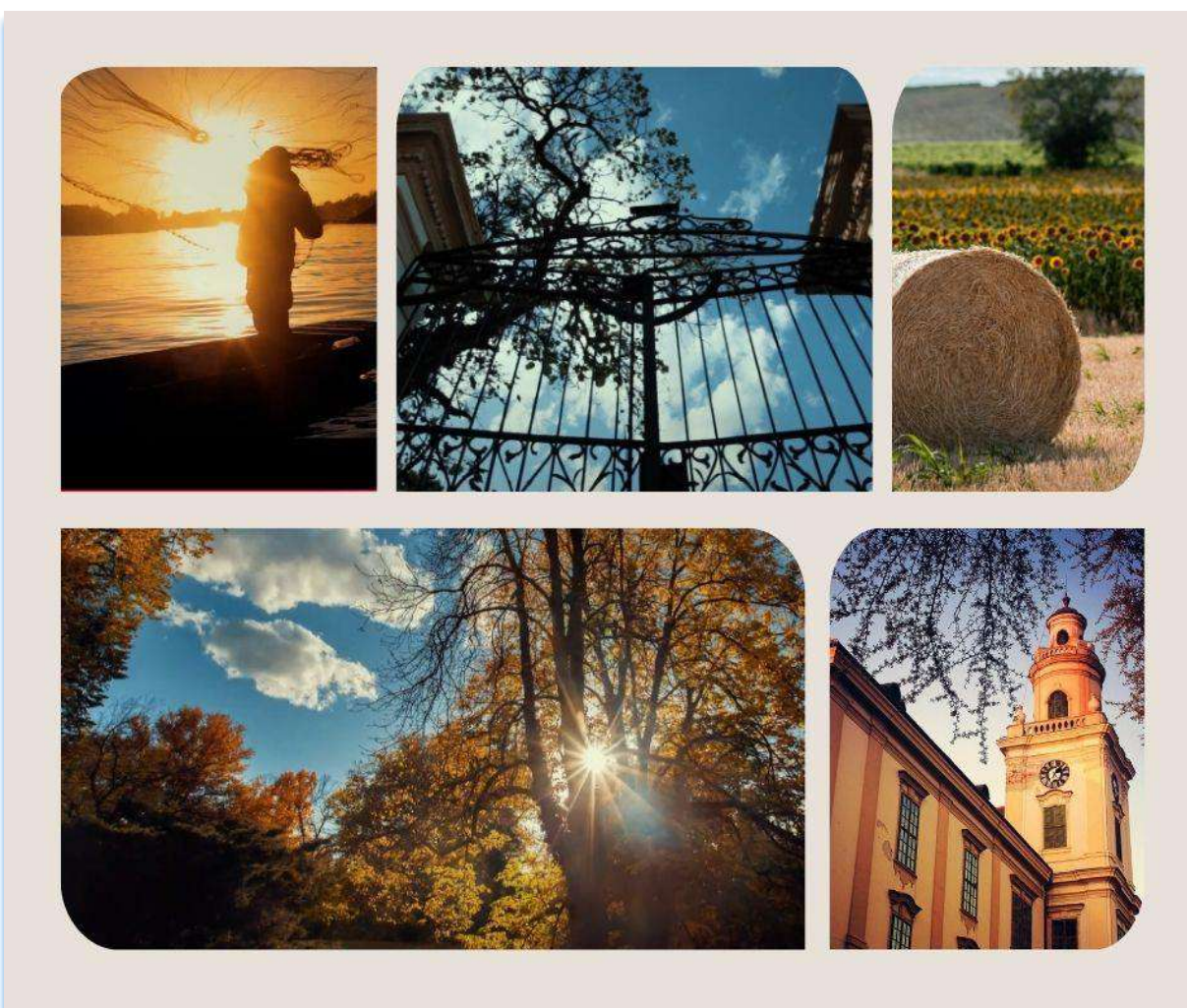




TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA VALPOVA

PLAN UPRAVLJANJA DESTINACIJOM

2025. – 2029.



Svibanj, 2025.



Sadržaj

Popis slika.....	6
Popis tablica	7
Sažetak	8
UVOD	11
PROFIL GRADA VALPOVA	12
Povijest grada Valpova.....	12
Prigradska naselja grada Valpova.....	13
Geografski položaj i klimatske karakteristike	16
Demografska slika.....	17
ANALIZA STANJA TURISTIČKE PONUDE	22
TURISTIČKI PROIZVODI I USLUGE	22
Indeks turističke razvijenosti.....	22
Smještajni kapaciteti	23
Ugostiteljski objekti	26
Poljoprivredna gospodarstva	26
Lovačka i ribolovna društva.....	27
RESURSNA OSNOVA	28
KULTURNE I PRIRODNE ZNAMENITOSTI I ATRAKCIJE	29
Kulturne znamenitosti i atrakcije	29
Kulturne institucije i očuvanje tradicije	32
Prirodni resursi i parkovi prirode.....	34
MANIFESTACIJE I DOGAĐANJA.....	36
JAVNA TURISTIČKA INFRASTRUKTURA	38
Primarna javna turistička infrastruktura.....	38
Sekundarna javna turistička infrastruktura	39



Preporuke za unapređenje	40
KOMUNALNA INFRASTRUKTURA	42
Energetska infrastruktura	42
Telekomunikacijska infrastruktura	45
Vodoopskrba i odvodnja	47
Gospodarenje otpadom.....	48
PROMETNA INFRASTRUKTURA	53
ANALIZA PRISTUPAČNOSTI OSOBAMA S POSEBNIM POTREBAMA.....	54
Javne površine i prometnice.....	55
Javni objekti	55
Turistička infrastruktura	55
Informacijska pristupačnost	56
Preporuke za unapređenje	56
ANALIZA ORGANIZIRANOSTI I DOSTUPNOSTI USLUGA U DESTINACIJI	57
Zdravstvena zaštita	57
Sigurnosne službe	58
Komunalne usluge	58
Financijske usluge.....	58
Trgovačke usluge.....	58
Poštanske usluge	58
Informacijske usluge	58
Ugostiteljske usluge	59
Preporuke za unapređenje	59
ANALIZA STANJA I POTREBA LJUDSKIH POTENCIJALA.....	59
Trenutno stanje zaposlenosti	60
Potrebe turističkog sektora	61
Preporuke za unapređenje	61



ANALIZA KOMUNIKACIJSKIH AKTIVNOSTI	63
Analiza sentimenta u online okruženju	63
Analiza turističke komunikacije	65
Web sjedište Turističke zajednice	66
Facebook stranica Turističke zajednice	68
Instagram profil Turističke zajednice	69
YouTube kanal Turističke zajednice	70
Sigurnost i privatnost	70
Preporuke za unapređenje	71
ANALIZA KONKURENCIJE	74
Konkurentne destinacije	74
Komparativna analiza turističke ponude i potražnje	78
Kvantitativna analiza turističke ponude i potražnje mikroregije	84
Sinteza stanja turističke razvijenosti mikroregije	86
ANALIZA POTRAŽNJE	88
Emitivna tržišta – interesne skupine	98
Emitivna tržišta	101
POTENCIJAL ZA RAZVOJ I KVALITETU TURISTIČKIH PROIZVODA	106
RAZVOJNE SMJERNICE I OPERATIVNE MJERE	106
Razvoj turističkih proizvoda	106
Infrastrukturni razvoj	106
Marketing i brendiranje	107
Upravljanje destinacijom	107
IMPLEMENTACIJA I OČEKIVANI REZULTATI	107
Vremenski okvir i ciljevi	107
Resursi i monitoring	108
POKAZATELJI ODRŽIVOSTI NA RAZINI DESTINACIJE	108



ZADOVOLJSTVO TURIZMOM LOKALNOG STANOVNIŠTVA DESTINACIJE.....	109
Opis uzorka.....	109
Rezultati istraživanja 1 (zadovoljstvo turizmom destinacije lokalnog stanovništva)	111
A1	111
PH1	112
PH2	112
PH3	113
PH5	114
Usporedba PH4, PH6, PH7 i PH8.....	114
B1	115
B2.....	115
C1 i C2.....	116
D1	118
D2	118
OBVEZNI POKAZATELJI.....	120
Stanovnici koji ostvaruju koristi od turizma	120
OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI	121
A1. Zadovoljstvo razvojem turizma lokalnog stanovništva	121
OBVEZNI POKAZATELJI PRIHVATNOG KAPACITETA.....	121
Stav o turizmu kao faktoru povećanja blagostanja stanovnika	121
Utjecaj turizma na izgled destinacije.....	122
Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora	123
Utjecaj turizma na iritaciju razinom buke u vrijeme turističke sezone.....	124
Utjecaj pretvaranja stanova u turističke apartmane na kvalitetu života u destinaciji	125
Utjecaj turizma na iritaciju neprimjereno odloženog otpada tijekom turističke sezone	126
Utjecaj turizma na iritaciju gužvom u prometu tijekom turističke sezone	128
Utjecaj turizma na iritaciju gužvom i specifično gužvama na ulicama/javnim površinama	130



SAŽETAK OBVEZNIH POKAZATELJA.....	132
SPECIFIČNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI	134
Utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva (SZL-1)	134
Udio stanovnika koji imaju pozitivno odnosno negativno mišljenje o utjecaju turizma na identitet mjesta (SZL-3)	137
Udio stanovnika pod umjerenim ili visokim stresom od turizma (SZL-4).....	139
SAŽETAK SPECIFIČNIH POKAZATELJA ODRŽIVOSTI.....	142
SAŽETAK ISTRAŽIVANJA ZADOVOLJSTVA TURISTA I JEDNODNEVNIH POSJETITELJA OSJEČKO-BARANJSKE ŽUPANIJE – INTERPRETACIJA ZA GRAD VALPOVO	143
Uvod i metodološki okvir.....	143
Struktura posjetitelja i ponašajni obrasci.....	144
Indeks zadovoljstva i ocjene elemenata destinacije	144
Neto spremnost za preporuku.....	144
Dnevna potrošnja	145
Motivacija dolaska i izvori informacija	145
Zaključak i preporuke	145
RAZVOJNI SMJER S MJERAMA I AKTIVNOSTIMA	146
SWOT ANALIZA	146
OBLIKOVANJE STRATEŠKOG PRAVCA I PRIORITETA.....	149
Vizija razvoja turizma grada Valpova.....	149
Strateški ciljevi razvoja turizma grada Valpova	151
Mjere i aktivnosti	152
Operativni plan provedbe	154
Smjernice za razvoj.....	155
Smjernice i preporuke za dionike.....	159
Sustav praćenja i evaluacije.....	163
MJERENJE NAPRETKA I IZVJEŠĆE O PROVEDBI	165



Izvešće o provedbi	165
Obrazac za izvješćivanje o provedbi Plana	165
POPIS PROJEKATA ZA UNAPREĐENJE TURIZMA	167
Valpovački zeleni trokut	167
Trg kod PBZ-a, Valpovo.....	168
Rekonstrukcija postojeće građevine i nadogradnja hotela Park	169
RESTORAN PARK, obrt za ugostiteljstvo,	170
Rekonstrukcija i dogradnja hotela Walpo (Hotel baština)	171
KREATIVNO UGOSTITELJSTVO d.o.o.	172
Dom kulture „Fabijan Šovagović“	172

Popis slika

Slika 1: Grafički prikaz broja stanovnika Valpova i prigradskih naselja	18
Slika 2: Broj stanovnika u naseljima grada Valpova 2011. i 2021.godine	19
Slika 3: Piramida starosti stanovništva grada Valpova	20
Slika 4: Indeks turističke razvijenosti grada Valpova 2023. godine	23
Slika 5: Količina otpada 2023. po kategoriji otpada	51
Slika 6: Količina otpada 2023. po mjesecima	51
Slika 7: Trend nezaposlenosti: 2019-2023.....	60
Slika 8: Web sjedište TZ Osječko-baranjske županije	64
Slika 9: Web sjedište Visit Valpovo	64
Slika 10: Web sjedište TZ grada Valpova	66
Slika 11: Izvještaj Google analitike za web sjedište	67
Slika 12: Facebook stranica TZ grada Valpova.....	68
Slika 13: Instagram profil TZ grada Valpova.....	69
Slika 14: YouTube kanal TZ grada Valpova	70



Popis tablica

Tablica 1: Stanovništvo grada Valpova i prigradskih naselja od 2011. do 2021.godine.....	18
Tablica 2: Spolna struktura stanovnika	19
Tablica 3: Dobna struktura stanovništva grada Valpova	19
Tablica 4: Indeks turističke razvijenosti	22
Tablica 5: Popis smještajnih kapaciteta grada Valpova / 2024.	24
Tablica 6: Količina prikupljenog otpada u 2023. godini	51
Tablica 7: Trend nezaposlenosti: 2019-2023.....	60
Tablica 8: Turistički pokazatelji mikroregije.....	84
Tablica 9: Domaći i strani turisti	90
Tablica 10: Dolasci i noćenja po mjesecima / 2024.	91
Tablica 11: Domaći turisti po županijama iz kojih dolaze	92
Tablica 12: Dolasci po državama domicila.....	94
Tablica 13: Turistički promet po organizaciji dolaska.....	97
Tablica 14: Turistički promet po vrsti objekta	97
Tablica 15 Socio-demografske karakteristike.....	109
Tablica 16 Sveukupno zadovoljstvo razvojem turizma	111
Tablica 17 Stavovi lokalnog stanovništva o turizmu.....	112
Tablica 18 Stavovi lokalnog stanovništva o turizmu	115
Tablica 19 Trenutno zadovoljstvo životom u destinaciji.....	116
Tablica 20 Učestalost boravka ispitanika u destinaciji tijekom posljednjeg mjeseca	118
Tablica 21 Učestalost emotivnih reakcija povezanih s turizmom	118



Sažetak

Uvod i svrha dokumenta

Plan upravljanja Turističke zajednice Grada Valpova (TZG Valpova) izrađen je u skladu s odredbama Zakona o turizmu te smjernicama Master plana turizma Osječko-baranjske županije. Svrha Plana je uspostaviti strateški okvir za razvoj turizma na području Grada Valpova u razdoblju 2025.–2029. godine, uz naglasak na održivost, uključivanje lokalne zajednice i integraciju kulturne, prirodne i gospodarske baštine u atraktivnu turističku ponudu.

Analiza postojećeg stanja

Turistički resursi:

Valpovo raspolaže bogatom kulturno-povijesnom baštinom (dvorac Prandau-Normann, park perivoj, crkve, etno-zbirke) te prirodnim vrijednostima (rijeka Karašica, šume, biciklističke i pješačke staze). Posebno se ističe tradicijska i gastronomska ponuda slavonskog identiteta – manifestacije poput „Ljeta valpovačkog“ i „Adventa u Valpovu“ imaju rastuću atrakcijsku snagu.

Turistička infrastruktura:

Smještajni kapaciteti su ograničeni, s dominantnim udjelom privatnog smještaja, dok hotelski smještaj izostaje. Ugostiteljska ponuda obuhvaća nekoliko restorana i kafića, uz mogućnosti za ruralni i rekreativni turizam. Prometna dostupnost je dobra (blizina Osijeka, Belišća i autoceste A5).

Turistički promet:

Prema podacima eVisitora, Grad Valpovo bilježi blagi rast noćenja i dolazaka, s većim udjelom domaćih turista i sve većim interesom za vikend-posjete. Prosječna duljina boravka iznosi oko 2 noćenja, što ukazuje na pretežito kratkoročni oblik posjeta (city break, ruralni i manifestacijski turizam).

SWOT analiza:

- **Snage:** bogata kulturna baština, prepoznatljive manifestacije, blizina većih centara, prirodne vrijednosti.
- **Slabosti:** nedostatak smještajnih kapaciteta, slaba promocija, nedovoljna digitalna prisutnost.
- **Prilike:** razvoj eno-gastro i kulturnog turizma, povezivanje s Bizovcem, Belišćem i Kopačkim ritom, EU fondovi.
- **Prijetnje:** depopulacija, nedostatak stručnog kadra, sezonalnost i ograničeni proračunski resursi.



Vizija i strateški ciljevi

Vizija:

Valpovo – destinacija kulturnog i eno-gastronomskog doživljaja Slavonije, temeljena na tradiciji, održivosti i kvaliteti života lokalnog stanovništva.

Strateški ciljevi:

1. Povećati broj dolazaka i noćenja za 30% do 2030. godine.
2. Razviti integriranu turističku ponudu koja objedinjuje kulturu, gastronomiju i prirodu.
3. Povećati vidljivost destinacije kroz digitalni marketing i suradnju s medijima.
4. Potaknuti ulaganja u smještajne kapacitete i javnu infrastrukturu.
5. Osigurati održivo upravljanje resursima i uključivanje lokalne zajednice.

Operativni plan razvoja

Ključni projekti:

- **Interpretacijski centar dvorca Prandau-Normann** – multimedijalno središte za povijest, baštinu i turizam.
- **Tematske staze „Put plemića i Karašice“** – pješačko-biciklistička ruta s odmorištima i digitalnim vodičem.
- **Valpovačka kuhinja – Taste of Slavonia** – gastronomski brend koji povezuje lokalne OPG-ove, restorane i događanja.
- **Digitalni centar destinacije** – novi web portal s integracijom eVisitora, Google Analyticsa i marketinških kampanja.
- **Edukacija kadrova i lokalne zajednice** – radionice o turističkom menadžmentu, marketingu i održivosti.

Promocija i marketing:

Fokus na digitalne kanale (web, društvene mreže, influencer marketing). Ciljna tržišta: domaći gosti, Mađarska, Austrija i Njemačka. Promotivni slogan: „Srce je uvijek u Valpovu“.

Plan provedbe i financiranja

Plan aktivnosti podijeljen je u tri faze:

- **Kratkoročno (2025.–2026.)** – jačanje manifestacija, redizajn web sjedišta TZ-a, poboljšanje signalizacije i infrastrukture.
- **Srednjoročno (2027.–2028.)** – razvoj novih proizvoda, digitalna kampanja, poticanje privatnih ulaganja.
- **Dugoročno (2029.–2030.)** – realizacija kapitalnih projekata (Interpretacijski centar, sustav tematskih ruta).



Izvori financiranja:

Proračun Grada Valpova, TZG Valpova, sredstva Osječko-baranjske županije, HTZ-a, Ministarstva turizma i sporta te EU fondova (ITUR, Interreg, NPOO).

Indikatori praćenja i evaluacija

Za mjerenje uspješnosti implementacije Plana predviđeni su indikatori:

- Broj dolazaka i noćenja turista (eVisitor).
- Prosječna duljina boravka.
- Broj novih smještajnih jedinica.
- Broj i posjećenost manifestacija.
- Online doseg i angažman (Google Analytics, društvene mreže).
- Udio lokalnih proizvoda u turističkoj ponudi.
- Zadovoljstvo posjetitelja (ankete TZG Valpova).

Plan upravljanja TZ Valpova uspostavlja temelj za održivi i prepoznatljiv razvoj turizma koji valorizira bogatu kulturnu i prirodnu baštinu, jača lokalni identitet te potiče gospodarsku aktivnost i zapošljavanje. Kroz sinergiju Grada, TZ-a, poduzetnika i građana, Valpovo može postati model uspješnog kontinentalnog turizma Slavonije.



UVOD

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

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

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

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

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

Plan se izrađuje u sljedećim fazama:

- pokretanje izrade Plana,
- izrada prijedloga Plana,
- javno savjetovanje o prijedlogu Plana,
- donošenje Odluke Turističkog vijeća Turističke zajednice grada Valpova o upućivanju prijedloga Plana na usvajanje predstavničkom tijelu,
- usvajanje Plana od strane gradskog vijeća grada Valpova,
- objava Plana u službenom glasniku grada Valpova i na mrežnim stranicama Turističke zajednice grada Valpova,
- dostava popisa projekata Ministarstvu turizma i sporta.

U izradu Plana uključuju se dionici u sustavu turizma i dionici u sustavu upravljanja turizmom koji su zainteresirani za razvoj turističke destinacije ili mogu utjecati na njen razvoj. Ključni dionici su lokalno stanovništvo, udruge u turizmu, pravne osobe i obrtnici u turizmu, jedinice lokalne i



područne samouprave, javne ustanove, nadležna tijela za prostorno planiranje, zdravstvo i kulturu. Turistička zajednica ima ulogu okupljanja i koordinacije dionika te marketinške podrške.

PROFIL GRADA VALPOVA

Povijest grada Valpova

Povijesni korijeni Valpova sežu duboko u srednji vijek, kada se grad razvijao kao strateško naselje u plodnoj dolini rijeke Drave. Prvi pisani spomen grada datira iz 1332. godine, u papinskim dokumentima gdje se spominje kao "Walpo". Srednjovjekovno Valpovo razvijalo se oko utvrde koja je služila kao obrambena točka na važnom prometnom pravcu koji je povezivao Podunavlje s središnjom Slavonijom.

Geografski položaj na razmeđu važnih srednjovjekovnih putova omogućio je Valpovu razvoj trgovine i obrta. Grad je postao značajno obrtničko središte gdje su se razvijali tradicionalni zanati poput kovača, stolara, bačvara i tkalaca. Ribolov na Dravi i njezinim pritocima te bogati šumski resursi okolice predstavljali su dodatne izvore prihoda za lokalno stanovništvo.

Najznačajnije razdoblje u povijesti grada započinje 1721. godine, kada barun Peter Anton Hillebrand von Prandau dobiva valpovačko vlastelinstvo kao nagradu za svoje zasluge od cara Karla VI. Ovaj trenutak označava početak "zlatnog doba" Valpova, koje će trajati sve do početka 20. stoljeća.

Središnji spomenik ovog razdoblja je velebni dvorac Prandau-Normann, izgrađen na temeljima srednjovjekovne utvrde. Dvorac predstavlja jedan od najznačajnijih primjera barokne arhitekture u kontinentalnoj Hrvatskoj. Kompleks dvorca uključuje središnju baroknu palaču, kapelu sv. Trojstva, prostrani perivoj uređen po uzoru na engleske vrtove i pomoćne gospodarske zgrade.

Obitelj Prandau-Normann nije samo izgradila dvorac, već je aktivno sudjelovala u razvoju grada kroz osnivanje prvih obrazovnih institucija, poticanje kulturnog života, uvođenje novih poljoprivrednih kultura, modernizaciju gospodarstva i razvoj manufakture.

Srednjovjekovno gospodarstvo Valpova temeljilo se na poljoprivrednoj proizvodnji, razvijenom obrtništvu, ribarstvu na Dravi i iskorištavanju šumskih resursa a sve to bilo je poticajno za razvoj trgovine na važnim prometnim pravcima. Kraj 19. i početak 20. stoljeća donosi značajnu industrijalizaciju: osniva se prva pivovara, razvija se mlinska industrija, pokreće se drvna industrija i modernizira se poljoprivredna proizvodnja.

Posebno značajni gospodarski projekti koji su obilježili noviju povijest grada uključuju tvornicu stočne hrane "Valpovka" koja je postala regionalni lider u svojoj industriji, proizvodnju popularnog industrijskog kolača "Valko", koji je postao prepoznatljiv brand grada, razvoj prehrambene industrije i modernizaciju poljoprivredne proizvodnje.

Bogata povijest Valpova ostavila je gradu značajno kulturno-povijesno nasljeđe koje danas čini okosnicu turističke ponude:

- Materijalna baština: dvorac Prandau-Normann s perivojem, kapelica sv. Roka iz 1796. godine, Župna crkva Bezgrešnog začeća BDM, historicistička arhitektura gradskog središta, Industrijska baština 19. i 20. stoljeća.



- Nematerijalna baština: tradicionalni obrti i zanati, folklorna tradicija, gastronomsko nasljeđe, običaji i manifestacije vezani uz vjerske blagdane, usmena predaja i legende.

Povijest Valpova danas predstavlja:

- Temelj kulturnog identiteta grada
- Osnovu za razvoj kulturnog turizma
- Izvor inspiracije za suvremene kulturne i umjetničke projekte
- Potencijal za razvoj edukativnih programa
- Resurs za kreiranje jedinstvenog turističkog proizvoda

Ovo bogato povijesno nasljeđe pruža priliku za:

- Razvoj tematskih turističkih ruta
- Kreiranje povijesnih rekonstrukcija i događanja
- Osmišljavanje interaktivnih muzejskih postava
- Povezivanje tradicije s modernim turističkim trendovima
- Stvaranje autentičnih turističkih doživljaja

Povijest Valpova predstavlja neprocjenjiv resurs za razvoj suvremenog turizma. Bogato kulturno-povijesno nasljeđe pruža jedinstvenu priliku za stvaranje prepoznatljivog turističkog proizvoda koji može privući posjetitelje tijekom cijele godine. Integracija povijesnih elementa u suvremenu turističku ponudu predstavlja jedan od ključnih zadataka u budućem razvoju turizma grada Valpova.

Prigradska naselja grada Valpova

Grad Valpovo, kao administrativno i kulturno središte, okružen je nizom prigradskih naselja koja svojim posebnostima i raznolikošću imaju potencijal za obogaćivanje turističke ponude. Svako od ovih naselja nosi jedinstvenu povijesnu priču i tradiciju, stvarajući mozaik kulturnog nasljeđa valpovačkog kraja.

Grad Valpovo obuhvaća sljedeća naselja: Valpovo, Nard, Šag, Ladimirevci, Marjančaci, Ivanovci, Zelčin, Harkanovci.

Nard

Povijesni razvoj

- Smješten na strateškoj poziciji uz rijeku Dravu
- Značajna uloga u obrani tijekom osmanske vladavine ali i neprobojna linija tijekom domovinskog rata
- Razvoj specifičnih poljoprivrednih tehnika prilagođenih močvarnom terenu

Kulturna baština

- Očuvana tradicijska arhitektura prilagođena životu uz rijeku
- Bogata nematerijalna baština vezana uz riječno ribarstvo
- Jedinstveni običaji vezani uz žetvu i berbu

Turistički potencijal



- Razvoj ribolovnog turizma
- Promatranje ptica u močvarnim područjima
- Organizacija etno-manifestacija vezanih uz riječnu tradiciju
- Potencijal za razvoj eko-turizma

Šag

Povijesni razvoj

- Dokumentirani razvoj naselja od 18. stoljeća
- Značajan utjecaj austro-ugarske poljoprivredne tradicije
- Očuvana struktura tradicionalnog slavonskog sela

Kulturna baština

- Reprezentativni primjeri slavonske tradicijske arhitekture
- Očuvani tradicijski zanati
- Bogata folklorna tradicija

Turistički potencijal

- Razvoj agro-turizma
- Prezentacija tradicijskih zanata
- Organizacija folklornih manifestacija
- Radionice tradicijske gradnje

Ladimirevci

Povijesni razvoj

- Srednjovjekovno naselje s kontinuitetom razvoja
- Značajna uloga u gospodarskom razvoju vlastelinstva
- Razvijena poljoprivredna tradicija

Posebnosti

- Aktivna kulturno-umjetnička društva
- Sačuvani elementi tradicijskog gospodarstva
- Razvijeno zadrugarstvo

Turistički potencijal

- Organizacija kulturnih manifestacija
- Razvoj edukativnih programa o tradicijskoj poljoprivredi
- Mogućnost razvoja ruralnog turizma
- Prezentacija tradicijskog načina života

Marjančaci

Povijesni kontekst

- Razvoj vezan uz poljoprivrednu tradiciju
- Značajna uloga u stočarstvu valpovačkog kraja
- Očuvana ruralna arhitektura 19. stoljeća



Kulturne značajke

- Posebnosti u običajima vezanim uz stočarstvo
- Očuvana tradicija prerade mlijeka
- Jedinstveni lokalni gastronomski specijaliteti

Turistički potencijal

- Razvoj gastronomskog turizma
- Presentacija tradicijskog stočarstva
- Organizacija sajмова tradicionalnih proizvoda
- Edukativni programi o ruralnom životu

Ivanovci

Povijesni razvoj

- Povezanost s crkvenim posjedima
- Očuvana sakralna baština
- Kontinuitet ruralne tradicije

Kulturno nasljeđe

- Sakralni objekti od povijesnog značaja
- Očuvani običaji vezani uz crkvene blagdane
- Tradicija hodočašća

Turistički potencijal

- Razvoj vjerskog turizma
- Organizacija vjerskih manifestacija
- Presentacija sakralne baštine
- Razvoj kulturnih ruta

Zelčin

Povijest i tradicija

- Bogata tradicija šumarstva i drvodjelstva
- Razvoj specifičnih obrtničkih vještina
- Očuvana šumska područja

Posebnosti

- Tradicija obrade drva
- Očuvane tehnike tradicionalnog drvodjelstva
- Jedinstveni šumski ekosustavi

Turistički potencijal

- Razvoj šumskog turizma
- Organizacija radionica tradicionalne obrade drva
- Edukativne staze kroz šumska područja
- Razvoj aktivnog turizma



Harkanovci

Povijesni značaj

- Važna uloga u Valpovačkom vlastelinstvu
- Bogata poljoprivredna tradicija
- Očuvano kulturno nasljeđe

Kulturne posebnosti

- Aktivna folklorna društva
- Tradicionalne manifestacije
- Očuvani narodni običaji
- Organizacija folklornih događanja
- Edukativni programi o slavonskoj tradiciji

Prigradska naselja Valpova predstavljaju izuzetan potencijal za razvoj različitih oblika turizma, posebno ruralnog i kulturnog turizma. Svako naselje svojim posebnostima doprinosi stvaranju bogate i raznolike turističke ponude. Kroz planiran i održiv razvoj, ova naselja mogu postati značajni nositelji turističkog razvoja valpovačkog kraja, istovremeno čuvajući svoju autentičnost i tradiciju.

Zajednički turističkih potencijali grada Valpova i prigradskih naselje mogu se realizirati kroz ujednačeni infrastrukturni razvoj, integriranu turističku ponudu i razvoj edukativnih programa:



Geografski položaj i klimatske karakteristike

Grad Valpovo, smješten u slikovitom sjeveroistočnom dijelu Republike Hrvatske, predstavlja jedinstvenu geografsku cjelinu koja svojim položajem i prirodnim karakteristikama pruža izvanredne mogućnosti za razvoj raznovrsnih turističkih aktivnosti. Smješten na nadmorskoj visini između 88 i 93 metra, grad se razvio u plodnoj ravnici istočne Slavonije, gdje rijeka Karašica vijuga



kroz urbano tkivo, a u nju se ulijeva rijeka Vučica. Moćna Drava teče svega pet kilometara sjeverno od grada, stvarajući poseban ekosustav bogat životom.

Klimatske prilike Valpova tipične su za umjereno kontinentalno podneblje, s pravilnom izmjenom godišnjih doba koja stvara idealne uvjete za raznovrsne turističke aktivnosti tijekom cijele godine. Prosječna godišnja temperatura od 11°C, s ljetnim maksimumima u srpnju (prosječno 21,4°C) i zimskim minimumima u siječnju (prosječno -0,4°C), omogućuje razvoj kako ljetnih tako i zimskih turističkih aktivnosti. Vegetacijsko razdoblje koje traje 180-200 dana pruža izvrsne uvjete za razvoj poljoprivrede i različitih oblika ruralnog turizma.

Godišnja količina padalina od 700-800 mm, ravnomjerno raspoređena tijekom godine, osigurava stabilne uvjete za razvoj vegetacije i održavanje prirodnih ekosustava. Snježni pokrivač, koji se zadržavao 45-50 dana godišnje, stvarao je mogućnosti za razvoj zimskih rekreativnih aktivnosti. Klimatske promjene i poremećaji nažalost su takve mogućnosti dovele u neizvjesnost. Prevladavajući sjeveroistočni i jugozapadni vjetrovi umjerene snage rijetko dosežu olujne razmjere, što pogoduje razvoju outdoor aktivnosti tijekom većeg dijela godine.

Prirodno okruženje Valpova pruža izvanredne mogućnosti za razvoj aktivnog turizma. Ravničarski teren idealan je za cikloturizam, s već postojećom mrežom biciklističkih staza koje uključuju popularnu Dravsku rutu. Dravska biciklistička staza, s međunarodnom oznakom R1, spaja vožnju kroz prirodu i urbano okruženje te se smatra jednom od najljepših biciklističkih staza u Europi zbog svojih prirodnih ljepota i kulturne raznolikosti. Grad Valpovo kontinuirano razvija biciklističku infrastrukturu kako bi poboljšao sigurnost i mobilnost biciklista. Jedan od značajnih projekata je izgradnja biciklističke staze koja povezuje Valpovo i Ladimirevce. Ova staza započinje u Ulici Ive Lole Ribara u Valpovu, prolazi uz staru cestu i preko starog mosta te se proteže do Ladimirevaca. Ukupna duljina staze iznosi 2,8 kilometara. Ove rute nisu samo prometnice, već predstavljaju prave doživljajne koridore koji povezuju prirodne i kulturne znamenitosti područja. Blizina rijeke Drave otvara mogućnosti za različite vodene sportove - od kajakinga i kanuinga do sportskog ribolova i veslanja, dok uređene riječne plaže pružaju prostor za rekreaciju i odmor.

Posebnu vrijednost predstavlja gradski park, zaštićen kao spomenik parkovne arhitekture, koji zajedno s okolnim šumskim područjima i močvarnim staništima stvara idealne uvjete za razvoj edukativnog i ekoturizma. Promatranje ptica u bogatim močvarnim područjima, istraživanje raznolikih biljnih zajednica i šumskih ekosustava, te sudjelovanje u edukativnim programima u prirodi samo su neki od potencijala koje ovo područje nudi.

Zaključno, geografski položaj i klimatske karakteristike Valpova predstavljaju izvrstan temelj za razvoj raznovrsne turističke ponude. Kombinacija povoljnog prometnog položaja, umjerene klime i bogatih prirodnih resursa stvara idealne pretpostavke za razvoj održivog turizma koji može biti aktivan tijekom cijele godine. Ove prirodne predispozicije, uz pravilno planiranje i razvoj potrebne infrastrukture, moguće je pozicionirati Valpovo kao atraktivnu destinaciju za ljubitelje aktivnog odmora i prirode.

Demografska slika

Demografski trendovi važan su čimbenik gospodarskog razvoja i društva u cjelini. Udio radno sposobnog stanovništva, obrazovna struktura, natalitet, mortalitet, broj djece, migracije i slično su faktori koji mogu značajno ograničiti, odnosno izrazito utjecati na socio-ekonomski život. U širem okviru demografska slika Republike Hrvatske obilježena je negativnim kretanjima stanovništva.



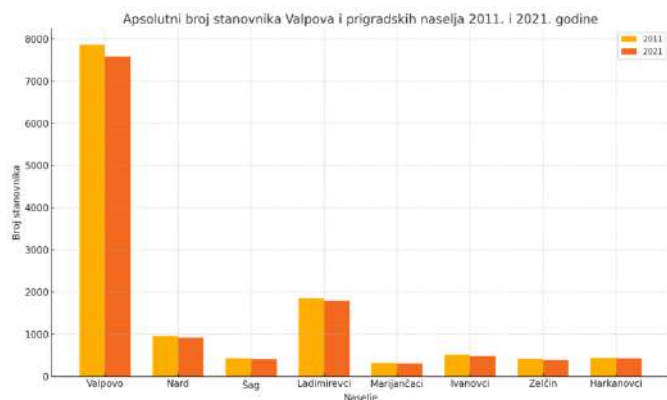
Prema popisu stanovništva iz 2021. godine¹, Republika Hrvatska imala je 3.871.833 stanovnika. U odnosu na popis iz 2011. godine, broj stanovnika smanjio se za 413.056 osoba ili 9,64%. Unatoč tome što se nastoji provoditi pronatalitetna populacijska politika, demografske projekcije Republike Hrvatske su izrazito nepovoljne, kako u smislu broja stanovnika, tako i u smislu starenja stanovništva, udjela radno aktivnog stanovništva i migracija.

Demografski trendovi su nažalost nepovoljni i u gradu Valpovu. Prema podacima Državnog zavoda za statistiku iz popisa stanovništva 2021. godine, grad Valpovo ima ukupno 9.784 stanovnika što predstavlja -15.4 % u odnosu na 2011. godine. Trend smanjenja broja stanovnika još je izraženiji nego što je prosjek Republike Hrvatske (tablice u nastavku).

Tablica 1: Stanovništvo grada Valpova i prigradskih naselja od 2011. do 2021. godine

Godina	Žene	Muškarci	Ukupno	Indeks smanjenja
2011	5866	5697	11563	
2012	5784	5600	11385	1.54
2013	5703	5504	11207	1.56
2014	5621	5407	11029	1.59
2015	5540	5311	10851	1.61
2016	5459	5214	10673	1.64
2017	5377	5118	10495	1.67
2018	5296	5021	10317	1.70
2019	5214	4925	10139	1.73
2020	5133	4828	9961	1.76
2021	5052	4732	9784	1.78

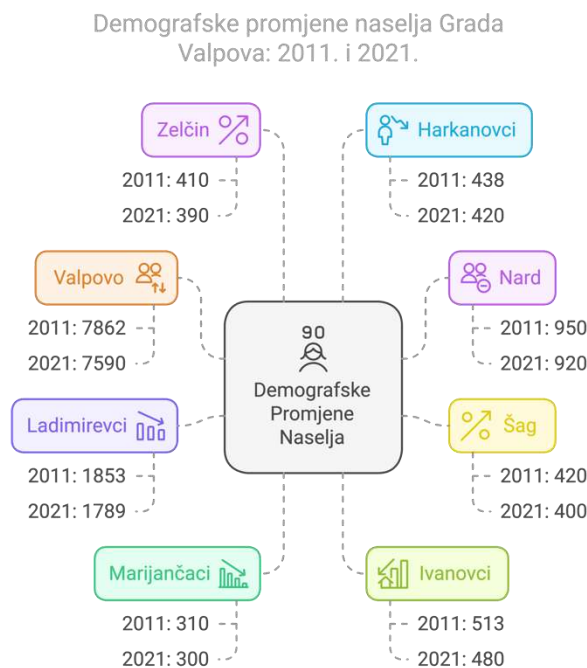
Slika 1: Grafički prikaz broja stanovnika Valpova i prigradskih naselja



¹ DZS podaci



Slika 2: Broj stanovnika u naseljima grada Valpova 2011. i 2021. godine



Tablica 2: Spolna struktura stanovnika

Godina	Ukupno	Muškarci	Žene	2021./2011.
2011.	11,563	5.697	5,866	
2021.	9,784	4,732	5,052	-15,4 %

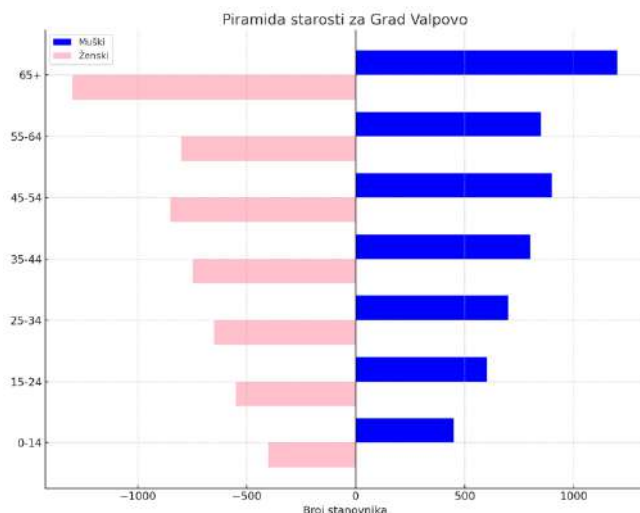
Tablica 3: Dobna struktura stanovništva grada Valpova

Dobna skupina	Broj stanovnika	Udio (%)
0-14 godina	1.370	14,0%
15-64 godine	5.870	60,0%
65 i više	2.544	26,0%

Ovi podaci ukazuju na značajan udio starijeg stanovništva (65 i više godina), što čini više od četvrtine ukupne populacije. Grafički prikaz dobne strukture može se vizualizirati pomoću piramide starosti, koja ilustrira raspodjelu stanovništva po dobnim skupinama i spolu.



Slika 3: Piramida starosti stanovništva grada Valpova



Piramida starosti za grad Valpovo pokazuje ključne demografske karakteristike:

- **Sužena baza piramide (dobna skupina 0-14 godina):** Ova skupina ima relativno manji broj stanovnika, što ukazuje na nižu stopu nataliteta. Ovo je tipično za regije koje se suočavaju s demografskim izazovima poput smanjenja broja mladih obitelji i iseljavanja.
- **Relativna stabilnost u sredini piramide (dobne skupine 15-44 godine):** Dobne skupine koje obuhvaćaju radno sposobno stanovništvo pokazuju blagi pad prema višim dobnim skupinama. To može ukazivati na postupno starenje radne snage.
- **Proširena gornja skupina (65+ godina):** Primjetan je velik udio starijeg stanovništva, osobito žena, što je karakteristično za demografsko starenje. Ovo povećava potrebu za uslugama namijenjenim starijim osobama, poput zdravstvene zaštite i socijalnih usluga.
- **Spolna neravnoteža u starijim skupinama:** Broj žena u dobnim skupinama 65+ značajno nadmašuje broj muškaraca, što je uobičajeno zbog dužeg životnog vijeka žena.

Zaključci i implikacije:

- Grad Valpovo suočava se s izazovima demografskog starenja, smanjenjem broja mladih i radno sposobnih stanovnika.
- Potrebne su mjere za poticanje nataliteta, privlačenje mladih obitelji i zadržavanje radno sposobne populacije.
- Strategije za prilagodbu infrastrukture i usluga potrebama starijeg stanovništva trebale bi biti prioritet.

Demografski trendovi grada Valpova i njegovih okolnih naselja u razdoblju od 2011. do 2021. godine predstavljaju jedan od ključnih izazova za održivi razvoj turizma i lokalne zajednice. Podaci jasno pokazuju kontinuirani pad stanovništva, s ukupnim smanjenjem od 15,4% u desetogodišnjem razdoblju. Ova situacija nije izolirana pojava, već je dio šire slike koja karakterizira mnoge ruralne i manje urbane sredine Hrvatske, posebno u kontinentalnim dijelovima zemlje. Kako bi se turizam mogao razvijati, potrebno je pažljivo analizirati ove demografske promjene i osmisliti strategije koje će ublažiti njihove negativne posljedice, a istovremeno iskoristiti specifične potencijale područja

Demografski trendovi kao izazov za razvoj turizma:



- **Depopulacija i starenje stanovništva** Grada Valpova, kao i njegova prigradska naselja (Nard, Ladimirevci, Šag, Harkanovci), bilježi smanjenje broja stanovnika, pri čemu su gubici izraženiji u manjim naseljima. U Valpovu, koje ostaje središnje mjesto, pad je manji (oko 3,5 %), no čak i ova brojka ukazuje na stagnaciju. S druge strane, prigradska naselja poput Ladimirevaca bilježe značajniji pad (64 stanovnika manje u deset godina), dok manja mjesta poput Narda gube po nekoliko desetaka stanovnika. Ovi brojevi možda se čine malima, no u lokalnom kontekstu predstavljaju ozbiljan izazov za očuvanje životne sredine naselja. Postojeći trendovi dovode do starenja stanovništva, čime se smanjuje broj radno sposobnih osoba koje bi mogle raditi u turizmu, ugostiteljstvu ili srodnim djelatnostima. Bez mladih ljudi i novih ideja, razvoj turističke ponude stagnira, a mogućnost revitalizacije zajednice postaje sve teža.
- **Negativan utjecaj na radnu snagu u turizmu.** Turizam kao djelatnost oslanja se na ljudske resurse – od smještajnih kapaciteta, ugostiteljskih objekata do turističkih atrakcija i manifestacija. Depopulacija dovodi do smanjenja broja mladih ljudi, koji bi inače mogli raditi kao turistički vodiči, kuhari, recepcionari ili sudjelovati u razvoju kreativnih turističkih proizvoda. Bez kvalificirane radne snage, destinacija postaje manje konkurentna. Turistički subjekti mogu se suočiti s problemima poput nedostatka sezonskih radnika, a lokalno stanovništvo, iscrpljeno gospodarskim izazovima, sve češće odlazi iz manjih mjesta.
- **Održavanje infrastrukture** Smanjenje broja stanovnika smanjuje i prihode lokalne samouprave koji se koriste za održavanje i razvoj infrastrukture. Prometna infrastruktura, komunalna infrastruktura i turistička ponuda u manjim mjestima postaju zapuštene, što dodatno smanjuje njihovu privlačnost za turiste. Turističke staze, vidikovci, biciklističke rute i kulturni sadržaji zahtijevaju kontinuirana ulaganja, a ona su bez adekvatnog broja stanovnika teško održiva.

Iako demografski pad predstavlja ozbiljan izazov za grad Valpovo i njegova prigradska naselja, uz strateški pristup i fokus na održivi razvoj turizma, postoji mogućnost za gospodarsku i društvenu revitalizaciju. Valpovo može postati primjer dobre prakse gdje se kulturna baština, prirodni resursi i angažirana lokalna zajednica koriste za stvaranje turističke ponude koja doprinosi očuvanju identiteta, privlačenju posjetitelja i poboljšanju kvalitete života lokalnog stanovništva.



ANALIZA STANJA TURISTIČKE PONUDE

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

TURISTIČKI PROIZVODI I USLUGE

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

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

Indeks turističke razvijenosti

Kao ilustracija aktualne ponude turističkih proizvoda i usluga grada Valpova prikazana je slika koja prikazuje indeks turističke razvijenosti Republike Hrvatske za 2023. godinu, s posebnim osvrtom na grad Valpovo. Indeks turističke razvijenosti² (ITR) koristi se za procjenu stupnja razvoja turizma na određenom području. Njegova svrha je identificirati razlike u turističkoj razvijenosti između regija ili destinacija te pomoći pri oblikovanju strategija razvoja turizma.

Tablica 4: Indeks turističke razvijenosti

2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
16,84	16,56	16,26	16,56	16,84	16,35	16,53

Iz ovih pokazatelja vidljivo je da grad Valpovo pripada III. kategoriji razvijenosti, što ukazuje na prosječan stupanj turističke razvijenosti. Broj stanovnika i površina grada definiraju osnovne kapacitete i prostorne mogućnosti. Na vrijednosti i kretanje indeksa najviše utječe:

- Broj postelja po stanovniku (relativno nizak)
- Broj turističkih noćenja i dolazaka, što ukazuje na mogućnost sezonalnosti ili ograničenog turističkog prometa.

² Izračun ITR-a temelji se na kombinaciji različitih pokazatelja koji su grupirani u nekoliko ključnih dimenzija: 1. Turistički promet, 2. Turistička infrastruktura, 3. Ekonomski učinak, 4. Održivost i sezonalnost, 5. Ekološki pokazatelji – utjecaj turizma na okoliš.

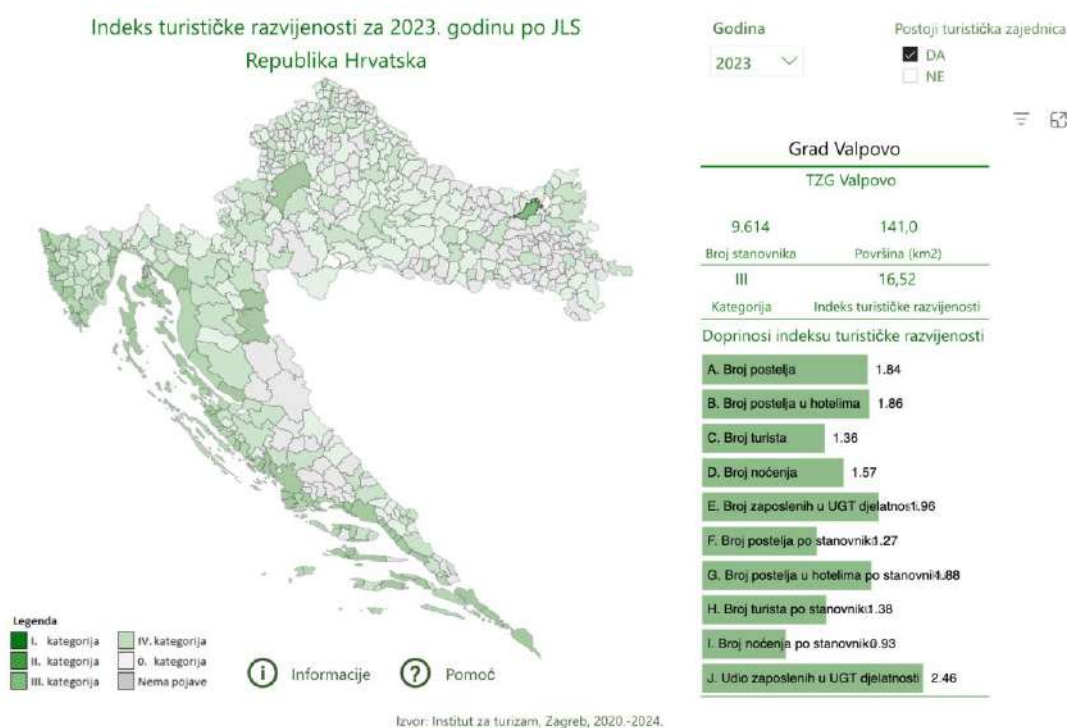


- Udio zaposlenih u turističko-ugostiteljskim djelatnostima.

Analiza postojećeg stanja ukazuje na izazove i potencijalne prilike u razvoju turističkih proizvoda grada Valpova, te nudi okvir za dalju raspravu o tome kako optimizirati i proširiti ponudu grada Valpova unutar njegovih kapaciteta i strateških smjernica razvoja. S obzirom na podatke, potrebno je:

- Razmotriti kako povećati atraktivnost i popunjenost smještajnih kapaciteta.
- Razviti nove turističke proizvode usmjerene na kulturni, eno-gastronomski i prirodni turizam.
- Uložiti u edukaciju i zapošljavanje lokalnog stanovništva u turističko-ugostiteljskom sektoru.

Slika 4: Indeks turističke razvijenosti grada Valpova 2023. godine



Smještajni kapaciteti

Smještajne kapacitete Valpova karakterizira sljedeće:

- Dominiraju manji smještajni objekti
- Prevladava kategorija 3 zvjezdice
- Nedostaje smještaj više kategorije (4 ili 5 zvjezdica)
- Većina objekata je u privatnom vlasništvu
- Koncentracija u centru grada



Tablica 5: Popis smještajnih kapaciteta grada Valpova / 2024.

