg stanovništva. Odmor, sport, zabava i opuštanje predstavljaju neke od motiva turističkih kretanja. Svi se oni baziraju na osnovnoj čovjekovoj potrebi za odmorom i rekreacijom, a danas mnogi smatraju kako je "rekreacija osnovna turistička potreba"⁸. Suvremenom načinu života koji je uglavnom sjedilački, nedostaje fizička aktivnost i kontakt s prirodom. Uslijed brzine života i stresa, čovjeku je potreban oporavak i zadovoljstvo, a upravo tu na važnosti dobiva rekreacijski turizam. Slavonija i Baranja su bogate prirodnim bogatstvima koje se sve više traže u području rekreacijskog turizma, i relativno je novo područje u turističkom smislu.

Tematskim osmišljavanjem i umrežavanjem manje poznatih prirodnih i kulturnih atrakcija stvaraju se potencijali koji mogu privući turista na mreže manje poznatih krajolika. Umrežavanje je pritom važan princip koji može osnažiti komunikaciju i mobilnost ljudi, ideja, iskustava i znanja koje pridonose razvoju, edukaciji i novom zapošljavanju.

⁸ Bartoluci, M.; Škorić, S. (2011): Sportska rekreacija u Republici Hrvatskoj - "jučer-danas-sutra" // Sport za sve : glasnik Hrvatskog saveza sportske rekreacije, str. 66

2. METODOLOGIJA IZRADE STUDIJE

Studija rekreacijskog turizma je izrađena na inkluzivan i participativan način, odnosno izradila se na način uključenja svih dionika rekreacijskog turizma. Prva faza je analizirala sve strateške dokumente povezanih s turizmom i rekreacijom Svjetske turističke organizacije, Europske Unije, Republike Hrvatske, te na kraju, sve četiri županije koje su predmet studije. Nakon toga se, u drugoj fazi u nekoliko sastanaka s radnom grupom ostalih ruta, analiziralo područje i odredile smjernice radi definiranja strateških prioriteta, kao i standard pisanja Studije zbog lakše preglednosti i komplementarnosti.

U trećoj fazi je određena anketa prema potencijalnim turistima radi utvrđivanja za Studiju zanimljivih smjernica. Zatim je napravljena SWOT analiza, a na kraju intervjui s ključnim dionicima rekreacijskog turizma, kao i s ekspertima predmetnog područja.

2.1. Pristup izradi studije

Izrada Studije se temeljila na nekoliko analiza i intervjuu, uz kontinuirano konzultiranje s radnim skupinama ostalih ruta.

2.2. Analiza dokumenata

Analiza dokumenata se odnosi na postojeću dokumentaciju relevantnu za izradu rekreacijske studije: statističke baze podataka, akcijski planovi, odluke, strateški dokumenti, smjernice na području RH, regije i EU. Ovom metodom se ocijenila postojeća dokumentacija koji će dati ishodišnu točku u izradi Studije rekreacijskog turizma, odnosno turističkog proizvoda u području rekreacije.

2.3. Anketno istraživanje

Anketno istraživanje je obavljeno tijekom veljače i ožujka 2018. godine prema pitanjima koja smo definirali prema nama važnim kriterijima, ali i u konzultacijama s Radnom skupinom, odnosno stručnjacima na ostalim rutama. U anketnom istraživanju sudjelovalo je 135 osoba od kojih 129 živi u Republici Hrvatskoj. 86 osoba su činili muškarci, što je 64% ispitanika, dok su 49 osoba bile žene, što predstavlja 36% ispitanika.

2.4. SWOT analiza

SWOT analiza (engl. SWOT analysis), strateški instrument pomoću kojeg smo sučelili snage/slabosti rekreacijske studije s prilikama/opasnostima okruženja radi identificiranja šansi/rizika za opstojnost rute.

SWOT analiza (akronim od strenghts – snage, weakneses – slabosti, opportunities – prilike i threats – opasnosti) dijagnostički je i prognostički instrument, koji će nam omogućiti i olakšati planiranje mjera u procesu strateškog upravljanja rute, kao i u definiranju postojeće i poželjne pozicije rute na tržištu.

2.5. Intervjui

Intervju je svako prikupljanje podataka putem razgovora s pojedincem. Svrha intervjuja je bila prikupiti određene informacije vezane za rekreacijsku rutu. Intervjui su trajali između 20 i 40 min. Intervjui su se pripremili posebno za dionike, ali i eksperte u području rekreacijskog turizma. Odabrani su ispitanici prema kriterijima za odabir ciljane skupine, odrađeni intervjui, te na kraju analizirani podaci.

Obrazac intervjuja s ekspertnom skupinom

EKSPERTNA SKUPINA	Ime, prezime:	Organizacija:
		Kontakt:
KATEGORIJA PITANJA	PODKATEGORIJA PITANJA	
Orijentiranost	Što za vas sve pripada rekreacijskom turizmu (avantura, rekreacija, profesionalni sport)? I koji su dionici glavni pokretači (javni ili privatni sektor)? Koja su tržišta do kojih bi ponuđači usluga rekreacijskog turizma mogli doći? Smatrate li da će kreiranje rekreacijske rute doživjeti uspjeh na ovome području? Obrazložite vaš odgovor. Smatrate li da su lokalna zajednica i ostali dionici u turizmu spremni podržati projekt?	
Potražnja	Smatrate li da su dio od ukupnog broja turista istočne Slavonije potencijalna niša za rekreacijsku rutu? Što putnici očekuju/žele/traze (smještaj, izvornost, kvaliteta usluge u smještaju i ugostiteljstvu)?	
Ponuda	Kvaliteta ponude rekreacijskog turizma i komplementarnih turističkih proizvoda i usluga.	
Trendovi u turizmu	Koje uvjete je potrebno zadovoljiti s ciljem opravdanja ponude rekreacijskog turizma?	
Izazovi i potencijali	Upute za daljnji razvoj rekreacijske rute.	

Obrazac za intervju dionika

ISPITANIK	Ime, prezime	Naziv obrta/tvrtke/institucije	Adresa poslovanja (selo, grad, županija)
VRSTA DJELATNOSTI	Uslužna (upisati)		Proizvodna (upisati)
KATEGORIJA PITANJA	PODKATEGORIJA PITANJA		
Ponuda	Specifičnost ponude. Upravljanje proizvodom/uslugom. Konkurentnost. Sezonalnost. Ponuda komplementarnih turističkih proizvoda i usluga.		
	Potencijali ponude (izvornost, tradicija, unikatnost, jedinstvenost, nagrađivanost).		
Segmentacija	Vrsta, veličina tržišta. Profil gostiju (starost, tip gostiju, itd.)		
Marketinške aktivnosti	On line /off line oglašavanje. Web. Društveni profili. Korištenje promotivnih materijala. Istraživanje tržišta. Udruženo marketinško oglašavanje.		
Poslovne aktivnosti	Struktura zaposlenih.		
	Održivot. Briga o okolišu. Profesionalno usavršavanje. Izvori financiranja (iskoristivost programa financiranja EU).		
Izazovi u poslovanju	Planovi za daljnji razvoj poslovanja. Suradnja s lokalnom zajednicom i jedinicama lokalne samouprave. Usluge za potrošače.		

Obavljeni intervjui:

Ključni dionici:

- Zlatna Greda
- Ranč Ramarin
- Tri Mudraca
- Park Prirode Papuk
- Centar za promatranje ptica Nijemci
- Principovac (Iločki podrumi)
- Bizovačke toplice
- Planinarski dom Omanovac
- Državna Ergela Đakovo
- Državna Ergela Lipik
- Camping Suze Baranje

Eksperti:

- Martin Čotar (IRTA)
- Goran Rihelj (Hr Turizam)
- Toni Čota (Adrenalin Park Kupjak)
- Jasmina Krkić – Poznić (Maksimilian)
- Senka Vlahović (Boho Travel Art)
- Krešimir Herceg (Bicikademija)
- Igor Lončarić – Rulj (4 Islands d.o.o.)
- Branimir Blajić (LifeClass Terme Sv. Martin)

3. ANALIZA POSTOJEĆEG STANJA

3.1. Turistički promet

Hrvatska je turistička zemlja u kojoj se najveći priljev turista ostvaruje u ljetnim mjesecima zbog Jadranskog mora koje je glavni generator turističkog prometa tijekom godine.

3.1.1. Turistički promet u Republici Hrvatskoj

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku u 2017. godini zabilježeno je 17 430 580 dolazaka turista, te 86 200 261 noćenja turista što predstavlja rast od 13% više dolazaka i 11% više noćenja u odnosu na 2016. godinu. Republiku Hrvatsku je posjetilo 15 592 899 stranih turista što predstavlja rast od 11%, a predstavljaju udio od 89% od ukupnog broja turista⁹.

Tablica 1. Usporedba dolazaka i noćenja turista u 2016. i 2017. godini

		2016			2017		
		Ukupno	Domaći	Strani	Ukupno	Domaći	Strani
Republika Hrvatska	Dolasci	15.463.160	1.748.590	13.714.570	17.430.580	1.837.681	15.992.899
	Noćenja	77.918.855	5.819.465	72.099.390	86.200.261	5.978.264	80.221.997

Izvor: Dolasci i noćenja turista u 2017., Državni Zavod za statistiku Republike Hrvatske, broj: 4.3.2, Zagreb, dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2017/04-03-02_01_2017.htm

Turisti iz Njemačke ostvarili su najviše noćenja u 2017., i to 19,5 milijuna, što je 24% ukupno ostvarenih noćenja stranih turista. U prosjeku su ostvarili 8 noćenja po dolasku. Najviše su noćili u Istarskoj županiji, u kojoj su ostvarili 8,6 milijuna noćenja. Slijede noćenja turista iz Slovenije i Austrije (svaka po 9%), Poljske (8%), Češke i Italije (svaka po 6%), Ujedinjenog Kraljevstva (5%), Nizozemske, Mađarske i Slovačke (svaka po 4%), što je ukupno 79%. Turisti iz ostalih zemalja ostvarili su 21% noćenja.

Tablica 2. Usporedba dolazaka i noćenja turista u 2016. i 2017. godini prema zemljama iz kojih dolaze

STRUKTURA	Dolasci			Noćenja		
	2016.	2017.	Indeks	2016.	2017.	Indeks
Njemačka	2.269.843	2.615.900	115,2	17.074.476	19.525.823	114,4
Slovenija	1.297.760	1.297.681	100	7.138.759	7.140.125	100
Austrija	1.230.757	1.331.215	108,2	6.504.176	6.990.661	107,5
Poljska	756.773	934.336	123,5	4.963.146	6.056.181	122
Italija	1.086.584	1.110.219	102,2	4.927.235	4.915.170	99,8
Češka	688.843	741.757	107,7	4.770.319	5.067.098	106,2

⁹ Dolasci i noćenja turista u 2017. (2018): Državni zavod za statistiku, Zagreb

UK	594.674	750.675	126,2	3.024.892	3.809.782	125,9
Mađarska	486.249	545.789	112,2	2.527.632	2.769.749	109,6

Izvor: Dolasci i noćenja turista u 2017., Državni Zavod za statistiku Republike Hrvatske, broj: 4.3.2, Zagreb, dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2017/04-03-02_01_2017.htm

3.1.2. Turistički promet po županijama

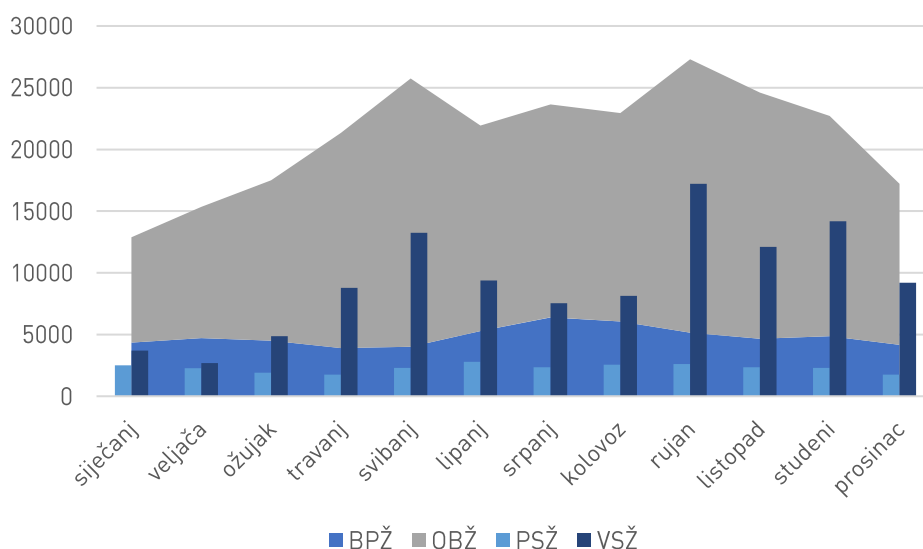
Tijekom 2016. i 2017. godine vidljivo je kako najveći broj turista i broj noćenja ostvaruje Osječko – baranjska županija. 2017. godine ostvarila je dolazak 92 239 turista, što predstavlja rast od 4%, te 177 677 noćenja.

Tablica 3. Usporedba dolazaka i noćenja stranih i domaćih turista prema županijama

ŽUPANIJA		2016			2017		
		Ukupno	Domaći	Strani	Ukupno	Domaći	Strani
OSJEČKO-BARANJSKA	Dolasci	89.060	57.697	31.363	92.239	57.481	34.758
	Noćenja	172.945	107.865	65.080	177.677	105.069	72.608
VUKOVARSKO-SRIJEMSKA	Dolasci	69.818	53.318	16.500	88.942	68.855	20.087
	Noćenja	102.201	75.319	26.882	138.470	108.119	30.351
BRODSKO-POSAVSKA	Dolasci	26.569	11.268	15.301	28.614	11.608	17.006
	Noćenja	46.031	21.136	24.895	50.791	22.408	28.383
POŽEŠKO-SLAVONSKA	Dolasci	11.654	8.726	2.928	13.284	9.657	3.627
	Noćenja	25.917	19.582	6.335	30.611	21.944	8.667

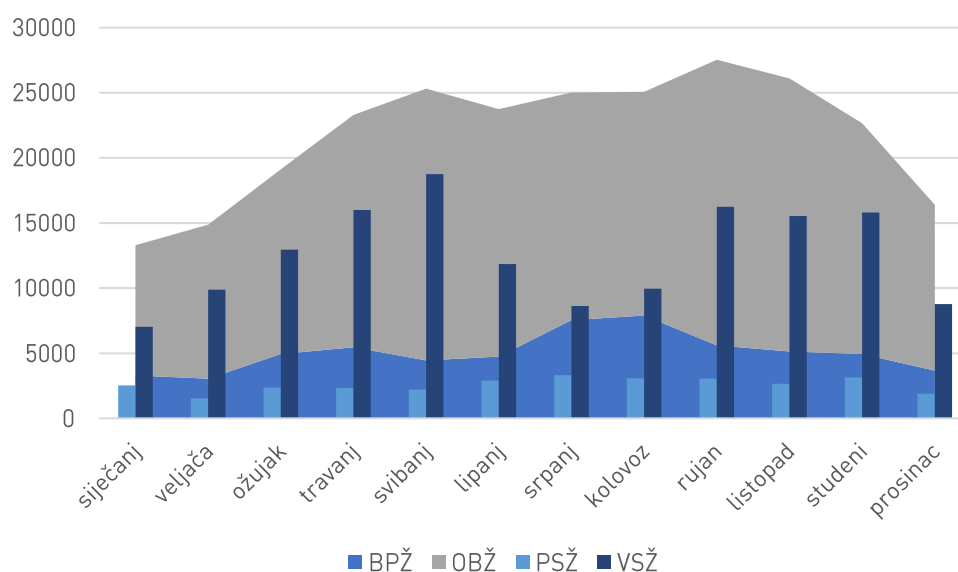
Izvor: Dolasci i noćenja turista u 2017., Državni Zavod za statistiku Republike Hrvatske, broj: 4.3.2, Zagreb, dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2017/04-03-02_01_2017.htm

Graf 1. Ukupan broj noćenja po županijama za 2016. godinu



Izvor: autor prilagodio prema podacima Državnog Zavoda za statistiku Republike Hrvatske

Graf 2. Ukupan broj noćenja po županijama za 2017. godinu



Izvor: autor prilagodio prema podacima Državnog Zavoda za statistiku Republike Hrvatske

Najveći rast u 2017. godini osvarila je Vukovarsko – srijemska županija i to rast u broju turista od 27%, dok je broj noćenja porastao za 35% u odnosu na 2016. godinu. Što se tiče strukture po županijama, prednjači nekoliko gradova po svim pokazateljima te samo nekoliko općina i to u području Baranja. Dostupni podaci su za 2016. godinu.

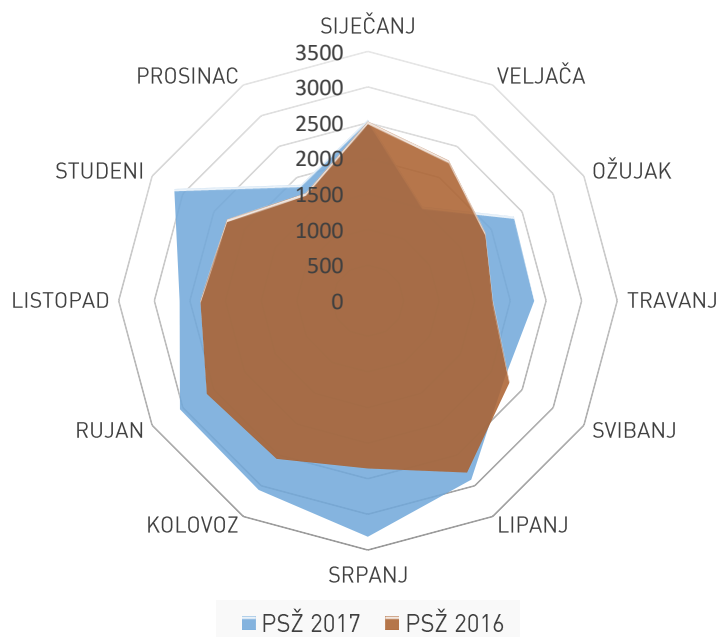
Tablica 4. Usporedba domaćih i stranih turista za glavne gradove Požeško - slavonske županije

Požeško-slavonska županija 2016.		Ukupno	Domaći	Strani	
Grad	Požega	Dolasci	5.658	1.577	3.620
		Noćenja	10.824	7.204	3.620
	Pakrac	Dolasci	1.875	1.260	615
		Noćenja	3.700	2.571	1.129
	Lipik	Dolasci	645	475	170
		Noćenja	3.035	2.510	525

Izvor: Dolasci i noćenja turista u 2016., Državni Zavod za statistiku Republike Hrvatske, broj: 4.3.2, Zagreb, dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2016/04-03-02_01_2016.htm

U Požeško – slavonskoj županiji pokazatelji su dostupni samo za tri grada, gdje Požega ostvaruje najveći udio dolazaka i noćenja, te je ostvarila rast dolazaka od 5,3% u odnosu na prethodnu godinu.

Graf 3. Ukupan broj noćenja po mjesecima u Požeško-slavonskoj županiji - usporedba 2017/2016



Izvor: autor prilagodio prema podacima Državnog Zavoda za statistiku Republike Hrvatske

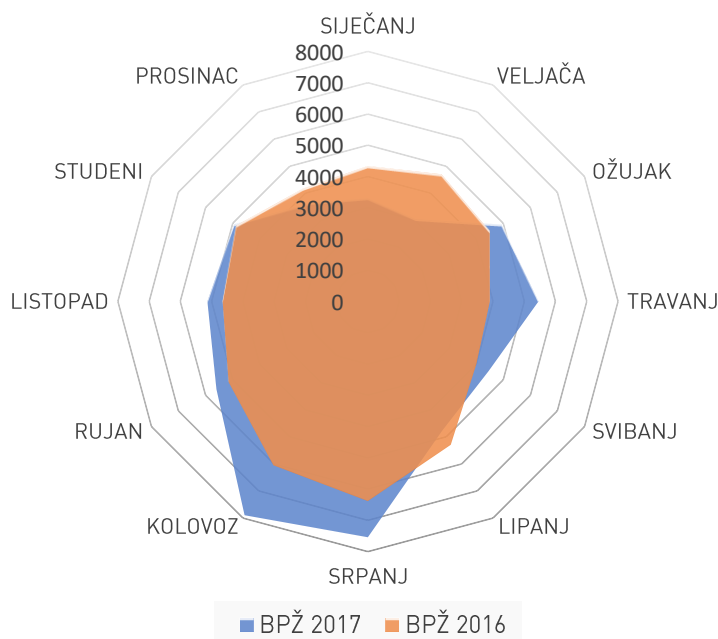
Tablica 5. Usporedba domaćih i stranih turista za glavne gradove Brodsko - posavske županije

Brodsko-posavska županija 2016.		Ukupno	Domaći	Strani	
Grad	Slavonski Brod	Dolasci	16.641	7.689	8.952
		Noćenja	30.412	14.689	15.723
	Nova Gradiška	Dolasci	3.256	1.563	1.693
		Noćenja	5.868	2.871	2.997
Općina	Nova Kapela	Dolasci	518	121	397
		Noćenja	1.028	184	844

Izvor: Dolasci i noćenja turista u 2016., Državni Zavod za statistiku Republike Hrvatske, broj: 4.3.2, Zagreb, dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2016/04-03-02_01_2016.htm

U Brodsko – posavskoj županiji nositelj dolazaka turista i noćenja je grad Slavonski Brod, a zanimljiv podatak pokazuje da je veći broj stranih turista u odnosu na domaće, što upućuje na izrazito tranzitno područje u ovom slučaju. Slavonski Brod je ostvario i povećanje dolazaka za 7,9%. Jedina općina s dostupnim podacima je Nova Kapela koja ostvaruje značajniji broj dolazaka i noćenja.

