



Strategija razvoja turizma Grada Donjeg Miholjca za razdoblje 2017 – 2027

Donji Miholjac, studeni 2018.g.

Naručitelj:
Grad Donji Miholjac



**Izradu ovog dokumenta sufinancirala
Europska unija - EPFRD**



  EUROPSKI POLJOPRIVREDNI FOND ZA RURALNI RAZVOJ
EUROPA ULAŽE U RURALNA PODRUČJA

Dokument izradili:



T&MC Group
Amruševa 19
HR-10000 Zagreb
Tel: +385 1 48 11 230
www.tmc-holding.com

Sudjelovali u izradi dokumenta:

T&MC Group

- ❖ Dr.sc. Damir Novotny, *Managing Partner*
- ❖ Mag.oec. Ksenija Čulubrk, *Senior Managing Consultant*
- ❖ MBA Vedran Sablić, *Junior Consultant*
- ❖ Mag.oec. Tena Magličić, *Junior Consultant*
- ❖ Univ.bacc.oec. Anton Knežević, *Junior Consultant*

Miholjački poduzetnički centar
Turistička zajednica Grada Donjeg Miholjca



Sadržaj

1. UVOD	4
1.1. Zašto strategija: četiri razloga za pristup izradi strategije razvoja turizma	6
1.2. Pristup i metodologija izrade strategije	8
1.3. Strateški dokumenti višeg reda	9
1.4. Financiranje – EU fondovi	12
2. ANALIZA STANJA I DIJAGNOZA: GDJE SMO	15
2.1. Područje koje obuhvaća strategija i razumijevanje turističke destinacije	15
2.2. Turistička statistika iz okruženja - Slavonija, Mađarska	16
2.3. Turistički pokazatelji destinacije	21
2.4. Pregled turističkih potencijala na području Grada	24
2.5. Turistička SWOT analiza	37
2.6. Ključni izazovi razvoja turizma na području Grada	38
3. ANALIZA TRŽIŠTA: ŠTO SE DOGAĐA U OKRUŽENJU	40
3.1. Globalni turistički trendovi	40
3.2. Turizam u široj destinaciji panonske nizine	50
3.3. Segmentacija tržišta potražnje za turističkim proizvodima destinacije	54
4. VIZIJA I CILJEVI RAZVOJA TURIZMA: NAŠ SMJER	56
4.1. Vizija i ciljevi razvoja turizma na području Grada	56
4.2. Ključni činitelji uspjeha	58
5. STRATEGIJA: KAKO ĆEMO OSTVARITI CILJEVE	60
5.1. Strateški koncept turističke destinacije Donji Miholjac do 2027.	60
5.2. Prioriteti intervencije i strateška područja djelovanja	64
5.2.1. <i>Razvoj turističke infrastrukture</i>	65
5.2.2. <i>Proizvodi i marketing</i>	68
5.2.3. <i>Upravljanje destinacijom</i>	71
5.2.4. <i>Okvirni uvjeti za razvoj turizma</i>	73
6. GLAVNI IMPLEMENTACIJSKI PROJEKTI	76
7. VREMENSKI PLAN PROJEKATA	99
8. MONITORING I EVALUACIJA	100
LITERATURA I IZVORI	105
POPIS SLIKA	106
POPIS TABLICA	108



1 UVOD

Grad Donji Miholjac je jedinica lokalne samouprave u zapadnom dijelu Osječko-baranjske županije, udaljena 50 kilometara od središta županije, Grada Osijeka. Na području Grada postoji sedam naselja: Donji Miholjac, Golinci, Miholjački Poreč, Podgajci Podravski, Radikovci, Rakitovica i Sveti Đurad. Prema popisu stanovništva Hrvatske iz 2011. godine, na području Grada živi 9.491 stanovnika. Grad se prostire na površini od 471 km², a okružen je susjednim općinama Viljevo, Magadenovac i Marijanci. Kroz sjever Grada prolazi rijeka Drava koja graniči s Republikom Mađarskom. S obzirom na prometnu povezanost, kroz Grad prolaze dvije državne ceste: D53 koji povezuje Našice i granični prijelaz s Republikom Mađarskom te D34 koji povezuje Slatinu i središte županije, Grad Osijek. Navedeni cestovni pravci jedni su od najkraćih prometnih veza srednje Europe s Jadranskim morem koje koriste brojni turisti prilikom putovanja na svoja krajnja odredišta uzduž obale.

Postojeća Razvojna strategija Grada Donjeg Miholjca za period 2015.-2020.g. pretpostavlja tri najvažnija razvojna cilja:

1. Stvaranje konkurentnog gospodarstva,
2. Unapređenje infrastrukture, prostorno planiranje i zaštita okoliša,
3. Unapređenje kvalitete života, razvoj partnerstva i međusektorska suradnja.

Razvoj turizma je definiran kao jedan od razvojnih prioriteta, odnosno područje intervencije kako bi se ostvario postavljen opći razvojni cilj stvaranja konkurentnog gospodarstva, ubrzavanja ekonomskih aktivnosti i povećavanja općeg blagostanja za stanovnike Grada. U okviru ovog prioriteta planirano je nekoliko mjera intervencije:

1. Unapređenje turističke infrastrukture,
2. Unapređenje postojećih i razvoj novih turističkih proizvoda,
3. Razvoj menadžmenta turističke destinacije Donji Miholjac,
4. Razvoj ruralnog turizma.

Trendovi u modernom turizmu pokazuju porast potražnje za nematerijalnim aspektima turističke ponude, a doživljaj potrošača je u središtu pozornosti. S obzirom da se ruralna područja u Hrvatskoj suočavaju sa značajnim demografskim problemima, ruralni turizam predstavlja jedan od odgovora na pitanje kako revitalizirati ruralna područja. Ruralni turizam može doprinijeti ekonomskoj diversifikaciji i stvaranju novih radnih mjesta, pogotovo za mlade osobe.

Prostor Grada bogat je materijalnom i nematerijalnom baštinom. Prirodne atrakcije na području Grada uključuju ribolovno-sportska područja, ribnjake, rijeku Dravu, perivoj, parkove, šume i arheološka nalazišta. S obzirom na kulturno-povijesnu baštinu, najznačajniji je kompleks dvorca "Prandau-Mailath" u centru Grada u kojem je također smješten i ured Gradske uprave. Osim navedenog, na području Grada nalaze se sakralni objekti (crkve i kapelice) te spomenička baština. Nematerijalna baština u Gradu odnosi se na tradicionalne obrte, bogatu autentičnu i tradicionalnu gastronomsku ponudu i čist okoliš.

Kvaliteta okoliša na području Grada predstavlja veliku mogućnost za razvoj eko-turizma koji donosi ekonomsku korist lokalnom stanovništvu i istovremeno doprinosi očuvanju okoliša. Eko-turizam sastoji se od tri dimenzije: okolišna, sociološka i ekonomska. Eko-turizam može značajno doprinijeti ruralnom razvoju te biti pokretač ukupnog socio-ekonomskog razvoja Grada.

Kroz područje Grada prolazi trasa međunarodne biciklističke staze "Greenway", a također je potrebno napomenuti i biciklističke staze EuroVelo 13, Drava Bike Tour, "Europska Amazona" i Dravsku biciklističku stazu što ukazuje na veliki potencijal za razvoj ciklo-turizma kao jednog od mogućih oblika turizma. Osim navedenog, na području Grada se svake godine održavaju razni događaji vezani uz kulturu i sport.

Ovaj dokument se nastavlja na Razvojnu strategiju Grada Donjeg Miholjca za razdoblje 2015.-2020.g. te definira strategiju razvoja turizma na području Grada kao jednog od gospodarskih sektora i predstavlja strateški okvir za razvoj turističkih djelatnosti u Gradu, definira sektorske prioritete intervencije, strateške projekte te plan djelovanja u razdoblju 2017.-2027.g. Izabrano razdoblje prelazi iz razdoblja financijske perspektive EU 2014.-2020., te ulazi u novu financijsku perspektivu Europske unije 2021.-2027. Financiranje strateških projekata, odnosno izabranih intervencijskih prioriteta će biti oslonjeno na mogućnosti



sufinanciranja iz fondova ruralnog razvoja Europske unije, tako da se i razdoblje važenja ove strategije poklapa s financijskim razdobljima EU.

1.1. Zašto strategija? - četiri razloga za pristup izradi strategije razvoja turizma

Prostor Grada i šireg okruženja predstavlja veliki neiskorišteni potencijal za razvoj turizma

Slavonija i Baranja, zemljopisno područje kojem pripada i područje Grada predstavlja značajan potencijal za razvoj turizma koji može biti snažan pokretač ukupnog socio-ekonomskog razvoja u post-industrijskom vremenu. Osim agroturizma i eko-turizma na širem području istočne Hrvatske moguće je razviti ponudu sportsko-rekreativnih aktivnosti, npr. ciklo-turizam, pješaćenje i ribolovni turizam kao oblike aktivnog turizma koji bilježe značajan rast u Europi. Unatoč tome što Slavonija i Baranja već raspolažu lokalnim, županijskim i međunarodnim biciklističkim stazama, ovaj turistički proizvod nije dovoljno valoriziran niti komercijaliziran. Osim ciklo-turizma, zabilježen je i rast potražnje za adrenalinskim sportovima sukladno empirijskoj analizi, a ponuda navedene aktivnosti trenutačno je nedostatna. Atraktivnost ruralnog prostora Slavonije i Baranje također se sastoji i u prirodnim atrakcijama, bogatstvu kulturno-povijesne baštine i lokalne gastronomije. Nedovoljna iskorištenost turističkih potencijala ovog područja Republike Hrvatske se može tražiti u izostanku strateškog (dugoročnog) planiranja, odnosno planiranja aktivnih mjera vladinih politika i politika lokalne samouprave u ovom gospodarskom sektoru koje bi imale za cilj razvoj turističke infrastrukture, razvoj ponude i privlačenje ulaganja.

Rast broja noćenja turista u Slavoniji i Osječko-baranjskoj županiji

Prema podacima DZS u 2016. godini na području Slavonije zabilježeno je 378.000 noćenja turista. U odnosu na 2015. godinu, stopa rasta noćenja turista iznosi 8,3%. U Osječko-baranjskoj županiji u 2017. godini zabilježeno je 177.677 noćenja što je rast od 2,74% u odnosu na prethodno razdoblje. Udio noćenja Osječko-baranjske županije u 2016. godini u ukupnom broju noćenju na području Slavonije iznosio je 45,8%.



Tržište turizma bilježi velike promjene, navike turista se mijenjaju

Razvoj digitalnih tehnologija, rast ekološke svijesti i promjene u načinu života značajno mijenjaju način na koji turizam djeluje, uključujući i turističke destinacije. Jačanje branda destinacije, personalizirani doživljaj te općenito iskustvo posjete lokacije postaju glavni prioriteti destinacijskog managementa i povezanih dionika. Današnji turisti zahtijevaju raznovrsnu ponudu: doživljaj koji je “eco-friendly” i odražava autentičnost turističke destinacije kroz kulturu, hranu i sport. Tradicionalne načine informiranja zamjenjuju društvene mreže, mobilne platforme i pametne tehnologije. Izazovi koje donosi starenje populacije i “baby-boom” generacija te istovremeni rast mladih putnika (Y i Z generacija) zahtijeva jedinstveno i specifično iskustvo s prilikom za stjecanje novijih iskustva. S obzirom na mnoge prednosti koje nudi Slavonija, Grad Donji Miholjac mora iskoristiti aktualne trendove kako bi razvili turističke proizvode koji zadovoljavaju potrebe modernog turista.

Suradnja i zajednička vizija ključni su čimbenici uspjeha turističke destinacije

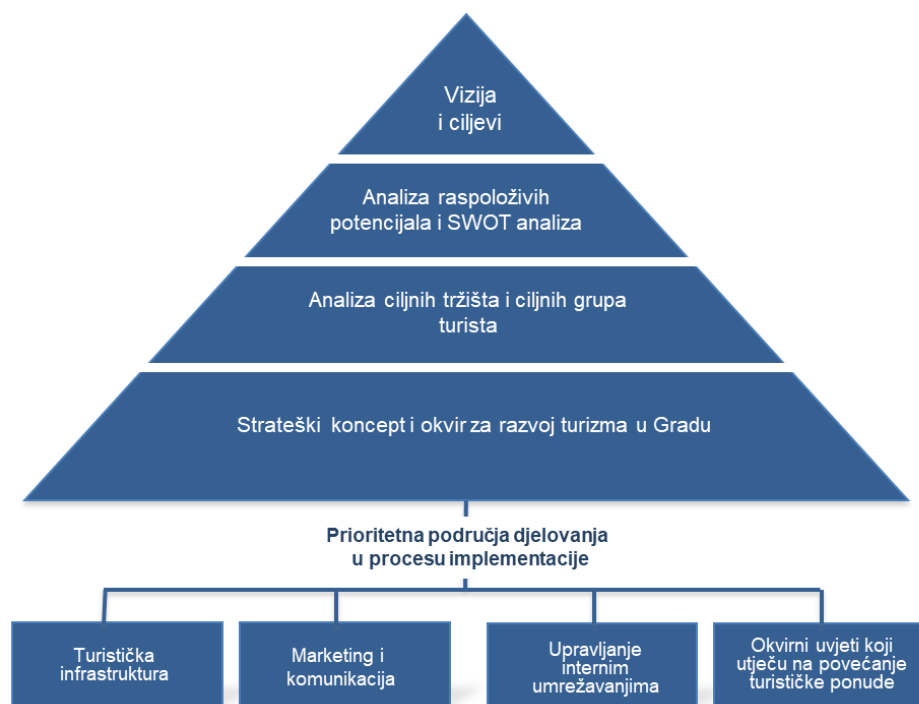
Suradnja i zajednička vizija su ključni u uspjehu turističke destinacije. Grad Donji Miholjac suočen je s problemom nedovoljnog broja smještaja za potrebe turista. U novije doba na tržištu se pojavio veći broj igrača koji nude smještajne kapacitete. Uspjeh pojedinog igrača značajno utječe na ugled same destinacije na tržištu turizma i kapacitet kako bi se ostvario zajednički cilj – veliko zadovoljstvo turista u svim pogledima u vremenima pametnih tehnologija gdje svako negativno iskustvo postaje dostupno javnosti. S druge strane, prepoznatljivost Grada kao turističke mikro-lokacije ovisi o prepoznatljivosti šire regije, odnosno Slavonije i Baranje. Sukladno navedenom, ovaj strateški dokument odgovara na ključne izazove, trendove i promjene s kojima se Grad Donji Miholjac susreće kako bi ostao konkurentan i nastavio razvoj na području turizma.



1.2. Pristup i metodologija izrade strategije

U izradi Strategije razvoja turizma Grada za razdoblje 2017.-2027.g. primijenjen je pristup i najbolja praksa izrade turističkih strategija u EU. Pristup je prikazan u Slici 1.

Slika 1: Pristup izradi turističke strategije lokalnih jedinica



Izvor: Tourismusstrategie Burgenland 2022+, prilagodba T&MC Group

Dokumentirana strategija razvoja turizma u Gradu za razdoblje 2017.-2027.g. temelji se na definiranoj viziji i strateškim ciljevima te analizi raspoloživih potencijala. U drugom dijelu dokumenta definirani su strateški koncept i strategija razvoja turističkih djelatnosti u Gradu kao pokretača dinamičnog socio-ekonomskog razvoja te prioritetna područja djelovanja u procesu implementacije. U okvirima prioritetnih područja djelovanja su definirani glavni implementacijski projekti s kratkim sažetkom projekta (*project fiches*).



1.3. Strateški dokumenti višeg reda

Strategija Europa 2020 je strateški dokument najvišeg ranga u EU za razdoblje 2014.-2020. Strategija 2020 je predložena od strane Europske Komisije s ciljem poticanja dinamičnog i ravnomjernog regionalnog razvoja. Ubrzani razvoj ruralnih prostora je u ovom dokumentu posebno naglašena kao jedno od prioritetnih područja intervencije (Slika 2).

Slika 2: Strategija Europa 2020 - struktura



Izvor: Europa 2020, prilagodba T&MC Group

Za financiranje implementacijskih projekata u definiranim područjima intervencije, uključujući i intervencije u području ruralnog razvoja, formirani su strukturni i investicijski fondovi (ESI fondovi). Između Europske komisije i vlada zemalja – članica su potpisani partnerski sporazumi kojima se definira način korištenja te su usuglašeni operativni programi za sredstva i potpore iz ESI fondova.



Za razdoblje 2014.-2020., Hrvatskoj je iz ESI fondova na raspolaganju dostupno ukupno 10,423 mlrd. eura namijenjeno ulaganju u rast konkurentnosti i radna mjesta, razvoj malog i srednjeg poduzetništva, poljoprivredu i ruralni razvoj.

U okviru politika ruralnog razvoja EU definirani su prioriteti intervencija u ruralnim područjima iz strukturnih i kohezijskih fondova EU, kako slijedi:

- Poticanje prijenosa znanja i inovacija,
- Jačanje konkurentnosti,
- Promicanje organizacije lanca opskrbe hranom i upravljanje rizicima,
- Obnova, očuvanje i poboljšanje ekosustava,
- Promicanje učinkovitosti sustava,
- Promicanje društvene uključenosti, suzbijanje siromaštva i gospodarski razvoj.

Razvoj turističkih djelatnosti u ruralnim područjima se uklapa u strategiju ruralnog razvoja EU te prioritetna područja intervencije budući da turizam može ostvariti snažan doprinos u svim prioritetnim područjima intervencija iz ESI fondova.

Slika 3: Hijerarhija strateških dokumenata



Izvor: T&MC Group



Strategija razvoja turizma na području Grada u razdoblju 2017.-2027. usklađena je sa strateškim dokumentima višeg ranga (Slika 3):

- 1) Strategijom EU 2020 i pratećim strateškim dokumentima na razini EU i nacionalnoj razini,
- 2) Strategijom razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020,
- 3) Master planom razvoja turizma u Osječko-baranjskoj županiji do 2025.g.

Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine predstavlja krovni razvojni dokument hrvatskog turizma i putokaz u otvaranju novog prostora za razvoj turizma u razdoblju do 2020. godine. Strateški dokument daje odgovor na pitanje kakav turizam Hrvatska želi i mora razvijati te utvrđuje ključne aktivnosti turističke politike usmjerene na osiguravanje proizvodnih, institucionalnih, organizacijskih i ljudskih pretpostavki za poboljšanje konkurentne sposobnosti hrvatskog turizma i korištenje resursne osnove na načelima odgovornog i održivog razvoja.

Strategija razvoja turizma predstavlja cjelovit konceptualni okvir koji omogućava:

- Koordinirano djelovanje nositelja turističke politike i sustavno usuglašavanje mjera turističke politike,
- Cjelovito razumijevanje ključnih pravaca razvoja hrvatskog turizma kao preduvjet privlačenja interesa potencijalnih domaćih i stranih ulagača,
- Ciljano usmjeravanje razvojno-investicijskog procesa i efikasno povlačenje sredstava EU fondova.

Glavni cilj razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine u strateškom dokumentu je povećanje njegove atraktivnosti i konkurentnosti, što će rezultirati ulaskom u vodećih 20 turističkih destinacija u svijetu po kriteriju konkurentnosti. Osim navedenog, ostali strateški ciljevi turističkog razvoja do 2020. godine su:

- Poboljšavanje strukture i kvalitete smještaja,
- Novo zapošljavanje,
- Investicije,
- Povećanje turističke potrošnje.

Master plan turizma Osječko-baranjske županije projekt je koji je izrađen kao rezultat shvaćanja nužnosti da se turizam Županije objektivizira i postavi dugoročni plan razvoja s jasno identificiranim željama i aspiracijama



koje uključuju javni i privatni sektor. Master plan predstavlja stožerni dokument koji postavlja glavna opredjeljenja dugoročnog turističkog razvoja. Strateški ciljevi do 2025. godine za Osječko-baranjsku županiju su:

- Doseći smještajnu ponudu od 10.000 turističkih kreveta,
- Povećati godišnju zauzetost kreveta na razinu 30%,
- Etablirati se na europskom tržištu kao destinacija kratkih odmora (prvenstveno na sadržajima gastronomije i kulture),
- Razviti 2-3 velika panonska resorta,
- Internacionalizirati postojeće i razviti dva velika međunarodna događaja,
- Uspostaviti sustav kontrole i oznaku kvalitete u prehrambenim proizvodima i turizmu.

1.4. Financiranje – EU fondovi

S obzirom na financiranje sredstvima iz EU fondova, Grad će na raspolaganju imati mogućnost financiranja iz sljedećih izvora:

- Europski fond za regionalni razvoj,
- Europski fond za strateška ulaganja.

Navedeni fondovi namijenjeni su svim pravnim osobama (bilo koje javno tijelo, poduzeća, istraživačke organizacije, obrazovne ustanove, nedržavne organizacije, turističke klasteri).