Rb	Naziv objekta	Vrsta objekta	Kategorija	Broj smješt. jedinica	Broj kreveta	Broj pom. kreveta
1	Villa Valpovo	Hotel	4 zvjezdice	36	72	0
2	Valpovački dvori	Objekti u domaćinstvu	3 zvjezdice	4	8	4
3	Studio apartman „M“	Objekti u domaćinstvu	3 zvjezdice	1	1	1
4	Studio apartman „Baky“	Objekti u domaćinstvu	3 zvjezdice	1	2	0
5	Sobe za iznajmljivanje „Čičak“	Objekti u domaćinstvu	3 zvjezdice	6	16	0
6	Sobe za iznajmljivanje „Room D“	Ostali objekti /sobe za iznajmljivanje	3 zvjezdice	1	25	0
7	Sobe za iznajmljivanje Draft room“	Ostali ugostiteljski objekti /soba za iznajmljivanje	3 zvjezdice	1	2	0
8	Soba „VaLux“	Objekti u domaćinstvu	4 zvjezdice	1	2	0
9	Prenočište Setnik	Objekti u domaćinstvu	3 zvjezdice	2	5	0
10	Olive Holiday House	Objekti u domaćinstvu	5 zvjezdica	1	2	1
11	Business club	Objekti u domaćinstvu	4 zvjezdice	3	10	0
12	Apartman Nives i Apartman Lea	Objekti u domaćinstvu	3 zvjezdice / 4 zvjezdice	2	8	2
13	Apartman Centar	Objekti u domaćinstvu	3 zvjezdice	1	4	2
14	Apartman Ana 1	Objekti u domaćinstvu	4 zvjezdice	1	2	2
15	Apartman Tea	Objekti u domaćinstvu	4 zvjezdice	1	2	1
16	Privatni smještaj Tolić	Objekti u domaćinstvu	3 zvjezdice	3	6	0
17	„M&S“ Sobe za iznajmljivanje	Objekti u domaćinstvu	4 zvjezdice	4	13	0
18	Stan u Valpovu Mađarević	Nekomercijalni smještaj /stan stanovnika grada	Nema kategorizacije	1	4	0



19	Kuća u Valpovu	Nekomercijalni smještaj /kuća stanovnika grada	Nema kategorizacije	1	2	0
	Ukupno			71	186	13

Kvalitativna analiza smještajnih kapaciteta

Prednosti:

- Koncentracija smještaja u centru grada omogućuje laku dostupnost atrakcija
- Različite vrste smještaja omogućuju izbor različitim tipovima gostiju
- Obiteljski vođeni objekti pružaju osobni pristup gostima
- Cjenovno pristupačan smještaj

Nedostaci:

- Nedostatak smještajnih kapaciteta više kategorije (4-5 zvjezdica)
- Nedovoljan ukupni kapacitet za prihvrat većih grupa
- Nedostaje autohtonih oblika smještaja (tradicijske kuće, seoski turizam)
- Ograničena ponuda dodatnih usluga u smještajnim objektima

Razvojna ograničenja smještajnih kapaciteta:

1. Nedovoljan kapacitet za razvoj većih manifestacija
2. Nemogućnost prihvata organiziranih turističkih grupa
3. Ograničena mogućnost razvoja kongresnog turizma
4. Nedostatak smještaja za zahtjevnije goste

Preporuke za razvoj

Trenutni smještajni kapaciteti grada Valpova predstavljaju značajno ograničenje za razvoj turizma. Potrebna je strateška intervencija u smjeru povećanja kapaciteta, podizanja kvalitete, diversifikacije ponude i razvoja pratećih sadržaja. U tom smislu dane su sljedeće preporuke:

1. Povećanje smještajnih kapaciteta kroz:
 - Izgradnju novog hotela više kategorije
 - Poticanje razvoja seoskog turizma
 - Adaptaciju tradicijskih objekata u smještajne jedinice
2. Podizanje kvalitete postojećih kapaciteta:
 - Modernizacija postojećih objekata
 - Uvođenje dodatnih sadržaja
 - Edukacija djelatnika
3. Razvoj specifičnih oblika smještaja:
 - Boutique hotel u povijesnoj jezgri
 - Tradicijske kuće za odmor
 - Kamp uz rijeku Dravu
4. Unapređenje dodatnih usluga:
 - Wellness sadržaji
 - Gastro ponuda



- Organizacija izleta
- Najam bicikala i sportske opreme

Ugostiteljski objekti

Na području grada Valpova nalazi se nekoliko ugostiteljskih objekata (restorana, kavana i slastičarnica), između ostalog:

- Restoran Villa Valpovo, u okviru istoimenog hotela. Adresa: Ulica bana J. Jelačića 1, Valpovo, tel: +385 31 651 960, web: <http://www.villa-valpovo.hr>
- Restoran Park nalazi se uz valpovački park po kojem je dobio ime, svakodnevni izbor gotovih jela i jela a la carte. Adresa: Ive Lole Ribara 10, Valpovo, tel: +385 31651 230, web: <https://restoran-park.hr>
- Eden resort Emaus, restorani Eden i Corner; moguća organizacija velikih gastro evenata, spoj prirodnih ljepota i bogate gastro ponude; moguća organizacija velikih gastro evenata. Adresa: Satnica 479/1, tel. +385 31 655 600, web: <https://eden-osijek.hr>, <https://corner-osijek.hr>
- Gradska kavana Katančić. Adresa: Trg kralja Tomislava 2 , Centar kulture „Matija Petar Katančić“, Valpovo, tel. +385 31 653 066
- Slastičarnica Arnaut. Adresa: Trg kralja Tomislava bb, Valpovo, e-mail: arnaut.jelena@gmail.com, web: <http://sladolediarnaut.wixsite.com/kaffe-slasicarna/contact>

Poljoprivredna gospodarstva

Obiteljska poljoprivredna gospodarstva proizvode domaće proizvode prikladne i za ponudu turistima. Moguće ih je dodatno promovirati samostalno ili u sklopu brojnih evenata:

- **Lokalni proizvodi poput slavonskog kulena, rakije i vina od nojaša:** Organizacija degustacija, posjeta lokalnim destilerijama i vinogradima, te edukativnih radionica o tradicionalnim metodama proizvodnje dodatno bi obogatila ponudu. Na javnom mjestu poput etno-centra ili tematskog festivala mogle bi se organizirati demonstracije destilacije što bi dodatno obogatilo iskustvo posjetitelja i promoviralo lokalnu tradiciju. Rakija od valpovačkih bijelih šljiva, poznata kao valpovka, i vino od grožđa nojaša čine autentične proizvode ovog kraja. Planira se bliska suradnja s proizvođačima, organizacija tematskih festivala posvećenih rakiji i vinu te promocija kroz digitalne platforme kako bi se povećala prepoznatljivost ovih proizvoda.
- **Festival sira i vina:** Ovo je događaj koji već privlači pažnju, ali dodatna promocija kroz digitalne platforme i povezivanje s lokalnim turama mogla bi ga učiniti još atraktivnijim. Primjeri uspjeha sličnih događaja uključuju "Dane vina" u Iloku, gdje su lokalne vinarije udružene s kulturnim programima privukle međunarodnu pažnju, i "Festival kulena" u Baranji, koji spaja gastronomske degustacije s edukativnim radionicama. Takvi modeli mogli bi inspirirati daljnji razvoj i povećati prepoznatljivost valpovačkog festivala.

Na valpovačkom području djeluju obiteljska poljoprivredna gospodarstva i tvrtke koje se bave proizvodnjom domaćih proizvoda:

- OPG ĐURKOVIĆ, proizvodnja sira, tel. 098/860-932
- MALA MLJEKARA d.o.o., proizvodnja sira, tel. 031/650-460
- IVICA BRKIĆ, proizvodnja suhomesnatih proizvoda, tel. 031/650-716



- OPG GAZDIĆ, proizvodnja suhomesnatih proizvoda, tel. 091/951-1227
- Marija ILINIĆ, proizvodnja domaće tjestenine, tel. 031/652-527
- OPG MATIJA BARTOLOVIĆ, proizvodnja meda, tel. 031/652-582; 097/633-0304
- VALMED, proizvodnja meda, tel. 031/650-520; 098/918-1005
- OPG KOKIĆ, proizvodnja kolača i pekmeza, tel. 031/670-006; 098/996-0109
- OPG MIROSLAV VICIĆ, proizvodnja bučinog ulja, tel. 031/653-025; 098/160-2244
- OPG LOVIĆ MARIO, proizvodnja voća i povrća, tel. 099/650-5995
- OPG DAMIR GEBAJ, proizvodnja voća i povrća, tel. 091/250-1507
- OPG ŠTORK JELICA, proizvodnja voća i povrća, tel. 098/944-2037
- OPG VIDA KOVIĆ KRASANKA d.o.o., proizvodnja voća i povrća, tel. 098/711-887
- OPG VIDUŠIĆ, proizvodnja jaja, tel. 031/670-074; 091/566-1965
- OPG PRESNAC ZLATKO, proizvodnja jaja, oraha i kukuruza šećerca, tel. 031/625-679; 091/151-1108

Lovačka i ribolovna društva

Na području Valpova nalazi se nekoliko lovačkih društava i lovišta, u nadležnosti Lovnog ureda Valpovo:³

- Lovačko društvo "Jelen" Valpovo
- Lovačko društvo "Fazan" Ladimirevci
- Lovačko društvo "Šljuka" Nard
- Lovačko društvo "Prepelica" Šag-Nard
- Lovačko društvo "Srndać" Ivanovci

Za ribolovna društva nadležna je Zajednica športsko-ribolovnih udruga Valpovo⁴ koju čine udruge športskih ribolovaca.

- Športsko ribolovno društvo "Valpovka" Valpovo
- Športsko ribolovno društvo "Karašica" Valpovo
- Športsko ribolovno društvo "Beljevine" Ladimirevci
- Športsko ribolovno društvo "Smud" Nard

³ [Lovački savez Osječko-baranjske županije - LU Valpovo](#)

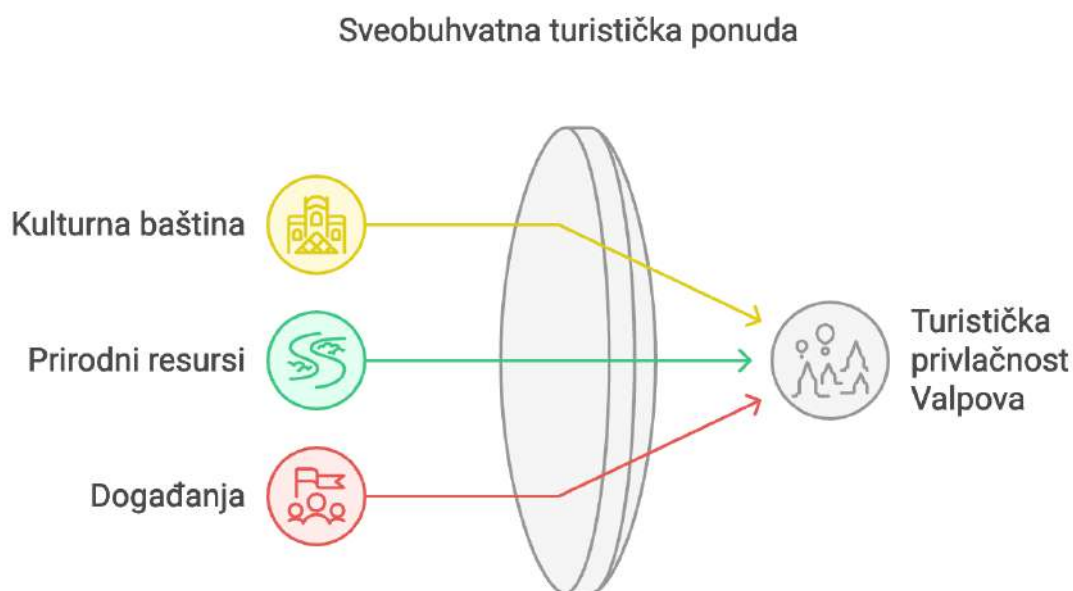
⁴ [Zajednica športskih ribolovnih udruga Valpovo](#)



RESURSNA OSNOVA

Analiza resursne osnove predstavlja temeljni korak u procesu upravljanja turističkom destinacijom i preduvjet za kvalitetno strateško planiranje razvoja turizma. Sustavna inventarizacija i evaluacija svih resursa omogućuje razumijevanje realnih potencijala destinacije i definiranje smjernica za njihovu optimalnu valorizaciju.

Resursna osnova, koja obuhvaća prirodne, kulturno-povijesne, infrastrukturne i ljudske potencijale, određuje mogućnosti i ograničenja razvoja destinacije te utječe na njezino tržišno pozicioniranje. Kvalitetna analiza resursa omogućuje identifikaciju jedinstvenih prodajnih prijedloga (USP) destinacije i stvaranje konkurentskih prednosti temeljenih na autentičnim vrijednostima prostora.



U suvremenom turizmu, gdje se konkurentnost destinacije sve više temelji na jedinstvenim doživljajima i autentičnim iskustvima, poznavanje i razumijevanje vlastite resursne osnove postaje ključno za kreiranje prepoznatljivih turističkih proizvoda. Pritom je posebno važno sagledati ne samo postojeće stanje resursa, već i njihov razvojni potencijal te mogućnosti održive turističke valorizacije.

Analiza resursne osnove mora biti kontinuiran proces koji uzima u obzir dinamične promjene u okruženju i nove trendove u turističkoj potražnji, omogućujući tako pravovremeno prilagođavanje turističke ponude i optimalno korištenje dostupnih resursa u funkciji održivog razvoja destinacije.



KULTURNE I PRIRODNE ZNAMENITOSTI I ATRAKCIJE

Kultura i baština igraju ključnu ulogu u razvoju turizma jer predstavljaju jedinstvene priče, vrijednosti i tradicije koje privlače posjetitelje. Aktiviranje kulturne baštine u turističku ponudu ne samo da doprinosi očuvanju lokalnog identiteta, već ima i dugoročan učinak na gospodarski razvoj, povećanje svijesti o povijesnim vrijednostima i jačanje lokalne zajednice. Kulturni resursi ne samo da obogaćuju iskustvo turista, već pružaju temelj za održiv turizam koji generacijama unaprijed može koristiti lokalnom stanovništvu i posjetiteljima.

Kulturne znamenitosti i atrakcije

Valpovački dvorac Prandau-Normann⁵ - cjelinu valpovačkog dvorca čine pročelna palača, srednjovjekovna kula, kapelica Svetoga Trojstva te bočna krila. Današnji oblik dobiva tijekom prve polovice 18. st. pregradnjom i dogradnjom srednjovjekovne utvrde, nizinskog Wasserburga Walpo. Ova jedinstvena arhitektonska cjelina nikada nije prestala biti tvrđavom, niti je posve postala dvorcem. Svojim pročeljima i danas iznenađuje nizom različitih i neočekivanih vizura. Dvorac je pravi muzej na otvorenom, jedinstveni veliki eksponat, kojim se može hodati, u koji se može ući i prošetati poviješću. Ban Ivan Morović podiže utvrdu Walpo na samom početku 15. st. Nakon dobivanja vlastelinstva 1721., barun Antun Petar Hilleprand von Prandau počinje obnovu. Na južnom krilu utvrde podiže monumentalnu palaču s istaknutim tornjem visokim 37 m. Na ostacima gotičke kapele podiže novu posvećenu Svetom Trojstvu. Do 1885. god. tri generacije Prandaua vladaju u dvorcu, kada on ženidbenim vezama prelazi u obitelj Normann od Ehrenfelsa. U tom trenutku dvorac ima 62 prostorije, i s dvorištem, ukupnu površinu od 431 m². Godine 1945. dvorac je nacionaliziran.

Dvorska kapela Sv. Trojstva⁶ - unutar zidina srednjovjekovno-baroknog dvorca Prandau-Normann nalazi se i zanimljiva dvorska kapela Sv. Trojstva, najstarija crkva u Valpovu. Sagrađena je u 15. stoljeću kao kasnogotička kapela Sv. Ladislava unutar Morovićeve utvrde. Tijekom turskog razdoblja prenamijenjena je u džamiju, a 1723. godine obnovljena je i barokizirana. Kapela je nedavno restaurirana, a u velikoj zidnoj sondi u svetištu, kao i u dvije na vanjskoj fasadi, prezentirani su ostaci starih zidova, zazidanih prozora, oslika i drugih detalja. Do kraja Drugog svjetskog rata kapelu je resila velika oltarna pala Prijestolje milosti – Sv. Trojstvo, jedan od posljednjih radova poznatog bečkog baroknog majstora Johanna Michaela Rottmayra de Rosenbrunna iz 1730. godine, koja se danas čuva u Muzeju likovnih umjetnosti u Osijeku.

Orgulje u dvorskoj kapeli Sv. Trojstva - glavna znamenitost kapele su njene raritetne povijesne orgulje visoke spomeničke vrijednosti, izgrađene u radionici glasovitog pečuškog orguljara Josefa Angstera 1876. godine. Za svoju dvorsku kapelu naručio ih je valpovački vlastelin barun Gustav Hilleprand od Prandaua (1807.-1885.), brat skladatelja Karla (1792.-1865.), inače vrsni orguljaš amater koji je bio jedan od utemeljitelja i prvi predsjednik Hrvatskog glazbenog zavoda u Zagrebu. Orgulje su mehaničkog sustava sa zračnicama na čunjiće. Imaju 18 registara na dva manuala i pedal, nekoliko spojeva i kolektiva, stopalo za žaluzije, mehanizam za tremolo efekt i zvonce za mjehogažu. Akademik Ladislav Šaban o ovim je orguljama valpovačke dvorske kapele napisao:

⁵ [Lokacija](#)

⁶ [Lokacija](#)



«Skupocjen instrument iz radionice najpoznatijeg mađarskog graditelja, sposoban za koncertno sviranje, jedan od najvrednijih glazbenih spomenika kulture ove regije!». Zanimljivo je znati kako je Josef Angster bio porijeklom iz hrvatskog dijela Baranje, iz sela Jagodnjak nedaleko Osijeka, u Osijeku je šegrtovao za majstora stolara, a zatim se usavršavao u Francuskoj gdje je u Parizu radio kod najpoznatijeg majstora graditelja orgulja 19. atoljeća, u radionici Cavalle Coll, u sklopu koje je radio na tzv. Velikim orguljama pariške katedrale Notre Dame.

Srednjovjekovna kula⁷, najstariji i spomenički najvrjedniji dio valpovačkog dvorca je srednjovjekovna obrambena kula. I nakon šest stoljeća od gradnje, gotovo je netaknuta i sačuvana te besprijekorno uklopljena u cjelinu dvorca. I danas plijeni svojom veličinom, tajanstvenom unutrašnjošću te položajem unutar dvorskog kompleksa. Zidana je opekom, a zidovi debljine preko dva metra nisu ožbukani. Kružnog je oblika čija je vanjska površina zatvorena, dok s dvorišne strane postoje poneki prozor i vrata. Kula ima dva kata i terasu na koju se dolazi spiralnim stubištem koje je uklopljeno u debljinu vanjskoga zida. Vrh kule danas je terasa, a ograda je nazubljena, dok je prama starim nacrtima imala stožasti krov pokriven daščicama. Svi kameni elementi u kuli imaju kasnogotičke klesarske znakove. U prizemlju se nalazi bunar koji je danas zatrpan, a na kupolastim svodovima na katovima su dva zaglavna kamena: na prvom je to zmaj s grbom obitelji Morović, a na drugom stilizirano sunce. Robusna kula nekadašnje utvrde, zajedno s bedemima, zbog očuvanosti, bogatstva obrade arhitektonskih detalja i kasnogotičkih klesarskih znakova, pripada u najvrijednije spomenike profane srednjovjekovne arhitekture kontinentalne Hrvatske.

Potencijal za proširenje turističke ponude: Predlaže se njena prenamjena u interaktivni muzej koji bi koristio moderne tehnologije poput virtualnih tura i 3D rekonstrukcija. Uz ove projekte, organizacija arheoloških radionica i tematskih tura za škole i turiste dodatno bi podigla atraktivnost lokaliteta.

Reljef Zmaja u srednjovjekovnoj kuli⁸ - Posjetiteljima je osobito je zanimljiv zaglavni kamen na kupolastom svodu prvoga kata srednjovjekovne kule na kojem je uklesan zmaj koji obavlja grb velikaške obitelji Morović. Ovaj duboki reljef najkvalitetniji je i najvrjedniji klesarski rad u kuli, a unatoč starosti od oko 600 godina, jako je dobro očuvan. Vlasnik i graditelj utvrde Walpo, Ivan Morović, bio je jedan od prvih članova „Zmajeva reda“ kojeg je 1408.g. osnovao kralj Sigismund Luksemburški. Obveza vitezova zmajonosaca bila je braniti kršćansku vjeru od krivovjeraca, a kralja od neprijatelja; svoj znak nosili su na odjeći i štitovima, a pri gradnji utvrda ili crkava uklesali bi ga uz obiteljski grb. Jedan od poznatijih članova reda bio je i vlaški knez iz dinastije Draculesti, Vlad III. Tepeš, poznatiji kao „Drakula“. Nadimak Tepeš (rumunjski Tepes) ili „Nabijač“, dobio je zbog navike nabijanja na kolac svojih neprijatelja. Ime „Drakula“ dobio je prema svome ocu, Vladu II., kojeg je Sigismund Luksemburški 1431. godine primio u Zmajev red zbog zasluga na bojnopolju. Tako je Vlad II. dobio nadimak „Zmaj“ (rum. Drakul) i svoju dinastiju nazvao Draculesti. Nakon očeve smrti, Vlad III. naslijedio je i očev nadimak, ali kao „Drakula“ – „Zmajev sin“. Vlad III. Drakula poslužio je kao inspiracija za vampira, grofa Drakulu, glavnog lika u horor - romanu irskog književnika Brama Stokera „Drakula“ iz 1897. godine. Na kupoli drugog kata uklesano je Sunce, čest kasnogotički motiv u graditeljstvu. Na vrhu kule nalazi se vidikovac sa nazubljenom ogradom, sa kojeg puca pogled po Valpovu i široj okolini, za lijepa vremena sve do Mađarske.

⁷ [Lokacija](#)

⁸ [Lokacija](#)



Župna crkva Bezgrešnog začeća Blažene Djevice Marije⁹, barokna župna crkva posvećena Bezgrešnom začeću Bl. Dj. Marije izgrađena je između 1722. i 1737. godine pod pokroviteljstvom valpovačkog vlastelina baruna Petra Antuna Hillepranda od Prandaua. Prema stilskim obilježjima ova crkva pripada tipu barokne dvoranske crkve 18. stoljeća. Velikom visinom i arhitektonskim oblikovanjem unutrašnjosti izdvaja se među ostalim crkvama u široj okolici, što samo potvrđuje pretpostavku da bi joj arhitekt mogao biti poznati bečki barokni graditelj Johann Lukas von Hildebrandt (1668.-1745.), čijim je austrijskim crkvama vrlo slična. Unutrašnjost crkve resi kvalitetan barokno-klasicistički inventar koji je skladno uklopljen u ovu baroknu građevinu: oltari, slike, kipovi, vitraji, propovjedaonica i vrijedne povijesne orgulje. Na glavnom oltaru ističe se velika barokna slikarska kompozicija vrsnog bečkog umjetnika Antona Hertzoga (1692.-1740.) iz 1737. godine koja prikazuje Mariju Bezgrešnu okruženu Svetim Trojstvom i anđelima. Dva veća pokrajnja oltara, posvećena sv. Ivanu Krstitelju i sv. Josipu, ističu se ljepotom svojih bogato oblikovanih Bildrahmen retable.

Kapelica sv. Roka¹⁰ - Podignuta je 1796. godine na malenom brežuljku u Valpovu znanom kao „Zeleni brijeg“ od strane valpovačkog baruna Josefa Ignatza Hillepranda von Prandaua, u vrijeme druge velike epidemije kuge koja je zahvatila Slavoniju. Kasnobarokna kapelica je sagrađena u čast sv. Roku, a u njoj se stanovništvo, zavjetujući se sv. Roku i samome Bogu, molilo za očuvanje i zaštitu grada Valpova i valpovačkog vlastelinstva. Prva velika obnova dogodila se 1860. godine kada je barun Gustav Hilleprand von Prandau podzidao kriptu u kojoj se danas nalazi 17 grobova valpovačkih vlastelina, baruna Prandau i grofova Normann. Kapelica je ovom obnovom dobila svoj konačan izgled, a kasnobarokna obilježja su potisnuta novim, neoromaničkim. O tome svjedoči i jedinstveni primjer u graditeljstvu Slavonije i čitave sjeverne Hrvatske uopće – zvonik na „preslicu“. Godine 1926. izvršena je druga temeljita obnova kapelice sv. Roka od strane posljednjeg valpovačkog grofa Rudolfa I. Normannna Ehrenfelškog. Sredinom 20. stoljeća otpočela je briga oko ovog jedinstvenog spomenika kulture od strane Društva prijatelja starina iz Valpova, koje je kapelicu koristilo i kao izložbeni prostor. Treća temeljita obnova kapelice pokrenuta je 2005. godine od strane Njemačke narodnosne zajednice – Zemaljske udruge Podunavskih Švaba u Hrvatskoj. Radovi su privedeni kraju u proljeće 2008. godine, a učinjeni su mnogi zahvati s kojima je kapelici vraćen stari sjaj. Obnovom je osnovan prvi Memorijalni centar Podunavskih Švaba u Hrvatskoj u spomen na pripadnike njemačke i austrijske manjine nad kojima je počinjen genocid nakon II. svjetskog rata od strane jugoslavenske komunističke vlasti. Jedan od logora je bio u Valpovu i kroz njega je, tijekom 1945. i 1946. godine, prošlo oko 3.500 osoba, od kojih je život izgubilo njih 1.500.

Potencijal za proširenje turističke ponude: Ova značajna zavjetna kapela iz 15. stoljeća ima povijesnu i simboličku vrijednost jer predstavlja važnu duhovnu točku regije. Povijesno je bila mjesto okupljanja lokalnog stanovništva u vrijeme bolesti i nesreća, dok danas ima potencijal postati ključni element kulturne ponude. Mogla bi se pretvoriti u memorijalni centar ili mjesto edukacije o podunavskim Švabama, s multimedijalnim prikazima povijesti i tradicije. Uz dodatne interpretacijske sadržaje, poput interaktivnih izložbi i vođenih tura, kapelica bi mogla postati atraktivna za šire publike i obrazovne grupe.

⁹ [Lokacija](#)

¹⁰ [Lokacija](#)



Edukacijsko-interpretacijski centar Matije Petra Katančića: Kroz projekt Priča o kulturnoj ostavštini Matije Petra Katančića u potpunosti je obnovljena zgrada stare škole koja je izgrađena davne 1859. godine i koja je postala Edukacijsko-interpretacijski centar pod nazivom Katančićev vremeplov.

Kroz nekoliko edukativnih soba, uz pomoć edukativnih postera te virtualne i proširene stvarnosti, posjetitelji mogu putovati kroz povijest od Rimske Panonije do Valpovštine u 18. stoljeću. U zgradi se učenicima osnovnih i srednjih škola na zanimljiv način može organizirati terenska nastava iz povijesti i hrvatskog jezika. Posebna zanimljivost Katančićevog vremeplova je rekonstruirana učionica iz 19. stoljeća u kojoj će učenici uz pomoć VR aplikacije ući u virtualni svijet i zajedno s Katančićem putovati od srednjeg vijeka do Valpova u 18. i 19. stoljeću te između ostalog doživjeti školovanje iz vizure tadašnjih učenika. U potkrovlju Edukacijsko-interpretacijskog centra nalazi se multifunkcionalni prostor za održavanje izložbi, kulturnih događanja i edukativnih radionica.

U Edukacijsko interpretacijskom centru, u mjesecu svibnju 2023. godine, s radom je započela prva suvenirnica grada Valpova. U suvenirnici se mogu kupiti suveniri s motivom grada Valpova te Matije Petra Katančića, najučenijeg Slavonca svoga vremena, rođenog Valpovčanina, književnika, znanstvenika i svećenika. U ponudi su dječji bodiji, kratke i dugačke majice, dugačke majice s kapuljačom kako za djecu, tako i za odrasle. Nude se keramičke i emajlirane šalice, moderni ruksaci te neizostavni magneti s valpovačkim motivima, a s vremenom, ponuda će biti još bogatija!

Memorijalni centar Matije Petra Katančića: Središnji dio projekta Priča o kulturnoj ostavštini Matije Petra Katančića je novoizgrađeni Memorijalni centar Matije Petra Katančića. U sklopu centra se posjetitelji mogu upoznati s Katančićem kao franjevcem i njegovim radom na prijevodu Biblije s kojim je u hrvatsku kulturnu povijest ušao kao prvi prevoditelj cjelovitog i objavljenog prijevoda Biblije na hrvatski jezik.

Posjetitelji u Memorijalnom centru mogu vidjeti pet originalnih svezaka Katančićevog prijevoda Biblije iz 1831. godine, a u multifunkcionalnoj predavaonici poslušati predavanja u sklopu kulturno-znanstvene manifestacije Dani Matije Petra Katančića koja je namijenjena svim zaljubljenicima u hrvatsku kulturnu povijest.

Kulturne institucije i očuvanje tradicije

Muzej Valpovštine¹¹ osnovalo je 1956. godine Društvo prijatelja starina Valpovo, a smješten je u valpovačkom dvorcu. Od početnih dviju, tijekom godina postav je Muzeja proširen na jedanaest prostorija. Zaljubljenici u povijest Valpovštine, većinom amateri, postavili su povijesnu, arheološku, lovačku, etnografsku, zoološko-geološku, vatrogasnu, zanatsku te zbirku zanatstva i umjetničkog obrta. Redovita muzejsko-galerijska djelatnost odvijala se do 1991. godine, kada su eksponati, zbog obnove dvorca, a nedugo zatim i neposredne ratne opasnosti, pohranjeni u depoe. Rat i njegove posljedice usporili su obnovu dvorca i ponovno stavljanje Muzeja u funkciju. Od siječnja 2006. godine ponovno je zaposlen kustos, a započela je i revizija muzejske građe. Taj obiman posao donio je nova, pomalo iznenađujuća, saznanja – popisano je više od 10 000

¹¹ Muzej Valpovštine – Turistička zajednica grada Valpova, <https://www.facebook.com/muzejvalpovstine>



inventarnih jedinica. Unatoč velikom broju predmeta, najveći i najvrjedniji eksponat je, svakako, srednjovjekovno-barokna cjelina valpovačkog dvorca.

HKUD „Valpovo 1905“¹², kulturno-umjetničko društvo koje njeguje tradicijsku glazbu i ples, radi na očuvanju tradicijskih umjetničkih vrijednosti, djeluje u nekoliko sekcija: starija i dječja folklorna sekcija, tamburaški orkestar, te ženska i muška vokalna skupina. U programu ovih sekcija trenutno se nalazi 20 koreografiranih spletova narodnih plesova i plesnih običaja iz svih krajeva naše domovine te impozantni broj narodnih pjesama i instrumentalnih skladbi. Za svoj rad i dostignuća na očuvanju folklorne baštine društvo je dobilo niz društvenih priznanja, kao i brojne pohvale folklornih stručnjaka.

Centar kulture “Matija Petar Katančić”¹³, pored dvorca Prandau-Normann, središte kulturno-društvenih događanja u Valpovu, gdje se predstavljaju kulturni i edukativni programi. Višenamjenska dvorana, kapaciteta 339 sjedećih mjesta na dvije galerije s pozornicom (dimenzija 14,00 x 10,00 m) namijenjena je za kino djelatnost, održavanje kazališnih predstava, koncerata, promocija, seminara i slično.

Prandauovo kazalište - Ovo povijesno zdanje, utemeljeno u prvoj polovici 19. stoljeća od strane baruna Gustava Prandaua, smatra se najstarijim kazalištem u Slavoniji. Kazalište je bilo aktivno u razdoblju barokne i kasnije klasicističke obnove kulturnog života regije, a korišteno je za izvođenje opera, koncerata i dramskih predstava. Njegova jedinstvenost leži u originalnom drvenom interijeru i povezanosti s aristokratskim kulturnim nasljeđem obitelji Prandau-Normann. Danas ima veliki potencijal za obnovu i ponovno aktiviranje kroz organizaciju kazališnih predstava, festivala, edukativnih programa te interpretaciju povijesti kazališta i lokalne kulture.

Konjušnice ergele Valpovo - Ovaj prostor ima bogatu povijest koja seže u 18. stoljeće, kada je Valpovo bilo poznato po uzgoju plemenitih pasmina konja, poput lipicanaca i hladnokrvnih konja, koji su se koristili u poljoprivredi i vojnim potrebama. Ergela je funkcionirala sve do početka 20. stoljeća, kada je prestala s radom zbog promjena u gospodarskim potrebama regije. Danas postoji potencijal za oživljavanje tradicije kroz razvoj konjičkog turizma, organizaciju manifestacija poput turnira u konjičkom sportu i radionica o amaterskom uzgoju konja. Uspostavljanje muzeja posvećenog povijesti konjaništva dodatno bi obogatilo turističku ponudu, a suradnja s lokalnim konjičkim klubovima omogućila bi redovna natjecanja i rekreativne programe za posjetitelje.

Arheološki lokaliteti u Valpovu i okolici nisu dovoljno istraženi niti adekvatno promovirani, što predstavlja veliki neiskorišteni potencijal za turizam. Ovi lokaliteti imaju značajan potencijal za privlačenje turista jer nude jedinstven uvid u povijest regije i mogu obogatiti turističku ponudu kroz edukativne i interaktivne sadržaje.:

Tradicijski obrti imaju veliki potencijal za turističku promociju:

- Izrada slavonskog nakita i veza: Organizacija radionica za turiste i prodaja suvenira u lokalnim trgovinama ili na manifestacijama.

¹² (1) HKUD "Valpovo 1905" Valpovo | Facebook, email: hkudvalpovo@gmail.com

¹³ Grad Valpovo - Centar kulture “Matija Petar Katančić” Valpovo



- **Drvodjelstvo u Zelčinu:** Osnivanje centra za demonstraciju i edukaciju o tradicionalnim tehnikama obrade drva, s fokusom na održavanje radionica i stvaranje unikatnih proizvoda za turiste. Ove aktivnosti mogle bi se povezati s lokalnim manifestacijama poput "Ljeta valpovačkog" kako bi se dodatno promovirala kulturna baština regije.

Vjerska događanja igraju značajnu ulogu u turističkom razvoju Valpova, povezujući duhovne, kulturne i gastronomske elemente:

- **Hodočašće sv. Roku:** Organizacija dodatnih programa, poput glazbenih događanja i sajмова lokalnih proizvoda, može povećati broj posjetitelja.
- **Advent u Valpovu:** Ovaj događaj ima potencijal za uključivanje vjerskih motiva, radionica za izradu ukrasa i organizaciju vođenih tura po povijesnim i sakralnim znamenitostima. Suradnja s crkvama i lokalnim zajednicama ključna je za promociju ovih događaja.

Prirodni resursi i parkovi prirode

Priroda i okoliš čine temelj svakog održivog turističkog razvoja, pružajući autentične doživljaje koji privlače posjetitelje i stvaraju nezaboravne uspomene. Raznolikost prirodnih krajobrazu i bogatstvo biološke raznolikosti uvelike određuju atraktivnost turističkih destinacija, čineći okoliš neizostavnom pretpostavkom za razvoj brojnih oblika turizma. Suvremeni turist sve češće traži destinacije koje nude sklad između očuvane prirode i autentičnih lokalnih iskustava, čime okoliš postaje ključan resurs za konkurentnost turističke ponude. Održivo upravljanje prirodnim resursima nije samo odgovornost, već i prilika za turistički sektor da ponudi jedinstvena iskustva usklađena s globalnim trendovima ekološke svijesti.

Perivoj uz valpovački dvorac¹⁴ - Valpovački perivoj jedan je od najvrjednijih povijesnih perivoja kontinentalne Hrvatske. Nastao je kao parkovni prostor dvorca s kojim čini jedinstvenu i nedjeljivu cjelinu. Početkom 19. stoljeća dio nekadašnje barokne park-šume i lovišta Zvjerinjak preoblikovan je u prostrani pejzažni perivoj koji se na oko 25 ha ljevkasto širi od dvorca prema jugu. Ta barokna park-šuma i lovište Zvjerinjak sa zvjezdastim raskrižjem, čiji se tragovi i danas naziru, jedinstveni je spomenik barokne parkovne arhitekture u Hrvatskoj. Dokaz je da su u ovom dijelu Hrvatske u 18. stoljeću postojali lovački parkovi sa zvjezdastim baroknim predloškom, uobičajenim u europskim baroknim vrtovima 17. i 18. stoljeća. Valpovačka «zvijezda» baroknog perivoja čak je starija od one oblikovane 1787. godine u zagrebačkom perivoju Maksimir. Vrijednost valpovačkog perivoja očituje se u očuvanosti izvornog tipa engleskih pejzažnih perivoja, što je u parkovnom naslijeđu Hrvatske rijetkost. Proglašen je hortikulturnim spomenikom prirodne i vrtne arhitekture.

Osim Valpovačkog baroknog perivoja, Valpovo ima nekoliko prirodnih atrakcija koje mogu privući različite vrste posjetitelja:

- **Rijeka Drava:** Ova rijeka pruža mogućnosti za sportske aktivnosti poput kajakinga, promatranja ptica i ribolova, što je idealno za ljubitelje prirode. Osim toga, u neposrednoj blizini Drave nalazi se vikend naselje Labov u Nardu. Ovo naselje, iako izvorno divlje, ima potencijal za organizaciju raznih događanja uz samo korito Drave. Predlaže se razvoj

¹⁴ [Lokacija](#)



aktivnosti poput kajakaških utrka, festivala na otvorenom, te demonstracija tradicionalnih ribarskih tehnika. Ove aktivnosti mogle bi privući posjetitelje i dodatno valorizirati prirodne ljepote rijeke Drave.

- **Močvarna staništa:** Močvarni dio poznat kao Topolje, uz rijeku Dravu, nudi jedinstvenu priliku za organizaciju edukativnih programa za škole i ture za ljubitelje biologije. Ovo područje, poznato po svojoj bogatoj flori i fauni, također predstavlja izazovno lovište koje bi moglo privući entuzijaste za prirodu i sport. Događanja poput promatranja ptica, demonstracija tradicionalnih metoda ribolova i vođenih ture s lokalnim vodičima mogla bi dodatno obogatiti turističku ponudu ovog lokaliteta.
- **Dravska biciklistička ruta:** Ova ruta već privlači bicikliste, ali potrebno je dodati odmorišta, vidikovce i informativne ploče kako bi iskustvo bilo cjelovitije.
- **Park-šuma Zvjerinjak:** Edukativni programi, staze za promatranje prirode i interpretacijski centar mogli bi dodatno unaprijediti atraktivnost ovog lokaliteta. **Rijeka**
- **Karašica:** Ovo područje ima potencijal za uređenje šetnica, mjesta za piknike i rekreacijske zone uz obalu.
- **Biciklističke i pješačke staze:** Razvoj tematskih staza koje povezuju prirodne i kulturne atrakcije Valpova i okolice.
- **Poljoprivredni krajolici:** Kroz tematske ture i edukativne programe o tradicionalnoj poljoprivredi, ovi prostori mogu postati zanimljivi turistima koji traže autentična iskustva.

Kako bi se navedeno stavilo u značajniju turističku funkciju, planovi za održivo upravljanje trebali bi obuhvatiti:

- Postavljanje edukativnih ploča i karata kako bi posjetitelji bolje razumjeli važnost očuvanja prirode. Primjeri uspješnih praksi uključuju interpretacijske staze u Parku prirode Kopački rit, koje posjetiteljima pružaju interaktivna iskustva i poticanje svijesti o ekosustavima. Još jedan pozitivan primjer je Nacionalni park Plitvička jezera, gdje informativne ploče kombinirane s digitalnim vodičima omogućuju edukaciju i zabavu posjetitelja.
- Uvođenje sustava za upravljanje otpadom na prirodnim lokacijama kako bi se osigurala čistoća. Primjer uspješne prakse je implementacija sustava selektivnog prikupljanja otpada u Parku prirode Kopački rit, gdje su postavljene posebno označene kante za recikliranje na ključnim točkama, uz informativne ploče koje educiraju posjetitelje o važnosti očuvanja okoliša.
- Instalacija solarnih punionica za električne bicikle, što bi potaknulo ekološki prihvatljive oblike prijevoza. Pozitivan primjer dolazi iz Nacionalnog parka Krka, gdje su solarne punionice postavljene uz glavne biciklističke rute, što je povećalo interes za biciklistički turizam i smanjilo ugljični otisak posjetitelja.



MANIFESTACIJE I DOGAĐANJA

U Valpovu se tijekom godine održavaju brojne tradicionalne , tradicijske, eno-gastro, sportske i zabavne manifestacije:

Dječji gradski karneval¹⁵, tradicionalna, zabavna manifestacija koja se održava u razdoblju prije korizme, a uključuje maskiranu i kostimiranu povorku te predstavljanje i proglašenje najboljih maski uz zabavan glazbeni program. Cilj je potaknuti sudionike na kreativno izražavanje. Vrijeme održavanja: veljača.

Uskrs u Valpovu¹⁶, Manifestacija s tradicionalnim uskrsnim sajmom etno i eko proizvoda uz brojne prigodne programe za djecu i mlade s ciljem obilježavanja hrvatskog blagdana, poticanja kreativnog izražavanja djece, promocija eko i etno proizvoda lokalnih obiteljskih gospodarstvenika. Vrijeme održavanja: U tjednu prije Uskrsa.

Ljeto valpovačko¹⁷, održava se u lipnju, najveća i najdugovječnija manifestacija u Valpovu i okolici već više od 50 godina, smotra amaterskog kulturnog stvaralaštva, kontinuirano njeguje tradicijsku kulturu te potiče kulturno stvaralaštvo s ciljem promocije izvornih slavonskih običaja i tradicije. Posljednja nedjelja u lipnju je centralni dan Ljeta valpovačkog gdje u poslijepodnevnom satima, kroz središte grada Valpova, prolazi svečana povorka folklornih skupina i šokačkih zaprega sve do dvorca Prandau-Normann gdje na Smotri folklora folklorne skupine predstavljaju svoje autentične narodne nošnje, izvorne plesove i pjesme. Uz bogatstvo folklornih tradicija, tu su i neizostavne promocije eko i etno proizvoda, Vašar Ljeta valpovačkog, koncert zatvaranja Ljeta valpovačkog te natjecanje jahača u brzini i spretnosti.

Advent u Valpovu¹⁸, s mnoštvom glazbenih nastupa na raznim gradskim lokacijama, adventskim sajmom, brojnim prigodnim predstavama i priredbama, izložbama, gastro događanjima, sportskim turnirima, uprizorenjem živih jaslca, nagradnim igrama i dočekom nove godine. Vrijeme održavanja: prosinac.

Dani Matije Petra Katančića¹⁹, kulturno-znanstvena manifestacija koja obuhvaća stručne radionice i predavanja o Matiji Petru Katančiću i tematici kojom se Katančić bavio. Glavni su ciljevi radionica prikupljanje, digitaliziranje i prevođenje povijesne građe ovog osebujnog Valpovčanina. U sklopu Katančićevih dana, održava se sajam knjiga, promocije knjiga i književne večeri uz koncerte klasične glazbe. Vrijeme održavanja: početak listopada.

¹⁵ [DJEČJI GRADSKI KARNEVAL – Turistička zajednica grada Valpova](#)

¹⁶ [USKRS U VALPOVU – Turistička zajednica grada Valpova](#)

¹⁷ [LJETO VALPOVAČKO – Turistička zajednica grada Valpova](#)

¹⁸ [ADVENT U VALPOVU – Turistička zajednica grada Valpova](#)

¹⁹ [DANI MATIJE PETRA KATANČIĆA – Turistička zajednica grada Valpova](#)



Matijafest²⁰, kulturno-edukativni festival namijenjen djeci predškolske i školske dobi u sklopu kojeg se djeca kroz razne edukativne sadržaje upoznaju s ostavštinom Matije Petra Katančića, najučenijeg Slavonca svojega vremena, rođenog Valpovčanina. Cilj je prezentirati javnosti djelo i rad M.P. Katančića te kroz radionice izrade suvenira potaknuti sudionike na kreativno izražavanje. Vrijeme održavanja: svibanj.

Festival sira i vina²¹, u dvorištu dvorca Prandau-Normann, eno-gastro festival koji uključuje promociju, prezentaciju i degustaciju vrhunskih proizvoda lokalnih/regionalnih sirara i vinara s ciljem što uspješnije promocije i plasmana proizvoda na tržište te promocija najznačajnijeg valpovačkog lokaliteta, dvorca Prandau-Normann. Organizator: Turistička zajednica Grada Valpova i Udruga Karašička republika. Vrijeme održavanja: svibanj.

Fišijada Nard²², u valpovačkom prigradskom naselju Nard, najstarija je Fišijada u Hrvatskoj, koja je ujedno i polufinalno državno natjecanje u spravljanju vrhunske slavonske delicije – ribljeg paprikaša. Fišijada u Nardu slovi za najstarije natjecanje ovog tipa u Hrvatskoj te je kao takva prepoznata i od strane TZ Osječko-baranjske županije i po prvi puta 2019. godine dobiva predznak polufinalnog državnog natjecanja. Grad Valpovo i prigradska naselja imaju zavidan broj finalista i državnih prvaka u svojim redovima što govori da ovakvu tradiciju vrijedi čuvati i sukladno tome pokušati postići najviši mogući nivo organizacije samog događaja. Uz gastro događanje, odvija se i zabavni program, tombola i glazbeni nastupi tamburaških sastava. Cilj Fišijade je privlačenje što većeg broja tuzemnih i inozemnih posjetitelja i natjecatelja u grad Valpovo/prigradsko naselje Nard, promocija Valpova/Narda kao poželjne turističke destinacije, promocija rijeke Drave, društveni i gospodarski razvoj destinacije, promocija gastro delikatese – ribljeg paprikaša uz mnoge druge specijalitete od riječne ribe poput šarana na rašljama, pohane potkove od šarana s prilogom i brojne druge. Vrijeme održavanja: posljednja subota u kolovozu.

Reunited festival²³, dvodnevni glazbeni program s eminentnim imenima hrvatske hip-hop, dub i elektronske glazbene scene, uz razne edukativne radionice i izložbe. Vrijeme održavanja: srpanj.

Rock'a'raj festival, glazbeni rock festival koji okuplja eminentna imena hrvatske rock glazbene scene, uz prikladne prateće sadržaje; unutar i oko zidina valpovačkog dvora. Vrijeme održavanja: srpanj.

Valpovo Craft beer festival²⁴, u dvorištu valpovačkog dvorca, dvodnevna manifestacija koja uključuje prezentaciju i degustaciju sve prisutnijih i sve popularnijih craft piva u Hrvatskoj. Uključuje brojne lokalne i regionalne craft pivare, uz vrhunsku gastro ponudu i glazbeni program. Cilj je promovirati lokalne i regionalne craft pivare te destinacijski lokalitet, dvorac Prandau-Normann u Valpovu. Vrijeme održavanja: rujan.

²⁰ [MATIJAFEST – Turistička zajednica grada Valpova](#)

²¹ [FESTIVAL SIRA I VINA – Turistička zajednica grada Valpova](#)

²² [FIŠIJADA NARD – polufinalno državno natjecanje u kuhanju ribljeg paprikaša – Turistička zajednica grada Valpova](#)

²³ [REUNITED FESTIVAL – Turistička zajednica grada Valpova](#)

²⁴ [CRAFT BEER FESTIVAL – Turistička zajednica grada Valpova](#)



Valpovačka staza zdravlja²⁵, manifestacija na području Grada Valpova kojoj je cilj potaknuti osobe starije dobi na zdrav život, bavljenje različitim aktivnostima kroz vježbe relaksacije i razna pedagoška i psihološka predavanja, mjerenje šećera u krvi i krvnog tlaka te kako se pravilno hraniti gdje se okupljaju razni proizvođači zdravih namirnica. Jednodnevni program se zaključuje prigodnim koncertom te darivanjem bračnih parova koji slave zlatni pir. Vrijeme održavanja: kraj rujna ili početak listopada.

Međunarodni dan rijeke Karašice²⁶, proljetno – ljetno događanje uz samu obalu rijeke Karašice s raznim aktivnostima kao što su Kara*Ran preko rijeke Karašice, foto natječaji, čišćenje rijeke te druženje uz karaburgere i dobru akustičnu glazbu. „Fora“ je u činjenici da rječica Karašica protiče tek nekoliko desetaka kilometara kroz Slavoniju te se nedaleko Valpova ulijeva u Dravu, a u drugim krajevima regije postoje također rijeke istoga imena.

Fašnička Karašička republika, najpoznatija manifestacija organizatora, udruge „Karašička Republika“. U vrijeme Fašnika/Poklada/Maškara na području spojenih gradića Valpova i Belišća organizira se popularna Maškara Treškara te spaljivanje velikog Fašnika koji svake godine ima neku novu simboliku.

JAVNA TURISTIČKA INFRASTRUKTURA

Pravilnikom o javnoj turističkoj infrastrukturi („Narodne novine“ broj 136/21.) definiran je pojam javne turističke infrastrukture. To je turistička infrastruktura u javnom vlasništvu koja je dijelom ili cijele godine u funkciji turizma te je dostupna svima pod jednakim uvjetima sukladno njezinoj prirodi i namjeni. Dijeli se na primarnu i sekundarnu.

Primarna javna turistička infrastruktura

Primarna javna turistička infrastruktura predstavlja temeljni okvir za razvoj konkurentnog i održivog turizma, osiguravajući osnovne preduvjete za nesmetano odvijanje turističkih aktivnosti u destinaciji. Njezina adekvatna razvijenost i održavanje nisu samo preduvjet za zadovoljstvo posjetitelja već i za kvalitetu života lokalnog stanovništva, čime predstavlja most između turističkih potreba i održivog razvoja zajednice. Ulaganja u primarnu javnu turističku infrastrukturu često zahtijevaju značajna financijska sredstva i dugoročno planiranje, ali donose višestruke koristi kroz povećanje atraktivnosti destinacije, produljenje turističke sezone i ravnomjerniju distribuciju turističkih tokova.