Graf 4. Ukupan broj noćenja po mjesecima u Brodsko-posavskoj županiji - usporedba 2017/2016



Izvor: autor prilagodio prema podacima Državnog Zavoda za statistiku Republike Hrvatske

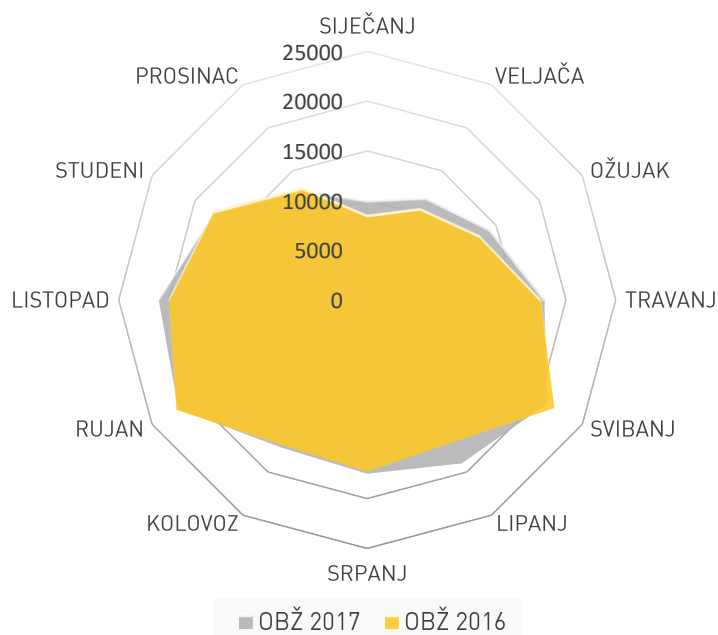
Tablica 6. Usporedba domaćih i stranih turista za glavne gradove Osječko - baranjske županije

Osječko-baranjska županija 2016.		Ukupno	Domaći	Strani	
Grad	Osijek	Dolasci	46.522	30.067	16.45
		Noćenja	87.961	52.551	35.410
	Đakovo	Dolasci	7.149	4.714	2.435
		Noćenja	13.007	8.045	4.962
	Našice	Dolasci	4.479	3.141	1.338
		Noćenja	8.386	6.079	2.307
	Beli Manastir	Dolasci	3.666	2.357	1.309
		Noćenja	5.600	3.601	1.999
Općine	Bilje	Dolasci	6.143	4.036	2.107
		Noćenja	12.415	7.764	4.651
	Kneževi vinogradi	Dolasci	5.485	2.492	2.993
		Noćenja	8.682	4.828	3.854

Izvor: Dolasci i noćenja turista u 2016., Državni Zavod za statistiku Republike Hrvatske, broj: 4.3.2, Zagreb, dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2016/04-03-02_01_2016.htm

U Osječko – baranjskoj županiji najveći broj dolazaka i noćenja nosi Osijek, a pokazuje i rast od 4,1% dolazaka. Osječko – baranjska prednjači u broju dolazaka i noćenja kad govorimo o općinama. Naime, Baranja se sastoji od dvije općine koje pokazuju značajan rezultat u Osječko – baranjskoj županiji.

Graf 5. Ukupan broj noćenja po mjesecima u Osječko-baranjskoj županiji - usporedba 2017/2016



Izvor: autor prilagodio prema podacima Državnog Zavoda za statistiku Republike Hrvatske

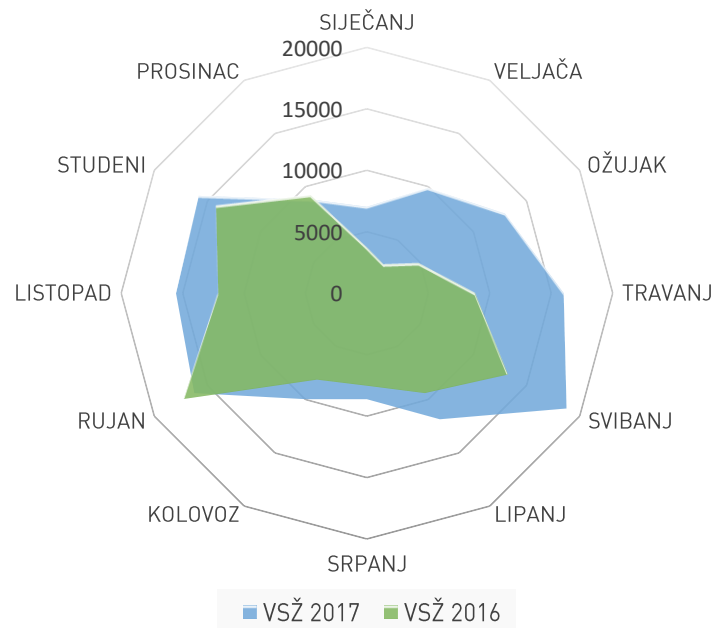
Tablica 7. Omjer dolazaka i noćenja za Vukovarsko-srijemsku županiju u 2016. godini

Vukovarsko-srijemska županija 2016.		Ukupno	Domaći	Strani	
Grad	Vukovar	Dolasci	34.233	31.395	2.838
		Noćenja	44.377	38.278	6.099
	Vinkovci	Dolasci	22.431	16.750	5.681
		Noćenja	39.463	28.415	11.048
	Ilok	Dolasci	4.497	3.516	981
		Noćenja	6.367	5.053	1.314
	Županja	Dolasci	1.481	750	731
		Noćenja	3.491	1.991	1.500

Izvor: Dolasci i noćenja turista u 2016., Državni Zavod za statistiku Republike Hrvatske, broj: 4.3.2, Zagreb, dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2016/04-03-02_01_2016.htm

Nositelj u turizmu Vukovarsko – srijemske županije je grad Vukovar s 54% udjelom u dolascima. Vukovar je povećao i dolaske za 92% u odnosu na prethodnu godinu. Prema ovim podacima, sve četiri županije, koje su predmet rekreacijske rute, su ostvarile 197 101 dolazaka i 347 094 noćenja.

Graf 6. Ukupan broj noćenja po mjesecima u Vukovarsko-srijemskoj županiji - usporedba 2017/2016



Izvor: autor prilagodio prema podacima Državnog Zavoda za statistiku Republike Hrvatske

3.2. Analiza zemljopisnog područja studije

Predmet Studije rekreacijskog turizma predstavlja područje istočne Hrvatske, odnosno četiri slavonske županije: Brodsko – posavska, Požeško – slavonska, Vukovarsko – srijemska i Osječko – baranjska.

Slika 1. Područje istočne Hrvatske – četiri slavonske županije



3.2.1. Brodsko – posavska županija

Brodsko-posavska županija je smještena na jugoistočnom dijelu Panonske nizine i omeđena je planinama Psunj, Požeškog i Diljskog gorja sa sjevera i rijeke Save s juga. Obuhvaća prostor od 2.043 km², što predstavlja 3,6% ukupnog teritorija Republike Hrvatske. Na zapadu graniči sa Sisačko – moslavačkom županijom, na sjeveru s Požeško – slavonskom, na sjeveroistoku s Osječko – baranjskom te na istoku s Vukovarsko – srijemskom županijom. Cijelim južnim dijelom granicu čini rijeka Sava sa susjednom državom Bosnom i Hercegovinom. Prema popisu stanovništva iz 2011. godine Brodsko – posavska županija je imala 158 575 stanovnika, raspoređena uglavnom u dva grada: Slavonski Brod koji ima 59 141 stanovnika, te Nova Gradiška koja ima 14 229 stanovnika. Ostatak stanovnika se nalazi u ruralnim dijelovima županije, odnosno u 26 općina¹⁰.

Slavonski Brod predstavlja najveći grad i centar županije. Brodsko – posavska županija je specifična iz razloga što predstavlja jednu od najdužih i najužih županija. Na taj način rijeka Sava dobiva još više na važnosti. Samo područje Brodsko – posavske županije možemo podijeliti u tri dijela: brdsko, ravničarsko i nizinsko. Najveća nadmorska visina iznosi 984 m na Psunju, gorje pokriveno šumom. Slavonska ravnica predstavlja obronke Papuka, požeškog i Diljskog gorja koji se nalaze na sjevernim dijelovima županije, a nizinsko područje se nalazi uz rijeku Savu, i uglavnom je dobro zaštićen od riječnog toka. Županija je područje umjerene kontinentalne klime s vrlo rijetko izraženim ekstremnim meteorološkim promjenama. Županija obiluje bogatstvom voda, plodnim tlima, šumama i rijekama što joj daje velik potencijal u području turizma.

Zbog svog položaja cijelo područje županije predstavlja izuzetno važan prometni koridor koji povezuje zapadnu Europu s Bliskim istokom, te sjever Europe do Jadranskog mora. Najvažnija cesta je auto cesta Zagreb – Beograd (A3 – E70) koja prolazi cijelom dužinom županije. Drugi važan prometni pravac je željeznička pruga koja gotovo prati trasu autoceste.

Ova dostupnost također daje velik turistički potencijal Brodsko – posavskoj županiji. Osim bogate kulturne baštine koja može biti magnet za strategije turizma, područje Brodsko – posavske županije je bogto prirodnim bogatstvima, te specifičnom florom i faunom što je od velike važnosti za rekreacijski turizam. Uz to, u posljednjih nekoliko godina su se završili i veći infrastrukturni objekti u području sporta i rekreacije kao što su bazeni i dvorane.

Polazne točke i okosnicu rekreacijskog turizma Brodsko – posavske županije predstavljaju nekoliko prirodnih resursa:¹¹

¹⁰ Županijska razvojna strategija Brodsko-posavske županije 2011. - 2013., (2011): Brodsko-posavska županija, Slavonski Brod

¹¹ Županijska razvojna strategija Brodsko-posavske županije 2011. - 2013., (2011): Brodsko-posavska županija, Slavonski Brod

1. Rijeke

Sava, Slobošćina, Šumetlica (pastrve), Rešetarica, Crnac, Orljava, Mrsunja, Glogovica, Bid i potok Petnja. Rijeke su bogate ribama šarana, smuđa, soma i amura.

2. Jezera

Petnja (koja ima donekle razvijene šetnice i ribolov), Ljeskove vode, Orašje i Bačica.

3. Brda

Padine Dilja, Papuka i Požeške gore

4. Fauna

Ornitološki bogat kraj, s 33% prekireven šumama, a od životinja nudi bogatstvo jelena, divljih svinja, srni, zečeva, fazana, divljih pataka, jarebica, koja daju mogućnost većeg broja lovišta: Radinje, Migalovci i nekoliko manjih.

5. Zaštićeni prirodni resursi

- *Gajna* – zaštićeni krajobraz s poučnom stazom i vidikovcem
- *Prašnik* – rezervat s posljednjim ostacima hrastove prašume koji se danas koristi uglavnom za znanstvena istraživanja
- *Ribnjaci Jelas* – kompleks umjetnih ribnjaka od kojih su dva zaštićena kao specijalni ornitološki rezervati
- *Močvara Dvorina* – ornitološki rezervat s oko 160 vrsta ptica
- *Muški bunar* – miješana hrastova šuma i planinska šuma bukve
- *Park prirode Lonjsko polje* – rezervat riječne močvare s glavnim dijelom u Sisačko – moslavačkoj županiji

3.2.2. Požeško – slavonska županija

Požeško – slavonska županija nalazi se u središnjem dijelu kontinentalne Hrvatske i zauzima površinu od 1 815 km², odnosno 3,2% ukupne površine Republike Hrvatske. Graniči s Brodsko – posavskom županijom na jugu, Sisačko – moslavačkom na zapadu, Bjelovarsko – bilogorskom na sjeverozapadu, Virovitičko – podravskom na sjeveru i Osječko – baranjskom na istoku. Iako je dio Panonske regije, okružena je planinama i gorjem: Psunj, Papuk, Krndija, Ravna Gora, Dilj gora i Požeška gora.¹²

¹² Županijska razvojna strategija Požeško-slavonske županije za razdoblje 2017.-2020. (2017): Požeško-slavonska županija, Požega, str. 13.

Sjeverni planinski masiv čini prirodnu barijeru i sprječava prodor sjevernih vjetrova u dolinu, a ujedno predstavlja prirodnu granicu riječnih tokova porječja Save na jugu i Drave na sjeveru. Duž Papuka i Krndije proteže se Požeška dolina. Zbog strukture tla, ovaj dio je poznat i po termalnim izvorima pogotovo u području Velike, Pakraca i Lipika. Velik dio županije čine prirodna bogatstva. Najduža rijeka je Orłjava s 86 km. Druge rijeke su Pakra, Ilova, Orłjavica, Rešetarica, Bijela i Londža. Najviša točka Županije je Psunj s 984 m nadmorske visine.

Požeško – slavonska županija ima pet gradova: Požeđa, Pakrac, Pleternica, Lipik i Kutjevo, te pet općina. Prema popisu stanovništva iz 2011. godine, Požeško – slavonska županija ima 78 031 stanovnika, od čega grad Požeđa ima 26 403 stanovnika.

Požeško – slavonska županija u blizini ima autocestu u svojoj blizini, ali ne u samoj županiji, s kojom su povezani državnim i županijskim cestama. Također, povezana je na isti način s okolnim županijama. Kao i sve slavonske županije, Požeško – slavonska županija odlikuje se bogatim kulturnim nasljeđem, dok su za rekreacijski turizam od izuzetne važnosti velika prirodna bogatstva i resursi¹³:

1. Park Prirode „Papuk“

Najznačajniji resurs, odnosno zaštićeno područje koje se proteže preko Papuka i Krndije. Najviši vrhovi su Papuk s 953 m, Ivačka glava s 913 m, Točak s 887 m nadmorske visine i drugi. U Parku se nalaze pet posebno zaštićenih područja:

- *Park šuma Jankovac* s poučnom stazom, slapom Skakavac i jezerom
- *Geološka formacija Rupnica* koja je nastala stubastim lučenjem vulkanskih stijena
- *Poseban rezervat šumske vegetacije Sekulinačka planina* (150 godina stara šuma bukve i jele s osobinama prašume)
- *Spomenik prirode „Stanište tisa“* s deset preostalih stabala ove zaštićene vrste
- *Spomenik prirode „Stari hrastovi“* s dva divovska hrasta kitnjaka stara 420 i 500 godina koji su najstariji živi organizmi u parku.

2. Sovsko jezero

Predstavlja ostatak Panonskog mora i nalazi se na sjevernoj padini brda Dilj. Predstavlja i važno stanište ptica.

3. Rijeke

Orłjava, Ilova, Pakra, Londža, Bijela, Brzaja, Stražemanka, Kaptolka, Dubovčanka, Vetovka,

¹³ Master plan razvoja turizma Brodsko-posavske i Požeško-slavonske županije (2009): Ecorys Hrvatska d.o.o., Slavonski Brod, str. 30-33

Orljavica, Vrbova, Kutjevačka Rika i Veličanka. Rijeke viših predjela su bogate pastrvom, grgečom i klenom, a nizinske šaranom, amurom, smuđem i somom.

4. Brda

Psunj, Papuk, Krndija, Dilj, Požeška gora s brojnim lokalitetima kulturne baštine, šumama i nižim padinama pod vinogradima, voćnjacima i poljima. Okolica Kutjeva i Požege je poznata po uzgoju vrhunskih vina. Također, tu se nalazi i niz srednjovjekovnih utvrda.

5. Toplice

Lipik u kojem se eksploatira sedam izvora, dok se jedan koristi za zdravstveni i rekreacijski centar, a jedan za punionicu mineralne vode (Studenac), te Velika u kojoj se nalazi izvor mineralne vode.

6. Umjetni ribnjaci

Poljana je najstariji ribnjak u Hrvatskoj, te 47 malih ribnjaka prikladnih za sportski ribolov

7. Špilje

Trbušnjak je najduža špilja u Slavoniji (200 m duga), pokraj Grahovljana), te Maksimova špilja (Park prirode Papuk), u kojoj se nalazi kolonija šišmiša.

8. Lovišta

25 županijskih i 15 državnih lovišta.

3.2.3. Vukovarsko – srijemska županija

Vukovarsko – srijemska županija je najistočnija hrvatska županija i pokriva područje istočne Slavonije i zapadnog Srijema, između rijeka Dunava i Save. Površina Vukovarsko-srijemske županije iznosi 2 448 km², odnosno 2,8% ukupne površine Republike Hrvatske. Na tom području su minimalne visinske razlike. Najviša točka je Čukala kod Iloka na 294 m nadmorske visine, a najniža je Spačva na 78 m nadmorske visine.

Vukovarsko – srijemska županija graniči s Osječko – baranjskom županijom na sjeverozapadu, s Brodsko – posavskom na zapadu, rijekom Savom na jugu graniči s Bosnom i Hercegovinom, te na istoku s Republikom Srbijom. Vukovarsko – srijemska županija je podijeljena na pet gradova: Vukovar, Vinkovci, Otok, Županja i Ilok, te dvadeset i šest općina. Prema popisu stanovništva iz 2011. godine ima 179 521 stanovnika.¹⁴

¹⁴ Razvojna strategija Vukovarsko-srijemske županije za razdoblje do 2020. godine (2017): Vukovarsko-srijemska županija, Vukovar

Također je važan i povoljan geoprometni položaj Županije koja na raskrižju prometnica koje povezuju Istok sa Zapadom, te Srednju Europu s izlaskom na Jadransko more. Uz odličnu povezanost cestovnim prometom, uz međunarodni plovni vodni put, rijeku Dunav, čini Vukovar i Županiju značajnim prometnim čvorištem magistralnih pravaca, te najvećom hrvatskom riječnom lukom. Također, zračna luka Klisa, iako se nalazi u Osječko – baranjskoj županiji, nalazi se uz samu granicu s Vukovarsko – srijemskom županijom.

Od bogatih prirodnih resursa koje se nalaze u Vukovarsko – srijemskoj županiji važno je istaknuti:

1. Dunav

Kao najveći brend cijelog područja, prepoznat je u cijeloj Europi. Izuzetno važan kao prometna poveznica, ali i kao važna točka riječnog ribolova, vožnje čamcima, mjesta za kupanje i ostalih aktivnosti.

2. Spačvanska šuma

Najveći cjeloviti kompleks nizinskih šuma hrasta lužnjaka u Hrvatskoj i Europi.

3. Bošnjčki i Otočki virovi

Virovi su zaštićeni krajolik Vukovarsko-srijemske županije, prirodni fenomen omeđen šumom hrasta lužnjaka. Područje pogodno za ribolov i promatranje ptica.

4. Rijeke

Osim spomenutog Dunava, ostale rijeke su Sava, Vuka, Bosut, Berava, Biđ, Studva, Spačva

5. Park šume, parkovi i rezervati šumske vegetacije

Kanovci – park šuma zaštićena od 2003. godine, a vezana je uz izletišta Sopot i etnološki park Pikov stan.

Vukovarska adica nalazi se na području lijeve obale Dunava nasuprot Vukovara i zaštićena je od 1989. godine.

Posebni rezervat šumske vegetacije Radiševo se nalazi u Vrbanjskoj šumi na području grada Županje.

Posebni rezervat šumske vegetacije Loževo nalazi se na području Spačvanske šume, a pod zaštitom je od 1975. godine.

Park u Nuštru je Park Dvorca Khuen – Belasi i zaštićen je u kategoriji pomenika parkovne arhitekture.

Park u Iloku je zaštićen u kategoriji spomenika parkovne arhitekture 1973. godine.