Europski fond za regionalni razvoj

Europski fond za regionalni razvoj (EFRR) jedan je od pet Europskih strukturnih i investicijskih fondova. Cilj fonda je jačanje ekonomske i socijalne kohezije u Europskoj uniji ujednačivanjem razlika između regija. Fond nudi mogućnost podrške u unapređenju konkurentnosti i kvalitete turizma na regionalnoj i lokalnoj razini, posebno u nisko razvijenim (industrijskim/ruralnim) područjima.



Najrelevantnija područja u turizmu koje se financiraju iz fonda su:

- Istraživanje i razvoj,
- Informacijske i komunikacijske tehnologije (ICT),
- Konkurentnost malih i srednje-velikih poduzeća,
- Prelazak na gospodarstvo s malim udjelom ugljika (LCE),
- Zaštita okoliša i učinkovitost resursa,
- Zapošljavanje i podrška za mobilnost radne snage,
- Edukacija, vještine i cjeloživotno učenje.

S obzirom na moguće programe, Fond za regionalni razvoj u području turizma može financirati sljedeće primjere programa:

- Istraživanje vezano uz turizam, tehnološki razvoj i inovacije,
- Razvoj ICT proizvoda vezanih za turizam (aplikacije, rudarenje podataka...),
- Razvoj inovativnih turističkih usluga (posebno u slabije razvijenim područjima),
- Razvoj proizvoda visoke dodane vrijednosti i usluga u nišnim tržištima (zdravstveni turizam, turizam za seniore, kulturni i eko-turizam, gastronomski turizam, sportski turizam...),
- Klasterske aktivnosti između različitih turističkih industrija kao i kreativnih industrija koje razmjenjuju iskustvo i akumulirano znanje kroz prekograničnu suradnju,
- Aktivnosti koje povezuju obalna područja s kontinentalnim dijelovima,
- Mjere koje unapređuju energetska efikasnost i uporabu obnovljivih izvora energije malih i srednje-velikih poduzeća u turističkom sektoru,
- Mjere koje potiču poduzetništvo, samozapošljavanje i otvaranje poduzeća te internacionalizaciju malih i srednje-velikih poduzeća,
- Strukovno osposobljavanje i jačanje vještina.



Europski fond za strateška ulaganja

Europski fond za strateška ulaganja (EFSU) je inicijativa koju su zajedno pokrenule Europska komisija i EIB Grupa (Europska investicijska banka i Europski investicijski fond) kako bi se suočile s aktualnim problemom jaza u području investicija u Europskoj uniji. Navedeni investicijski jaz planira se smanjiti mobilizacijom privatnog financiranja za strateške investicije. Europski fond za strateška ulaganja između ostalog, podržava i ostala područja poput:

- Strateške infrastrukture koja uključuje digitalnu infrastrukturu, prijevoz i energetske infrastrukture,
- Edukacije, istraživanja, razvoja i inovacije,
- Širenja uporabe obnovljivih izvora energije i resursne efikasnosti,
- Podrške za mala i srednje-velika poduzeća.

S obzirom na moguće programe, Europski fond za strateška ulaganja u području turizma može financirati sljedeće aktivnosti:

- Prijevozna infrastruktura,
- Energetska efikasnost hotela i turističkih resorta,
- Revitalizacija „brownfield“ lokacija za rekreativne svrhe,
- Dogovor o financiranju malih i srednje-velikih poduzeća u sektoru turizma,
- Uspostavljanje „Investicijske platforme za turizam“.



2.1. Područje koje obuhvaća strategija i razumijevanje turističke destinacije

Dokument Strategije razvoja turizma za razdoblje 2017.-2027. obuhvaća područje Grada Donjeg Miholjca i okolna naselja: Golinci, Miholjački Poreč, Podgajci Podravski, Radikovci, Rakitovica i Sveti Đurad.

Prema definiciji, turistička destinacija predstavlja užu ili širu turistički organiziranu i tržišno prepoznatljivu prostornu jedinicu, čiji turistički proizvod(i) ima(ju) potencijalnu ili stvarnu utrživost na turističkom tržištu (Križman Pavlović D., 2003). Turistička destinacija nosivi je element turističkog sustava, s obzirom da je za zadovoljenje turističkih potreba nužno postojanje turistički organizirane i tržišno prepoznatljive ponudbene jedinice. Na području Grada djeluje Turistička zajednica Grada Donji Miholjac koja je osnovana 1998. godine i djeluje kao pravna osoba na promicanju hrvatskog turizma sukladno Zakonu o turističkim zajednicama. Ciljevi Turističke zajednice su poticanje razvoja i unapređivanje turističkog proizvoda područja za koje su osnovana, promocija tog istog turističkog proizvoda, razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, te potrebi i važnosti očuvanja i unapređenja svih elemenata turističkog proizvoda određenog područja, a osobito zaštite okoliša. TZ Donjeg Miholjca obuhvaća područje Grada i okolnih naselja.



Grad Donji Miholjac jedinica je lokalne samouprave u zapadnom dijelu Osječko-baranjske županije. Donji Miholjac udaljen je 50 kilometara od središta županije, Grada Osijeka. Na području Grada živi 9.491 stanovnika prema popisu stanovništva iz 2011. godine. Kroz Grad prolaze državne ceste D53 i D34, a navedeni cestovni pravac jedan je od najkraćih

prometnih veza srednje Europe s Jadranskim morem koji koriste turisti prilikom boravka u južnom Jadranu.

Prvi tragovi koji upućuju na naseljavanje Grada zabilježeni su još i prije Rimljana koje su ostavila plemena Andiezetesa. U rimsko doba kroz područje današnjeg Grada prolazila je rimska podravska magistrala. Početkom 10. stoljeća u Panonsku nizinu došli su Mađari koji nisu uspjeli prijeći rijeku Dravu zahvaljujući porazu od strane hrvatskog kralja Tomislava koji je pobjedom ujedinio Posavsku i Dalmatinsku Hrvatsku. Prvi zapis o Donjem Miholjcu vezan je uz izgradnju prve crkve koja je građena polovicom 11. stoljeća, a posvećena je sv. Mihaelu. Tijekom 13. stoljeća sve do dolaska Turaka, navedeno područje pripadalo je plemenu Teten, a usko je vezano sa sudbinom obitelji Srednjanski i obitelji Hunjadi. Hrvatsko-banska vojska na čelu s banom Erdödy-jem i krajišnici s generalom Jakobom Leslom 1684. godine krenuli su u oslobađanje Slavonije, a kasnije slaba utvrda Donji Miholjac predala se kapetanu Gaši Balogu što je označilo kraj turske vlasti u Donjem Miholjcu. Nakon oslobođenja od Turaka, Slavonija je ušla u sklop Habsburške Monarhije, ali nije došla pod upravu hrvatskog bana i sabora. Zemlje, oranice, stare šume i naselja oko Valpova i Donjeg Miholjca 1721. godine car Karlo VI. Daruje Petru Antunu Hilleprandu von Prandau. U navedenom razdoblju Donji Miholjac predstavljao je važno privredno i kulturno središte ovog dijela Podravine.

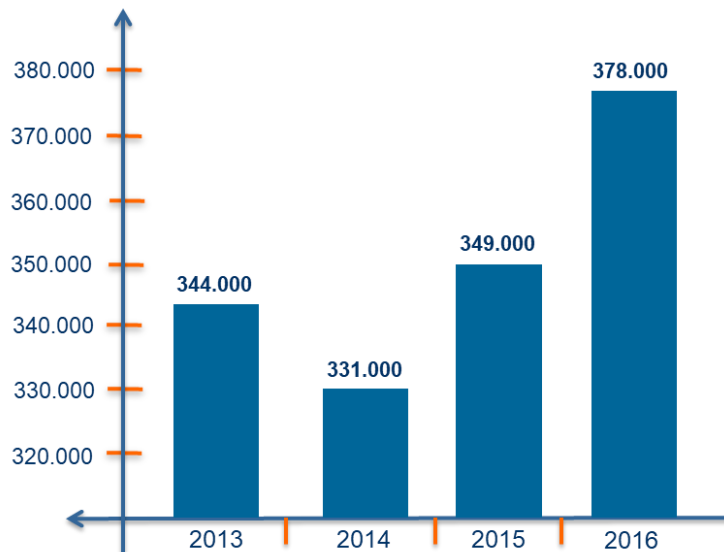
Područje Grada Donjeg Miholjca bogato je materijalnom i nematerijalnom baštinom. Prirodne atrakcije na području Grada čine ribolovno-sportska područja, ribnjaci i močvara, rijeka Drava, zaštićeni perivoj, parkovi, šume i arheološka nalazišta. S obzirom na kulturno-povijesnu baštinu, Grad je najviše prepoznatljiv po kompleksu dvorca Prandau-Mailath, a potrebno je spomenuti brojne crkve na području Grada i spomenike. Nematerijalnu baštinu na području Grada Donjeg Miholjca čine tradicionalni obrti, bogata i autentična gastronomska ponuda (uključujući i priredbe) te kvalitetan i nezagađen okoliš. S obzirom na navedeno, područje Grada Donjeg Miholjca predstavlja velike potencijale za razvoj turizma i pozicioniranja Grada kao prepoznatljive turističke destinacije na području Slavonije i Osječko-baranjske županije.

2.2. Turistička statistika iz okruženja – Slavonija, Mađarska

Prema podacima Instituta za turizam, na području Slavonije zabilježen je trend rasta broja noćenja od 2014. godine. Broj noćenja u 2016. godini iznosio je 378.000 što je rast od 14,2% u odnosu na 2014. godinu.



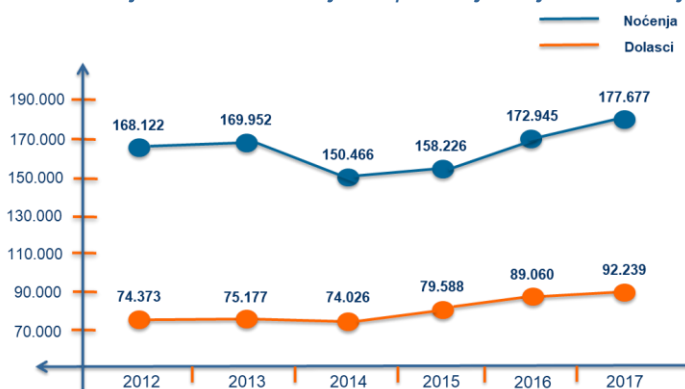
Slika 4: Broj noćenja na području Slavonije



Izvor: Institut za turizam – Hrvatski turizam u brojkama (4/2016)

Prema podacima DZS, na području Osječko-baranjske županije zabilježen je trend rasta broja dolaska i noćenja turista od 2014. godine. S obzirom na broj dolaska, u 2017. godini zabilježeno je 92.239 dolaska što je rast od 24,6% u odnosu na 2014. godinu. Broj noćenja u 2017. godini iznosio je 177.677 te je zabilježen rast od 18,1% u odnosu na 2014. godinu. U budućnosti se očekuje rast broja dolaska i noćenja s obzirom na velike potencijale za razvoj turizma koje nudi područje Slavonije i Baranje.

Slika 5: Broj dolaska i noćenja na području Osječko-baranjske županije

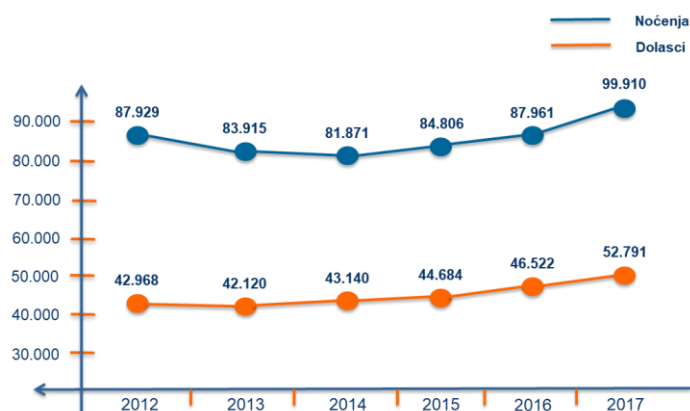


Izvor: DZS



S obzirom na emitivna tržišta u blizini Grada Donjeg Miholjca, u Gradu Osijeku također je zabilježen trend rasta broja dolaska i noćenja kao i u Osječko-baranjskoj županiji. U 2017. godini broj dolaska iznosio je 52.791, odnosno 25,3% više u odnosu na 2013. godinu od kada kontinuirano raste broj dolaska u Gradu Osijeku. Kada govorimo o broju noćenja na području Grada Osijeka, u 2017. godini je zabilježeno 99.910 noćenja, odnosno 22% više u odnosu na 2014. godinu od kada je broj noćenja nastavio kontinuirano rasti.

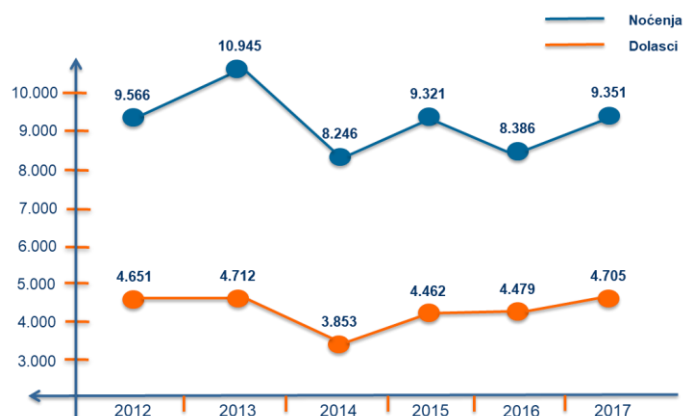
Slika 6: *Broj dolaska i noćenja na području Grada Osijeka*



Izvor: DZS

U Gradu Našicama je zabilježen rast broja dolaska turista od 2014. godine, ali su također prisutne oscilacije u broju noćenja. U 2017. godini broj dolaska iznosio je 4.705 što je 1,2% više u odnosu na 2012. godinu. Broj noćenja u 2017. godini iznosio je 9.351 što predstavlja pad od 2,3% u odnosu na 2012. godinu. Unatoč negativnim trendovima u Gradu Našicama, navedena turistička destinacija predstavlja emitivno tržište sa kojeg je moguće privući turiste i potaknuti na dolazak u Grad Donji Miholjac.

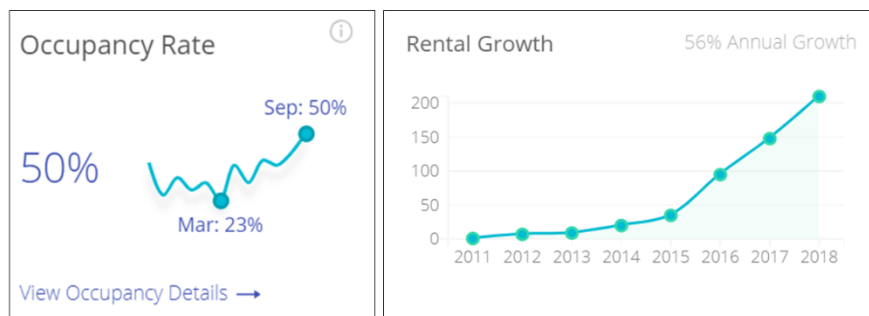
Slika 7: Broj dolaska i noćenja na području Grada Našica



Izvor: DZS

Slika 8 predstavlja statističke podatke za Grad Osijek koji se odnose na iznajmljivanje smještajnih kapaciteta putem Airbnb platforme. U prošlom mjesecu popunjenost smještajnih kapaciteta u Gradu Osijeku iznosila je 50%, a iz navedenih podataka je uočljivo kako popunjenost smještajnih kapaciteta najviše raste tijekom ljetne sezone. S obzirom na kumulativni rast najma smještajnih kapaciteta u Gradu Osijeku, u 2018. godini zabilježeno je 210 iznajmljenih smještajnih kapaciteta, a godišnji rast iznosio je 56%.

Slika 8: Statistički podaci iznajmljivanja smještaja putem Airbnb – Grad Osijek



Izvor: AirDNA

Turističke destinacije u južnoj Mađarskoj

PECS/PEČUH - europska prijestolnica kulture iz 2010. godine.

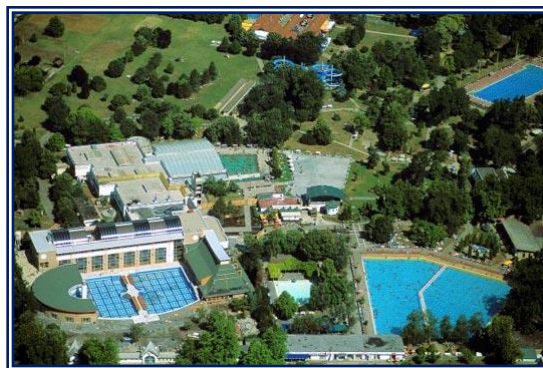
Grad raspolaže starokršćanskim ostacima, turskim spomenicima koji su prilagođeni za obilazak posjetitelja i uz kombinaciju vina i gastronomije bilježe odlične rezultate u turizmu. U 2017. godini je zabilježeno 120.000 gostiju, a od toga 26.687 stranih te 93.747 domaćih. Iste godine ostvareno je 239.519 noćenja. Procjena je da u Pečuhu danas od turizma živi 5.000-6.000 obitelji.



VILLANY/VILANJ - grad s 2.500 stanovnika na čijem prostoru djeluje oko 200 vinarija koje predstavljaju veliku turističku atrakciju. U svojoj turističkoj ponudi nudi nekoliko hotela i pansiona te oko 10 restorana od kojih se jedan nalazi na popisu 10 najboljih restorana u Mađarskoj. Vilanj godišnje ostvaruje 60.000 noćenja.

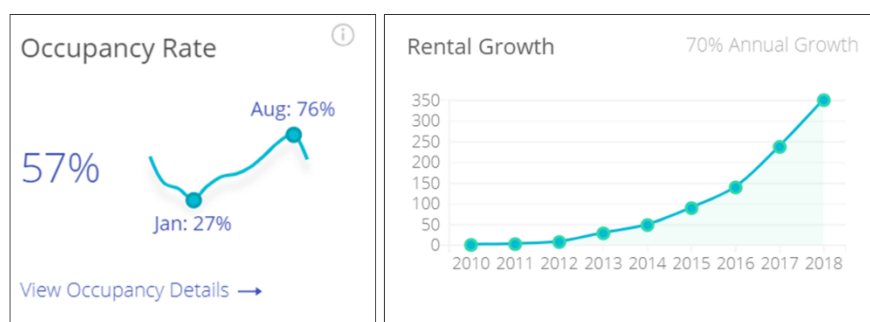


HARKANJ - grad u južnoj Mađarskoj poznat po lječilišnom turizmu. Broj turista koji posjećuju lokaciju iznosi oko 1 mil. godišnje. Grad je poznat po svojim ljekovitim vodama. Većina hotela u gradu zadovoljava europske standarde. U gradu je izgrađena bolnica za liječenje reumatskih bolesti.



Na Slici 9 su prikazani statistički podaci za Grad Pečuh u Mađarskoj, odnosno podaci vezani uz iznajmljivanje smještaja putem Airbnb platforme. Statistika koja se odnosi na popunjenost smještajnih kapaciteta u Gradu Pečuhu ukazuje kako je u 9. mjesecu 57% smještajnih kapaciteta bilo popunjeno, a najviše u 8. mjesecu kada je popunjenost smještajnih kapaciteta iznosila 76%. Iz navedenih podataka je uočljivo kako je popunjenost smještajnih kapaciteta najviša tijekom ljetne sezone. S obzirom na kumulativni rast najma smještajnih kapaciteta u Gradu Pečuhu, u 2018. godini zabilježeno je 351 iznajmljenih smještajnih kapaciteta, a godišnji rast iznosio je 70%.

Slika 9: Statistički podaci iznajmljivanja smještaja putem Airbnb – Grad Pečuh



Izvor: AirDNA

Uspješne turističke destinacije u južnoj Mađarskoj samo su nekoliko desetaka kilometara udaljene od Grada Donjeg Miholjca. Turistički trendovi u ovom dijelu susjedne zemlje mogu imati značajne pozitivne utjecaje na razvoj turizma na području Donjeg Miholjca s obzirom na vrlo dobru prometnu povezanost.

2.3. Turistički pokazatelji destinacije Donji Miholjac

Prema podacima iz sustava eVisitor, od 2014. godine prisutan je padajući trend broja noćenja u Gradu, a u prvih 10 mjeseci 2018. godine zabilježeno je 2.096 noćenja. U odnosu na 2014. godinu, broj noćenja u 2018. godini pao je za 49,3%. S obzirom na broj dolazaka turista u Grad, u 2018. godini zabilježeno je 1.144 dolazaka. Uvidom u podatke o prosječnom trajanju boravka turista u Gradu, ustanovljeno je kako je prosječan broj boravka ostvaren iznad preporučene razine od 3 dana. U prvih 10 mjeseci 2018. godine turisti su u Gradu u prosjeku boravili 3,74 dana.