1. Objekti kulturno-povijesne baštine

- Dvorac Prandau-Normann
 - Status: Zaštićeni spomenik kulture
 - Namjena: Muzej Valpovštine
 - Dostupnost: Cjelogodišnja
 - Stanje: Potrebna dodatna ulaganja
- Kapelica sv. Roka
 - Status: Sakralni objekt

²⁵ [VALPOVAČKA STAZA ZDRAVLJA – Turistička zajednica grada Valpova](#)

²⁶ Organizator: [Početna | Karašička Republika](#)



- Dostupnost: Ograničena
- Stanje: Dobro održavana

2. Sportsko-rekreativni objekti

- Gradski stadion
 - Kapacitet: 1000 gledatelja
 - Namjena: Sport i rekreacija
 - Dostupnost: Prema rasporedu
- Gradska dvorana
 - Namjena: Višenamjenska
 - Dostupnost: Prema rasporedu
 - Stanje: Zadovoljavajuće

3. Javne zelene površine

- Perivoj dvorca
 - Površina: 25 hektara
 - Status: Zaštićeni spomenik parkovne arhitekture
 - Dostupnost: 24/7
 - Sadržaji: Šetnice, klupe, rasvjeta
- Gradski park
 - Namjena: Rekreacija i odmor
 - Dostupnost: 24/7
 - Sadržaji: Dječje igralište, odmor

4. Autobusni kolodvori

- AK Valpovo, Arriva Hrvatska, Ul. Dore Pejačević 9, Valpovo, web: <https://www.arriva.com.hr>, tel. 031 651 185, vozni red info tel: 060 353 353

Sekundarna javna turistička infrastruktura

Sekundarna turistička infrastruktura nadograđuje se na primarnu osnovu i obuhvaća sadržaje koji direktno obogaćuju turistički doživljaj i povećavaju atraktivnost destinacije. Kvalitetna sekundarna infrastruktura ključna je za produljenje boravka gostiju u destinaciji, povećanje turističke potrošnje i stvaranje jedinstvenog identiteta destinacije koji je prepoznatljiv na turističkom tržištu.

1. Turistička signalizacija

- Smeđa signalizacija
- Info ploče
- Interpretacijske ploče
- Stanje: Potrebno osvježavanje

2. Gradska parkirališta

- Kapacitet: Zadovoljavajući



- Naplata: Djelomična
- Dostupnost: 24/7

3. Javni sanitarni objekti

- Lokacije: Centar grada
- Stanje: Potrebna modernizacija
- Dostupnost: Ograničena

4. Biciklističke staze

- Duljina: Povezane s regionalnim rutama
- Stanje: Potrebno unapređenje
- Signalizacija: Djelomična

Preporuke za unapređenje

U nastavku je prijedlog mjera za unapređenje javne turističke infrastrukture:

1. Kratkoročne mjere

- Obnova turističke signalizacije
- Unapređenje sanitarnih objekata
- Poboljšanje pristupačnosti
- Digitalizacija informacija

2. Srednjoročne mjere

- Revitalizacija dvorca
- Proširenje biciklističkih staza
- Modernizacija sportskih objekata
- Razvoj interpretacijskih centara

3. Dugoročne mjere

- Razvoj novih atrakcija
- Integracija smart tehnologija
- Stvaranje tematskih ruta
- Povezivanje s regionalnom infrastrukturom



Ove mjere podrazumijevaju zadovoljenje sljedećih razvojnih potreba:

1. Infrastrukturne

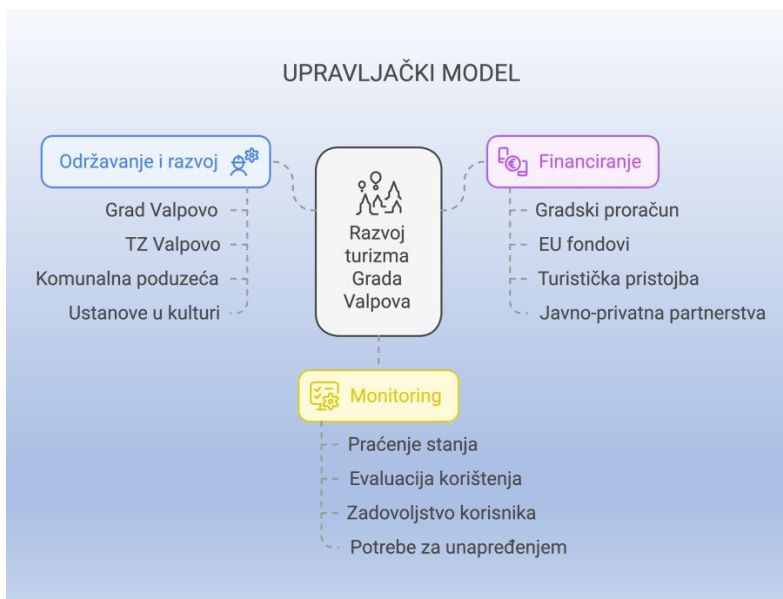
- Obnova postojećih objekata
- Razvoj novih sadržaja
- Pобољшanje pristupačnosti
- Energetska učinkovitost

2. Upravljačke

- Koordinacija dionika
- Planiranje održavanja
- Razvoj novih programa
- Edukacija osoblja

3. Promotivne

- Digitalna prezentacija
- Integrirana interpretacija
- Marketing aktivnosti
- Brendiranje destinacije





KOMUNALNA INFRASTRUKTURA

Komunalna infrastruktura predstavlja temeljni preduvjet za razvoj turizma i unapređenje kvalitete života lokalnog stanovništva. Funkcionalan sustav opskrbe energijom, učinkovito gospodarenje otpadom, dostupnost čiste vode te moderna telekomunikacijska mreža omogućuju stvaranje uvjeta za privlačenje investicija i posjetitelja. Osim što doprinosi ekonomskoj održivosti, dobro razvijena infrastruktura osigurava očuvanje okoliša i prirodnih resursa, što je ključno za dugoročnu konkurentnost turističkih destinacija poput Valpova.

Energetska infrastruktura

Energetska infrastruktura predstavlja temeljni preduvjet za razvoj suvremenog turizma i funkcionalnost turističke destinacije. Pouzdana i održiva opskrba energijom ključna je za:

- Kvalitetu turističke usluge:
 - Rad smještajnih kapaciteta
 - Funkcioniranje ugostiteljskih objekata
 - Održavanje klimatizacije
 - Rasvjetu javnih površina
 - Rad turističkih atrakcija
- Održivi razvoj destinacije:
 - Smanjenje ekološkog otiska
 - Energetska učinkovitost
 - Korištenje obnovljivih izvora
 - Smart city rješenja

Energetska infrastruktura Valpova trenutno raspolaže sljedećim resursima:

Elektroenergetska mreža

- Operator: HEP ODS
- Pokrivenost: 100% gradskog područja
- Naponske razine: 35 kV, 10 kV, 0,4 kV
- Transformatorske stanice: TS 35/10 kV Valpovo, mreža lokalnih TS 10/0,4 kV
- Stanje mreže: modernizirana mreža, mogućnost proširenja kapaciteta
- Stabilnost mreže: stabilna opskrba, redovno održavanje

Plinska infrastruktura

- Operator: HEP Plin
- Pokrivenost: 90% gradskog područja
- Tip mreže: Srednjetlačna i niskotlačna
- Kapacitet: Zadovoljavajući za trenutne potrebe



Obnovljivi izvori energije

- Solarne elektrane na javnim objektima
- Individualni solarni sustavi
- Potencijal za biomasu
- Geotermalni potencijal

Javna rasvjeta

- LED tehnologija u centru
- Postupna modernizacija
- Pametno upravljanje
- Energetska učinkovitost

Energetska infrastruktura kao element razvoja turizma

➤ Prednosti:

- Pouzdana opskrba energijom
- Dostatni kapaciteti
- Mogućnost proširenja
- Ekološka osviještenost

➤ Izazovi:

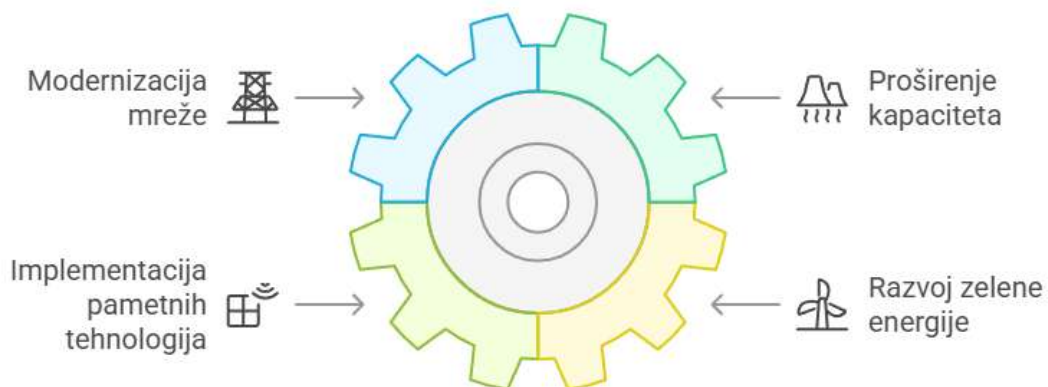
- Potreba za modernizacijom
- Sezonska opterećenja
- Energetska učinkovitost
- Troškovi održavanja

Preporuke za unapređenje

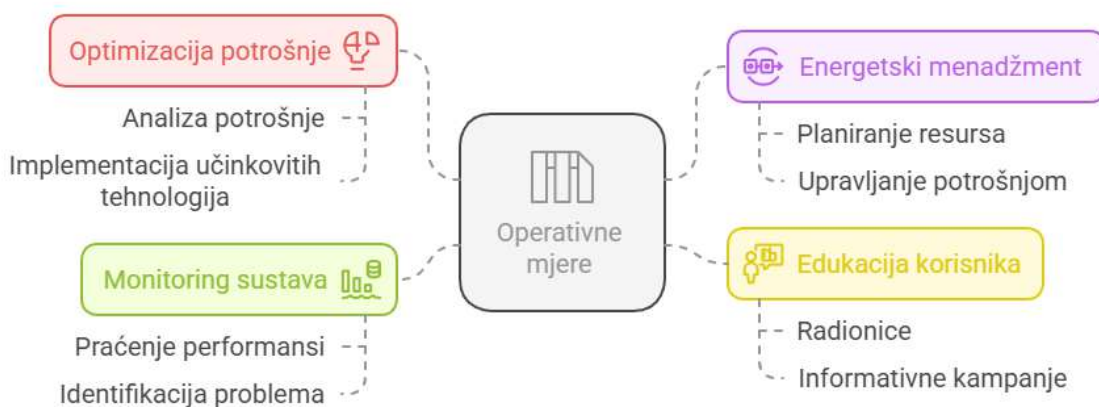
Valpovo ima stabilnu energetska infrastrukturu koja može podržati trenutni turistički razvoj, ali su potrebna dodatna ulaganja za: modernizaciju sustava, povećanje energetske učinkovitosti, implementaciju zelenih tehnologija i razvoj pametnih rješenja. U području poboljšanja energetske infrastrukture daju se preporuke za provedbu sljedećih mjera:



Ključne strategije za poboljšanje energetske infrastrukture



Operativne mjere za poboljšanje energetske infrastrukture



Vremenski rok za provedbu mjera:

➤ **Kratkoročne mjere:**

- Modernizacija postojeće mreže
- Proširenje LED rasvjete
- Implementacija pametnih brojala
- Poboljšanje energetske učinkovitosti

➤ **Dugoročne mjere:**

- Razvoj smart grid sustava
- Povećanje udjela OIE
- Digitalizacija sustava
- Implementacija zelenih tehnologija



Projekti

Grad Valpovo kontinuirano razvija svoju energetska infrastrukturu kroz projekte poput energetske obnove javnih zgrada i zamjene postojeće rasvjete energetski učinkovitim LED sustavima. Ključni projekti za 2025. godinu uključuju:

- Postavljanje LED rasvjete, s planiranom vrijednošću od 154.000 EUR, financirano iz nenamjenskih primitaka zaduživanja.
- Energetska obnova srednje škole i gradske sportske dvorane, s procijenjenim troškom projektiranja od 35.000 EUR.

Uvažavajući smjernice održivog razvoja: povećanje energetske učinkovitosti, smanjenje emisija CO₂, korištenje zelenih tehnologija, edukacija o održivom razvoju, Valpovo će nastojati investirati i u područja: modernizacije transformatorskih stanica, projekte obnovljivih izvora energije i razvoj smart city rješenja. Pritom računa na korištenje više izvora financiranja: EU fondove, nacionalne programe, lokalni proračun i javno-privatna partnerstva.

Telekomunikacijska infrastruktura

U eri digitalne transformacije, telekomunikacijska infrastruktura i dostupnost interneta predstavljaju ključne faktore konkurentnosti turističke destinacije. Suvremeni turisti očekuju kontinuiranu povezanost i pristup digitalnim uslugama tijekom cijelog putovanja, od planiranja do povratka kući. Kvalitetne telekomunikacijske infrastrukture odražava se kroz:

- Pred-putovanje:
 - Online istraživanje destinacije
 - Rezervacije smještaja i usluga
 - Planiranje aktivnosti
 - Komunikacija s pružateljima usluga
- Tijekom boravka:
 - Navigacija kroz destinaciju
 - Pristup informacijama u realnom vremenu
 - Dijeljenje iskustava na društvenim mrežama
 - Rad na daljinu (digitalni nomadi)
 - Pristup streaming servisima
 - Online plaćanja
- Post-putovanje:
 - Dijeljenje recenzija
 - Online preporuke
 - Održavanje veze s destinacijom

Telekomunikacijska infrastruktura Valpova trenutno raspolaže sljedećim resursima:

- Fiksna telekomunikacijska mreža



- Glavni operateri: Hrvatski Telekom, A1
- Pokrivenost: gradsko područje 100%, prigradska naselja 95%
- Tehnologije: optička mreža (FTTH), bakrena infrastruktura (ADSL/VDSL)

➤ Mobilna mreža

- Dostupni operateri: HT, A1, Telemach
- Pokrivenost signalom: 4G: 98% područja, 5G: u razvoju
- Kvaliteta signala: urbano područje: izvrsna, ruralno područje: dobra

➤ Internet infrastruktura

- Javno dostupni Internet: WiFi hot spots u centru grada, besplatni WiFi u gradskoj knjižnici, WiFi u ugostiteljskim objektima, pokrivenost gradskog parka
- Brzine fiksnog interneta: gradsko područje do 200 Mbps, rubni dijelovi 30-50 Mbps
- Brzine mobilnog interneta: 4G prosječno 50 Mbps, 5G u implementaciji

Valpovo ima solidnu telekomunikacijsku infrastrukturu, ali su potrebna dodatna ulaganja za dostizanje standarda vodećih turističkih destinacija i zadovoljavanje rastućih potreba suvremenih turista. Poboljšanje telekomunikacijske infrastrukture stvara mogućnost razvoja smart turizma, bolju promociju destinacije, unapređenje turističkog doživljaja i privlačenje digitalnih nomada.

Za naredni period daju se sljedeće preporuke za unapređenje sustava:

➤ Infrastruktura

- Modernizacija postojeće infrastrukture
- Povećanje brzine interneta postojećih veza
- Pokrivanje WiFi zona u turističkim područjima
- Implementacija 5G tehnologije
- Izgradnja IoT sustava

➤ Servisi

- Edukacija turističkih djelatnika
- Digitalizacija turističkih informacija
- Izgradnja digitalne turističke platforme
- Razvoj digitalnih turističkih servisa
- Razvoj smart city rješenja
- Unapređenje cyber sigurnosti



Preporuke za unapređenje sustava



Vodoopskrba i odvodnja

Kvalitetna vodoopskrba i učinkovit sustav odvodnje predstavljaju temeljnu infrastrukturnu osnovu za razvoj turizma svake destinacije. Ovi sustavi nisu samo tehnički preduvjet funkcioniranja turističkih kapaciteta, već direktno utječu na kvalitetu turističke ponude, zadovoljstvo gostiju i ukupnu konkurentnost destinacije.

Pouzdana vodoopskrba podrazumijeva: kontinuiranu dostupnost pitke vode, mogućnost razvoja ugostiteljskih sadržaja, održavanje higijenskih standarda, razvoj dodatnih turističkih sadržaja (bazeni, wellness), sigurnost boravka gostiju.

Učinkovita odvodnja omogućuje: zaštitu okoliša i prirodnih resursa, održavanje javno-zdravstvenih standarda, prevenciju negativnih utjecaja na turističku atraktivnost i dugoročnu održivost destinacije

Sustav vodoopskrbe i odvodnje Valpova trenutno karakterizira sljedeće:

- Sustav vodoopskrbe:
 - Operator: Dvorac d.o.o. Valpovo
 - Pokrivenost: 98% gradskog područja
 - Izvori vode: crpilište Jarčevac, regionalni vodovod
 - Kvaliteta vode: Zadovoljava EU standarde
 - Kapacitet sustava: Dovoljan za trenutne potrebe
- Sustav odvodnje



- Mješoviti kanalizacijski sustav
- Pokrivenost: 85% gradskog područja
- Uređaj za pročišćavanje otpadnih voda
- Recipijent: rijeka Drava

Analiza sustava vodoopskrbe i odvodnje pokazuje da Valpovo ima solidnu osnovu vodoopskrbe i odvodnje za trenutni turistički razvoj, ali su potrebna dodatna ulaganja za podizanje kvalitete i kapaciteta sustava u skladu s planiranim turističkim razvojem. U kontekstu razvoja turizma i turističke infrastrukture bitno je da postoji dovoljan kapacitete za turističke objekte s mogućnošću priključenja novih kapaciteta, te da je kvaliteta vode pogodna za ugostiteljstvo i podložna redovitim kontrolama kvalitete. Ono što predstavlja izazov vezano je uz starost dijela infrastrukture i potrebu modernizacije sustava (vodovodna mreža, proširenje kanalizacijskog sustava, unapređenje sustava pročišćavanja), kao i implementacija smart sustava upravljanja i pokrivanje sezonskih varijacija u potrošnji.

Investicijski prioriteti odnose se na:

- Rekonstrukciju starih cjevovoda
- Proširenje mreže u turističkim zonama
- Modernizaciju sustava upravljanja
- Povećanje kapaciteta pročišćavanja

Pritom se računa na korištenje više izvora financiranja: EU fondove, lokalni proračun, javno-privatna partnerstva i namjenska sredstva za turizam.

Za naredno razdoblje daju se sljedeće preporuke za unapređenje sustava:



U dijelu nadzora i evaluacije preporučuje se i nadalje:

- Redovita kontrola kvalitete vode
- Praćenje potrošnje
- Evaluacija zadovoljstva korisnika
- Procjena utjecaja na okoliš

Gospodarenje otpadom

Učinkovito gospodarenje otpadom predstavlja jedan od ključnih faktora održivog razvoja turističke destinacije i značajno utječe na njezinu konkurentnost na turističkom tržištu. U



suvremenom turizmu, gdje ekološka osviještenost posjetitelja kontinuirano raste, kvalitetan sustav zbrinjavanja otpada nije samo komunalno pitanje već postaje bitan element turističke ponude i marker destinacijskog menadžmenta.

Turistička industrija generira značajne količine različitih vrsta otpada, od komunalnog do specifičnog otpada vezanog uz ugostiteljsku djelatnost. Sezonalnost turizma dodatno komplicira ovaj izazov, stvarajući periode intenzivnog pritiska na postojeću infrastrukturu za zbrinjavanje otpada. Destinacije koje nisu adekvatno riješile ovo pitanje suočavaju se s nizom negativnih posljedica:

- Narušavanje vizualnog identiteta destinacije
- Negativan utjecaj na zadovoljstvo posjetitelja
- Potencijalni zdravstveni i higijenski rizici
- Degradacija prirodnih resursa
- Pad konkurentnosti na turističkom tržištu

Suvremeni turisti, posebice oni iz razvijenih emitivnih tržišta, pokazuju visoku razinu ekološke svijesti i često svoje odluke o izboru destinacije temelje na percepciji njezine održivosti i ekološke odgovornosti. Učinkovito gospodarenje otpadom stoga postaje:

- Indikator kvalitete destinacijskog menadžmenta
- Element diferencijacije na turističkom tržištu
- Faktor u stvaranju pozitivnog imidža destinacije
- Preduvjet za razvoj održivog turizma
- Komponenta ukupnog turističkog doživljaja

U kontekstu razvoja turizma grada Valpova, implementacija suvremenog sustava gospodarenja otpadom predstavlja ne samo komunalnu nužnost već i stratešku priliku za pozicioniranje kao ekološki odgovorne destinacije. Takav pristup omogućuje:

- Razvoj selektivnih oblika turizma temeljenih na očuvanoj prirodi
- Privlačenje ekološki osviještenih segmenata turističkog tržišta
- Stvaranje dodane vrijednosti u turističkoj ponudi
- Dugoročno održivo upravljanje destinacijom
- Usklađivanje s europskim standardima održivog razvoja turizma

Stoga je nužno sustav gospodarenja otpadom promatrati kao integralni dio turističkog razvoja, a ne samo kao komunalnu djelatnost. Kvalitetno riješeno pitanje otpada postaje komparativna prednost u turističkom razvoju i jedan od temelja za stvaranje održive turističke destinacije. Sustav gospodarenja otpadom Valpova trenutno karakterizira sljedeće:

➤ Organizacija prikupljanja

- Glavni operater: Urbanizam d.o.o. Valpovo
- Područje djelovanja: grad Valpovo i prigradska naselja
- Učestalost odvoza: miješani komunalni otpad, jednom tjedno, reciklabilni otpad dva puta mjesečno, glomazni otpad: prema rasporedu/na poziv

➤ Infrastruktura



- Zeleni otoci za odvojeno prikupljanje
- Spremnici za: papir i karton, plastiku, staklo, metal, biootpad
- Reciklažno dvorište na lokaciji Valpovo

➤ Vrste otpada koje se prikupljaju

- Miješani komunalni otpad
- Biorazgradivi otpad
- Reciklabilni materijali
- Glomazni otpad
- Građevinski otpad
- Opasni otpad iz kućanstva

➤ Sustav naplate

- Model: prema volumenu spremnika
- Fiksni i varijabilni dio cijene
- Poticanje odvajanja otpada kroz cjenovnu politiku

Analiza prema vrstama otpada

Ukupna količina predanog otpada u Valpovu 2023. godine iznosila je 2.766,52 tone.

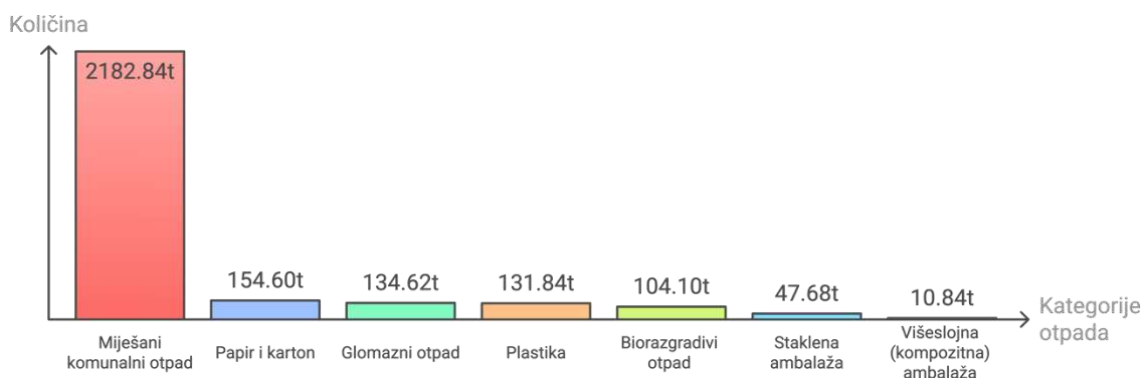
- Miješani komunalni otpad čini ukupno 2.182,84 tona , što čini oko 79% ukupnog predanog otpada. Vrhunac predaje zabilježen je u ljetnim mjesecima (lipanj-kolovoz), što je očekivano zbog većeg kretanja stanovništva, održavanja događanja i turističkih aktivnosti tijekom tog razdoblja.
- Papir i karton imaju značajan udio od ukupno 154,60 tona , što pokazuje dobru praksu izdvajanja i recikliranja papira. Primjetan je relativno ravnomjeran trend tijekom cijele godine, s nešto većim iznosima tijekom ljeta.
- Plastika je prikupljena u količini od 131,84 tone , što je također dobar pokazatelj ekološke osviještenosti građana u odvajanju otpada. Vrhunac prikupljanja plastike zabilježen je u lipnju (16,86 tona).
- Staklena ambalaža prikupljena je u ukupnoj količini od 47,68 tona , s iznimno visokim vrijednostima u prosincu (9,02 tone), što se može povezati s božićnim i novogodišnjim blagdanima kada je veća potrošnja pića u staklenoj ambalaži
- Biorazgradivi otpad (104,10 tona) pokazuje sezonski trend gdje se značajno veće količine bilježe u proljeće (svibanj – 42,76 tona). Ovaj trend povezan je s intenzivnijim vrtlarenjem i uređenjem okoliša.
- Glomazni otpad je tijekom godine ukupno prikupljen u količini od 134,62 tone , s vrhuncem u jesenskom mjesecu kolovoza (77,68 tona), što je povezano s periodičnim čišćenjem i uređenjem prostora, koje se očito najviše provodi krajem ljeta.
- Višeslojna (kompozitna) ambalaža ima najmanju količinu otpada od 10,84 tona , ali s prilično ravnomjernim raspodjelom tijekom godine, što ukazuje na konstantno i redovito korištenje odvajanja ove vrste otpada.



Tablica 6: Količina prikupljenog otpada u 2023. godini

KBO	Količine predanog otpada u 2023. godini (t)												Ukupno
	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studenj	prosinac	
Višeslojna (kompozitna) ambalaža	1,62	0,82	0,80	0,78	0,82	0,66	0,56	0,92	0,74	0,84	1,28	1,00	10,84
Staklena ambalaža	3,25	0,865	1,17	2,19	3,92	2,01	1,63		4,51	14,03	9,02	5,09	47,68
Papir i karton	11,14	11,62	9,52	11,52	12,14	11,80	10,16	17,62	15,88	15,54	14,06	13,60	154,60
Plastika	9,60	9,00	9,38	10,44	13,38	16,86	9,32	10,34	11,06	11,16	10,68	10,62	131,84
Biorazgradivi otpad									14,78	42,76	31,14	15,42	104,10
Miješani komun. otpad	159,86	149,74	174,78	183,22	222,58	221,46	203,76	212,96	176,44	168,38	157,96	151,70	2.182,84
Glomazni otpad		77,68		3,32	8,78	2,32	9,26	3,52	12,08	17,66			134,62
Ukupno	185,47	249,725	195,65	211,47	261,62	255,11	234,69	245,36	235,49	270,37	224,14	197,43	2.766,52

Slika 5: Količina otpada 2023. po kategoriji otpada

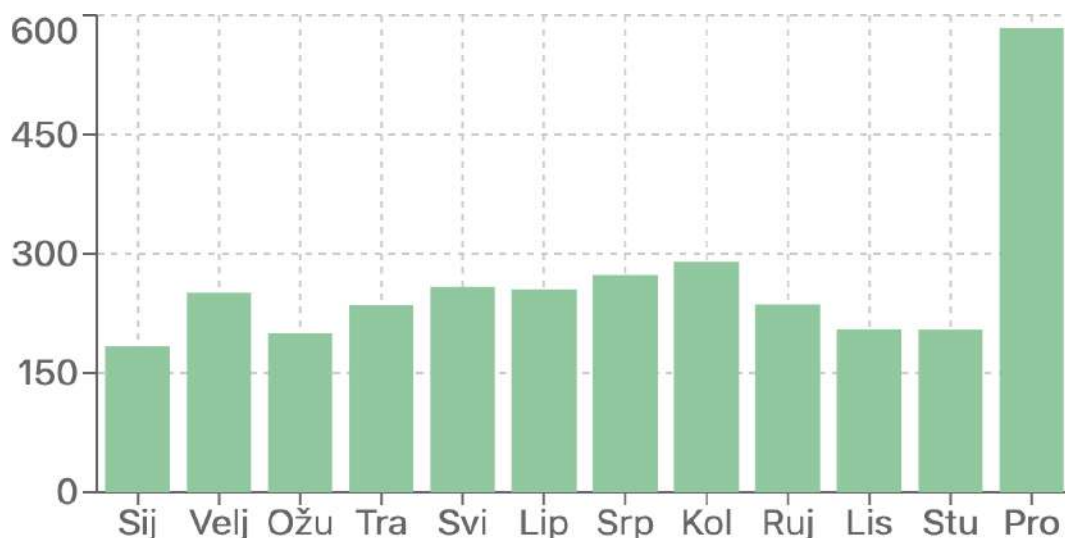


Analiza po mjesecima

Od 2.766,52 tona najviše otpada predano je u listopadu (270,37 tona), što je povezano s povećanim aktivnostima nakon ljeta i vjerojatno uređenjem okoliša prije zime.

Najmanja količina ukupnog otpada predana je u siječnju (185,47 tona), što je očekivano zbog manjeg intenziteta aktivnosti neposredno nakon blagdanskih razdoblja.

Slika 6: Količina otpada 2023. po mjesecima



Ocjena održivosti i preporuke za unapređenje

Ukupna godišnja količina otpada ukazuje na stabilan trend u odvajanju otpada, ali ga je potrebno dodatno djelovati prema smanjenju udjela miješanog komunalnog otpada. Podaci pokazuju da postoji dobra praksa odvajanja određenih kategorija otpada (papir, plastika, staklo). Međutim, dominacija miješanog komunalnog otpada ukazuje na potrebu daljnjeg obrazovanja građana te poticanja na još intenzivnije odvajanje otpada.

U kontekstu daljnjeg razvoja sustava gospodarenja otpadom koji je u funkciji turističkog razvoja i povećanja kvalitete života stanovnika i turista

održivog razvoja, kako lokalnog stanovništva, tako i posjetitelja turističke destinacije, grad Valpovo mogao bi dodatno razmotriti provođenje sljedećih mjera:

- Pojačane edukativne kampanje za građane usmjerene na pravilno odvajanje otpada, posebno biorazgradivog otpada koji ima potencijal za kompostiranje.
- Intenzivnije poticanje smanjenja nastanka miješanog komunalnog otpada kroz veće subvencioniranje aktivnosti poput kućnog kompostiranja i recikliranja.
- Unapređenje infrastrukture za gospodarenje otpadom, poput povećanja broja zelenih otoka i komunalnih reciklažnih dvorišta.

Pri planiranju razvoja sustava gospodarenja otpadom potrebno je riješiti infrastrukturne, operativne i financijske izazove i ograničenja:

- Infrastrukturni: potreba za modernizacijom voznog parka, ograničeni kapaciteti reciklažnog dvorišta, potreba za dodatnim zelenim otocima;
- Operativni: sezonske varijacije u količini otpada, potreba za edukacijom stanovništva, nepropisno odlaganje otpada;
- Financijski: troškovi održavanja sustava, investicije u novu opremu, usklađivanje s EU direktivama;

Za naredni period dane su sljedeće preporuke za unapređenje sustava gospodarenja otpadom:



PROMETNA INFRASTRUKTURA

Prometna infrastruktura Valpova značajno je utjecala na razvoj grada kroz povijest, oblikujući njegovu ekonomsku, društvenu i kulturnu strukturu.

Geoprometni položaj Valpova jedan je od njegovih najvećih aduta. Grad je izvrsno povezan mrežnom prometnicom, pri čemu državna cesta D34 koja povezuje Slatinu, Donji Miholjac i Josipovac, te D517 koja vodi prema Belom Manastiru i Osijeku, čine glavne prometne arterije. Blizina autoceste A5, dio važnog međunarodnog koridora Vc, dodatno povećava dostupnost grada, smještenog na samo 25 kilometara od ove važne prometnice. Prometnice su u većini slučajeva u solidnom stanju, ali bi modernizacija bila potrebna kako bi se povećala sigurnost i kapacitet za veće turističke tokove.

Željeznička povezanost ostvarena je prugom L208 koja povezuje Bizovac i Belišće, a blizina međunarodnog željezničkog koridora prema Budimpešti otvara mogućnosti za međunarodni željeznički promet. Međutim u ovom trenutku željeznička veza nije u funkciji putničkog prometa.

Relativna blizina Međunarodne zračne luke Osijek-Klisa, udaljena oko 45 kilometara cestovne udaljenosti, omogućuje dobru zračnu povezanost regije s drugim dijelovima Hrvatske i inozemstvom. Ova zračna luka nudi: nacionalne i međunarodne letove, važan ulaz za međunarodne turiste i povezanost s europskim destinacijama kroz sezonske linije.

Valpovo ima riječnu povezanost preko Drave što omogućuje plovnost za transport robe. Najbliža veća riječna luka je u Osijeku, koja omogućava povezivanje s međunarodnim riječnim prometom kroz Dunav. Moguće je korištenje rijeke u rekreativne svrhe, no riječna infrastruktura još uvijek predstavlja neiskorišten potencijal za razvoj rekreativnog turizma i povezivanje s riječnim turističkim rutama.

Rijeka Drava, međunarodne oznake E-80-08, dio je sustava međunarodnog vodnog puta Dunavom. Prema Pravilniku o razvrstavanju i otvaranju plovničkih putova na unutarnjim vodama ("Narodne novine" broj 77/11.) razvrstana je od rkm 0+000 do rkm 14+050 kao vodni put IV. klase, od rkm 14+050 do rkm 55+450 (Belišće) kao vodni put III. klase, a od rkm 55+450 do rkm 104 kao vodni put II. klase. Rijeka Drava koja je u ovom dijelu plovni put II. i III. klase, pruža mogućnosti za



razvoj različitih oblika riječnog turizma osobito tradiciju sportskog ribolova. Značaj za razvoj riječnog turizma na Dravi svakako ima Sportsko pristanište "Labov" Nard - rkm 43+230 .

Razvoj biciklističkih staza u Valpovu i okolici mogao bi unaprijediti alternativne oblike prijevoza za turiste.

Na području Valpova dostupni su javni parkirališni prostori u centru grada i kod ključnih turističkih atrakcija poput dvorca Prandau-Normann. Tijekom većih manifestacija, poput "Ljeta valpovačkog," parkirališta mogu biti preopterećena, što stvara potrebu za dodatnim kapacitetima. Potrebno je razmotriti razvoj modernih parking zona i implementaciju sustava naplate za turiste kako bi se povećala dostupnost i smanjila gužva.

Zaključno, Valpovo ima osnovnu prometnu infrastrukturu koja omogućuje dolazak posjetitelja, ali postoje značajne mogućnosti za unapređenje:

- Poboljšanje cestovne i biciklističke infrastrukture.
- Razvoj povezanosti s obližnjim željezničkim i riječnim prometom.
- Modernizacija i proširenje parkirališnih kapaciteta.
- Povećanje suradnje sa zračnom lukom Osijek za promociju dolazaka međunarodnih turista.

Ova poboljšanja osigurat će bolju prometnu dostupnost, što je ključno za jačanje turističke atraktivnosti destinacije.

ANALIZA PRISTUPAČNOSTI OSOBAMA S POSEBNIM POTREBAMA

Pristupačni turizam podrazumijeva prilagodbu turističkih proizvoda i usluga primjenom načela univerzalnosti i uključivosti na različite skupine turista: osobe s invaliditetom, starije i teže pokretne osobe, obitelji s malom djecom, osobe s posebnim zdravstvenim ili prehrambenim potrebama. Osobe s invaliditetom čine najmanje 15% ukupne svjetske populacije, odnosno 1,2 milijarde ljudi, a 30% ih redovito putuje. Takvi se turisti, ako su zadovoljni, vrlo često vraćaju na provjerena odredišta, u pravilu troše više zbog objektivnih okolnosti i gotovo uvijek putuju u pratnji barem jedne do dvije osobe. Često izbjegavaju velike gužve na vrhuncu sezone i time postaju još zanimljivija ciljana skupina.

Pristupačni turizam omogućuje jednake mogućnosti za sve posjetitelje, veću kvalitetu usluge, proširenje turističkog tržišta, produženje turističke sezone i pozitivan imidž destinacije.

Prilagođavanje infrastrukture, odnosno otklanjanje arhitektonskih barijera u prostoru, nije uvijek i svugdje moguće zbog specifičnosti povijesne arhitekture naselja, stoga je potrebno raditi na stjecanju osnovnih znanja o komunikaciji i usluživanju osoba s različitim vrstama invaliditeta.

Pristupačnost turističke destinacije predstavlja jedan od ključnih elemenata suvremenog turističkog razvoja i društvene odgovornosti. Osiguravanje pristupačnosti nije samo zakonska obveza, već i:

- Etička odgovornost prema svim posjetiteljima
- Pokazatelj kvalitete destinacijskog menadžmenta
- Faktor konkurentnosti na turističkom tržištu
- Potencijal za razvoj specifičnih tržišnih niša



- Indikator društvene osviještenosti destinacije

Analiza stanja pristupačnosti osobama s posebnim potrebama pokazuje sljedeće:

Javne površine i prometnice

Gradski trg i centar

- Djelomično prilagođene rampe
- Nedostatak taktilnih staza
- Potreba za boljim osvjetljenjem
- Ograničen broj prilagođenih parkirnih mjesta

Pješačke zone:

- Nejednaka pristupačnost
- Potreba za spuštanjem rubnika
- Nedostatak zvučne signalizacije
- Problemi s održavanjem pristupačnosti

Javni objekti

Gradska uprava:

- Pristupna rampa
- Prilagođen ulaz
- Potreba za prilagodbom sanitarnih čvorova
- Nedostatak taktilnih oznaka

Kulturne ustanove:

- Muzej: Djelomično pristupačan
- Knjižnica: Potrebna dodatna prilagodba
- Dvorac: Ograničena pristupačnost
- Potreba za dizalima i platformama

Turistička infrastruktura

Smještajni objekti:

- Ograničen broj prilagođenih soba
- Nedostatak specijalizirane opreme
- Potreba za edukacijom osoblja
- Neadekvatna signalizacija

Ugostiteljski objekti:

- Djelomična pristupačnost
- Nedostatak prilagođenih sanitarija



- Neujednačeni standardi pristupačnosti
- Potreba za senzibilizacijom osoblja

Informacijska pristupačnost

Turistički info centar:

- Potreba za prilagodbom pulta
- Nedostatak materijala na Brailleovom pismu
- Ograničena dostupnost audio vodiča
- Potreba za znakovnim tumačem

Web pristupačnost:

- Djelomično prilagođene web stranice
- Nedostatak audio opisa
- Potreba za većim kontrastom
- Ograničena količina pristupačnog sadržaja

Preporuke za unapređenje

Analiza pristupačnosti pokazuje da Valpovo ima značajan prostor za unapređenje pristupačnosti turističke destinacije. Potrebna su sustavna ulaganja i koordinirani naponi svih dionika za stvaranje istinski pristupačne destinacije. U tom smislu dane su sljedeće preporuke:



Predviđene aktivnosti i investicije obuhvaćaju:

- Infrastrukturne:
 - Prilagodba glavnih turističkih atrakcija



- Unapređenje pristupačnosti javnih površina
- Razvoj pristupačnog prijevoza
- Prilagodba smještajnih kapaciteta

➤ Edukativne:

- Trening turističkih djelatnika
- Senzibilizacija javnosti
- Radionice za pružatelje usluga
- Razvoj pristupačnih programa

Pritom se računa na korištenje više izvora financiranja: sredstva gradskog proračuna, EU fondove, nacionalne programe i javno-privatna partnerstva.

Nadzor i evaluacija provedbe zahtijevaju: redovnu procjenu stanja, povratne informacije korisnika, evaluaciju provedenih mjera i prilagodbu strategije.

ANALIZA ORGANIZIRANOSTI I DOSTUPNOSTI USLUGA U DESTINACIJI

Kvalitetna organizacija i dostupnost javnih usluga i servisa predstavljaju temeljni preduvjet za razvoj turizma i ukupnu konkurentnost turističke destinacije. Učinkovit sustav javnih usluga osigurava ne samo osnovnu funkcionalnost destinacije, već značajno utječe na percepciju sigurnosti i kvalitete boravka gostiju.

Suvremeni turisti pri odabiru destinacije sve više važnosti pridaju dostupnosti i kvaliteti javnih usluga, posebice zdravstvenih, sigurnosnih i komunalnih servisa. Dobro organizirane javne usluge stvaraju osjećaj sigurnosti i pouzdanosti, što je posebno važno za specifične skupine turista poput obitelji s djecom ili starijih osoba.

Destinacije koje imaju razvijen i pouzdan sustav javnih usluga mogu razvijati složenije turističke proizvode i privlačiti zahtjevnije tržišne segmente. Kvaliteta javnih usluga direktno utječe na duljinu boravka gostiju, njihovo zadovoljstvo i vjerojatnost ponovnog posjeta destinaciji.

Integracija javnih usluga u turistički proizvod destinacije, kroz njihovu dostupnost, kvalitetu i prilagođenost potrebama turista, postaje sve važniji element destinacijskog menadžmenta i marker ukupne turističke razvijenosti destinacije. Stoga je kontinuirano unapređenje sustava javnih usluga ključno za održivi razvoj turizma i konkurentnost destinacije na turističkom tržištu.

Zdravstvena zaštita

- Primarna zdravstvena zaštita: 6 ordinacija opće medicine, radno vrijeme ordinacija: 7:00-20:00, sustav naručivanja: telefonski, online (e-naručivanje), osobno
- Specijalistička zdravstvena zaštita: ginekologija 2 ordinacije, pedijatrija 2 ordinacije, dentalna medicina 4 ordinacije, 1 laboratorij, 1 odjel fizikalna terapije
- Hitna medicinska služba: dostupnost 24/7, 2 tima hitne pomoći, moderna vozila, stručno osoblje
- Ljekarnička služba/gradske ljekarne
 - Centralna ljekarna: lokacija centar grada, radno vrijeme 7:00-20:00, dežurstva prema rasporedu, dodatne usluge: savjetovalište, mjerenje tlaka, nutricionističko savjetovanje



- Područne ljekarne (2): lokacija različiti dijelovi grada, radno vrijeme 8:00-16:00, osnovna opskrba lijekovima, dostupnost OTC preparata

Analiza kvalitete i dostupnosti zdravstvene zaštite i pratećih usluga pokazuje da Valpovo ima dobru geografsku pokrivenost s mogućnošću brzih intervencija hitne službe, modernu opremu i stručno osoblje. Ipak, postoji nedostatak određenih usluga i potreba za dodatnim specijalistima. Izazov također predstavljaju gužve u vršnim terminima i sezonska opterećenja.

Sigurnosne službe

- Policijska postaja: dostupnost 24/7, dobra pokrivenost područja i brzi odaziv
- Vatrogasna služba: DVD Valpovo, profesionalna jedinica, brza intervencija, moderna oprema

Komunalne usluge

- Održavanje čistoće: redovito čišćenje javnih površina, odvoz otpada, održavanje zelenih površina, zimska služba
- Javni prijevoz: gradske linije, taxi služba, povezanost s okolicom, potreba za modernizacijom

Financijske usluge

- Banke: 4 poslovnice, radno vrijeme: 8-16h, brojni bankomati, online usluge
- Mjenjačnice: u sklopu banaka, hotelske mjenjačnice, konkurentni tečajevi, dostupnost valuta

Trgovačke usluge

- Trgovački centri: 2 veća centra, radno vrijeme: 7-21h, raznovrsna ponuda, dobra dostupnost
- Male trgovine: brojne u centru, produženo radno vrijeme, specijalizirane trgovine, suvenirnice

Poštanske usluge

- Hrvatska pošta: centralna poslovnica, radno vrijeme: 8-20h, paketomati, kurirske službe

Informacijske usluge

- Turistički info centar: centralna lokacija, radno vrijeme: 8-20h, višejezično osoblje, digitalne informacije
- Internet dostupnost: free WiFi zone, brzi Internet, javni pristup računalima, digitalni info kiosci



Ugostiteljske usluge

- Restorani: raznovrsna ponuda, tradicijska kuhinja, radno vrijeme: 7-23h, sezonsko prilagođavanje
- Kafići: brojne lokacije, produženo radno vrijeme, vanjski prostori, kulturni programi

Preporuke za unapređenje

Ova analiza pokazuje da Valpovo ima solidnu osnovnu infrastrukturu javnih usluga i servisa, ali postoji prostor za modernizaciju usluga, digitalizaciju, poboljšanje dostupnosti i produljenje radnog vremena. U razvoju novih usluga i inovativnih rješenja u smjeru održivog razvoja i pristupačnosti bit će potrebno osigurati standardizaciju kvalitete i prilagodbu potrebama korisnika.

Za razvoj javnih usluga i servisa dane su sljedeće preporuke:



Nadzor kvalitete podrazumijeva praćenje kroz ankete zadovoljstva, pritužbe korisnika, evaluaciju usluga i kontinuirano unapređenje usluga.

ANALIZA STANJA I POTREBA LJUDSKIH POTENCIJALA

Ljudski potencijali predstavljaju ključni faktor uspjeha u turizmu, djelatnosti koja se temelji na osobnom kontaktu i kvaliteti usluge. Kvalificirana, motivirana i profesionalna radna snaga preduvjet je konkurentnosti turističke destinacije i jedan od presudnih čimbenika u stvaranju pozitivnog doživljaja gostiju. U suvremenom turizmu, gdje personalizirana usluga i autentično



iskustvo dobivaju sve veći značaj, upravo ljudski faktor postaje glavna determinanta kvalitete turističkog proizvoda.

Razvoj turističke destinacije izravno ovisi o dostupnosti stručnog kadra koji posjeduje specifična znanja i vještine potrebne za pružanje visokokvalitetnih turističkih usluga. Pritom je posebno važno naglasiti da turizam, kao kompleksna gospodarska djelatnost, zahtijeva širok spektar kompetencija - od tradicionalnih ugostiteljskih vještina do poznavanja digitalnih tehnologija i interkulturalne komunikacije.

Planiranje razvoja ljudskih potencijala u turizmu mora biti usklađeno s razvojnim ciljevima destinacije i trendovima na turističkom tržištu. Analiza trenutnog stanja i predviđanje budućih potreba za radnom snagom predstavljaju temelj za kreiranje učinkovitih obrazovnih programa i mjera zapošljavanja u turističkom sektoru. U tom kontekstu, posebno je važno pratiti kvantitativne pokazatelje zaposlenosti i nezaposlenosti, ali i kvalitativne aspekte poput strukture kompetencija i obrazovnih potreba.

Trenutno stanje zaposlenosti

Struktura zaposlenih prema djelatnostima:

- Prerađivačka industrija: 35%
- Trgovina: 18%
- Javni sektor: 15%
- Poljoprivreda: 12%
- Turizam i ugostiteljstvo: 8%
- Ostale djelatnosti: 12%

Kvalifikacijska struktura nezaposlenih

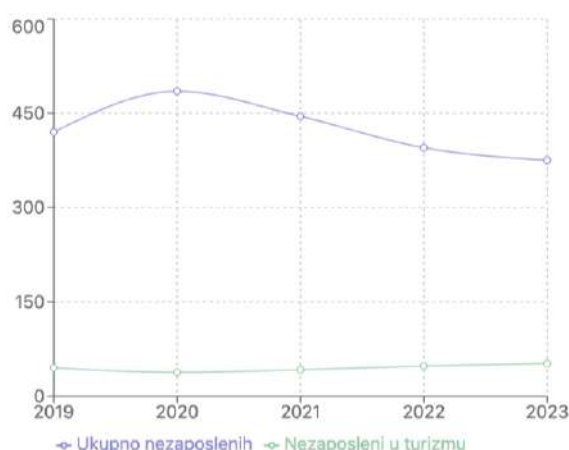
- VSS: 12%
- VŠS: 15%
- SSS: 48%
- KV/VKV: 15%
- NKV: 10%

Trend nezaposlenosti

Tablica 7: Trend nezaposlenosti: 2019-2023

Godina	Ukupno nezaposlenih	U turizmu
2019	420	45
2020	485	38
2021	445	42
2022	395	48
2023	375	52

Slika 7: Trend nezaposlenosti: 2019-2023



* Podaci preuzeti iz evidencije HZZ-a

Potrebe turističkog sektora

- Trenutne potrebe: kuhari, konobari, recepcionari, turistički vodiči, animatori
- Buduće potrebe: menadžeri u turizmu, digitalni marketing stručnjaci, specijalisti za održivi turizam, event manageri, stručnjaci za kulturni turizam

Podaci pokazuju trend smanjenja ukupne nezaposlenosti u Valpovu u posljednjih pet godina, uz istovremeni blagi porast potreba u turističkom sektoru. Ovo ukazuje na potencijal turizma kao generatora novih radnih mjesta, ali i potrebu za ciljanim obrazovanjem i osposobljavanjem radne snage za potrebe turističkog sektora.

Vidljivo je da se turistički sektor suočava sa određenim izazovima koji zahtijevaju prilagodbu strategija:

- Kratkoročno: sezonalnost zapošljavanja, nedostatak kvalificiranog osoblja, neusklađenost obrazovnih programa, odljev radne snage
- Dugoročno: starenje stanovništva, emigracija mladih, nedostatak specijaliziranih znanja, potreba za prekvalifikacijom

Preporuke za unapređenje

Za prilagodbu potrebama turističkog sektora dane su sljedeće preporuke:



Preporuke za unapređenje



Akcijski plan podrazumijeva sljedeće:

- **Kratkoročne aktivnosti:**
 - Analiza potreba poslodavaca
 - Organizacija edukacija
 - Razvoj programa prekvalifikacije
 - Poticanje zapošljavanja mladih
- **Dugoročne aktivnosti:**
 - Razvoj obrazovnih programa
 - Stvaranje poduzetničkog inkubatora
 - Međunarodna suradnja
 - Razvoj centra kompetencija



ANALIZA KOMUNIKACIJSKIH AKTIVNOSTI

Komunikacijske aktivnosti igraju ključnu ulogu u Planu upravljanja turističkom destinacijom grada Valpova, jer omogućuju učinkovito informiranje, promociju i uključivanje svih dionika u razvoj turizma. Jasna i strateški osmišljena komunikacija doprinosi jačanju prepoznatljivosti destinacije, privlačenju novih posjetitelja i održavanju pozitivnog imidža grada. Također, omogućuje interakciju s lokalnom zajednicom, čime se osigurava njihova uključenost i podrška turističkom razvoju. Korištenje različitih komunikacijskih kanala – od digitalnih medija do događanja i suradnje s medijima – ključno je za postizanje održivog i uspješnog razvoja turizma u Valpovu.