6. Centar za promatranje ptica Nijemci

Centar za promatranje ptica Nijemci je novi turistički proizvod na području općine Nijemci čije formiranje je započelo projektom "Centar za promatranje ptica Nijemci" sufinanciranim iz Operativnog programa Regionalna konkurentnost 2007.-2013. Promatranje ptica može biti oblik turizma koji je dugoročno održiv, čuva prirodne resurse i koji može s druge strane jačati konkurentnost hrvatskog turizma na međunarodnom tržištu. Uz promatranje ptica, Centar nudi i druge aktivnosti poput turističkog broda koji vozi rijekom Bosut, vožnje bicikala i čamaca.

3.2.4. Osječko – baranjska županija

Osječko – baranjska županija se nalazi u sjeveroistočnoj Hrvatskoj i pokriva površinu od 4 155 km², odnosno 7,3% ukupne površine Republike Hrvatske, i predstavlja četvrtu najveću županiju u Hrvatskoj. Prema popisu stanovništva iz 2011. godine Osječko – baranjska županija ima 305 032 stanovnika. Podijeljena je na sedam gradova (Osijek, Beli Manastir, Donji Miholjac, Đakovo, Belišće, Našice i Valpovo), te na trideset i pet općina. Obuhvaća nekoliko većih zemljopisnih cjelina: Baranju na sjeveroistoku, Podravinu i Našički kraj na zapadu te Đakovštinu na jugu.¹⁵

Županija graniči s Vukovarsko – srijemskom na jugoistoku, Brodsko – posavskom na jugu, Virovitičko – podravskom na zapadu, Požeško – slavonskom na jugozapadu, ali i s dvije držve: Republikom Mađarskom na sjeveru i Republikom Srbijom na istoku. Županija obuhvaća krajeve oko donjeg toka rijeke Drave prije njenog utoka u Dunav. Područje je pretežito ravničarsko, a plavno područje Dunav stvorilo je Kopački rit - svjetski poznato utočište ptičjih vrsta, priznato kao poseban zoološki rezervat i proglašeno parkom prirode. Područje Županije je jako dobro povezano cestama i nešto manje željezničkim prugama, a još veću važnost će dobiti izgradnjom koridora kroz Bosnu i Hercegovinu kojom će se povezati autocestom sjever Europe i Jadran na jugu. Rijeke Dunav i Drava povezuju ovo područje i s riječnom mrežom europskih rijeka. Sa zračnom lukom Klisa i poslovno – sportskom lukom Čepin u blizini Osijeka, Županija je povezana i s mrežom zračnih luka.

Krajobraz Osječko - baranjske županije dijeli se na dvije jedinice:

- nizinska područja
- panonska gorja.

Najveći dio Županije svrstan je u nizinska područja koji obilježava poljoprivredni dio s hrastovima šumama i poplavnim područjima, dok jugozapad Županije pripada jedinici panonskog gorja koji obilježavaju izolirani, šumoviti gorski masivi bez dominantnih vrhova.

¹⁵ Master plan turizma Osječko-baranjske županije (2017): Osječko-baranjska županija, Osijek, str. 13-14

Izuzetno bogata prirodna baština je pod upravom javnih ustanova, a najvažniji prirodni resursi su:

1. Park prirode Kopački rit

Kopački rit je poplavno područje nastalo djelovanjem dviju velikih rijeka, Dunava i Drave. Zbog iznimne prirodne vrijednosti Kopački rit je 1993. godine uvršten na Popis Ramsarskih područja. U sklopu projekta Uspostava nacionalne ekološke mreže kao dijela sveeuropske ekološke mreže i EU mreže Natura 2000, Park prirode i Posebni zoološki rezervat Kopački rit je određen kao područje od međunarodne važnosti.

2. Zaštićena područja

- *Regionalni Park Mura – Drava* je proglašen regionalnim parkom 2011. godine, a ujedno je i prvi regionalni park u Republici Hrvatskoj. Obuhvaća poplavno područje formirano duž riječnih tokova, a uključuje i prijelazno područje s poljoprivrednim površinama i manjim naseljima uz rijeke sve do ušća Drave u Dunav kod Aljmaša.¹⁶
- *Ornitološki rezervat Podpanj* je močvarno područje oko donjeg Miholjca s gdje je zabilježeno 106 vrsta gnjezdarica.
- *Značajni krajobraz Erdut* je proglašen značajnim 1974. godine koji se nalazi od Aljmaša do Erduta.
- *Spomenici parkovne arhitekture* – Bilje, Čepin, Dalj, Donji Miholjac, Đakovo, Kneževo, Našice, Osijek, Teja i Valpovo
- *Spomenik prirode Travnjačka površina* na području Bilja postaje odlukom iz 2001. godine.

3. Rijeke

- *Drava* je plovna gotovo cijelim tokom kroz Osječko – baranjsku županiju, a na njoj se nalazi i nekoliko sportskih pristaništa.
- *Dunav* je druga rijeka po veličini u Europi, dok u Osječko – baranjskoj predstavlja izuzetnu važnost za riječni promet.
- *Manje rijeke:* Karašica, Bosut, Vuka, Biđem

4. Bizovačke toplice

Bizovačke toplice smještene su u malom mjestu Bizovac, 20-ak km od Osijeka. Ono što ih krasi je izrazito ljekovita geotermalna voda gdje je temperatura voda na izvoru veća od 90°C, toplija od bilo koje druge poznate termalne vode. Bizovačke toplice su centar zdravstvenog turizma, a uz Aquapolis kao najveći kompleks bazena istočne Hrvatske, u renovaciji je i moderni hotel sa svom ponudom za rekreacijski turizam.

¹⁶ Dostupno na: <https://www.zastita-prirode-kckzz.hr/zasticena-podrucja/regionalni-park-mura-drava>

5. Lovišta

Na području Osječko – baranjske županije uspostavljeno je 14 državnih lovišta koja su uglavnom u privatnom zakupu.

6. Ribnjaci

- Blanje
- Našički ribnjak

7. Jezera

Nekoliko jezera su postala nezaobilazna mjesta ribolovaca: Puškaš i Stara Drava u Baranji, Jošava i Borovik kod Đakova, te Lapovac kod Našica. Jezera su bogata somom, šaranom i amurom.

3.3. Analiza turističkih kapaciteta i postojeće infrastrukture

3.3.1. Prometna povezanost

Sve četiri županije koje su predmet Studije imaju bitan prometni i geostrateški položaj koji uglavnom određuju dva glavna koridora - Podravski i Podunavski koridor. Cijelo područje se nalazi na raskrižju europskih prometnica koje povezuju istok i zapad Europe, odnosno sjever i jug.

Cestovni promet

Cestovni je promet je najrazvijeniji i najvažniji oblik kopnenog prometa, kojim se prevozi najviše putnika i robe. Glavna cesta je autocesta Zagreb – Lipovac (A3) koja je dio važnog transverzalnog paneuropskog koridora X koji povezuje Srednju Europu (Salzburg, Zagreb) s Jugoistočnom Europom (Beograd, Skopje, Solun) i Jugozapadnom Azijom (Turska). Autocesta A3 je od velike društveno gospodarske važnosti je omogućuje brzo povezivanje slavonskih urbanih središta međusobno, odnosno s glavnim gradom Zagrebom, kao i ostalim srednjeeuropskim i istočnoeuropskim središtima.¹⁷

Drugi važan koridor za cestovni promet je koridor Vc (Beli Manastir – Osijek – Slavonski Šamac) koji povezuje istočnu i južnu Hrvatsku do luke Ploče, međutim zbog još uvijek nedovršenih trasa kroz Bosnu i Hercegovinu, ovaj koridor još uvijek nema toliku važnost. Jedini dio je sjecište autocesta A3 i A6 kojim (tzv. Slavonika) kojim se Osijek jače cestovno povezao s ostatkom Hrvatske.¹⁸

¹⁷ Strategija razvoja urbanog područja Slavanskog Broda do 2020. (2017): Razvojna agencija Grada Slavanskog Broda d.o.o., Slavonski Brod

¹⁸ Informacije o prometnoj povezanosti Osječko-baranjske županije (2017): Osijek, str 3-4

Treći koridor prolazi Podravinom, Podravskom magistralom D2, koji je imao puno veću važnost prije izgradnje Slavonike.

Što se tiče povezivanja koridora, Požeško – slavonska županija dobiva važnost jer je sijeku nekoliko kapilarnih cesta koje povezuju dva koridora. Javne ceste se u skladu sa Zakonom o cestama¹⁹ i Odlukama o razvrstavanju cesta dijele na: autoceste, državne ceste, županijske ceste i lokalne ceste. Cestovna mreža kroz sve četiri županije je u zadovoljavajućem stanju, i dobro povezuje ruralne dijelove s urbanim. Kroz sve četiri županije, osim autocesta, nalazi se oko 3 966 km cesta (1 077 km državnih cesta i 2 889 km županjskih i lokalnih cesta).

Željeznički promet

Prema Strategiji prometnog razvoja Republike Hrvatske 2017. – 2030. opće stanje željezničkog voznog parka javnih operatera, bilo za prijevoz putnika, bilo za prijevoz tereta, ne odgovara suvremenim prometnim zahtjevima, odnosno nužno je potrebna modernizacija željezničke infrastrukture. Prema istoj Strategiji nezadovoljavajuća infrastruktura nameće prometna ograničenja i u kombinaciji s niskom razinom sigurnosti na kolodvorima, pogotovo u ruralnim područjima, odvraća putnike od korištenja željezničkog prometnog sustava. Također, povezanost urbanih područja s ruralnim je poprilično nezadovoljavajuća.²⁰

S druge strane, prijevoz željeznicom je jeftiniji od cestovnog prijevoza, te predstavlja ogroman potencijal u području turizma. Pogotovo uvođenjem posebnih oblika prijevoznih vagona, npr. posebni vagoni za prijevoz bicikala. Prijevoz putnika u međunarodnom željezničkom prometu Republike Hrvatske se uglavnom odvija na pravcu koridora RH1 (smjer Slovenija – Srbija) što predstavlja priliku za razvoj turizma putem željezničkog sustava na području četiri predmetne županije.

Riječni promet

Okosnicu riječnog prometa predstavljaju tri rijeke: Sava, Drava i Dunav. Te riječne prometnice vode uzvodno prema srednjoj Europi i nizvodno prema Crnom moru. Dunav je najveća i međunarodna rijeka, kao i Drava od ušća do Osijeka. Na ostalom dijelu Drava ima status međudržavne rijeke, poput Save. Takav plovni put predstavlja odličnu predispoziciju za riječni promet, međutim još uvijek nije dovoljno iskorišten. Infrastrukturu u riječnom prometu čine vodni putovi s pripadajućim građevinama, objektima i uređajima sigurnosti plovidbe te luke i pristaništa.²¹

¹⁹ Zakon o cestama, Narodne novine 84/11., https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2011_07_84_1790.html

²⁰ Strategija prometnog razvoja Republike Hrvatske (2017. - 2030.) (2017): Republika Hrvatska Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture, Zagreb

²¹ Analiza riječnog prometa Republike Hrvatske i prognoza budućih kretanja, Strategija prometnog razvoja RH 2017. – 2030.)

Na ovom području lučki sustav obuhvaća tri međunarodne luke: Osijek, Vukovar i Slavonski Brod. Vukovar i Osijek su najveće hrvatske riječne luke. Ukupna duljina postojećih vodnih putova u Hrvatskoj iznosi 804,1 km, od čega su međunarodni dugi 539,2 km. Od međunarodnih vodnih putova 286,9 km udovoljava uvjetima za međunarodne vodne putove, odnosno uvjetima IV. klase.

Zračni promet

Na području četiri županije nalaze se dva (sportska) aerodroma u Slavanskom Brodu i Čepinu te jedina Zračna luka Klisa kod Osijeka²².

Zračna luka Osijek (Klisa) smještena je uz regionalnu cestu Osijek - Vukovar 20 km od grada Osijeka. Ova zračna luka omogućava usluge prihvaća i otpreme putničkih i cargo zrakoplova kao i manjih zrakoplova za poslovna putovanja. Izgrađena je i otvorena za promet 1980. godine, a nakon Domovinskog rata obnovljena i ponovo otvorena za promet 2001. godine. Značajniju djelatnost predstavlja cargo promet, dok se putnički promet za sada uspostavlja samo u ljetnim mjesecima, iako se kontinuirano radi na privlačenju low – cost kompanija kojima bi se Osijek i okolno područje tijekom cijele godine povezalo s Europom.

3.3.2. Smještajni kapaciteti

Ugostiteljski objekti s obzirom na vrstu ugostiteljskih usluga koje se u njima pružaju razvrstavaju se u skupine:²³

1. Hoteli
2. Kampovi
3. Ostali ugostiteljski objekti za smještaj
4. Restorani
5. Barovi
6. Catering objekti
7. Objekti jednostavnih usluga.

Međutim, prema članku 5. istog Zakona, mogu je obavljati i drugi subjekti, a najinteresantniji za potrebe rekreacijske rute su:

- javne ustanove koje upravljaju zaštićenim područjima
- zdravstvene ustanove – specijalne bolnice i lječilišta
- Hrvatski ferijalni i hostelski savez u objektima omladinskog turizma (hostel) za svoje članove i članove međunarodnih udruga omladinskog turizma kojih je savez član

²² Dostupno na: <http://www.croatianairports.com/hr/>

²³ Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti (2015): Narodne novine 85/2015, Zagreb

- Hrvatski planinarski savez i njegove članice u svojim planinarskim objektima prvenstveno za svoje članove i članove međunarodnih udruga planinara kojih je savez član
- lovačke i ribičke udruge, u svojim klupskim prostorijama i prostorima, za svoje članove i druge registrirane lovce, odnosno ribolovce
- amaterske sportske udruge za svoje potrebe u svojim poslovnim prostorijama i prostorima

Postojeći smještajni kapaciteti u predmetnim županijama ovise o mnogim faktorima, a podaci za 2016. godinu su sljedeći:

Prema ukupnom broju noćenja, koji iznosi oko 347 000, možemo zaključiti da je popunjenost po krevetu svega oko 57 dana, odnosno 16% što predstavlja malenu brojku koja koči investicije u turističkom sektoru, ali s druge strane može označiti golemi potencijal cijele regije.

Tablica 8. Postojeći smještajni kapaciteti prema županijama

Kreveti	2016	2017	% rast
Brodsko – posavska županija	1.003	1.209 (+84 pomoćna)	20,54
Osječko – baranjska županija	2.569	3.138 (+175 pomoćna)	22,15
Vukovarsko – srijemska županija	2.038	2.088 (+214 pomoćna)	2,45
Požeško – slavonska županija	537	703 (+40 pomoćna)	30,91
UKUPNO	6.147	7.138	16,12

Izvori: Statistička izvješća 1594/2017 [2017]: Turizam u 2016., Državni zavod za statistiku, Zagreb, dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2017/SI-1594.pdf; Statistička izvješća SI 1616/2018 [2018]: Turizam u 2017., Državni zavod za statistiku, Zagreb, dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2018/SI-1616.pdf

3.3.3. Biciklističke rute

Cikloturizam je danas najbrže rastuća grana turizma u Europi, s tendencijom rasta. Možemo ga definirati kao putovanje između mjesta koristeći bicikl u svrhu razonode i bicikliranje je u tom slučaju integralni dio turističkog doživljaja.²⁴ U 2017. godini Ministarstvo turizma je po prvi puta raspisalo natječaj za razvoj cikloturizma kontinentalnih županija, a projekte su prijavile sve četiri predmetne županije. Ovim projektom, koji će se nastaviti do najmanje 2019. godine izradit će se operativni planovi i smjernice ulaganja u cikloturizam. Taj korak bi mogao postati značajan iskorak u ponudi rekreacijskog turizma u sve četiri županije.

²⁴ The European Cycle Route Network – Eurovelo Study (2009): EP (European Parliament), DG for Internal Policies. Committee on Transport and Tourism. Brussels

EuroVelo predstavlja europsku mrežu biciklističkih ruta i glavni mu je cilj povezati postojeće i planirane nacionalne i regionalne biciklističke rute u jedinstvenu europsku mrežu. Kroz četiri županije prolaze dvije EuroVelo rute koje su okosnica cikloturizma ovog dijela:

- *EuroVelo 6* (Atlantik – Crno more) - U Republiku Hrvatsku dolazi iz smjera Mohača u Mađarskoj i ulazi na graničnom prijelazu Duboševica (Općina Draž, Osječko-baranjska županija), prolazi dijelom Baranje (Park prirode Kopački rit, mjesta Kopačevo i Bilje) prema Osijeku, ušću Drave u Dunav (Aljmašu), Dalju, Vukovaru i Iloku (Vukovarsko-srijemska županija) gdje izlazi iz Hrvatske i nastavlja kroz Srbiju. Ukupna duljina rute EuroVelo 6 kroz Hrvatsku iznosi 146 kilometara .
- *EuroVelo 13* (Ruta Željezne zavjese) - U Republiku Hrvatsku dolazi iz smjera Mađarske i ulazi na graničnom prijelazu Gola (Koprivničko-križevačka županija), prolazi kroz mjesto Sopje (Virovitičko-podravska županija) prema Donjem Miholjcu, Petlovcu i Batini (Osječko-baranjska županija) i nastavlja kroz Srbiju.²⁵

U izradi je projekt koji bi trebao postati nova EuroVelo ruta, a koji bi prolazio cijelom dužinom rijeke Save, čime bi cijeli prostor sve četiri županije bio zaokružen s tri najvažnije rute u Europi. Cijeli prostor je bogat kapilarnim cestama koje su slaboprometne i koje su idealne za bicikljanje, pogotovo u ruralnim dijelovima. Svaka od županija ima nekoliko nacionalnih i međunarodnih ruta na koje se nadovezuju brojne manje, uglavnom tematske rute, koje su i dalje nedovoljno infrastrukturno izgrađene (širina, teren, označavanje), ali služe svrsi.

Požeško – slavonska županija

- Ruta Slavonija
- Ruta Papuk
- Požeška kružna ruta

Brodsko – posavska županija

- Ruta Sava
- Ruta Gajna

Vukovarsko – srijemska županija

- Ruta Dunav
- Ruta Srijem
- Ruta Sava

²⁵ Čučić, D., Petrović, R., Herceg, K. (2018): Izazovi i potencijali cikloturizma u Slavoniji i Baranji, 7. Međunarodni znanstveni simpozij Gospodarstvo Istočne Hrvatske – vizija i razvoj, str. 765-775, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek

Osječko – baranjska županija

- Ruta Dunav
- Ruta Drava
- Ruta Panonski put mira

Kod cikloturizma treba razgraničiti cestovno bicikliranje od brdskog, jer na EuroVelo rutama turisti u kraćem razdoblju idu na sljedeću točku. Dok je najbolji primjer Istre koja se brendira kao cikloturistička destinacija upravo razvojem brdskih staza. Slavonija i Baranja kao destinacija ima mogućnost kombinacije i jednog i drugog smjera.

3.4. Analiza ljudskih kapaciteta

3.4.1. Turističke zajednice i info centri

Na području četiri županije koje su predmet rekreacijske Studije nalaze se 4 Županijske turističke zajednice: Osječko - baranjska, Vukovarsko - srijemska, Brodsko – posavska i Požeško - slavonska. Uz njih se nalaze i sljedeći uredi turističkih zajednica: Baranja, Bilje, Belišće, Bizovac, Brodski Stupnik, Cernik, Donji Miholjac, Draž, Ilok, Kutjevo, Lipik, Našice, Nijemci, Nova Gradiška, Nova Kapela, Oriovac, Osijek, Požega, Slavonski Brod, Valpovo, Velika, Vinkovci, Vukovar, Županja. Na predmetnom području se nalaze i sljedeći turističko informativni centri: Baranja, Bilje, Đakovo, Kopački rit, Nova Gradiška, Osijek, Osijek – Tvrđa, Slavonski Brod, Vinkovci.

3.4.2. Razvojne agencije

Prema Zakonu o unapređenju poduzetničke infrastrukture (NN 93/13, 114/13) razvojne agencije su registrirane pravne osobe zadužene za operativno provođenje mjera za razvoj gospodarstva i poduzetništva na lokalnoj (regionalnoj) i nacionalnoj razini, poticanje i privlačenje investicija te iniciranje i realizaciju projekata poticanja gospodarskog razvitka i poduzetništva, objedinjavajući rad gospodarskih subjekata, lokalnih i regionalnih poduzetničkih institucija, te visokoobrazovnih institucija i centara znanja.

Na području četiri predmetne županije djeluju sljedeće agencije:

- Regionalna razvojna agencija Požeško-slavonske županije d.o.o.
- Lipička razvojna agencija LIRA d.o.o.
- Razvojna agencija grada Slavenskog Broda d.o.o.
- CTR d.o.o. - Razvojna agencija Brodsko-posavske županije
- Industrijski park Nova Gradiška d.o.o.