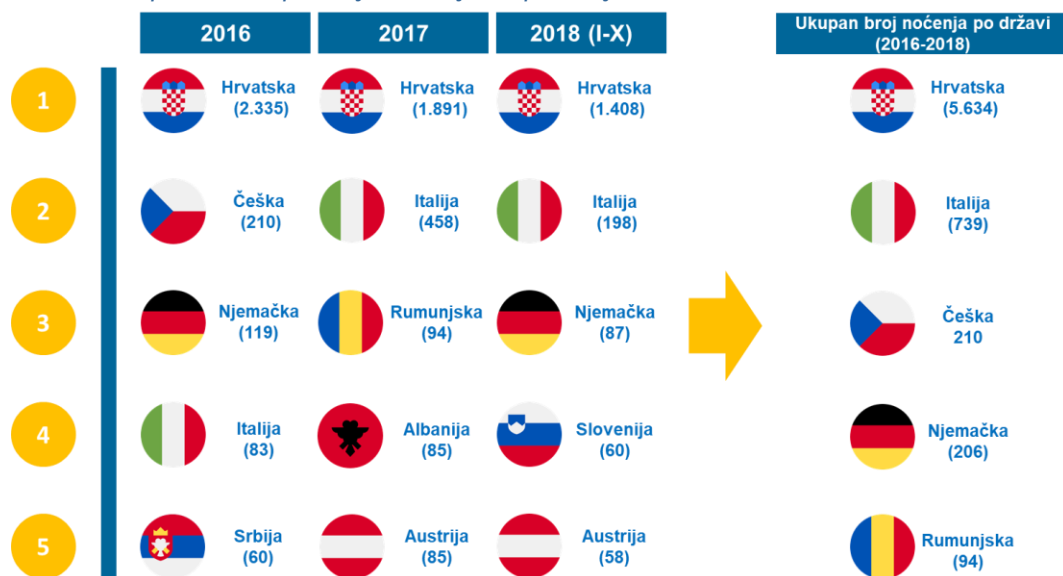
Tablica 1: *Broj dolaska i noćenja na području Grada Donjeg Miholjca*

	2014	2015	2016	2017	2018 (I-X)
Dolasci	-	-	971	1.406	1.144
Noćenja	4.136	3.360	3.090	2.888	2.096
Prosječno trajanje boravka (u danima)	-	-	3,13	4,34	3,74

Izvor: eVisitor

Na Slici 10 prikazano je top 5 država po broju noćenja na području Grada od 2016. do 2018. godine koja obuhvaća podatke za prvih 10 mjeseci. U 2018. godini na području Grada najviše noćenja su ostvarili domaći turisti iz Hrvatske, odnosno 1.408 noćenja. Nakon Hrvatske slijedi Italija (198), Njemačka (87), Slovenija (60) i Austrija (50). S obzirom na ukupan broj noćenja po državi u obuhvaćenom razdoblju, Grad Donji Miholjac su najviše posjetili domaći turisti iz Hrvatske, odnosno broj noćenja iznosi 5.634. Ostale države po ukupnom broju noćenja u razdoblju od 2016. do 2018. godine nakon Hrvatske su Italija (739), Češka (210), Njemačka (206) i Rumunjska (94).

Slika 10: *Top 5 država po broju noćenja na području Grada*

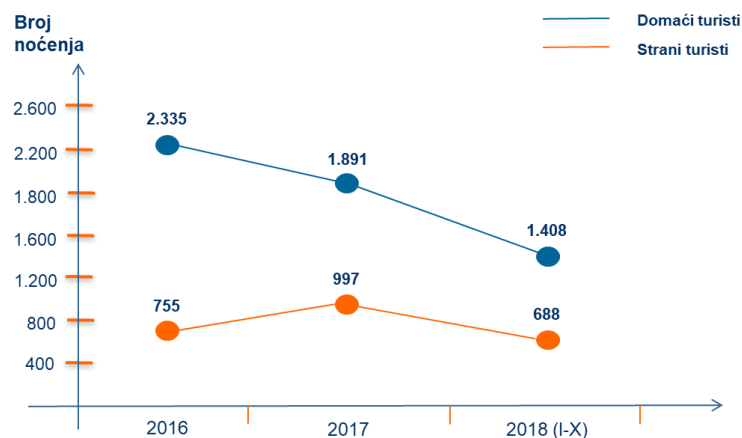


Izvor: eVisitor, prilagodba T&MC Group



Na Slici 11 prikazan je broj noćenja domaćih i stranih turista u Gradu u razdoblju od 2016. do 2018. godine. Broj noćenja domaćih turista u 2018. godini (I-X) iznosio je 1.408 što je 39,7% manje u odnosu na 2016. godinu. S obzirom na broj noćenja stranih turista, u 2018. godini zabilježeno je 688 noćenja što je 8,9% manje u odnosu na 2016. godinu. Osim što je zabilježen padajući trend ukupnog broja noćenja u Donjem Miholjcu, broj noćenja domaćih i stranih turista također je opadajući.

Slika 11: Broj noćenja domaćih i stranih turista u Gradu



Izvor: eVisitor



2.4. Pregled turističkih potencijala na području Grada

Materijalna baština

Prirodne atrakcije



Ornitološki rezervat "Podpanj"

Ornitološki rezervat "Podpanj" rezervat je od posebnog značenja zbog svoje jedinstvenosti, rijetkosti, reprezentativnosti, a rezervat je također stanište ugrožene divlje svojte. Ornitološki rezervat se nalazi na zapadnom dijelu ribnjaka Donji Miholjac i površine je 84,99 ha. Zbog svojih izuzetnih vrijednosti, područje je zaštićeno 1997. godine u kategoriji posebni ornitološki rezervat. Područje je značajno za obitavanje,

gniježđenje, seobu i zimovanje ptica. U rezervatu je prisutno 106 vrsta ptica od kojih 20 spada u ugrožene europske vrste, a 3 spadaju u svjetski ugrožene vrste.



Izletište Stara Drava

Najpopularnije područje za rekreaciju u Donjem Miholjcu je izletište Stara Drava koje se nalazi sjeverno od Grada. Navedeno izletište često je odredište mladih i obitelji koje nudi mogućnost uživanja u nezagađenoj prirodi, šetnju i druženje. Prema izletištu je izgrađen asfaltirani prilaz, a Grad je područje dodatno obogatio funkcionalnom i estetskom turističkom signalizacijom. Na području izletišta organiziraju se različite sportske,

kulturne i rekreacijske priredbe. Osim navedenog, na lokaciji se nalazi i Društveni dom u vlasništvu ribolovne udruge te iznajmljeni prostor s konobom.



Ribnjak Donji Miholjac

Na prostoru veličine 1.002 ha prostire se ribnjak Donji Miholjac koji pripada prirodnom sustavu klasičnih šaranskih ribnjaka. U svojoj strukturi, ribnjak sadrži matičnjak, predgrijalište, mrijestilište, rastilište, mladičnjak, tovilište i zimnjak za uzgoj i skladištenje ribe. Navedeno područje je pod koncesijom

Poljoprivrednog poduzeća Orahovica d.d. koji se bavi uzgojem slatkovodne ribe koja je namijenjena za plasman na tržište. Na prostoru ribnjaka uzgajaju se sljedeće vrste riba: šaran, amur, bijeli i sivi tolstolobik, som, štika, smuđ, linjak, crvenperka i bodorka. Na području Grada Donjeg Miholjca nalazi se ukupno 11 ribolovnih zona s domovima sportsko-ribolovnih društva.



Perivoj

Nastanak perivoja u Donjem Miholjcu vezan je uz obitelj Hillerprand von Prandau i grofa Mailatha, a povijesne činjenice govore kako se nastanak perivoja može povezati s 1818. godinom. Osnovu navedenog uresnog vrta čini pejzažni perivoj s umetnutim elementima historicizma i sesije kao pečat ukusa vlasnika. Perivoj je nekoć imao grijane travnjake, bio je osvijetljen i uvijek

otvoren građanstvu. Danas je perivoj zaštićen u svojoj povijesnoj veličini od 16 ha. U 2003. godini izrađena je povijesna studija i dane su osnove obnove kao i glavna valorizacija.



Šume i lovišta

Na području Grada Donjeg Miholjca nalaze se šume ukupne površine 8.665 ha kojima upravljaju Hrvatske šume, odnosno Uprava šuma Podružnica Osijek i Uprava šuma Podružnica Našice. Na području Grada registrirana su 3 lovišta: uzgajalište divljači Miholjac (XIV/13), otvoreno lovište Karaš (XIV/4) i otvoreno

lovište Podravlje (XIV/10A), a lovačka društva čine LD Vidra, Fazan, Kobac, Trčka, Liska, Prepelica i Jelen. Na području Grada djeluje 68 lovaca.



Biciklističke staze

Na području Grada najveći značaj ima međunarodna biciklistička staza "Greenway" koja povezuje Mađarsku s Hrvatskom. Osim navedenog, kroz Grad prolazi i staza EuroVelo 13 koja povezuje sjever i jug Europe te 20 država. Staza "Europska Amazona" odnosi se na biciklističku mrežu prekograničnog rezervata biosfere Mura-Drava-Dunav koja također prolazi kroz Grad.

Ostale biciklističke staze na području Grada su Drava Bike Tour i Dravska biciklistička ruta.

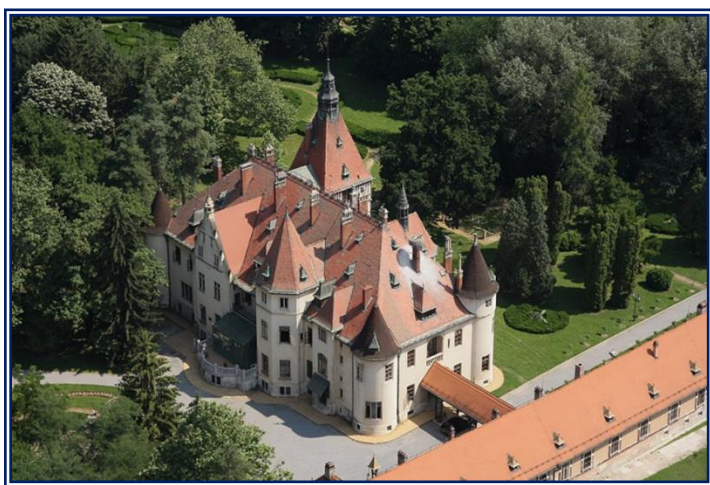


Arheološka nalazišta

Područje Grada Donjeg Miholjca bogato je arheološkim nalazištima. Prema Registru kulturnih dobara Ministarstva kulture, na području Grada registrirano je 12 arheoloških nalazišta. Najznačajnija arheološka nalazišta su Janjevci - Borik na kojemu su pronađeni ostaci iz neolita, Brdača (srednjovjekovno naselje), Staro groblje (srednjovjekovna gradnja) i rudina

Maroslavci (ostaci neolita). Na slici je prikazana obrađena litika (lomljeni kamen).

Kulturno-povijesna baština



Kompleks dvorca Prandau-Mailath

Kompleks dvorca je zaštićeno kulturno dobro te spada u vrstu nepokretnog kulturnog dobra. Klasificiran je kao profana graditeljska baština te ne spada pod zaštitu UNESCO-a. Kompleks dvorca Prandau-Mailath obuhvaća stari dvorac koji datira iz 1818.g. dok je noviji dvorac izgrađen tijekom vladavine Austro-Ugarske Monarhije prema projektu arhitekta

Istvana Mollera. Stariji dvorac je prizemna kasnobarokna građevina sa cilindričnom kulom na sjeverozapadnom kraju, a noviji dvorac je djelomično dvokatna historicistička građevina. Dvorci su povezani trijemom te su okruženi perivojem. Noviji dvorac je izgrađen u lovačkom stilu kao obećanje grofa Mailatha prema caru Franji Josipu I. Tijekom posjeta cara u rujnu 1901. godine, grof Mailath je dao obećanje da će do njegovog sljedećeg posjeta Gradu Donjem Miholjcu sagraditi novi dvorac. Važnost dvorca u tadašnje vrijeme najbolje iskazuje centralni sistem usisavanja prašine, tri načina grijanja (centralno na toplu vodu, kamini i kalijeve peći) te vlastiti vodovod. Također, perivoj je bio osvijetljen i imao je grijane travnjake, a može se pohvaliti zbirkom od 60 vrsta rododendrona i 103 vrste kamelija. S obzirom na veliki turistički potencijal, u tijeku je Projekt obnove kulturne baštine Prandau-Mailath koji uključuje obnovu, revitalizaciju, restauraciju i stavljanje u funkciju dvorca u iznosu od 35 mil. HRK, izgradnju i uređenje Botaničkog vrta u iznosu od 80 mil. HRK i rekonstrukciju multimedijalnog i posjetiteljskog centra za 45 mil. HRK.

S obzirom na sakralnu baštinu, na području Grada prisutan je veliki broj crkvenih objekata:

- Župna crkva sv. Mihaela Arkandela (Donji Miholjac),
- Kapelica sv. Križa (Donji Miholjac),
- Kapelica sv. Stjepana (Donji Miholjac),
- Župna crkva sv. Jurja (Sveti Đurađ),
- Župna crkva sv. Martina biskupa (Podgajski Podgajci),
- Crkva sv. Jakoba (Rakitovica),
- Crkva sv. Ane (Radikovci),
- Crkva sv. Marije Magdalene (Miholjački Poreč),
- Crkva sv. Ivana Glavosijeka (Golinci),
- Evangelička crkva (Golinci).



Župna crkva sv. Mihovila Arkandela (Donji Miholjac)

Župna crkva sv. Mihovila Arkandela je zaštićeno kulturno dobro te spada u vrstu nepokretnog kulturnog dobra. Klasificiran je kao sakralna graditeljska baština te ne spada pod zaštitu UNESCO-a. Crkva je izgrađena u gotičkom stilu te je jedna od rijetkih koja je preživjela tursku okupaciju u Slavoniji. Određeni temelji vjerojatno datiraju iz srednjeg vijeka, a detaljno je obnovljena 1795.g. Građevina se sastoji od poligonalnog svetišta, sakristije uz sjeverni zid svetišta, zvonika na glavnom pročelju te zvonika u prizemlju. Crkva je kulturni spomenik neprocjenjive vrijednosti.



Župna crkva sv. Martina biskupa (Podgajski Podgajci)

Župna crkva sv. Martina je zaštićeno kulturno dobro te spada u vrstu nepokretnog kulturnog dobra. Klasificiran je kao sakralna graditeljska baština te ne spada pod zaštitu UNESCO-a. Župna crkva sv. Martina je izgrađena u stilu baroknog klasicizma 1795.g. Izmjene u 19.st. djelomično mijenjaju izgled crkve. Tijekom restauracija, prizidana je jednokatna sakristija, produžena lađa te je nadograđen zvonik. Također, crkva je obogaćena određenim neogotičkim stilskim elementima. Građevina je nekoliko puta renovirana te se

danas sastoji od poligonalnog svetišta, sakristijom uz istočni zid svetišta te zvonika na glavnom pročelju. Uz crkvu je izgrađen župni stan te dvorana za vjeronauk za djecu.



Župna crkva sv. Jurja (Sveti Đurađ)

Župna crkva sv. Jurja je zaštićeno kulturno dobro te spada u vrstu nepokretnog kulturnog dobra. Klasificiran je kao sakralna graditeljska baština te ne spada pod zaštitu UNESCO-a. Građevina se nalazi u mjestu Sveti Đurađ. Crkva sv. Jurja je srednjovjekovna građevina, no u 18. stoljeću poprima određene elemente u baroknom stilu. Poligonalno svetište podupiru kontrafori. Zvonik s eklezijastičkim detaljima je dozidan u 19. stoljeću sa zapadne strane lađe crkve. Na južnom zidu nalazi se kasnogotički portal što ovu crkvu čini naročito zanimljivom.



S obzirom na kulturne spomenike, na području Grada postoji 4 kulturna spomenika:

- Spomenik poginulim braniteljima Domovinskog rata,
- Spomenik slobode,
- Spomenik Cara Franje Josipa I.
- Rodna kuća Augusta Harambašića.

Nematerijalna baština



Miholjačko sijelo

Kulturna manifestacija koja se održava drugog tjedna mjeseca srpnja te traje četiri dana. Manifestacija broji preko 2.000 sudionika iz Hrvatske i inozemstva. Kulturna umjetnička društva predstavljaju tradiciju svojih krajeva. Program sadrži izložbe slika, etno izložbe, izložbe kruha i kolača, dramske predstave, koncerte i ostale atrakcije.





U varoš na poklade

Manifestacija se održava u vrijeme poklada u veljači i ožujku. Kulturna manifestacija je poznata po svatovima u kojima se zamjenjuju uloge muškarca i žene, odnosno mladu glumi muška osoba, a mladoženju ženska. Zavjeti na vjenčanjima su neobični: mlada obećaje mladoženji donijeti ručak u gostionu, a mladoženja da neće ništa raditi na polju niti u kući.



Fišijada

Turistička zajednica grada povodom obilježavanja Dana grada organizira natjecanje u kuhanju fiš-paprikaša prema izvornom slavonskom receptu. Fišijada obiluje gastronomskom ponudom specijaliteta riječne ribe i bogatom zabavnom programom. Pobjednik Fišijade predstavlja Turističku zajednicu grada na državnoj Fišijadi u Osijeku.



Zlatna berba

Najveća folklorna manifestacija koja se održava u selu Rakitovica krajem mjeseca rujna. Ime je dobila po najzastupljenijoj kulturi kraja "zlatnom kukuruзу". Posjetitelji imaju priliku vidjeti mimohod KUD-ova ulicama Rakitovice te izvornim programima u središtu sela. KUD-ovi se još natječu u ručnom runjenju kukuruza i pripremanju tradicionalnog jela gušćjeg paprikaša.



Miholjački sajam

U organizaciji Miholjačkog poduzetničkog centra d.o.o. i potpori Grada Donjeg Miholjca, Turističke zajednice grada i Udruženja obrtnika Donji Miholjac, okuplja sve poduzetnike s područja Osječko-baranjske županije raspoređene u 4 kategorije: tradicionalni i umjetnički proizvodi, obrtništvo i trgovina, poljoprivredno-prehrambeni proizvodi i financijsko-poslovne usluge. Cilj sajma je povezivanje proizvođača i gospodarske ponude i proizvodnje kroz razmjenu iskustava i uspostavu poslovnih kontakata.



Moto susreti MK

Organizator susreta je MK Kamikaze iz Donjeg Miholjca. Tradicionalno se održava krajem mjeseca travnja i okuplja više stotina motora i motociklista iz cijele Hrvatske i susjednih zemalja. Manifestacija obiluje rock koncertima, motociklističkim igrama, a također je potrebno napomenuti i gastronomsku ponudu.



Backyard Art Festival

Backyard Art Festival je manifestacija koja kroz svoj program obuhvaća područja kulture, glazbe i sportskih aktivnosti. Događaj je specifičan po svojoj atraktivnoj lokaciji, odnosno s jedne strane se nalazi u centru grada, a s druge strane u parku u Donjem Miholjcu. Manifestacija nije poznata samo po glazbi već i po izložbama, artistskim instalacijama i ostalim priredbama.

Sportske aktivnosti uključuju biciklističku utrku i streetball.



Pračkijada

Kulturno-sportski događaj "Pračkijada" održava se u naselju Radikovci prvog tjedna mjeseca rujna. U događaju mogu sudjelovati sve zainteresirane osobe te pokazati svoje vještine gađanja pračkom. Popratni događaji uključuju likovnu koloniju "LIKROB" i kiparsku koloniju Ernestinovo te natjecanje seoskih bubnjara i večer uz tradicionalne specijalitete.



Kobasicijada

Udruga Čuvari slavonske tradicije Donji Miholjac u suradnji s Turističkom zajednicom i uz pomoć Miholjačkog poduzetničkog centra organizira smotru ocjenjivanja domaćih slavonskih kobasica u cilju očuvanja slavonske tradicije. Slavonska kobasica zaštićena je oznakom zemljopisnog podrijetla na nacionalnoj razini, a također se poduzimaju mjere u svrhu dobivanja zaštite Europske komisije.



Kuhanje čobanca

Udruga Dravski Vir u suradnji s Donjim Miholjcem i Turističkom zajednicom 2015. godine je organizirala prvo međunarodno natjecanje u kuhanju čobanca. 2016. godine Udruga Kupusari je također organizirala manifestaciju kuhanje čobanca pod nazivom "Čobanijada" što privlači mnoge gurmane iz cijele Hrvatske i regije uz bogat zabavni program za posjetitelje.

Smještajni kapaciteti



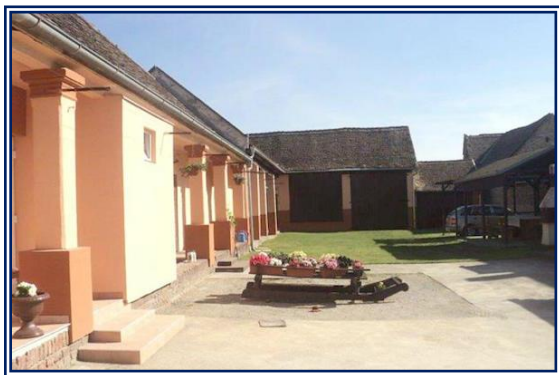
Hotel Restoran "Slavona"

Hotel Slavona otvoren je u 2003. godini i predstavlja perjanicu donjomiholjačke ugostiteljske i gastronomske ponude. Tijekom svoga rada, Hotel je kratkotrajno bio zatvoren zbog renovacije te ponovno otvoren u 2012. godini. Ponuda Hotela Slavona sadrži 9 luksuzno uređenih i moderno opremljenih soba. Četiri sobe u ponudi su dvokrevetne s odvojenim ležajevima. Također postoji

mogućnost dodavanja dodatnog dječjeg ležaja. Sve sobe u hotelu su klimatizirane, opremljene telefonom i digitalnom satelitskom televizijom.