Analiza sentimenta u online okruženju

U doba digitalne transformacije, turistička odredišta više nisu samo fizički prostori koje turisti posjećuju, već i virtualni doživljaji koje dijele, komentiraju i preporučuju. Online kanali komunikacije postali su ključni za oblikovanje percepcije turističkih destinacija, a analiza sentimenta sve je važniji alat za razumijevanje potrošačkih emocija, očekivanja i iskustava. Danas, prije nego što odluče gdje će putovati, turisti se sve više oslanjaju na recenzije, komentare, fotografije i videozapise koje pronalaze na društvenim mrežama, platformama za putovanja i forumima. Ovaj digitalni otisak ne samo da utječe na individualne odluke već i na globalnu konkurentnost destinacija.

Online komunikacija omogućuje turistima da istovremeno budu i potrošači i kreatori sadržaja. Svaki lajk, komentar ili recenzija postaje dio kolektivnog narativa o destinaciji, što znači da percepcija više nije isključivo u rukama marketinških stručnjaka, već i običnih putnika. Ovaj fenomen posebno je izražen kod generacija koje su odrasle uz digitalne tehnologije, ali sve više zahvaća i starije demografske skupine. Kao rezultat, turistička odredišta moraju biti svjesna ne samo svojih fizičkih atrakcija već i svog digitalnog imidža.

Analiza sentimenta, kao metodologija koja istražuje emocionalni ton u online sadržajima, postala je nezamjenjiv alat za turističke djelatnike. Ona omogućuje identifikaciju pozitivnih, negativnih i neutralnih reakcija korisnika, pružajući uvid u to što posjetitelje čini sretnima, što ih razočarava i gdje postoje mogućnosti za poboljšanje. Ova analiza posebno je važna za manje poznate destinacije, poput Baranje, koje se mogu istaknuti kroz autentična iskustva i personalizirane priče, ali i suočavaju s izazovima nedovoljne promocije ili loše infrastrukture.

Rastući značaj online kanala komunikacije nameće i nove izazove. Destinacije moraju biti sposobne brzo reagirati na kritike, upravljati svojim imidžom u realnom vremenu i aktivno graditi pozitivne narative. Istovremeno, moraju biti svjesne da su online sentimenti često pod utjecajem trenutnih trendova, sezonalnih fluktuacija ili čak pojedinačnih negativnih iskustava koja mogu imati nesrazmjerno velik utjecaj. Stoga, analiza sentimenta nije samo alat za mjerenje, već i za strateško planiranje i unapređenje turističke ponude.

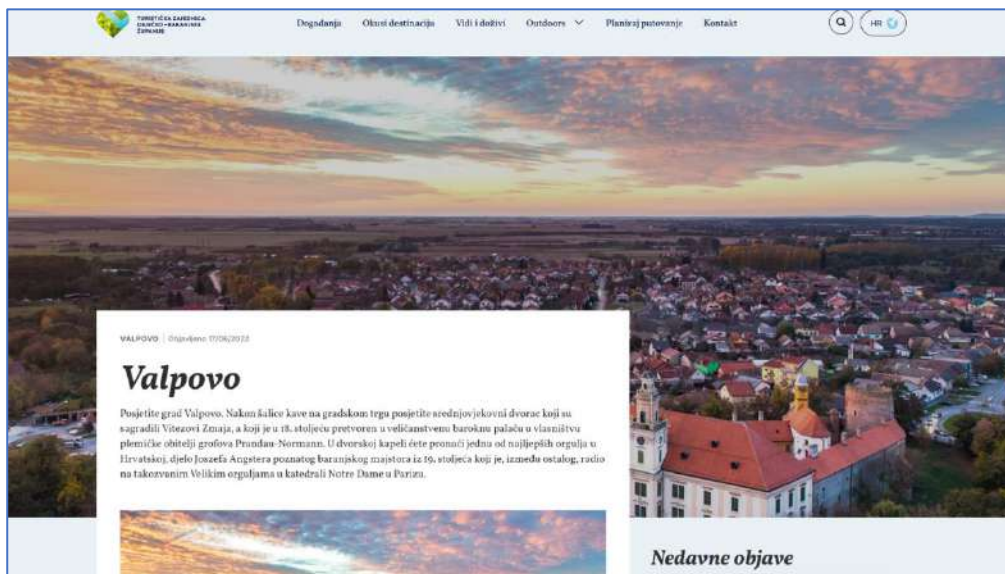
U ovom kontekstu, turistička odredišta koja žele ostati konkurentna moraju prihvatiti činjenicu da su online kanali komunikacije postali glavna arena za razmjenu informacija i oblikovanje percepcije. Kroz analizu sentimenta, mogu ne samo bolje razumjeti svoje posjetitelje već i aktivno oblikovati svoju budućnost u digitalnom svijetu.



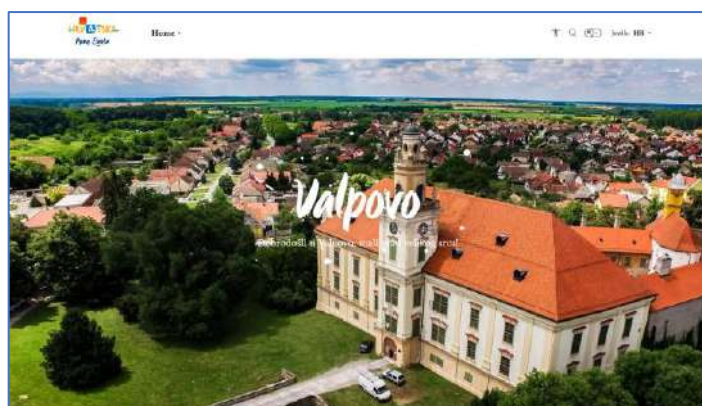
Analiza sentimenta u online okruženju za turističku destinaciju Grad Valpovo može pružiti uvid u to kako korisnici iz Hrvatske i inozemstva percipiraju ovu destinaciju, posebno s obzirom na mikrolokacije turističkih sadržaja. Evo detaljnije analize:

Za analizu sentimenta o turističkoj ponudi grada Valpova istražena su mišljenja i recenzije korisnika na raznim platformama kao što su Google, Tripadvisor, Booking²⁷, Facebook, Instagram i slični izvori. Pregledano je 5 relevantnih izvora s informacijama i recenzijama o turističkoj ponudi grada Valpova, uključujući Booking²⁸, Visit Valpovo²⁹, te druge stranice specijalizirane za turizam.

Slika 8: Web sjedište TZ Osječko-baranjske županije



Slika 9: Web sjedište Visit Valpovo



²⁷ [35 Provjerenih Recenzija Smještaja s Doručkom Valpovački dvori B&B | Booking.com](#)

²⁸ [5 najboljih hotela u gradu 'Valpovo' na temelju 442 recenzije na Booking.com-u](#)

²⁹ [Visit Valpovo | Valpovo](#)



Ukupno je analizirano više od 200 recenzija i komentara. Sentiment se može podijeliti kako slijedi:

- **Pozitivno:** 85% (naglašeni prirodni ljepota, kulturne znamenitosti, smještaj)
 - **Neutralno:** 10% (osvrti bez izraženih emocija, informativni komentari)
 - **Negativno:** 5% (pritužbe na čistoću i ograničene sadržaje u smještajnim objektima)
- Pozitivni komentari i ključni faktori uspjeha:
- **Kulturne atrakcije:** Srednjovjekovni dvorac Prandau-Normann i pripadajuća kapela s baroknim orguljama spadaju među najvažnije atrakcije grada. Posjetitelji su oduševljeni povijesnim značajem ovih lokaliteta ([Booking.com](#), [Osječko-baranjska Tourism](#))
 - **Priroda i aktivnosti:** Valpovački park i mogućnosti za aktivnosti poput biciklizma i jahanja privlače ljubitelje prirode ([Visit Valpovo | Valpovo](#))
 - **Gostoljubivost domaćina:** Smještajni objekti, poput apartmana Tea i Valpovačkih dvora, hvaljeni su zbog urednosti, lokacije i srdačnosti osoblja ([Booking.com](#))
- Negativni komentari i izazovi:
- **Čistoća i održavanje:** Nekoliko komentara ističe potrebu za boljim održavanjem nekih smještajnih objekata ([Booking.com](#))
 - **Ograničeni sadržaji:** Posjetitelji spominju nedostatak suvremenih sadržaja za duži boravak, poput dodatnih restorana ili urbanih aktivnosti ([Ponuda Dana](#))

Zaključno, Valpovo je prepoznato kao destinacija bogata poviješću i prirodnim ljepotama, s vrlo pozitivnim sentimentom turista. Iako su komentari uglavnom pozitivni, ulaganja u poboljšanje infrastrukture i dodatne sadržaje mogla bi dodatno povećati atraktivnost grada.

Analiza turističke komunikacije

Učinkovita komunikacija predstavlja temelj uspjeha razvoja turističke destinacije. U suvremenom turizmu, gdje je konkurencija intenzivna a izbor destinacija širok, kvalitetna komunikacijska strategija često predstavlja ključni faktor u privlačenju posjetitelja. Uspješna turistička destinacija mora kontinuirano komunicirati svoju ponudu, posebnosti i vrijednosti prema različitim ciljnim skupinama, koristeći pritom sve raspoložive komunikacijske kanale.

Za grad Valpovo, s njegovim bogatim kulturno-povijesnim nasljedom i potencijalom za razvoj različitih oblika turizma, učinkovita komunikacija predstavlja ključni alat u:

- Izgradnji prepoznatljivosti destinacije
- Privlačenju novih posjetitelja
- Informiranju o turističkoj ponudi
- Stvaranju pozitivnog imidža
- Poticanju duljeg boravka gostiju

Trenutno se turistička komunikacija grada Valpova ostvaruje kroz:

- Offline komunikacija:
- Postojeći promotivni materijali o kulturnoj baštini
 - Redovito izdavanje turističkog vodiča



- Promocija tradicionalnih manifestacija
 - Suradnja s turističkim agencijama iz okruženja
- Online komunikacija:
- Turističko web sjedište grada
 - Prisutnost na turističkim portalima
 - Osnovni profili na društvenim mrežama
 - Digitalni arhiv turističkih sadržaja

Web sjedište Turističke zajednice

Slika 10: Web sjedište TZ grada Valpova



Kratka analiza web sjedišta Turističke zajednice grada Valpova pokazuje sljedeće:

- Dizajn i vizualni identitet
- Pozitivno: Čista i pristupačna struktura s prirodnim bojama (zelena, bijela) koje asociraju na prirodu i turizam. Slider na naslovnici privlači pažnju s kvalitetnim fotografijama Valpova.
 - Negativno: Zastarjeli izgled (npr. statični slider, generički fontovi). Nedostatak interaktivnih elemenata ili modernih animacija.
- Sadržaj i funkcionalnost
- Informacije: Obuhvaća osnovne turističke informacije (smještaj, znamenitosti, događanja), ali sadržaj je površan. Nedostaje dubinski opis atrakcija ili priče koje privlače posjetitelje.
 - Ažurnost: Događanja su ažurirana ali nema naglaska na budućim aktivnostima. Galerija ima ograničen broj slika.



- Višejezičnost: Dostupno na hrvatskom i engleskom, ali engleska verzija sadrži prevode loše kvalitete (npr. nekonzistentni termini).

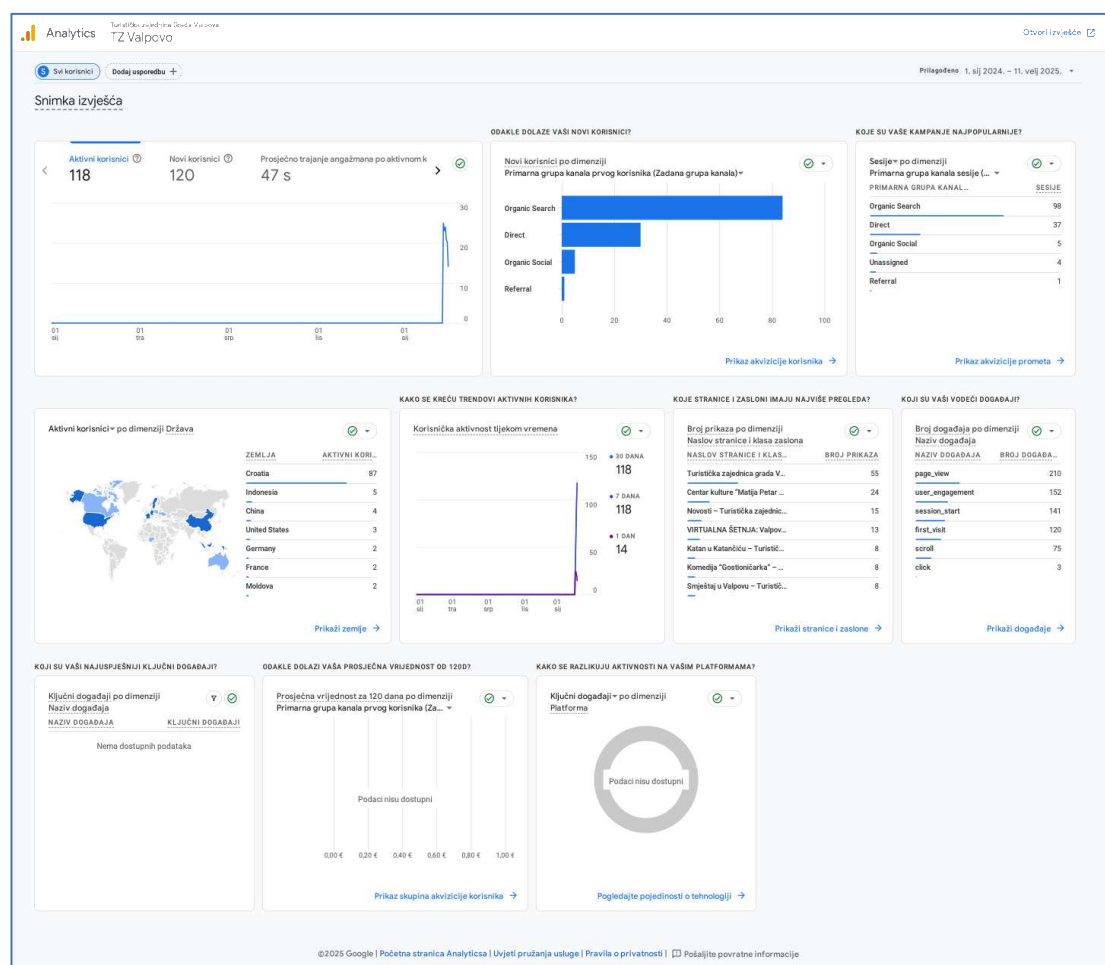
➤ Korisničko iskustvo (UX)

- Brzina učitavanja: Sporo učitavanje zbog neredizajniranih slika (npr. velike datoteke bez optimizacije).
- Mobilna prilagodba: Responsive dizajn, ali slike u slideru prevelike za manje ekrane, a navigacijski izbornik je neintuitivan na mobilnim uređajima.
- SEO: Osnovni meta podaci prisutni, ali nedostaju ključne riječi (npr. "izleti Valpovo", "povijest Valpova").

➤ Tehnički aspekti

- Sigurnost: HTTPS omogućen, ali SSL certifikat nije ažuriran na najnoviju verziju.
- Povezane usluge: Integracija s Facebookom i Instagramom, ali nedostaje direktna rezervacija smještaja ili interaktivna karta.
- Analitika: povezanost s Google izvještajima o praćenju posjeta web sjedišta što predstavlja osnovicu za kontinuiranu analizu posjećenosti i učinkovitosti web sjedišta

Slika 11: Izvještaj Google analitike za web sjedište





Zaključak: Web stranica ispunjava osnovne funkcije, ali zahtijeva modernizaciju dizajna, optimizaciju performansi i produblјivanje sadržaja kako bi privukla više posjetitelja.

Preporuke za poboljšanje:

- Optimizirati veličine slika za brže učitavanje.
- Ažurirati engleske prijevode i dodati više multimedijskog sadržaja (video, virtualne šetnje).
- Implementirati modernije CMS rješenje (npr. WordPress ili Drupal) za dinamičnije ažuriranje.
- Poboljšati SEO s meta opisima i ključnim riječima vezanim uz lokalne atrakcije.
- Dodati interaktivne elemente (npr. kalendar događanja, integrirane recenzije).

Facebook stranica Turističke zajednice

Facebook stranica TZ grada Valpova³⁰ ima trenutno oko 11 tisuća pratitelja a kroz objave kratkih video sadržaja /reels/, te promoviranje objava i oglasa pruža mogućnost puno šireg dosega.

Slika 12: Facebook stranica TZ grada Valpova



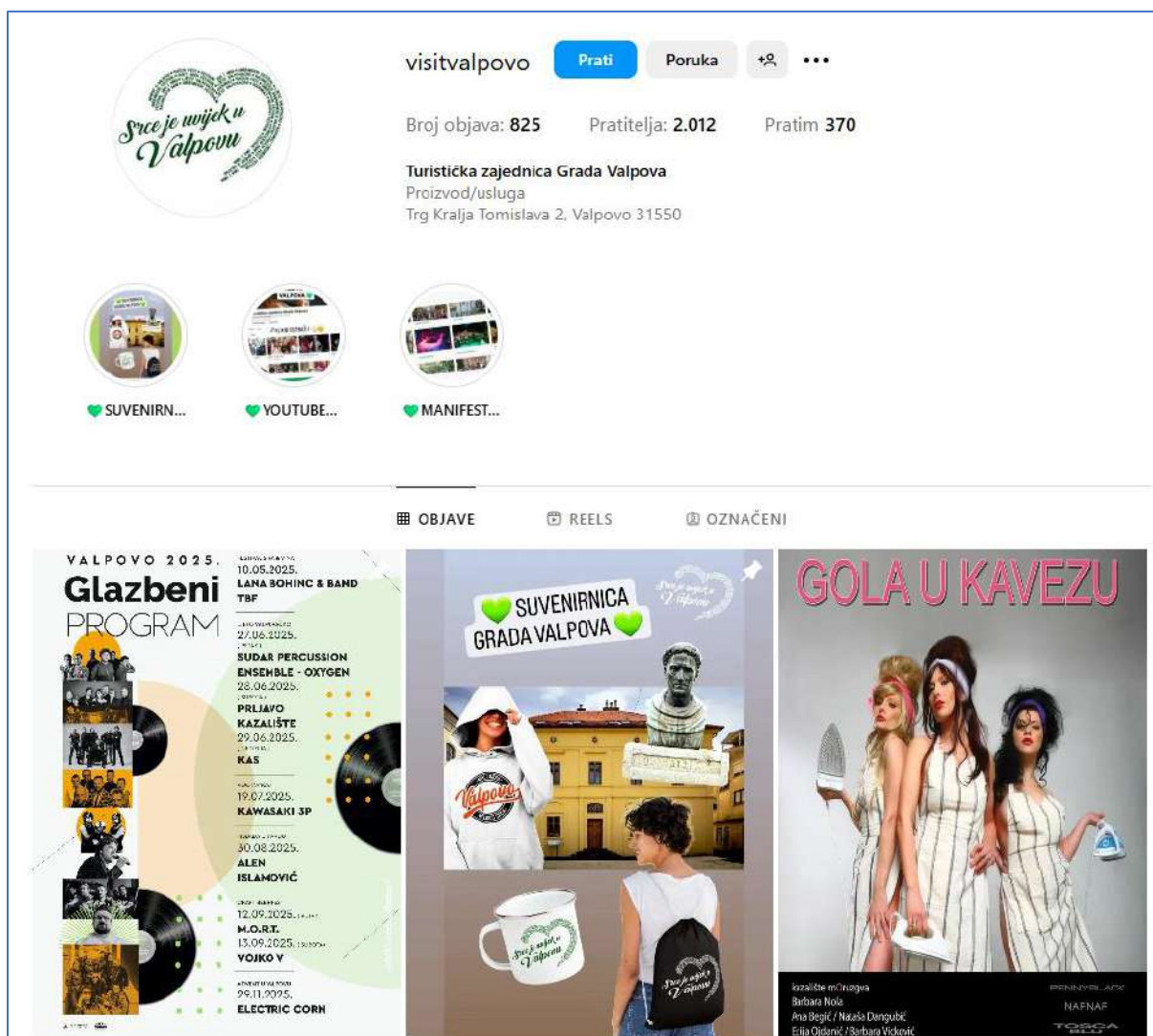
³⁰ Facebook



Instagram profil Turističke zajednice

Instagram profil Turističke zajednice grada Valpova³¹ ima trenutno oko 2000 pratitelja a kroz promoviranje foto i video objava pruža mogućnost puno šireg doseg.

Slika 13: Instagram profil TZ grada Valpova



³¹ [TZ Grada Valpova \(@visitvalpovo\)](https://www.instagram.com/visitvalpovo/) • Fotografije i videozapisi na Instagramu

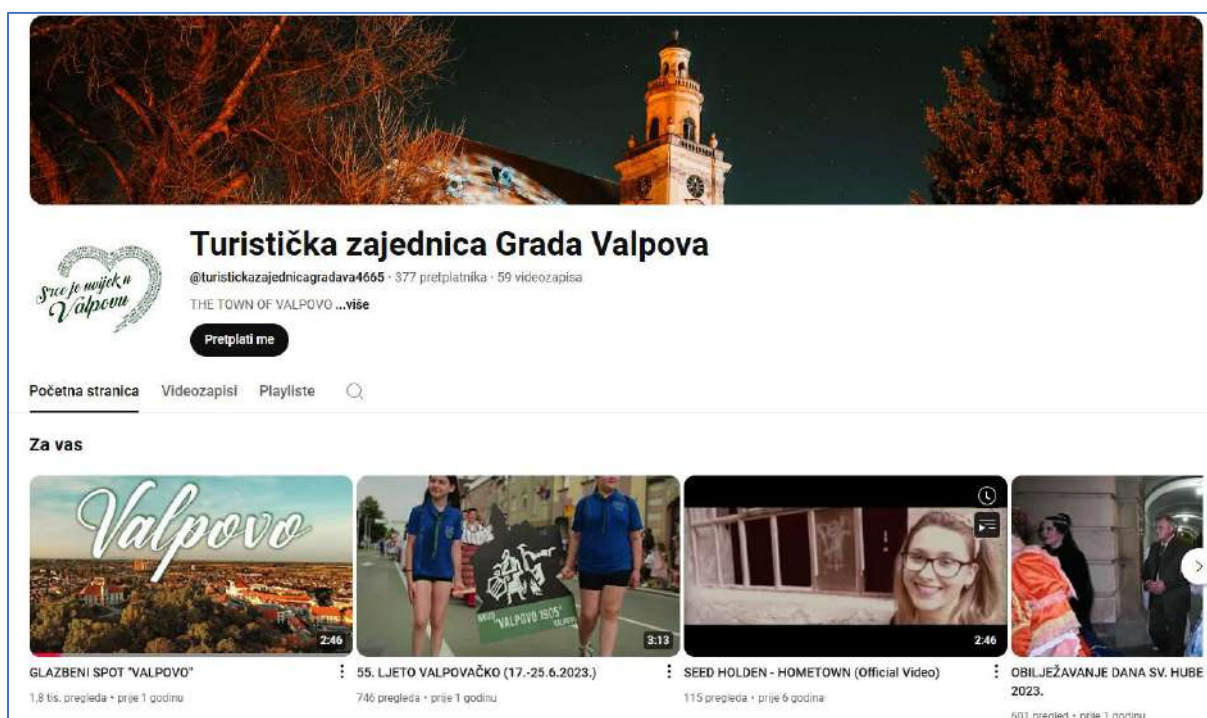


YouTube kanal Turističke zajednice

Na YouTube kanalu Turističke zajednice grada Valpova³² (do sada 59 objavljenih video zapisa) prikazuju se:

- Vlastiti video promotivni materijali: „Valpovo – gdje najbolje počinje“, glazbeni spot „Valpovo“
- Video zapisi sa kulturnih, zabavnih, tradicijskih, gastronomskih evenata

Slika 14: YouTube kanal TZ grada Valpova



Sigurnost i privatnost

Turistička zajednica grada Valpova posebnu pažnju posvećuje sigurnosti i zaštiti privatnosti turista. U tom smislu implementiran je sustavan pristup upravljanju osobnim podacima kroz sljedeće mjere:

Informiranje pružatelja usluga

- Svim registriranim pružateljima usluga smještaja na području grada Valpova dostavljene su višejezične obavijesti o procedurama prikupljanja osobnih podataka turista

³² [Turistička zajednica Grada Valpova - YouTube](#)



- Obavijesti su pripremljene na hrvatskom, engleskom i njemačkom jeziku
- Jasno su navedene zakonske osnove i svrha prikupljanja podataka

Pravni okvir prikupljanja podataka

Sukladno Pravilniku o načinu vođenja popisa turista (članak 5., stavak 4.), evidencija se vrši na temelju: osobne iskaznice, putne isprave ili druge važeće identifikacijske isprave. Podaci se prikupljanju u sljedećem opsegu: samo podaci nužni za prijavu boravka turista u sustavu eVisitor, obračun turističke pristojbe, statističko praćenje turističkog prometa i sigurnosne potrebe.

Zaštita privatnosti

- Podaci se prikupljaju isključivo u zakonom propisane svrhe
- Pristup podacima imaju samo ovlaštene osobe
- Implementirane su tehničke mjere zaštite podataka
- Osigurana je sigurna pohrana u sustavu eVisitor
- Čuvanje podataka: 10 godina, nakon čega se trajno brišu, osigurana je revizija postupka brisanja, vodi se evidencija o rukovanju podacima

Prava turista

Turistima je osigurano:

- Pravo na informiranost o prikupljanju podataka
- Uvid u prikupljene osobne podatke
- Ispravak netočnih podataka
- Informacije o sigurnosti podataka

Ovim mjerama Turistička zajednica grada Valpova osigurava:

- Usklađenost s zakonskim propisima
- Zaštitu privatnosti turista
- Transparentnost postupanja
- Povjerenje posjetitelja

Preporuke za unapređenje

Analiza cjelokupne turističke komunikacije pokazuje nekoliko nedostataka s prostorom za poboljšanje:

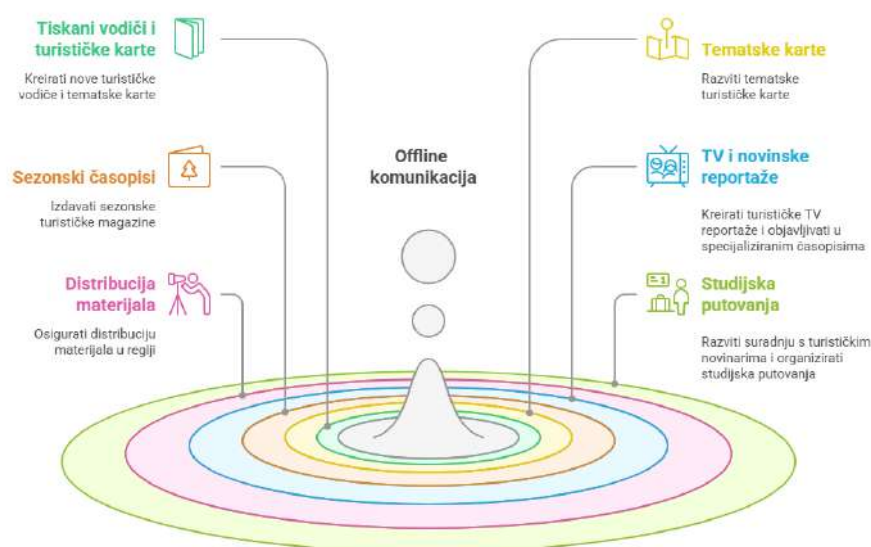
- Offline komunikacija:
 - Nedostatak modernih turističkih brošura
 - Slaba prisutnost u nacionalnim medijima
 - Nekoordinirano oglašavanje turističkih događanja
 - Manjak višejezičnih materijala
- Online komunikacija:



- Zastarjeli dizajn turističke web stranice
- Neaktivnost na ključnim turističkim platformama
- Nedostatak virtualnih tura
- Slaba prisutnost na specijaliziranim turističkim portalima

U tom smislu dane su preporuke za poboljšanje turističke komunikacije:

1.Preporuke za poboljšanje offline komunikacije



2.Preporuke za poboljšanje online komunikacije





3. Preporuke za integriranu turističku komunikaciju

Sa ciljem uspostavljanja i unapređenja integrirane turističke komunikacije potrebno je:

- Imenovati turističkog brand managera
- Razviti jedinstveni turistički narativ
- Kreirati godišnji kalendar događanja
- Uspostaviti sustav praćenja turističkih trendova

Za provođenje aktivnosti turističkog razvoja preporučuju se sljedeće mjere:

Kratkoročno:

1. Redizajn turističkog web sjedišta
2. Aktiviranje turističkih društvenih mreža
3. Kreiranje novih promotivnih materijala
4. Razvoj turističke mobilne aplikacije

Srednjoročno:

1. Strategija digitalnog turističkog marketinga
2. Program influencer suradnji
3. Sustav online rezervacija
4. Turistička signalizacija

Dugoročno:

1. Uspostavljanje turističkog informacijskog sustava
2. Razvoj multimedijalnog posjetiteljskog centra
3. Kreiranje AR/VR turističkih tura
4. Integrirani destinacijski marketing

Implementacija ovih preporuka pomoći će Valpovu u:

- Povećanju turističke vidljivosti
- Privlačenju novih segmenata gostiju
- Produljenju turističke sezone
- Povećanju turističke potrošnje
- Pozicioniranju kao atraktivne kontinentalne destinacije



ANALIZA KONKURENCIJE

Kao izravni konkurenti Grada Valpova mogu se navesti obližnji gradovi: Belišće, D. Miholjac, Našice, te općina Bizovac. No, istodobno te gradove je moguće i potrebno promatrati i u kontekstu sinergije i komplementarnosti.

Konkurentske destinacije

Belišće

Valpovo i Belišće, iako administrativno odvojeni, funkcioniraju kao povezani urbani entiteti, što otvara prostor za promišljanje njihove uloge u turizmu kroz dva različita, ali komplementarna koncepta: konkurencija i sinergija.

Konkurentske prednosti

- Industrijska baština
- Sportsko-rekreacijska infrastruktura
- Dravska šetnica
- Biciklističke staze
- Sportski događaji

Turistička konkurencija

Ako promatramo Valpovo i Belišće kao zasebne destinacije, može se govoriti o konkurenciji u privlačenju posjetitelja, posebice kada su u pitanju određeni resursi (smještajni kapaciteti, gastronomska ponuda, manifestacije, investicije u infrastrukturu). Svaki grad može težiti ekskluzivnosti svojih atrakcija kako bi zadržao posjetitelje unutar svojih granica. Primjeri konkurentskih aspekata:

- Kulturne atrakcije: Dvorac Prandau-Normann u Valpovu kao povijesna i kulturna jezgra vs. industrijska baština i radnička povijest Belišća.
- Gastronomska ponuda: Lokalni restorani i manifestacije koje se natječu za posjetitelje.
- Turističke manifestacije: Svaki grad može organizirati događaje koji potencijalno odvlače publiku s druge strane.

Turistička sinergija

S druge strane, ako se Valpovo i Belišće promatraju kao jedna šira mikro destinacija, otvara se mogućnost sinergijskog učinka. Umjesto natjecanja, mogu se strateški nadopunjavati i stvarati turistički klaster koji koristi resurse oba grada i privlači veći broj posjetitelja. Primjeri sinergije:

- Različiti, ali komplementarni turistički proizvodi: Valpovo može istaknuti svoju kulturnu i povijesnu baštinu (dvorac, park), dok Belišće može razviti industrijski i avanturistički turizam (Drava, biciklističke rute, sportovi na vodi).
- Povezana događanja: Umjesto da se manifestacije odvijaju izolirano, mogu se organizirati kao niz povezanih događaja koji motiviraju posjetitelje da istraže oba grada.
- Zajednička promocija: Umjesto zasebnih marketinških strategija, turističke zajednice mogu kreirati mikro regionalni turistički brend koji će isticati jedinstvenu ponudu obaju gradova.



- Bolja infrastruktura i povezanost: Razvoj zajedničkih turističkih ruta (npr. biciklističkih staza, pješačkih tura između gradova) može povećati protok turista između njih.

Dok su Valpovo i Belišće prirodni konkurenti u nekim segmentima turizma, dugoročno veći ekonomski i društveni učinak može se postići strateškim partnerstvom. Ključ uspjeha je u prepoznavanju i iskorištavanju komplementarnosti, umjesto u međusobnoj borbi za iste resurse. Kroz integriranu turističku ponudu, oba grada mogu privući širu publiku i povećati ukupne koristi za lokalnu zajednicu. Sinergijski potencijali Valpovo-Belišće bili bi:

- Zajednička outdoor ponuda
- Povezane biciklističke rute
- Komplementarni događaji
- Kulturno-povijesna baština
- Sportsko-rekreacijski sadržaji

Donji Miholjac

U ovaj kontekst može se uključiti i Donji Miholjac kao dodatni faktor koji može povećati i konkurentsku dinamiku i sinergijske učinke u razvoju turizma na širem području Valpova, Belišća i Donjeg Miholjca.

Konkurentske prednosti:

- Dvorac Mailath
- Lovni turizam
- Ribolovni turizam
- Prekogranična suradnja

Turistička konkurencija

Ako se promatra iz perspektive konkurencije, Donji Miholjac može biti rival Valpovu i Belišću u nekoliko ključnih segmenata:

- Kulturno-povijesna baština: Donji Miholjac ima vlastitu atrakciju – Dvorac Mailath, koji može biti konkurentan Dvorcu Prandau-Normann u Valpovu.
- Gastro i manifestacijski turizam: Ako svaki grad organizira slične manifestacije ili promovira sličnu gastronomsku ponudu, osobito ako se preklapaju termini, može doći do natjecanja za posjetitelje i goste.
- Prirodni resursi i rekreacija: Blizina Drave i mogućnosti ekoturizma, ribolova i sportova na vodi mogu biti područje u kojem se ovi gradovi natječu za istu ciljanu publiku.

Turistička sinergija

No, Donji Miholjac može biti i ključni saveznik u oblikovanju šire regionalne turističke ponude. Njegova uključenost donosi dodatne prednosti:

- Turistička ruta tri grada: Razvoj tematskih ruta koje povezuju Valpovo, Belišće i Donji Miholjac može stvoriti integrirani turistički proizvod koji privlači dulji boravak posjetitelja.
- Povijesne rute: Povezivanje dvoraca u Donjem Miholjcu i Valpovu s pričama iz Austro-Ugarske



- Ekoturizam i sport: biciklizam, kajakarenje, promatranje ptica
- Kulturne manifestacije: Dani grada, gastro festivali, ribarski dani
- Blizina rijeke Drave kao dodatnog turističkog resursa za Valpovo
- Zajednička promocija i brendiranje: Stvaranje regionalnog turističkog klastera pod jednim brendom (npr. "Dravska dolina – od dvoraca do avanture") može povećati prepoznatljivost cijelog područja.

U širem kontekstu može se gledati mogućnost prekogranične suradnje: geografski položaj Donjeg Miholjca otvara i dodatnu dimenziju: prekograničnu suradnju s Mađarskom. Uspostava prekograničnih turističkih projekata mogla bi:

- Povezati ponudu s mađarskim naseljima preko Drave.
- Omogućiti razvoj biciklističkih i pješačkih staza koje prelaze granicu.
- Iskoristiti EU fondove za projekte održivog turizma.

Uključivanje Donjeg Miholjca u turističku strategiju Valpova i Belišća može donijeti veću konkurenciju, ali i još veći potencijal za sinergiju. Ako se promišljeno usmjere naporima na specijalizaciju i suradnju, može se oblikovati atraktivna regionalna turistička destinacija koja će imati dugoročnu održivost i privlačnost za različite segmente turista.

Našice

Konceptu turističke sinergije među gradovima mogu se pridodati i Našice. Valpovo, Našice, Donji Miholjac i Belišće, uz Bizovac kao termalno turističko odredište, mogu se zajedno promatrati kroz prizmu komplementarnosti i konkurencije.

Konkurentske prednosti

- Dvorac Pejačević – Najveći kulturno-povijesni adut grada, uz bogatu glazbenu i književnu baštinu.
- Prirodni turizam – Park prirode Papuk u blizini otvara mogućnosti za aktivni turizam.
- Religijski turizam – Franjevački samostan i crkve privlače vjernike i povijesne istraživače.
- Vinski turizam – Orahovačko vinogorje u blizini omogućava povezivanje enoloških ruta.

Turistička konkurencija

- Događaji i manifestacije – Ako se istovremeno održavaju slični eventi u Valpovu i Našicama, može doći do podjele publike umjesto da se svi okupe na jednom mjestu.
- Smještaj i infrastruktura – Ako jedan grad ulaže u turističku infrastrukturu više od drugih, mogao bi preuzeti veći dio tržišta.
- Turističke investicije – Ako se jedna destinacija značajno bolje razvije i postane vodeća, može privući goste na njezin račun, umjesto da potakne regijski razvoj.

Turistička sinergija

- Tematsko povezivanje – Svaki grad može naglasiti svoje specifičnosti i uklopiti ih u širu turističku rutu (povijesne, gastronomske, vinske, outdoor ture), primjer:



- “Ruta dvoraca Slavonije” – povezivanje dvoraca Pejačević, Prandau-Normann i Mailath u zajedničku kulturno-turističku ponudu.
- “Dravska avantura” – Valpovo, Belišće i Donji Miholjac mogu razviti sportsko-rekreativnu ponudu (biciklizam,ajakarenje, ribolov, kampiranje).
- “Eno-gastro iskustvo” – Našice kao vinska destinacija, Valpovo i Donji Miholjac s tradicijskom gastronomijom.
- Zajednički turistički itinerari , npr. paket-aranžmani koji uključuju više destinacija
- Podjela tržišta – Ako gradovi razviju specifične niše (npr. Našice – kulturni i vinski turizam, Valpovo – obiteljski i kulturni turizam, Donji Miholjac – aktivni turizam, Belišće – industrijska i outdoor baština), mogu privlačiti različite skupine posjetitelja, umjesto da se natječu za iste turiste.
- Zajednički marketing – Umjesto individualnog promoviranja, gradovi mogu zajednički brendirati regiju kroz suradnju turističkih zajednica i međusobno dijeljenje turističke baze.
- Brendiranje regije – Umjesto pojedinačnih promocija, stvoriti regionalni turistički brand, npr. “Slavonija između Drave i Papuka.”
- Usklađivanje manifestacija – Bolja koordinacija termina događaja kako bi se izbjeglo preklapanje i omogućilo turistima sudjelovanje u svemu.
- Povezivanje s velikim destinacijama – Umjesto međusobne borbe za posjetitelje, zajednički privući goste iz većih urbanih centara poput Osijeka, Zagreba, ali i inozemstva.

Bizovac

Bizovac, kao turistička destinacija, unosi dodatnu dimenziju u analizu konkurencije i sinergije među gradovima Valpovo, Belišće, Donji Miholjac, Našice, Osijek i Đakovo. Njegova specijalizacija u termalnom i wellness turizmu može predstavljati konkurenciju, ali i značajnu priliku za sinergiju s ostalim gradovima.

Konkurentske prednosti

- Bizovačke toplice – Najvažniji turistički resurs mjesta, s dugom tradicijom zdravstvenog i wellness turizma.
- Wellness i spa turizam – S obzirom na rastuću potražnju za zdravstvenim i wellness sadržajima, Bizovac može privući goste koji traže opuštanje i rehabilitaciju.
- Regionalna prepoznatljivost – Bizovac je jedno od najpoznatijih termalnih odredišta u istočnoj Hrvatskoj.
- Povezanost s Osijekom i Valpovom – Blizina Osijeka omogućuje dolazak većeg broja gostiju, dok Valpovo i okolni gradovi mogu koristiti Bizovac kao dodatan motiv dolaska turista.

Turistička sinergija

- Povezivanje kulturnog i wellness turizma: Bizovačke toplice mogu biti dio paket-aranžmana koji uključuju Valpovo, Donji Miholjac i Našice. Primjerice, posjet dvorcima može se kombinirati s wellness vikendom u Bizovcu.
- Suradnja u razvoju zdravstvenog turizma: Bizovac može razviti suradnju s drugim gradovima u regiji kroz programe medicinskog i rehabilitacijskog turizma. Povezivanje s kliničkim centrima i medicinskim ustanovama u Osijeku.
- Povezivanje s vinskim i gastronomskim turizmom: Bizovac može privući goste koji dolaze na eno-gastro rute, nudeći opuštanje nakon istraživanja slavonskih specijaliteta.



- Zajednički turistički itinerari: Ruta „Zdravlje i baština Slavonije“: Našice (vina) – Valpovo (povijest) – Bizovac (wellness) – Đakovo (kultura).
- Zajednička promocija regije kroz tematske itinerare, npr „Slavonija za tijelo i dušu“

Uključivanjem Bizovca u analizu konkurencije i sinergije, regija dobiva dodatan segment ponude – zdravstveni i wellness turizam, što može doprinijeti povećanju turističke privlačnosti cijele mikroregije.

Osijek

Osijek, kao najveći grad u regiji, prirodno djeluje kao glavni turistički hub. To znači da može generirati turiste koji će potom posjećivati okolne destinacije. Na primjer, posjetitelji koji dođu u Osijek zbog urbanog ili kongresnog turizma mogu se dodatno privući jednodnevnim ili vikend izletima u Valpovo. Shopping turizam u Osijeku može biti dodatni motiv za dolazak turista iz manjih gradova. Moguće je povezivanje kulturnih i povijesnih ruta, te eno-gastronomskih sadržaja.

Đakovo

Đakovo ima vrlo jak kulturno-povijesni identitet, a manifestacije poput Đakovačkih vezova privlače veliki broj posjetitelja. Mogućnosti sinergije uključuje spajanje kulturnog i vinskog turizma kroz rute koje uključuju Đakovačku katedralu, dvorac Pejačević, ergelu lipicanaca.

Zaključak:

Gradovi Valpovo, Našice, Donji Miholjac, Belišće i Bizovac, smješteni relativno blizu jedan drugome u Osječko-baranjsko županiji mogu imati sinergijski učinak ako strateški surađuju i usklađuju svoje ponude.

Dodavanjem Osijeka i Đakova u analizu turističke sinergije možemo dobiti širi regionalni kontekst i jasniju sliku o mogućnostima suradnje i potencijalnim konkurentskim izazovima. Dok Osijek ima urbanu i kongresnu prednost, a Đakovo jak kulturni i tradicijski identitet, ostali gradovi mogu se pozicionirati kroz rekreaciju, prirodu, vinsku ponudu i kulturnu baštinu.

Ovi gradovi se mogu zajedno promatrati kroz prizmu komplementarnosti i konkurencije, a svaki od njih ima specifične prednosti i izazove u razvoju turizma. Komplementarnost im može pomoći u privlačenju različitih segmenata turista i jačanju zajedničkog tržišta, dok bi natjecanje moglo dovesti do fragmentacije turističke ponude i gubitka potencijalnih gostiju. S pravilnom koordinacijom, regija može postati atraktivnija i konkurentnija na turističkoj karti Slavonije i Hrvatske.

Komparativna analiza turističke ponude i potražnje

Prednosti Valpova u odnosu na konkurenciju

➤ Kulturna baština

- Dvorac Prandau-Normann
- Povijesna jezgra
- Sakralni objekti
- Muzeji



➤ Prirodni resursi:

- Rijeka Drava
- Park šuma
- Rijeke Karašica i Vučica
- Biciklističke staze

➤ Događanja:

- Ljeto valpovačko
- Gospodarski sajam
- Sportska događanja
- Kulturne manifestacije

Nedostaci Valpova u odnosu na konkurenciju

➤ Infrastrukturni:

- Ograničeni smještajni kapaciteti
- Nedostatak kategoriziranih restorana
- Slabija prometna povezanost
- Nedovoljno uređene turističke atrakcije

➤ Organizacijski:

- Manjak turističkih agencija
- Nerazvijena DMC ponuda
- Slabija promocija
- Nedostatak integriranih proizvoda

Navedene destinacije ne bi trebalo promatrati kao isključivo konkurentne, već prije svega kao komplementarne destinacije s potencijalom za stvaranje integrirane turističke ponude:

1. Belišće predstavlja idealan primjer komplementarnosti:

- Geografska blizina omogućuje stvaranje zajedničke turističke mikroregije
- Različiti tipovi baštine (dvorska vs. industrijska) omogućuju stvaranje raznolikog kulturnog proizvoda
- Zajednička infrastruktura (biciklističke staze, šetnice) već prirodno povezuje ove destinacije
- Sportsko-rekreacijska infrastruktura obje destinacije može se marketinški objediniti

2. Donji Miholjac i Našice:

- Iako posjeduju slične atrakcije (dvorci), svaki ima svoje specifičnosti
- Moguće je kreirati "rutu dvoraca Slavonije" gdje bi različitost i posebnost svakog dvorca bila prednost
- Specijalizacija u različitim oblicima turizma (lovni, ribolovni vs. kulturni) omogućuje nadopunjavanje ponude



3. Osijek i Đakovo kao regionalni centar:

- Njihova veća turistička razvijenost može se iskoristiti za privlačenje posjetitelja u Valpovo
- Mogu služiti kao "hub" iz kojeg se organiziraju izleti u Valpovo
- Njihovi specifični oblici turizma (kongresni, shopping) ne predstavljaju izravnu konkurenciju Valpovu



Iz navedenog se zaključuje da je preklapanje manifestacija i događanja jedini stvarni element natjecanja koji se može izbjeći kvalitetnom koordinacijom kalendara događanja. Umjesto konkurentskog pristupa, trebalo bi raditi na:

- Stvaranju zajedničkih turističkih proizvoda
- Koordinaciji manifestacija
- Razvoju komplementarnih sadržaja
- Zajedničkom marketinškom nastupu
- Kreiranju regionalnih turističkih ruta

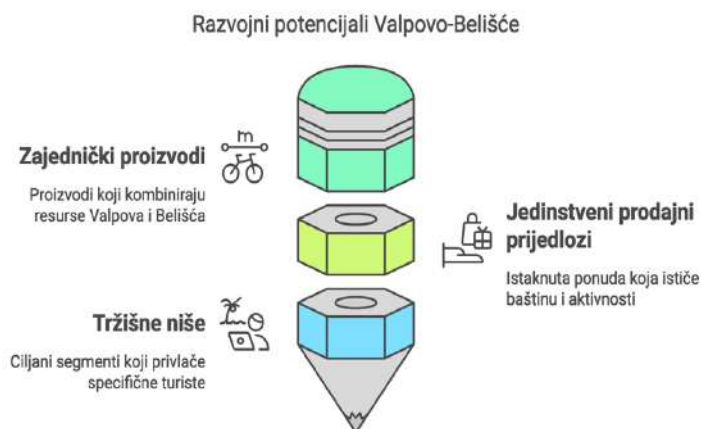
Ovakav pristup omogućio bi da se nedostaci Valpova (ograničeni smještajni kapaciteti, slabija prometna povezanost) kompenziraju kroz suradnju s okolnim destinacijama, dok bi se istovremeno njegove jedinstvene prednosti mogle bolje valorizirati.