- Agencija za razvoj Vukovarsko-srijemske županije HRAST d.o.o.
- Razvojna agencija Vukovar d.o.o.
- Agencija za razvoj i investicije grada Vinkovaca VIA d.o.o.
- Lokalna razvojna agencija Vjeverica d.o.o.
- Regionalna razvojna agencija Slavonije i Baranje d.o.o.
- Našička razvojna agencija NARA d.o.o.
- Agencija za održivi razvoj Općine Antunovac

3.4.3. Javne ustanove zaštite prirode

Zaštićenim područjima upravljaju Javne ustanove za upravljanje zaštićenim područjima. Osnovni cilj njihova djelovanja je upravljanje zaštićenim područjima u smislu zaštite, održavanja i promicanja te osiguranja neometanog odvijanja prirodnih procesa i održivog korištenja prirodnih dobara.

Na predmetnom području djeluju sljedeće ustanove:

- Javna ustanova agencija za upravljanje zaštićenim prirodnim vrijednostima na području Osječko baranjske županije
- Javna ustanova za upravljanje zaštićenim prirodnim vrijednostima Vukovarsko srijemske županije
- Javna ustanova za upravljanje zaštićenim područjem Požeško-slavonske županije
- Javna ustanova Natura Slavonica
- Javna ustanova Parka prirode Papuk, Sjedište Ustanove Voćin / Ispostava Velika / Eko točka Jankovac
- Javna ustanova parka prirode Kopački rit

3.5. Analiza potrošnje i ponude

Prema podacima Instituta za turizam „Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj u 2017.“ objavljenim 2018. godine prosječna dnevna potrošnja po osobi iznosi 78,77 EUR, od čega 38,77 EUR odlazi na smještaj, 12,96 EUR na hranu i piće izvan objekta, 12,00 EUR na kupnju, a ostalih 19,00 EUR na kulturu i zabavu, sport i rekreaciju, izlete, lokalni prijevoz i ostale izdatke. Područje obuhvata četiri županije najveći broj posjetitelja su privukle ustanove PP Kopački rit OBŽ 30 000 posjetitelja za 2015. godinu, Muzej Vučedolske kulture VSŽ 60 000 do 70 000 u godinu dana s trendom rasta, Državna ergela Đakovo OBŽ sa gotovo 17 000 posjetitelja godišnje, PP Papuk sa posjetom od oko 10 000 gostiju²⁶ i Bizovačke toplice s nešto više od 8 000 posjetitelja.

²⁶ Dostupno na: <http://www.pp-papuk.hr>

Što se tiče manifestacija, prema razgovoru s jednim od eksperata Martinom Čotarom, u Istri niti jedna manifestacija nije nositelj dolazaka na destinaciju, već sadržaji koje destinacija nudi. Slična je situacija i u istočnoj Slavoniji. Postoji niz manifestacija koje generiraju broj posjetitelja, ali osjetno manji broj. Neke od važnih tradicionalnih manifestacija su Vinkovačke jeseni, Đakovački vezovi, Zlatne žice Slavonije u Požezi, Katarinski sajam i Brodsko kolo u Slavonskom Brodu. Manifestacije koje privlače mlađu, sportsku i rekreacijsku publiku su Panonian Challenge u Osijeku, CMC Slavonija Fest festival (CMC200) u Slavonskom Brodu te Surduk festival (koji će se ponovo aktivirati) u Baranji uz ostale manje manifestacije poput trkačkih natjecanja i biciklijada.

3.6. Analiza promotivnih i prodajnih kanala

Web stranice i mobilne aplikacije

Web stranice predstavljaju digitalnu „osobnu kartu“ institucija. Svaka turistička zajednica u sve četiri županije ima web stranicu na nekoliko jezika, i primjetan je napredak i kontinuiran rad na usavršavanju i redizajnu. Također, svaki dionik rekreacijske rute ima web stranicu na kojoj se mogu vidjeti sve aktivnosti i ponuda dionika. Prema najnovijim istraživanjima, iskoristivost odlično posložene i optimizirane web stranice koja sadrži kvalitetan sadržaj, video i foto materijale ponude te sve bitne stavke o načinu dolaska na lokaciju značajno pospješuju direktan upit i dolazak turista na određenu lokaciju pošto 82% turista prije izbora putovanja nije odredilo način ni pružatelja usluga za rezerviranje smještaja.²⁷

Štoviše, jedan od tri putnika nema jasno određeno buduće odredište niti način rezervacije smještaja prilikom pretraživanja ponude što stvara dodatnu mogućnost za privlačenjem putem kvalitetne web stranice. Bitno je svakako napomenuti da 60% ukupnih pretraživanja o destinacijama dolazi s mobilnih uređaja poput mobitela i tableta.²⁸ Sukladno rastućim pokazateljima iz godine u godinu, taj postotak će se zasigurno još više povećati u narednim godinama te time „natjerati“ pružatelje usluga da se oglašavaju na sve kreativnije načine s aktualnijim kampanjama ili kampanjama vezanim uz određena lokalna događanja.

Što se tiče mobilnih aplikacija koje su sve više u upotrebi, neke turističke zajednice ih imaju, poput TZ Požeško – slavonske, dok ih neke koriste za određenu ponudu poput Slavonia Bike, cikloturističke

²⁷ Dostupno na: <https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-resources/micro-moments/get-away-moments-travel-marketing/>

²⁸ Dostupno na: <https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-resources/micro-moments/get-away-moments-travel-marketing/>

aplikacije Brodsko – posavske županije. Prema istraživanjima, gotovo 80% turista bi željelo mobilnu aplikaciju lokalne verzije turističkog vodiča destinacije u koje putuju.²⁹

Video promocija i vlog

U bilo kojem mjesecu, putnici naprave više od 100 milijuna jedinstvenih posjeta YouTube platformi. Šezdeset i četiri posto ljudi koji gledaju videozapise povezane s putovanjima to čine kada razmišljaju o odlasku na putovanje, dok tri od pet putnika koji gledaju online destinacijske videozapise time sužavaju ponudu odredišta ili odabir aktivnosti. Sukladno povećanju web pregleda mobilnih korisnika, i videozapisi se pregledavaju na pametnim telefonima zbog čega je vrijeme gledanja na mobilnim uređajima naraslo za više od 65% u odnosu na prethodna razdoblja³⁰. Dvije trećine vrhunskih destinacijskih video materijala se pregledava na mobilnim uređajima najčešće u periodu dok su korisnici na određenim radnim pauzama ili putovanjima s i na posao. Plaćena reklama na YouTube-u će kod devet od deset prije privući pažnju nego reklama prikazana na televizijskom programu.

Kada je riječ o vrstama videozapisa koje putnici gledaju, 65% putnika traži videozapise po odredištu. Primjerice, glavna odredišta pretražena na YouTube platformi uključuju "Barcelona", "Kanada", "Dubai", "Australia" i "New York" dok su najpopularnija vrsta videozapisa gledanih na YouTubeu putni vlogovi. 68% korisnika YouTube platforme pretražuje YouTube video materijale radi konačne odluke o kupovini.

Društvene mreže i sadržaj

Sadržajem na društvenim mrežama svaki dionik u turizmu može pričati svoju, autohtonu priču, čime se diferencira od ostalih. Društvene mreže danas također služe kao važno sredstvo komunikacije s klijentima. Svi dionici rekreacijske rute vode društvene mreže. Najzastupljenije su Facebook i Instagram, dok su iza njih Twitter i Youtube. 52% korisnika Facebooka sanja o odmoru dok pregledavaju objave u aplikaciji, čak i kada ne planiraju određeno putovanje. Taj efekt se stručno naziva FOMO - strah od nestanka/neiskorištene prilike, što je osobito čest osjećaj među Milenijalcima. Čak 71% svih Milenijalaca žali za propuštenom *last minute* ponudom za putovanjem.³¹

Taj postotak raste iz godine u godinu (s 69% u 2017-toj godini na spomenutih 71% u najnovijem istraživanju iz 2018-te), što potvrđuju najnovija istraživanja servisa Booking.com za hrvatsko tržište, gdje 84% putnika iz Hrvatske žali za propuštenim prilikama. Za ovu Studiju je interesantan podatak da više

²⁹ Moritz, C., (2015): Mobile Application Development in the Tourism Industry and its Impact on On Site Travel Behavior, Modul University, Vienna

³⁰ Dostupno na: <https://www.thinkwithgoogle.com/data-collections/youtube-stats-video-consumption-trends/>

³¹ Dostupno na: http://www.olapic.com/resources/the-impact-of-social-media-on-travel-inspiration_blog-p1aw-f1tr-v1th-t1sm/

od trećine putnika iz Hrvatske smatra da nije bilo dovoljno pustolovno na putovanju - konkretno 39% putnika.³² Važnost kvalitetnog sadržaja na društvenim mrežama potvrđuje nedavna anketa koja je utvrdila da 87% Milenijalaca na Facebooku pregledava društvene mreže radi traženja inspiracije za putovanje, dok 20% koristi Twitter i Pinterest. Dok su na putovanju, 60% putnika i 97% Milenijalaca putnika dijele fotografije s putovanja na svojim osobnim profilima.³³

E-cluster platforma

Članovi klastera su primarni korisnici sustava koji su u mogućnosti promovirati svoje poslovanje, prezentirati svoju ponudu proizvoda i usluga te suradnju s drugim članovima. Na temelju razine članstva u klasteru, osigurana je kategorizacija članova. Partneri klastera su korisnici sustava, tj. proizvođači ili pružatelji usluga od interesa koji nisu članovi klastera. Oni nemaju svoje podstranice za prodaju proizvoda ili usluga, ali imaju pristup forumu za razmjenu informacija, potreba i dr. kako bi se postigla suradnja s članovima klastera i drugim partnerima. Kupci imaju mogućnost otvaranja svojih računa te kontaktiranja članova klastera (ili kompletnog klastera) putem sustava za trenutnu ponudu. Svaki član klastera je predstavljen fotografijom, osnovnim kontaktnim informacijama, kategorijama aktivnosti i opisom. Uz sve mogućnosti standardnog webshop-a, e-cluster platforma ima uređen sustav lojalnosti za kupce, popustne kupone i darovne bonove.

Tiskani materijali

Svaka turistička zajednica, a i dionici na ruti s kojima su rađeni intervjui, tiskaju svoje promotivne materijale, odnosno ulažu u offline komunikaciju s krajnjim klijentima. Tiskani materijal se koristi na sajmovima, posjetima, ili na samim točkama i info centrima. Neki od njih, poput Požeško – slavonske županije, imaju tiskane brošure i u digitalnom obliku na svojim stranicama.

Sajmovi

Sajmovi na kojima se predstavljaju svi dionici su podijeljeni na domaće i inozemne. Hrvatska turistička zajednica također organizira sudjelovanje i za turističke zajednice, ali i za ostale dionike u turizmu. Također, Hrvatska Gospodarska Komora je na kontinentu pomagala dionicima u turizmu predstavljanje svoje ponude i sadržaja (primjer HGK Osječko – baranjske županije na sajmu u Budimpešti).

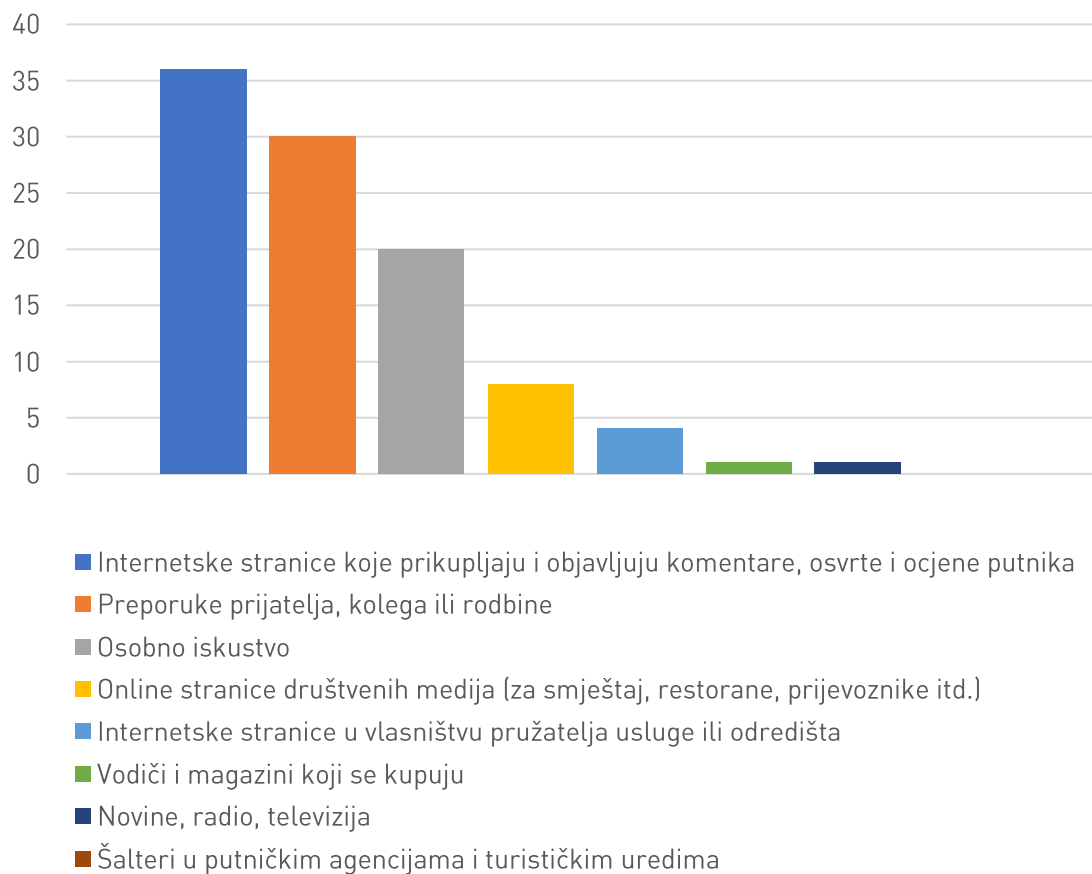
³² Dostupno na: <http://hrturizam.hr/generacija-z-najvise-zali-za-propustenim-prilikama/>

³³ Dostupno na: http://www.olapic.com/resources/the-impact-of-social-media-on-travel-inspiration_blog-p1aw-f1tr-v1th-t1sm/

Udruženo oglašavanje

Hrvatska turistička zajednica svake godine provodi udruženo oglašavanje s ciljem povećanja turističkih dolazaka i noćenja u predsezoni i posezoni i na kontinentu u razdoblju cijele godine, produljenja sezone i povećanja ukupnog turističkog prometa, u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora.

Graf 7. Izvor informacija koje ispitanici smatraju važnima za donošenje odluke



Izvor: autor

3.7. SWOT analiza (izazovi i potencijali cikloturizma u Slavoniji i Baranji)

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • atraktivan prostor • raznolikost krajolika • bogat ruralni kraj • očuvanost prirode • bogata kulturno – povijesna baština • Dobra prometna povezanost • velik broj slabo prometnih cesta • dobar prometni položaj • gostoljubivost stanovništva • raspoloživost EU sredstava 	<ul style="list-style-type: none"> • nedovoljno razvijena infrastruktura za rekreacijski turizam • nedovoljno razvijeni jasni proizvodi u području rekreacijskog turizma • nedefiniran sustav upravljanja destinacijama • nedovoljno razvijena prometna povezanost gradskih i ruralnih područja • nedostatak stručnog znanja • nerazvijeni selektivni oblici turizma • neuređen ruralni prostor • slaba smještajna i ugostiteljska ponuda pogotovo standardizirana za selektivne oblike turizma (running, Bike & bed) • nedovoljna razina promocije i prepoznatljivost Slavonije i Baranje kao ciklo destinacije • nerazvijen
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> • status Slavonije i Baranje kao neotkrivene destinacije, odnosno mogućnost brendiranja regije • uređenje EuroVelo ruta i nacionalnih ruta • mogućnost korištenja fondova EU u svrhu razvoja cikloturizma • Strategija turizma RH naznačuje sportsko rekreacijski turizam kao izuzetno važan segment • kontinuirano stručno usavršavanje u području rekreacijskog turizma • mogući razvoj turističkih doživljaja • razvoj ponude pratećih sadržaja i aktivnosti za aktivne turiste • orijentacija sa sezonskog na cjelogodišnji turizam 	<ul style="list-style-type: none"> • degradacija prirodnog okoliša izgradnjom • nedostatak sredstava za zaštitu kulturne i prirodne baštine • ograničena sredstva za razvoj infrastrukture i promociju • nedovoljna suradnja lokalnih zajednica i županija • neprilagođenost fiskalne i regulatorne politike zahtjevima razvoja turizma • neprilagođenost monetarne politike za razvoj turizma • razvoj destinacija bez elemenata autohtonosti • odljev stanovništva • devastacija prirodnih i kulturnih resursa³⁴

³⁴ Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. g. (2013): Institut za turizam, Zagreb

4. INTEGRIRANI PRISTUP RAZVOJU TURISTIČKE RUTE

4.1. Usklađenost sa strateškim dokumentima

Europa 2020

Strategijom Europa 2020. nastoje se komplementirati tri glavne točke rasta:

- Pametan rast
 - Unaprijeđenje učinkovitosti
 - Stvaranje novih proizvoda i usluga koji stvaraju nova radna mjesta
 - Korištenje novih tehnologija
- Održiv rast
 - Zaštita okoliša i sprječavanje gubitka bioraznolikosti
 - Razvoj zelenih tehnologija
 - Poboljšanje poslovnog okruženja s posebnim naglaskom na male i srednje poduzetništvo
 - Poboljšanje resursa s malim emisijama ugljika
- Uključiv rast
 - Povećanje stopa zaposlenosti
 - Ulaganja u znanja i vještine

Iako se svi ciljevi nadopunjuju, najzanimljiviji za razvoj rekreacijskog turizma je svakako naglasak na održivom rastu i promicanje zelenijeg, konkurentnijeg gospodarstva koje učinkovito koristi resurse kojima raspolaže. Na osnovu ovog strateškog dokumenta, svaka zemlja članica će razvijati svoje strategije i ciljeve, iz čega je proizašla i Strategija razvoja turizma 2020. Republike Hrvatske.

Strategija razvoja turizma RH 2020.

Strategija razvoja Republike Hrvatske je naznačila izuzetno važnim upravljanje resursima koje udovoljavaju osnovnim ekonomskim kriterijima, ali i kriterijima dugoročno održivog poslovanja uz očuvanje kulturnog integriteta te vitalnih ekoloških sustava i biološke raznolikosti, što je izuzetno važno za rekreacijski turizam. A među deset načela izdvajamo ona koja su najvažnija za razvoj rekreacijskog turizma:³⁵

- Više od sunca i mora – niz novih i konkurentnih sustava turističkih doživljaja kao što su kulturni turizam, cikloturizam, pustolovni i sportski turizam, ekoturizam, ali i golf turizam te zdravstveni i ruralni turizam
- Turizam na cijelom prostoru – ubrzavanje razvoja kontinentalnog turizma neće biti moguće bez kapitalnih investicija u resursno-atraktivnu osnovu uz znatno korištenje sredstava EU fondova

³⁵ Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. g. (2013): Institut za turizam, Zagreb, str. 30

- Autentičnost i kreativnost - diferenciranje od konkurentskih destinacija treba temeljiti na njegovanju prirodne, sociokulturne, klimatske i/ili proizvodne (doživljajne) autentičnosti, odnosno na kreativnosti u razvoju proizvoda i destinacijskom pozicioniranju
- Ekološki odgovoran razvoj
- Kultura kvalitete – temeljena na izvrsnosti

Glavni cilj razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine je povećanje njegove atraktivnosti i konkurentnosti, a svim navedenim točkama poseban značaj će se obratiti na rekreativni turizam i na kontinentu, uključujući četiri predmetne županije.

Akcijski plan razvoja cikloturizma

Nastavno na Strategiju razvoja turizma u kojem se i cikloturizam nameće kao jedan od selektivnih oblika turizma u koji se planira temeljiti rast turizma, napravljen je i Akcijski plan razvoja cikloturizma Instituta za turizam iz 2015. godine. Prema Akcijskom planu, do 2020. godine će cikloturizam postati jedan od glavnih generatora razvoja cjelogodišnjeg turizma. Ulagać će se u izgradnju i uređenju cikloturističke infrastrukture, dobro povezati i označiti rute, ispuniti uvjete visoke sigurnosti te izgraditi i urediti prateću smještajnu, ugostiteljsku i servisnu infrastrukturu. Na osnovu Akcijskog plana Ministarstvo turizma je zasebno raspisalo do sada dva natječaja za razvoj cikloturističke infrastrukture za kontinentalne županije što uključuje i četiri predmetne koje su napravile Operativne planove za razvoj cikloturizma.