Osim Hotela Slavona, na području Grada Donjeg Miholjca iznajmljuje se nekoliko apartmana kategorija od dvije do četiri zvjezdica.

Apartman "Sodarova kuća"



Ostali potencijali





Karaula

Na katastarskoj čestici 2941/1 nalazi se napuštena vojna postaja (Karaula) u vlasništvu Republike Hrvatske. Napušteni objekt smješten je uz samu cestu u neposrednoj blizini graničnog prijelaza Donji Miholjac. Navedeni objekt potrebno je upisati u vlasništvo Grada Donjeg Miholjca zbog velikog turističkog potencijala, a renovacijom objekta otvorit će se hostel namijenjen prvenstveno biciklistima i motociklistima.



Prostorni plan – čestica 4396/1

Katastarska čestica 4396/1 nalazi se na zapadnom ulazu u Donji Miholjac. U Prostornom planu uređenja grada Donjeg Miholjca navedena čestica predviđena je kao “Građevinsko područje naselja – sportsko - rekreacijska namjena – sportsko - rekreacijske građevine”. Čestica je površine 50.065

m² i u zemljišnim knjigama se vodi kao “pašnjak u mjestu”. Navedena čestica predstavlja jedno od potencijalnih lokacija za izgradnju “Turističkog sportsko-rekreativnog” centra u Gradu koji će osim sportsko-rekreativnog sadržaja sadržavati i kamp, hotel te ugostiteljske objekte. Kako bi se realiziralo nekoliko potencijalnih projekata turizma na navedenoj čestici, potrebna je izmjena Prostornog plana uređenja grada Donjeg Miholjca.



Biciklistička staza Mailath - Siklos

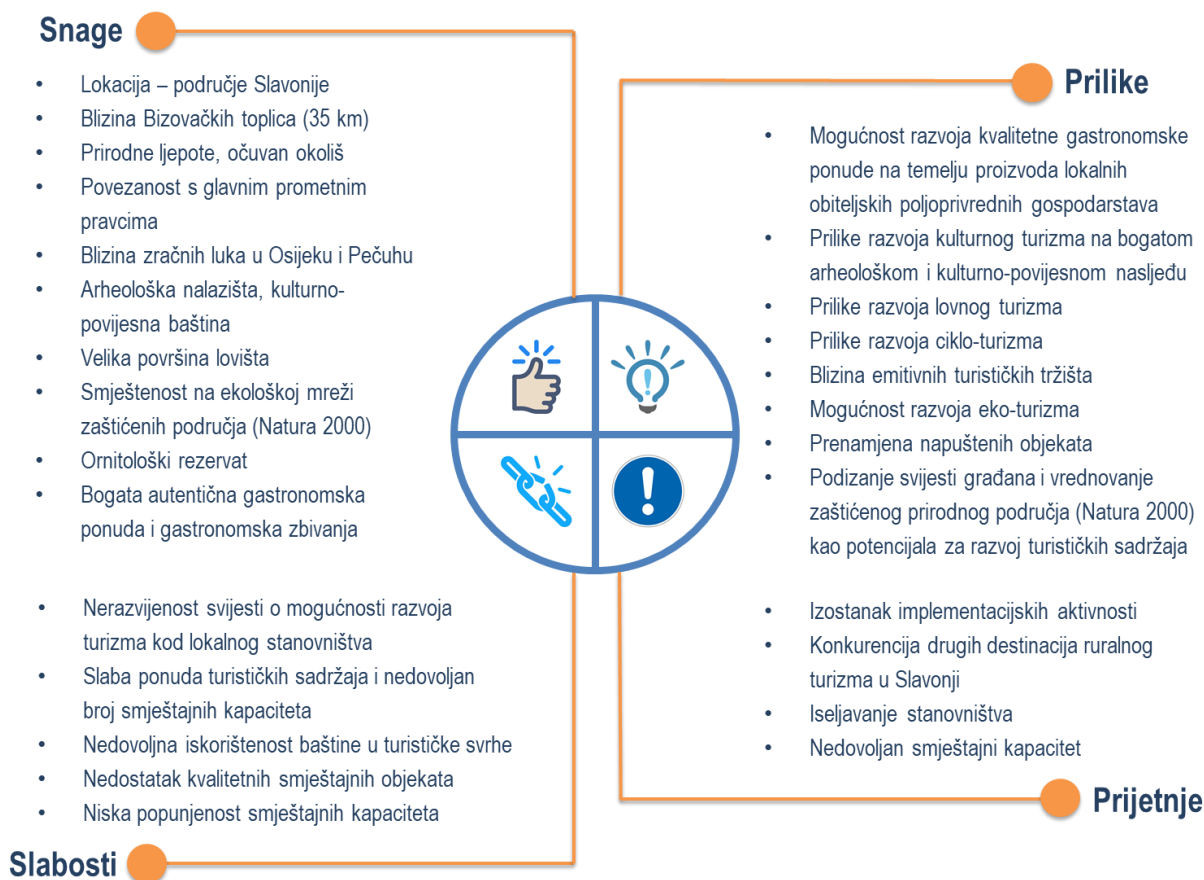
Grad Donji Miholjac zajedno s partnerima Gradom Siklosom u Mađarskoj i TZ Grada izabran je za provedbu projekta izgradnje biciklističke staze od dvorca Mailath do grada Siklosa. Vrijednost investicije iznosi 958.182 EUR, a završetak projekta očekuje se do kraja 2018. godine. Biciklistička staza će sadržavati i dodatne sadržaje poput edukacije od strane bike vodiča, kupnju bicikla i Cycle Art

festival. Na pripremi dokumentacije i prijavi projektnog prijedloga na natječaj radili su Miholjački poduzetnički centar u suradnji s ostalim partnerima na projektu. Cilj projekta je povezivanje dva grada, odnosno dvorca Mailath i tvrđave u gradu Siklosu te promocija i revitalizacija prirodne i kulturne baštine.

2.5. Turistička SWOT analiza

SWOT analiza je alat koji se koristi za sagledavanje snaga i slabosti, vanjskih prilika i prijetnji sa kojima bi se mogao suočiti Grad u razvoju turizma na svom području. Izrada SWOT analize preduvjet je za izbor odgovarajuće strategije razvoja turizma.

Slika 12: SWOT analiza turizma na području Grada



SWOT analiza pokazuje da su glavne prednosti Grada u središnjem položaju, dobroj povezanosti s glavnim prometnim pravcima, očuvanom prirodnom okolišu i bogatoj prirodnoj i kulturno-povijesnoj baštini. Glavna slabost je u nedovoljnom broju smještajnih kapaciteta, iskorištenosti baštine u turističke svrhe i općeg razumijevanja lokalnog stanovništva o važnosti razvoja turizma. Iskustva drugih jedinica lokalne samouprave u Osječko-baranjskoj županiji, osobito u Bizovcu i Baranji ukazuju na brojne prilike razvoja ruralnog turizma

u Gradu. Glavna prijetnja može biti izostanak implementacijskih aktivnosti u prioritetnim područjima koja su obuhvaćena ovom strategijom, konkurencija i nedovoljan smještajni kapacitet.

2.6. Ključni izazovi razvoja turizma na području Grada

Danas se Grad Donji Miholjac susreće s nekoliko ključnih izazova u području turizma za koje je potrebno odrediti strategiju kako bi se potaknuo razvoj turističkog sektora, ostvario puni potencijal i konkurentnost na tržištu. Na Slici 13 prikazani su ključni izazovi razvoja turizma na području Grada Donjeg Miholjca:

Slika 13: Ključni izazovi razvoja turizma



1. Mali broj smještajnih kapaciteta

Jedan od najvećih izazova razvoja turizma u Gradu je nizak broj smještajnih kapaciteta u odnosu na veliki turistički potencijal. S obzirom da je izgradnja smještaja jedan od najvećih prioriteta bez kojih nije

moguć daljnji razvoj turizma, na području Grada izgradit će se smještajni kapaciteti koji uključuju hostel, kamp s mobilnim kućicama, hotel, lovačke kuće i ostale vrste turističkih smještajnih objekata.

2. Nedovoljna iskorištenost baštine

Područje Grada bogato je kulturno-povijesnom baštinom koje predstavlja veliki turistički potencijal, a nije dovoljno iskorišteno. Velika površina šume na području Grada pogodna je za razvoj lovno-gostinjskog turizma, a potrebno je i spomenuti ribolovno-sportsko područje te područje rijeke Drave. Prema registru Ministarstva kulture, na području Grada prisutno je 12 arheoloških nalazišta. Također, na području Grada prisutan je kompleks dvorca Prandau-Mailath koji predstavlja veliki potencijal, a u tijeku je izrada projektne dokumentacije koja se odnosi na valorizaciju kulturne baštine navedenog kompleksa. Osim navedenog, kroz Grad prolaze međunarodne biciklističke staze što predstavlja veliki potencijal za razvoj ciklo-turizma. Na području grada izgrađeno je nekoliko crkvenih objekata koji su pogodni za razvoj vjerskog turizma. Čist i nezagađen okoliš predstavlja povoljne uvjete za razvoj eko-turizma, a također je potrebno i napomenuti bogati autentičnu i tradicionalnu gastronomsku ponudu i održavanje raznih gastronomskih događanja (kobasicijada, fišijada, grahijada, sarmijada...).

3. Nedostatak kvalitetnih smještajnih objekata

Osim niskog broja smještajnih kapaciteta, na području Grada nedostaju kvalitetni smještajni objekti. Unutar prvog prioriteta i područja intervencije razvoja turizma u Gradu, planirana je obnova kompleksa Prandau-Mailath i prenamjena u turističku atrakciju sa smještajnim kapacitetima. Osim navedenog, na području Grada će se izgraditi kampovi s mobilnim kućicama, lovačke kuće, hotel i hostel.

4. Niska razina popunjenosti smještajnih kapaciteta

Niska popunjenost smještajnih kapaciteta izazov je s kojim se ne suočava samo Grad Donji Miholjac već i općenito sektor turizma u Hrvatskoj. Glavni razlog niske popunjenosti se sastoji u turističkoj ponudi koja nije cjelogodišnja, a popunjenost je najviše tijekom ljetne sezone te opada u ostalim sezonama. Sukladno navedenom, u Gradu je potrebno razviti ponudu koja će osigurati produženi turizam tijekom cijele godine. Grad Donji Miholjac bogat je materijalnom i nematerijalnom baštinom koja predstavlja veliki potencijal za razvoj turizma tijekom cijele godine.



Tržište turističkih usluga se snažno mijenja pod utjecajem različitih društvenih i tehnoloških trendova. Niske cijene zračnog prijevoza utjecale su na rast dalekih putovanja. Turisti koji dolaze u Europu iz prekomorskih zemalja, osobito Azije i Amerike, kreiraju potražnju za posebnim oblicima turizma. Kontinentalni i "shopping" turizam je u porastu. Također raste broj putnika koji putuju u druge zemlje zbog medicinskih tretmana. Broj posjetitelja muzeja i kulturnih događaja doseže u proteklm godinama svoje povijesne vrhunce. U procesu izrade strateških planova potrebno je prepoznati ove trendove i prilagoditi strukturu lokalne turističke ponude.

3.1. Globalni turistički trendovi

Turizam je jedan od najznačajnijih sektora u gospodarstvu EU. Ovaj sektor sudjeluje u europskom bruto domaćem proizvodu s oko 3,5%. U europskom turizmu je direktno zaposleno oko 3,0 milijuna ljudi. Međutim, pod pritiskom općih društvenih i tehnoloških promjena, turizam se ubrzano mijenja. Neki od tradicionalnih oblika turizma i turističke potrošnje kakve smo poznavali u 20. stoljeću, poput ljetnog turizma ("sunce i more"), gube relativni značaj u ukupnoj turističkoj potražnji. Na razvoj turizma će bitno utjecati sljedeći opći trendovi:

1. **Turizam i održivost** - velike promjene u općem razumijevanju potrebe za zaštitom okoliša, rastući interes za autentičnim doživljajima, lokalnom i neobrađenom hranom te *do-it-yourself* ponašanje potrošača snažno utječu na promjene u turističkoj potražnji,
2. **Turizam i kulturno-povijesna baština** - postoji jasni trend i rastuća potražnja za ne-tradicionalnim i alternativnim turističkim destinacijama,
3. **Turizam i ruralni prostor** - sve je izraženiji interes turista za ruralnim sredinama, lokalnim događajima i sudjelovanju u poljoprivrednim radovima,
4. **Turizam i zdravlje** - zdrav način života (zdravstvena preventiva), putovanja radi medicinskih tretmana i rehabilitacije nakon doživljenih trauma,
5. **Turizam i sport** - sportski događaji postaju rastući turistički segment,

-
- 6. Turizam i tehnologije** - nove komunikacijske tehnologije su tektonski promijenile komunikacijsku kulturu, poslovne modele u turizmu, prodaju turističkih aranžmana i odnose između pružatelja i korisnika turističkih usluga.

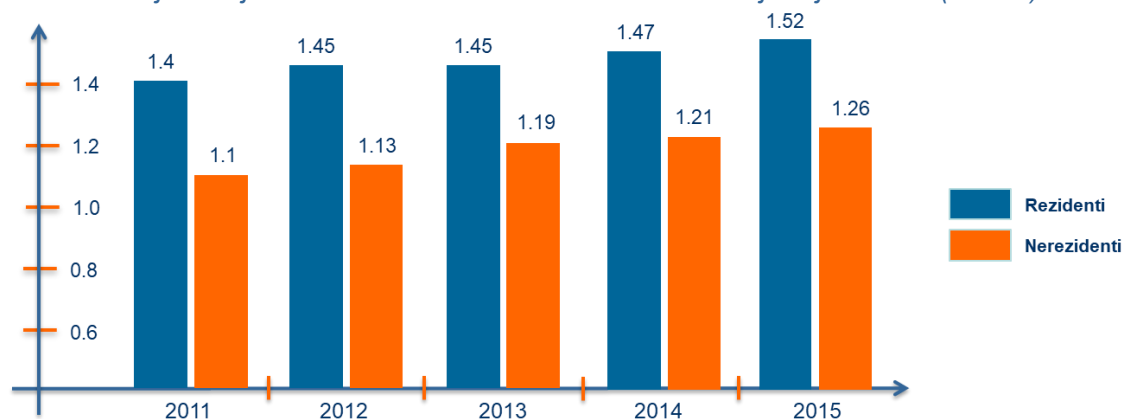
Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine u globalnom turizmu prepoznaje sljedeće trendove:

- Otvaranje novih tržišta,
- Penetracija na nova geografska tržišta i privlačenje novih tržišnih segmenata kupaca različitih demografskih i psihografskih profila,
- Razvoj proizvoda,
- Unapređenje postojećih i stvaranje novih proizvoda,
- Zauzimanje okolišno odgovorne pozicije,
- Proaktivan odnos prema očuvanju prostora, bioraznolikosti, prirodnih i društvenih resursa,
- Razvoj novih komunikacijskih i prodajnih vještina,
- Korištenje stalno rastućih mogućnosti i sve veće razine tržišne penetracije novih informacijskih tehnologija,
- Razvoj novih inovacija postojećih poslovnih i upravljačkih modela,
- Umrežavanje razvojnih dionika i strateško upravljanje na destinacijskoj razini.

U Europskoj uniji prisutan je rastući trend broja noćenja u turističkim smještajima, kako rezidenata tako i nerezidenata. U 2015. godini zabilježeno je ukupno 2,78 mlrd. noćenja od čega 1,52 mlrd. čine rezidenti, a 1,26 mlrd. nerezidenti. U obuhvaćenom razdoblju od 2011. do 2015. godine broj noćenja nerezidenata brže je rastao u odnosu na noćenja rezidenata.



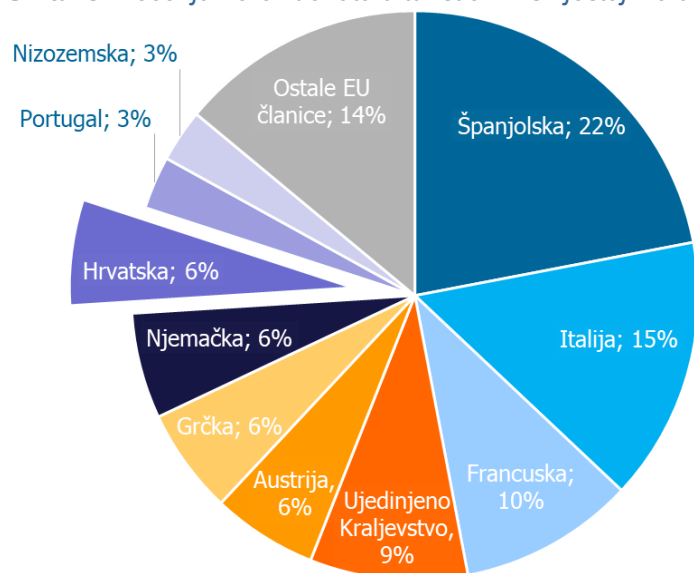
Slika 14: Broj noćenja rezidenata i nerezidenata u turističkim smještajima u EU (u mlrd.)



Izvor: Statista

Hrvatska je jedna od zemalja članica EU s najvećim udjelom broja noćenja nerezidenata u turističkim smještajima u 2016. godini (Slika 15). Španjolska zauzima najveći udjel broja noćenja nerezidenata u turističkim smještajima s udjelom od 22% te ju slijedi Italija s 15%. Hrvatska je među top 8 zemalja po udjelu noćenja nerezidenata, a u 2016. godini udio je iznosio 6%.

Slika 15: Noćenja nerezidenata u turističkim smještajima u EU



Izvor: Eurostat



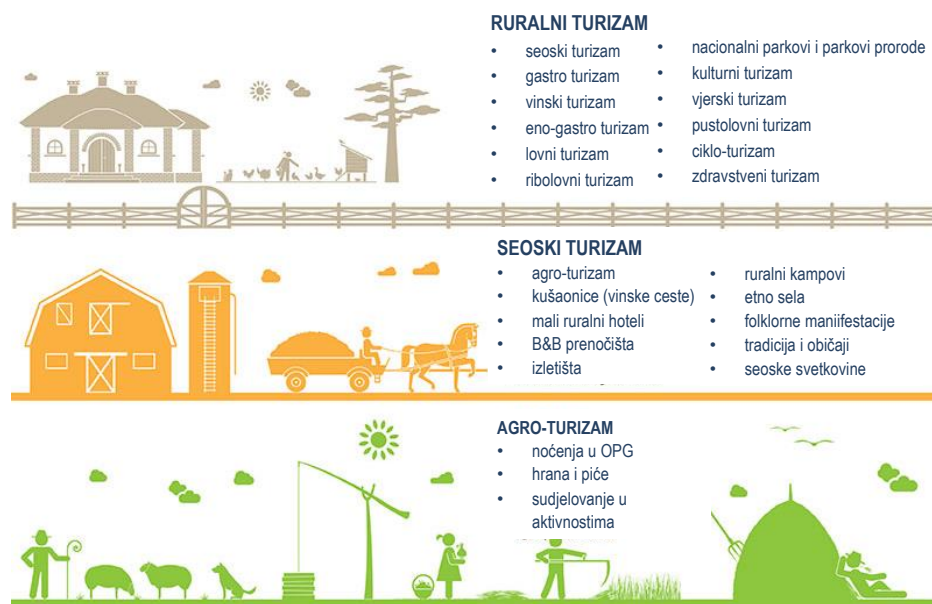
Ruralni turizam

Ruralni turizam se u literaturi različito definira, ali se najčešće povezuje s turističkim putovanjima u ruralna područja koja turistima pružaju različite doživljaje i iskustva:

- Uživanje u očuvanoj prirodi i prirodnim ljepotama područja izvan gradova,
- Autentični doživljaji života u ruralnim područjima,
- Uživanje u autentičnoj hrani i piću,
- Doživljaj susreta s domaćim životinjama,
- Doživljaj praćenja divljih životinja i ptica,
- Uživanje u mogućnostima pješaćenja i bicikliranja kroz očuvanu prirodu,
- Doživljaj tradicionalnih običaja i svetkovina,
- Iskustvo sudjelovanja u poljodjelskim poslovima.

Turizam u ruralnim područjima sadrži različite oblike turističke ponude i aktivnosti (Slika 16). Seoski turizam obuhvaća turističke aktivnosti u ruralnim sredinama u užem smislu. Pojam eko-turizam obuhvaća samo turističke djelatnosti obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava - OPG-ova.