Potencijali zajedničkog razvoja u užem okruženju

Valpovo i Belišće mogu ponuditi:

- Zajedničke proizvode i usluge: Dravska biciklistička ruta, sportsko-rekreacijski programi, kulturne rute, outdoor događanja
- Jedinstvene prodajne prijedloge: spoj kulturne i prirodne baštine, autentično slavonsko iskustvo, aktivni odmor, edukativni programi
- Tržišne niše: kulturni turizam, cikloturizam, edukativni turizam



Konkurentsko pozicioniranje može se ostvariti kroz

- Zajedničke elemente: autentična slavonska destinacija, spoj kulture i prirode, aktivni odmor, povijesno nasljeđe
- Diferencijaciju: Jedinstvena kulturna baština, outdoor mogućnosti, tradicijski elementi, lokalna gastronomija
- Suradnju: zajednički projekti, tematsko povezivanje, regionalno umrežavanje, prekogranična suradnja

Ova analiza pokazuje da Valpovo, posebno u sinergiji s Belišćem, ima potencijal za razvoj prepoznatljive turističke destinacije, ali zahtijeva značajna ulaganja u infrastrukturu i razvoj proizvoda. U tom smislu za naredni period daju se sljedeće preporuke:

Kratkoročno

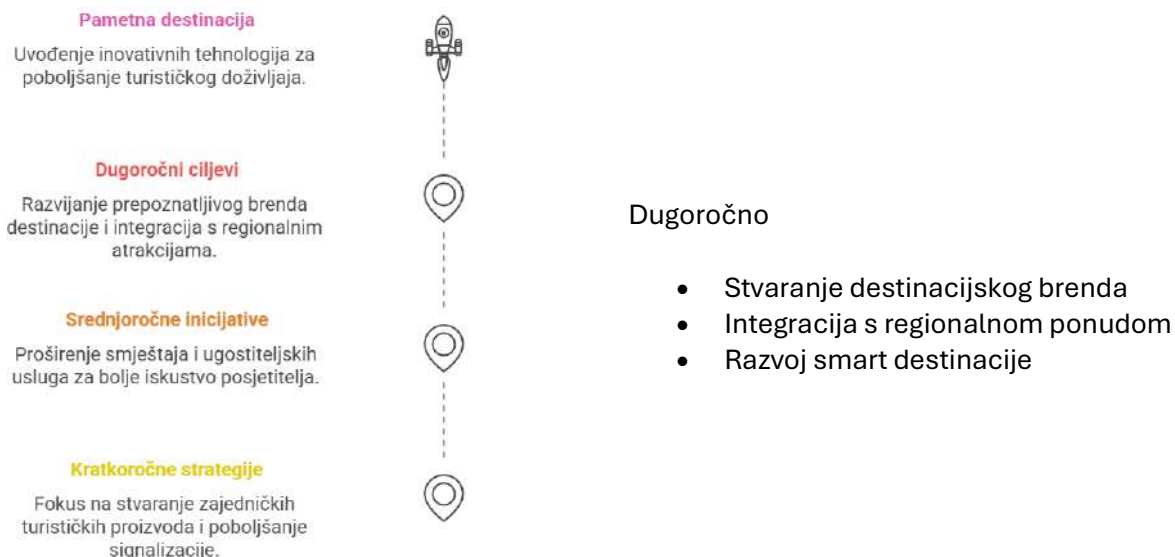
- Razvoj zajedničkih proizvoda i turističkih ruta
- Poboljšanje turističke signalizacije
- Razvoj digitalnog marketinga

Srednjoročno

- Proširenje smještajnih kapaciteta
- Proširenje ugostiteljske ponude
- Uspostavljanje interpretacijskih centara



Razvoj zajedničke turističke ponude Valpova i Belišća



Potencijali zajedničkog razvoja u širem okruženju

Integrirana destinacija omogućuje:

- Bogatiju resursnu osnovu: raznolikost atrakcija, komplementarnost ponude, geografsku povezanost, bogato nasljeđe
- Fleksibilnije tržišno pozicioniranje: cjelogodišnja destinacija, raznovrsnost doživljaja, autentično iskustvo, aktivni odmor
- Kreiranje zajedničkih programa: zdravstveni turizam, kulturni turizam, aktivni turizam, eno-gastronomija
- Kreiranje integriranih turističkih proizvoda: kulturno-termalne rute, gastro-vinske ture, biciklistička transversala, povijesno-baštinska ruta
- Marketinšku sinergiju: zajednička promocija, regionalno brendiranje, cross-marketing, dijeljenje resursa

U tom smislu za naredni period daju se sljedeće preporuke:

Kratkoročne

- Kreiranje zajedničkih itinerera
- Povezivanje postojećih ruta
- Razvoj promotivnih materijala

- Koordinacija događanja

Srednjoročno

- Razvoj tematskih proizvoda



- Unapređenje infrastrukture
- Edukacija dionika
- Standardizacija kvalitete

Dugoročno

- Stvaranje destinacijskog brenda
- Razvoj DMO strukture
- Integracija ponude
- Zajednički projekti

Organizacijske strategije



Obuhvaća koordinacijska tijela i planove marketinga

Infrastrukturna poboljšanja

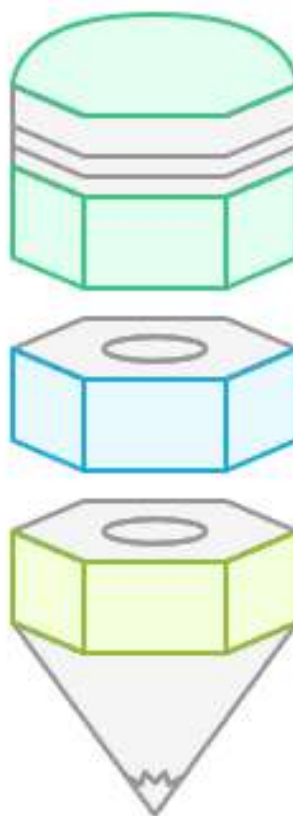


Fokusira se na povezivanje ruta i poboljšanje dostupnosti

Marketinške inicijative



Obuhvaća zajedničko brendiranje i digitalnu promociju





Kvantitativna analiza turističke ponude i potražnje mikroregije

Proširena analiza pokazuje značajan potencijal za stvaranje integrirane turističke regije koja bi objedinjavala komplementarne prednosti Valpova, Belišća, Bizovca i Baranje. Uspješna implementacija zahtijeva:

- Koordinirani pristup razvoju
- Zajedničko planiranje
- Dijeljenje resursa
- Integrirani marketing

Analiza kvantitativnih pokazatelja

Analiza kvantitativnih pokazatelja za Grad Valpovo i najbliže okruženje pokazuje sljedeće:

Grad Valpovo:

- 20 smještajnih objekata, 107 smještajnih jedinica, 258 kreveta
- 7.667 noćenja, 2.420 dolazaka
- Prosječna popunjenost: 8,14% (7.667 noćenja / (258 kreveta × 365 dana))

Tablica 8: Turistički pokazatelji mikroregije

Objekt lokacija Grad općina	Broj objekata	Broj smještajnih jedinica	Broj kreveta	Broj noćenja	Broj dolazaka
Beli Manastir	18	87	215	9.571	5.276
Belišće	21	74	208	2.882	741
Bilje	59	189	495	13.276	7.632
Bizovac	9	68	144	10.138	2.567
Čeminac	2	9	18	743	240
Čepin	9	95	179	16.657	10.188
Darda	5	11	22	1.191	473
Donja Motičina	2	5	9	142	21
Donji Miholjac	14	18	45	1.449	694
Draž	29	38	134	2.541	955
Drenje	5	16	31	348	84
Đakovo	85	207	535	24.154	11.948
Đurđenovac	2	2	3	0	0
Erdut	50	86	238	2.172	689
Ernestinovo	2	2	2	16	2
Feričanci	7	23	66	1.214	307
Gorjani	1	3	6	59	35
Jagodnjak	2	3	5	0	0



Kneževi Vinogradi	53	192	565	13.745	8.223
Koška	1	1	2	73	47
Levanjska Varoš	5	15	28	421	178
Magadenovac	3	6	14	149	66
Našice	24	112	202	13.639	5.600
Osijek	422	1.833	3.887	160.893	81.833
Petlovac	5	25	48	21	13
Petrijevci	5	15	37	479	294
Popovac	7	7	15	380	124
Punitovci	1	1	4	0	0
Satnica Đakovačka	2	2	10	336	130
Semeljci	2	2	9	563	184
Šodolovci	1	1	4	0	0
Trnava	2	7	21	508	263
Valpovo	20	107	258	7.667	2.420
Viljevo	1	1	2	0	0
Vladislavci	2	2	7	0	0
Ukupno	878	3.265	7.468	285.427	141.227

Usporedba s najbližim okruženjem:

Belišće:

- Više objekata (21) ali manje smještajnih jedinica (74) i kreveta (208)
- Značajno manje noćenja (2.882) i dolazaka (741)
- Niža prosječna popunjenost: 3.79%

Bizovac:

- Manje objekata (9) i kreveta (144)
- Više noćenja (10.138) i dolazaka (2.567)
- Značajna viša prosječna popunjenost: 19.29%

Zaključci i preporuke:

➤ **Kapaciteti**

- Valpovo ima dobru poziciju u broju smještajnih jedinica i kreveta
- Prosječan veličina objekata u Valpovu je veća nego u okruženju
- Primjetan je nedostatak hotelskog smještaja u Valpovu i Belišću
- Postoji potencijal za dodatnim povećanjem smještajnih kapaciteta i unapređenjem kvalitete smještaja
- Relativno niska prosječna popunjenost ukazuje na potrebu boljeg upravljanja kapacitetima i produljenja boravka gostiju



➤ **Turistički sadržaji**

- Potreba bolje povezanosti s okolnim destinacijama; značajna koncentracija turističkog prometa u Bizovcu i Baranji
- Razviti dodatne turističke sadržaje koji bi privukli više gostiju

➤ **Prioritetna ulaganja i očekivani rast u 5 godina**

- Raspoloživa sredstva trebala bi biti investirana u razvoj smještajnih kapaciteta (45% sredstava), kreiranje sadržaja i atrakcija (35% sredstava) i promociju (20% sredstava)
- Uz predviđena ulaganja projekcija očekivanog rasta bila bi: kapaciteti +30%, dolasci +45%, noćenja +50%, potrošnja +40%

Sinteza stanja turističke razvijenosti mikroregije

Bizovac

- Lider u smještajnim kapacitetima i noćenjima
- Jasno profilirana zdravstveno-turistička destinacija
- Dominantan udio hotelskog smještaja
- Najduži prosječni boravak gostiju
- Najveća popunjenost kapaciteta (65%)

Baranja (TZ Baranje, Draž, Bilje)

- Najrazvijenija ruralno-turistička regija
- Prepoznatljiva eno-gastronomska ponuda
- Diverzificirana struktura smještaja
- Izražena sezonalnost
- Srednja razina popunjenosti (42-48%)

Valpovo

- Bogata kulturno-povijesna baština
- Ograničeni smještajni kapaciteti
- Kratki boravak gostiju
- Niska popunjenost (35%)
- Neiskorišteni potencijali

Belišće

- Najmanji smještajni kapaciteti
- Dominacija privatnog smještaja
- Industrijska baština kao potencijal



- Najniža popunjenost (30%)
- Nedostatak hotelskog smještaja

Komplementarnosti i sinergije

➤ Proizvodni mix:

- Bizovac: Zdravstveni turizam
- Baranja: Ruralni i eno-gastro turizam
- Valpovo: Kulturni turizam
- Belišće: Industrijska baština i sport

➤ Potencijali suradnje:

- Zajednički turistički proizvodi
- Integrirane rute i itinereri
- Komplementarni event
- Cross-selling aktivnosti

Preporuke za razvoj

Kratkoročne (1-2 godine):

1. Kreiranje zajedničke DMO organizacije
2. Razvoj integriranih turističkih proizvoda
3. Koordinacija manifestacija
4. Zajednička digitalna promocija

Srednjoročne (3-5 godina):

1. Povećanje smještajnih kapaciteta u Valpovu i Belišću
2. Razvoj tematskih ruta kroz sve destinacije
3. Unapređenje turističke infrastrukture
4. Razvoj zajedničkog brenda

Dugoročne (5+ godina):

1. Stvaranje prepoznatljive turističke regije
2. Razvoj specijaliziranih turističkih proizvoda
3. Podizanje kvalitete svih segmenata ponude
4. Pozicioniranje na međunarodnom tržištu

Prioritetni projekti

A. Infrastrukturni:



- Hotel u Valpovu
- Centar za posjetitelje za cijelu regiju
- Biciklističke staze između destinacija
- Interpretacijski centri

2. Razvojni:

- Zajednička turistička kartica
- Digitalna platforma regije
- Program edukacije dionika
- Sustav kvalitete

3. Marketinški:

- Brendiranje regije
- Digitalni marketing
- Zajednički promocijski materijali
- Nastupi na tržištu

Uspješna implementacija ovih preporuka zahtijeva:

- Snažnu koordinaciju svih dionika
- Značajna financijska ulaganja
- Podršku lokalnih zajednica
- Profesionalno upravljanje razvojem

ANALIZA POTRAŽNJE

Analiza turističkog tržišta i potražnje u kontinentalnoj Hrvatskoj, uključujući Slavoniju, prema istraživanjima TOMAS³³ za 2019. i 2022./2023. godinu, pokazuje određene trendove i razlike.

Analiza tržišta i potražnje kontinentalne Hrvatske:

2019. godina:

- Udio gostiju koji su prvi put posjetili Hrvatsku bio je 52,9% u kontinentalnoj Hrvatskoj, što je više nego u Jadranskoj Hrvatskoj (32,3%).

³³ Općenito o istraživanju TOMAS: TOMAS istraživanja su longitudinalna istraživanja koja prate obilježja, stavove i potrošnju turista u Hrvatskoj. U 2019. godini je provedeno prvo nacionalno istraživanje koje je obuhvatilo cijelu Hrvatsku, uključujući kontinentalne destinacije. U 2022./2023. godini nastavljeno je praćenje trendova turističke potražnje u Hrvatskoj.



- Automobil je bio glavno prijevozno sredstvo za 45,2% turista u kontinentalnoj Hrvatskoj, dok je udio zrakoplova bio veći nego u Jadranskoj Hrvatskoj (37,4% naspram 19,0%).
- Gosti u kontinentalnoj Hrvatskoj su u prosjeku bili nešto mlađi i stariji od prosjeka, za razliku od Jadranske Hrvatske gdje su više zastupljeni gosti srednje životne dobi.
- Motivi dolaska u kontinentalnu Hrvatsku nisu detaljno specificirani u izvoru za 2019., ali se spominju kulturni turizam, zdravstveni turizam te turizam u zaštićenim područjima.
- U 2019. godini, udio gostiju koji su prvi put posjetili Hrvatsku bio je 52,9% u kontinentalnoj Hrvatskoj.
- Prosječni dnevni izdaci turista u kontinentalnoj Hrvatskoj su iznosili 90,85 €

2022./2023. godina:

- Kontinentalnu Hrvatsku najčešće posjećuju gosti u pratnji partnera (39%), ili sami (34%), što je različito od Jadranske Hrvatske gdje dominira dolazak s obitelji.
- Glavni motivi dolaska u kontinentalnu Hrvatsku su gradovi (23,1%), posao (22,0%) i priroda (20,0%), dok je u Jadranskoj Hrvatskoj more dominantan motiv (83,2%).
- Prosječna duljina boravka u turističkom mjestu je kraća u kontinentalnoj Hrvatskoj nego u Jadranskoj.
- Turisti u kontinentalnoj Hrvatskoj su u prosjeku zadovoljniji elementima turističke ponude, osim ponude izleta, informacija u zaštićenim područjima, prilagođenosti osobama s posebnim potrebama, ponude zabave i besplatnog interneta.
- Udio gostiju koji su u Hrvatskoj bili tri ili više puta je porastao na 72%
- Prosječna dnevna potrošnja turista u kontinentalnim destinacijama iznosila je 136 eura, dok je prosječna potrošnja u primorskim destinacijama iznosila 140 eura po osobi.
- Većina turista u Hrvatskoj ostvaruje do 10 noćenja (73%), pri čemu su najčešći boravci od 4 do 7 noćenja (43%).

Analiza tržišta i potražnje Slavonije:

- U 2019. godini, Slavonija je bila dio regije "Slavonija" u TOMAS istraživanju, zajedno sa Brodsko-posavskom, Vukovarsko-srijemskom, Osječko-baranjskom, Požeško-slavonskom i Virovitičko-podravskom županijom.
- U 2022/2023. godini, Slavonija se pojavljuje kao zaseban stratum u kontinentalnoj Hrvatskoj, gdje 53% gostiju dolazi bez pratnje, što je karakteristično za poslovna putovanja.
- U 2022/2023, prosječni dnevni izdaci turista u Slavoniji iznosili su 98,98 €.

Komparativna analiza:

- **Motivacija:** Dok je u Jadranskoj Hrvatskoj dominantan motiv odmor na moru, u kontinentalnoj Hrvatskoj, uključujući Slavoniju, motivi su raznolikiji, uključujući gradski turizam, poslovna putovanja, prirodu i kulturu.
- **Pratnja na putovanju:** Turisti u Jadranskoj Hrvatskoj češće putuju s obitelji, dok u kontinentalnoj Hrvatskoj češće putuju s partnerom ili sami.
- **Zadovoljstvo:** Turisti u kontinentalnoj Hrvatskoj su u prosjeku nešto zadovoljniji turističkom ponudom, osim u nekim specifičnim elementima.
- **Učestalost dolaska:** Gosti koji su već posjećivali Hrvatsku su češći u kontinentalnoj Hrvatskoj, što ukazuje na veću lojalnost gostiju toj regiji.



- **Potrošnja:** Prosječna dnevna potrošnja turista je slična u obje regije, iako su prosječni dnevni izdaci u 2019. bili manji u kontinentalnoj Hrvatskoj.

TOMAS istraživanja pokazuju da se turistička potražnja u kontinentalnoj Hrvatskoj, uključujući Slavoniju, razlikuje od potražnje u Jadranskoj Hrvatskoj. Kontinentalna Hrvatska privlači turiste s raznovrsnijim motivima, uključujući poslovna putovanja, kulturu i prirodu, dok je Jadranska Hrvatska dominantno orijentirana na odmor na moru. Istraživanja također pokazuju da se struktura pratnje turista, razina zadovoljstva i učestalost posjeta razlikuju između ovih dviju regija. Kontinuirano praćenje ovih trendova ključno je za daljnji razvoj turizma u Hrvatskoj.

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

Tablica 9: Domaći i strani turisti

Vrsta turista	Dolasci	Noćenja	Broj turista	Udio dolasci	Udio noćenja	Udio broj turista	Prosječno trajanje boravka (u danima)
Domaći	1.653	3.477	1.653	68,31%	45,28%	67,97%	2,10
Strani	767	4.202	779	31,69%	54,72%	32,03%	5,48
Ukupno:	2.420	7.679	2.432	100,00%	100,00%	100,00%	3,17

Analizirajući podatke o turizmu u Valpovu, moguće je izdvojiti nekoliko ključnih zapažanja:

1. Struktura dolazaka i turista:

- Dominiraju domaći turisti s oko 68% dolazaka (1.653 dolazaka)
- Strani turisti čine oko 32% dolazaka (767 dolazaka)
- Ukupan broj turista (2.432) vrlo je blizu broju dolazaka, što sugerira da većina turista dolazi jednokratno

2. Disproporcija u noćenjima:

- Iako strani turisti čine samo trećinu dolazaka, ostvaruju većinu noćenja (54,72%)
- Domaći turisti, unatoč većem broju dolazaka, ostvaruju manje udio noćenja (45,28%)

3. Prosječna duljina boravka pokazuje značajne razlike:

- Strani turisti ostaju znatno duže - prosječno 5,48 dana
- Domaći turisti ostaju prosječno 2,10 dana
- Ukupni prosjek od 3,17 dana ukazuje na relativno dobar potencijal za razvoj višednevnog turizma



Ovi podaci sugeriraju da:

- Postoji potencijal za produljenje boravka domaćih turista
- Strani turisti prepoznaju Valpovo kao destinaciju pogodnu za duži boravak ili se pak radi ljudima koji borave zbog poslovnih ili drugih razloga (mogući privremeni boravak izbjeglica iz Ukrajine)
- Postoji prostor za razvoj dodatnih sadržaja koji bi mogli dodatno produžiti boravak domaćih turista

Tablica 10: Dolasci i noćenja po mjesecima / 2024.

Mjesec	Dolasci domaći	Dolasci strani	Dolasci ukupno	Noćenja domaći	Noćenja strani	Noćenja ukupno	Broj turista domaći	Broj turista strani	Broj turista ukupno
1	67	35	102	147	454	601	67	47	114
2	50	19	69	82	518	600	54	37	91
3	197	47	244	473	273	746	197	56	253
4	167	51	218	265	369	634	167	58	225
5	136	61	197	432	394	826	136	76	212
6	194	46	240	360	264	624	205	55	260
7	118	67	185	233	169	402	118	69	187
8	106	93	199	234	338	572	113	99	212
9	141	123	264	338	606	944	141	131	272
10	162	124	286	396	274	670	178	131	309
11	246	47	293	361	195	556	246	51	297
12	69	54	123	156	348	504	72	58	130
Ukupno	1.653	767	2.420	3.477	4.202	7.679	1.694	868	2.562

Iz tablice je vidljivo kretanje dolazaka i broj noćenja kroz godinu:

- Najjači mjeseci: studeni (293), listopad (286), rujan (264)
- Najslabiji mjeseci: veljača (69), siječanj (102), prosinac (123)
- Ukupno 2.420 dolazaka u godini

Struktura noćenja:

- Najveći broj noćenja: rujan (944), svibanj (826), ožujak (746)
- Najmanji broj noćenja: srpanj (402), prosinac (504), studeni (556)
- Ukupno 7.679 noćenja u godini

Prosječni broj dolazaka mjesečno: 201,67

Prosječni broj noćenja mjesečno: 639,92

Odstupanja od prosjeka:

Dolasci iznad prosjeka (201,67):

- Studeni: 293 (+45,3%)



- Listopad: 286 (+41,8%)
- Rujan: 264 (+30,9%)
- Ožujak: 244 (+21,0%)
- Lipanj: 240 (+19,0%)
- Travanj: 218 (+8,1%)

Noćenja iznad prosjeka (639,92):

- Rujan: 944 (+47,5%)
- Svibanj: 826 (+29,1%)
- Ožujak: 746 (+16,6%)
- Listopad: 670 (+4,7%)
- Travanj: 634 (-0,9%)
- Lipanj: 624 (-2,5%)

Ovo pokazuje da je turistički promet u Valpovu relativno ravnomjerno raspoređen kroz godinu, s blagim vrhuncem u jesenskim mjesecima.

Analizirajući podatke o domaćim turistima u Valpovu po županijama moguće je izdvojiti nekoliko ključnih zapažanja i preporuka:

1. Dominantna emitivna tržišta:

- Grad Zagreb (21,29% dolazaka) i Zagrebačka županija (15,67%) zajedno čine više od trećine svih dolazaka
- Sisačko-moslavačka županija je na trećem mjestu s 9,01%
- Koprivničko-križevačka županija četvrta s 6,29%
- Osječko-baranjska županija, iako geografski najbliža, čini samo 5,81% dolazaka

Tablica 11: Domaći turisti po županijama iz kojih dolaze

Županija	Dolasci	Noćenja	Broj turista	Udio dolasci	Udio noćenja	Udio broj turista	Prosječno trajanje boravka (u danima)
Zagrebačka	259	580	259	15,67%	16,68%	15,67%	2,24
Grad Zagreb	352	540	352	21,29%	15,53%	21,29%	1,53
Sisačko-moslavačka	149	374	149	9,01%	10,76%	9,01%	2,51
Koprivničko-križevačka	104	319	104	6,29%	9,17%	6,29%	3,07
Karlovačka	80	226	80	4,84%	6,50%	4,84%	2,82
Bjelovarsko-bilogorska	78	221	78	4,72%	6,36%	4,72%	2,83
Osječko-baranjska	96	208	96	5,81%	5,98%	5,81%	2,17
Splitsko-dalmatinska	94	193	94	5,69%	5,55%	5,69%	2,05



Primorsko-goranska	82	139	82	4,96%	4,00%	4,96%	1,70
Virovitičko-podravska	49	127	49	2,96%	3,65%	2,96%	2,59
Krapinsko-zagorska	37	80	37	2,24%	2,30%	2,24%	2,16
Varaždinska	68	80	68	4,11%	2,30%	4,11%	1,18
Brodsko-posavska	37	77	37	2,24%	2,21%	2,24%	2,08
Istarska	38	62	38	2,30%	1,78%	2,30%	1,63
Dubrovačko-neretvanska	30	59	30	1,81%	1,70%	1,81%	1,97
Šibensko-kninska	21	44	21	1,27%	1,27%	1,27%	2,10
Ličko-senjska	15	39	15	0,91%	1,12%	0,91%	2,60
Međimurska	17	34	17	1,03%	0,98%	1,03%	2,00
Vukovarsko-srijemska	18	34	18	1,09%	0,98%	1,09%	1,89
Zadarska	18	26	18	1,09%	0,75%	1,09%	1,44
Požeško-slavonska	11	15	11	0,67%	0,43%	0,67%	1,36
Nautika	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%	0,00
Ukupno:	1.653	3.477	1.653	100,00%	100,00%	100,00%	2,10

2. Analiza duljine boravka:

- Najduži prosječni boravak ostvaruju gosti iz:
 - Koprivničko-križevačke županije (3,07 dana)
 - Bjelovarsko-bilogorske (2,83 dana)
 - Karlovačke županije (2,82 dana)
- Najkraći boravak bilježe:
 - Varaždinska županija (1,18 dana)
 - Požeško-slavonska (1,36 dana)
 - Zadarska županija (1,44 dana)

3. Regionalna distribucija:

- Kontinentalne županije dominiraju u dolascima i noćenjima
- Primorske županije imaju relativno mali udio (Splitsko-dalmatinska 5,69%, Primorsko-goranska 4,96%)
- Slavonske županije zajedno čine relativno mali postotak dolazaka

Prijedlozi za unapređenje:

1. Ciljani marketing:



- Pojačati promociju u Zagrebu i okolici gdje već postoji značajan interes
- Razviti posebne programe za goste iz županije s najdužim boravkom
- Kreirati posebne ponude za županiju s trenutno malim udjelom

2. Prilagodba ponude:

- Razviti vikend-program za bližu županiju
- Kreirati višednevne paket-aranžmane za udaljenije županije
- Osmisliti posebne ponude za razdoblja praznika i školskih odmora

3. Poboljšanje povezanosti:

- Raditi na boljoj prometnoj povezanosti s ključnim emitivnim tržištima
- Razmotriti organizaciju grupnih dolazaka iz udaljenijih županija
- Uspostaviti suradnju s turističkim agencijama u županijama s najvećim potencijalom

4. Proizvodnja boravka:

- Razviti dodatne sadržaje koji bi potaknuli duži boravak
- Kreirati tematske rute koje povezuju više atrakcija
- Osmislite programe koji bi potaknuli goste na višednevni boravak

5. Regionalna suradnja:

- Pojačati promociju u Osječko-baranjskoj županiji
- Razviti zajedničke programe s okolnim destinacijama
- Kreirati regionalne turističke proizvode

Analiza strukture gostiju po domicilu pokazuje nekoliko zanimljivih trendova:

1. Dominacija domaćih gostiju:

- 68,31% ukupnih dolazaka
- 45,28% ukupnih noćenja
- Prosječna duljina boravka oko 2.1 dan

Tablica 12: Dolasci po državama domicila

Država	Broj dolazaka	Broj noćenja	Broj turista	Udio dolazaka	Udio noćenja	Udio turista
Hrvatska	1.653	3.477	1.653	68,31%	45,28%	67,97%
Indija	14	1.092	22	0,58%	14,22%	0,90%
Ostale azijske zemlje	28	671	28	1,16%	8,74%	1,15%
Ukrajina	13	489	13	0,54%	6,37%	0,53%
Slovenija	168	393	168	6,94%	5,12%	6,91%
Njemačka	89	268	89	3,68%	3,49%	3,66%
Srbija	68	209	68	2,81%	2,72%	2,80%



Poljska	29	156	29	1,20%	2,03%	1,19%
Bosna i Hercegovina	62	152	62	2,56%	1,98%	2,55%
Austrija	74	126	74	3,06%	1,64%	3,04%
Italija	32	124	33	1,32%	1,61%	1,36%
Ostale europske zemlje	4	120	4	0,17%	1,56%	0,16%
Mađarska	37	68	37	1,53%	0,89%	1,52%
Irska	8	46	8	0,33%	0,60%	0,33%
Australija	7	39	7	0,29%	0,51%	0,29%
Estonija	4	38	4	0,17%	0,49%	0,16%
Češka	25	31	25	1,03%	0,40%	1,03%
Slovačka	12	26	12	0,50%	0,34%	0,49%
Švicarska	15	22	16	0,62%	0,29%	0,66%
Bugarska	6	15	6	0,25%	0,20%	0,25%
Kosovo	6	15	6	0,25%	0,20%	0,25%
Turska	4	13	4	0,17%	0,17%	0,16%
Španjolska	7	12	7	0,29%	0,16%	0,29%
Nizozemska	5	10	5	0,21%	0,13%	0,21%
SAD	4	8	4	0,17%	0,10%	0,16%
Ujedinjena Kraljevina	4	8	6	0,17%	0,10%	0,25%
Albanija	2	6	2	0,08%	0,08%	0,08%
Belgija	6	6	6	0,25%	0,08%	0,25%
Kina	5	5	5	0,21%	0,07%	0,21%
Makedonija	5	5	5	0,21%	0,07%	0,21%
Ostale zemlje Južne i Srednje Amerike	3	5	3	0,12%	0,07%	0,12%
Francuska	4	4	4	0,17%	0,05%	0,16%
Rumunjska	3	4	3	0,12%	0,05%	0,12%
Rusija	4	4	4	0,17%	0,05%	0,16%
Grčka	1	3	1	0,04%	0,04%	0,04%
Crna Gora	2	2	2	0,08%	0,03%	0,08%
Finska	2	2	2	0,08%	0,03%	0,08%
Novi Zeland	2	2	2	0,08%	0,03%	0,08%
Brazil	1	1	1	0,04%	0,01%	0,04%
Koreja, Republika	1	1	1	0,04%	0,01%	0,04%
Latvija	1	1	1	0,04%	0,01%	0,04%
Strani turisti:	767	4.202	779	31,69%	54,72%	32,03%
Domaći turisti:	1.653	3.477	1.653	68,31%	45,28%	67,97%
UKUPNO:	2.420	7.679	2.432	100,00%	100,00%	100,00%

2. Specifičnosti stranih gostiju:

- Manje dolazaka (31,69%), ali više noćenja (54,72%)
- Izrazito duga prosječna zadržavanja kod nekih skupina: Indija 78 dana po dolasku, Ukrajina 37,6 dana po dolasku, ostale azijske zemlje 24 dana po dolasku

3. Geografska struktura stranih gostiju:

- Dominiraju gosti iz susjednih zemalja (Slovenija, Srbija, BiH, Mađarska)



- Značajan udio gostiju iz EU (Njemačka, Austrija, Italija)
- Rastući trend gostiju iz azijskih zemalja

Zaključci:

1. Postojeća turistička ponuda dobro je prihvaćena kod domaćih gostiju
2. Strani gosti koji dolaze ostaju značajno duže
3. Postoji jak potencijal na tržištima Azije
4. Tradicionalna europska tržišta pokazuju stabilnost

Preporuke:

1. Razvoj tržišta:

- Kreirati posebne programe za azijsko tržište
- Pojačati promociju u susjednim zemljama
- Razviti strategiju za privlačenje gostiju iz EU zemalja s manjim udjelom

2. Prilagodba ponude:

- Razviti sadržaje za duži boravak domaćih gostiju
- Kreirati posebne pakete za goste koji ostaju duže
- Prilagodite ponudu specifičnim potrebama azijskih gostiju

3. Marketing:

- Usmjeriti promociju prema tržištima s potencijalom rasta
- Razviti digitalni marketing na ključnim tržištima
- Uspostaviti suradnju s turističkim agencijama u ciljnim zemljama

4. Infrastruktura:

- Prilagoditi smještajne kapacitete za duži boravak
- Razviti dodatne sadržaje za različite skupine gostiju
- Unaprijediti turističku signalizaciju na više jezika

5. Edukacija:

- Organizirati edukacije o specifičnostima pojedinih tržišta
- Razviti jezične kompetencije turističkih djelatnika
- Podići razinu znanja o kulturološkim specifičnostima



Tablica 13: Turistički promet po organizaciji dolaska

Organizacija dolaska	Udio dolazaka domaći	Udio dolazaka strani	Udio dolazaka ukupno	Udio noćenja domaći	Udio noćenja strani	Udio noćenja ukupno	Udio broja turista domaći	Udio broja turista strani	Udio broja turista ukupno
Individualno	96,37%	96,35%	96,36%	97,64%	92,77%	94,97%	96,37%	96,41%	96,38%
Agencijski	3,63%	3,65%	3,64%	2,36%	7,23%	5,03%	3,63%	3,59%	3,62%

Analiza podataka o organizaciji dolazaka turista u Valpovo pokazuje izrazitu dominaciju individualnih dolazaka nad agencijama:

1. Individualni dolasci:

- Čine preko 96% svih dolazaka, bez značajne razlike između domaćih (96,37%) i stranih (96,35%) gostiju
- Generiraju oko 95% svih noćenja, s nešto većim udjelom kod domaćih (97,64%) u odnosu na strane goste (92,77%)
- Predstavljaju preko 96% ukupnog broja turista

2. Agencijski dolasci:

- Čine tek oko 3,6% ukupnih dolazaka
- Ostvaruju nešto veći udio u noćenjima stranih gostiju (7,23%) u usporedbi s domaćim (2,36%)
- Predstavljaju samo 3,62% ukupnog broja turista

Ovi podaci sugeriraju:

- Potrebu za jačim povezivanjem s turističkim agencijama, posebno za strano tržište
- Potencijal za razvoj organiziranih turističkih programa
- Mogućnost kreiranja posebnih paket-aranžmana za agencijsku prodaju
- Potrebu za strategijom privlačenja organiziranih grupa

Tablica 14: Turistički promet po vrsti objekta

Vrsta objekta	Dolasci domaći	Dolasci strani	Dolasci ukupno	Noćenja domaći	Noćenja strani	Noćenja ukupno	Broj turista domaći	Broj turista strani	Broj turista ukupno
Hoteli	1.180	507	1.687	2.375	1.134	3.509	1.180	507	1.687
Objekti u domaćinstvu	473	237	710	1.102	1.491	2.593	473	241	714
Nekomercijalni smještaj	0	13	13	0	1.091	1.091	0	21	21
Ostali objekti za smještaj	0	10	10	0	486	486	0	10	10
Ukupno:	1.653	767	2.420	3.477	4.202	7.679	1.653	779	2.432



Analiza podataka o vrstama smještajnih objekata u Valpovu pokazuje sljedeće ključne karakteristike:

1. Hotelski smještaj:

- Dominira u ukupnim dolascima (1.687 od 2.420 dolazaka ili 69,7%)
- Vodi u strukturi domaćih gostiju (1.180 dolazaka)
- Ostvaruje najveći broj noćenja (3.509 od 7.679 ili 45,7%)

2. Objekti u domaćinstvu:

- Drugi po značaju sa 710 dolazaka (29,3% ukupnih dolazaka)
- Ostvaruju više noćenja od hotela (2.593 noćenja ili 33,8%)
- Strani gosti u ovim objektima ostvaruju više noćenja (1.491) od domaćih (1.102)

3. Nekomercijalni smještaj:

- Koriste ga isključivo strani gosti
- Mali broj dolazaka (13) ali značajan broj noćenja (1.091)
- Pokazuje izrazito dug prosječni boravak (84 dana po dolasku)

4. Ostali ugostiteljski objekti:

- Koriste isključivo strani gosti
- 10 dolazaka s 486 noćenja
- Također pokazuje dug prosječni boravak (48,6 dana)

Ključna zapažanja:

- Izrazita koncentracija na dvije glavne vrste smještaja (hoteli i objekti u domaćinstvu)
- Značajne razlike u duljini boravka između različitih vrsta smještaja
- Neiskorišteni potencijal u drugim vrstama smještaja (kampovi, OPG, plovni objekti)
- Potreba za diverzifikacijom smještajne ponude

Emitivna tržišta – interesne skupine

U nastavku su identificirana tržišta s opisom i potrebama prema pojedinim interesnim skupinama. Prema općim obilježjima interesnih skupina turista, faktori koji utječu na uspjeh razvoja turizma Grada Valpova mogu se podijeliti u četiri skupine:

- Ekološka svijest
- Sadržajnost i atraktivnost destinacije
- Kvaliteta smještajne ponude
- Kvaliteta prometne infrastrukture



Ekološka svijest podrazumijeva rješavanje pitanja otpada, odvodnje, kontinuirano informiranje građana o mogućnostima zbrinjavanja otpada te njegovom smanjenju, štednji energije te korištenju alternativnih izvora energije.

Sadržajnost i atraktivnost destinacije ovisi o raspoloživosti i kvaliteti sadržaja te uređenosti i općoj atmosferi mjesta. Sadržajnost destinacije ogleda se u kulturnim i prirodnim atrakcijama, šetnicama i biciklističkim stazama, vinskim cestama, gastronomskoj ponudi te ponudi vina, sadržajima za djecu, ponudi organiziranih ili samostalnih izleta u obližnja mjesta na području Općine te spoju kulture i baštine kroz ponudu različitih manifestacija tokom cijele godine.

Kvaliteta smještajne ponude ovisi o ponudi različitih tipova smještajnih kapaciteta u destinaciji koji nude posebnost, odnosno doprinose atmosferi i osjećaju autentičnosti mjesta. Također, na kvalitetu smještajne ponude uvelike utječe stručnost i ljubaznost osoblja, prilagođavanje potrebama gostiju te kontinuirano inoviranje sadržaja i usluga.

Kvaliteta prometne infrastrukture uz kvalitetu cesta odnosi se na uspostavu pješačkih zona, adekvatnom rješavanju parkirališta te signalizaciji u prometu.

Kulturni turisti (primarno tržište)

Karakteristike:

- Dob: 30-65 godina
- Obrazovanje: više i visoko
- Primanja: iznad prosjeka
- Interesi: povijest, umjetnost, arhitektura

Ponuda za njih u Valpovu:

- Dvorac Prandau-Normann kao glavna atrakcija
- Bogata kulturna baština grada
- Povijesna jezgra
- Muzejski sadržaji

Kako ih privući:

- Tematske ture kroz povijesnu jezgru
- Kulturne manifestacije
- Umjetničke izložbe
- Glazbeni programi u dvorcu

Aktivni turisti (sekundarno tržište)

Karakteristike:

- Dob: 25-50 godina
- Fizički aktivni



- Zainteresirani za prirodu
- Traže autentična iskustva

Potencijal u Valpovu:

- Biciklističke staze
- Pješačke rute
- Prirodno okruženje
- Mogućnost sportskih aktivnosti

Kako ih privući:

- Razvoj biciklističkih ruta
- Organizacija sportskih događanja
- Avanturističke aktivnosti
- Programi u prirodi

Obiteljski turisti (Rastuće tržište)

Karakteristike:

- Obitelji s djecom do 15 godina
- Srednja platežna moć
- Traže sigurno okruženje
- Žele edukativnu zabavu

Zašto Valpovo:

- Sigurno gradsko okruženje
- Parkovi i zelene površine
- Mogućnost edukativnih programa
- Dvorac kao atrakcija za djecu

Aktivnosti:

- Obiteljske radionice
- Tematski programi za djecu
- Igraonice u prirodi
- Povijesne priče prilagođene djeci

Poslovni gosti (Specifično tržište)

Karakteristike:

- Poslovni ljudi
- Više platežne moći



- Kraći boravci
- Potreba za kvalitetnim sadržajima

Potencijal:

- Kongresni sadržaji
- Team building programi
- Kombinacija posla i odmora
- Večernji programi

Obrazovne grupe (Posebno tržište)

Karakteristike:

- Školske grupe
- Studenti
- Stručne grupe
- Fokus na edukaciji

Mogućnosti:

- Edukativni programi
- Terenska nastava
- Stručne radionice
- Istraživački projekti

Emitivna tržišta

U nastavku su identificirana tržišta s opisom i potrebama prema emitivnim tržištima. Prilikom definiranja i analize ciljnih tržišta potrebno je uzeti u obzir činjenicu da suvremeno turističko tržište zahtjeva konstantno prilagođavanje potrebama i željama potencijalnih turista. U tom smislu, na željena emitivna tržišta utjecat će i turistički proizvodi koje će lokalna zajednica definirati i implementirati do 2030. godine.

Domaće tržište

a) Središnja Hrvatska

- Glavne karakteristike:
 - Najveće urbano središte (Zagreb)
 - Dobra prometna povezanost
 - Veća kupovna moć
 - Vikend-turisti i kratki odmori
- Zašto su važni:
 - Laka dostupnost (2-3 sata vožnje)
 - Česti kratki odmori
 - Kulturni interesi
 - Već poznaju regiju



b) Istočna Hrvatska

- Karakteristike:
 - Najbliže geografsko područje
 - Slični kulturni interesi
 - Lokalno stanovništvo
 - Dnevni posjetitelji
- Potencijal:
 - Školske ekskurzije
 - Obiteljski izleti
 - Poslovna putovanja
 - Kulturna događanja

Susjedna tržišta

a) Mađarska (posebno južna regija)

- Karakteristike:
 - Geografska blizina
 - Povijesne veze
 - Slični kulturni interesi
 - Cestovna povezanost
- Fokus na:
 - Kulturni turizam
 - Gastronomiju
 - Kratke odmore
 - Manifestacije

b) Slovenija

- Karakteristike:
 - Kulturološka bliskost
 - Interes za kontinentalni turizam
 - Aktivni turisti
 - Dobra prometna povezanost

c) Bosna i Hercegovina

Posebnosti tržišta:

- Geografska blizina (posebno sjeverna BiH)
- Jezična i kulturna povezanost
- Tradicionalne veze
- Slični običaji i mentalitet

Glavne ciljne skupine iz BiH:



Vjerski turisti

- Hodočasničke grupe
- Vjerske manifestacije
- Kombinacija vjerskog i kulturnog turizma
- Posebno tijekom vjerskih blagdana

Kulturni turisti

- Interes za zajedničku povijest
- Posjeti dvorcima i muzejima
- Kulturne manifestacije
- Umjetnički programi

Poslovni gosti

- Prekogranična poslovna suradnja
- Sajmovi i konferencije
- Kraći poslovni boravci
- Kombinacija posla i odmora

d) Srbija

Karakteristike tržišta:

- Posebno važna Vojvodina kao najbliža regija
- Dobra prometna povezanost
- Slični kulturni interesi
- Tradicionalne veze

Glavne ciljne skupine:

- Kulturni turisti
 - Interes za dvorce i arhitekturu
 - Povijest Austro-Ugarske
 - Kulturne manifestacije
 - Umjetnički programi
- Gastro turisti
 - Tradicionalna kuhinja
 - Vinske ceste
 - Gastronomske manifestacije
 - Lokalni specijaliteti



Ova tržišta predstavljaju značajan potencijal zbog:

- Kulturne i povijesne povezanosti
- Lakog razumijevanja jezika
- Kratke udaljenosti putovanja
- Sličnih turističkih interesa

Udaljena tržišta

a) Njemačka (posebno Bavarska)

- Karakteristike:
 - Viša platežna moć
 - Interes za kulturu i povijest
 - Duži boravci
 - Organizirana putovanja
- Poseban fokus:
 - Kulturni turizam
 - Aktivni odmor
 - Povijesna baština
 - Prirodne ljepote

b) Austrija

- Karakteristike:
 - Povijesne veze
 - Interes za dvorce
 - Kulturni turizam
 - Viša platežna moć

Specifične preporuke za svako tržište

Domaće tržište:

- Vikend-paketi
- Kulturne manifestacije
- Obiteljski programi)
- Poslovni turizam

Susjedna tržišta:

- Tematske ture
- Gastro-programi
- Festivali i događanja
- Aktivni odmor



Udaljena tržišta:

- Organizirane ture
- Kulturno-povijesni programi
- Duži boravci
- Premium iskustva

Zajednički potencijali za domaće i inozemna tržišta

Manifestacijski turizam:

- Glazbeni festivali
- Gastronomska događanja
- Kulturne manifestacije
- Sportska natjecanja

Edukativni turizam:

- Školske ekskurzije
- Stručna putovanja
- Razmjene učenika
- Obrazovni programi

Preporuke za razvoj:

Kratkoročne mjere:

- Razvoj posebnih paket-aranžmana
- Ciljano oglašavanje na društvenim mrežama
- Suradnja s turističkim agencijama
- Organizacija posebnih događanja

Dugoročne mjere:

- Razvoj prekogranične suradnje
- Zajednički turistički proizvodi
- Povezivanje kulturnih ruta
- Stvaranje regionalnih brendova

Posebne pogodnosti:

- Popusti za grupne posjete
- Posebni paketi za vjerske grupe
- Kombiniranje različitih sadržaja
- Sezonske promocije



POTENCIJAL ZA RAZVOJ I KVALITETU TURISTIČKIH PROIZVODA

Turizam danas predstavlja jednu od najbrže rastućih gospodarskih grana u svijetu, s ogromnim potencijalom za razvoj i diverzifikaciju turističkih proizvoda. Kvaliteta turističkih proizvoda postaje ključni faktor konkurentnosti destinacije u globalnom turističkom okruženju. Suvremeni turisti sve više traže autentična, personalizirana i održiva iskustva koja nadilaze tradicionalnu ponudu "sunca i mora". Uspješno prepoznavanje i razvijanje potencijala turističkih proizvoda zahtijeva strateški pristup, inovativnost te snažnu suradnju između svih dionika u turističkom sektoru — od lokalnih zajednica do nacionalnih organizacija.

RAZVOJNE SMJERNICE I OPERATIVNE MJERE

Razvojne smjernice i operativne mjere predstavljaju temelj za uspješnu implementaciju strateških ciljeva u bilo kojem području djelovanja. One pružaju jasan okvir i konkretne korake kojima se dugoročna vizija pretvara u opipljive rezultate. Kvalitetno definirane razvojne smjernice osiguravaju kontinuitet i dosljednost u razvoju, dok dobro osmišljene operativne mjere omogućuju učinkovitu provedbu planiranih aktivnosti. U današnjem dinamičnom okruženju, ove smjernice i mjere moraju biti dovoljno fleksibilne da se mogu prilagoditi promjenjivim uvjetima, ali istovremeno dovoljno precizne da osiguraju postizanje zacrtanih ciljeva.

Razvoj turističkih proizvoda

Kulturni turizam:

- Storytelling programi vezani uz dvorac
- Tematske povijesne ture
- Razvoj interpretacijskog centra
- Festivali temeljeni na baštini

Aktivni turizam:

- Integracija biciklističkih ruta s Dravskom rutom
- Razvoj tematskih pješačkih staza
- Unapređenje sportsko-rekreacijske infrastrukture

Manifestacije:

- Repozicioniranje "Ljeta valpovačkog"
- Uvođenje novih tematskih događanja
- Koordinacija s regionalnim kalendarom događanja

Infrastrukturni razvoj

Prioritetni projekti:



- Uspostava visitor centra u dvorcu
- Unapređenje turističke signalizacije
- Razvoj mreže info punktova i šetnica
- Poticanje razvoja smještajnih kapaciteta (mali hoteli, difuzni hotel u povijesnoj jezgri)

Marketing i brendiranje

Digitalna transformacija:

- Redizajn web sjedišta
- Aktivacija na društvenim mrežama
- Implementacija VR/AR tehnologija
- Razvoj mobilne aplikacije

Komunikacijska strategija:

- Kreiranje destinacijskog brenda
- Izrada promotivnih materijala
- Ciljana komunikacija prema ključnim tržištima
- Integrirana regionalna promocija

Upravljanje destinacijom

Organizacijski razvoj:

- Jačanje DMO funkcije Turističke zajednice
- Uspostava sustava praćenja kvalitete
- Kontinuirana edukacija dionika
- Razvoj partnerstava i koordinacija

IMPLEMENTACIJA I OČEKIVANI REZULTATI

Implementacija predstavlja ključnu fazu u kojoj se teorijski koncepti i planovi pretvaraju u konkretne akcije i mjerljive ishode. Uspješna implementacija zahtijeva jasno definirane korake, odgovornosti i vremenske okvire, kao i učinkovitu koordinaciju svih uključenih dionika. Očekivani rezultati služe kao mjerila uspjeha i usmjeravaju cjelokupni proces implementacije, omogućujući pravovremeno prepoznavanje odstupanja i poduzimanje korektivnih mjera. Dobro postavljen sustav praćenja implementacije i evaluacije rezultata osigurava transparentnost, odgovornost i kontinuirano unapređenje procesa, što u konačnici vodi ka održivom ostvarenju postavljenih ciljeva i dugoročne vrijednosti za sve uključene strane.

Vremenski okvir i ciljevi

Kratkoročni (1-2 godine):



- Povećanje posjećenosti za 20%
- Produljenje prosječnog boravka
- Pобољшanje digitalne prisutnosti
- Unapređenje postojećih atrakcija

Srednjoročni (3-5 godina):

- Razvoj novih smještajnih kapaciteta
- Kreiranje prepoznatljivih turističkih proizvoda
- Povećanje turističke potrošnje za 30%
- Jačanje regionalne pozicije

Dugoročni (5+ godina):

- Pozicioniranje kao prepoznatljiva kulturno-turistička destinacija
- Implementacija održivih i smart rješenja
- Značajan rast ekonomskih učinaka turizma

Resursi i monitoring

Potrebni resursi:

- Kombinirano financiranje (proračun TZ, EU fondovi, privatne investicije)
- Jačanje ljudskih kapaciteta
- Tehnološka infrastruktura

Sustav praćenja:

- Redovito mjerenje turističkog prometa
- Istraživanje zadovoljstva posjetitelja
- Praćenje ekonomskih učinaka
- Evaluacija održivosti razvoja

Uspješna realizacija plana zahtijeva snažnu političku podršku, aktivno uključivanje svih dionika i profesionalno upravljanje razvojnim procesima.

POKAZATELJI ODRŽIVOSTI NA RAZINI DESTINACIJE

U skladu s odredbama ZOT-a plan upravljanja destinacijom mora biti temeljen na pokazateljima održivosti destinacije. Pokazatelji održivosti pružaju strukturu i smjernice kako bi turističke destinacije mogle sustavno pratiti, ocjenjivati i poboljšavati svoje održivosti, što je ključno u eri kada su održivi pristupi postali ključni za dugoročni uspjeh turizma.

Plan upravljanja destinacijom mora sadržavati obvezne pokazatelje održivosti destinacije, a može sadržavati i specifične pokazatelje održivosti destinacije, koji moraju biti utemeljeni na analizi stanja



destinacije i povezani s razvojnim smjerom. Popis obveznih i specifičnih pokazatelja za praćenje održivosti, izvor i evidentiranje podataka koji su potrebni za izračun navedenih pokazatelja uređen je Pravilnikom o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma (NN 112/24). Navedeni pravilnik sadrži metodološke tablice potrebne za izračun kako obveznih tako i specifičnih pokazatelja održivosti.

ZADOVOLJSTVO TURIZMOM LOKALNOG STANOVNIŠTVA DESTINACIJE

Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom jedan je od ključnih pokazatelja održivosti, jer odražava percepciju stanovnika o koristima i izazovima koje donosi turistički sektor. Sustavno praćenje omogućuje destinacijama bolje upravljanje razvojem turizma, usklađivanje potreba lokalne zajednice s turističkim aktivnostima te osiguravanje dugoročne ravnoteže između gospodarskog rasta i očuvanja kvalitete života.

Kako bi se osigurala objektivna procjena zadovoljstva lokalnog stanovništva turizmom, definirani su pokazatelji i metodologija istraživanja u skladu s Pravilnikom o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma (NN 112/2024). Prikupljenim podatcima dobiva se uvid u percepciju turizma lokalnog stanovništva, njegove ekonomske i društvene učinke te utjecaj na identitet mjesta i životne uvjete. Rezultati ovog istraživanja omogućuju donositeljima odluka kreiranje strategija koje doprinose razvoju turizma na način koji uvažava interese lokalne zajednice te pridonosi održivom i odgovornom upravljanju destinacijama.