Akcijski plan razvoja zelenog turizma

Ovim dokumentom Republika Hrvatska želi do 2020. godine postati predvodnica Europske Unije u području zelenog turizma. U tom periodu se želi pozicionirati kao turistička destinacija očuvane i privlačne prirodne i kulturne baštine dostupne svakome.³⁶

Vizija se želi postići kroz četiri glavna cilja:

1. Kontinuirano i sustavno unapređenje okolišne održivosti turizma u RH
2. Unaprijediti okolišnu održivost turizma na razini turističkih destinacija (sve najznačajnije turističke destinacije u Hrvatskoj certificirati kao destinacije koje razvijaju održivi turizam).
3. Unaprijediti okolišnu održivost turizma na razini ugostiteljsko turističkog pružatelja usluga (svi najznačajniji pružatelji ugostiteljsko turističkih usluga certificirani su kao okolišno odgovorna poduzeća)
4. Hrvatska svom turističkom brendu uspješno valja dodati atribut destinacije predvodnice održivog turizma

³⁶ Carić, H., Škunca, O. (2016): Akcijski plan razvoja zelenog turizma, Institut za turizam, Zagreb

Strategija i akcijski plan zaštite prirode Republike Hrvatske za razdoblje od 2017. do 2025.

Strategija upućuje na činjenicu da je bogata i raznolika priroda jedno od najvećih bogatstava Republike Hrvatske, te da očuvana priroda doprinosi osiguravanju svih funkcionalnosti nužnih za život i ekonomski razvoj.

Strategija upućuje na pet glavnih ciljeva:

1. povećati učinkovitost osnovnih mehanizama zaštite prirode
2. smanjiti direktne pritiske na prirodu i poticati održivo korištenje prirodnih dobara
3. ojačati kapacitete sustava zaštite prirode
4. povećati znanje i dostupnost podataka o prirodi
5. podići razinu znanja, razumijevanja i podrške javnosti za zaštitu prirode

Konvencija koju je potpisala Republika Hrvatska, koja je sastavni dio Startegije, jasno naznačuje održivo korištenje komponenata bioraznolikosti pri čemu rekreacijski turizam još više dobiva na značaju.

Greenway project

Premda prve zelene staze (engleski "greenway") datiraju iz 1800.-tih kao putovi posvećeni hodanju i istraživanju parkova, zaštićenih prirodnih područja i krajolika u Engleskoj i Novoj Engleskoj, moderni Greenway pokret ima korijene u Sjedinjenim Državama 1950.-tih, te doživljava procvat tijekom '80.-tih i '90.-tih godina prošlog stoljeća. Zelene staze su transportni koridori, razvijeni uz nezavisne rute koje slijede stare ili nekoristene putove koji se upotrebljavaju za takozvani tihi promet ili putovanje nemotoriziranim sporim sredstvima poput hodanja, bicikliranja i jahanja. Greenway filozofija temelji se na promociji zdravih i uravnoteženijih stilova života i prijevoza, lokalnoj prirodnoj krajobraznoj arhitekturi, promociji ruralnog razvoja, aktivnog turizma i lokalnog zapošljavanja, te povezivanju ljudi i njihovom zbližavanju s prirodnom i kulturnom okolinom³⁷. Kroz europske zemlje postoje stotine kilometara sporednih cesta koje su koristekao koridori zelenih staza povezujući regije i zemlje.

Greenway projekt pod nazivom „Zelena staza – staza koja spaja“ zajednički su osmislile i provode dvije udruge iz Mađarske, Udruga za održivi Ormanšag i Zaklada Zajedno za djecu iz Kemeša i dvije iz Hrvatske, „Slagalice“ - zaklada za razvoj lokalne zajednice iz Osijeka i Eko centar Latinovac. To je IPA partnerski projekt koji ima za cilj potaknuti ekonomski rast u zapostavljenim ruralnim područjima Slavonije i južne Mađarske kroz razvoj tematske biciklističke rute duge 120 kilometara koja će povezati dvadesetak manjih sela, naselja i nekoliko gradova od sela Kemeš u Mađarskoj pa sve do sela Latinovac u Hrvatskoj gdje je napravljen Eko centar. Ovu stazu koja je označena cijelom dužinom potrebno je brendirati kao poseban proizvod rekreacijskog turizma kako bi još više dobila na značaju.

³⁷ Dostupno na: <https://www.zaklada-slagalice.hr/en/ipa-greenway/>

Projekt Slavonija, Baranja i Srijem

Projekt Slavonija, Baranja i Srijem koji se upravo počeo provoditi, ide u smjeru povezivanja svih područja kao jedinstvenog napora u povezivanju ovih područja u jedno poznato područje – Slavonija, koje je već prepoznatljivije ljudima (pogotovo u regionalnim okvirima) uključuje provedbu nekoliko novih mjera, a one najvažnije omogućuju projektima s područja manje razvijenih županija prednost u sufinanciranju putem izravnih dodjela, kao i mogućnost da ostvare dodatne bodove prilikom odabira projekata u otvorenim postupcima dodjele bespovratnih sredstava.³⁸

Uvođenjem ovog projekta omogućen je usmjereniji pristup korištenju sredstava EU fondova kako bi se na području slavonskih županija osigurala što veća apsorpcija EU sredstava i znatno ojačali kapaciteti dionika na razini lokalne i područne samouprave za pripremu i provedbu projekata u ovom financijskom razdoblju. Jedan od važnijih ciljeva je i stvoriti preduvjete za uvođenje posebnog regionalnog 'Operativnog programa za područje Slavonije, Baranje i Srijema' u sljedećem financijskom razdoblju Europske unije od 2021. do 2027. godine.

4.2. Globalni trendovi u turizmu

Dugoročni trendovi kretanja u turizmu pokazuju kontinuiran rast turizma u posljednjih 60 godina. Taj rast se i dalje nastavlja, a kao receptivna regija prednjači Europa 51% ukupnih svjetskih dolazaka.³⁹ Globalna kretanja su u snažnoj korelaciji s nekoliko čimbenika poput političkog okruženja, gospodarskog okruženja, društvenog okruženja i okoliša. Predviđanja pokazuju da će tzv. „sunce i more“ i dalje privlačiti velik broj turista, ali da će se razvijati i niz drugih proizvoda iz domene zdravog i aktivnog života poput pustolovno – sportskog, ciklo i ostalog aktivnog turizma. U skladu s vrijednostima i interesima modernih turista očekuje se još veća diverzifikacija proizvoda te će se razvijati 'kombinirani' proizvodi koji povezuju razne vrste selektivnih oblika turizma kao npr. pustolovno-sportski turizam s gastronomijom, kulturom ili drugom aktivnosti. Naročito se rast očekuje u domeni adrenalinskih sportova te u neturističkim destinacijama.

Rekreacijski turizam se usko veže uz prirodne resurse i održivost, odnosno na pažnju o što manjoj invaziji na okoliš i kulturu. Invazivni dio će se smanjiti ukoliko se produži sezona, a upravo to je i cilj ovog dijela Hrvatske ako se uzmu u obzir svi parametri. U tom pogledu je bitno spomenuti i ETIS (European Tourism Indicator System) koji predstavlja alat za upravljanje, praćenje i informiranje namijenjeno turističkim destinacijama, a specifični mu je cilj doprinijeti poboljšanju održivog upravljanja destinacijom.

³⁸ Dostupno na: <https://strukturnifondovi.hr/projekt-slavonija-baranja-srijem/>

³⁹ Klarić, Z., Kos, G., Krešić, D., Miličević, K. (2015) Akcijski plan razvoja cikloturizma, Institut za turizam, Zagreb

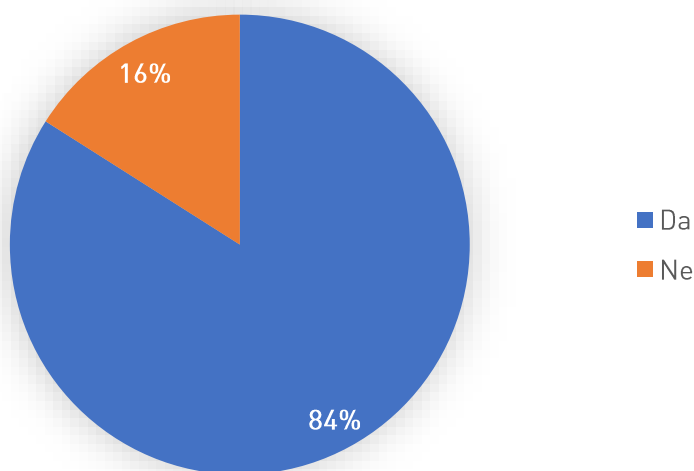
Temeljni indikatori ETIS sustava su podijeljeni u četiri glavne kategorije:⁴⁰

1. Upravljanje destinacijom – prema načelima održivog turizma
2. Ekonomska vrijednost
3. Društveni i kulturni učinak
4. Utjecaj na okoliš

Današnji poslovni trendovi nose veliku količinu stresa, pogotovo kod mlađih generacija, te im je potreban odmor i briga za zdravlje. Također, briga za zdravlje i zdravi život postaje sve popularniji u cijelom svijetu. Slobodno vrijeme postaje jedan od najtraženijih faktora. Uz riječi slobodno vrijeme, fizičke aktivnosti i zdravlje danas se vezuje i riječ wellness (izvedena iz engleskih riječi well – being, što znači dobro, ugodna, i riječi fit – ness, što znači primjerenost, sposobnost, zdravlje) koja se može prevesti kao osjećati se ugodno, dobro, zdravo. Dok se uz pojam slobodno vrijeme (leisure) vežu pojmovi: relaksacija, rekreacija, aktivnosti bez žurbe. Svi navedeni pojmovi mogu se povezati i s pojmom zdravlja, odnosno aktivnostima vezanima za čuvanje i održavanje fizičke kondicije i zdravlja (Bartoluci i sur., 2004: 177- 179).

Kao posljedica se javlja potreba za kraćim dvodnevним ili trodnevним putovanjima izvan ljetne ili zimske sezone koje nude rekreacijske sadržaje. Anketnim upitnikom na pitanje: Vodite li brigu o provođenju aktivnog odmora pri planiranju putovanja (bilo koji oblik rekreacije), čak 84% ispitanika je odgovorilo da vode brigu.

Graf 8. Vodite li brigu o provođenju aktivnog odmora pri planiranju putovanja (bilo koji oblik rekreacije)?



Izvor: autor

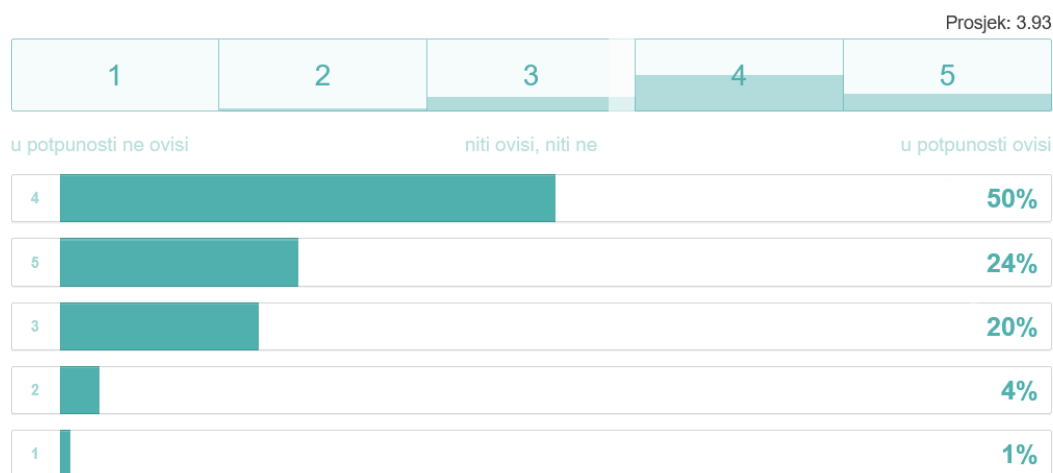
⁴⁰ The European Tourism Indicator System - ETIS toolkit for sustainable destination management (2016), European Union, Brussels, str. 21

Iz razgovora s nekoliko eksperata, cikloturizam se nameće kao aktivnost broj jedan što se tiče cijelog kontinenta Hrvatske. U tom segmentu se trenutno i najviše radi i ulaže u istočnoj Slavoniji. Zanimljiv je podatak ECF-a da se godišnje u Europi ostvari 2,3 milijarde ciklo putovanja.⁴¹

Odmah iza je trčanje koje okuplja velik broj rekreativaca, međutim u ovim krajevima su još uvijek vezani za svoja mjesta prebivališta i jedino ih natjecanja motiviraju na odlazak na drugu destinaciju radi isključivo trčanja. Primjer je Osječki polumaraton koji je 2016. godine okupio više od 1.000 trkača što predstavlja dobar start, ali je trenutno daleko od Zagrebačkog maratona koji okuplja više od 11.000 sudionika.⁴² Važno je napomenuti kako bi se ovakvim događajima trebalo sadržajem privući sudionike da ostaju duže od dana.

Prema Čotar, utrke mogu poslužiti kao odličan marketinški alat za upoznavanje kraja u koji dolaze. Jer danas inozemni aktivni turist ne želi više trčati ili voziti bicikl po gradovima i betonu, jer takav sadržaj nalazi u urbanijim sredinama. Takve osobe zanima priroda i sadržaj kakav ne može naći u svom okolišu, a upravo je ovaj kraj bogat prirodnim resursima koji se uz malo ulaganja mogu pretvoriti u poznate destinacije aktivnog turizma. Ostale značajnije aktivnosti su jahanje, hiking, veslanje i kanuing, i postoji puno prostora za osmišljavanje i izradu još kvalitetnijeg sadržaja svih navedenih aktivnosti što potvrđuje i rezultat ankete da 74% ispitanika smatra važnim kvalitetu osmišljenih i organiziranih programa za rekreaciju.

Graf 9. Važnost kvalitetno osmišljenih i organiziranih programa za rekreaciju



Izvor: autor

⁴¹ Dostupno na:

https://ecf.com/sites/ecf.com/files/FINAL%20THE%20EU%20CYCLING%20ECONOMY_low%20res.pdf

⁴² Dostupno na: <http://osjeckiferivipolumaraton.com/>

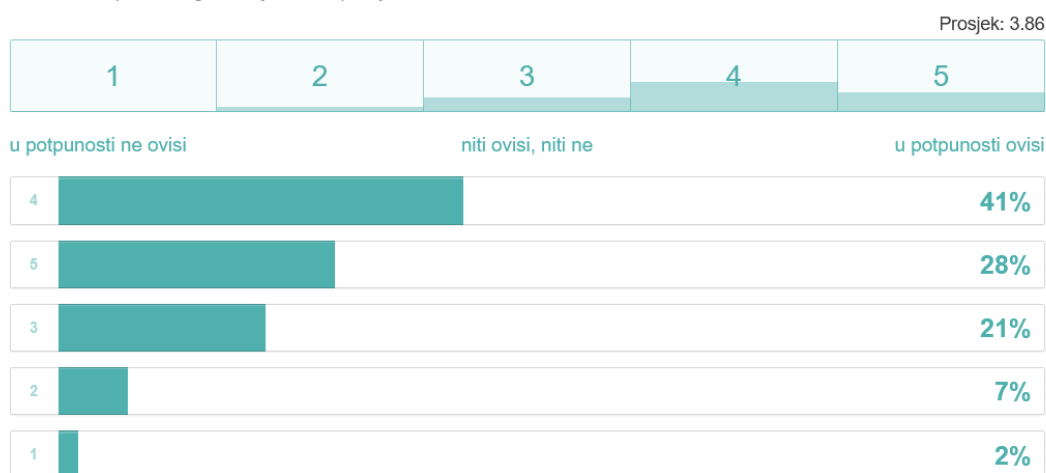
5. SMJERNICE ZA RAZVOJ REKREACIJSKE RUTE

Područje obuhvata predmetne četiri županije predstavljaju potencijalno atraktivno područje razvoja turističke rute rekreacijskog turizma zahvaljujući prvenstveno bogatim resursima prirodne baštine, ruralnih predjela i autohtonosti koju njeguju. Nakon toga, bogata kulturna baština je uvijek važan faktor u privlačenju turista, odnosno u generiranju posjeta. Cijeli kraj njeguje mnoštvo povijesnih događaja, priča, ali i mitova i legendi. Sve navedeno predstavlja odličan temelj za privlačenje većeg broja turista.

Jedan od smjerova razvoja turizma na koji klaster također treba obratiti pozornost je i zdravstveni turizam, budući da na relativno malom prostoru postoje dva lječilišta s ljekovitom termalnom vodom: Bizovačke toplice i Toplice Lipik. Bizovačke toplice su uvrštene kao jedna od točaka rekreacijske rute zbog razine razvijenosti i dodatne ponude, dok su Toplice Lipik orijentirane gotovo isključivo u rehabilitacijske svrhe.

U Austriji, zemlji koja se prezentira kao jedna od vodećih primjera kontinentalnog turizma, oko 30% ukupnog broja turista čine domaći turisti.⁴³ Smatra se da bi to bio prvi korak u ovoj regiji - prvenstveno baziranje na regionalne goste. U anketnom ispitavanju 69% ispitanika je izrazilo izuzetno važnim dostupnost infrastrukturi.

Graf 10. Dostupnost destinacije osobnim automobilom ili drugim prijevoznim sredstvima



Izvor: autor

Budući da je cestovna infrastruktura jako dobra na području predmetnih županija, to predstavlja odličan preduvjet za dolazak turista iz regije, ne samo iz Hrvatske, odnosno smjera Zagreba kao najveće koncentracije potencijalnih gostiju. Zasiurno da će cijelo područje dobiti još više na važnosti

⁴³ Dostupno na: <https://www.bmnt.gv.at/english/Tourism0/Tourism-Statistics/National-data.html>

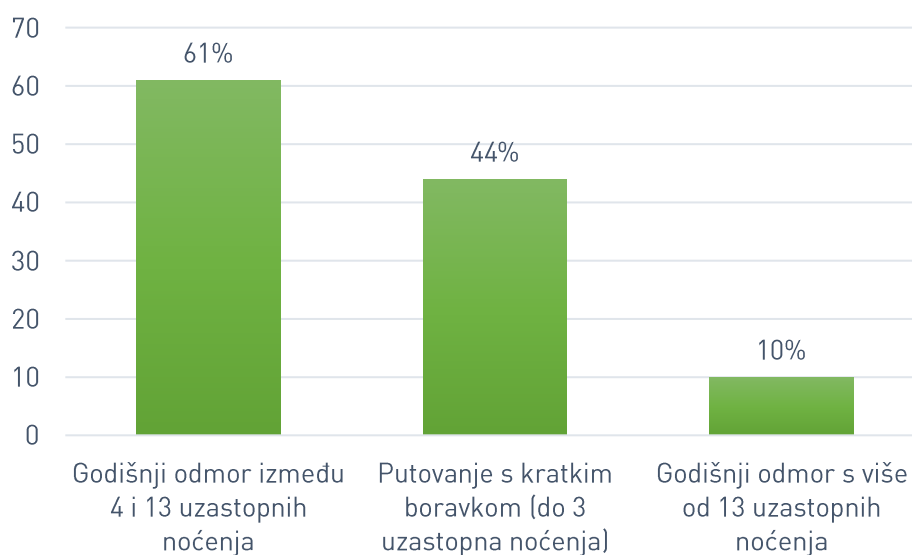
povezivanjem sjevera i juga, koridorom koji će povezivati Jadransko more, kroz Bosnu i Hercegovinu, s Mađarskom. Tome u prilog ide i podatak da oko 90% turista u Hrvatsku dolazi autom zbog odlične povezanosti.⁴⁴

Što se tiče zračnog prometa, luka Klisa već radi na otvaranju novih letova, poput niskotarifnih kompanija WizzAir. Međutim, ključno je prepoznavanje luke za sve županije obuhvaćene Studijom jer luka Klisa može postati ključna točka za sve dionike u kasnijim fazama brendiranja Slavonije. Ovim dokumentom će se kreirati trenutna rekreacijska ruta koja povezuje niz točaka na zadanom zemljopisnom području, a koje već u startu daju ishodište za kreiranje kvalitetnog itinerera. Također, nikako se ne smije zanemariti autohtonost cijelog kraja, jer upravo autohtonost radi prvu diferencijaciju od ostalih rekreacijskih destinacija. A dosadašnje iskustvo je bilo da se nude neautohtoni, moderni proizvodi, pogotovo u komplementarnoj ponudi, poput gastro ponude.