Slika 16: *Struktura ruralnog turizma*



Izvor: <http://www.apartmanija.hr/zajednica/aktualno/ruralni-turizam>, prilagodba T&MC Group

Ruralni turizam aktivno uključuje lokalne zajednice i lokalno, seosko stanovništvo te donosi koristi budući da se temelji na očuvanju prirodnog i kulturnog naslijeđa. Ruralni turizam također povećava kvalitetu života i opće blagostanje ruralnih područja.

Tablica 2: *Tipovi smještaja, aktivnosti i atrakcija koje zanimaju ruralne turiste*

Smještaj	Aktivnosti	Atrakcije
Kampovi, mobilne kućice	Promatranje životinja	Arheološka nalazišta
Smještaj u seoskim kućanstvima	Bicikliranje	Kulturni centri
Manji B&B pansioni	Jahanje konja	Kulturne-povijesne građevine
Mali ruralni hoteli	Kuharske radionice	Kulturno-umjetničke priredbe
Smještaj na farmama	Plovidba čamcima	Lokalne manje tvornice i obrti
Lovačke kuće	Lov i ribolov	Lokalne tržnice
	Sportske aktivnosti, plivanje	Plantaže
	Pješačenje	Muzeji
	Obilazak, npr. vinskih podruma	Tematski i divlji parkovi

Izvor: Studija Ministarstva vanjskih poslova UK o ruralnom turizmu, prilagodba T&MC Group

Turisti koji posjećuju ruralna područja vrlo često sudjeluju u lokalnim aktivnostima, zanimaju se za stil života na selu, tradiciju i običaje u lokalnim zajednicama (Tablica 2). Oni često koriste smještajne kapacitete kod seoskih kućanstava te spajaju svoj boravak u kućanstvima sa seoskim aktivnostima i događajima na selu. Turisti također preferiraju nedirnute prirodne resurse, autentičnu lokalnu gastronomiju i događaje.

Prosječna popunjenost smještajnih kapaciteta u ruralnom turizmu se u EU kreće između 40-50%. Prosječna popunjenost smještajnih kapaciteta u Hrvatskoj zbog prevladavajućeg ljetnog turizma iznosi 31%.

Ruralni turisti su općenito:

- Bolje obrazovani i informirani,
- Imaju iskustva putovanja,
- Dolaze iz socio-ekonomskih skupina s višim i visokim dohodima.

U smislu demografske segmentacije ruralni turisti mogu se podijeliti na četiri skupine:

- Stariji turisti u dobi između 50-75 godina - najveći segment ruralnih turista,
- Etablirani - turisti s višim primanjima u dobi između 40-50 godina, s najvišim dnevnim budžetima,
- Performeri - turisti s uspješnim karijerama u dobi između 30-40 godina, orijentirani na digitalne medije,



- Mlađi turisti u dobi između 18-30 godina, prema ponašanju često ne-konformisti i ne-materijalisti, s manjim dnevnim budžetima.

U novije vrijeme snažno raste interes europskih ruralnih turista za destinacijama koje mogu ponuditi mogućnosti bicikliranja i šetnje. Njemački i nizozemski turisti su posebno zainteresirani za ove mogućnosti ruralnog turizma.

Nezagađen okoliš i prirodne ljepote su također vrlo važan motiv putovanja ruralnih turista. Za europske ruralne turiste je iznimno važna sigurnost destinacije putovanja i zaštite njihova zdravlja. Posebno im je važna politička stabilnost u ruralnim područjima.

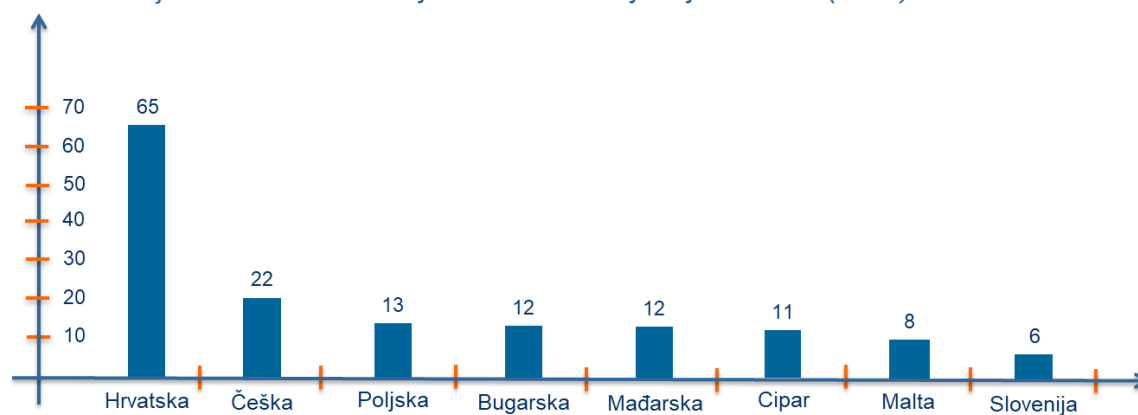
Europski turisti su općenito, pa tako i ruralni turisti, osjetljivi na odnos cijene i kvalitete turističkih usluga. Međutim, budući da ruralni turisti dolaze iz imućnijih društvenih segmenata, oni će biti spremni prihvatiti više cijene ako te više cijene jamče odgovarajuću kvalitetu. Posebno se pazi na: kvalitetu doživljaja, kvalitetu smještaja i higijenu, kvalitetu organizacije, ljubaznost pružatelja usluga, kvalitetu hrane.

U pogledu smještaja, ruralni turisti preferiraju autentičan smještaj u lokalnoj zajednici, kampove i manje lokalne hotele. Međutim, sve više su osjetljivi na kvalitetu tog smještaja i preferiraju smještaj u jedinicama više kategorije.

Sve je veća popularnost agro-turizma, odnosno boravka na autentičnim farmama koje odražavaju stil života lokalnog stanovništva. Turisti koji biraju ovakav smještaj vrlo rado prihvaćaju sudjelovanje u farmerskim poslovima oko stoke, žetvi usjeva i berbi poljoprivrednih proizvoda.



Slika 17: Broj međunarodnih noćenja u turističkim smještajima - NMS (u mil.)



Izvor: Eurostat

Promatrajući nove članice EU, Hrvatska je uvjerljivo vodeća prema broju međunarodnih noćenja u turističkim smještajima. U 2015. godini Hrvatska je zabilježila 65 mil. noćenja u turističkim smještajima, a Češka je druga s 22 mil. noćenja.

Slika 18: Atraktivnost ponuđenih usluga u ruralnom turizmu



Izvor: Grgić, I., prilagodba T&MC Group

U ruralnom turizmu prisutni su sljedeći trendovi:

- Upoznavanje različitih načina života

Definira se u znatiželji turista za novim iskustvima i doživljajima. Osim interesa ljudi za luksuznim proizvodima i doživljajima, sve se više pojavljuje znatiželja prema mirnijim i jednostavnijim iskustvima, npr. boravak u seoskom okruženju.

- Bliskost ljudima, kulturi, prirodi

Želja za upoznavanjem ljudi različitih profila i veća potreba za bijegom iz urbanih, užurbanih sredina u mirnije krajeve i boravak u prirodi.

- Smještaj i prehrambeni trendovi (tradicijske vrijednosti)

Iskustvo tradicionalnih običaja kroz smještajne kapacitete i kroz uživanje u tradicionalnim jelima raznih krajeva.

- Rekreacija (raznolikost ponude / aktivnosti)

Važno je omogućiti turistima ponudu raznovrsnih aktivnosti na otvorenom, npr. jahanje. Također je potrebno omogućiti radionice unutar objekata, npr. sudjelovanje u pripremi domaćih jela.

- Izravna prodaja poljoprivrednih proizvoda

Mogućnost kupnje domaćih proizvoda je izuzetno važno za potpuni doživljaj i zadovoljstvo turista određenim krajem.

- Znanje i prijateljstvo (gostoljubivi domaćini)

Važno je da se turisti ugodno osjećaju tijekom svoga boravka. Time se stvara povjerenje i mogućnost ponovnog dolaska kao i davanja pozitivnih preporuka novim potencijalnim turistima.

- Čist okoliš i lijep krajolik

Temelj uspješne i produktivne turističke ponude.

Gastronomija i ruralni turizam

Ponuda autentičnih lokalnih jela i pića ima posebno značenje u ruralnom turizmu. Turisti koji biraju ruralni prostor kao cilj svojih putovanja često su i gastronomski turisti, te očekuju ponudu lokalnih jela i pića koja odražavaju kulturu i običaje tog prostora. Nedavno provedena istraživanja u susjednim državama u panonskoj nizini (Kalenjuk, 2015) pokazuju kako u više od 90% slučajeva ruralni turisti preferiraju lokalna i nacionalna u odnosu na internacionalna jela. Ovakvo ponašanje ruralnih turista je različito od ponašanja i očekivanja tradicionalnih turista koji ljetuju uz morsku obalu i koji preferiraju međunarodna jela, brzu i gotovu hranu te hranu kakvu konzumiraju kod kuće. Postoje različite definicije gastronomskog turizma. Najčešće se tako spominje eno-gastro turizam, kulinarski turizam i turizam kulinarske kulture. Gastro turizam, međutim ne smije poistovjećivati s agro-turizmom. Gastro turizam je podoblik kulturnog turizma jer je kulinarstvo dio



opće kulture. Agro-turizam je poseban oblik ruralnog turizma. Međutim gastro-turizam i ruralni turizma, odnosno agro-turizam su usko međusobno povezani.

Istraživanja pokazuju (McKercher *et al*, 2008) da autentična lokalna jela imaju iznimno važan utjecaj na ruralni i gastronomski turizam. Posebnu važnost imaju hladna i topla predjela, autentična jela od mesa ili ribe te lokalni autentični deserti. Gastronomski užitci u tom smislu opredjeljuju jedan dan prosječnog turista. Veliki dio turističkog iskustva se tako odnosi na uživanje u jelima i pićima. Postojanje autentične gastronomske ponude u ruralnom turizmu jedan je od činitelja zbog kojih se opredjeljuje ponovni turist te je činitelj ukupne uspješnosti jedne turističke destinacije.

Oznake izvornosti i autentičnosti

U većini turistički razvijenih zemalja EU su uvedeni mehanizmi zaštite ruralne gastronomije i označavanja autentične hrane i pića posebnim certifikacijskim oznakama poput PDO (*Protected Destination of Origin* - zaštićeno porijeklo proizvoda), PGI (*Protected Geographic Indication* - zaštićeno geografsko porijeklo proizvoda), DOC (*denominazione di origine controllata* - proizvod kontroliranog porijekla) i dr. Označavanje izvornosti i autentičnosti proizvoda se danas koristi kao snažan marketinški instrument za privlačenja gastro-turista (Slika 19).

Slika 19: Oznake izvornosti i autentičnosti

Europske oznake izvornosti



Izvor: T&MC Group

Hrvatske oznake izvornosti



Francuska ima, primjerice, posebnu strategiju za razvoj lokalne autentične gastronomije koja rješava mnoge probleme u ruralnim područjima, osigurava prodajne kanale za lokalne proizvode i zadržava dodanu vrijednost u ruralnom prostoru. Lokalna gastronomija u Francuskoj privlači brojne gastro i ruralne turiste koji su u potrazi za posebnim doživljajima uživanja u vrhunskim jelima i vinima. Posebna organizacija "Turizam

u ruralnim područjima” u Francuskoj koordinira različite interese zainteresiranih strana u ruralnom turizmu: od regionalnih proizvođača vina, proizvođača sireva, udruga vlasnika restorana i smještajnih kapaciteta do jedinica lokalne samouprave. Ova krovna organizacija, u suradnji s lokalnim organizacijama i udrugama organizira festivale, sajmove i druge događaje koji privlače turiste. Udruga ”Ruralni turizam” objavljuje posebne vodiče kroz restorane koji nude autentična jela u ruralnim sredinama francuskih regija. U tim vodičima mogu biti uvrštena samo ponuda koja je prošla odgovarajuću certifikaciju ”identiteta i autentičnosti”.

Hrvatska ima deset proizvoda zaštićenih oznakama izvornosti na razini EU-PDO oznakama:

1. Ekstra djevičansko maslinovo ulje Cres
2. Neretvanska mandarina
3. Ogulinski kiseli kupus / Ogulinsko kiselo zelje
4. Istarski pršut / Istarski pršut
5. Krčko maslinovo ulje
6. Korčulansko maslinovo ulje
7. Paška janjetina
8. Šoltansko maslinovo ulje
9. Varaždinsko zelje
10. Slavonski med

Oznakom zemljopisnog porijekla je do sada zaštićeno deset proizvoda – PGI oznake:

1. Krčki pršut
2. Baranjski kulen
3. Lički krumpir
4. Drniški pršut
5. Dalmatinski pršut
6. Poljički soparnik / Poljički zeljanik / Poljički uljenjak
7. Zagorski puran
8. Slavonski kulen / Slavonski kulin
9. Slavonska kobasica



10. Međimursko meso 'z tiblice

Dakle, samo je slavonski med do sada zaštićen europskim oznakama izvornosti na području Slavonije i Baranje. Slavonski kulen / kulin i baranjski kulen su proizvodi zaštićeni oznakom zemljopisnog porijekla. Nekoliko autentičnih hrvatskih regionalnih proizvoda je u procesu registriranja.

Ponuda hrane i pića, koja se mogu zaštititi oznakama izvornosti i geografskog porijekla, odnosno ukupan gastronomski doživljaj, iznimno su važna sastavnica ruralnog turizma.

3.2. Turizam u široj destinaciji panonske nizine

Na području panonske nizine turizam postaje sve značajnija destinacija. U austrijskoj pokrajini Burgenland (Gradišće) turizam je nedvojbeno najsnažnija gospodarska grana. Turizam je u Mađarskoj tradicionalno snažan, posebno zdravstveni turizam koji ima stoljetnu tradiciju. Slovačka, Rumunjska i Slovenija u svojim panonskim pokrajinama također razvijaju ponudu kontinentalnog turizma. Kružna putovanja po Dunavu sve su popularnija i privlače veliki broj turista iz EU i izvan - europskih zemlja. Turisti iz SAD su najbrojniji putnici. Turistička ponuda u sjevernoj pokrajini susjedne Srbije doživljava veliki razvoj u proteklom desetljeću.

Turistička ponuda u Slavoniji i Baranji se tek počinje razvijati, budući da su dosadašnje strategije razvoja turizma u Republici Hrvatskoj i mjere intervencije središnje države u ovom gospodarskom sektoru bile usredotočene na morski turizam. Razvoj turističke ponude u Baranji predstavlja pozitivan primjer.

Turistički trendovi u susjednim zemljama će u budućnosti postupno stvarati tzv. turistička kognitivna sidra u području Panonske nizine te na taj način imati utjecaj na razvoj turizma u Slavoniji i Baranji te grada Donjeg Miholjca.

Ovdje navodimo nekoliko primjera razvoja turističke ponude u Panonskoj nizini.



Etno selo Karanac (Baranja, Hrvatska)



Fotografija: Turistička zajednica OBŽ

Seosko naselje Karanac u Općini Kneževi Vinogradi, Baranja, Osječko-baranjska županija, postalo je prepoznatljivo po autentičnoj ponudi seoskog turizma. Naselje s oko 1.000 stanovnika danas svoju lokalnu ekonomiju temelji na turizmu. Brojne seoske kuće su preuređene u smještajne kapacitete i ugostiteljske objekte te objekte agro-turističke i gastronomske ponude. Karanac pruža autentični doživljaj baranjskog (panonskog sela) s živopisnom tradicijskom arhitekturom.

Neusiedler See, Burgenland (Austrija)



Fotografija: Neusiedler See Tourismus GmbH

Područje oko jezera Neusiedler See u sjevernom dijelu austrijske pokrajine Burgenland (Gradišće), na granici s Mađarskom u protekla dva desetljeća snažno razvija vrlo zanimljivu turističku ponudu koja privlači veliki broj turista. Tijekom 2017.g. ovo je turističko područje, površinom usporedivo s Baranjom, zabilježilo 1.577.114 noćenja, odnosno 51% svih noćenja u Gradišću. Turistička ponuda obuhvaća kampove, agroturističke objekte, *Pannonian Living* rezidencije, male obiteljske hotele i St. Martins Spa & Lodge, jedan od najatraktivnijih spa hotela u Panonskoj nizini. Većinu novih investicija u turističke objekte i infrastrukturu su sufinancirali fondovi EU za ruralni razvoj te nacionalni i pokrajinski fondovi regionalnog razvoja.

Panonsko selo – Općina Moravske Toplice (Slovenija)



Fotografija: Panonsko selo

Panonsko selo nalazi se u selu Tešanovci u neposrednoj blizini Moravskih Toplica (Prekomurje) i najvećeg golf terena u Sloveniji. Selo se sastoji od 10 replika autentičnih panonskih kuća koje povezuje komfor visokog standarda, jedinstven stil, ekološki materijali, ručno rađeni namještaj i eco-friendly sustav grijanja. Osim gastronomske ponude, turistima se nudi niz zabavnih i komercijalnih sadržaja. Smještajni kapaciteti opremljeni su mini kuhinjom sa mikrovalnom pećnicom i hladnjakom, bračnim i običnim krevetima te kupaticom.

Panonski agro-turizam - Koroknai Porta (Mađarska)

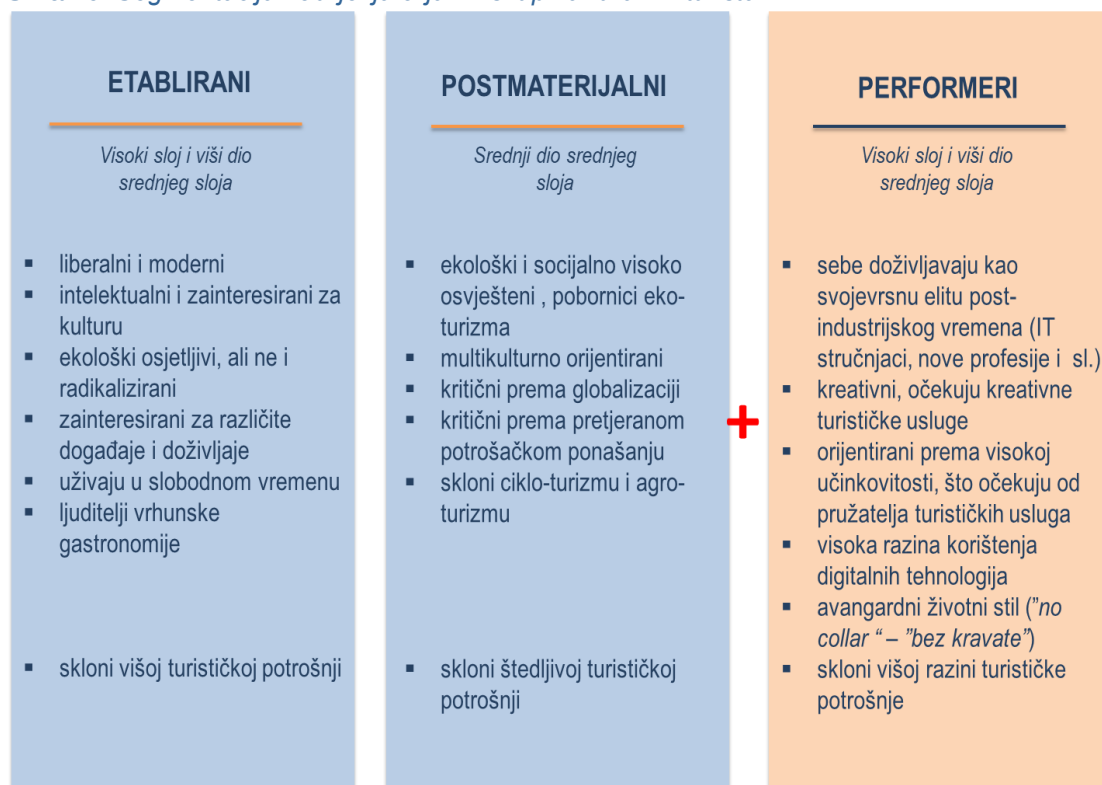


Agro-turizam se u Panonskoj nizini ubrzano razvija u Austriji, Mađarskoj i Rumunjskoj. Koroknai Porta u selu Barand, istočna Mađarska, je jedan od najpoznatiji mađarskih agro-turističkih objekata u vlasništvu obitelji Koroknai koja se aktivno bavi poljodjelstvom. Farma raspolaže s nekoliko dvokrevetnih soba i jednim apartmanom. Posjetitelji na internetskim portalima ocjenjuju ovaj agro-turizam s vrlo visokih 8,9 od 10 bodova.

3.3. Segmentacija tržišta potražnje za turističkim proizvodima destinacije

Imajući u vidu potencijale razvoja ruralnog turizma u Hrvatskoj, pa tako i Grad Donji Miholjac, postavlja se pitanje iz kojeg socijalnog okruženja i iz kojih emitivnih tržišta mogu doći posjetitelji i turisti na područje Grada? Koje bismo ciljne grupe potencijalnih turista i ciljna tržišta trebali promatrati te na njih usmjeravati marketinške aktivnosti?