Metodologija istraživanja preuzeta je od strane Ministarstva turizma i sporta prema smjernicama za provođenje istraživanje stavova lokalnog stanovništva objavljenih u siječnju 2025. godine. Prikupljanje podataka provedeno je online putem platforme Alchemer (<https://survey.alchemer.com/s3/8178548/lokalno>), a poveznica je bila otvorena od 5. veljače do 3. ožujka 2025. godine. Anketno istraživanje u tehničkom smislu proveo je Ekonomski fakultet u Osijeku. U istraživanju zadovoljstva turizmom destinacije od strane lokalnog stanovništva korištene su isključivo varijable koje se nalazi u smjernicama Ministarstva.

Opis uzorka

U istraživanju ocjene zadovoljstva turizmom u destinaciji Valpovo sudjelovalo je 128 ispitanika, a njihov pregled prema socio-demografskim karakteristikama nalazi se u tablici ().

Tablica 15 Socio-demografske karakteristike

Varijable	Odgovori	n	%	Varijable	Odgovori	n	%
Spol	muškarac	59	46,1	Dob	manje od 18		
	žena	69	53,9		18 do 25	14	10,9
	ne želim se izjasniti				26 do 35	25	19,5
	Ukupno	128	100,0		36 do 45	45	35,2
Obrazovanje	srednja škola ili niže	52	40,6		46 do 55	26	20,3
	viša škola	19	14,8		56 do 65	16	12,5
	fakultet i viši stupnjevi	55	43,0		66 do 75	2	1,6



	bez odgovora/ne želim odgovoriti	2	1,6		76 i više		
	Ukupno	128	100,0		Ukupno	128	100,0
Mjesečna primanja kućanstva	do 500 €	5	3,9	Stanovnik destinacije	manje od 1 godine	2	1,6
	501 – 1.000 €	11	8,6		od 1 do 5 godina	10	7,8
	1.001 – 1.500 €	29	22,7		od 6 do 10 godina	9	7,0
	1.501 – 2.000 €	21	16,4		više od 10 godina	107	83,6
	2.001 – 3.000 €	41	32,0		Ukupno	128	100,0
	3.001 – 4.000 €	10	7,8	Stalno prebivalište u destinaciji	da	123	96,9
	4.001 – 5.000 €				ne	4	3,1
	5.001 € i više				Ukupno	127	100,0
	ne znam/ne želim odgovoriti	11	8,6	Vama i/ili članovi Vaše uže obitelji turizma	glavni izvor prihoda	4	3,1
	Ukupno	128	100,0		dodatni izvor prihoda	10	7,8
					nemate nikakav prihod od turizma	114	89,1
					Ukupno	128	100,0

Analiza socio-demografskih karakteristika lokalnog stanovništva Turističke zajednice grada Valpova pokazuje da su ispitanici ravnomjerno raspoređeni prema spolu, s nešto većim brojem žena (53,9%) u odnosu na muškarce (46,1%).

Prema podacima DZS (2025) struktura stanovništva na području Turističke zajednice grada Valpova iznosi:

Ukupno	Muškarci	Žene	%M	%Ž
9784	4732	5052	48,36	51,64

Razlika u postotku kvotnog uzorka i same populacije nalazi se unutar standardne pogreške od 5% te se smatra prihvatljivom za daljnju analizu. Obrazovna struktura pokazuje da je većina ispitanika stekla fakultetsku diplomu ili viši stupanj obrazovanja (43%), dok 40,6% ispitanika ima završenu srednju školu ili niži stupanj obrazovanja.

Dobna struktura pokazuje da najveći broj ispitanika pripada dobnoj skupini od 36 do 45 godina (35,2%), a slijede ih oni u dobi od 46 do 55 godina (20,3%) i 26 do 35 godina (19,5%). Najmanje su zastupljene osobe starije od 66 godina (ukupno 3,2%).



Čak 83,6% ispitanika živi u Valpovu dulje od 10 godina, a njih 96,9% ima stalno prebivalište u istoj, što upućuje na stabilnu i dugotrajnu prisutnost u zajednici. Kada je riječ o mjesečnim primanjima kućanstva, najveći broj ispitanika (32%) zarađuje između 2.001 do 3.000 eura, a zatim slijede oni s prihodima između 1.001 i 1.500 eura (22,7%) te 1.501 – 2.000 eura (16,4%).

Rezultati pokazuju da turizam nema značajnu ulogu u prihodima većine stanovništva – čak 89,1% ispitanika navodi da njihova obitelj nema nikakav prihod od turizma. Samo 3,1% ispitanika izjavljuje da im turizam predstavlja glavni izvor prihoda, dok ga 7,8% smatra dodatnim izvorom. Ovi podatci ukazuju na to da ispitanici lokalnog stanovništva Turističke zajednice grada Valpova pretežno čini radno sposobna populacija, pri čemu prevladava visoko i srednjoškolsko obrazovanje te stabilno i dugogodišnje prebivalište u regiji, dok turizam trenutno ne predstavlja ključan ekonomski oslonac za većinu stanovnika.

Rezultati istraživanja 1 (zadovoljstvo turizmom destinacije lokalnog stanovništva)

Rezultati istraživanja podijeljeni su u tri dijela. U prvom dijelu prikazani su deskriptivni rezultati varijabli istraživanja. Drugi dio donosi metodologiju i izračun obaveznih pokazatelja, a treći dio specifičnih pokazatelja. Poglavlje donosi deskriptivan opis svih varijabla koje se odnose na obavezne i specifične pokazatelje.

A1

Lokalni stanovnici ocjenjivali su zadovoljstvo turizma u destinaciji dodjeljivanjem ocjena na 5- stupnjevanoj Likertovoj ljestvici gdje je ocjena 1 u potpunosti nisam zadovoljan/na, a 5 u potpunosti sam zadovoljan/na.

Prosječna ocjena lokalnih stanovnika u ocjeni sveukupnog zadovoljstva turizmom destinacije iznosi 3,82 uz standardnu devijaciju 0,864.

Apsolutni i relativni broj odgovora nalazi se niže u tablici.

Tablica 16 Sveukupno zadovoljstvo razvojem turizma

Odgovori	n	Valjani %	Kumulativni %
U potpunosti nezadovoljan/na (1)	1	0,8	0,8
Nezadovoljan/na (2)	5	3,9	4,7
Niti nezadovoljan/na, niti zadovoljan/na (3)	40	31,3	35,9
Zadovoljan/na (4)	52	40,6	76,6
U potpunosti zadovoljan/na (5)	30	23,4	100,0
Ukupno	128	100,0	

Ključne pokazatelji:



- **Vrlo visoka razina zadovoljstva** (64%) pokazuje da lokalno stanovništvo većinom pozitivno ocjenjuje dosadašnji razvoj turizma.
- **Niska razina nezadovoljstva** (manje od 5%) ukazuje da negativni učinci turizma još nisu ozbiljno narušili kvalitetu života lokalne zajednice.
- **Značajan udio neutralnih (31,3%)** sugerira da postoji i određeni broj stanovnika koji nisu uočili značajne koristi, ali ni štete od turizma.

Zaključak:

- Ovi rezultati su **iznimno povoljni** za destinacijsko upravljanje i planiranje budućeg razvoja.
- Preporučljivo je **dodatno aktivirati neutralne** kroz participativne procese (npr. radionice, rasprave) kako bi se povećala njihova uključenost i zadovoljstvo turizmom.
- Potrebno je **nastaviti s održivim razvojem** turizma, fokusirati se na očuvanje lokalnog identiteta i prirodnih resursa, što će doprinijeti daljnjem rastu zadovoljstva.

PH1

Lokalno stanovništvo ocjenjivalo je dobre i loše strane turizma u destinaciji te su odgovori zapisani u tablici (Tablica 17).

Tablica 17 **Stavovi lokalnog stanovništva o turizmu**

Uzimajući u obzir i dobre i loše strane turizma, smatrate li da turizam u destinaciji	n	%
smanjuje kvalitetu života		
pomaže u održanju kvalitete života	28	21,9
pomaže u unapređenju kvalitete života	80	62,5
nema nikakav učinak	20	15,6
Ukupno	128	100,0

Analiza stavova lokalnog stanovništva TZ grada Valpova upućuje kako nijedan ispitanika ne smatra kako turizam smanjuje kvalitetu života. Najveći postotak zamjetan je u kategoriji pomaže u unapređenju kvalitete života 62,5%. Također, 15,6% ispitanika ne uočava niti pozitivan niti negativan učinak turizma u destinaciji. Ako se promotre pozitivni stavovi (pomaže) tada je moguće zaključiti kako gotovo 85% ispitanika (84,4%) pozitivnim stavom ocijenilo učinak turizma na kvalitetu života u destinaciji.

PH2

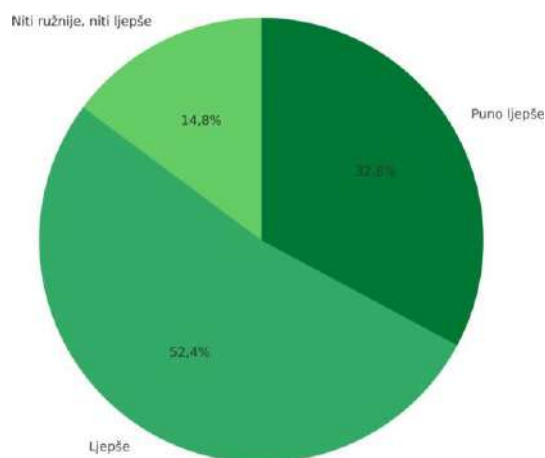
Lokalni stanovnici ocjenjivali su utjecaj turističkog razvoja na izgled mjesta 5-stupnjevnom Likertovom ljestvicom gdje je ocjena 1 puno ružnije, a 5 puno ljepše.

Prosječna ocjena lokalnih stanovnika u ocjeni utjecaja turističkog razvoja na izgled mjesta iznosi 4,18 uz standardnu devijaciju 0,669.

Postotak raspodjele odgovora na izgled mjesta vidljiv je na grafikonu (Grafikon 1).



Grafikon 1 Utjecaj turističkog razvoja na izgled destinacije



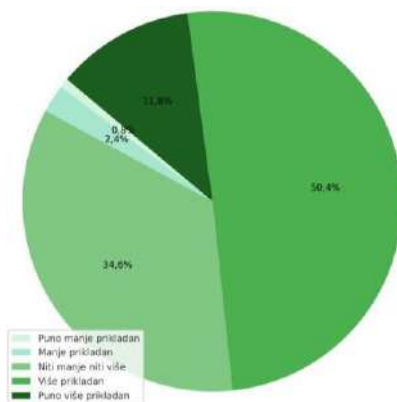
PH3

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

Prosječna ocjena lokalnih stanovnika u ocjeni utjecaja turizma na javni prostor iznosi 3,70 uz standardnu devijaciju 0,738.

Postotak odgovora ispitanika zapisan je grafikonom (**Pogreška! Izvor reference nije pronađen.**).

Grafikon 2 Utjecaj turizma na prikladnost javnog prostora





Vidljivo je da lokalna zajednica u visokom postotku podržava utjecaj turizma na javni prostor, što potvrđuje i prosječna ocjena 3,70 na Likertovoj ljestvici. To sugerira da turistički razvoj u destinaciji zasad ne izaziva značajnije konflikte u korištenju javnih površina i da je percepcija lokalnog stanovništva generalno pozitivna.

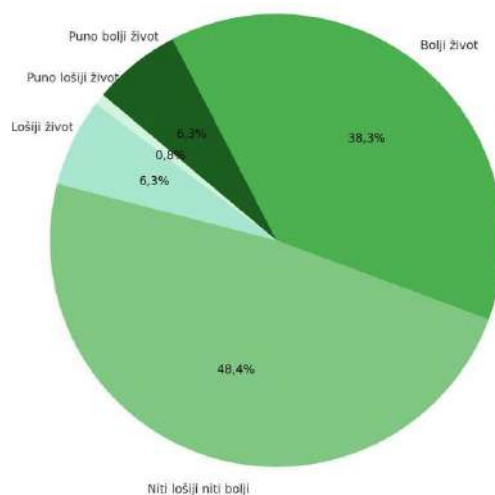
PH5

Lokalni stanovnici ocjenjivali su stavove o turističkom smještaju, odnosno pretvaranju stanova i kuća u turističke apartmane i kuće za odmor te kakav utjecaj navedeno ima na život u destinaciji 5-stupnjevnom Likertovom ljestvicom gdje ocjena 1 znači puno lošiji, a 5 puno bolji.

Prosječna ocjena lokalnih stanovnika u ocjeni utjecaja turizma na javni prostor iznosi 3,43 uz standardnu devijaciju 0,739.

Postotak odgovora ispitanika vidljiv je na grafikonu 3.

Grafikon 3 Utjecaj pretvaranja stanova i kuća u turistički smještaj na život u destinaciji

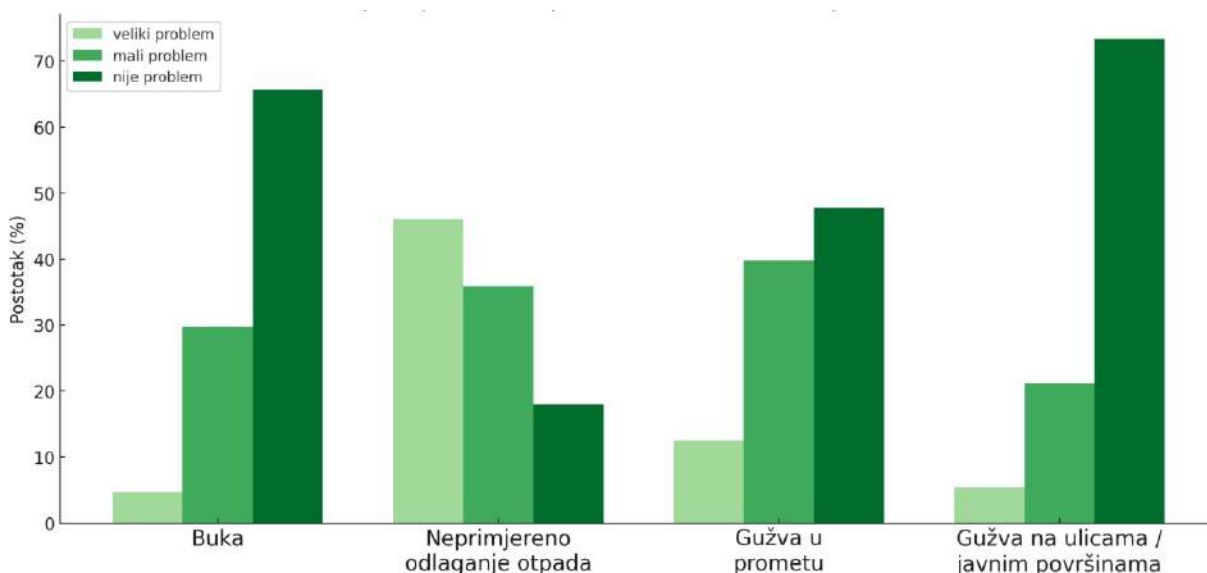


Usporedba PH4, PH6, PH7 i PH8

Lokalni stanovnici ocjenjivali su percepciju o problemima tijekom turističke sezone s ljestvicom kategoriziranom u tri razine intenziteta problema: veliki problem, mali problem ili nije problem.

Relativna raspodjela odgovora ispitanika zapisana je na grafikonu 4.

Grafikon 4 Percepcija problema tijekom turističke sezone



B1

Lokalno stanovništvo ocjenjivalo je dobre i loše strane turizma u destinaciji te su odgovori zapisani u tablici (Tablica 18).

Tablica 18 Stavovi lokalnog stanovništva o turizmu

Uzimajući u obzir i dobre i loše strane turizma, smatrate li da turizam u destinaciji	n	%
smanjuje kvalitetu života		
pomaže u održanju kvalitete života	31	24,4
pomaže u unapređenju kvalitete života	78	61,4
nema nikakav učinak	18	14,2
Ukupno	127	100,0

Analiza stavova lokalnog stanovništva TZ grada Valpova upućuje kako nijedan ispitanika ne smatra kako turizam smanjuje kvalitetu života. Najveći postotak zamjetan je u kategoriji **pomaže u unaprijeđenju kvalitete života 61,4%**. Također, 14,2% ispitanika ne uočava niti pozitivan niti negativan učinak turizma u destinaciji. Ako se promotre pozitivni stavovi (pomaže) tada je moguće zaključiti kako više od 85% ispitanika (85,8%) pozitivnim stavom ocijenilo učinak turizma na kvalitetu života u destinaciji.

B2

Lokalni stanovnici ocjenjivali su trenutno zadovoljstvo sa životom u destinaciji dodjeljivanjem ocjena na 5-stupnjevanoj Likertovoj ljestvici gdje je 1 u potpunosti nezadovoljan/na, a 5 potpuno zadovoljan/na.

Prosječna ocjena lokalnih stanovnika u ocjeni sveukupnog zadovoljstva turizmom destinacije iznosi 3,92 uz standardnu devijaciju 0,762.

Apsolutni i relativni broj odgovora nalaze navedeni niže u tablici (Tablica 19).



Tablica 19 Trenutno zadovoljstvo životom u destinaciji

Odgovori	n	%	Valjani %	Kumulativni %
U potpunosti nezadovoljan/na (1)	1	0,8	0,8	0,8
Nezadovoljan/na (2)	4	3,1	3,1	3,9
Niti nezadovoljan/na, niti zadovoljan/na (3)	24	18,8	18,9	22,8
Zadovoljan/na (4)	73	57,0	57,5	80,3
U potpunosti zadovoljan/na (5)	25	19,5	19,7	100,0
Ukupno	127	99,2	100,0	
Nedostajuće vrijednosti	1	0,8		
Ukupno	128	100,0		

Prikazani podaci pokazuju visoku razinu zadovoljstva lokalnih stanovnika životom u destinaciji, s prosječnom ocjenom 3,92 na 5-stupanjskoj ljestvici, uz relativno nisku standardnu devijaciju (0,762), što upućuje na ujednačene stavove.

Ključni nalazi iz tablice:

- Čak 77,2% stanovnika izjavljuje da su „zadovoljni“ ili „u potpunosti zadovoljni“ životom u destinaciji.
- Samo 3,9% je izrazilo nezadovoljstvo (ocjene 1 i 2).
- Oko 18,9% zauzima neutralan stav (ni zadovoljni ni nezadovoljni).

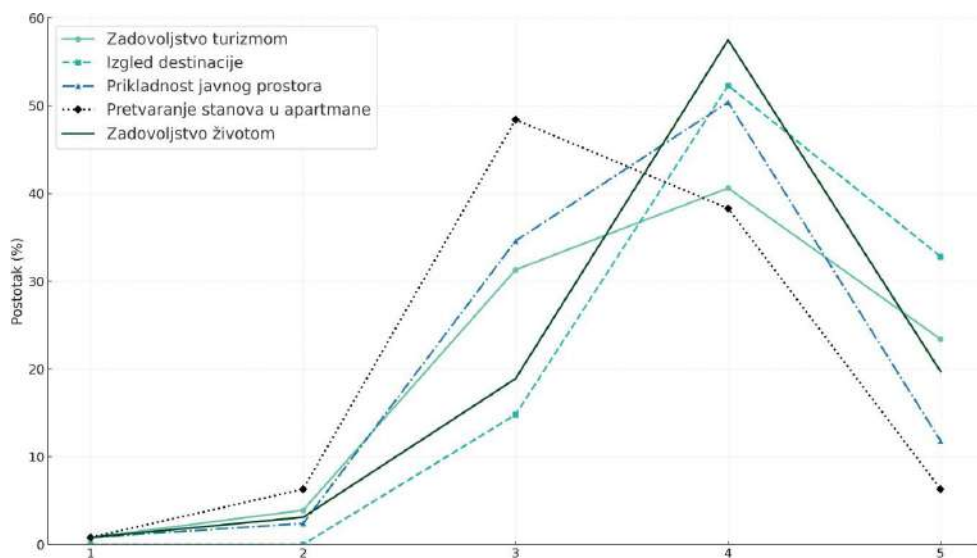
Zadovoljstvo lokalnog stanovništva važan je pokazatelj održivosti destinacije. Visoka razina zadovoljstva upućuje na dobru ravnotežu između kvalitete života i razvoja turizma, te na stabilno društveno okruženje.

C1 i C2

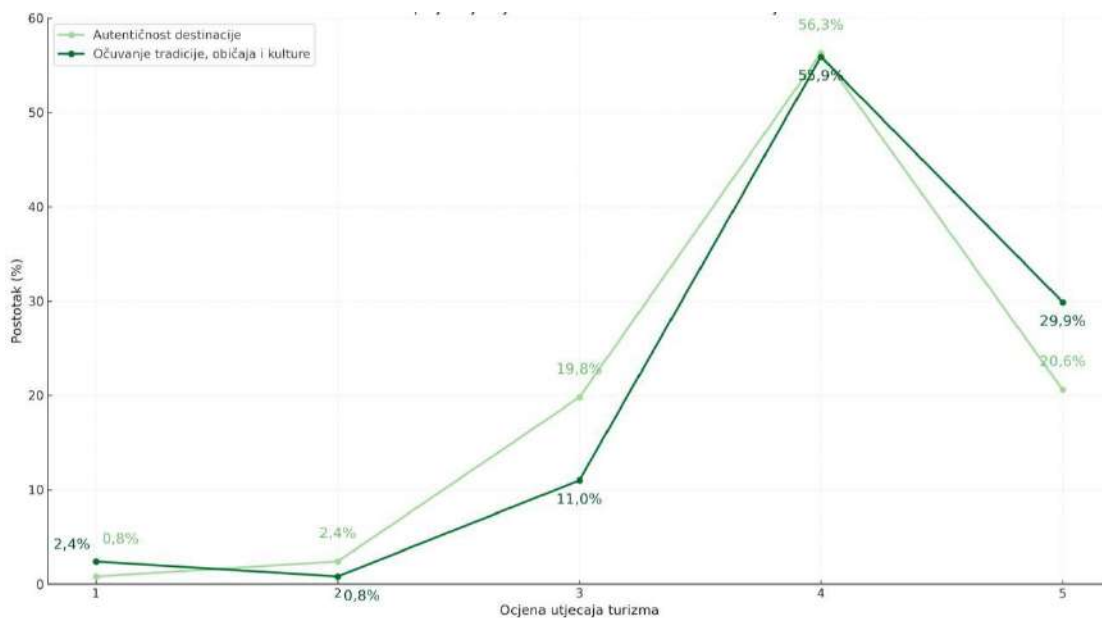
Lokalni stanovnici ocjenjivali su utjecaj turističkoj razvoja na duh destinacije dodjeljivanjem ocjena na 5-stupnjevanoj Likertovoj ljestvici gdje je ocjena 1 turizam ima izrazito negativan utjecaj, a 5 turizam ima izrazito pozitivan utjecaj.

Prosječna ocjena lokalnih stanovnika u ocjeni autentičnosti destinacije iznosi 3,94 uz standardnu devijaciju 0,756. Prosječna ocjena lokalnih stanovnika u ocjeni očuvanja tradicije, običaja i kulture destinacije iznosi 4,10 uz standardnu devijaciju 0,805.

Usporedba postotaka odgovora ispitanika vidljiva je na grafikonu 5.



Grafikon 5 Utjecaj turističkog razvoja na duh destinacije



Usporedba A1, PH2, PH3, PH5 i B2

Usporedba postotaka odgovora prethodno pet analiziranih varijabla prikazana je na grafikonu 6.

Grafikon 6 Usporedba zadovoljstva s destinacijom

Iz grafikona je vidljivo:



- **Zadovoljstvo životom** (tamnozeleno linija) bilježi **najveći postotak ocjene 4** (preko 55%), što potvrđuje prethodna istraživanja o visokoj razini općeg zadovoljstva.
- **Izgled destinacije i prikladnost javnog prostora** također su dominantno ocijenjeni ocjenama 4 i 5, što ukazuje na **pozitivnu percepciju fizičkog i funkcionalnog izgleda destinacije**.
- **Zadovoljstvo turizmom** ima blažu krivulju – najviše ocjena 4 (oko 40%), ali i primjetan udio nižih ocjena (2 i 3), što sugerira da dio stanovništva ima **rezerviran ili umjereno kritičan stav** o turizmu.
- **Pretvaranje stanova u apartmane je najoštrije ocijenjeno**: preko 50% stanovnika daje **srednju ocjenu 3**, a najviše negativnih ocjena (1 i 2) također ide ovoj temi. Ovo je **najnegativnije percipirani aspekt turizma**, što može upućivati na zabrinutost zbog pritiska na tržište stanovanja i promjene u društvenoj strukturi.³⁴

D1

Tablica 20 Učestalost boravka ispitanika u destinaciji tijekom posljednjeg mjeseca

Jeste li posljednjih mjesec dana većinom boravili u mjestu u kojem živite?	n	%
da	123	97,6
ne	3	2,4
Ukupno	126	100,0

Najveći postotak ispitanika živi u destinaciji (97,6%) za koju se provodi istraživanje.

D2

Lokalni stanovnici ocjenjivali su učestalost emotivnih reakcija povezanih s turizmom dodjeljivanjem ocjena na 5-stupnjevanu Likertovu ljestvicu gdje je ocjena 1 nikad, a 5 vrlo često.

Tablica 21 Učestalost emotivnih reakcija povezanih s turizmom

Koliko često ste se u posljednjih mjesec dana:	nikad	skoro nikad	ponekad	prilično često	vrlo često	4 + 5	1+2
osjećali uznemireno zbog neočekivanih događaja povezanih s turizmom?	67,5	24,4	6,5	1,6		1,6	91,9
zbog turizma osjećali da nemate kontrolu nad važnim stvarima u svom životu?	79,7	14,6	5,7			0	94,3
zbog turizma osjećali nervozno i pod stresom?	78,0	15,4	4,9	1,6		1,6	93,4
bili sigurni u svoju sposobnost za rješavanje svakodnevnih poteškoća koje stvara turizam?	8,1	16,3	16,3	15,4	43,9	59,3	24,4

³⁴ Vjerovatno je ova ocjena pod utjecajem opće klime jer činjenice o smještajnim kapacitetima u gradu Valpovu ne ukazuju da bi to trebao biti problem!



imali dojam da se turizam u Vašem mjestu razvija onako kako vi želite?	7,3	25,2	39,0	15,4	13,0	28,4	32,5
osjećali da se zbog turizma ne možete nositi sa svim obvezama?	77,2	17,9	4,9			0	95,1
bili u mogućnosti kontrolirati stresne podražaje koji su posljedica turizma u Vašem mjestu?	8,9	8,9	11,4	16,3	54,5	70,8	17,8
imali dojam da ste se dobro prilagodili pritiscima turizma?	15,4	30,1	20,3	8,9	25,2	34,1	45,5
ljutili zbog događaja uzrokovanih turizmom, a koji su bili izvan Vaše kontrole?	71,1	19,0	9,1	0,8		0,8	90,1
imali osjećaj da su se poteškoće u životu uzrokovane turizmom toliko nagomilale da ih ne možete nadvladati?	77,2	17,1	4,1	1,6		1,6	94,3

Iz tablice je vidljivo:

1. Dominira niska razina negativnog emocionalnog utjecaja turizma:

- **Više od 90% stanovnika** *nikad* ili *skoro nikad* nije osjećalo:
 - uznemirenost zbog neočekivanih turističkih događaja (91,9%)
 - da nemaju kontrolu nad životom zbog turizma (94,3%)
 - stres i nervozu uzrokovane turizmom (93,4%)
 - preopterećenost obvezama zbog turizma (95,1%)
 - da su se poteškoće nagomilale do točke nemogućnosti nošenja s njima (94,3%)
 - ljutnju zbog stvari izvan kontrole (90,1%)

Ovo pokazuje **izrazito nisku razinu kroničnog ili akutnog stresa** povezanog s turizmom.

2. Prilagodba turizmu i osjećaj kontrole – mješoviti rezultati:

- Samo **59,3%** je izjavilo da se „prilično često“ ili „vrlo često“ osjećaju **sposobno rješavati svakodnevne poteškoće** povezane s turizmom.
- **70,8%** smatra da su u stanju kontrolirati stresne podražaje iz turizma.
- No, samo **34,1%** smatra da su se *dobro prilagodili pritiscima turizma*, dok je **45,5%** na suprotnoj strani (1+2).

To znači da iako **turizam nije izvor značajne psihološke prijetnje**, dio stanovnika **ne doživljava da aktivno upravlja tim izazovima** ili se ne osjeća dovoljno prilagođenim.

3. Percepcija usmjerenosti razvoja turizma:



- Samo **28,4%** smatra da se turizam razvija kako oni žele.
- Čak **32,5%** vjeruje da razvoj ne ide u smjeru njihovih želja (1+2).

Ova stavka ukazuje na **potencijalni deficit participativnog odlučivanja** i potrebu za uključivanjem lokalnog stanovništva u oblikovanje turističkih politika.

Zaključno, turizam se **ne doživljava kao izvor psihološkog stresa** u svakodnevici većine stanovnika, ali postoje **tri ključna izazova**:

1. **Slaba percepcija kontrole nad razvojem turizma**
2. **Niska razina osjećaja prilagodbe pritiscima**
3. **Potencijalni jaz između očekivanja stanovnika i stvarne upravljačke prakse**

OBVEZNI POKAZATELJI

U nastavku se iznose metodologija i izračuni obaveznih pokazatelja.

Stanovnici koji ostvaruju koristi od turizma

Varijabla

A2. Vama i/ili članovima Vaše uže obitelji turizam je izvor prihoda.

Podatci za izračun

Stanovnici koji ostvaruju koristi od turizma	n	%	Kumulativni %
Glavni izvor prihoda	4	3,1	3,1
Dodatni izvor prihoda	10	7,8	10,9
Nemate nikakav prihod od turizma	114	89,1	100,0
Ukupno	128	100,0	

Iz ovih podataka može se zaključiti da velika većina stanovnika (89,1%) nema nikakav prihod od turizma, dok samo mali postotak (ukupno 10,9%) ostvaruje neki oblik prihoda od turističke djelatnosti, bio kao glavni (3,1%) ili kao dodatni izvor prihoda (7,8%).

Ovo ukazuje na relativno nizak stupanj izravne ekonomske koristi koju lokalno stanovništvo ima od turizma u analiziranom području.



OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI

Varijabla

A1. Zadovoljstvo razvojem turizma lokalnog stanovništva

Formula za izračun

$$\% \text{ stanovnika zadovoljnih turizmom} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 4 ili 5 na pitanje A1}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje A1}} \times 100\%$$

Podatci za izračun

Koliko ste sveukupno zadovoljni razvojem turizma u destinaciji	n	%	Kumulativni %
U potpunosti nezadovoljan/na	1	0,8	0,8
Nezadovoljan/na	5	3,9	4,7
Niti nezadovoljan/na, niti zadovoljan/na	40	31,3	35,9
Zadovoljan/na	52	40,6	76,6
U potpunosti zadovoljan/na	30	23,4	100,0
Ukupno	128	100,0	

Pokazatelj održivosti ZL-2

$$\% \text{ stanovnika zadovoljnih turizmom} = \frac{52 + 30}{128} \times 100\% = 64,06\%$$

Podaci pokazuju da je 64,06% lokalnog stanovništva zadovoljno ili vrlo zadovoljno razvijenim turizmom u njihovoj destinaciji (ocjene 4 i 5), što predstavlja značajnu većinu. Ovaj pokazatelj (ZL-2) spada u indikatore održivosti turizma i sugerira relativno pozitivan stav lokalnog stanovništva prema turističkom razvoju, iako postoji i značajan postotak (35,94%) koji nije zadovoljan ili je neutralan po tom pitanju.

OBVEZNI POKAZATELJI PRIHVATNOG KAPACITETA

Stav o turizmu kao faktoru povećanja blagostanja stanovnika

Varijabla

PH1. Razmislite kako sve turizam utječe na svakodnevni život u Vašem mjestu.

Formula za izračun



$$\% \text{ stanovnika s pozitivnom percepcijom utjecaja turizma na kvalitetu života} = \frac{\text{broj ispitanika koji su odgovorili 2 ili 3 na pitanje PH1}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH1}} \times 100\%$$

Podatci za izračun

Utjecaj turizma na svakodnevni život u destinaciji (na lokalno gospodarstvo, okoliš, sigurnost u mjestu, društveni život, cijene i slično)	n	%	Kumulativni %
Smanjuje kvalitetu života			
Pomaže u održanju kvalitete života	28	21,9	21,9
Pomaže u unapređenju kvalitete života	80	62,5	84,4
Nema nikakav učinak	20	15,6	100,0
Ukupno	128	100,0	

Pokazatelj prihvatnog kapaciteta (1)

Turizam kao faktor povećanja blagostanja stanovnika

$$\% \text{ stanovnika s pozitivnom percepcijom utjecaja turizma na kvalitetu života} = \frac{28 + 80}{128} \times 100\% = 84,38\%$$

Ovaj rezultat pokazuje da velika većina lokalnog stanovništva (84,38%) ima pozitivan stav prema utjecaju turizma na kvalitetu života, što ukazuje na visoku razinu prihvaćenosti turizma u lokalnoj zajednici. Ovaj pokazatelj važan je za procjenu održivosti turističkog razvoja jer mjeri kako lokalno stanovništvo percipira koristi od turizma. Visok postotak pozitivne percepcije sugerira da je turizam dobro integriran u lokalnu zajednicu i da većina stanovnika prepoznaje njegove pozitivne učinke na kvalitetu života.

Utjecaj turizma na izgled destinacije

Varijabla

PH2. Kako turistički razvoj utječe na izgled mjesta.

Formula za izračun

$$\% \text{ stanovnika s pozitivnom percepcijom utjecaja turizma na izgled destinacije} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 4 ili 5 na pitanje PH2}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH2}} \times 100\%$$



Podatci za izračun

Utjecaj turizma na izgled destinacije	n	%	Kumulativni %
Puno ružnije			
Ružnije			
Niti ružnije, niti ljepše	19	14,8	14,8
Ljepše	67	52,3	67,2
Puno ljepše	42	32,8	100,0
Ukupno	128	100,0	

Pokazatelj prihvatnog kapaciteta (2)

Izgled destinacije

% stanovnika s pozitivnom percepcijom utjecaja turizma na izgled destinacije

$$= \frac{67 + 42}{128} \times 100\% = 85,16\%$$

Ovaj rezultat pokazuje da velika većina lokalnog stanovništva (85,16%) ima pozitivan stav prema utjecaju turizma na izgled njihovog mjesta, smatrajući da turizam čini destinaciju ljepšom ili puno ljepšom. Ovo je vrlo visok postotak pozitivne percepcije, što ukazuje na to da stanovnici prepoznaju estetske prednosti koje turistički razvoj donosi njihovoj zajednici. Značajno je da nitko od ispitanika nije izrazio mišljenje da turizam narušava izgled mjesta, što sugerira da su razvojni projekti i infrastruktura povezani s turizmom vjerojatno dobro uklopljeni u lokalni ambijent i da doprinose unapređenju vizualnog identiteta destinacije.

Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora

Varijabla

PH3. Što mislite o načinu korištenja javnog prostora u Vašem mjestu, je li turizam javni prostor učinio manje ili više prikladnim za Vaše potrebe?

Formula za izračun

$$\begin{array}{l} \text{\% stanovnika s pozitivnom} \\ \text{percepcijom utjecaja turizma} \\ \text{na korištenje javnog prostora} \end{array} = \frac{\begin{array}{l} \text{broj ispitanika s ocjenom 4} \\ \text{ili 5 na pitanje PH3} \\ \text{ukupni broj ispitanika koji su} \\ \text{odgovorili na pitanje PH3} \end{array}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su}} \times 100\%$$

Podatci za izračun

Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora i prikladnost korištenja za potrebe stanovnika	n	%	Valjani %	Kumulativni %
--	---	---	-----------	---------------



Puno manje	1	0,8	0,8	0,8
Manje	3	2,3	2,4	3,1
Niti manje, niti više	44	34,4	34,6	37,8
Više	64	50,0	50,4	88,2
Puno više	15	11,7	11,8	100,0
Ukupno	127	99,2	100,0	
Nedostajući odgovori	1	0,8		
Ukupno	128	100,0		

Pokazatelj prihvatnog kapaciteta (3)

Korištenje javnog prostora

% stanovnika s pozitivnom percepcijom utjecaja turizma na korištenje javnog prostora

$$= \frac{64 + 15}{127} \times 100\% = 62,20\%$$

Ovaj rezultat pokazuje da većina lokalnog stanovništva (62,20%) ima pozitivan stav prema utjecaju turizma na korištenje javnog prostora, smatrajući da turizam čini javni prostor više ili puno više prikladnim za njihove potrebe. Ipak, ovaj postotak je nešto niži u usporedbi s prethodna dva pokazatelja (koja su bila preko 80%), što može pokazati na određenu zabrinutost dijela stanovništva vezanog uz korištenje javnih prostora.

Značajno je da postoji i manji dio ispitanika (3,1%) koji smatraju da turizam čini javni prostor manje prikladnim za potrebe lokalnog stanovništva, dok je relativno visok udio neutralnih odgovora (34,6%). Ovo sugerira da, iako većina stanovnika vidi pozitivan učinak turizma na javnom prostoru, postoji prostor za poboljšanje kako bi se osiguralo da razvoj turizma ne ugrožava dostupnost i funkcionalnost javnih prostora za lokalno stanovništvo.

Utjecaj turizma na iritaciju razinom buke u vrijeme turističke sezone

Varijabla

PH4. Kada pomislite na život u svojem mjestu tijekom turističke sezone, predstavlja li buka veliki problem, mali problem ili uopće nije problem?

Formula za izračun

$$\% \text{ stanovnika uznemirenih bukom} = \frac{\text{broj ispitanika s odgovorom 1 na pitanje PH4}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH4}} \times 100\%$$



Podatci za izračun

Iritacija razinom buke u vrijeme turističke sezone	n	%
Veliki problem	6	4,7
Mali problem	38	29,7
Nije problem	84	65,6
Ukupno	128	100,0

Samo 4,69% stanovnika Valpova smatra buku povezanom s turizmom velikim problemom, dok 65,6% ispitanika uopće ne doživljava buku kao problem. Ovaj podatak treba interpretirati uzimajući u obzir relativno male turističke brojeve koje Valpovo trenutno ostvaruje.

Niska razina iritacije bukom može se objasniti upravo manjim obujmom turističkog prometa u Valpovu u usporedbi s popularnim obalnim destinacijama. Budući da grad nije izložen masovnom turizmu, lokalno stanovništvo ne doživljava značajne negativne učinke poput prekomjerne buke. Male turističke brojke omogućuju održiviji razvoj turizma koji ne narušava kvalitetu života lokalnog stanovništva.

Ovi podaci predstavljaju dobru osnovu za budući razvoj turizma u Valpovu. Kako grad bude razvijao svoju turističku ponudu i privlačio više posjetitelja, bit će važno pratiti ove pokazatelje kako bi se osiguralo da povećanje turističkog prometa ne dovede do značajnijeg porasta negativne percepcije među lokalnim stanovništvom.

Za grad Valpovo, ovi rezultati sugeriraju da postoji značajan prostor za rast turističkih aktivnosti prije nego što bi buka mogla postati ozbiljan problem za lokalno stanovništvo. Međutim, kao dio strategije održivog razvoja turizma, bilo bi korisno unaprijed planirati mjere za kontrolu buke kako bi se održala trenutna pozitivna percepcija lokalnog stanovništva i tijekom budućeg rasta turističkih aktivnosti.

Utjecaj pretvaranja stanova u turističke apartmane na kvalitetu života u destinaciji

Varijabla

PH5. Što mislite o pretvaranju stanova i kuća u turističke apartmane i kuće za odmor.

Formula za izračun

$$\% \text{ stanovnika s negativnom percepcijom apartmanizacije} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 1 ili 2 na pitanje PH5}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH5}} \times 100\%$$

Podatci za izračun

Utjecaj pretvaranja stanova u turističke apartmane na život u destinaciji	n	%	Kumulativni %
Puno lošiji	1	0,8	0,8
Lošiji	8	6,3	7,0



Niti lošiji, niti bolji	62	48,4	55,5
Bolji	49	38,3	93,8
Puno bolji	8	6,3	100,0
Ukupno	128	100,0	

Pokazatelj prihvatnog kapaciteta (5)

Pretvaranje stanova i kuća u turističke apartmane

$$\% \text{ stanovnika s negativnom percepcijom apartmanizacije} = \frac{1 + 8}{128} \times 100\% = 7,03\%$$

Vrlo nizak postotak ispitanika (7,03%) koji negativno percipiraju pretvaranje stanova u turističke apartmane ukazuje na to da ovaj proces trenutno ne predstavlja značajan problem za kvalitetu života lokalnog stanovništva. Ovo je vjerojatno rezultat nekoliko faktora specifičnih za Valpovo:

- U gradu nema intenzivne apartmanizacije koja bi značajno utjecala na dostupnost stambenog prostora za lokalno stanovništvo
- Male turističke brojke znače da nema prekomjerne izgradnje turističkih objekata
- Adaptacija postojećih objekata u turističke svrhe možda čak doprinosi uređenju grada i revitalizaciji pojedinih dijelova

Visok postotak neutralnih odgovora (48,4%) sugerira da većina stanovnika Valpova ne primjećuje značajan utjecaj pretvaranja stanova u turističke apartmane na svakodnevni život, što je konzistentno s manjim obujmom turističkih aktivnosti u gradu.

Činjenica da 44,6% ispitanika (38,3% + 6,3%) smatra da apartmanizacija ima pozitivan utjecaj na život u destinaciji ukazuje na to da lokalno stanovništvo prepoznaje potencijalne ekonomske koristi od razvoja turističkih smještajnih kapaciteta, poput novih radnih mjesta, dodatnih prihoda i poboljšanja lokalne infrastrukture.

Za budući razvoj turizma u Valpovu, ovi rezultati predstavljaju dobru osnovu za planiranje održivog rasta smještajnih kapaciteta koji neće narušiti kvalitetu života lokalnog stanovništva, ali će doprinijeti ekonomskom razvoju grada.

Utjecaj turizma na iritaciju neprimjereno odloženog otpada tijekom turističke sezone

Varijabla

PH6. Kada pomislite na život u svojem mjestu tijekom turističke sezone, predstavlja li neprimjereno odlaganje otpada veliki problem, mali problem ili uopće nije problem?



Formula za izračun

$$\% \text{ stanovnika uznemirenih neprimjereno odloženim otpadom} = \frac{\text{broj ispitanika s odgovorom 1 na pitanje PH6}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH6}} \times 100\%$$

Podatci za izračun

Iritacija neprimjereno odloženog otpada tijekom turističke sezone	n	%
Veliki problem	59	46,1
Mali problem	46	35,9
Nije problem	23	18,0
Ukupno	128	100,0

Pokazatelj prihvatnog kapaciteta (6)

Iritacija neprimjereno odloženim otpadom

$$\% \text{ stanovnika uznemirenih neprimjereno odloženim otpadom} = \frac{59}{128} \times 100\% = 46,09\%$$

Uzimajući u obzir činjenicu da u Valpovu nema izražene turističke sezone, ovi podaci dobivaju sasvim drugačije značenje:

- Varijabla PH6 postavlja pitanje percepcije problema s neprimjereno odloženim otpadom "tijekom turističke sezone", međutim u kontekstu Valpova ovo pitanje zapravo ne odražava realnu situaciju.
- Pokazatelj prihvatnog kapaciteta (6) pokazuje da čak 46,09% stanovnika smatra neprimjereno odlaganje otpada velikim problemom, a dodatnih 35,9% malim problemom.

S obzirom da Valpovo nema izraženu turističku sezonu, ovako visok postotak nezadovoljstva (ukupno 82% ispitanika prepoznaje problem s otpadom) vjerojatno ukazuje na:

- Opći problem s gospodarenjem otpadom u gradu koji nije povezan s turizmom, već s lokalnom infrastrukturom za zbrinjavanje otpada
- Mogućnost da su ispitanici odgovarali na pitanje iz perspektive općeg stanja s otpadom, a ne specifično vezano uz turističku sezonu (koja zapravo ne postoji u klasičnom smislu)
- Nesklad između formulacije pitanja u anketi (koje pretpostavlja postojanje turističke sezone) i stvarnosti grada Valpova

Ovi rezultati ukazuju na to da je problem odlaganja otpada značajan izazov za Valpovo, ali vjerojatno nije uzrokovan turističkim aktivnostima, s obzirom na nepostojanje izražene turističke sezone. Umjesto toga, ovo je vjerojatno problem lokalne komunalne infrastrukture i sustava gospodarenja otpadom.



Za grad Valpovo, ovi podaci su važni jer:

- Identificiraju ključni problem vezan uz kvalitetu života stanovnika
- Ukazuju na potrebu za poboljšanjem sustava gospodarenja otpadom neovisno o turizmu
- Sugeriraju da bi svaki budući razvoj turizma trebao posebnu pozornost posvetiti rješavanju već postojećih problema s otpadom

Možemo zaključiti da je pitanje u istraživanju bilo formulirano prema standardnom obrascu za turističke destinacije s izraženom sezonom, ali rezultati u slučaju Valpova odražavaju općenito problem s gospodarenjem otpadom koji postoji neovisno o turističkim kretanjima.

Utjecaj turizma na iritaciju gužvom u prometu tijekom turističke sezone

Varijabla

PH7. Kada pomislite na život u svojem mjestu tijekom turističke sezone, predstavlja li gužva u prometu veliki problem, mali problem ili uopće nije problem?

Formula za izračun

$$\% \text{ stanovnika uznemirenih gužvom u prometu} = \frac{\text{broj ispitanika s odgovorom 1 na pitanje PH7}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH7}} \times 100\%$$

Podatci za izračun

Iritacija gužvom u prometu tijekom turističke sezone	n	%
Veliki problem	16	12,5
Mali problem	51	39,8
Nije problem	61	47,7
Ukupno	128	100,0

Pokazatelj prihvatnog kapaciteta (7)

Iritacija gužvom u prometu

$$\% \text{ stanovnika uznemirenih gužvom u prometu} = \frac{16}{128} \times 100\% = 12,50\%$$



3.3.7. Utjecaj turizma na iritaciju gužvom u prometu tijekom turističke sezone

Varijabla

PH7. Kada pomislite na život u svojem mjestu tijekom turističke sezone, predstavlja li gužva u prometu veliki problem, mali problem ili uopće nije problem?

Formula za izračun

$$\% \text{ stanovnika uznemirenih gužvom u prometu} = \frac{\text{broj ispitanika s odgovorom 1 na pitanje PH7}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH7}} \times 100\%$$

Podatci za izračun

Iritacija gužvom u prometu tijekom turističke sezone	n	%
Veliki problem	16	12,5
Mali problem	51	39,8
Nije problem	61	47,7
Ukupno	128	100,0

Pokazatelj prihvatnog kapaciteta (7)

Iritacija gužvom u prometu

$$\% \text{ stanovnika uznemirenih gužvom u prometu} = \frac{16}{128} \times 100\% = 12,50\%$$

S obzirom na činjenicu da Valpovo nema izraženu turističku sezonu, ovi rezultati vjerojatno odražavaju percepciju prometa općenito, a ne nužno prometa povezanog s turističkim aktivnostima:

1. Relativno nizak postotak ispitanika (12,5%) koji gužve u prometu smatra velikim problemom odgovara stvarnosti manjeg kontinentalnog grada koji nije suočen s velikim prometnim opterećenjima kakva se javljaju u turističkim središtima s izraženom sezonom.
2. Ipak, činjenica da ukupno 52,3% ispitanika (12,5% + 39,8%) doživljava gužve u prometu kao problem (veliki ili mali) mogla bi se pokazati na:
 - Opće prometne izazove u gradu Valpovu koji nisu nužno povezani s turizmom
 - Povremene gužve tijekom lokalnih događanja (poput manifestacija, sajмова, festivala)
 - Problemi prometne infrastrukture (poput uskih ulica, nedostatak parkirnih mjesta u centru grada)
3. Gotovo polovica ispitanika (47,7%) ne doživljava gužve u prometu kao problem, što je konzistentno s karakterom manjeg grada bez masovnog turizma.

Za grad Valpovo, ovi podaci sugeriraju da:

- Trenutna prometna infrastruktura uglavnom zadovoljava potrebe lokalnog stanovništva



- Ne postoji značajan pritisak turističkog prometa na lokalnu prometnu mrežu
- Postoji prostor za poboljšanje prometne infrastrukture kako bi se smanjile postojeće gužve koje dio stanovništva doživljava kao problem

Kao i kod prethodnog pitanja o otpadu, i ovdje se vidi da je pitanje formulirano prema standardnom obrascu za turističke destinacije s izraženom sezonom, ali odgovori ispitanika vjerojatno odražavaju njihovu percepciju općeg stanja prometa u gradu, a ne specifičnih problema uzrokovanih turizmom koji u klasičnom sezonskom obliku u Valpovu nema.

Utjecaj turizma na iritaciju gužvom i specifično gužvama na ulicama/javnim površinama

Varijabla

PH8. Kada pomislite na život u svojem mjestu tijekom turističke sezone, predstavlja li gužva na ulicama/javnim površinama veliki problem, mali problem ili uopće nije problem?

Formula za izračun

$$\% \text{ stanovnika uznemirenih gužvom na ulicama/ javnim površinama} = \frac{\text{broj ispitanika s odgovorom 1 na pitanje PH8}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH8}} \times 100\%$$

Podatci za izračun

Iritacija gužvom i specifično gužvama na ulicama/javnim površinama	n	%
Veliki problem	7	5,5
Mali problem	27	21,1
Nije problem	94	73,4
Ukupno	128	100,0

Pokazatelj prihvatnog kapaciteta (8)

Iritacija gužvom i specifično gužvama na ulicama/javnim površinama

$$\% \text{ stanovnika uznemirenih gužvom na ulicama javnim površinama} = \frac{7}{128} \times 100\% = 5,47\%$$



Ovaj vrlo nizak postotak (samo 5,47% stanovnika) koji gužve na javnim površinama smatra problemom u potpunosti je očekivan za grad poput Valpova koji nema izraženu turističku sezonu. Ovakav rezultat jasno pokazuje da:

- Ulice i javne površine u Valpovu nisu preopterećene posjetiteljima
- Građani Valpova mogu nesmetano koristiti javni prostor bez osjećaja da ih turisti ili posjetitelji u tome ometaju
- Gustoća ljudi na javnim površinama ostaje na razini koja je ugodna i prihvatljiva za lokalno stanovništvo

Ovaj pokazatelj posebno je važan za kvalitetu života građana jer izravno utječe na njihov osjećaj ugone u vlastitom gradu i mogućnost korištenja javnih prostora za svakodnevne aktivnosti. Iznimno nizak postotak uznemirenosti sugerira da Valpovo ima potencijal za razvoj turizma bez stvaranja negativnog učinka na javnom prostoru.