5.1. Anketno istraživanje – rezultati

Zanimljiv podatak koji ide u smjeru dvo i trodnevnog turizma je pitanje ispitanicima kako organiziraju putovanje u destinaciju poznatij zbog ponude rekreacijskog turizma. Čak 44% bira putovanje s kratkim boravkom.

Graf 11. Broj noćenja u destinaciju poznatij zbog ponude rekreacijskog turizma

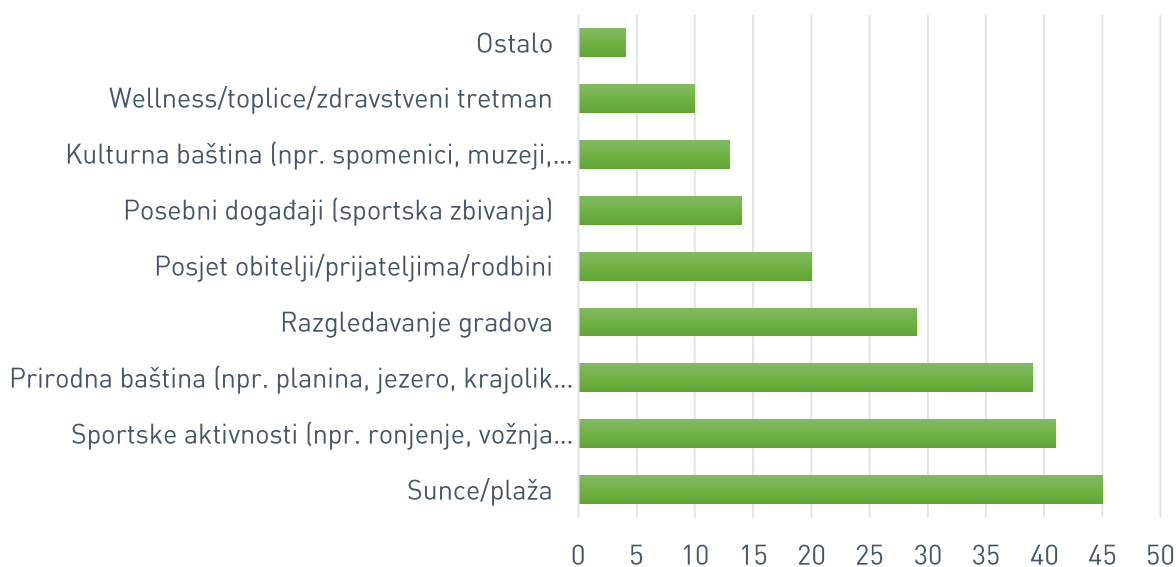


Izvor: autor / Napomena: višestruki odabir omogućen

U 2017. godini čak 41% ispitanika je izjavilo kako im je glavni motiv odlaska na godišnji odmor bila sportska ili rekreacijska aktivnost.

⁴⁴ Orsini, K., Ostojčić, V. (2018): Croatia's Tourism Industry: Beyond the Sun and Sea, Economic Brief 036, Europska unija, Brussels, str. 4

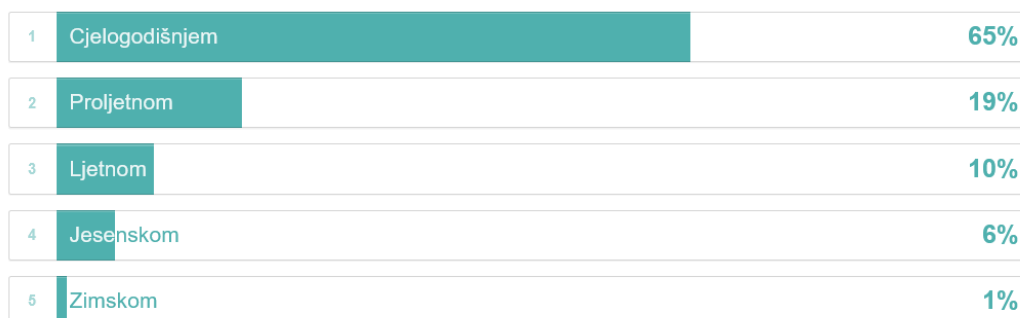
Graf 12. Glavni razlozi za odlazak na godišnji odmor u 2017. godini



Izvor: autor

Što se infrastrukture tiče, prema navedenom grafu 4., 41% ispitanika je izjavilo kako im je važna infrastruktura za sport i rekreaciju što opet govori da predmetna regija ima već sad dobru startnu poziciju s obzirom na resurse. Ono što je iznimno važno napomenuti i oko čega treba graditi optimizam, ali i uložiti u rekreaciju kao glavni motiv dolaska u istočnu Slavoniju, je podatak da 65% ispitanika smatra da istočna Hrvatska može postati rekreacijska destinacija u cjelogodišnjem periodu.

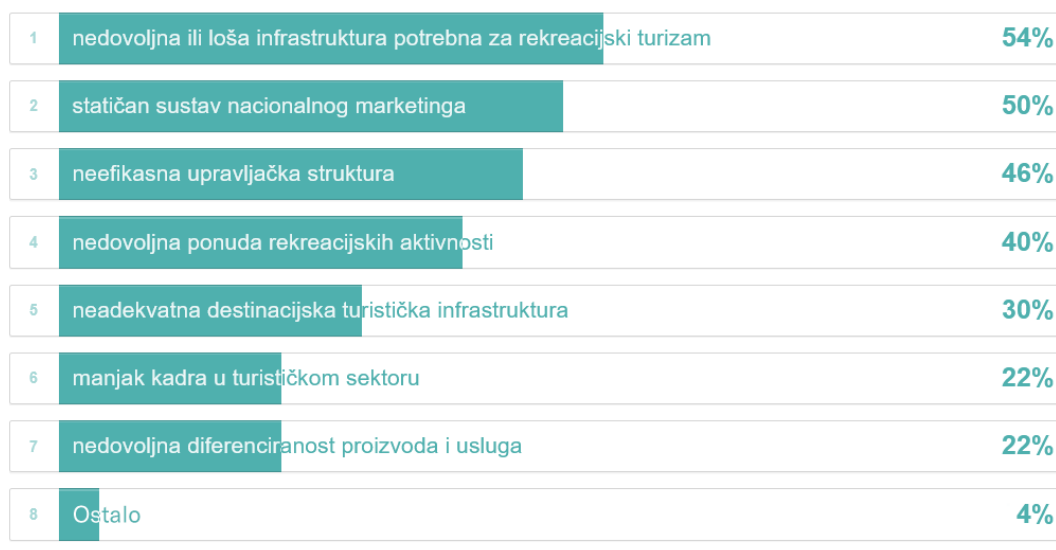
Graf 13. Istočna Hrvatska kao rekreacijska destinacija u periodu



Izvor: autor

U isto vrijeme, 74% ispitanika smatra da je najveći nedostatak ponude rekreacijskog turizma nedovoljna ili loša infrastruktura potrebna za rekreacijski turizam. Dok ih 50% misli da je jedan od glavnih krivaca i statičan sustav nacionalnog marketinga, a 46% da je upravljačka struktura neefikasna.

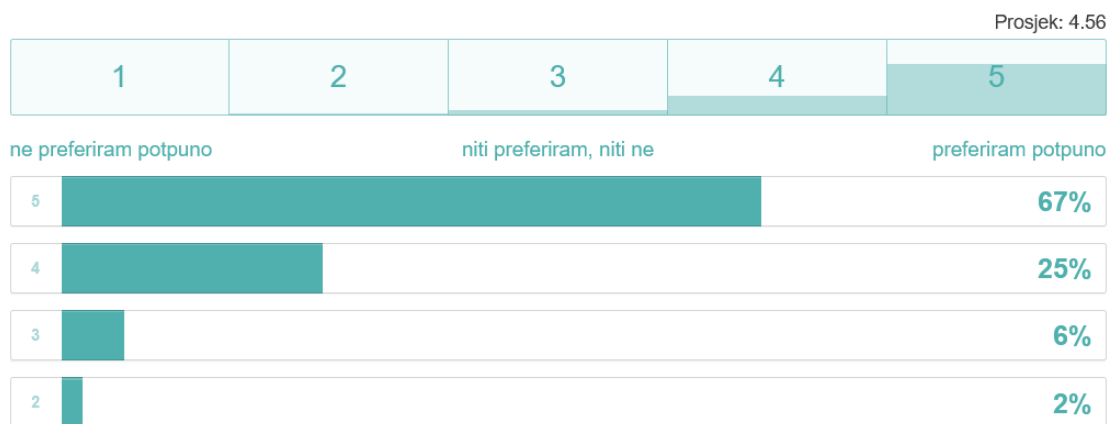
Graf 14. Trenutno najveći nedostatak ponude rekreacijskog turizma Istočne Hrvatske



Izvor: autor

67% ispitanika potpuno preferira aktivan odmor na godišnjem odmoru.

Graf 15. Preferiranje aktivnog odmora (pješačenje, trekking, aktivnosti na vodi, bicikliranje)



Izvor: autor

5.2. Rezultati intervjua s ekspertima

Intervjui su obavljani sa svim dionicima na ruti, s potencijalnim dionicima i na kraju s ekspertima u području rekreacijskog turizma. Iz razgovora s ekspertima, nužno je napraviti brendiranje cjelovite destinacije kao jedinstvenog područja umjesto dosadašnjih individualnih napora pojedinih dijelova kao zasebnih cjelina jer je kao takav praktički nepotpun i nezanimljiv, ali i neprimjetan. Prema gotovo svim

ekspertima nužan je prvi korak javnih uprava u izgradnji osnovne infrastrukture, a zatim sve ovisi o privatnom sektoru koji će graditi destinaciju svojim sadržajem.

Prema *Senki Vlahović*, Slavonija i Baranja nemaju još uvijek kritičnu masu turista kako bi se kvalitetno razvijao realni sektor. Prema Senki, Dunav je jedan od najjačih brendova koji treba iskoristiti, te prema njemu odrediti i prvenstvena tržišta, a to su zemlje uz Dunav. Iz njenog iskustva jedan od velikih problema je upravljanje udruga koje vode određene segmente (npr. ribolovne udruge na jezerima, planinarske udruge) koje rade odlične stvari na lokalnoj razini, ali ne pružaju dovoljnu kvalitetu usluge poput osnovnog komuniciranja, a pogotovo dodavanja dodatnog turističkog sadržaja. Taj dio bi morao kompletno biti naslonjen na realni sektor jer se jedino tako može dobiti kvaliteta usluge, odnosno turističkog proizvoda.

Martin Čotar iz Istre navodi cikloturizam i trčanje kao glavne fokuse na koje bi se predmetne županije trebale orijentirati, ali ne na cestu, već na prirodu i divljinu. Prenoseći svoja iskustva iz Istre, upravo takva ponuda može izdignuti destinaciju kao prepoznatljivu. Prema Martinu, istočna Slavonija bi se trebala orijentirati na dvo i trodnevne pakete s najpoznatijim proizvodima na početku, npr. trčanje i bicikl. Uz to, naglašava izuzetnu važnost educiranosti djelatnika u turizmu na svim razinama, kao i najvažnije bogatstvo – prirodne resurse koji su turistima najzanimljiviji.

Igor Lončarić – Rulj iz poduzeća 4 Islands d.o.o. se isključivo bavi organiziranjem događaja u cikloturističkom smislu, ali ne profesionalaca, već zagriženih rekreativaca. Prema njemu, upravo takvi događaji su podigli destinaciju u cikloturizmu Kvarner i okolne otoke. Međutim, i sam smatra kako to nije školski način razvijanja destinacije, upravo obrnut. Ali, nakon uspjeha koje su postigli, druge destinacije same prvo razvijaju osnovnu infrastrukturu, a nakon toga razvijaju velike događaje. Zanimljiv osvrt na profesionalni dio, koji je primjenjiv na svaki sport, da profesionalci mogu podignuti prepoznatljivost destinacije u svom području. Na primjer, navodi biciklistički Merida Team Bahrein koji je radio pripreme na Hvaru, a taj događaj je privukao najveće TV kuće svijeta koje prate biciklizam. Na taj način je Hvar dobio odličnu promociju u tom području.

Branimir Blajić iz Svetog Martina naglašava iskustva iz Međimurske županije u kojoj je glavni nositelj ponude upravo realni sektor koji snažno surađuje s lokalnom zajednicom. Javni sektor je također izgradio osnovnu infrastrukturu, dok je realni preuzeo vođenje destinacije i nastavak izgradnje infrastrukture. Njihovi naponi idu u smjeru povezivanja rekreacije i zabave pa su se čak okrenuli i Geocachingu, globalnoj platformi koja pokazuje rastući trend prema nezagriženim avanturistima. Njihov hotel je počeo s kompletnom ponudom zdravog života, te su uz Bike friendly standard uveli i Run friendly oznaku koja uključuje pakete od staza, karata za trčanje pa sve do zdravih obroka i napitaka. Naredne aktivnosti idu

u smjeru pecanja i aktivnostima koje nisu toliko raširene, ali prema njihovim istraživanjima ciljaju publiku od oko tri milijuna ljudi iz Europe.

Toni Čota smatra da je publika danas cijeli svijet, te da su Adrenalin Park Kupjak posjetili turisti iz 35 zemalja. Naslanjajući se na to, naglašava izuzetnu važnost aerodroma Klisa za sve četiri županije. Prema njemu, velika prednost istočne Slavonije je bogata povijest, ali i komplementarnost usluga i proizvoda, poput bogate gastro ponude.

Goran Ribelj već dugi niz godina radi na promociji Slavonije kao jedinstvene destinacije i zagovornik je da se Dani turizma održe u Slavoniji. U području rekreacijskog turizma smatra da potencijal postoji, ali nije definiran i niska je kvaliteta ponude. Predlaže jače uključivanje javnog sektora u osnovnu infrastrukturu, a kao primjer navodi Advent u Zagrebu koji se polako razvio u jedan od najpoznatijih turističkih proizvoda, uz suradnju javnog i realnog sektora.

Prema svakom od eksperata, profesionalni sport nije dio rekreacijskog turizma, ali ga je bitno iskoristiti kao dio alata za brendiranje destinacije. Trenutno *NK Osijek* jedini sudjeluje u europskim natjecanjima od masovnijih sportova na ovom području što se može dobro iskoristiti. Pohvalna je kampanja *Hrvatske Turističke Zajednice* pod nazivom Full of life, gdje se iskorištavaju poznati sportaši koji su porijeklom iz ovog kraja, ali dodatnu suradnju bi morali napraviti i lokalne uprave konkretnije. Jedan od primjera je priprema sportskih klubova u određenim gradovima ili mjestima koje nude najbolji omjer kvalitete i cijene (pripreme mladih košarkaških selekcija u Slavonskom Brodu su generirala oko 1.000 noćenja u 2016. godini).

6. AKCIJSKI PLAN UPRAVLJANJA REKREACIJSKOM RUTOM

Zbog naglaska na ciljanu skupinu koja istražuje destinaciju na koju dolazi i bira točno što ih zanima, te zbog trendova u turizmu, odabran je točkasti pristup rekreacijskoj ruti najviše zbog personaliziranog pristupa. Upravo na taj način ciljana skupina turista može kombinirati svoje želje u vezi rekreacijskog turizma s komplementarnom ponudom poput gastronomskog, kulturnog i ostalog sadržaja. Glavne točke su odabrane prema nekoliko kriterija, prvenstveno sadržaja koji nude, ali i online pristupa informacijama koje su tražene.

Cijeli akcijski plan i sve aktivnosti koje iz njega proizlaze počivaju na principu partnerstva među svim dionicima na rekreacijskoj ruti. Odabrane točke nikako nisu konačne u smislu određenosti i broja. Sve navedeno implicira na glavne korake u smjeru brendiranja predmetnog područja kao poželjne rekreacijske destinacije.

6.1. Upravljanje rekreacijskom rutom

Kako je navedeno i u osnovnoj dokumentaciji projekta EXPLORE CRO – SRB *"EXtraordinary PLeasure of Our Region Common gastro, eco and recreation routes of Croatia and Serbia"* navedena je Razvojna agencija Grada Slavenskog Broda kao nositelj projekta te klaster „Slavonska košarica“ kao projekti partner za predmetne četiri hrvatske županije. Sukaldno svojoj ulozi, prijedlog je da središnje tijelo upravljanja rekreacijskom rutom bude Turistički klaster „Slavonska košarica“.

Turistički klaster „*Slavonska košarica*“ je neprofitna i nevladina udruga čija je misija promicanje održivog turističkog razvoja regije Slavonije smjernicama utvrđenim strategijom turističkog razvoja regije Slavonije temeljem strateških planskih dokumenata. Prema Statutu klastera, uz tijela koja upravljaju klasterom (Skupština, Predsjednik, Upravni odbor i Nadzorni odbor), postoji i Klaster Menadžer. Ta funkcija je izuzetno bitna i za upravljanje rekreacijskom rutom. Uz navedene ciljeve klastera te ciljeva Strategije razvoja turizma RH predlažemo i sljedeće smjernice:

- Stalna komunikacija sa svim postojećim dionicima i članovima
- Analiziranje stanja na zadanom području kako bi se detektirao novi, potencijalni član i dionik u području svih ruta, ne samo rekreacijske
- Revizija postojećih članova s ciljem podizanja kvalitete ponude
- Pružanje i stvaranje kvalitetnog sadržaja
- Održavanje edukacija s raznim temama u području turizma
- Komunikacija s javnim upravama (županije, gradovi, općine), turističkim zajednicama, javnim ustanovama i Ministarstvom turizma RH kao krovnom organizacijom u području turizma

- Primjene novih tehnologija
- Poticanje održivog razvoja

S ciljem unapređenja rekreacijske rute koja ima ogroman potencijal koji je naveden u analizi svake pojedine županije uključene u Studiju, predlažemo ciljeve akcijskog plana za razvoj i unapređenje rekreacijske rute:

1. Portfelj
2. Destinacijski menadžment
3. Infrastruktura
4. Upravljanje mikro destinacijama
5. Marketing
6. Suradnja s turističkim agencijama
7. Suradnja s ustanovama za gospodarenje sportskim objektima
8. Analiza i mjerljivost

6.1.1. Portfelj rekreacijskog turizma

Portfelj rekreacijskog turizma na predmetnom području Studije čine točke koje su određene kao početne točke rekreacijske rute. Odabrano je jedanaest točaka. Menadžer klastera bi trebao voditi kontinuiranu komunikaciju sa svim dionicima na rekreacijskoj ruti, prikupljati potrebne podatke i obavještavati ih o nastupima klastera kao zajedničkim predstavljajima prema ostalim dionicima.

Uz to, menadžer bi trebao voditi brigu o potencijalnim, novim subjektima koji će se pojaviti na predmetnom području kako bi ih uključio u rekreacijsku rutu, odnosno u klaster.

6.1.2. Destinacijski menadžment

Prema svim europskim kriterijima, županije, gradovi i općine su premali kako bi nudili zasebne proizvode i atrakcije u području turizma, pa tako i kad pričamo o manjem segmentu rekreacijskog turizma. Budući da Turistički klaster „Slavonska košarica“ okuplja dionike u turizmu u cijelom predmetnom području, trebali bi pojačati komunikaciju prema svim dionicima rekreativnog turizma s glavnim ciljem da klaster bude glavni nositelj svih aktivnosti rekreacijskog turizma na području predmetne četiri županije. Klaster sa svojim brojem dionika ima snagu postati vodeće centralizirano mjesto ponude rekreacijskog turizma. Kao takav, klaster bi upravljao cijelom rekreacijskom destinacijom.

Važni zadatci su sljedeći:

- Komunikacija sa svim dionicima ponude rekreacijskog turizma uključujući sve županije i Turističke zajednice županija, gradova i općina
- Sudjelovanje u donošenju strateških dokumenata
- Donošenje i predlaganje standarda (npr. Bike and Bed, Slavonska košarica i sl.)
- Predlaganje dvodnevni i trodnevni paketa u području rekreacijskog turizma, uz komplementarnost druge dvije rute
- Edukacije dionika
- Organiziranje konferencija i drugih događaja s ciljem pokazivanja primjera dobre prakse iz regije i svijeta

6.1.3. Infrastruktura

Izuzetno je bitno da naponi ne stanu samo na strategijama i dokumentima, već da se oni implementiraju u turističku infrastrukturu koja će olakšati privatnom sektoru dodatna ulaganja i smanjiti rizike istih. Jer je trenutno stanje visokorizično za individualna ulaganja budući da nema dovoljan broj turista na koje se može osloniti, pogotovo u području rekreacijskog turizma.