Slika 20: Segmentacija i obilježja ciljanih skupina ruralnih turista



Izvor: Studija "Generiranje dodane vrijednosti kroz turizam u pokrajini Gradišće", Kreutzer, Fischer & Partner (2015), prilagodba T&MC Group

Istraživanja koja su nedavno provedena u austrijskoj pokrajini Gradišće, koja se nalazi u panonsko-podunavskoj makro-regiji kontinentalne Europe te koja je po prirodnim potencijalima slična hrvatskoj regiji Slavonija i Baranja, pokazuju (Slika 20) da većina turista dolazi iz okruženja "etabliranih" i "postmaterijalnih" segmenata turističkog emitivnog tržišta. Ova dva okruženja zajedno obuhvaćaju oko 18% kućanstava i građana EU te za kontinentalne, panonsko-podunavske turističke regije predstavljaju najvažnije ciljne



skupine turista. Turistička ponuda u Gradišću, Mađarskoj, slovenskom Prekomurju, Slovačkoj i rumunjskom Banatu snažno prilagođava ovim ciljnim skupinama.

Ovim se segmentima turističkog tržišta pridružuju "performeri" (oko 9% stanovnika EU), dakle visokoučinkoviti profesionalci u post-industrijskom vremenu, koji su vrlo skloni novim tehnologijama i medijima te kreiraju na internetu svoje recenzije ("Testimonials") što može dodatno pojačati potražnju za određenom destinacijom. "Performer" svojom aktivnošću na novim medijima privlače pozornost i prve dvije skupine turista te na taj način proizvode multiplikacijske učinke. Turisti iz ovog segmenta turističke potražnje također postavljaju vrlo visoke zahtjeve prema ponuđačima turističkih proizvoda i usluga u pogledu učinkovitosti i kvalitete usluga, očekujući ekskluzivne, autentične i trendovske, ponekad eksperimentalne turističke proizvode i usluge. Turisti iz ova tri gornja tržišna segmenta dolaze u panonsko-podunavsku regiju iz Njemačke, Austrije, Švicarske, Češke, Slovačke i Mađarske.



Analiza općih turističkih trendova, trend povećavanja broja posjetitelja i noćenja u panonsko-podunavskoj regiji te pratećih pozitivnih trendova u ruralnom turizmu i primjeri dobre prakse predstavljaju osnovicu za programiranje razvoja turizma u Gradu Donjem Miholjcu za razdoblje 2017.–2027.g.

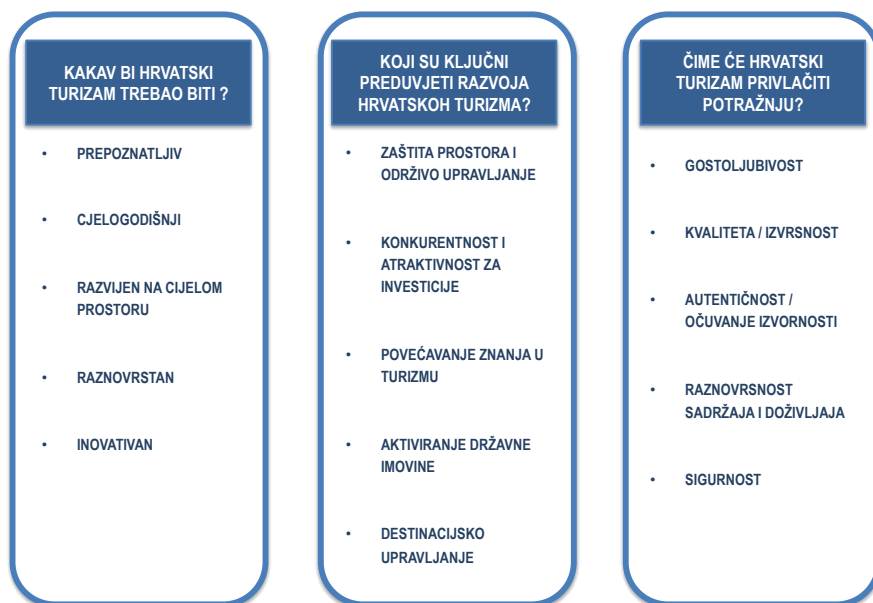
Kao što je naglašeno u ovom dokumentu, najveća slabost turizma na području Grada je nedostatak smještajnih kapaciteta. Ovom se strategijom predviđa ubrzani razvoj ove gospodarske djelatnosti u gore navedenom strateškom horizontu.

Grad će u okvirima ove strategije samostalno i u partnerstvu s privatnim sektorom pokretati implementacijske projekte koji će biti sufinancirani iz EAFRD i drugih europskih izvora.

4.1. Vizija i ciljevi razvoja turizma na području Grada

Vizija razvoja turizma Grada Donjeg Miholjca predstavlja idealno stanje koji bi pozitivno utjecalo na sveukupan razvoj Grada. Vizija omogućuje koordinirano djelovanje Grada, institucija javnog sektora, privatnih poduzetnika, građanskih udruga i pojedinaca u realizaciji željenog stanja Grada u budućnosti. Postavljena vizija temelj je za definiranje strateških ciljeva turizma u Gradu Donjem Miholjcu do 2027. godine. Vizija razvoja turizma Grada Donjeg Miholjca se temelji na odrednicama koje su definirane u Strategiji razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine.

Slika 21: Sustav vrijednosti i vizije razvoja turizma Republike Hrvatske



Izvor: Strategija razvoja turizma RH do 2020.

Nastavljeno na viziju razvoja turizma u Republici Hrvatskoj te analizi trendova u kontinentalnom i posebno ruralnom turizmu u srednjoj Europi, panonsko-podunavskoj regiji te Slavoniji i Baranji, ovom se strategijom postavlja sljedeća temeljna vizija razvoja turizma u Gradu:

”Grad Donji Miholjac će se razvijati kao prepoznatljiva turistička destinacija u Slavoniji i Baranji, koja će privlačiti svojom bogatom kulturno-povijesnom baštinom, prirodnim atrakcijama i očuvanim okolišem, autentičnom gastronomskom ponudom i gostoljubivošću svojih stanovnika”

Glavni ciljevi koji se žele postići implementacijom ove strategije su prije svega razvoj turističke djelatnosti na području Grada koja bi osigurala zadržavanje velikog dijela novostvorene vrijednosti kroz povezivanje lokalne turističke potrošnje i lokalne proizvodnje, stvarala nova radna mjesta i postala pokretač ubrzanog općeg socio-ekonomskog razvitka.

Ciljevi razvoja turizma Grada Donjeg Miholjca do 2027. godine baziraju se na definiranoj viziji Grada i predstavljaju skup zadataka koje je potrebno ispuniti u svrhu uspješne provedbe strategije razvoja turizma (Slika 22).



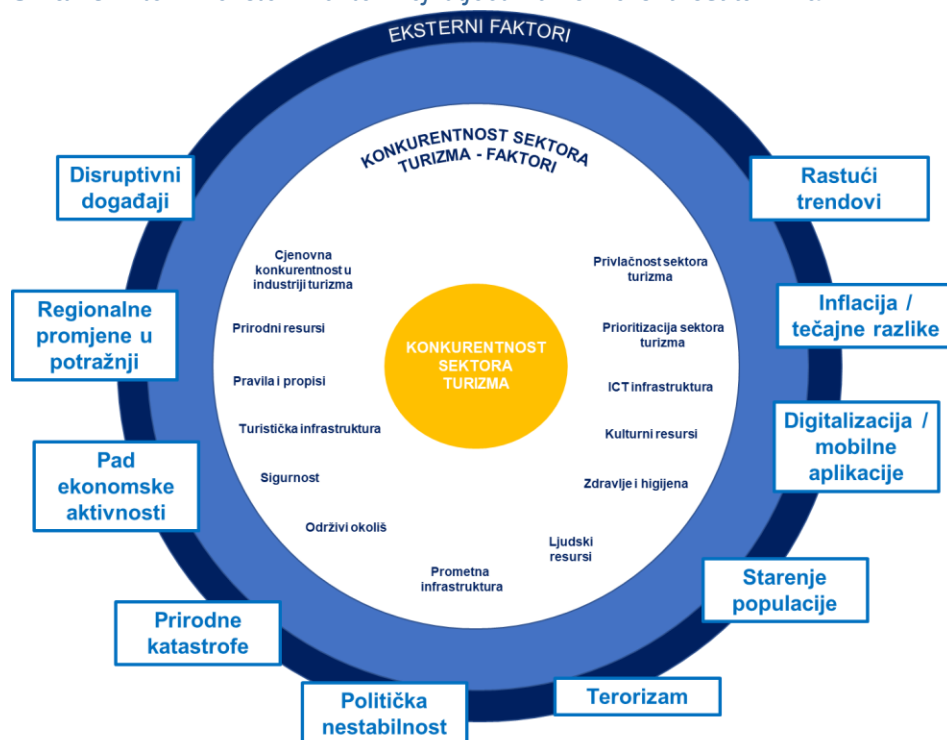
Slika 22: Strateški ciljevi razvoja turizma na području Grada



4.2. Ključni činitelji uspjeha

Uspjeh turističke destinacije mora biti usredotočen na najvažnije faktore konkurentnosti, a evaluacija uspjeha turističke destinacije provodi se kroz inpute i outpute, komparativne i konkurentne prednosti te kroz mišljena svih interesnih dionika koji su povezani sa sektorom turizma. U novije razdoblje, sektor turizma zabilježio je značajne promjene, a na konkurentnost turizma najviše su utjecali eksterni faktori prikazani na Slici 23. S obzirom na interne faktore konkurentnosti sektora turizma, najvažnije stavka su razvoj turističke infrastrukture i postojanje prometne infrastrukture što omogućuje privlačenje posjetitelja u turističku destinaciju. Kada govorimo o materijalnoj i nematerijalnoj baštini, prirodni i kulturni resursi predstavljaju veliki potencijal za razvoj turizma. Osim navedenog, ostali faktori koji utječu na konkurentnost su: privlačnost i prioritizacija sektora turizma, ICT infrastruktura, ljudski resursi, cjenovna konkurentnost, pravila i propisi, sigurnost, održivi okoliš te zdravlje i higijena.

Slika 23: Interni i eksterni faktori koji utječu na konkurentnost turizma



Izvor: Bozz & Company, prilagodba T&MC Group

S obzirom na faktore koji utječu na sektor turizma, za Grad Donji Miholjac potrebno je odrediti konkurentske prednosti na kojima će se temeljiti turistički razvoj. U Tablici 3 prikazane su konkurentske prednosti i nedostaci Grada kao turističke destinacije:

Tablica 3: Konkurentske prednosti i nedostaci turističke destinacije

Konkurentske prednosti	Konkurentski nedostaci
▪ Lokacija (područje Slavonije) ▪ Povezanost s glavnim prometnim pravicima ▪ Blizina zračnih luka (Osijek, Pečuh) ▪ Prirodne ljepote i atrakcije, očuvan okoliš ▪ Bogata kulturno-povijesna baština ▪ Autentična gastronomska ponuda i zbivanja ▪ Prirodni resursi	▪ Nedovoljna razvijenost turističke ponude i turističkih proizvoda ▪ Nedostatak smještajnih kapaciteta ▪ Niska iskorištenost baštine u turističke svrhe ▪ Nedovoljno razumijevanje lokalnih OPG-a o mogućnostima razvoja agro-turizma

5.1. Strateški koncept turističke destinacije Donji Miholjac do 2027.

Strategija razvoja turizma u Gradu temelji se na strateškom konceptu s četiri glavna područja turističkih doživljaja i iskustava, kako je to prikazano u Slici 24.

Slika 24: *Strateški koncept razvoja turističke ponude u Gradu*



Izvor: T&MC Group

Prirodne ljepote

Grad Donji Miholjac bogat je prirodnim ljepotama i očuvanim okolišem. Na području Grada nalaze se ribolovno-sportska područja i ribnjaci koji su pogodni za razvoj turizma, a također je potrebno spomenuti i rijeku Dravu. Osim navedenog, na području Grada postoji zaštićeno područje ekološke mreže Natura 2000 te zaštićeni ornitološki rezervat posebnog značaja zbog svoje jedinstvenosti, rijetkosti, reprezentativnosti, a

u rezervatu obitavaju ugrožene vrste ptica što je pogodno za razvoj turističkih aktivnosti povezanih s promatranjem životinja. S obzirom na šumska područja, na području Grada postoji šumsko područje veličine 8.665 ha kojim obitavaju različite divlje životinje i ptice što je pogodno za razvoj lovnog turizma. Zaštićeni perivoj u Gradu predstavlja veliki potencijal, a kao osnovu navedenog uresnog vrta čini pejzažni perivoj s umetnutim elementima historicizma. Krajolici na području Grada su očuvani i biološki raznoliki što predstavlja podlogu za razvoj turističkih aktivnosti povezanih s eko-turizmom.

Grad će u budućnosti svoju turističku ponudu temeljiti na prirodnim ljepotama i očuvanom okolišu na svom području.

Aktivan odmor

Turisti koji su u potrazi za destinacijama na kojima je moguć aktivan odmor predstavljaju rastući segment emitivnog turističkog tržišta. Bicikliranje, pješačenje i sportske aktivnosti postaju sastavni dio potražnje turista u ruralnim područjima.

Na području Osječko-baranjske županije postoji nekoliko uređenih biciklističkih staza. Jedna od njih prolazi kroz područje Grada Donjeg Miholjca te se preko Belišća i Općina u Baranji spaja s biciklističkim stazama u Mađarskoj.



Fotografija: Biciklistička staza u Slavoniji, MTBavantura.org

Prirodni okoliš i uređene šumske staze omogućavaju razvoj ponude pješaćenja, promatranja divljih životinja i ptica te aktivnog odmora kroz lov divljači u lovištima na području Grada koja su otvorena za turiste. Također je potrebno napomenuti i ribnjake na području Grada s društvenim domovima koji predstavljaju veliki potencijal za razvoj ribolova.

U razvoju turističke ponude Grada će biti posebno naglašen razvoj mogućnosti aktivnog odmora te će se prema ovom tipu turističke potražnje usmjeriti intervencije na strani ponude.

Kulturna baština

Kompleks dvorca Prandau-Mailath najznačajnija je kulturno-povijesna baština na području Grada, a u tijeku je projekt obnove kulturne baštine kako bi objekt postao prepoznatljivo turističko odredište u Gradu. Unutar dvorca Mailath nalazi se dvorana koja se redovno koristi za razne događaje, a navedena dvorana je također pogodna za uspostavljanje glazbenih kulturnih događaja i kulturnih seminara. Osim navedenog, također je potrebno i spomenuti orgulje u crkvi sv. Mihaela Arkandela te veliki broj sakralnih objekata na području Grada. S obzirom na kulturne manifestacije, na području Grada se redovito održavaju tradicionalne kulturne manifestacije koje svojim plesovima, pjesmama i običajima predstavljaju tradiciju svojih krajeva, a najpoznatija manifestacija je Miholjačko sijelo. Kulturne manifestacije predstavljaju odličnu podlogu za kulturnog turizma na području turizma.

Ovaj strateški koncept razvoja turizma na području Grada pretpostavlja uspostavljanje tradicije glazbenih kulturnih događaja i kulturnih seminara, a također je potrebno spomenuti uključivanje tradicije i narodnih običaja u ukupnu turističku ponudu namijenjenu ruralnim turistima.





Fotografija: Župna crkva sv. Mihaela Arkandela - unutrašnjost

Autentična gastronomija

Razvijena gastronomska ponuda je prema redovnim istraživanjima Instituta za turizam jedan od pet najvažnijih motiva dolaska turista u Hrvatsku. Potražnja turista za kvalitetom i autentičnom ponudom hrane i pića je u proteklim godinama postala izuzetno značajna komponenta ukupne turističke potražnje prema kojoj se prilagođava ponuda turističkih i ugostiteljskih usluga. Mediteranske zemlje, sa svjetski poznatom gastronomskom ponudom, ponudu hrane i pića postavljaju u samo središte svojih turističkih strategija. Gastronomski manje razvijene zemlje, poput skandinavskih zemalja, također identificiraju gastronomiju kao jedan od prioriteta u ukupnom turističkom razvoju. Švedska je tako postavila vrlo ambiciozan cilj: postati jedna od vodećih destinacija turista koji su u potrazi za vrhunskim gastronomskim doživljajima. Ovaj cilj ukupne turističke politike se oslanja na razvoj različitog autentičnog kulinarskog nasljeđa ove skandinavske zemlje. Lokalna gastronomija predstavlja identitet i tradiciju neke lokalne zajednice. Hrana i običaji oko stola integriraju ruralne turiste s lokalnom kulturom i običajima. Konzumacija jela i pića te iskustvo drugih kulinarskih tradicija snažno privlači moderne turiste koji su u stalnoj potrazi za novim doživljajima i iskustvima. Turisti se često odlučuju na kupovinu hrane i pića kao suvenire i podsjetnike na boravak u određenoj turističkoj destinaciji. Zbog svih ovih razloga autentična gastronomija postaje sve važnija sastavnica turizma općenito, posebno ruralnog turizma.

Grad se nalazi u gastronomski vrlo zanimljivom području s iznimnom raznovrsnošću tradicionalnih jela i pića. Poljoprivredne aktivnosti predstavljaju izvor kvalitetnih namirnica za proizvodnju vrhunskih kulinarskih

doživljaja. Rijeka Drava i ribnjaci omogućavaju ponudu kvalitetne riječne ribe na kojoj se temelje različita jela. Na području Grada redovito se održavaju smotre poput Kobasicijade te natjecanja u kuhanju Čobanca. Obližnja vinogorja u Feričancima, Orahovici i Požeškoj "zlatnoj" dolini nude vrhunska vina koja mogu biti dio ukupne gastronomske ponude na području Grada.



Fotografija: slavonska kobasica
Izvor: Jankovic.hr



Fotografija: slavonski čobanac od divljači
Izvor: Gastroakademija.com

Oživljavanje kulinarske tradicije i razvoj autentične gastronomske ponude jedan je od prioriteta razvoja turizma na području Grada.

5.2. Prioriteti intervencije i strateška područja djelovanja

Ostvarivanje postavljenih ciljeva razvoja turističkih aktivnosti na području Grada Donjeg Miholjca pretpostavlja intervenciju lokalne jedinice te partnerstvo između jedinice lokalne samouprave i privatnih investitora. Uvažavajući činjenicu malog broja smještajnih kapaciteta, nedostatka turističke infrastrukture i razumijevanja značenja turističkih djelatnosti za opći socio-ekonomski razvitak Grada, potrebno je definirati prioriteta područja intervencije, odnosno područja djelovanja do 2027. godine.

U okviru ove strategije se postavljaju sljedeća prioritetna područja intervencije i djelovanja s ciljem razvoja turizma na području Grada (Slika 25):

1. Razvoj turističke infrastrukture,
2. Proizvodi i marketing,
3. Upravljanje destinacijom,
4. Okvirni uvjeti za razvoj turizma.

Slika 25: Prioriteti intervencije i područja djelovanja



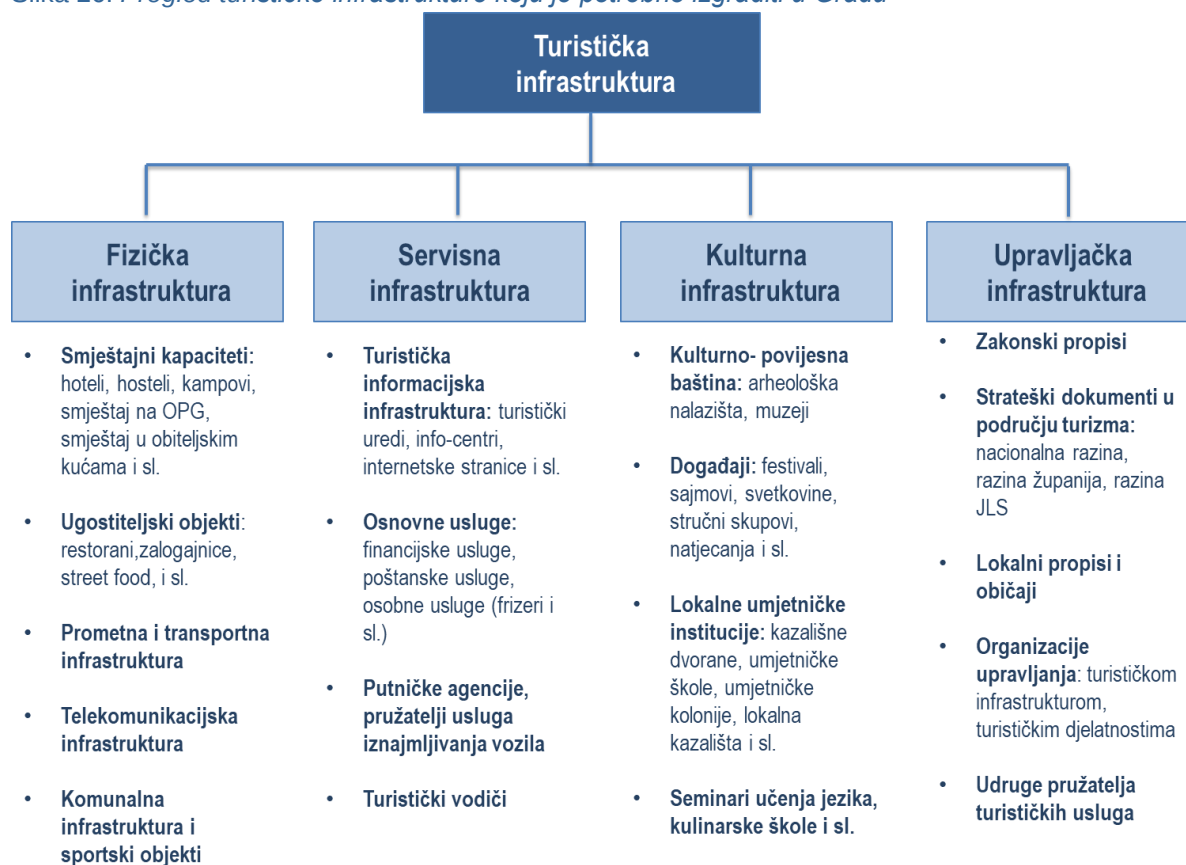
Izvor: T&MC Group

5.2.1 Razvoj turističke infrastrukture

Pod pojmom turističke infrastrukture podrazumijevamo nekretnine i usluge potrebne za razvoj nekog područja koje planira prihvatiti posjetitelje i turiste. Razvoj turističke infrastrukture je danas strateško pitanje povezano ne samo s lokalnim razvojem već i razvitkom cijelih regija. U okviru strategije razvoja na području Grada Donjeg Miholjca izgradnja osnovne turističke infrastrukture predstavlja prvi prioritet intervencije.