U kontekstu planiranja budućeg razvoja turizma u Valpovu, ovaj pokazatelj daje vrlo pozitivnu polazišnu točku jer ukazuje na to da postoji značajan "prostor" za povećanje broja posjetitelja prije nego što bi gužve na javnim površinama mogle postati problem za lokalno stanovništvo.

Ovakav rezultat potvrđuje i da Valpovo grad koji svojim stanovnicima pruža ugodno okruženje bez gužve, što je jedna od kvaliteta života u manjim kontinentalnim gradovima koju bi trebalo očuvati i tijekom budućeg turističkog razvoja.



SAŽETAK OBVEZNIH POKAZATELJA

Pokazatelj održivosti ZL2

$$\% \text{ stanovnika zadovoljnih turizmom} = \frac{52 + 30}{128} \times 100\% = 64,06\%$$

Pokazatelj prihvatnog kapaciteta (1)

Turizam kao faktor povećanja blagostanja stanovnika

$$\begin{aligned} \% \text{ stanovnika s pozitivnom percepcijom utjecaja turizma na kvalitetu života} \\ = \frac{28 + 80}{128} \times 100\% = 84,38\% \end{aligned}$$

Pokazatelj prihvatnog kapaciteta (2)

Izgled destinacije

$$\begin{aligned} \% \text{ stanovnika s pozitivnom percepcijom utjecaja turizma na izgled destinacije} \\ = \frac{67 + 42}{128} \times 100\% = 85,16\% \end{aligned}$$

Pokazatelj prihvatnog kapaciteta (3)

Korištenje javnog prostora

$$\begin{aligned} \% \text{ stanovnika s pozitivnom percepcijom utjecaja turizma na korištenje javnog prostora} \\ = \frac{64 + 15}{127} \times 100\% = 62,20\% \end{aligned}$$

Pokazatelj prihvatnog kapaciteta (4)

Iritacija razinom buke

$$\% \text{ stanovnika uznemirenih bukom} = \frac{6}{128} \times 100\% = 4,69\%$$

Pokazatelj prihvatnog kapaciteta (5)

Pretvaranje stanova i kuća u turističke apartmane

$$\% \text{ stanovnika s negativnom percepcijom apartmanizacije} = \frac{1 + 9}{128} \times 100\% = 7,03\%$$



Pokazatelj prihvatnog kapaciteta (6)

Iritacija neprimjereno odloženim otpadom

$$\% \text{ stanovnika uznemirenih neprimjereno odloženim otpadom} = \frac{59}{128} \times 100\% \\ = 46,09\%$$

Pokazatelj prihvatnog kapaciteta (7)

Iritacija gužvom u prometu

$$\% \text{ stanovnika uznemirenih gužvom u prometu} = \frac{16}{128} \times 100\% = 12,50\%$$

Pokazatelj prihvatnog kapaciteta (8)

Iritacija gužvom i specifično gužvama na ulicama/javnim površinama

$$\% \text{ stanovnika uznemirenih gužvom na ulicama/javnim površinama} = \frac{7}{128} \times 100\% \\ = 5,47\%$$

Prikazani pokazatelji daju sveobuhvatnu sliku o percepciji lokalnog stanovništva prema utjecaju turizma na različite aspekte života u Valpovu. Analizirajući ove podatke zajedno, možemo izvući nekoliko ključnih zaključaka:

Pozitivni aspekti:

1. **Vrlo visoka pozitivna percepcija utjecaja turizma na kvalitetu života** (84,38%)
2. **Izrazito pozitivna percepcija utjecaja turizma na izgled destinacije** (85,16%)
3. **Značajna pozitivna percepcija utjecaja turizma na korištenje javnog prostora** (62,20%)
4. **Vrlo niska razina iritacije bukom** (samo 4,69% smatra se velikim problemom)
5. **Minimalna negativna percepcija apartmanizacije** (samo 7,03% ima negativan stav)
6. **Vrlo niska razina iritacije gužvama na ulicama/javnim površinama** (5,47%)

Izazovi:

1. **Visoka razina nezadovoljstva neprimjereno odloženim otpadom** (46,09% - jedini pokazatelj s visokom negativnom percepcijom)
2. **Umjerena razina iritacije gužvom u prometu** (12,50%)



Ukupna ocjena:

Općenito zadovoljstvo razvojem turizma iznosi 64,06%, što pokazuje da većina stanovništva ima pozitivan stav prema turističkom razvoju Valpova. Međutim, već iu trenutnim uvjetima s malim turističkim brojkama, postoji značajan problem s gospodarenjem otpadom.

Preporuke za budući razvoj:

1. **Prioritetno rješavanje problema s otpadom** prije značajnijeg povećanja turističkog broja
2. **Iskorištavanje pozitivne percepcije** za daljnji razvoj turizma i podršku lokalnog stanovništva
3. **Pažljivo planiranje prometne infrastrukture** kako bi se spriječilo povećanje već postojećih prometnih problema
4. **Održavanje visokokvalitetnih javnih prostora** i pristupa za lokalno stanovništvo

Ovi pokazatelji daju izvrsnu osnovu za planiranje održivog turističkog razvoja Valpova koji će koristiti lokalnu zajednicu bez stvaranja značajnih negativnih utjecaja. Posebno je značajno da građani prepoznaju potencijalne koristi koje turizam može donijeti u smislu kvalitete života i izgleda grada, što stvara pozitivnu klimu za budući razvoj.

Međutim, izrazito visok postotak nezadovoljstva gospodarenjem otpadom (46,09%) zahtijeva hitnu pažnju i rješavanje, neovisno o turističkom razvoju, jer predstavlja ozbiljan problem za kvalitetu života lokalnog stanovništva.

SPECIFIČNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI

U nastavku se iznose metodologija i izračuni specifičnih pokazatelja.

Utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva (SZL-1)

Varijabla

B1. Razmislite kako sve turizam utječe na svakodnevni život u Vašem mjestu.

Formula za izračun

$$\begin{array}{l} \text{\% stanovnika s pozitivnom} \\ \text{percepcijom utjecaja turizma na} \\ \text{kvalitetu života} \end{array} = \frac{\begin{array}{l} \text{broj ispitanika koji su odgovorili 2} \\ \text{ili 3 na pitanje B1} \end{array}}{\begin{array}{l} \text{ukupni broj ispitanika koji su} \\ \text{odgovorili na pitanje B1} \end{array}} \times 100\%$$

Podatci za izračun

Razmislite kako sve turizam utječe na svakodnevni život u destinaciji (na lokalno gospodarstvo, okoliš, dostupnost javnih sadržaja,	n	%	Kumulativni %
--	---	---	---------------



sigurnost u mjestu, društveni život, cijene i slično)			
Smanjuje kvalitetu života			
Pomaže u održanju kvalitete života	31	24,4	24,4
Pomaže u unapređenju kvalitete života	78	61,4	85,8
Nema nikakav učinak	18	14,2	100,0
Ukupno	127	100,0	

SZL-1 (1)

Utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva

$$\% \text{ stanovnika s pozitivnom percepcijom utjecaja turizma na kvalitetu života} \\ = \frac{31 + 78}{127} \times 100\% = 85,83\%$$

Rezultati pokazuju da velika većina stanovnika (85,83%) ima pozitivnu percepciju utjecaja turizma na kvalitetu života, što je značajan pokazatelj. Visok postotak pozitivnih percepcija (61,4% smatra da turizam pomaže u unapređenju kvalitete života) ukazuje da je lokalno stanovništvo prepoznalo ekonomske koristi koje turizam donosi - vjerojatno kroz povećanje zapošljavanja, razvoj uslužnih djelatnosti i općenito gospodarski razvoj.

Dodatnih 24,4% stanovnika smatra da turizam pomaže u održavanju kvalitete života, što se može ukazivati na poboljšanu infrastrukturu, uređenje javnih površina i više kulturnih događanja zahvaljujući turističkoj djelatnosti.

Relativno mali postotak (14,2%) koji smatra da turizam nema nikakav učinak možda predstavlja stanovnike koji nisu direktno povezani s turističkim sektorom ili žive u dijelovima grada koji nisu turistički atraktivni.

Zanimljivo je da u tablici nema podataka za kategoriju "Smanjuje kvalitetu života", što bi moglo pokazati da turizam u Valpovu još nije dosegao razinu koja bi stvarala negativne učinke poput prenapučenosti, povećanja cijena ili narušavanja autentičnosti lokalne kulture.

Za daljnji razvoj turizma u Valpovu, bilo bi korisno iskoristiti ovu pozitivnu percepciju stanovništva za dodatna ulaganja u turističku infrastrukturu i promociju, uz pažljivo planiranje kako bi se zadržala ravnoteža između razvoja turizma i očuvanja kvalitete života lokalnog stanovništva.

Varijabla

B2. Općenito govoreći, koliko ste trenutno zadovoljni sa životom u mjestu.

Formula za izračun



$$\% \text{ stanovnika zadovoljnih životom u destinaciji} = \frac{\text{broj ispitanika koji su odgovorili 4 ili 5 na pitanje B2}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje B2}} \times 100\%$$

Podatci za izračun

Koliko ste sveukupno zadovoljni razvojem turizma u destinaciji	n	%	Valjani %	Kumulativni %
U potpunosti nezadovoljan/na	1	0,8	0,8	0,8
Nezadovoljan/na	4	3,1	3,1	3,9
Niti nezadovoljan/na, niti zadovoljan/na	24	18,8	18,9	22,8
Zadovoljan/na	73	57,0	57,5	80,3
U potpunosti zadovoljan/na	25	19,5	19,7	100,0
Ukupno	127	99,2	100,0	
Nedostajući odgovori	1	0,8		
Ukupno	128	100,0		

SZL-1 (2)

Utjecaj turizma na zadovoljstvo životom u mjestu

$$\% \text{ stanovnika zadovoljnih životom u destinaciji} = \frac{73 + 25}{127} \times 100\% = 77,17\%$$

Prema prikazanim podacima, vidimo da je 77,17% stanovnika zadovoljno životom u Valpovu, što je vrlo dobar pokazatelj kvalitete života u gradu. Raščlanjeno, 57,5% ispitanika je zadovoljno, a 19,7% u potpunosti zadovoljno životom u destinaciji.

Ovi podaci nadopunjuju prethodne rezultate o utjecaju turizma na kvalitetu života i zajedno stvaraju potpuniju sliku:

Visoko zadovoljstvo životom u kombinaciji s pozitivnom percepcijom utjecaja turizma (85,83% od prethodnog upita) sugerira da razvoj turizma u Valpovu uistinu doprinosi dobrobiti lokalnog stanovništva. Stanovnici očito prepoznaju koristi koje turizam donosi njihovom gradu.

Zanimljivo je primijetiti da je postotak zadovoljnih života (77,17%) nešto niži od postotka onih koji pozitivno percipiraju utjecaj turizma (85,83%). To se može pokazati da iako građani prepoznaju vrijednost turizma, postoje i drugi faktori koji utječu na njihovo zadovoljstvo životom u Valpovu koji možda nisu direktno povezani s turizmom.

Relativno malen postotak nezadovoljnih (samo 3,9% ukupno nezadovoljnih) ukazuje na dobru kvalitetu života u gradu. Srednja kategorija "Niti nezadovoljan/na, niti zadovoljan/na" s 18,9% predstavlja skupinu koja vjerojatno ima miješane osjećaje ili je neutralna prema kvaliteti života u Valpovu.



Za daljnji razvoj grada, bilo bi korisno istražiti što točno pridonosi zadovoljstvu stanovnika i koje su to područja gdje još ima prostora za napredak, posebno među onih 18,9% neodlučnih građana. Razvoj turizma svakako treba nastaviti kao jednu od strategija za daljnje poboljšanje kvalitete života u Valpovu.

Udio stanovnika koji imaju pozitivno odnosno negativno mišljenje o utjecaju turizma na identitet mjesta (SZL-3)

Variable

C1. Prema Vašem mišljenju, kako turistički razvoj utječe na duh Vašeg mjesta, na njegovu autentičnost?

C2. Prema Vašem mišljenju, kako turistički razvoj utječe na očuvanje tradicije, običaja i kulture Vašeg mjesta?

Formula za izračun – pozitivan utjecaj

$$\% \text{ stanovnika koji smatraju da turizam pozitivno utječe na identitet mjesta} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 4 ili 5 i na C1 i na C2}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanja C1 i C2}} \times 100\%$$

Formula za izračun – negativan utjecaj

$$\% \text{ stanovnika koji smatraju da turizam negativno utječe na identitet mjesta} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 1 ili 2 na C1 ili na C2}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanja C1 i C2}} \times 100\%$$

Podatci za izračun

Kako turistički razvoj utječe na duh Vašeg mjesta	Autentičnost		Očuvanje tradicije, običaja i kulture	
	C1		C2	
Turizam ima...	n	%	n	%
izrazito negativan utjecaj	1	0,8	3	2,4
negativan utjecaj	3	2,4	1	0,8
niti negativan, niti pozitivan utjecaj	25	19,8	14	11,0
pozitivan utjecaj	71	56,3	71	55,9
izrazito pozitivan utjecaj	26	20,6	38	29,9
Ukupno	126	100,0	127	100,0



SZL-3 pozitivan utjecaj

Utjecaj turizma na zadovoljstvo životom u mjestu

$$\begin{aligned} & \% \text{ stanovnika koji smatraju da turizam pozitivno utječe na identitet mjesta} \\ &= \frac{(71 + 26) + (71 + 38)}{126 + 127} \times 100\% = 81,42\% \end{aligned}$$

SZL-3 negativan utjecaj

Utjecaj turizma na zadovoljstvo životom u mjestu

$$\begin{aligned} & \% \text{ stanovnika koji smatraju da turizam negativno utječe na identitet mjesta} \\ &= \frac{(1 + 3) + (3 + 1)}{126 + 127} \times 100\% = 3,16\% \end{aligned}$$

Analiza podataka o utjecaju turizma na identitet grada Valpova pokazuje izrazito pozitivnu percepciju među stanovnicima:

Čak 81,42% stanovnika smatra da turizam pozitivno utječe na identitet mjesta, što je vrlo visok postotak i pokazatelj da razvoj turizma u Valpovu doprinosi očuvanju autentičnosti i kulturne baštine grada. Nasuprot tome, samo 3,16% stanovnika smatra da turizam negativno utječe na identitet mjesta.

Gledajući pojedinačne komponente:

- Za autentičnost grada (C1), 76,9% stanovnika smatra da turizam ima pozitivan ili izrazito pozitivan utjecaj, dok samo 3,2% vidi negativan utjecaj
- Za očuvanje tradicije, običaja i kulture (C2), još viši postotak od 85,9% stanovnika prepoznaje pozitivan utjecaj turizma

Ovi rezultati potvrđuju i nadopunjuju prethodnu navode o visokom zadovoljstvu životom (77,17%) i pozitivnoj percepciji utjecaja turizma na kvalitetu života (85,83%). Zajedno, ovi podaci stvaraju sliku o turizmu u Valpovu kao djelatnosti koja:

- Podržava autentičnost grada umjesto da se narušava
- Aktivno doprinosi očuvanju lokalne tradicije i kulture
- Pozitivno utječe na kvalitetu života lokalnog stanovništva

Posebno je značajno što turizam snažno doprinosi očuvanju tradicije i kulture, što sugerira da su turističke inicijative u Valpovu vjerojatno dobro usklađene s lokalnim kulturnim vrijednostima i identitetom. Ovo je važan uspjeh jer turizam često može imati suprotan učinak - komercijalizaciju i trivijalizaciju lokalne kulture.

Za daljnji razvoj turizma u Valpovu, ovi rezultati ukazuju na smjer koji bi trebalo slijediti - nastaviti s projektima koji valoriziraju kulturnu baštinu, dvorac Prandau-Normann, tradicijske manifestacije i lokalne



običajne, jer takav pristup očito nailazi na snažnu podršku lokalnog stanovništva i doprinosi njihovoj kvaliteti života.

Udio stanovnika pod umjerenim ili visokim stresom od turizma (SZL-4)

Varijabla

D1. Jeste li posljednjih mjesec dana većinom boravili u mjestu u kojem živite?

Podatci za izračun

Boravak u mjestu u posljednjih mjesec dana	n	%	Valjani %
Da	123	96,1	97,6
Ne	3	2,3	2,4
Ukupno	126	98,4	100,0
Nedostajući odgovori	2	1,6	
Ukupno	128	100,0	

Varijabla

D2. Učestalost emotivnih reakcija povezanih s turizmom (PSS)

Rekodirane varijable D2 4, 5, 7 i 8 (prema dokumentu Smjernice za provođenje istraživanja lokalnog stanovništva). Potom je kreirana nova varijabla **SUMd2** koja je nastala kao zbroj vrijednosti varijabla od D2 1 do D2 10. Prosječni rezultat na novoj varijabli iznosi 21,63 što upućuje kako se odabire formula s udjelom stanovnika pod umjerenom razinom stresa od turizma.

	n	Minimum	Maksimum	Aritmetička sredina	Standardna devijacija
SUMd2	123	10	34	21,63	4,736

Nakon izgrađene nove varijable kreirana je ona koja je ispitanike podijelila u tri skupine s obzirom na intenzitet stresa od turizma:

Niska razina stresa
Srednja razina stresa
Visoka razina stresa

PSS rezultat od 0 do 13
PSS rezultat od 14 do 26
PSS rezultat od 27 do 40

Podatci za izračun



Razina stresa	n	%
Niska	3	2,4
Umjerena	102	82,9
Visoka	18	14,6
Ukupno	123	100,0
Razina stresa	n	%
Niska	3	2,4
Umjerena	102	82,9
Visoka	18	14,6
Ukupno	123	100,0

Formula za izračun % stanovnika pod visokim stresom

$$\% \text{ stanovnika pod visokim stresom} = \frac{\text{broj ispitanika s PSS rezultatom između 27 i 40}}{\text{ukupan broj ispitanika koji su na pitanje D1 odgovorili a)}} \times 100\%$$

Formula za izračun % stanovnika pod umjerenim stresom

$$\% \text{ stanovnika pod umjerenim stresom} = \frac{\text{broj ispitanika s PSS rezultatom između 14 i 26}}{\text{ukupan broj ispitanika koji su na pitanje D1 odgovorili a)}} \times 100\%$$

Formula za izračun % stanovnika pod niskim stresom

$$\% \text{ stanovnika pod niskim stresom} = \frac{\text{broj ispitanika s PSS rezultatom između 0 i 13}}{\text{ukupan broj ispitanika koji su na pitanje D1 odgovorili a)}} \times 100\%$$

Formula za izračun % stanovnika pod visokim ili umjerenim stresom

$$\% \text{ stanovnika pod visokim ili umjerenim stresom} = \% \text{ stanovnika pod visokim stresom} + \% \text{ stanovnika pod umjerenim stresom}$$



SZL-4 (1)

Stanovnici pod visokim stresom

$$\% \text{ stanovnika pod visokim stresom} = \frac{18}{123} \times 100\% = 14,63\%$$

SZL-4 (2)

Stanovnici pod umjerenim stresom

$$\% \text{ stanovnika pod umjerenim stresom} = \frac{102}{123} \times 100\% = 82,93\%$$

SZL-4 (3)

Stanovnici pod niskim stresom

$$\% \text{ stanovnika pod niskim stresom} = \frac{3}{123} \times 100\% = 2,44\%$$

SZL-4 (4)

Stanovnici pod visokim ili umjerenim stresom

$$\% \text{ stanovnika pod visokim ili umjerenim stresom} = 14,63\% + 82,93\% = 97,56\%$$

Rezultati pokazuju paradoksalnu situaciju u Valpovu - dok stanovnici većinom izražavaju utjecaj turizma na zadovoljstvo kvalitetom života i identitet mjesta, istovremeno 97,56% ispitanika doživljava umjereno ili visok stres povezan s turizmom.

Posebno je značajno da čak 82,93% stanovnika osjeća umjerenu razinu stresa, a 14,63% visoku razinu stresa povezanog s turističkim aktivnostima. Samo 2,44% stanovnika izvještava o niskoj razini stresa.

Ovaj podatak ukazuje na potrebu dubljeg razumijevanja stresa prirode koji stanovnici doživljavaju. Moguće je da, iako prepoznaju pozitivne ekonomske i kulturne učinke turizma, stanovnici ipak osjećaju određene negativne posljedice - možda u vidu gužve, buke, promjene dnevne rutine ili pritiska na lokalne resurse tijekom turističke sezone.

Za održivi razvoj turizma u Valpovu, ovi rezultati upućuju na hitnu potrebu za implementacijom strategije za smanjenje stresa kod lokalnog stanovništva, poput boljeg upravljanja posjetiteljima, uključivanja lokalnog stanovništva u donošenje odluka vezanih uz turizam te razvoja infrastrukture koja bi umanjila negativne učinke turističke aktivnosti na svakodnevni život stanovnika.



SAŽETAK SPECIFIČNIH POKAZATELJA ODRŽIVOSTI

SZL-1 (1)

Utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva

$$\begin{aligned} \% \text{ stanovnika s pozitivnom percepcijom utjecaja turizma na kvalitetu života} \\ = \frac{31 + 78}{127} \times 100\% = 85,83\% \end{aligned}$$

SZL-1 (2)

Utjecaj turizma na zadovoljstvo životom u mjestu

$$\% \text{ stanovnika zadovoljnih životom u destinaciji} = \frac{73 + 25}{127} \times 100\% = 77,17\%$$

SZL-3 pozitivan utjecaj

Utjecaj turizma na zadovoljstvo životom u mjestu

$$\begin{aligned} \% \text{ stanovnika koji smatraju da turizam pozitivno utječe na identitet mjesta} \\ = \frac{(71 + 26) + (71 + 38)}{126 + 127} \times 100\% = 81,42\% \end{aligned}$$

SZL-3 negativan utjecaj

Utjecaj turizma na zadovoljstvo životom u mjestu

$$\begin{aligned} \% \text{ stanovnika koji smatraju da turizam negativno utječe na identitet mjesta} \\ = \frac{(1 + 3) + (3 + 1)}{126 + 127} \times 100\% = 3,16\% \end{aligned}$$

SZL-4 (1)

Stanovnici pod visokim stresom

$$\% \text{ stanovnika pod visokim stresom} = \frac{18}{123} \times 100\% = 14,63\%$$

SZL-4 (2)

Stanovnici pod umjerenim stresom

$$\% \text{ stanovnika pod umjerenim stresom} = \frac{102}{123} \times 100\% = 82,93\%$$



SZL-4 (3)

Stanovnici pod niskim stresom

$$\% \text{ stanovnika pod niskim stresom} = \frac{3}{123} \times 100\% = 2,44\%$$

SZL-4 (4)

Stanovnici pod visokim ili umjerenim stresom

$$\% \text{ stanovnika pod visokim ili umjerenim stresom} = 14,63\% + 82,93\% = 97,56\%$$

Na temelju priloženih pokazatelja mogu se sažeti sljedeći ključni uvidi u percepciju turizma u Valpovu:

Stanovnici Valpova imaju izrazito pozitivan stav prema utjecaju turizma na kvalitetu života (85,83% ima pozitivnu percepciju) i na očuvanje identiteta mjesta (81,42% smatra da turizam pozitivno utječe na identitet). Opće zadovoljstvo životom u gradu također je visoko (77,17%).

Paradoksalno, usput ovim pozitivnim percepcijama, gotovo svi stanovnici (97,56%) doživljavaju umjerenu ili visoku razinu stresa povezanu s turizmom, pri čemu 82,93% osjeća umjereni stres, a 14,63% visoki stres. Samo 2,44% stanovnika izvještava o niskoj razini stresa.

Ova kontradikcija između pozitivnih stavova prema turizmu i istovremeno visoke razine stresa ukazuje na kompleksnu dinamiku koja zahtijeva pažnju. Stanovnici očito prepoznaju ekonomske i kulturne koristi turizma, ali vjerojatno osjećaju određene negativne posljedice u svakodnevnom životu. Za održivi razvoj turizma u Valpovu potrebno je razviti strategije kojima će se rješavati stres kod lokalnog stanovništva, istovremeno zadržavajući pozitivne učinke koje turizam ima na kvalitetu života i identitet grada.

SAŽETAK ISTRAŽIVANJA ZADOVOLJSTVA TURISTA I JEDNODNEVNIH POSJETITELJA OSJEČKO-BARANJSKE ŽUPANIJE – INTERPRETACIJA ZA GRAD VALPOVO

Uvod i metodološki okvir

Istraživanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja provedeno je na razini Osječko-baranjske županije tijekom 2024. godine, u skladu sa smjernicama Ministarstva turizma i sporta RH za mjerenje održivosti turizma. Cilj istraživanja bio je prikupiti podatke o iskustvima posjetitelja, njihovoj potrošnji, motivima dolaska te ukupnom zadovoljstvu boravkom, s fokusom na korisničku percepciju destinacije.

U uzorku je sudjelovalo 372 ispitanika, od čega ih je 14 (3,8%) boravilo na području Turističke zajednice Grada Valpova. Iako statistički skroman, ovaj udio pruža dovoljan osnov za



interpretaciju rezultata u kontekstu karakteristika turizma grada Valpova, uzimajući u obzir i regionalne trendove.

Struktura posjetitelja i ponašajni obrasci

Većinu ispitanika činili su turisti u komercijalnom smještaju (60,2%), dok su jednodnevni posjetitelji činili trećinu uzorka (32,3%). S obzirom na turistički profil Valpova – gdje dominiraju jednodnevni dolasci motivirani kulturnim i manifestacijskim sadržajem te povremenim vikend posjetima prijateljima i obitelji – ovaj omjer relevantan je za lokalnu interpretaciju.

Socio-demografski podaci pokazuju da najveći broj posjetitelja čine osobe u dobi između 30 i 49 godina (60,1%), najčešće u obiteljskom aranžmanu ili s partnerima. Ova struktura poklapa se s ciljanom publikom manifestacija poput Ljeta valpovačkog, Valpovačke staze zdravlja ili Adventa u Valpovu, koje okupljaju domaću i regionalnu publiku srednje dobi s interesom za kulturno-povijesne sadržaje, glazbu, folklor i eno-gastronomiju.

Indeks zadovoljstva i ocjene elemenata destinacije

Ukupan indeks zadovoljstva destinacijom iznosio je oko 84 (na skali 0–100), što je vrlo visoka vrijednost. Zadovoljstvo je izraženo kroz tri pokazatelja:

- zadovoljstvo ukupnim boravkom,
- ispunjenje očekivanja,
- percepcija vrijednosti za novac.

Gosti Valpova sličnog su profila kao i prosječni posjetitelji OBŽ-a, a boravak u destinaciji ocjenjuju visokom ocjenom. Ključni elementi koji pridonose visokom zadovoljstvu u kontekstu Valpova uključuju:

- **osobnu sigurnost,**
- **gostoljubivost domaćina,**
- **ljepotu mjesta i prirodnog okruženja** (npr. barokni perivoj),
- **kulturno-povijesne atrakcije** (dvorac Prandau-Normann, Kapela sv. Trojstva, Muzej Valpovštine).

Slabije ocjene, s druge strane, zabilježene su za prometnu dostupnost (javnim prijevozom), dostupnost informacija na terenu, pristup Wi-Fi mreži i biciklističku infrastrukturu – što se u lokalnom kontekstu Valpova podudara s izazovima slabije razvijenih interpretacijskih i komunikacijskih točaka te ograničenog prometa prema okolnim selima i rekreacijskim zonama.

Neto spremnost za preporuku

Visoki NPS (Net Promoter Score) pokazatelj je da bi većina posjetitelja preporučila destinaciju drugima. U kontekstu Valpova, to se može povezati s pozitivnim dojmovima s manifestacija, sveprisutne autentičnosti, zelenih površina i kulturne tradicije. Lojalnost gostiju potvrđuje i činjenica da su mnogi ispitanici već boravili u destinaciji ili planiraju ponovno doći, što Valpovu otvara prostor za jačanje programa za "povratne goste" i unaprjeđenje ponude za vikend posjete.



Dnevna potrošnja

Prosječna dnevna potrošnja turista u komercijalnom smještaju iznosila je 200,50 €, dok je kod jednodnevnih posjetitelja bila 59,80 €. Ovi podaci naglašavaju važnost razvoja turističke infrastrukture (npr. dodatnih smještajnih kapaciteta, interpretacijskih sadržaja) koja može potaknuti produljenje boravka i time povećati ekonomski učinak. U Valpovu, gdje trenutačno dominiraju jednodnevni i vikend posjeti, postoji prostor za razvoj tematskih programa (npr. eno-gastro vikendi, kulturni retreat programi, edukativni sadržaji za škole) kako bi se povećao udio višednevnih boravaka.

Motivacija dolaska i izvori informacija

Glavni motivi dolaska su odmor, upoznavanje prirode i kulture, sudjelovanje u manifestacijama te posjet rodbini i prijateljima. To se potpuno poklapa s ulogom Valpova kao mikro-destinacije s izraženim kulturnim identitetom, gdje su manifestacije poput Ljeta valpovačkog, Festivala sira i vina ili Adventa u Valpovu glavni nositelji turističkog prometa.

Informacije o destinaciji najčešće se traže putem interneta i preporuka rodbine i prijatelja. To upućuje na potrebu jačanja digitalne prisutnosti Valpova putem web stranica, društvenih mreža i aplikacija koje nude informacije o kulturnim znamenitostima, događanjima, gastronomiji i smještaju.

Zaključak i preporuke

Istraživanje potvrđuje da je Valpovo destinacija koja može graditi svoju konkurentnost na temelju:

- očuvane prirode i bogate kulturne baštine,
- manifestacijskog turizma i događanja,
- gostoljubivosti lokalnog stanovništva.

Potencijalni izazovi uključuju ograničenu dostupnost informacijskih i digitalnih sadržaja na terenu, slabije razvijenu infrastrukturu za višednevne goste te potrebu za modernizacijom prezentacijskih i prometnih rješenja.

Za daljnji razvoj preporučuju se:

1. Jačanje interpretacije i signalizacije (info punktovi, tematske table).
2. Razvoj sadržaja za višednevni boravak (vođene ture, radionice, tematski vikendi).
3. Uvođenje sustava praćenja zadovoljstva posjetitelja kroz QR ankete na lokacijama.
4. Ciljano digitalno oglašavanje prema segmentima koji su pokazali visoku razinu lojalnosti.
5. Ulaganje u biciklističku, pješačku i smart infrastrukturu (npr. pametne klupe, Wi-Fi hot-spots).



RAZVOJNI SMJER S MJERAMA I AKTIVNOSTIMA

Razvojni smjer s mjerama i aktivnostima predstavlja ključni strateški okvir za održivi razvoj turizma i unapređenje lokalne turističke ponude. Grad Valpovo, s bogatom kulturnom baštinom, prirodnim ljepotama i tradicijom, ima značajan potencijal za razvoj različitih oblika turizma. Kroz definiranje jasnih ciljeva, provedbu konkretnih mjera i aktivnosti te suradnju svih dionika, ovaj plan osigurava dugoročnu konkurentnost destinacije. Fokus je na razvoju infrastrukture, valorizaciji kulturnih i prirodnih resursa, poticanju poduzetništva te promociji destinacije na regionalnoj i nacionalnoj razini.

SWOT ANALIZA

Snage (Strengths)	Slabosti (Weaknesses)
Povoljan geografski položaj i prometna dostupnost	Nedostatak smještajnih kapaciteta
Bogata kulturno-povijesna baština	Slaba kvaliteta ugostiteljske ponude
Očuvana priroda	Ograničena promocija na međunarodnom tržištu
Tradicionalne manifestacije (Ljeto valpovačko)	Slaba povezanost s ključnim turističkim središtima
Aktivnosti Turističke zajednice	Ovisnost o sezonalnosti posjeta
Komplementarnost sa obližnjim destinacijama	Nedostatak prepoznatljivog turističkog proizvoda (krovnog brenda)
Prilike (Opportunities)	Prijetnje (Threats)
Dodatna programska valorizacija kulturno – povijesne baštine	Konkurencija razvijenijih bliskih destinacija
Razvoj eno-gastronomskog turizma	Globalni ekonomski poremećaji
Korištenje EU fondova za turističke projekte	Klimatske promjene i njihovi utjecaji
Suradnja s regionalnim i međunarodnim partnerima	Nedostatak investicija u turistički sektor
Razvoj infrastrukture za aktivni turizam	Nedostatak kvalificirane radne snage

SNAGE - Analiza turističkih potencijala grada Valpova

Grad Valpovo posjeduje izniman turistički potencijal koji se temelji na četiri ključna stupa: kulturno-povijesnom nasljeđu, prirodnim resursima, prometnoj dostupnosti i institucionalnoj podršci.



Kulturno-povijesno nasljeđe predstavlja najznačajniju turističku snagu grada. Dvorac Prandau-Normann, kao jedan od najočuvanijih dvoraca u Slavoniji, dominira gradskom vizurom i predstavlja centralni turistički resurs. Njegova arhitektonska vrijednost, povijesni značaj i okolni perivoj čine ga jedinstvenom atrakcijom kontinentalne Hrvatske. Povijesna jezgra grada, koja se organski razvijala oko dvorca, zadržala je svoj izvorni šarm i autentičnost. Sakralna baština, predvođena župnom crkvom Bezgrešnog začeća BDM, svjedoči o bogatoj duhovnoj tradiciji. Tradicijske manifestacije, posebice kirvaji i događanja vezana uz dvorac, održavaju živom nematerijalnu kulturnu baštinu područja.

Prirodni resursi Valpova čine drugi stup turističke ponude. Tri rijeke - Karašica, Vučica i Drava - stvaraju jedinstveni riječni sustav koji pruža mogućnosti za razvoj ribolovnog i nautičkog turizma na Dravi. Zaštićeni perivoj uz dvorac, jedan od najvrjednijih primjera parkovne arhitekture u Slavoniji, predstavlja zelenu oazu u središtu grada. Očuvani prirodni krajolici u okolici grada idealni su za razvoj outdoor aktivnosti poput pješčenja, biciklizma i promatranja ptica.

Prometna dostupnost značajno doprinosi turističkom potencijalu. Valpovo je dobro povezano cestovnom mrežom s glavnim emitivnim tržištima, a blizina zračne luke Osijek (30-ak kilometara) otvara mogućnosti za privlačenje međunarodnih gostiju. Povezanost s riječnim prometom preko Drave stvara potencijal za razvoj riječnog turizma, dok postojeća mreža lokalnih cesta pruža odličnu osnovu za razvoj biciklističkih ruta.

Institucionalna podrška predstavlja četvrti stup razvoja turizma. Turistička zajednica grada aktivno radi na promociji i razvoju turističkih proizvoda, a suradnja s okolnim destinacijama omogućuje stvaranje integrirane turističke ponude. Postojeći planovi razvoja turizma pružaju jasan smjer djelovanja, dok podrška lokalne uprave osigurava administrativnu i financijsku potporu turističkim inicijativama.

Ove četiri skupine snaga međusobno se nadopunjuju i stvaraju čvrst temelj za daljnji razvoj turizma u Valpovu. Kulturno-povijesno nasljeđe pruža autentičnost i prepoznatljivost, prirodni resursi omogućuju diversifikaciju ponude, prometna dostupnost osigurava pristupačnost, a institucionalna podrška pruža okvir za održivi razvoj turizma.

SLABOSTI - Analiza ograničavajućih faktora razvoja turizma grada Valpova

Unatoč značajnim potencijalima, razvoj turizma u Valpovu suočava se s nekoliko ključnih slabosti koje usporavaju njegov razvoj i ograničavaju tržišni uspjeh.

Turistička infrastruktura predstavlja prvu značajnu slabost. Sa samo 96 ležajeva u registriranim smještajnim objektima, grad ne može prihvatiti veće grupe turista niti razvijati složenije turističke proizvode. Kvaliteta ugostiteljske ponude, iako zadovoljavajuća za lokalne potrebe, nije dovoljno diverzificirana za zahtjevnije turiste. Turistička signalizacija je manjkava, posebno kad je riječ o interpretaciji kulturne baštine, što otežava samostalno istraživanje grada. Nedostatak suvremenih interpretacijskih sadržaja, posebno u dvorcu Prandau-Normann, umanjuje doživljaj posjetitelja.

Problem ljudskih resursa posebno je izražen. Manjak stručnog turističkog kadra rezultat je više faktora: nedovoljnog broja obrazovnih programa u regiji, odljeva mladih stručnjaka u veće centre i problema sezonalnosti zapošljavanja. Postojeći turistički djelatnici često nemaju prilike za



dodatnu edukaciju, što se odražava na kvalitetu usluge. Problem sezonalnosti zapošljavanja stvara nesigurnost i demotivira mlade za rad u turizmu.

Turistički proizvodi grada Valpova trenutno su fragmentirani i nedovoljno razvijeni. Nedostaje integriranih proizvoda koji bi povezali različite atrakcije i usluge u cjeloviti turistički doživljaj. Prepoznatljivost Valpova na turističkom tržištu je slaba, posebno izvan regionalnih okvira. Dodatna ponuda (suveniri, lokalni proizvodi, turističke usluge) nije dovoljno razvijena, a postojeći resursi nisu optimalno turistički valorizirani.

Marketing i promocija predstavljaju četvrto područje slabosti. Ograničena marketinška sredstva onemogućuju snažniju promociju na ključnim tržištima. Digitalna prisutnost je nedovoljna, posebno kad je riječ o društvenim mrežama i online platformama. Međunarodna vidljivost je minimalna, što otežava privlačenje stranih gostiju. Promotivne aktivnosti često nisu koordinirane između različitih dionika, što umanjuje njihov učinak.

PRILIKE - Analiza razvojnih mogućnosti turizma grada Valpova

Vanjsko okruženje pruža brojne prilike za razvoj turizma u Valpovu, koje se mogu grupirati u četiri ključna područja.

Tržišni trendovi izrazito su povoljni za razvoj turizma u Valpovu. Rast kulturnog turizma na globalnoj razini stvara priliku za valorizaciju bogate kulturno-povijesne baštine, posebno dvorca Prandau-Normann. Sve veća potražnja za autentičnim doživljajima savršeno se uklapa u ponudu tradicijskih manifestacija poput kirvaja. Razvoj aktivnog turizma otvara mogućnosti za valorizaciju prirodnih resursa, posebno uz rijeke i u zaštićenom perivoju. Digitalizacija turističke ponude omogućuje stvaranje inovativnih interpretacija baštine i bolje povezivanje s ciljanim tržištima.

Financiranje razvoja turizma pruža značajne prilike kroz nekoliko izvora. EU fondovi, posebno oni namijenjeni kontinentalnom turizmu i kulturnoj baštini, predstavljaju značajan potencijal za financiranje većih projekata. Nacionalni programi razvoja turizma omogućuju sufinanciranje manjih inicijativa. Javno-privatna partnerstva mogu osigurati održiv model razvoja turističke infrastrukture. Prekogranična suradnja, posebno s Mađarskom, otvara dodatne mogućnosti za financiranje zajedničkih projekata.

Regionalno povezivanje stvara sinergijske efekte. Suradnja s Belišćem i Bizovcem omogućuje stvaranje kompleksnije turističke ponude koja kombinira kulturnu baštinu, industrijsku baštinu i toplički turizam. Integracija s baranjskom ponudom može privući više gostiju kroz povezivanje eno-gastronomске i kulturne ponude. Zajednički turistički proizvodi mogu produžiti boravak gostiju u regiji. Regionalno brendiranje može povećati prepoznatljivost na tržištu.

Razvoj novih proizvoda predstavlja četvrto područje prilika. Cikloturizam ima poseban potencijal zbog dobre prometne povezanosti i atraktivnih prirodnih krajolika. Manifestacijski turizam može se razvijati kroz postojeće i nove događaje vezane uz kulturnu baštinu. Edukativni turizam može privući školske grupe i specijalizirane turiste zainteresirane za povijest i kulturu. Digitalne interpretacije mogu obogatiti turistički doživljaj i privući mlađe generacije posjetitelja.



PRIJETNJE - Analiza vanjskih izazova razvoja turizma

Razvoj turizma u Valpovu suočava se s nekoliko značajnih prijetnji iz vanjskog okruženja.

Tržišni izazovi uključuju sve jaču konkurenciju drugih kontinentalnih destinacija koje razvijaju sličnu ponudu. Ekonomska nesigurnost može utjecati na turističku potrošnju, posebno u segmentu kulturnog turizma. Promjene preferencija turista zahtijevaju konstantno prilagođavanje ponude. Sezonalnost potražnje stvara pritisak na održivost turističkog poslovanja.

Demografski trendovi predstavljaju dugoročnu prijetnju. Depopulacija smanjuje bazu lokalnog stanovništva koje bi moglo razvijati turističku ponudu. Starenje stanovništva utječe na radnu snagu u turizmu. Odljev radne snage, posebno mladih stručnjaka, otežava razvoj kvalitetnih turističkih proizvoda. Manjak poduzetničke inicijative usporava razvoj dodatne turističke ponude.

Infrastrukturni izazovi uključuju nedostatak značajnijih investicija u turističku infrastrukturu. Sporost u realizaciji projekata može dovesti do gubitka konkurentske prednosti. Održavanje postojeće infrastrukture zahtijeva značajna sredstva. Troškovi modernizacije turističkih objekata predstavljaju opterećenje za male poduzetnike.

Vanjski faktori donose dodatnu neizvjesnost. Klimatske promjene mogu utjecati na prirodne resurse i održavanje kulturne baštine. Geopolitička nestabilnost može utjecati na turističke tokove. Promjene u mobilnosti turista zahtijevaju prilagodbu prometne infrastrukture. Regulatorna ograničenja mogu otežati razvoj određenih turističkih proizvoda.

Ova SWOT analiza pruža temelj za strateško planiranje razvoja turizma u Valpovu.

OBLIKOVANJE STRATEŠKOG PRAVCA I PRIORITETA

Vizija razvoja turizma grada Valpova

Prijedlog vizije

"Grad Valpovo 2030. godine bit će prepoznatljiva kontinentalna turistička destinacija koja harmonično spaja plemićku tradiciju s bogatom baštinom marljivog slavonskog seljaka - šokca. Kroz autentične doživljaje koji povezuju dvorsku kulturu, tradicijske običaje, gastronomiju i rukotvorine s aktivnim odmorom u očuvanoj prirodi, Valpovo stvara jedinstvenu turističku priču koja živi tijekom cijele godine, donoseći vrijednost lokalnoj zajednici i nezaboravne uspomene posjetiteljima."

Temeljem predložene vizije moguće je koristiti i moto koji odražava viziju:

„Valpovo – jedinstveni spoj dvorske kulture i slavonske tradicije“

Obrazloženje vizije

- Dualnost kulturnog nasljeđa
 - Plemićka tradicija: dvorac Prandau-Normann kao simbol aristokratske kulture, povijesni perivoj i umjetnička baština, dvorska glazba i umjetnost



- Šokačka baština: tradicijski običaji i manifestacije, autohtona gastronomija, rukotvorine i zanati (zlatovez, šlinganje, tkanje), narodne nošnje i folklor
- Spoj različitih kulturnih slojeva
 - Materijalna baština: arhitektura (dvorac, tradicijske kuće), poljoprivredni alati i oprema, tradicijski namještaj i uporabni predmeti, narodne nošnje i nakit
 - Nematerijalna baština: običaji i vjerovanja, tradicijska glazba i ples, usmena predaja, gastronomsko nasljeđe
- Razvoj autentičnih proizvoda
 - Kulturni doživljaji: interpretacija života plemstva, prikaz tradicijskog života šokaca, tematske radionice i edukacije, festivali i manifestacije
 - Gastronomska ponuda: spoj dvorske i tradicijske kuhinje, autohtona jela i namirnice, vinske i rakijske rute, kulinarske radionice
- Implementacijske aktivnosti
 - Infrastrukturni razvoj: obnova tradicijskih objekata, uređenje etno zbirke, razvoj interpretacijskih centara, tematske rute
 - Edukacija i interpretacija: obuka lokalnih vodiča, programi za škole i grupe, digitalna interpretacija baštine, storytelling programi
- Očekivani učinci
 - Kulturni učinci: očuvanje tradicije, prijenos znanja na mlađe generacije, jačanje lokalnog identiteta, međukulturni dijalog
 - Društveni učinci: aktiviranje lokalne zajednice, razvoj kulturnog amaterizma, međugeneracijska suradnja, očuvanje tradicijskih vještina
 - Ekonomski učinci: razvoj tradicijskih obrta, nova radna mjesta, prodaja lokalnih proizvoda, povećanje turističke potrošnje

Proširena vizija naglašava:

- Jedinstveni spoj različitih kulturnih slojeva
- Autentičnost lokalnog nasljeđa
- Aktivno uključivanje zajednice
- Održivi razvoj tradicijske baštine

Realizacija zahtijeva:

- Suradnju svih dionika
- Očuvanje autentičnosti
- Kvalitetnu interpretaciju
- Tržišno pozicioniranje
- Kontinuiranu edukaciju



Strateški ciljevi razvoja turizma grada Valpova

Strateški cilj 1: Razvoj prepoznatljivog turističkog proizvoda temeljenog na kulturnoj baštini

Obrazloženje: Valorizacija jedinstvenog spoja plemićke i šokačke tradicije kroz kreiranje integriranog turističkog proizvoda koji će pozicionirati Valpovo kao destinaciju kulturnog turizma.

Pokazatelji uspješnosti:

- Broj novih kulturno-turističkih proizvoda (min. 5 godišnje)
- Broj posjetitelja kulturnih atrakcija (+25% godišnje)
- Prihodi od ulaznica i vođenih tura (+30% godišnje)
- Zadovoljstvo posjetitelja kulturnom ponudom (min. 4.2/5)

Strateški cilj 2: Unapređenje turističke infrastrukture i smještajnih kapaciteta

Obrazloženje: Razvoj kvalitetne turističke infrastrukture kao preduvjet za povećanje broja posjetitelja i produljenje njihovog boravka.

Pokazatelji uspješnosti:

- Broj novih smještajnih jedinica (min. 100 do 2030.)
- Kategorija smještajnih objekata (min. 50% 4*)
- Popunjenost kapaciteta (min. 45% godišnje)
- Duljina uređenih tematskih staza (min. 30 km)
- Broj uređenih odmorišta i vidikovaca (min. 10)

Strateški cilj 3: Razvoj ljudskih potencijala i poduzetništva u turizmu

Obrazloženje: Jačanje kompetencija turističkih djelatnika i poticanje poduzetničkih inicijativa u turizmu.

Pokazatelji uspješnosti:

- Broj educiranih turističkih djelatnika (min. 5 godišnje)
- Broj novootvorenih radnih mjesta u turizmu (+20 godišnje)
- Udio stručnog kadra u ukupnoj zaposlenosti (min. 60%)

Strateški cilj 4: Pozicioniranje na turističkom tržištu i digitalna transformacija

Obrazloženje: Kreiranje prepoznatljivog brenda destinacije i implementacija suvremenih digitalnih rješenja.

Pokazatelji uspješnosti:

- Broj online rezervacija (+40% godišnje)
- Broj pratitelja na društvenim mrežama (+50% godišnje)
- Engagement rate na društvenim mrežama (min. 5%)
- Broj preuzimanja destinacijske aplikacije (min. 500 godišnje)



- Vidljivost u digitalnim medijima (min. 100 objava godišnje)

Strateški cilj 5: Održivo upravljanje destinacijom i cjelogodišnji turizam

Obrazloženje: Grad Valpovo bilježi ravnomjernu raspodjelu turističkih noćenja kroz mjesece, bez izraženog sezonskog vrhunca. Stoga, strateški cilj usmjeren je na održivo upravljanje destinacijom, s naglaskom na daljnje jačanje cjelogodišnje turističke ponude. Razvoj turizma temeljenog na autentičnim lokalnim resursima, kulturnim i prirodnim atrakcijama te događanjima doprinosi stabilnosti prihoda i povećanju koristi za lokalnu zajednicu. Fokus je na poticanju turističkih aktivnosti koje nisu vezane uz sezonalnost, povećanju broja posjetitelja izvan glavne sezone te implementaciji održivih rješenja u turizmu.