Prema svim ekspertima, upravo je javni sektor zadužen za uspostavljanje osnovne infrastrukture. Pod osnovnom infrastrukturom se misli na:

- Standarde
- Pravilnike i standardizaciju svih članova klastera u području rekreacijskog turizma
- Trasiranje i označavanje puteva i staza
- Izrada karata za turiste
- Izgradnja (luke za rekreaciju, staze, ceste, pristaništa u području rekreacijskog turizma)
- Postavljanje kvalitetne upravljačke strukture na mikro destinacijama u vlasništvu javnih ustanova
- Izgradnja infrastrukture koja se može prijaviti na fondove EU

Kao dobar primjer nameću se Operativni planovi za razvoj cikloturizma, kojim se obilježavaju i trasiraju rute na području sve četiri županije. Prijedlog je da se staze na određenim rutama ne odnose samo na bicikliste, već i ostale rekreativce poput trkača i hodača.

6.1.4. Upravljanje turističkim mikro destinacijama

Upravljanje turističkom ponudom na mikro destinacijama je jedna od najvažnijih stvari što se tiče rekreativnog turizma pogotovo koja su pod upravljanjem javnih institucija. Pod upravljanjem se misli na samu organizaciju institucije, postavljanje stručnih osoba, vođenje cjelokupnog organizacijskog procesa,

komunikacije s dionicima, stvaranja sadržaja, pa do marketinških napora u smislu povećanja posjeta pojedinih proizvoda. Kao primjer možemo navesti velik broj jezera koja su vođena od strane određenih udruga ili institucija koje jednosmjerno gledaju samo svoje područje djelovanja. Jezera poput Petnje u Brodsko – posavskoj i Borovik u Osječko – baranjskoj županiji mogu biti nositelji turističkih aranžmana za cijele obitelji – od pješačenja i bicikliranja, ribolova, pa do smještaja i čistog odmora u prirodi. Trenutno nemamo takve proizvode i dobro upravljanje u predmetnim županijama.

U ovoj točki je naglasak na edukaciji u području rekreacijskog turizma, koja može stajati i samostalno kao posebna točka smjernice upravljanja predmetnom rutom. Edukacije su izuzetno bitne u području turizma koje pokriva veliko područje poput znanja jezika, komunikacije, stvaranja sadržaja, stvaranja cjelokupne ponude i razvoja destinacije, ali i upravljačkom smislu, odnosno u smislu organizacije same (mikro)destinacije ili proizvoda/usluge.

Jedna od poveznica s upravljanjem je i komplementarnost proizvoda i usluga na navedenom području. Iluzorno je očekivati u ovom stupnju razvoja destinacije kako će veći broj osoba doći na nekoliko dana samo zbog jedne aktivnosti, međutim spojem komplementarnog saržaja, mogu se napraviti turistički paketi koji će uključivati i rekreaciju.

6.1.5. Marketing i nove tehnologije

S marketinškim aktivnostima bi trebalo početi od samog početka upravljanja rekreacijskom rutom. Prvenstveno bi trebalo napraviti strategiju marketinških aktivnosti za određeno razdoblje. U početku bi se prvenstveno trebalo baviti brendiranjem destinacije kroz točke koje su odabrane kao dio rute.

Moguća su dva smjera izrade i izvođenja marketinške strategije:

- Vanjska agencija
- Klaster sam vodi sve marketinške aktivnosti

Prvi dio marketinških aktivnosti bi se trebao odnositi prvenstveno na Hrvatsku (prema većini eksperata najzanimljivije je područje okolice Zagreba) i regiju budući da je cestovna infrastruktura zadovoljavajuća. Također, cilj je da se destinacija brendira i bude prepoznatljiva u području rekreacijskog turizma bez obzira na vrhunske događaje koji privlače veći broj ljudi, a koji bi bili samo dodana vrijednost svjesnosti o destinaciji.

Marketinške aktivnosti bi uključivale:

Online aktivnosti (uključujući i video materijal pogotovo koristeći YouTube)

- Web stranica – redizajn i prilagođenost Studiji
- Web shop – koji uključuje sve tri rute i sve dionike

- Društvene mreže – kontinuiran rad na stvaranju sadržaja
- AdWords – kampanja tijekom cijele godine
- Influenceri – prema aktivnostima kojima se bave
- Online svake točke zasebno uz usuglašavanje s klasterom

Offline aktivnosti

- Sajmovi
- Flajeri
- Brošure

Nakon ostvarenja zadovoljavajuće infrastrukturne razine, marketinške aktivnosti bi se trebale pojačati i proširiti na područje izvan regije.

Što se tiče ponuditelja u području turizma, u ovom slučaju rekreacijskog, svaka ponuda bi trebala biti online, odnosno imati web stranicu i osnovne stranice na društvenim mrežama s kompletnom pričom koju nude i koja se nalazi oko njih. Tome u prilog ide činjenica da su Milenijalci, najveća generacija u povijesti čovječanstva, postali lideri kad je o putovanjima riječ i prema svemu sudeći ostat će na toj poziciji sljedećih nekoliko godina.⁴⁵ Izuzetno su informatički pismeni što znači da sve aktivnosti oko putovanja, kao i sve ostale, rade online. Upravo iz tog razloga, ponuda u području turizma mora biti dostupna online što u konačnici dovodi do zaključka da bi se trebale vršiti edukacije za ponuđače u području rekreacijskog turizma kako bi i oni usporedno stvarali kvalitetan sadržaj na svojim kanalima.

6.1.6. Suradnja s turističkim agencijama

Iz intervjua je vidljivo da su gotovo svi dionici sami dolazili svojim naporima do ciljane skupine, te ako se radilo o većim skupinama, sami su ih upućivali na određene turističke agencije. S druge strane, agencije su imale prigovor na neprofesionalni način poslovanja, prvenstveno komunikacije, s većim brojem dionika u turizmu na predmetnom području.

Činjenica je da zbog relativno malog broja turista nastaje velik rizik u turističkom poslu i agencijama i ostalim dionicima, stoga turističke agencije uglavnom ne rade repetitivni turizam. Iz tog razloga je jedan od prijedloga apeliranje na javni sektor za još jedan alat koji bi bio direktno usmjeren na prodaju i prodajne kanale. Konkretno subvencioniranje turističkih agencija koje bi na taj način dobile dodatni motiv ponude paketa za istočnu Hrvatsku. Alat subvencije treba ozbiljan i profesionalni pristup s jasnim

⁴⁵ Dostupno na: <https://www.treksoft.com/en/blog/7-travel-trends-for-2017-that-will-drive-the-global-tourism-industry>

kriterijama, a mogući nositelji mogu biti Ministarstvo turizma, HTZ (poput udruženog oglašavanja), ali i županije zasebno, odnosno Turističke zajednice županija, gradova i općina.

6.1.7. Suradnja s ustanovama za gospodarenje sportskim objektima

Iako u većini definicija nije predmet rekreacijskog turizma, naznačit ćemo potencijal profesionalnog sporta u turističke svrhe. Slavonija ima izgrađenu infrastrukturu bazena i dvorana, gotovo u svim većim gradovima. Ono što predstavlja isti uzorak je da su dvorane ljeti prazne budući da klubovi dvoranskih sportova koji ih koriste nemaju aktivnosti. U isto vrijeme počinju reprezentativne pripreme svih mlađih selekcija (rukomet, košarka) koji mogu djelomično popuniti kontinentalne kapacitete ljeti, uz boravak u pojedinim gradovima. Općina Velika je sustavno privlačila niz sportskih reprezentacija dugi niz godina.

U posljednje vrijeme je Slavonski Brod bio glavni centar ženske košarke u području predmetne četiri županije, ciljano i sustavno kroz ŽKK Brod na Savi. Uz to, Osijek i Slavonski Brod su organizirali dvije kvalifikacijske utakmice ženske košarkaške reprezentacije kojima su zaokružili svoj strateški pristup u turističkom smislu.⁴⁶ Samo u 2016. godini Slavonski Brod je ostvario više od 1.200 noćenja u području mlađih reprezentativnih košarkaških selekcija.

Jedna od mjera je povezivanje takvih ustanova sa sportskim savezima u smislu popunjavanja turističkih kapaciteta na obostrano zadovoljstvo, uz vrhunske sportske događaje poput utakmica (primjer NK Osijek), turnira i ostalih natjecateljskih događaja koji privlače na dnevnoj razini nešto veći broj posjetitelja.

6.1.8. Suradnja sa sportskim udrugama

Iz analize smo uvidjeli da velik broj sportskih udruga, koje su uglavnom sufinancirane od javne uprave, uopće ne surađuje s Turističkim zajednicama u konkretnom smjeru razvoja turizma. Naveli smo nekoliko primjera ekipnih sportova koji mogu poslužiti u turističke svrhe. Također, postoji određen broj individualnih sportova, poput veslanja, koji ostvaruju izuzetne sportske rezultate. Međutim, niti jedan od tih klubova ne nudi rekreativno veslanje kao turističku ponudu. Ovakav proizvod bi mogao pomoći i u financiranju samih klubova. Jedan od boljih primjera je edukacija za vodiče na biciklima koje Županije kroz Operativne planove za razvoj cikloturizma besplatno osiguravaju svojim udrugama certifikate koje mogu iskoristiti u razvoj dodatne turističke ponude i realnog sektora, dok bi se najuspješnije sportaše predmetnog područja moglo proglasiti ambasadorima kontinentalnog turizma. Ovakva suradnja bi definitivno povećala kvalitetu i sadržaj ponude svake od četiri predmetne županije.

⁴⁶ Dostupno na: <http://zkkbrodnasavi.hr/>

6.1.9. Analiza i mjerljivost

Od samog početka treba postaviti mjerljive ciljeve koji se žele postići u zadanom periodu, ili kao ciljeve zasebno ili kroz donošenje strategije razvoja. Obavezno je voditi statistiku ostvarivanja ciljeva u svim područjima: od broja članova klastera, do konačnih marketinških rezultata.

7. GLAVNI SADRŽAJ RUTE REKREACIJSKOG TURIZMA

PARK PRIRODE PAPUK

Upravljačko tijelo:	Turistička zajednica Općine Velika
Adresa:	Ispostava Velika, Stjepana Radića 46, 343000 Velika
Županija:	Požeško – slavonska
Web:	http://pp-papuk.hr/
Koordinate:	45°27'27.6"N 17°39'45.4"E

O Parku:

Glavno obilježje istočnog dijela Hrvatske – Slavonije – su nizinske ravnice s velikim kultiviranim područjima. Iz te ravnice koja je nekad bila dno Panonskog mora izdižu se planine na gotovo tisuću metara nadmorske visine. Jedna od tih planina je i Papuk – najljepša planina Slavonije. Planine Papuk i Krndija pripadaju slavonskom gorju koje ima središnji geografski položaj u panonskom, nizinskom prostoru Slavonije.

Parkom prirode upravlja Ustanova koju je osnovala Vlada Republike Hrvatske Uredbom o osnivanju Javne ustanove Park prirode Papuk (Narodne novine br. 96/99), a u izravnoj je nadležnosti Ministarstva zaštite okoliša i prirode. Aktivnosti Parka prirode Papuk usmjerene su na zaštitu, očuvanje i promicanje temeljnih prirodnih i kulturnih vrijednosti Parka. Od 23. travnja 1999. Papuk je zaštićen kao Park prirode zbog izuzetno velike geološke i biološke raznolikosti i vrijedne kulturne i povijesne baštine. Godine 2007. Papuk je kao prvo takvo područje u Hrvatskoj dobio status geoparka.

Uz ponudu kulturne nepokretne baštine, edukativnu ponudu o parku, nude se i brojne rekreativne aktivnosti koje privlače sve veći broj turista željnih aktivnog odmora. Označene su trail staza+e na kojima posjetitelji mogu hodati, planinariti ili trčati. Šest biciklističkih staza su označene u duljini od 105 km. Uređeno je 7 trail staza ukupne duljine 70 km. A osim toga moguće su aktivnosti poput jahanja, planinarenja i istraživanja špilja. Napravljeno je i letalište za paraglajding. Najveći sportski događaj koje se održava na području Parka prirode Papuk je utrka Papuk Trek and Trail koji predstavlja i odličan promotivni alat.

U ponudi je i Kamp Duboka koji može primiti do 200 kampista. Kamp ima 11 uređenih parcela za kampere i kamp prikolice sa priključcima za električnu energiju i vodu. Jedan dio kampa predviđen je za boravak gostiju u šatorima. Kamp je povezan s glavnim planinarskim i biciklističkim stazama u parku.

U planu je izgradnja i zip linea.

BIZOVAČKE TOPLICE

Upravljačko tijelo:	Sunčane toplice d.o.o.
Adresa:	Sunčana 39, 31 222 Bizovac
Županija:	Osječko - baranjska
Web:	http://www.bizovacke-toplice.hr/
Koordinate:	45°34'51.5"N 18°27'32.7"E

O Bizovačkim toplicama:

Bizovačke toplice smještene su u malom mjestu Bizovac, 20-ak km od Osijeka. Sastoji se od moderno uređenog lječilišta, Hotela Termia koje je trenutno pod rekonstrukcijom te vanjskih i unutrašnjih bazena koji su nedavno obnovljeni. U pripremi je i izgradnja kamp naselja. Samo lječilište moderan je kompleks smješten na dva kata, renoviran u ožujku 2016. godine. Sve su sobe dvokrevetne i svaka ima svoju kupaonicu. Na odjelu se nalazi ukupno 56 soba i 2 apartmana, sveukupno 116 kreveta.

Ono što krasi ovo lječilište je izrazito ljekovita geotermalna voda, gdje je temperatura voda na izvoru veća od 90°C, toplija od bilo koje druge poznate termalne vode. Voda je slana i izrazito bogata mineralima. Voda pomaže kod mnogih bolnih stanja, a pokazala se i kao izrazito korisnom u liječenju, tj. ublažavanju raznih kožnih bolesti. Obzirom da se radi o bolničkom smještaju, pacijenti su cijelo vrijeme pod nadzorom medicinskih sestara.

U sklopu kompleksa Bizovačkih toplica nalazi se i hotel Termia. Hotel je trenutno zatvoren radi rekonstrukcije. Tijekom 2019. godine trebala bi završiti njegova kompletna obnova na kraju koje će svoja vrata otvoriti hotel s 130 novih, modernih soba i vrhunskim wellnessom. Treći dio su vanjski i unutrašnji bazeni, s običnom i geotermalnom vodom. Bazeni su nedavno uređeni i pod nazivom su Kupališni kompleks Aquapolis, a planiraju se dodatna ulaganja i infrastrukturu i ponudu te ga čine jedinstvenim vodenim parkom u istočnoj Hrvatskoj.

RANČ RAMARIN

Upravljačko tijelo:	Ranč Ramarin d.o.o.
Adresa:	Gardunska ulica 18, 35 212 Garčin
Županija:	Brodsko - posavska
Web:	https://www.ranc-ramarin.hr/kontakt/
Koordinate:	45.1801° N, 18.1770° E

O Ramarinu:

U samom srcu Brodsko – posavske županije, između rijeke Save i obronaka Dilja, smješten je ranč Ramarin koji pruža jedinstven doživljaj ravničarskog ruralnog krajolika. U izvornom slavonskom ambijentu možete uživati u vrhunskim gastro delicijama koje su temeljene na recepturama tradicije ovog kraja.

Ramarin nudi pregršt aktivnosti, ali se ipak izdvajaju vrhunskim grlima raznih sorti konja. Posebnu ponudu upotpunjuju certificirani jahači koji treniraju i konje za enduro natjecanja diljem svijeta s odličnim rezultatima. Organiziraju škole jahanja za djecu i odrasle. Budući da je okolica premrežena brdskim i nizinskim rutama, imaju ponudu za bicikliranja i pješaćenja. Od ostalih aktivnosti nude pecanje na svom jezeru.

Kompleks se sastoji od restorana, hostela od 8 soba i 32 ležaja, sjenica, šatora za jahanje te dječjeg igrališta i kampa za šatore.

TRI MUDRACA

Upravljačko tijelo: TRI MUDRACA j.d.o.o.
Adresa: Ive Lole Ribara 27, 31 315 Karanac
Županija: Osječko - baranjska
Web: <https://trimudraca.com/>
Koordinate: 45°45'40.4"N 18°40'40.7"E

O 3 Mudraca:

Seosko gospodarstvo – izletište Tri Mudraca nudi vam mogućnost doživljaja seoskog života u živopisnom selu Karanac u središtu Baranje podno nevelikog, ali prirodno zanimljivog Baranjskog brda.

Svojim gostima, osim bogate gastronomske ponude, nude i niz dodatnih sadržaja. Osobe željne adrenalinskog uzbuđenja mogu se voziti terencima po poljima i brdskim udolinama Baranje, gađati lukom i strijelom, veslati kanuima po barama i rukavcima Kopačkog rita ili jednostavno šetati prekrasnom prirodom.

ZLATNA GREDA

Upravljačko tijelo:	Udruga Zeleni Osijek
Adresa:	Zlatna Greda 16, 31328 Lug, Baranja
Županija:	Osječko – baranjska
Web:	http://zlatna-greda.org
Koordinate:	45°43'16.4"N 18°51'50.2"E

O Zlatnoj Gredi:

Samo 30 minuta vožnje od središta Osijeka, a opet miljama daleko od užurbanog gradskog života, smjestila se Kuća u prirodi Zlatna Greda – pomno osmišljen koncept koji pruža praktična iskustva suživota čovjeka i prirode, mjesto učenja, ali i zabave. Kuća u prirodi funkcionira kroz praktične primjere održivog razvoja, poput obnovljivih izvora energije, odvajanja otpada, socijalnog poduzetništva i odgovornog poslovanja. U okruženju divljine osnažite sebe kao nove zaštitnike i promotore prirodnih i tradicijskih ljepota srednjeg Podunavlja.

Pustara Zlatna Greda (Bokroshät) nastala je sredinom 19. st. Riječ greda odnosi se na uzvišeni teren u šumskom poplavnom području dok pridjev zlatna najvjerojatnije dolazi zbog hrastovih šuma. Danas se nalazi u sklopu NATURA 2000 područja uz Dunav i Prekograničnog rezervata biosfere Mura-Drava-Dunav. Ministarstvo kulture je 2011. pustaru proglasilo zaštićenom kulturnom baštinom. U obnovu Zlatne Grede uloženo je pola milijuna eura kroz brojne projekte EU, Ministarstva turizma i Hrvatske turističke zajednice. Nudi velik broj aktivnosti za posjetitelje kao što su vožnja kanuom po Dunavu, adrenalinski park, škole za djecu, hiking fotosafari.

LADANJSKO IMANJE PRINCIPOVAC

Upravljačko tijelo:	Iločki podrumi d.d.
Adresa:	Principovac 1, 32 236 Ilok
Županija:	Vukovarsko - srijemska
Web:	https://www.ilocki-podrumi.hr/turizam/ladanjsko-imanje-principovac/
Koordinate:	45.1999° N, 19.3585° E

O Principovcu:

Nadomak središta povijesnog i vinskog grada Iloka, na pejzažnom brežuljku odakle se pruža zadivljujući pogled na Ilok, Srijem i Bačku smjestio se dvorac Principovac. Izgrađen je još 1864.godine kao ljetna rezidencija kneževske obitelji Odescalchi koja je ovdje boravila u vrijeme lova i berbe grožđa. Restoran

je smješten unutar obnovljenog dvorca kneževske obitelji Odescalchi, a ako poželite dulje ostati, kompleks Ladanjskog imanja Principovac nudi i luksuzno i moderno uređenih 5 apartmana u kategoriji 4 zvjezdice, te jedan De luxe apartman. Sve sobe smještene su na brežuljku, u sred vinograda, pružajući privatnost, mir i tišinu uz pogled koji očarava.

Ladanjsko imanje nudi i razne dodatne sadržaje za rekreiranje i uživanje u prirodi. Osim teniskog, odbojkaškog i badminton terena, tu se nalazi i 8 km asfaltiranih vinskih cesta kroz vinograde koje su idealne za pješačenje, trčanje, vožnju našim biciklima, mopedima i električnim vozilima. Ako se želite opustiti uz piknik sa dragom Vam osobom, obitelji ili prijateljima, tu su i male drvene kućice smještene na nekoliko lokacija usred vinograda. Uz navedene aktivnosti u ponudi je i natkriveno vježbalište za golf, kao i igralište od 3 polja te škola golfa.