Slika 26: Pregled turističke infrastrukture koju je potrebno izgraditi u Gradu



Izvor: T&MC Group

Turistička infrastruktura obuhvaća fizičku, servisnu, kulturnu i upravljačku infrastrukturu (Slika 26). Fizička infrastruktura obuhvaća prometnu infrastrukturu (prometnice, lokalne ceste, biciklističke i pješačke staze, željeznički i autobusni kolodvori i sl.), smještajne kapacitete, ugostiteljske objekte, komunalnu i telekomunikacijsku infrastrukturu.

Servisna turistička infrastruktura se odnosi na organizacije koje pružaju različite usluge turistima: turističke informacije, usluge vodiča, iznajmljivanje vozila i drugih prijevoznih sredstava (npr. bicikala, kočija i sl.), financijske usluge te različite osobne usluge (npr. njega kose i tijela).

Pod pojmom kulturne infrastrukture podrazumijevamo objekte kulturno-povijesne baštine, organizacije različitih kulturnih događaja i skupova, različite kulturno-umjetničke institucije (kazališta, koncertne dvorane, umjetničke škole, umjetničke kolonije) te organizacije različitih seminara i tečajeva.



Upravljačka turistička infrastruktura i razvijanje turističkih institucija imaju poseban značaj za dugoročnu održivost turističkih djelatnosti. Na vrhu piramide upravljačke infrastrukture se nalaze propisi EU i nacionalni propisi kojima se administriraju i reguliraju turističke djelatnosti, odnosno koji utječu na razvoj turizma. Pravila koje propisuju jedinice lokalne samouprave, strateški i urbanistički planovi te lokalni običaji također predstavljaju važnu sastavnicu ukupne turističke infrastrukture. Upravljačke turističke organizacije, poput organizacija za upravljanje turističkom destinacijom, kao i različite udruge zainteresiranih za turizam su dio upravljačke infrastrukture.

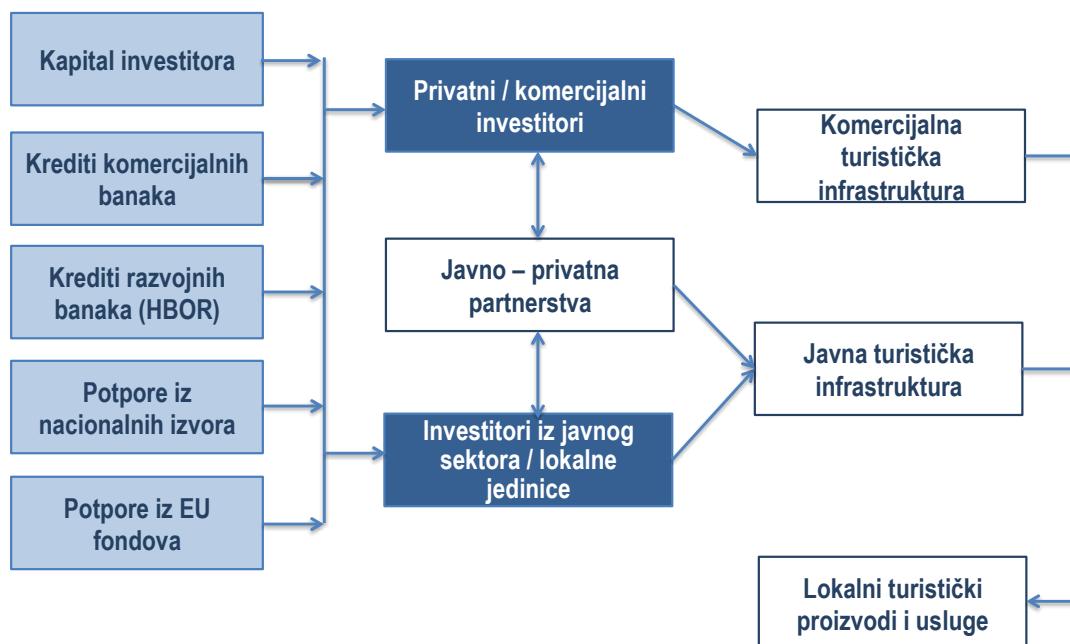
Turistička infrastruktura u Gradu Donjem Miholjcu nije dovoljno razvijena. Ova strategija predstavlja prvi korak u razvoju upravljačke komponente ukupne turističke infrastrukture. Za uspostavljanje odgovarajuće turističke infrastrukture, koja će omogućiti dugoročno održiv razvoj turizma u Gradu, potrebno je razviti turističku infrastrukturu. Ulaganja u turističku infrastrukturu su visoka te imaju duge rokove povrata. Zbog toga je potrebno planirati intervenciju i implementacijske projekte koje će pokretati Grad i kojima će se poticati ulaganja privatnog sektora.

Ulaganja u turističku, posebnu fizičku infrastrukturu su vrlo visoka, te je implementacijske projekte potrebno pažljivo planirati. Za financiranje ulaganja u turističku infrastrukturu se koriste različiti vanjski izvori te modeli partnerstva između javnog (jedinica lokalne samouprave) i privatnog sektora (komercijalnih investitora) (Slika 27).

Grad Donji Miholjac će u razdoblju do 2027.g. pokretati projekte izgradnje turističke infrastrukture sukladno ovom strateškom planu. Implementacijski projekti će biti financirani iz vlastitih izvora Grada, strukturnih i investicijskih fondova EU te kroz model javno-privatnog partnerstva.



Slika 27: Model financiranja turističke infrastrukture



Izvor: T&MC Group, prema A. Panasiuk (2007)

5.2.2 Proizvodi i marketing

Intervencije u području marketinga turističke destinacije Grada, nakon izgradnje turističke infrastrukture, predstavlja prioritetno područje djelovanja. Naime turistička infrastruktura će u pravilu ostati nedovoljno iskorištena ukoliko izostanu osmišljene i kontinuirane aktivnosti marketinga turističke destinacije.

Ovim se strateškim planom razvitka turizma na području Grada, u okviru ovog prioriteta, planira intervencijsko djelovanje u sljedećim sastavnicama integriranog marketinga turističke destinacije Grada Donjeg Miholjca:

- Razvoj glavnih turističkih proizvoda,
- Uspostavljanje stalne proizvodnje kulturnih i turističkih događaja,
- Razvoj integralnog turističkog marketinga.

Razvoj turističkih proizvoda

Ova sastavnica se odnosi na turističke usluge i turističke proizvode koje će Grad nuditi ciljanim segmentima turističkog tržišta. Razvoj turizma u Gradu će se temeljiti na općem trendu razvoja ruralnog turizma u panonsko-podunavskoj regiji. U tom smislu se može planirati da će na područje Grada, nakon razvoja temeljne turističke infrastrukture, dolaziti turisti iz segmenata turističkog tržišta koji danas dolaze u turistički razvijene ruralne prostore Panonske nizine.

Ovom se strategijom preuzima segmentacija turističkog tržišta koja je prikazana na Slici 20. Ciljani segmenti tržišta ruralnog turizma bi bili:

- Etablirani turisti s višom kupovnom moći, skloni novim turističkim iskustvima, kulturnim događajima, ljubitelji vrhunske i autentične gastronomije, skloni višoj turističkoj potrošnji,
- Postmaterijalni turisti, skloni eko-turizmu i aktivnom turizmu, multikulturno orijentirani i neskloni pretjeranoj potrošnji,
- Turisti “performer”, skloni intenzivnom korištenju novih tehnologija, konzumenti kulturnih i kreativnih turističkih proizvoda te skloni visokoj razini turističke potrošnje.



Fotografija: Biciklistička staza u austrijskoj pokrajini Burgenland / Neusiedler See
Izvor: www.burgenland.info

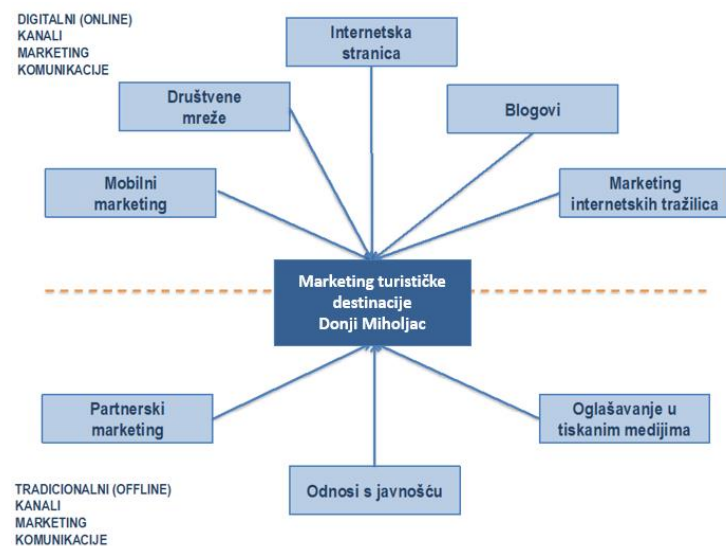
Prema gornjim segmentima tržišta, u kontekstu ove strategije, potrebno je razvijati uobičajene turističke proizvode ruralnog turizma kakvi su već zastupljeni u široj panonsko-podunavskoj regiji:

- Lovni turizam,
- Aktivan odmor (pješačenje, uživanje u prirodi, promatranje životinja i ptica, sport, sudjelovanje u lokalnim svečanostima, upoznavanje običaja i dr.),
- Agro-turizam (boravak u OPG-u),
- Eno-gastro turizam (uživanje u ponudi autentičnih jela i pića),
- Ciklo-turizam (bicikliranje).

Integrirana marketinška komunikacija

Marketinška komunikacija s ciljanim segmentima tržišta i potencijalnim posjetiteljima izuzetno je važna u ostvarivanju ciljeva strategije razvoja turizma Grada. Budući da se danas više od 55% svih putovanja rezervira kroz digitalne kanale, strategija marketinške komunikacije treba predvidjeti integraciju tradicionalnih i digitalnih kanala marketinške komunikacije (Slika 28).

Slika 28: Model integrirane marketing komunikacije za destinaciju Donji Miholjac



Izvor: T&MC Group

Za provođenje strategije integrirane marketing komunikacije turističke destinacije Donji Miholjac zadužena je Turistička zajednica Grada Donjeg Miholjca.



5.2.3 Upravljanje destinacijom

Uspostavljanje gradske organizacije koja će biti zadužena za upravljanje destinacijom, kao i umrežavanje s drugim akterima turizma na razini županije, nacionalnoj i međunarodnoj razini, predstavljaju ključne činitelje uspješnosti implementacije strategije razvoja turizma u Gradu. Zbog toga je upravljanje turističkom destinacijom i koordinacija s drugim akterima turizma postavljeno kao jedno od prioritetnih područja intervencije.

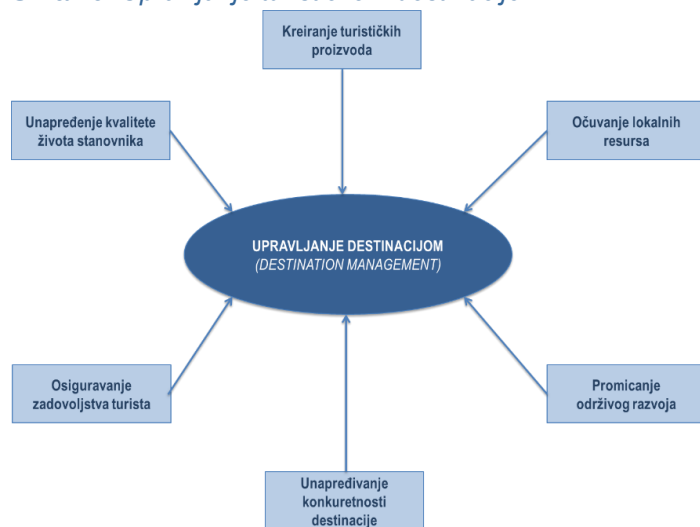
U okviru ovog prioriteta potrebno je planirati projekte i mjere u sljedećim područjima djelovanja:

- Uspostavljanje gradske organizacije za upravljanje turističkom destinacijom,
- Uspostavljanje stalne koordinacije s turističkim organizacijama i turističkim inicijativama u drugim JLS,
- Razvoj sustava turističke mobilnosti.

Uspostavljanje gradske organizacije za upravljanje turističkom destinacijom

Grad Donji Miholjac će implementacijom ove strategije postati turistička destinacija kojom je potrebno sustavno upravljati kako bi se postigli planirani strateški ciljevi. Upravljanje turističkom destinacijom (engl. *Destination Management*) znači upravljanje i integraciju različitih lokalnih turističkih potencijala i infrastrukture, turističkih aktivnosti i turističkih aktera u nekom turističkom odredištu.

Slika 29: Upravljanje turističkom destinacijom



Izvor: Manente (2008) / Ciset



Upravljanje destinacijom obuhvaća aktivnosti razvoja turističkih proizvoda i usluga, očuvanje lokalnih prirodnih potencijala, promicanje održivog ekonomskog razvitka, unapređivanje ukupne konkurentnosti destinacije na turističkom tržištu, osiguravanje visoke razine kvalitete turističkih proizvoda i zadovoljstva turista te unapređenje ukupne kvalitete života lokalnog stanovništva (Slika 29). Uspostavljanje gradske organizacije za upravljanje turističkom destinacijom je jedna od mjera u okviru prioriteta "Upravljanje destinacijom". Budući da je upravljanje lokalnim turističkim potencijalima odgovornost lokalne samouprave, za implementaciju destinacijskog menadžmenta i marketinga destinacije u Gradu zadužena je Turistička zajednica Grada Donjeg Miholjca..

Uspostavljanje koordinacije s drugim akterima turizma

Turistički privatni ponuđači i njihove organizacije u suradnji s Gradom i Turističkom zajednicom se trebaju horizontalno povezivati s turističkim akterima unutar Županije, na nacionalnoj razini te međunarodnoj razini. Budući da politike regionalnog razvoja EU stimuliraju prekograničnu suradnju, potrebno je povezivanje s jedinicama lokalne samouprave u susjednoj Mađarskoj te sudjelovanje u prekograničnim projektima u panonsko-podunavskoj europskoj makro-regiji.

Razvoj sustava turističke mobilnosti

Za razliku od turista u obalnom turizmu, koji preferiraju "more i sunce" turističke proizvode i nisu pretjerano mobilni, turisti u kontinentalnim područjima su naglašeno aktivni i mobilni. Nakon dolaska u određeno turističko područje, kontinentalni turisti očekuju ponudu usluga lokalne mobilnosti.





Fotografija: DIGUBUS, turistički autobus bez vozača u gradu Salzburgu, Austrija
Izvor: www.kommunal.at

Usluge suvremene turističke mobilnosti u kontinentalnom turizmu obuhvaćaju tradicionalna transportna sredstva poput konja i kočija, preko iznajmljivanja bicikala i električnih motornih vozila (e-skuteri, e-automobili, e-mini busevi i sl.).

Stvaranje uvjeta za lokalnu mobilnost obuhvaća mjere poput:

- Uspostavljanja stanica za najam bicikala,
- Organizaciju javnog lokalnog prijevoza turista električnim motornim vozilima,
- Organizaciju prijevoza turista tradicionalnih prijevoznim sredstvima s konjskom zapregom.

5.2.4 Okvirni uvjeti za razvoj turizma

Turizam i turistički potencijali u Gradu nisu dovoljno iskorišteni. Zbog toga je nužna intervencija u području okvirnih uvjeta za razvoj turizma kako bi se osigurale pretpostavke za dugoročnu održivost turizma kao gospodarskog sektora i pokretača ukupnog lokalnog socio-ekonomskog razvoja.

Ovaj prioritet pretpostavlja provođenje sljedećih implementacijskih mjera i projekata:

- Urbanističko-arhitektonsko definiranje lokacija u prostoru za razvoj turističkih djelatnosti,
- Formiranje fondova na razini Grada za poticanje ulaganja u privatne turističke projekte,
- Digitalne inicijative - ulaganja u digitalizaciju turističkog marketinga i destinacijskog menadžmenta.

Urbanističko-arhitektonsko definiranje turističkih lokacija

Jedna od implementacijskih mjera ovog prioriteta bit će urbanističko-arhitektonsko definiranje lokacija u prostoru za razvoj turističkih djelatnosti. S obzirom na razvoj turističke infrastrukture na području Grada, potrebno je odrediti potencijalne katastarske čestice na kojim će se izgraditi infrastruktura. Također, Prostornim planom Grada su već unaprijed određene namjene katastarskih čestica te je pokretno pokretanje javne rasprave u slučaju izmjene Prostornog plana.

Formiranje fondova za poticanje ulaganja u agro-turizam

U cilju poticanja razvoja u agro-turizam na području Grada, formirat će se fond koji će zainteresiranim osobama nuditi bespovratna sredstva. Sredstva fonda bit će namijenjena subjektima maloga gospodarstva, OPG-ima i fizičkim osobama (privatnim iznajmljivačima). Navedena sredstva koristit će se za razvoj smještajnih kapaciteta u agro-turizmu, a namjena može biti: opremanje prostora i nabava opreme u turističke svrhe, promidžba turizma u destinaciji, organizacija i održavanje manifestacija i ostalo.

Digitalne inicijative

Širenje internetskih i digitalnih tehnologija u proteklih 10-tak godina je imalo snažan pozitivan utjecaj na razvoj ruralnog turizma. Digitalne tehnologije su utjecale na marketing i prodaju proizvoda i usluga ruralnog turizma, povećavanje poznatosti turističkih destinacija, upravljanje destinacijom i upravljanje odnosima s posjetiteljima destinacije – turistima. Ako danas na internetskim tražilicama pretražimo pojam "ruralni turizam u Hrvatskoj" na engleskom jeziku, dobit ćemo rezultat oko 6 milijuna poveznica. Ukoliko bismo isti pojam pretražili za Mađarsku i Austriju, dobili bismo rezultat 10 milijuna, odnosno 14 milijuna poveznica. Suvremeni posjetitelji ruralnog prostora su skloni korištenju digitalnih tehnologija za prikupljanje informacija o ciljevima svog putovanja, rezervirali smještaj i osigurali aktivan odmor.

Pojam "seoski turizam u Slavoniji i Baranji" na internetskim tražilicama rezultira s tek 3.650 poveznica. Za uspješnu implementaciju strategije turizma na području Grada nužno je pokrenuti mjere kojima će se povećati



vidljivost turističke destinacije Donji Miholjac putem digitalnih medija. Jednako tako je potrebno osigurati kvalitetan pristup bežičnom internetu (Wi-Fi) turistima tijekom njihovog boravka na području Grada.

Digitalne inicijative bi u okviru prioriteta "Unapređenje okvira uvjeta" trebale obuhvatiti sljedeće projekte:

- Ažuriranje i redizajn službenih internetskih stranica turizma u Gradu (www.tz-donjimiholjac.hr) s informacijama o destinaciji i turističkim destinacijama u susjednim JLS u Županiji te mogućnostima smještaja,
- Izrada mobilnih aplikacija s turističkim sadržajima,
- Uspostavljanje zajedničke platforme na društvenim mrežama,
- Uspostavljanje bežičnih pristupnih točaka internetu na području Grada.