Pokazatelji uspješnosti:

- Ravnomjerna distribucija turističkih noćenja kroz godinu (bez dominacije glavne sezone)
- Povećanje prihoda od turizma u razdoblju izvan glavne sezone (+30% godišnje)
- Organizacija turističkih manifestacija i događanja tijekom cijele godine (min. 12 godišnje)
- Zadovoljstvo lokalne zajednice turističkim razvojem (prosječna ocjena min. 4/5)
- Udio održivih i zelenih projekata u ukupnim turističkim investicijama (min. 30%)

Mjere i aktivnosti

Temeljem provedene SWOT analize, predlažu se sljedeće konkretne mjere za razvoj turizma grada Valpova:

Infrastrukturni razvoj

Kratkoročne mjere (1-2 godine):

- Izrada projektne dokumentacije za obnovu istočnog krila dvorca Prandau-Normann
- Postavljanje turističke signalizacije i interpretacijskih ploča
- Uređenje biciklističkih staza i odmorišta
- Razvoj mobilne aplikacije za interpretaciju kulturne baštine

Srednjoročne mjere (2-5 godina):

- Obnova istočnog krila dvorca i prenamjena u hotel baštine (heritage hotel)
- Izgradnja interpretacijskog centra valpovačke baštine
- Uređenje šetnice uz Karašicu s rekreacijskim sadržajima
- Razvoj pristana na Dravi za riječni turizam

Razvoj turističkih proizvoda

a) Kulturni turizam



- Kreiranje "Priče o valpovačkim vlastelinima" kao krovnog narativa
- Razvoj kostimiranih turističkih tura
- Organizacija povijesnih uprizorenja
- Program "Život u dvorcu"

b) Manifestacijski turizam

- Brendiranje "Valpovačkih kirvaja" kao turističkog proizvoda
- Razvoj festivala povijesne glazbe
- Organizacija sajma tradicijskih zanata
- Kreiranje gastronomskog festivala

c) Aktivni turizam

- Razvoj cikloturističkih ruta s tematskim stajalištima
- Kreiranje programa promatranja ptica
- Organizacija ribolovnih tura
- Razvoj outdoor rekreacijskih programa

Edukacija i razvoj ljudskih resursa

Programi edukacije:

- Tečajevi za turističke vodiče specijalizirane za baštinu
- Radionice za ugostitelje o autohtonoj gastronomiji
- Edukacije o digitalnom marketingu za turističke djelatnike
- Program razvoja poduzetničkih vještina u turizmu

Marketing i promocija

Digitalna strategija:

- Razvoj novog turističkog web portala
- Kreiranje sadržaja za društvene mreže
- Implementacija virtualnih tura
- Razvoj sustava online rezervacija

Tradicionalni marketing:

- Izrada nove brošure kulturne baštine
- Sudjelovanje na specijaliziranim sajmovima
- Organizacija studijskih putovanja za novinare
- Razvoj suvenirske linije

Umrežavanje i suradnja

Lokalno povezivanje:



- Formiranje klastera kulturnog turizma
- Stvaranje sustava zajedničke prodaje karata
- Razvoj programa lojalnosti
- Povezivanje s obrazovnim institucijama

Regionalna suradnja:

- Kreiranje zajedničkih tura s Belišćem i Bizovcem
- Razvoj biciklističke rute "Tri dvorca"
- Povezivanje s vinskim cestama Baranje
- Zajednički nastupi na tržištu

Financiranje i podrška

- Priprema projekata za EU fondove
- Aktiviranje programa javno-privatnog partnerstva
- Razvoj sustava poticaja za privatne investitore
- Kreiranje fonda za razvoj turističkih proizvoda

Za uspješnu implementaciju ovih mjera potrebno je:

1. Uspostaviti sustav praćenja realizacije
2. Osigurati koordinaciju među dionicima
3. Razviti pokazatelje uspješnosti
4. Redovito ažurirati mjere prema tržišnim promjenama

Operativni plan provedbe

Operativni plan provedbe predstavlja konkretan i detaljan prikaz aktivnosti kojima će se realizirati postavljeni strateški ciljevi razvoja turizma grada Valpova. On definira jasne korake, nositelje odgovornosti, vremenske okvire i potrebne resurse za implementaciju svake pojedine mjere. Ovaj plan služi kao praktičan vodič koji omogućuje sustavno i koordinirano djelovanje svih dionika turističkog razvoja, osiguravajući učinkovitu tranziciju od strateških zamisli do stvarnih rezultata. Kroz precizno definirane pokazatelje uspješno operativan plan omogućuje kontinuirano praćenje napretka i pravovremenu prilagodbu aktivnosti promjenjivim okolnostima, čime se maksimizira vjerojatnost uspješne realizacije zacrtane turističke vizije grada Valpova.

1. Rokovi za provedbu ciljeva

Kratkoročni ciljevi (2025.-2026.)

1. Uspostava sustava upravljanja destinacijom
2. Povezivanje biciklističkih staza
3. Digitalizacija osnovnih usluga
4. Razvoj interpretacijskih sadržaja



Srednjoročni ciljevi (2027.-2028.)

1. Obnova ključnih kulturnih objekata
2. Razvoj novih turističkih proizvoda
3. Implementacija digitalnih rješenja
4. Podizanje kvalitete smještaja

Dugoročni ciljevi (2029.-2030.)

1. Pozicioniranje na međunarodnom tržištu
2. Daljnji razvoj kulturnog turizma
3. Potpuna digitalna transformacija
4. Stvaranje održivog sustava upravljanja

2. Očekivani rezultati do 2030.

Kvantitativni:

- Povećanje broja noćenja za 100%
- Povećanje prosječne duljine boravka na 3 dana
- Povećanje turističke potrošnje za 80%
- Rast smještajnih kapaciteta za 50%

Kvalitativni:

- Prepoznatljivost destinacije
- Visoka kvaliteta usluge
- Digitalna dostupnost
- Zadovoljstvo posjetitelja

Smjernice za razvoj

Valpovo se nalazi u specifičnom zemljopisnom prostoru koji obiluje, kako je već naglašeno, bogatim prirodnim i kulturnim resursima. Ovo područje determinirano je povijesnim znamenitostima, zaštićenim perivojem te rijekama Karašicom i Vučicom koje dodatno obogaćuju prirodni okoliš. Rijeka Karašica, koja protječe kroz Valpovo, zbog svog niskog vodostaja ne omogućuje aktivnosti poput ribolova ili kajakarenja, ali pruža izniman potencijal za izgradnju šetnice uz njen tok. Posebno atraktivna može biti šetnica kroz središte grada, pod nazivom "Teče rijeka Karašica," što bi parafraziralo stih iz pjesme "Tekla voda Karašica od Valpova do Našica." Vučica, koja se ulijeva u Karašicu nedaleko od Valpova, nudi potencijal za istraživanje i ekološke projekte. Međutim, nedostatak adekvatne turističke infrastrukture trenutno ograničava potencijale destinacije, posebno u segmentu urbanih i luksuznih sadržaja. To rezultira naglaskom na outdoor aktivnosti koje uključuju biciklizam, pješaćenje i rekreaciju u prirodi. Razvoj ovih turističkih proizvoda može stvoriti jedinstvene doživljaje koji će privući posjetitelje i istovremeno očuvati autentičnost destinacije.

Grad Valpovo obuhvaća naselja Valpovo, Šag, Nard, Ladimirevci, Marjančaci, Ivanovci, Zelčin i Harkanovci. Svako od ovih naselja mogli bi razviti barem jednu turističku manifestaciju temeljenu



na lokalnim tradicionalnim svetkovinama - kirvajima. Ovi događaji mogli bi se obogatiti dodatnim kulturnim, gastronomskim i edukativnim sadržajima kako bi privukli širu publiku i promovirali lokalni identitet.

Kirvaji - tradicija i potencijalni turistički proizvodi

Kirvaji su tradicionalni pučki običaji u čast crkvenih svetaca zaštitnika pojedinih mjesta, koji su stoljećima duboko ukorijenjeni u lokalnu kulturu. To je svojevrsni spoj duhovnog i svjetovnog slavlja koji ima duboke korijene u slavonskoj tradiciji. Kirvaj tradicionalno počinje svečanom misom, nakon čega slijedi narodno veselje s glazbom, plesom, hranom i raznim događanjima. Ovi događaji uključuju procesije, mise, zabavne programe i obiteljska okupljanja. U kontekstu turizma, kirvaji mogu biti temelj za razvoj manifestacija koje objedinjuju tradiciju, lokalnu gastronomiju, obrtništvo i kulturne sadržaje.

Za uspješnu turističku valorizaciju kirvaja potrebno je:

- Očuvati autentičnost događaja
- Uključiti lokalno stanovništvo u organizaciju
- Osigurati kvalitetnu promociju
- Povezati se s turističkim agencijama
- Razviti prateću infrastrukturu
- Stvoriti prepoznatljiv brend

Kako bi se dodala turistička nota, predlaže se organizacija tematskih dana povezanih s lokalnim pričama, radionicama tradicijskog zanatstva, degustacijama tradicionalnih jela i glazbenim nastupima. Uz ovo, manifestacije bi mogle nositi krovni naziv „Kirvaji valpovačke šokadije – gdje duša Slavonije živi“ kako bi se naglasila povijesna povezanost i zajednička tradicija područja. Primjerice, kreiranje "Dana svetog zaštitnika" u sklopu brenda "Valpovačka šokadija" s procesijama, seoskim sajmom i interaktivnim radionicama moglo bi dodatno privući posjetitelje i promovirati identitet svakog naselja.

Kirvaji u Gradu Valpovu i prigradskim naseljima:

- **Valpovo:** Kirvaj u čast Bezgrešnog začeca Blažene Djevice Marije (8. prosinca); prijedlog: organizirati kulturno-gastronomski festival s večernjim koncertima i radionicama kako bi se obogatila proslava i privukli posjetitelji.
- **Šag:** Kirvaj sv. Bartola (24. kolovoza); prijedlog: pokrenuti "Šašku feštu" s lokalnim specijalitetima i glazbenim nastupima, čime bi se promovirala tradicija i lokalna kultura.
- **Nard:** Kirvaj sv. Jakova (25. srpnja); prijedlog: osmisliti tematski sajam s rukotvorinama, ribljim specijalitetima i prikazima starih zanata kako bi se očuvala i prezentirala kulturna baština.
- **Ladimirevci:** Kirvaj sv. Ane (26. srpnja); prijedlog: dodati edukativne radionice za djecu i izložbu poljoprivrednih proizvoda, potičući tako edukaciju i lokalnu proizvodnju.
- **Marjančaci:** Kirvaj sv. Franje Asiškog (4. listopada); prijedlog: predstaviti stočarski sajam uz tradicionalnu glazbu i plesove, čime bi se naglasila važnost stočarstva i tradicije u zajednici.
- **Ivanovci:** Kirvaj sv. Ivana Krstitelja (24. lipnja); prijedlog: organizirati procesije i kulturne večeri s predstavama o povijesti mjesta, što bi doprinijelo očuvanju lokalne povijesti i običaja.



- **Zelčin:** Kirvaj sv. Mihaela (29. rujna); prijedlog: osmisliti "Dan šume" s tematskim radionicama i sportskim natjecanjima, promovirajući važnost prirode i aktivnog života.
- **Harkanovci:** Kirvaj sv. Petra i Pavla (29. lipnja); prijedlog: uključiti smotru folklornih društava i degustaciju lokalnih delicija, čime bi se istaknula bogata folklorna i gastronomska tradicija.

Kirvaji bi, čuvajući tradiciju i identitet svakog naselja postale ključni dio turističke ponude Valpova i njegovih okolnih mjesta.

Manifestacije - primjeri

- **Valpovo:** "Dani Valpovačkog dvorca" - Povijesni festival s kostimiranim prikazima, vođenim turama i radionicama za posjetitelje.
- **Šag:** "Šaška gastro večer" - Predstavljanje tradicionalnih jela, glazbeni program i izložba lokalnih proizvoda.
- **Nard:** "Ribarska večer" - Obilježavanje riječnih tradicija uz kuhanje ribljih specijaliteta i predstave o životu uz rijeke.
- **Ladimirevci:** "Dani poljoprivrednih običaja" - Prezentacija povijesnih poljoprivrednih alata, radionice i degustacija proizvoda.
- **Marjančaci:** "Sajam stočarstva i tradicije" - Edukativni programi o stočarstvu, izložba životinja i prezentacija lokalne gastronomije.
- **Ivanovci:** "Vjerski dani Ivanovaca" - Program povezan s crkvenim blagdanima, uključujući procesije, koncerte i umjetničke radionice.
- **Zelčin:** "Dan šume i drveta" - Radionice o drvodjelstvu, interpretativne ture kroz šumska područja i izložba lokalnih zanata.
- **Harkanovci:** "Folklorna večer" - Smotra folklornih društava, glazba i ples, te degustacija domaćih specijaliteta.

Ove manifestacije bi postale ključni dio turističke ponude Valpova i njegovih okolnih mjesta.

Kulturne rute predstavljaju osmišljene itinerere koji povezuju ključne povijesne, kulturne i prirodne znamenitosti unutar destinacije. One ne samo da promiču bogatu kulturnu baštinu već i povezuju lokalne zajednice, stvarajući jedinstvena iskustva za posjetitelje. Takve rute često uključuju elemente edukacije, interaktivne vodiče i multimedijalne sadržaje kako bi povećale angažman turista. Prijedlog: Osmisliti tematske ture koje uključuju povijesne znamenitosti poput Valpovačkog dvorca i sakralnih objekata. Na primjer, "Ruta povijesti i duhovnosti" mogla bi povezivati Valpovački dvorac, crkvu sv. Mihaela i obližnje kapelice, uz organizirane vođene ture i audio vodiče. Također, u Valpovačkom dvorcu postoji mogućnost organiziranja programa "žive povijesti," gdje bi posjetitelji mogli doživjeti povijesne prikaze života kroz kostimirane interpretacije, radionice i interaktivne predstave. Primjeri takvih programa mogu uključivati:

- **"Dvorski život u Valpovačkom dvorcu":** Kostimirani vodiči prikazuju svakodnevicu plemstva, uključujući njihove običaje, odijevanje i plesne stilove. Scenarij može uključivati dramatizirane prikaze svečanih večera, dvorskih intriga i plesnih radionica gdje posjetitelji sudjeluju u učenju tradicionalnih baroknih plesova.
- **"Tajne valpovačkog dvora":** Edukativno-dramska tura koja započinje dolaskom posjetitelja u dvorac, gdje ih dočekuju kostimirani vodiči u ulozi članova obitelji Norman Prandau. Scenarij uključuje prikaz intrigantnih povijesnih trenutaka, poput tajnih sastanaka, balova i društvenih intriga u dvorcu. Kroz dramatizirane scene, posjetitelji mogu otkriti kako se živjelo



u različitim povijesnim razdobljima, uključujući anegdote o svakodnevnim životnim izazovima, ljubavima i političkim intrigama obitelji. Program završava interaktivnom sekcijom gdje posjetitelji mogu sudjelovati u rekonstrukciji povijesnog događaja ili istraživanju 'tajnih prolaza' u dvorcu.

- **"Gastro priče iz dvorca":** Prezentacija povijesnih recepata i degustacija jela koja su se pripremala na dvoru. Jelovnik može uključivati povijesne delicije poput slavonskog kulena, čobanca, domaćih sireva, medenjaka te specijalitete inspirirane plemićkim stolom, poput paštete od divljači, juha od šparoga i barokne torte sa suhim voćem.
- **"Djeca kroz stoljeća":** Program za obitelji s djecom koji započinje pričom o životu djece kroz povijesna razdoblja, od srednjeg vijeka do baroka. Aktivnosti uključuju radionice starog zanatstva, poput izrade predmeta od gline i tkanja, te edukativne igre kao što su potraga za blagom i interaktivni kvizovi o povijesti. Posebno osmišljeni likovi, poput mladog plemića ili seljačkog djeteta, vode sudionike kroz priču. Dodati interaktivne mape i audio vodiče kako bi posjetitelji bolje uživali u iskustvu, a završetak programa može uključivati prigodni mini-bal na kojem djeca sudjeluju u povijesnim plesovima.

Sportski turizam jedan je od najbrže rastućih oblika turizma koji povezuje fizičke aktivnosti s uživanjem u prirodi i lokalnoj kulturi. Ovaj oblik turizma privlači posjetitelje koji traže aktivan odmor i iskustva koja uključuju rekreaciju, natjecanja i avanture.

Razviti biciklističke staze, terene za sport i opcije za aktivnosti poput pješaćenja ili kajakarenja na Dravi. organizirati sportske događaje poput utrka ili natjecanja, čime bi se privuklo ljubitelje sporta iz regije i šire. Također, razmotriti mogućnosti za uvođenje fitness programa na otvorenom i tematskih sportskih kampova.

Agroturizam je specifičan oblik turizma koji povezuje ruralni način života s turističkom industrijom, pružajući posjetiteljima priliku da iskuse autentičnu kulturu i običaje lokalne zajednice. Njegova važnost leži u jačanju lokalnog gospodarstva, očuvanju tradicije i promicanju održivog razvoja.

Povezati se s lokalnim OPG-ovima kako biste ponudili degustacije domaćih proizvoda i radionice koje predstavljaju tradiciju i običaje. Ovo će podržati lokalne proizvođače.

Gastro-turizam predstavlja jedinstven spoj turizma i gastronomije, gdje posjetitelji istražuju lokalnu kulturu kroz autentične okuse i kulinarske tradicije. Ovaj oblik turizma omogućuje promociju lokalnih proizvoda, obogaćuje turističku ponudu i potiče održivi razvoj regije.

Stvoriti tematske ture vezane za slavonsku kuhinju s naglaskom na tradicionalna jela i vina. Organizirajte festivale hrane i radionice kuhanja.

Eko-turizam je oblik održivog turizma koji stavlja naglasak na očuvanje prirodnih resursa i edukaciju posjetitelja o važnosti zaštite okoliša. Njegova svrha je promicati odgovorno ponašanje prema prirodi dok istovremeno doprinosi lokalnom razvoju. Perspektive eko-turizma uključuju povećanu potražnju za ekološki svjesnim putovanjima i stvaranje održivih turističkih proizvoda koji povezuju posjetitelje s lokalnim zajednicama.

Iskoristiti prirodne resurse Valpovačkog perivoja kroz održive oblike turizma koji educiraju posjetitelje o očuvanju prirode. Valpovački perivoj, kao zaštićeni spomenik parkovne arhitekture,



pruža idealno okruženje za razvoj ekološkog turizma kroz interpretacijske staze, edukativne programe i promatranje bioraznolikosti.

Obiteljski turizam predstavlja oblik turizma usmjeren na stvaranje iskustava koja uključuju cijelu obitelj, s posebnim naglaskom na djecu. Njegova važnost ogleda se u poticanju zajedničkog provođenja vremena, edukaciji i zabavi kroz aktivnosti prilagođene svim uzrastima. Perspektive obiteljskog turizma uključuju razvoj destinacija koje su pristupačne, sigurne i ispunjene sadržajima za obitelji, kao i povećanu potražnju za takvim oblikom putovanja.

Uvesti programe i aktivnosti prilagođene obiteljima s djecom, poput tematskih parkova, radionica za djecu i obiteljskih biciklističkih staza.

Smjernice i preporuke za dionike

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

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

Turistička zajednica navedene dionike okuplja kroz radionice, sastanke i okrugle stolove kako bi osigurala koordinaciju i učinkovitu provedbu plana upravljanja destinacijom. Sukladno Programu rada TZ Grada Valpova i konstatacijama iz ovog materijala u nastavku se navode konkretne aktivnosti za pojedine dionike u skladu s njihovim interesima i ovlastima.

Turistička zajednica grada Valpova

- **Koordinacija i provedba destinacijskog menadžmenta** – Aktivno upravljanje razvojem turističke ponude i infrastrukture
- **Organizacija i podrška manifestacijama** – Suorganizacija kulturnih i eno-gastro događanja
- **Promocija destinacije** – Sudjelovanje na sajmovima, marketinške kampanje, suradnja s influenserima i medijima
- **Edukacija i usavršavanje dionika** – Organizacija radionica i stručnih skupova za lokalne poduzetnike i ugostitelje
- **Održavanje infrastrukture** – Poboljšanje prometne signalizacije i turističkih informacijskih sustava



- **Implementacija** digitalnih rješenja poput Smart TUI sustava za analizu dolazaka i kretanja gostiju

Jedinica lokalne samouprave (Grad Valpovo)

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

Lokalni poduzetnici i ugostitelji

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

Kulturne i sportske udruge

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

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

- **Nacionalna i regionalna promocija destinacije** – Uključivanje Grada Valpova u promotivne kampanje i projekte digitalne transformacije
- **Koordinacija edukacijskih programa** – Stručna podrška lokalnim dionicima kroz radionice i mentorstva

Civilni sektor

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

Obrazovne i znanstvene institucije

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



Posjetitelji i lokalno stanovništvo

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

Sustavnim i koordiniranim pristupom više dionika moguće je osmisлити aktivnosti i ostvariti rezultate sa većim angažmanom i efektima, pa se u tom smislu dionicima daju i sljedeće smjernice:

a) Jačanje povezanosti dionika: lokalne zajednice, privatnog sektora i turističkih organizacija

- Osnovati lokalnu mrežu za turizam koja uključuje predstavnike javnog i privatnog sektora te civilnih udruga. Redoviti sastanci mogu olakšati razmjenu ideja.
- Koristiti digitalne platforme poput zajedničkog kalendara događanja ili foruma za bolju suradnju.
- Organizirati radionice i seminare kako bi svi dionici razumjeli važnost turizma i timskog rada.
- Uspostaviti partnerstva s većim turističkim organizacijama kako bi Valpovo postalo vidljivije na turističkoj mapi.
- Potaknuti zajedničke promotivne aktivnosti, poput zajedničkih sajмова ili online kampanja.
- Koristiti digitalne platforme poput zajedničkog kalendara događanja ili foruma za bolju suradnju.
- Organizirati radionice i seminare kako bi svi dionici razumjeli važnost turizma i timskog rada.
- Uspostaviti partnerstva s većim turističkim organizacijama kako bi Valpovo postalo vidljivije na turističkoj mapi.
- Potaknuti zajedničke promotivne aktivnosti, poput zajedničkih sajмова ili online kampanja.

b) Iskorištavanje mogućnosti za jačanje marketinga i brendiranja Valpova (društvene mreže, ciljane kampanje)

- Nastupati aktivnije na društvenim mrežama poput Facebooka, Instagrama i TikToka; dijeliti kvalitetne fotografije, videozapise i priče o Valpovu.
- Kreirati kampanje za specifične grupe turista, kao što su obitelji, ljubitelji prirode ili gurmani.
- Osmisliti jedinstven brend Valpova s prepoznatljivim sloganom i vizualnim identitetom koji naglašava autentičnost destinacije.
- Suradivati s influencerima koji promoviraju putovanja i gastronomiju kako bi se dosegla šira publika.
- Napraviti modernu web-stranicu i aplikacije koje pružaju korisne informacije i mogućnost rezervacije.
- Uvesti virtualne ture koje omogućuju posjetiteljima da unaprijed istraže atrakcije Valpova.



c) Razvijanje događaja i manifestacija kako bi se povećala privlačnost destinacije

- Kulturni festivali: Organizirati događaje poput "Dani Starog grada" s povijesnim prikazima, koncertima i radionicama.
- Gastronomski festivali: Promovirati lokalnu hranu i piće kroz festivale i sajmove.
- Sportski događaji: Planirati biciklističke utrke, kajakaške maratone ili rekreativne sportske aktivnosti.
- Edukativni programi: Održavati radionice o povijesti, tradiciji i prirodi za posjetitelje svih uzrasta.
- Sezonski događaji: Adventske manifestacije, ljetni koncerti na otvorenom i proljetni festivali.
- Obiteljski događaji: Uvesti tematske manifestacije prilagođene obiteljima, poput dječjih festivala ili interaktivnih predstava.
- Noćni događaji: Organizirati večernje ture, koncertne programe ili filmske projekcije na otvorenom.

d) Organizirati transportne veze unutar grada i prema okolnim destinacijama

- Uvesti prigodne vožnje fijakerom ili kolima sa konjskom zaprekom po Valpovu i "valpovačkom ataru" u suradnji sa lokalnom udrugom uzgajivača konja.
- Razviti mrežu biciklističkih i pješačkih staza koje povezuju Valpovo s okolnim lokalitetima.
- Osigurati više parkirnih mjesta i uvedite sustav za dijeljenje bicikala.
- Poboljšati cestovnu infrastrukturu i prometne oznake prema ključnim atrakcijama.
- Omogućiti posjetiteljima jednostavno kretanje po gradu.

Ovi prijedlozi aktivnosti omogućuju sinergijski pristup upravljanju destinacijom s ciljem održivog razvoja i povećanja konkurentnosti grada Valpova na turističkom tržištu. Za sve dionike ključna je koordinacija aktivnosti kroz redovite sastanke i radionice, kako je navedeno u Planu upravljanja destinacijom. Uspjeh provedbe ovisi o sinergiji svih dionika i njihovom doprinosu ostvarenju zajedničke vizije razvoja grada Valpova kao prepoznatljive kontinentalne turističke destinacije.



Sustav praćenja i evaluacije

Redovito praćenje:

- Mjesečna izvješća o turističkom prometu
- Kvartalni pregled ostvarenja ciljeva
- Polugodišnja evaluacija učinaka
- Godišnja revizija strategije

Godišnja evaluacija:

- Ostvarenje planiranih aktivnosti
- Financijski pokazatelji
- Statistički pokazatelji

Srednjoročna evaluacija:

- Procjena učinaka
- Prilagodba ciljeva
- Revizija aktivnosti

Izvori podataka:

- eVisitor sustav
- Ankete posjetitelja
- Istraživanja tržišta
- Financijska izvješća
- Statistika društvenih mreža
- Povratne informacije dionika

Odgovornosti:

- Turistička zajednica (koordinacija)
- Gradska uprava (monitoring)
- Vanjski stručnjaci (evaluacija)
- Turistički dionici (implementacija)

Korektivne mjere:

- Redefiniranje ciljeva prema potrebi
- Prilagodba aktivnosti
- Re-alokacija resursa
- Dodatne edukacije
- Pojačana promocija

Uspješna realizacija strateških ciljeva zahtijeva:



- Koordinirano djelovanje svih dionika
- Osiguranje potrebnih resursa
- Kontinuirano praćenje
- Fleksibilnost u provedbi
- Transparentnu komunikaciju

Ovaj razvojni smjer predstavlja okvir za održivi razvoj turizma Grada Valpova do 2030. godine. Uspješna implementacija zahtijeva:

1. Suradnju svih dionika
2. Osiguranje financijskih sredstava
3. Kontinuirano praćenje provedbe
4. Prilagodbu promjenama na tržištu

Ključni faktori uspjeha su:

- Koordinirano djelovanje
- Fokus na kvaliteti
- Digitalna transformacija
- Održivi razvoj



MJERENJE NAPRETKA I IZVJEŠĆE O PROVEDBI

Izvešće o provedbi

Provedba plana upravljanja destinacijom zahtijeva redovito praćenje i izvješćivanje svih uključenih dionika odgovornih za pitanja turizma. Važno je osigurati odgovarajuće vremenske intervale u kojima će se izvršiti provjera napretka te uočiti potencijalne prepreke. Ukoliko se uoče prepreke, neželjene posljedice ili potreba za prilagođavanjem, odnosno nemogućnost ostvarivanja razvojnog smjera i provedbe planiranih mjera i aktivnosti, potrebno je prilikom redovnog praćenja napretka o istome izvijestiti predstavničko tijelo jedinice lokalne odnosno područne (regionalne) samouprave kako bi se pravodobno pristupilo izmjenama plana upravljanja destinacijom.

Turističko vijeće izvješće o provedbi plana upravljanja destinacijom za prethodnu godinu dostavlja predstavničkom tijelu jedinice lokalne samouprave za čije se područje Plan upravljanja destinacijom donosi do 31. ožujka tekuće godine.

Obrazac za izvješćivanje o provedbi Plana

Obrazac za izvješćivanje o provedbi Plana upravljanja destinacijom Grad Valpovo potrebno je strukturirati prema ključnim elementima kako bi se olakšalo praćenje napretka i osiguralo pravovremeno uočavanje potrebe za izmjenama Plana. Obrazac omogućava:

1. Detaljno praćenje provedbe svih strateških ciljeva i prioriteta definiranih u Planu
2. Monitoring financijskih pokazatelja i učinkovitosti korištenja resursa
3. Evaluaciju doprinosa svih dionika
4. Analizu učinaka na razvoj destinacije
5. Identifikaciju rizika i prepreka u provedbi
6. Predlaganje korektivnih mjera

Posebno su naglašeni elementi praćenja koji proizlaze iz strateških ciljeva definiranih u Planu upravljanja destinacijom:

- Razvoj prepoznatljivog turističkog proizvoda temeljenog na kulturnoj baštini
- Unapređenje turističke infrastrukture i smještajnih kapaciteta
- Razvoj ljudskih potencijala i poduzetništva u turizmu
- Pozicioniranje na turističkom tržištu i digitalna transformacija
- Održivo upravljanje destinacijom i cjelogodišnji turizam

Obrazac se može prilagoditi specifičnim potrebama i može se nadopunjavati prema zahtjevima dionika ili regulatornih tijela. Predlaže se da isti sadržava sljedeće:



A. Ostvarenje ključnih pokazatelja uspješnosti

- Turistički pokazatelji (plan / ostvarenje / indeks)
 - Broj dolazaka
 - Broj noćenja
 - Prosječna duljina boravka
 - Turistička potrošnja
- Infrastrukturni pokazatelji (plan / ostvarenje / indeks)
 - Broj objekata
 - Broj smještajnih jedinica
 - Broj ležajeva

B. Provedba strateških ciljeva

Strateški cilj 1:

Prioriteti / Mjere za strateški cilj 1

(status / uložena sredstva / ostvareni rezultati / obrazloženje odstupanja)

C. Financijsko izvješće

Izvori financiranja (Planirano / ostvareno / indeks)

- Proračun
- EU fondovi
- Ostali izvori
- Ukupno

D. Aktivnosti dionika (planirane aktivnosti, realizirane aktivnosti)

- Lokalna samouprava
- TZ grada Valpova
- Privatni sektor
- Civilni sektor

E. Identificirani problemi i preporuke

- Uočeni problemi u provedbi
- Preporuke za rješavanje

F. Prijedlog izmjena Plana

- Potrebne izmjene
- Obrazloženje izmjena

G. Prilozi

- Financijski izvještaji
- Foto dokumentacija
- Medijski isječci



- Zapisnici
- Ostalo

POPIS PROJEKATA ZA UNAPREĐENJE TURIZMA

Plan upravljanja destinacijom kao svoj sastavni dio sadrži popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti na razini destinacije (od kojih su neki i projekti od posebnog značaja za razvoj destinacije) te popis projekata od posebnog značaja za razvoj destinacije.

Naziv projekta:

Valpovački zeleni trokut

Kratki opis predmeta i svrhe projekta: Ozelenjivanje mreže za pješaćenje ukupne površine 2300 m² kroz sadnju 30 novih stabala, popločavanje pješačkih površina te ugradnja urbane opreme. Svrha projekta je ublažavanje klimatskih promjena na području grada. Na ovaj način smanjit će se ranjivost prirodnih sustava kroz izgradnju urbanih šuma.

Projekt od posebnog značaja za razvoj destinacije: Da, jer doprinosi unapređenju javnog prostora, poboljšanju estetske i funkcionalne vrijednosti lokacije te može imati pozitivan utjecaj na turizam, gospodarstvo i kvalitetu života lokalnog stanovništva.

Način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti, a za projekte od posebnog značaja za razvoj destinacije i način doprinosa strateškom/posebnom cilju:

1. Doprinos pokazateljima održivosti

- **Ekološka održivost:**
 - Povećanje zelenih površina i poboljšanje mikroklimе kroz sadnju stabala.
 - Smanjenje efekta urbanog toplinskog otoka (hladovina, regulacija temperature).
 - Povećanje kvalitete zraka i smanjenje razine CO₂ apsorpcijom kroz nova stabla.
 - Održivo upravljanje vodnim resursima (ako se koristi sustav za navodnjavanje ili kišna odvodnja).
- **Društvena održivost:**
 - Poboljšanje kvalitete javnog prostora za građane, poticanje društvene interakcije.
 - Stvaranje ugodnijeg i zdravijeg okoliša za stanovnike svih dobniх skupina.
 - Jačanje identiteta mjesta kroz uređenje prostora koji postaje središte okupljanja.
- **Ekonomska održivost:**
 - Povećanje atraktivnosti lokacije, što može pridonijeti razvoju lokalne ekonomije.
 - Mogući pozitivni učinci na turizam i ugostiteljstvo ako se trg koristi za događanja.
 - Smanjenje budućih troškova održavanja okoliša kroz odabir autohtonih i prilagođenih biljnih vrsta.

STRATEGIJA RAZVOJA GRADA VALPOVA STRATEŠKI CILJ 2. Razvoj konkurentnog i održivog gospodarstva Mjera 2.4. Razvoj kontinentalnog turizma PODMJERA 2.4.1. Razvoj turističkog identiteta Grada 2.4.2. Razvoj specifičnih oblika turističke ponude 51 2.4.3. Kreiranje prepoznatljivih turističkih proizvoda i usluga, manifestacija, sajмова i slično, te bolje upravljanje



postojećim 2.4.4. Razvoj turističke infrastrukture 2.4.5. Razvoj turističkih sadržaja temeljenih na bogatoj kulturnoj baštini Grada

STRATEGIJA RAZVOJA OSJEČKO-BARANJSKE ŽUPANIJE STRATEŠKI CILJ 2. Razvoj konkurentnog gospodarstva Prioritet 2.5. Razvoj kontinentalnog turizma Mjere: 2.5.1. Objedinjavanje i unaprjeđenje turističke ponude 2.5.2. Očuvanje prirodne i kulturne baštine i tradicije u funkciji razvitka 2.5.3. Unaprjeđenje znanja i vještina ljudskih resursa u turizmu 2.5.4. Razvoj turističkih proizvoda i usluga i podizanje njihova standarda

Podatak o nositelju provedbe i lokaciji provedbe projekta: Grad Valpovo Matije Gupca 32. OIB: 84382730327, lokacija: Valpovo

Podatak o planiranim rokovima početka i završetka provedbe projekta: 10.11.2023. – 10.05.2026.

Podatak o ključnim točkama ostvarenja projekta, s planiranim rokovima postignuća: Projekt je u provedbi. Očekivani kraj 5 mjesec 2026

Ukupna procijenjena vrijednost projekta s naznačenim iznosima vlastitog financiranja/mogućim izvorima financiranja: Ukupna vrijednost Projekta: 428.362,50 eura, Ukupna bespovratna sredstva: 339.431,69 eura, Fond za zaštitu okoliša, Grad Valpovo

Podatak o statusu izrade potrebne studijske/projektne dokumentacije: Projekt ima građevinsku dozvolu

Naziv projekta:

Trg kod PBZ-a, Valpovo

Kratki opis predmeta i svrhe projekta: Ozelenjivanje mreže za pješačenje ukupne površinu od 6715 m² kroz sadnju stabala, uređenje pješačkih površina te nabave urbane opreme.

Svrha projekta je ublažavanje klimatskih promjena na području grada. Na ovaj način smanjit će se ranjivost prirodnih sustava kroz izgradnju urbanih šuma.

Naznaka radi li se o projektu od posebnog značaja za razvoj destinacije: Da, jer doprinosi unapređenju javnog prostora, poboljšanju estetske i funkcionalne vrijednosti lokacije te može imati pozitivan utjecaj na turizam, gospodarstvo i kvalitetu života lokalnog stanovništva.

Način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti, a za projekte od posebnog značaja za razvoj destinacije i način doprinosa strateškom/posebnom cilju:

1. Doprinos pokazateljima održivosti

- **Ekološka održivost:**

- Povećanje zelenih površina i poboljšanje mikroklima kroz sadnju stabala.
- Smanjenje efekta urbanog toplinskog otoka (hladovina, regulacija temperature).
- Povećanje kvalitete zraka i smanjenje razine CO₂ apsorpcijom kroz nova stabla.
- Održivo upravljanje vodnim resursima (ako se koristi sustav za navodnjavanje ili kišna odvodnja).



- **Društvena održivost:**
 - Pобољшanje kvalitete javnog prostora za građane, poticanje društvene interakcije.
 - Stvaranje ugodnijeg i zdravijeg okoliša za stanovnike svih dobnih skupina.
 - Jačanje identiteta mjesta kroz uređenje prostora koji postaje središte okupljanja.
- **Ekonomska održivost:**
 - Povećanje atraktivnosti lokacije, što može pridonijeti razvoju lokalne ekonomije.
 - Mogući pozitivni učinci na turizam i ugostiteljstvo ako se trg koristi za događanja.
 - Smanjenje budućih troškova održavanja okoliša kroz odabir autohtonih i prilagođenih biljnih vrsta.

STRATEGIJA RAZVOJA GRADA VALPOVA STRATEŠKI CILJ 2. Razvoj konkurentnog i održivog gospodarstva Mjera 2.4. Razvoj kontinentalnog turizma PODMJERA 2.4.1. Razvoj turističkog identiteta Grada 2.4.2. Razvoj specifičnih oblika turističke ponude 51 2.4.3. Kreiranje prepoznatljivih turističkih proizvoda i usluga, manifestacija, sajмова i slično, te bolje upravljanje postojećim 2.4.4. Razvoj turističke infrastrukture 2.4.5. Razvoj turističkih sadržaja temeljenih na bogatoj kulturnoj baštini Grada

STRATEGIJA RAZVOJA OSJEČKO-BARANJSKE ŽUPANIJE STRATEŠKI CILJ 2. Razvoj konkurentnog gospodarstva Prioritet 2.5. Razvoj kontinentalnog turizma Mjere: 2.5.1. Objedinjavanje i unaprjeđenje turističke ponude 2.5.2. Očuvanje prirodne i kulturne baštine i tradicije u funkciji razvitka 2.5.3. Unaprjeđenje znanja i vještina ljudskih resursa u turizmu 2.5.4. Razvoj turističkih proizvoda i usluga i podizanje njihova standarda

Podatak o nositelju provedbe i lokaciji provedbe projekta: Grad Valpovo Matije Gupca 32. OIB: 84382730327, lokacija: Valpovo

Podatak o planiranim rokovima početka i završetka provedbe projekta: 05.06.2024. – 05.12.2026.

Podatak o ključnim točkama ostvarenja projekta, s planiranim rokovima postignuća: Projekt je u provedbi. Očekivani kraj 12 mjesec 2026

Ukupna procijenjena vrijednost projekta s naznačenim iznosima vlastitog financiranja/mogućim izvorima financiranja: Ukupna vrijednost Projekta: 566.614,26 eura, Ukupna bespovratna sredstva: 350.000,00 eura, Fond za zaštitu okoliša, Grad Valpovo

Podatak o statusu izrade potrebne studijske/projektne dokumentacije: Projekt ima građevinsku dozvolu

Naziv projekta:

Rekonstrukcija postojeće građevine i nadogradnja hotela Park

Kratki opis predmeta i svrhe projekta:

Investicija se odnosi na nadogradnju zgrade sa šest pametnih soba uključujući fotonaponsku elektranu i opremanje. Svrha projekta je razvoj turizma u slabije razvijenim krajevima kroz rekonstrukciju postojećeg objekta i dogradnje objekta u hotel na području grada Valpova, te jačanje otpornosti i produktivnosti kroz povećanje energetske učinkovitosti i korištenje



obnovljivih izvora energije, digitalizacije procesa i socijalne održivosti kroz zapošljavanje novih djelatnika.

Naznaka radi li se o projektu od posebnog značaja za razvoj destinacije:

Da, radi se o projektu od posebnog značaja za razvoj destinacije, jer rekonstrukcija i nadogradnja hotela može povećati smještajne kapacitete, poboljšati kvalitetu turističke ponude, produljiti turističku sezonu, otvoriti nova radna mjesta i poboljšati imidž destinacije. Također, ako se provodi na održiv način, može doprinijeti ekološkoj osviještenosti i privući novu skupinu gostiju, što sve zajedno pozitivno utječe na razvoj destinacije.

Način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti, a za projekte od posebnog značaja za razvoj destinacije i način doprinosa strateškom/posebnom cilju:

1. Doprinos pokazateljima održivosti

- **Energija i emisije:** Ugradnjom energetske učinkovitih sustava (npr. LED rasvjete, HVAC sustava visoke učinkovitosti) i korištenjem obnovljivih izvora energije (solarni paneli) smanjuje se potrošnja energije i emisije stakleničkih plinova.
- **Voda i otpad:** Ugradnjom sustava za štednju vode (npr. pametni tuševi i slavine) te implementacijom programa recikliranja i smanjenja otpada doprinosi se održivom gospodarenju resursima.
- **Lokalna ekonomija:** Korištenjem lokalnih materijala i usluga te zapošljavanjem lokalne radne snage potiče se ekonomski razvoj zajednice.
- **Bioraznolikost i okoliš:** Održavanjem zelenih površina i korištenjem autohtonih biljaka u krajobraznom uređenju smanjuje se negativan utjecaj na lokalni ekosustav.
- **Društveni pokazatelji:** Organizacijom edukativnih programa za zaposlenike i lokalnu zajednicu o održivim praksama povećava se svijest o važnosti održivog razvoja.

Usklađenost sa Nacionalnim planom oporavka i otpornosti 2021. – 2026;

Usklađenost sa Nacionalnom razvojnom strategijom, Zelenim planom

Usklađenost sa programom Digitalne Europe Europske komisije

Usuglašenost sa Provedbenim planom Osječko-baranjske županije

Usuglašenost sa Provedbenim planom grada Valpova

Podatak o nositelju provedbe i lokaciji provedbe projekta:

RESTORAN PARK, obrt za ugostiteljstvo,

vl. Vjekoslav Bošnjak, Valpovo, Ive Lole Ribara 10, lokacija: Valpovo



Podatak o planiranim rokovima početka i završetka provedbe projekta: 02.05.2023.-02.05.2025

Podatak o ključnim točkama ostvarenja projekta, s planiranim rokovima postignuća: Projekt je u provedbi. Očekivani kraj 5 mjesec 2025

Ukupna procijenjena vrijednost projekta s naznačenim iznosima vlastitog financiranja/mogućim izvorima financiranja: Ukupna vrijednost Projekta: 733.842,99 eura, Ukupna bespovratna sredstva: 534.694,02 eura, Nacionalnom planu oporavka i otpornosti 2021.-2026, RESTORAN PARK, obrt za ugostiteljstvo

Podatak o statusu izrade potrebne studijske/projektne dokumentacije: Projekt ima građevinsku dozvolu

Naziv projekta:

Rekonstrukcija i dogradnja hotela Walpo (Hotel baština)

Kratki opis predmeta i svrhe projekta:

U sklopu rekonstrukcije glavne zgrade u prizemlju će se nalaziti restoran i recepcija, na prvom katu 10 dvokrevetnih, 1 jednokrevetna soba te u potkrovlju wellness centar te dvokrevetni i trokrevetni apartman. Osim rekonstrukcije glavne zgrade u dvorištu će se dograditi konferencijska dvorana sa interpretacijskim centrom, te će se urediti, poznata, terasa u samom dvorištu objekta. Svrha projekta je razvoj turizma u slabije razvijenim krajevima kroz stavljanje u funkciju hotela baštine na području grada Valpova.

Naznaka radi li se o projektu od posebnog značaja za razvoj destinacije:

Da, radi se o projektu od posebnog značaja za razvoj destinacije, jer rekonstrukcija i dogradnja hotela može povećati smještajne kapacitete, poboljšati kvalitetu turističke ponude, produžiti turističku sezonu, otvoriti nova radna mjesta i poboljšati imidž destinacije. Također, ako se provodi na održiv način, može doprinijeti ekološkoj osviještenosti i privući novu skupinu gostiju, što sve zajedno pozitivno utječe na razvoj destinacije.

Način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti, a za projekte od posebnog značaja za razvoj destinacije i način doprinosa strateškom/posebnom cilju:

1. Doprinos pokazateljima održivosti

- **Energija i emisije:** Ugradnjom energetski učinkovitih sustava (npr. LED rasvjete, HVAC sustava visoke učinkovitosti) i korištenjem obnovljivih izvora energije (solarni paneli) smanjuje se potrošnja energije i emisije stakleničkih plinova.
- **Voda i otpad:** Ugradnjom sustava za štednju vode (npr. pametni tuševi i slavine) te implementacijom programa recikliranja i smanjenja otpada doprinosi se održivom gospodarenju resursima.
- **Lokalna ekonomija:** Korištenjem lokalnih materijala i usluga te zapošljavanjem lokalne radne snage potiče se ekonomski razvoj zajednice.
- **Bioraznolikost i okoliš:** Održavanjem zelenih površina i korištenjem autohtonih biljaka u krajobraznom uređenju smanjuje se negativan utjecaj na lokalni ekosustav.



- **Društveni pokazatelji:** Organizacijom edukativnih programa za zaposlenike i lokalnu zajednicu o održivim praksama povećava se svijest o važnosti održivog razvoja.

Podatak o nositelju provedbe i lokaciji provedbe projekta:

KREATIVNO UGOSTITELJSTVO d.o.o.

za trgovinu i ugostiteljstvo, lokacija: Valpovo

Podatak o planiranim rokovima početka i završetka provedbe projekta: 01.05.2023.-01.05.2025

Podatak o ključnim točkama ostvarenja projekta, s planiranim rokovima postignuća: Projekt je u provedbi. Očekivani kraj 5 mjesec 2025

Ukupna procijenjena vrijednost projekta s naznačenim iznosima vlastitog financiranja/mogućim izvorima financiranja: Ukupna vrijednost Projekta: 2.547.513,72 eura, Ukupna bespovratna sredstva: 1.375.850,99 eura, Nacionalnom planu oporavka i otpornosti 2021.-2026, KREATIVNO UGOSTITELJSTVO d.o.o. za trgovinu i ugostiteljstvo

Podatak o statusu izrade potrebne studijske/projektne dokumentacije: Projekt ima građevinsku dozvolu

Naziv projekta:

Dom kulture „Fabijan Šovagović“

Kratki opis predmeta i svrhe projekta: Izgrađen i opremljen Dom kulture „Fabijan Šovagović“ bruto površine 544,43 m².

Svrha projekta je kvaliteta života lokalne zajednice kroz pružanje prostora za kulturne, društvene i obrazovne aktivnosti te poticanje kulturnog razvoja organiziranjem kazališnih predstava, koncerata, izložbi i drugih kulturnih događanja.

Naznaka radi li se o projektu od posebnog značaja za razvoj destinacije: Da, jer doprinosi poboljšanju kvalitete života lokalne zajednice pružanjem prostora za kulturne, društvene i obrazovne aktivnosti. Osim što potiče kulturni razvoj kroz organizaciju kazališnih predstava, koncerata, izložbi i drugih događanja, dom kulture također podržava rad lokalnih udruga i zajednica te omogućava održavanje radionica, sastanaka i proba. Projekt ima ključnu ulogu u razvoju društvenog života organizacijom festivala, manifestacija i drugih društvenih događanja, a također pruža prilike za edukaciju i usavršavanje kroz različite tečajeve, seminare i predavanja.

Osim što zadovoljava potrebe lokalnog stanovništva, projekt značajno doprinosi jačanju turističke ponude destinacije organiziranjem kulturnih događanja koja privlače posjetitelje iz drugih sredina. Time se povećava turistička atraktivnost destinacije te doprinosi razvoju lokalnog gospodarstva.

Način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti, a za projekte od posebnog značaja za razvoj destinacije i način doprinosa strateškom/posebnom cilju:



- **Poboljšanje kvalitete života lokalne zajednice** kroz pružanje prostora za kulturne, društvene i obrazovne aktivnosti.
- **Poticanje kulturnog razvoja** organiziranjem kazališnih predstava, koncerata, izložbi i drugih kulturnih događanja.
- **Podrška lokalnim udrugama i zajednicama** omogućavanjem prostora za probe, sastanke i radionice.
- **Razvoj društvenog života** kroz organizaciju društvenih događanja, festivala i manifestacija.
- **Edukacija i usavršavanje** pružanjem prostora za razne tečajeve, seminare i predavanja.
- **Jačanje turističke ponude i razvoj destinacije** organizacijom kulturnih događanja koja privlače posjetitelje iz drugih sredina, čime se doprinosi lokalnom gospodarstvu.
- **Projekt je od posebnog značaja za razvoj destinacije**, jer doprinosi jačanju identiteta lokalne zajednice, povećanju turističke atraktivnosti te stvaranju novih mogućnosti za društveni i kulturni razvoj.

Usuglašenost sa Provedbenim planom Osječko-baranjske županije

Usuglašeno sa Provedbenim planom grada Valpova

Podatak o nositelju provedbe i lokaciji provedbe projekta: Grad Valpovo Matije Gupca 32. OIB: 84382730327, lokacija: Ladimirevci

Podatak o planiranim rokovima početka i završetka provedbe projekta: 10.03.2023. – 12.02.2025.

Podatak o ključnim točkama ostvarenja projekta, s planiranim rokovima postignuća: Projekt je završen

Ukupna procijenjena vrijednost projekta s naznačenim iznosima vlastitog financiranja/mogućim izvorima financiranja: Ukupna vrijednost Projekta: 1.015.000,00 eura, Ukupna bespovratna sredstva: 530.891,23 eura, MRRFEU, OBŽ, Grad Valpovo

Podatak o statusu izrade potrebne studijske/projektne dokumentacije: Projekt ima građevinsku dozvolu



Izvori informacija:

Strateški dokumenti i planovi

1. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2030. godine
2. Strateški plan razvoja grada Valpova (2020.-2030.)
3. Master plan razvoja turizma Osječko-baranjske županije
4. Prostorni plan uređenja grada Valpova

Institucije i organizacije:

6. Podaci Hrvatske turističke zajednice
7. Podaci Turističke zajednice grada Valpova
8. Dokumentacija Ministarstva turizma i sporta
9. Izvještaji Instituta za turizam
10. Statistički podaci Državnog zavoda za statistiku

Znanstvena i stručna literatura

11. Dulčić, A., & Petrić, L. (2001). Upravljanje razvojem turizma. Zagreb: Mate
12. Čavlek, N. et al. (2011). Turizam - ekonomske osnove i organizacijski sustav. Zagreb: Školska knjiga
13. Magaš, D. (2018). Destinacijski menadžment - modeli i tehnike. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
14. Pike, S. (2016). Osnove destinacijskog marketinga. London: Routledge 1
5. Weber, S., & Mikačić, V. (2003). Osnove turizma. Zagreb: Školska knjiga

Međunarodni izvori i smjernice

16. UNWTO (2019). Smjernice za institucionalno jačanje organizacija za upravljanje odredištima
17. UNWTO (2018). Turizam i ciljevi održivog razvoja - Put do 2030.
18. Europska komisija (2016). Vodič o financiranju EU-a za sektor turizma
19. OECD (2020). Turistički trendovi i politike

Istraživanja i analize

20. Anketna istraživanja stavova lokalnog stanovništva o turizmu grada Valpova
21. Istraživanja zadovoljstva posjetitelja turističkom ponudom Valpova
22. Analiza resursne osnove grada Valpova i okolice
23. Benchmarking analiza uspješnih kontinentalnih destinacija sličnih karakteristika

Internetski izvori

24. Službene stranice grada Valpova i Turističke zajednice grada Valpova
25. Portali specijalizirani za turizam (Hrturizam.hr, TurizmlInfo, itd.)
26. Baze podataka Europske unije o financiranju turističkih projekata
27. Studije slučaja uspješnih destinacijskih menadžment organizacija



Ostali izvori

- 28. Zapisnici sa sastanka radnih skupina za izradu plana
- 29. Izvještaji s održanih radionica i javnih rasprava
- 30. Konzultacije s ključnim dionicima turističkog razvoja grada Valpova