CENTAR ZA PROMATRANJE PTICA NIJEMCI

Upravljačko tijelo: Turistička zajednica Općine Nijemci
Adresa: Trg kralja Tomislava 6, 32 245 Nijemci
Županija: Vukovarsko - srijemska
Web: <http://www.promatranje-ptica.com/index.php?lang=hr>
Koordinate: 45°08'25.0"N 19°02'05.7"E

O Centru:

Centar za promatranje ptica Nijemci nalazi se na području općine Nijemci, u Vukovarsko srijemskoj županiji. S obzirom da područje općine Nijemci obiluje šumama, rijekama, poljima, pašnjacima i netaknutim dijelovima prirode tu se može vidjeti u različitim godišnjim dobima preko sto različitih vrsta ptica. Istražujući načine plasiranja svojih prirodnih ljepota na turističko tržište zapažen je veliki interes za promatranjem ptica na hrvatskom i inozemnom tržištu. Promatranje ptica je dugoročno održiv oblik turizma, a pri tome čuva prirodne resurse ovoga kraja. Nedaleko mjesta Nijemci nalazi se izletište Sopotac smješteno u blizini šume, okruženo oranicama, salašima i rijekom Bosut.

Izletište je opremljeno za odmor, rekreaciju i druženje, ali i za promatranje ptica jer su postavljene dvije promatračnice. Svim posjetiteljima, ali i promatračima ptica je na raspolaganju turistički brod „SV. Katarina“ koji vozi rijekama Bosut i ekološki očuvanom rijekom Spačva koja prolazi kroz stoljetne hrastove šume. Također u ponudi su i bicikli, čamci te oprema za promatranje ptica poput dalekozora i teleskopa. Za početnike tu su priručnici za promatranje ptica kao i tematsko dječje igralište osvjetljeno rasvjetom koja se proizvodi solarno. Ponuda je prilagođena i ostalim turistima te ljubiteljima prirode koji na turističkoj ruti opremljenoj sa 30 informativnih panela mogu puno naučiti o flori i fauni ovoga

srijemskog područja. Kapacitet prijevoza putnika je 30. Izletničke ture obavljaju se po narudžbi. Brod se može iznajmiti u svakoj prigodi i vremenu.

DRŽAVNA ERGELA ĐAKOVO

Upravljačko tijelo: Državna ergela Đakovo
Adresa: Ul. Augusta Šenoje 45, 31400, Đakovo
Županija: Osječko – baranjska
Web: <http://ergela-djakovo.hr>
Koordinate: 45°18'33.4"N 18°25'15.9"E

O ergeli:

Ergela Đakovo osnovana je davne 1506. godine kada se prvi put spominje naziv Ergela, tj. da je biskup Mijo Kesarić imao Ergelu od 90 arapskih konja, što je svrstava među najstarije ergele u Europi i govori o dugoj tradiciji uzgoja konja koja predstavlja neprocjenjivu vrijednost i značaj za grad Đakovo, Slavoniju i cijelu Republiku Hrvatsku. Konji lipicanske pasmine na Ergeli se počinju uzgajati početkom 19. stoljeća. Na gotovo isključiv uzgoj lipicanskih konja prešlo se u Đakovu u vrijeme biskupovanja biskupa J.J. Strossmayera, velikog hrvatskog kulturnog djelatnika i mecene. Ta je ergela bila poznata u cijeloj Austro-Ugarskoj Monarhiji.

Danas kao Državna ergela Đakovo, za uzgoj konja koristi dvije lokacije – Pastuharnu, smještenu u srcu Đakova, i Ivandvor u neposrednoj blizini grada. Osim uzgoja i selekcije, Ergela se bavi i dresurom konja čija kvaliteta se potvrđuje na brojnim natjecanjima u zemlji i inozemstvu. Osim svoje osnovne djelatnosti očuvanja genetskog potencijala lipicanske pasmine vrlo veliki značaj ima turistička djelatnost ergele koja je radi svoje atraktivnosti postala nezaobilazno odredište turističkih posjeta u Đakovo, Slavoniju, ali i Hrvatsku.

Jedna od glavnih aktivnosti koje obavlja Ergela Đakovo je obuka i trening lipicanskih konja za korištenje u sportu. Iako je naglasak na treningu konja za zaprežni sport, sve se više pozornosti pridodaje i trening konja za dresurna natjecanja pod sedlom. Upornost i znanje naših vozača i jahača dokazano je na natjecanjima u zemlji i inozemstvu. Osim treninga konja za profesionalni sport konji se obučavaju za korištenje u turizmu (turističke predstave s konjima, turističke vožnje po gradu, vožnje na vjenčanjima i sl.), ali i za korištenje konja u školi jahanja u cilju stvaranja mladih jahača.

PLANINARSKI DOM OMANOVAC

Upravljačko tijelo: Omanovac d.o.o. (u najmu od PD Omanovac)
Adresa: Kraguj 79, 34 550 Pakrac
Županija: Požeško - slavonska
Web: <http://www.omanovac.hr/>
Koordinate: 45°25'48"N 17°25'21"E

O domu:

Planinarski dom "Omanovac" (654,97 m) u vlasništvu je PD "Psunj" iz Pakraca koji ga je izgradilo 1977. na temeljima ranijeg doma iz 1963, koji je izgorio 1974. g. Nalazi se na najvišoj točki istoimene šumovite i strme gorske kose iznad sela Šeovice, na čistini okruženoj crnogoričnom šumom, odnosno na jednom od najviših vrhova Slavonije. Dobro je vidljiv iz Pakraca. Dom je reprezentativna velika dvokatna zgrada s terasom i širokim balkonom. Planinarski dom za sada raspolaže s 55 ležaja, od čega su 40 u dvokrevetnim i četverokrevetnim sobama, a ostatak u višekrevetnim potkrovnim sobama. Opremljen je kuhinjom, sanitarnim čvorom te salom koja prima oko 80 osoba.

Okoliš je uređen postavljenim stolovima i klupama, uređenim travnjacima, velikim i malim nogometnim igralištem, velikim dječjim igralištem, prostorima za pečenje roštilja, velikim križanjem psunjskih planinarskih staza na koje usmjerava centralni putokaz na livadi pored planinarskog doma. Proglašen je 2014.god za najbolji planinarski dom u HPS-u. Trenutno je u najmu poduzeća Omanovac d.o.o.

Ovdje je moguće i kampiranje, a na raspolaganju je i pristupna cesta radi lakšeg dolaska, sve to u okruženju šume. Na samo 5 minuta laganog hoda od planinarskog doma nalazi se izvor Bjeljevina. Na području planina Psunja i Papuka te Pakračke gore uređeno je preko 150 km pješačkih staza koje su vrlo dobro označene. Kružna staza „Kuna“ je staza za brdski biciklizam, takozvana (XC) - Cross Country staza, dužine 6240 metara. U zimskim mjesecima otvoreno je sanjkalište koje se nalazi pored doma, ali i skijaška staza "Ivica Kostelić", duljine petsto metara.

DRŽAVNA ERGELA LIPIK

Upravljačko tijelo: Državna ergela Lipik
Adresa: Baranjska 18, p.p. 12, 34551 Lipik
Županija: Požeško - slavonska
Web: <http://ergela-lipik.org/hr>
Koordinate: 45°24'56.3"N 17°08'27.6"E

O ergeli:

Ergelu u Lipiku osnovo je 1843. godine grof Izidor pl. Janković koji gradi veliku staju za konje na imanju Izidorovac. Nakon niza promjena vlasnika novi uzlet ergele u Lipiku dogodio se 1937. godine kada "Gopodarsko dobro Izidorovac" kupuje Uprava Savske banovine, kako bi na njega, zbog izbijanja zarazne anemije konja na Državnoj ergeli "Petrovo" u Stančiću kod Božjakovine smjestila u Lipik 60-ak grla. Godine 1956. na ergeli je bilo približno 250 grla lipicanaca, noniusa i podmlatka. Budući da je ergela poslovala s gubitkom, Narodno odbor općine Pakrac je 1956. godine donio odluku da se napusti konjogojstvo. Obnova ergele i novi početak dogodio se 1982. godine kada je kupljeno novo matično stado, 3 pastuha i 12 kobila, iz ergele Lipice, a u porijeklu tog matičnog stada (kroz pet generacija unazad), prema matičnim knjigama, nalazilo se 9 pastuha i 7 kobila rođenih u nekadašnjoj lipičkoj ergeli. Danas se Državna ergela Lipik bavi uzgojem i selekcijom te obukom konja lipicanske pasmine, a uz taj dio se sve više razvija i turističku djelatnost-

CAMPING SUZA BARANJE

Upravljačko tijelo: OPG Kolar
Adresa: Maršala Tita 141, 31309 Suza
Županija: Osječko – slavonska
Web: <http://camping.suzabaranje.com/>
Koordinate: 45°47'08.4"N 18°46'55.3"E

O kampu:

Kamping se nalazi pored Državne ceste D212 gdje prolazi Panonski put mira, kao i Dunavska ruta. Sanitarne jedinice u kampu uključuju odvojene muške i ženske čvorove, tuševe i umivaonike s hladnom i toplom vodom, kao i Trocadero kemijske WC-e. Vanjski sudoperi za pranje rublja, vanjski sudoperi za pranje posuđa, kao i sjenica za druženje, prostor za roštilj i pripremanje hrane i dječje igralište stoje vam na raspolaganju. Dobrodošli su i kućni ljubimci. Za sve probleme s biciklima tu se nalazi i mini servis u kojem su mogući manji popravci, podešavanja i održavanje.

U kampu postoji mogućnost nabave svježeg povrća iz vlastitog vrta domaćina gdje sami možete birati i brati povrće. Također je moguće i pripremanje autohtonih jela uz prethodnu narudžbu, a uvijek se mogu kupiti osvježavajuća pića i popiti kava. Moguće je kušanje i pravog baranjskog doručka. Također postoji ponuda degustacije vina u vrhunskom vinskom podrumu domaćina. Telefon i besplatan wi-fi internet dostupni su u cijelom kampu. Komunikacija s gostima može se ostvariti na hrvatskom, mađarskom, engleskom, njemačkom i francuskom jeziku.

8. REFERENCE

Knjige, stručni članci, strategije i akcijski planovi

- Adventure tourism development index: An adventure travel scorecard (2016): Sixth edition, International Institute of Tourism Studies
- Annual report 2017 (2017): World tourism organization - UNWTO, Madrid
- Bartoluci, M. (2006): Unapređenje kvalitete sportsko-rekreacijskih sadržaja u hrvatskom turizmu, Kineziološki fakultet u Zagrebu, Zagreb
- Bartoluci, M., Andrijašević, M. (2006): Aktivni odmor u unapređenju kvalitete turističke ponude. Hotelska kuća, Opatija
- Bartoluci, M., Škorić, S. (2006.): Razvoj sportskog turizma u Hrvatskoj / The development of sports tourism in Croatia, Menedžment u sportu i turizmu, Kineziološki fakultet u Zagrebu, Zagreb
- Bartoluci, M., Čavlek, N., (2007): Turizam i sport – razvojni aspekti / Tourism and sport – developmental aspects, Školska knjiga, Zagreb
- Bartoluci, M., Škorić, S., Šindilj, M. (2013): Modeli organizacije i kvaliteta sportsko-rekreacijskog turizma u Istri // Organizacijski oblici rada u područjima edukacije, sporta, sportske rekreacije i kineziterapije / Findak, Vladimir (ur.), Hrvatski kineziološki savez, Zagreb
- Bartoluci, M.; Škorić, S. (2011): Sportska rekreacija u Republici Hrvatskoj - "jučer-danas-sutra" // Sport za sve : glasnik Hrvatskog saveza sportske rekreacije, Zagreb
- Beanland, A. (2013): Cycle tourism for sustainable rural development: understanding and interpreting lessons from Europe, Winston Churchill Memorial Trust Fellow, London
- Bell, S., Tyrvaäinen, L., Sievanen, T., Probstl, U., Simpson, M. (2005): Outdoor Recreation and Nature Tourism: A European Perspective Living Rev. Landscape Res.
- Biškup, N. (2016): Sportsko-rekreacijski turizam sjeverozapadne Hrvatske, Međimursko veleučilište u Čakovcu, Menadžment turizma i sporta, Čakovec
- Carić, H., Škunca, O. (2016): Akcijski plan razvoja zelenog turizma, Institut za turizam, Zagreb
- Csirmaza, É., Peto, K. (2015): International trends in recreational and wellness tourism, Procedia Economics and Finance 32
- Cycling tourism from Europe (2015): CBI Ministry of Foreign Affairs, Den Hague
- Dokl, A., Dragičević, M. (2008): Analiza riječnog prometa Republike Hrvatske i prognoza budućih kretanja, Pomorski zbornik 45, Pomorski fakultet u Rijeci
- Dolasci i noćenja turista u 2017. (2018): Državni zavod za statistiku, Zagreb
- EUROPA 2020. Europska strategija za pametan, održiv i uključiv rast (2010): Europska komisija, Brussels
- European Union Tourism Trends (2018): World tourism organization - UNWTO, Madrid

- Glavni plan i strategija razvoja turizma Republike Hrvatske – izvještaj 10. projekcija gospodarskih učinaka (2012): Institut za turizam, Zagreb
- Informacija o prometnoj povezanosti Osječko-baranjske županije (2017), Osječko-baranjska županija, Osijek
- Izvješće o stanju u prostoru Vukovarsko – srijemske županije 2013. – 2016. (2017), Vukovarsko-srijemska županija, Vinkovci
- Jeđud, M. (2017): Sportsko rekreacijski sadržaji u turizmu, Međimursko veleučilište u Čakovcu, Menadžment turizma i sporta, Čakovec
- Karić, M. (2015): Rekreativni turizam u Bosni i Hercegovini, Srednja ugostiteljsko-turistička škola, Sarajevo
- Klarić, Z., Kos, G., Krešić, D., Miličević, K. (2015): Akcijski plan razvoja cikloturizma, Institut za turizam, Zagreb
- Knežević, J. (2016): Stanje i perspektive razvoja sportsko rekreacijskog turizma, Sveučilište u Zagrebu, Kineziološki fakultet, Zagreb
- Kunst, I., Tomljenović, R. (2011): Akcijski plan razvoja turizma Slavonskog Broda, Institut za turizam, Slavonski Brod
- Lončarić, D., Bašan, L., Jurković, M. (2013): Websites as Tool for Promotion of Health Tourism Offering in Croatian Specialty Hospitals and Health Resorts, Recent Advances in Business Management and Marketing, 23rd CROMAR Congress: Marketing in a Dynamic Environment – Academic and Practical Insights, Lovran
- Manhasa, P. S., Manraib, L. A., Manraib, A. K. (2016): Role of tourist destination development in building its brand image: A conceptual model, Journal of Economics, Finance and Administrative Science 21
- Mason, P., Leberman, S. Local Planning for Recreation and Tourism: A Case Study of Mountain Biking from New Zealand's Manawatu Region (2000): Journal of sustainable tourism, Vol. 8, No. 2
- Master plan razvoja turizma Brodsko-posavske i Požeško-slavonske županije (2009): Ecorys Hrvatska d.o.o., Osijek
- Master plan turizma Istarske županije 2015. – 2025. (2015): Turistička zajednica Istarske županije, Poreč
- Master plan turizma Osječko-baranjske županije (2017): Osječko-baranjska županija, Osijek
- Moritz, C. (2015): Mobile Application Development in the Tourism Industry and its Impact on On Site Travel Behavior, Modul University, Vienna
- Operativni plan razvoja cikloturizma Osječko-baranjske županije (2017): Rencon d.o.o., Osijek
- Operativni plan razvoja cikloturizma Požeško-slavonske županije (2017): Požeško-slavonska županija, Požega

- Operativni plan razvoja cikloturizma Vukovarsko-srijemske županije sa standardima (2017): Agencija za razvoj Vukovarsko-srijemske županije Hrast, Vinkovci
- Prijedlog strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine (2013): Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Zagreb
- Principles for developing destination management plans (2012): VisitEngland, London
- Program zaštite okoliša za područje Osječko-baranjske županije (2005): Osječko-baranjska županija, Osijek
- Rajak, B. (2014): Sportsko - rekreativni sadržaji u razvoju turizma, sa posebnim osvrtom za područje Crne Gore, Univerzitet Singidunum, Beograd
- Razvojna strategija Vukovarsko-srijemske županije za razdoblje do 2020. godine (2017): Vukovarsko-srijemska županija, Vukovar
- Recreation & tourism (2010): Wetland ecosystem services, Ramsar Convention Secretariat
- Recreation and Tourism Plan, A sub-element of the comprehensive master plan (2017): Douglas County Department of Community Development Planning Services Division, Colorado
- Recreational Tourism Development Study and Strategic Plan for Chelsea, Wakefield and Gatineau Park (2016): Zins Beauchesne et associates, Groupe Rousseau Lefebvre
- Regionalni operativni program – temeljna analiza (2006): Osječko-baranjska županija, Osijek
- Spalević, M. (2015): Sportski turizam kao posebni oblik turizma – mogućnosti i značaj, Fakultet za mediteranske poslovne studije – FMS Tivat, Tivat
- Statistička izvješća 1594/2017 (2017): Turizam u 2016., Državni zavod za statistiku, Zagreb, dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2017/SI-1594.pdf
- Statistička izvješća 1616/2018 [2018]: Turizam u 2017., Državni zavod za statistiku, Zagreb, dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2018/SI-1616.pdf
- Strategija prometnog razvoja Republike Hrvatske (2017. - 2030.) (2017): Republika Hrvatska Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture, Zagreb
- Strategija prometnog razvoja Republike Hrvatske (2017. - 2030.) (2017): Republika Hrvatska Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture, Zagreb
- Strategija razvoja cikloturizma za područje Podravine (2014): Institut za turizam, Zagreb
- Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. g. (2013): Institut za turizam, Zagreb
- Strategija razvoja turizma Vukovarsko – srijemske županije (2015-2020.godine) (2015): Vukovarsko-srijemska županija, Vukovar
- Strategija razvoja urbanog područja Slavenskog Broda do 2020. (2017): Razvojna agencija Grada Slavenskog Broda, Slavonski Brod
- Strateški plan Ministarstva turizma za razdoblje 2019. – 2021. godine (2018): Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Zagreb

- Studija smjernice za uspješan destinacijski management Dalmacije i Hercegovine kao krajeva bogatih rimskom kulturom te za razvoj turizma posebnih interesa i složenih turističkih proizvoda (2017): Illyricum savjetovanje d.o.o., Ljubuški
- Sustainable Tourism Development in UNESCO - Designated Sites in South-Eastern Europe (2009) Ecological Tourism in Europe – ETE, Bonn
- The EU Cycling Economy - Arguments for an integrated EU cycling policy (2016): European Cyclists' Federation asbl, Brussels
- The European Tourism Indicator System - ETIS toolkit for sustainable destination management (2016): European Union, Brussels
- Tomas 2017 ljeto – stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj (2018): Institut za turizam, Zagreb
- Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030 (2018): World tourism organization - UNWTO, Madrid
- Tourism Highlights (2017): 2017 edition, World tourism organization - UNWTO, Madrid
- Travel trends report 2018 (2018): Trekk Soft
- Turistički master plan za Grad Slavonski Brod (2010): Turistička zajednica Slavanskog Broda, Slavonski Brod
- Zakon o pružanju usluga u turizmu (2017): Narodne novine 130/17, Zagreb
- Županijska razvojna strategija Požeško-slavonske županije za razdoblje 2017.-2020. (2017): Požeško-slavonska županija, Požega
- Županijska uprava za ceste Brodsko - posavske županije, cestovna mreža županijskih i lokalnih cesta, ukupna cestovna mreža (2016): Brodsko-posavska županija, Slavonski Brod

Mrežne poveznice

- <https://cikloturizam.hr/>
- <https://eu.usatoday.com/story/money/2017/07/20/millennials-outspending-older-generations-necessities/492721001/>
- <https://hospitalitytech.com/5-ways-social-media-has-transformed-tourism-marketing>
- <https://hrturizam.hr/kresimir-herceg-bicikademija-razvoj-cikloturizma-u-slavonij-je-ogroman/>
- <https://uhurunetwork.com/tourism-marketing/>
- <https://www.apeiron-uni.eu/lycboardclient/Detail.aspx?DocumentID=1777>
- <https://www.davor-skrlec.eu/skrlec-u-hrvatskoj-moramo-razvijati-cikloturizam-koji-je-unosniji-od-kruzera/>
- https://www.olapic.com/resources/the-impact-of-social-media-on-travel-inspiration_blog-p1aw-f1tr-v1th-t1sm/
- <http://hrturizam.hr/generacija-z-najvise-zali-za-propustenim-prilikama/>

- <https://www.slideshare.net/matjuejelawe/recreation-tourism-1>
- <https://www.thinkwithgoogle.com/data-collections/youtube-stats-video-consumption-trends/>
- <https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-resources/micro-moments/get-away-moments-travel-marketing/>
- <https://www.tripadvisor.co.uk/TripAdvisorInsights/n2750/four-booking-behaviours-driving-travellers>