PODRUČJE INTERVENCIJE 1 – TURISTIČKA INFRASTRUKTURA

NAZIV PROJEKTA	OBNOVA DVORCA PRANDAU-MAILATH 
Šifra projekta:	PI 1-01
Lokacija projekta:	Donji Miholjac
Vrsta projekta:	Glavni projekt
Opći cilj:	Obnovom najvažnijeg kulturnog dobra u Gradu, cjeline rezidencijalnog dvorca Prandau-Mailath i njegovog okoliša stvoriti pretpostavke za razvoj kulturnog turizma
Specifični ciljevi:	1. Obnoviti kulturno dobro i sačuvati od devastacije 2. Stvoriti atraktivne prostore za razvoj ponude kulturno – turističkih proizvoda 3. Stvoriti prostor za razvoj opće kulturne ponude u Gradu
Vrijednost:	Ukupna vrijednost: KN 160.000.000
Financiranje:	EFRR 85%, drugi nacionalni izvori i izvori Grada 15%
Prijavitelj:	Grad Donji Miholjac
Partneri:	
Ciljne skupine / krajnji korisnici	Ciljne skupine: organizatori kulturnih i kulturno-turističkih događaja, poduzetnici u kulturi i kulturnom turizmu Krajnji korisnici: stanovništvo grada Donjeg Miholjca, domaći i strani posjetitelji
Zrelost projekta:	Glavni projekt obnove dovršen

Ključni rezultati:	1. Obnovljeno materijalna kulturno – povijesna baština 2. Kulturno-povijesna baština se uspješno koristi za potrebe razvoja kulturnih i turističkih djelatnosti na području Grada i šireg okruženja
Pokazatelji:	• Obnovljen i uređen za posjetitelje rezidencijalni dvorac i cjelina dvorca • Broj organiziranih kulturnih događaja • Broj organiziranih turističkih događaja i konferencija • Broj posjetitelja
Upravljanje projektom:	Projektni tim će se sastojati minimalno od: 1. Voditelja projekta 2. Ovlaštene osobe za javnu nabavu 3. Ovlaštenog inženjera (građevinske i/ili druge tehničke struke) 4. Osoba za računovodstvo i financije 5. Projektnog asistenta/suradnika 6. Administratora
Trajanje:	24 mjeseci (realizacija)
Održivost:	Održivost obnovljene cjeline dvorca Prandau-Mailath će se uspostaviti najvećim dijelom kroz ostvarivanje prihoda iznajmljivanja prostorija za kulturne, kulturno-turističke i turističke događaje. Razlika će biti nadoknađena iz javnih izvora financiranja.
Terminski plan provedbe projekta:	Planiranje: Q3 2017. – Q3 2018. Realizacija: Q4 2019. – Q3 2021.



NAZIV PROJEKTA	IZGRADNJA TURISTIČKOG CENTRA 
Šifra projekta:	PI 1 - 02
Lokacija projekta:	Donji Miholjac – zapadni ulaz u katastarsku česticu 4396/1 ili lokacija uz Hotel "Borik"
Vrsta projekta:	Glavni projekt
Opći cilj:	Izgradnjom turističkog centra stvoriti središnje mjesto za razvoj turizma na području Grada
Specifični ciljevi:	1. Izgraditi središnju turističku infrastrukturu 2. Izgraditi kamp s mobilnim kućicama s najmanje 50 kreveta 3. Izgraditi središnji turistički informativni centar s recepcijom "difuznog ruralnog hotela" 4. Stvoriti infrastrukturne pretpostavke za izgradnju hotela s 40 soba 5. Izgraditi sportsko-rekreacijsku infrastrukturu
Vrijednost:	Infrastruktura: KN 5.000.000 Kamp: KN 7.000.000 Turistički centar: KN 5.000.000 Sportski tereni i bazen: KN 7.000.000 Hotel 4*: 30.000.000
Financiranje:	EFRR, EFSU, drugi nacionalni izvori, izvori Grada, privatni investitori (JPP)
Prijavitelj/ Investitor:	Grad Donji Miholjac
Partneri:	Gradsko poduzeće za upravljanje sportsko-turističkim objektima, partneri iz privatnog sektora

Ciljne skupine / krajnji korisnici	Ciljne skupine: pružatelji smještajnih i drugih turističkih usluga Krajnji korisnici: turisti, sportaši
Zrelost projekta:	Inkubacija
Ključni rezultati:	1. Izgrađena osnovna turistička infrastruktura u Gradu
Pokazatelji:	• Broj novih smještajnih jedinica • Broj turista i noćenja • Broj posjetitelja
Upravljanje projektom:	Projektni tim će se sastojati minimalno od: 1. Voditelja projekta 2. Ovlaštene osobe za javnu nabavu 3. Ovlaštenog inženjera (građevinske i/ili druge tehničke struke) 4. Osoba za računovodstvo i financije 5. Projektnog asistenta/suradnika 6. Administratora
Trajanje:	18 mjeseci (realizacija)
Održivost:	Održivost projekta se osigurava prihodima od prodaje smještajnih i turističkih usluga, posredovanjem u prodaji turističkih usluga te iznajmljivanjem sportsko-rekreacijskih objekata.
Terminski plan provedbe projekta:	Planiranje: Q1 – Q3 2019. Realizacija: Q1 2020. - Q3 2021.



NAZIV PROJEKTA	KARAULA – REKONSTRUKCIJA 
Šifra projekta:	PI 1 - 03
Lokacija projekta:	Granični prijelaz Donji Miholjac – katastarska čestica 2941/1
Vrsta projekta:	Glavni projekt
Opći cilj:	Rekonstrukcijom i preuređenjem napuštene karaule na graničnom prijelazu prema Mađarskoj stvoriti smještajne kapaciteta namijenjene ciklo-turistima i lovcima
Specifični ciljevi:	1. Obnoviti napušteni javni objekt - bivša karaula 2. Transformirati objekt u turistički smještajni kapacitet tipa hostel / lovački hotel 3. Promovirati zaštićeni prirodni okoliš 4. Osigurati prostor za djelovanje udruge građana na edukativnim i rekreacijskim aktivnostima i promociji zaštićenog prirodnog okoliša
Vrijednost:	Uređenje i opremanje: KN 15.000.000
Financiranje:	EFRR, EFSU, drugi nacionalni izvori, izvori Grada, privatni investitori (JPP)
Prijavitelj/ Investitor:	Grad Donji Miholjac
Partneri:	Privatni partner
Ciljne skupine / krajnji korisnici	Krajnji korisnici: ciklo-turisti, lovci, stanovništvo grada Donjeg Miholjca, ostali posjetitelji
Zrelost projekta:	Inkubacija
Ključni rezultati:	• Izgrađeni dodatni turistički smještajni kapaciteti
Pokazatelji:	• Broj novih smještajnih jedinica

	• Broj turista i noćenja • Broj posjetitelja
Upravljanje projektom:	Projektni tim će se sastojati minimalno od: 1. Voditelja projekta 2. Ovlaštene osobe za javnu nabavu 3. Ovlaštenog inženjera (građevinske i/ili druge tehničke struke) 4. Osoba za računovodstvo i financije 5. Projektnog asistenta/suradnika 6. Administratora
Trajanje:	9 mjeseci (preuređenje)
Održivost:	Održivost projekta se osigurava prihodima od iznajmljivanja objekta privatnom partneru
Terminski plan provedbe projekta:	Planiranje: Q1 - Q3 2019. Preuređenje: Q1 2020. – Q1 2021.



NAZIV PROJEKTA	LOVAČKA KUĆA 
Šifra projekta:	PI 1 - 04
Lokacija projekta:	Donji Miholjac
Vrsta projekta:	Glavni projekt
Opći cilj:	Izgradnjom lovačkih kuća i obnovom postojeće stvorit će se uvjeti za razvoj lovnog turizma na području Grada
Specifični ciljevi:	1. Izgradnja dvije lovačke kuće na području Grada 2. Obnova postojeće lovačke kuće na području Grada 3. Stvaranje uvjeta za razvoj lovnog turizma
Vrijednost:	Ukupna vrijednost: KN 1.700.000
Financiranje:	EFRR, EFSU, drugi nacionalni izvori, izvori Grada, privatni investitori (JPP)
Prijavitelj/ Investitor:	Grad Donji Miholjac
Partneri:	Lovačko društvo koje će biti odgovorno za upravljanje lovačkim kućama
Ciljne skupine / krajnji korisnici	Krajnji korisnici: lovci, ostali posjetitelji
Zrelost projekta:	Inkubacija
Ključni rezultati:	• Izgrađene i obnovljene lovačke kuće za razvoj lovnog turizma na području Grada
Pokazatelji:	• Broj novih smještajnih jedinica • Broj turista i noćenja • Broj posjetitelja

Upravljanje projektom:	Projektni tim će se sastojati minimalno od: 1. Voditelja projekta 2. Ovlaštene osobe za javnu nabavu 3. Ovlaštenog inženjera (građevinske i/ili druge tehničke struke) 4. Osoba za računovodstvo i financije 5. Projektnog asistenta/suradnika 6. Administratora
Trajanje:	18 mjeseci (realizacija)
Održivost:	Održivost projekta se osigurava prihodima od iznajmljivanja lovačkih kuća partneru projekta
Terminski plan provedbe projekta:	Planiranje: Q4 2019. - Q1 2020. Realizacija: Q2 2020. – Q3 2021.



NAZIV PROJEKTA	BICIKLISTIČKA STAZA 
Šifra projekta:	PI 1 - 05
Lokacija projekta:	Donji Miholjac
Vrsta projekta:	Glavni projekt
Opći cilj:	Unapređenje biciklističke mreže u Gradu i promicanje mobilnosti lokalnog stanovništva i turista
Specifični ciljevi:	1. Izgradnja biciklističkih staza 2. Stvaranje uvjeta za razvoj mobilnosti i promicanje zdravog života
Vrijednost:	Ukupna vrijednost: KN 5.000.000
Financiranje:	EFRR, drugi nacionalni izvori, izvori Grada, privatni investitori (JPP)
Prijavitelj/ Investitor:	Grad Donji Miholjac
Partneri:	Privatni partner
Ciljne skupine / krajnji korisnici	Krajnji korisnici: stanovništvo grada Donjeg Miholjca, turisti, sportaši
Zrelost projekta:	Inkubacija
Ključni rezultati:	• Izgrađene biciklističke staze na području Grada
Pokazatelji:	• Povećanje broja korisnika bicikala u Gradu • Km izgrađenih biciklističkih staza • Smanjenje zagađenja zraka • Broj posjetitelja u Gradu
	Projektni tim će se sastojati minimalno od:

Upravljanje projektom:	1. Voditelja projekta 2. Ovlaštene osobe za javnu nabavu 3. Ovlaštenog inženjera (građevinske i/ili druge tehničke struke) 4. Osoba za računovodstvo i financije 5. Projektnog asistenta/suradnika 6. Administratora
Trajanje:	Kontinuirano (izgradnja)
Održivost:	Izgradnjom biciklističkih staza stvorit će se uvjeti za poticanje lokalne mobilnosti te smanjenje zagađenja u Gradu, a biciklističke staze će također omogućiti rast broja posjetitelja u Gradu
Terminski plan provedbe projekta:	Planiranje: Q4 2019. – Q2 2020. Izgradnja: Q3 2020. – Q4 2027.



NAZIV PROJEKTA	PJEŠAČKA STAZA 
Šifra projekta:	PI 1 - 06
Lokacija projekta:	Donji Miholjac
Vrsta projekta:	Glavni projekt
Opći cilj:	Unapređenje pješačkih staza u Gradu i promicanje mobilnosti lokalnog stanovništva i turista
Specifični ciljevi:	1. Izgradnja pješačkih staza 2. Stvaranje uvjeta za razvoj mobilnosti i promicanje zdravog života
Vrijednost:	Ukupna vrijednost: KN 2.000.000
Financiranje:	EFRR, drugi nacionalni izvori, izvori Grada, privatni investitori (JPP)
Prijavitelj/ Investitor:	Grad Donji Miholjac
Partneri:	Privatni partner
Ciljne skupine / krajnji korisnici	Krajnji korisnici: stanovništvo grada Donjeg Miholjca, turisti, posjetitelji
Zrelost projekta:	Inkubacija
Ključni rezultati:	• Izgrađene pješačke staze na području Grada
Pokazatelji:	• Smanjenje zagađenja zraka • Km izgrađenih pješačkih staza • Broj posjetitelja u Gradu
Upravljanje projektom:	Projektni tim će se sastojati minimalno od: 1. Voditelja projekta 2. Ovlaštene osobe za javnu nabavu

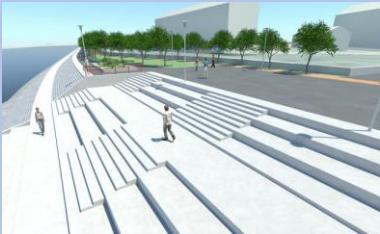
	3. Ovlaštenog inženjera (građevinske i/ili druge tehničke struke) 4. Osoba za računovodstvo i financije 5. Projektnog asistenta/suradnika 6. Administratora
Trajanje:	Kontinuirano (izgradnja)
Održivost:	Izgradnjom biciklističkih staza stvorit će se uvjeti za poticanje lokalne mobilnosti te smanjenje zagađenja u Gradu
Terminski plan provedbe projekta:	Planiranje: Q4 2019. – Q2 2020. Izgradnja: Q3 2020. – Q4 2027.



NAZIV PROJEKTA	“LJEPŠI MIHOLJAC“ - ENERGETSKA OBNOVA PROČELJA I UREĐENJE JAVNIH ZELENIH POVRŠINA 
Šifra projekta:	PI 1 - 07
Lokacija projekta:	Donji Miholjac
Vrsta projekta:	Glavni projekt
Opći cilj:	Poticanje energetske učinkovitosti i uređenje javnih zelenih površina u svrhu unapređenja kvalitete života stanovništva Grada
Specifični ciljevi:	1. Energetska obnova pročelja zgrada 2. Uređenje javnih zelenih površina u Gradu 3. Poboljšanje vizualnog identiteta Grada
Vrijednost:	Ukupna vrijednost: KN 7.500.000
Financiranje:	Mjera 7.4.1., Fond za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost, izvori Grada
Prijavitelj/ Investitor:	Grad Donji Miholjac, suvlasnici zgrada
Partneri:	Suvlasnici zgrada
Ciljne skupine / krajnji korisnici	Krajnji korisnici: stanovništvo grada Donjeg Miholjca, turisti, posjetitelji
Zrelost projekta:	Inkubacija
Ključni rezultati:	• Obnovljena pročelja zgrada i uređene javne površine
Pokazatelji:	• Smanjenje potrošnje energije u zgradama • Energetski certifikat prije i nakon obnove zgrada
Upravljanje projektom:	Projektirni tim će se sastojati minimalno od: 1. Voditelja projekta 2. Ovlaštene osobe za javnu nabavu

	3. Ovlaštenog inženjera (građevinske i/ili druge tehničke struke) 4. Osoba za računovodstvo i financije 5. Projektnog asistenta/suradnika 6. Administratora
Trajanje:	33 mjeseci (izgradnja)
Održivost:	Energetskom obnovom pročelja zgrada i uređenjem javnih zelenih površina osigurati će se status Donjeg Miholjca – uređenog grada
Terminski plan provedbe projekta:	Planiranje: Q3 2019. – Q1 2020. Izgradnja: Q2 2020. – Q4 2022.



NAZIV PROJEKTA	PRISTANIŠTE TURISTIČKIH BRODOVA 
Šifra projekta:	PI 1 - 08
Lokacija projekta:	Donji Miholjac
Vrsta projekta:	Glavni projekt
Opći cilj:	Izgradnja pristaništa i razvoj riječnog prometa u blizini Grada
Specifični ciljevi:	1. Izgradnja pristaništa za turističke brodove na rijeci Dravi 2. Izgradnja ugostiteljskog objekta na pristaništu
Vrijednost:	Ukupna vrijednost: KN 12.000.000
Financiranje:	EFRR, EFSU, izvori Grada
Prijavitelj/ Investitor:	Grad Donji Miholjac
Partneri:	Hrvatske vode
Ciljne skupine / krajnji korisnici	Krajnji korisnici: stanovništvo grada Donjeg Miholjca, turisti, posjetitelji
Zrelost projekta:	Inkubacija
Ključni rezultati:	• Izgrađeno pristanište i ugostiteljski objekt
Pokazatelji:	• Prihodi od pristojbi za pristanište • Promet turističkih brodova • Ostvareni prihodi u ugostiteljskom objektu
Upravljanje projektom:	Projektan tim će se sastojati minimalno od: 1. Voditelja projekta 2. Ovlaštene osobe za javnu nabavu 3. Ovlaštenog inženjera (građevinske i/ili druge tehničke struke)

	4. Osoba za računovodstvo i financije 5. Projektnog asistenta/suradnika 6. Administratora
Trajanje:	12 mjeseci (izgradnja)
Održivost:	Održivost projekta osigurati će se pristojbom za uporabu pristaništa i ostvarenim prihodima ugostiteljskog objekta
Terminski plan provedbe projekta:	Planiranje: Q3 2019. – Q4 2019. Izgradnja: Q1 2020. – Q4 2020.



PODRUČJE INTERVENCIJE 3 – UPRAVLJANJE DESTINACIJOM

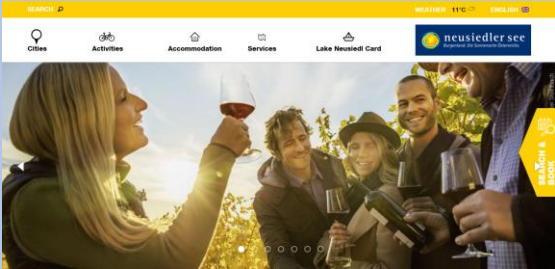
NAZIV PROJEKTA	STANICA ZA NAJAM BIKIKALA 
Šifra projekta:	PI 3 - 01
Lokacija projekta:	Donji Miholjac
Vrsta projekta:	Glavni projekt
Opći cilj:	Izgradnja stanica za najam bicikala u svrhu promicanja mobilnosti stanovnika Grada i turista
Specifični ciljevi:	1. Izgradnja stanica za najam bicikala 2. Stvaranje uvjeta za razvoj mobilnosti i promicanje zdravog života
Vrijednost:	Ukupna vrijednost: KN 200.000
Financiranje:	EFRR, drugi nacionalni izvori, izvori Grada, privatni investitori (JPP)
Prijavitelj/ Investitor:	Grad Donji Miholjac
Partneri:	Privatni partner
Ciljne skupine / krajnji korisnici	Krajnji korisnici: stanovništvo grada Donjeg Miholjca, turisti, sportaši
Zrelost projekta:	Inkubacija
Ključni rezultati:	• Izgrađene stanice za najam bicikala
Pokazatelji:	• Povećanje broja korisnika bicikala u Gradu • Smanjenje zagađenja zraka • Smanjenje prometnih gužvi
Upravljanje projektom:	Projektni tim će se sastojati minimalno od: 1. Voditelja projekta



	2. Ovlaštene osobe za javnu nabavu 3. Ovlaštenog inženjera (građevinske i/ili druge tehničke struke) 4. Osoba za računovodstvo i financije 5. Projektnog asistenta/suradnika 6. Administratora
Trajanje:	6 mjeseci (izgradnja)
Održivost:	Održivost projekta se osigurava prihodima od iznajmljivanja bicikala
Terminski plan provedbe projekta:	Planiranje: Q3 – Q4 2019. Izgradnja: Q2 2020. – Q3 2020.



PODRUČJE INTERVENCIJE 4 – OKVIRNI UVJETI ZA RAZVOJ TURIZMA

NAZIV PROJEKTA	REDIZAJN WEB STRANICE TURISTIČKE ZAJEDNICE I IZRADA MOBILNE APLIKACIJE 
Šifra projekta:	PI 4 - 01
Lokacija projekta:	
Vrsta projekta:	Glavni projekt
Opći cilj:	Promocija Grada Donjeg Miholjca kao turističke destinacije
Specifični ciljevi:	1. Redizajn web stranice turističke zajednice Grada 2. Izrada mobilne turističke aplikacije 3. Promocija turističke destinacije
Vrijednost:	Ukupna vrijednost: KN 40.000
Financiranje:	EFRR, izvori Grada, drugi nacionalni izvori
Prijavitelj/ Investitor:	Grad Donji Miholjac
Partneri:	Turistička zajednica Grada
Ciljne skupine / krajnji korisnici	Krajnji korisnici: stanovništvo grada Donjeg Miholjca, turisti, posjetitelji
Zrelost projekta:	Inkubacija
Ključni rezultati:	• Redizajnirana web stranica i izrađena mobilna turistička aplikacija
Pokazatelji:	• Broj posjetitelja web stranice • Broj instalacija mobilne aplikacije • Prosječno vrijeme provedeno na web stranici • Broj posjetitelja u Gradu



Upravljanje projektom:	Projektni tim će se sastojati minimalno od: 1. Voditelja projekta 2. Web dizajnera 3. Programera 4. Osoba za računovodstvo i financije 5. Projektnog asistenta/suradnika 6. Administratora
Trajanje:	3 mjeseci (realizacija)
Održivost:	Redizajn web stranice TZ i izrada mobilne turističke aplikacije omogućit će promociju i informiranje o Gradu kao turističkoj destinaciji i prikupljanje informacija o posjetiteljima web stranice u cilju boljeg razumijevanja njihovog ponašanja (Google Analytics)
Terminski plan provedbe projekta:	Planiranje: Q3 2019. Realizacija: Q4 2019.



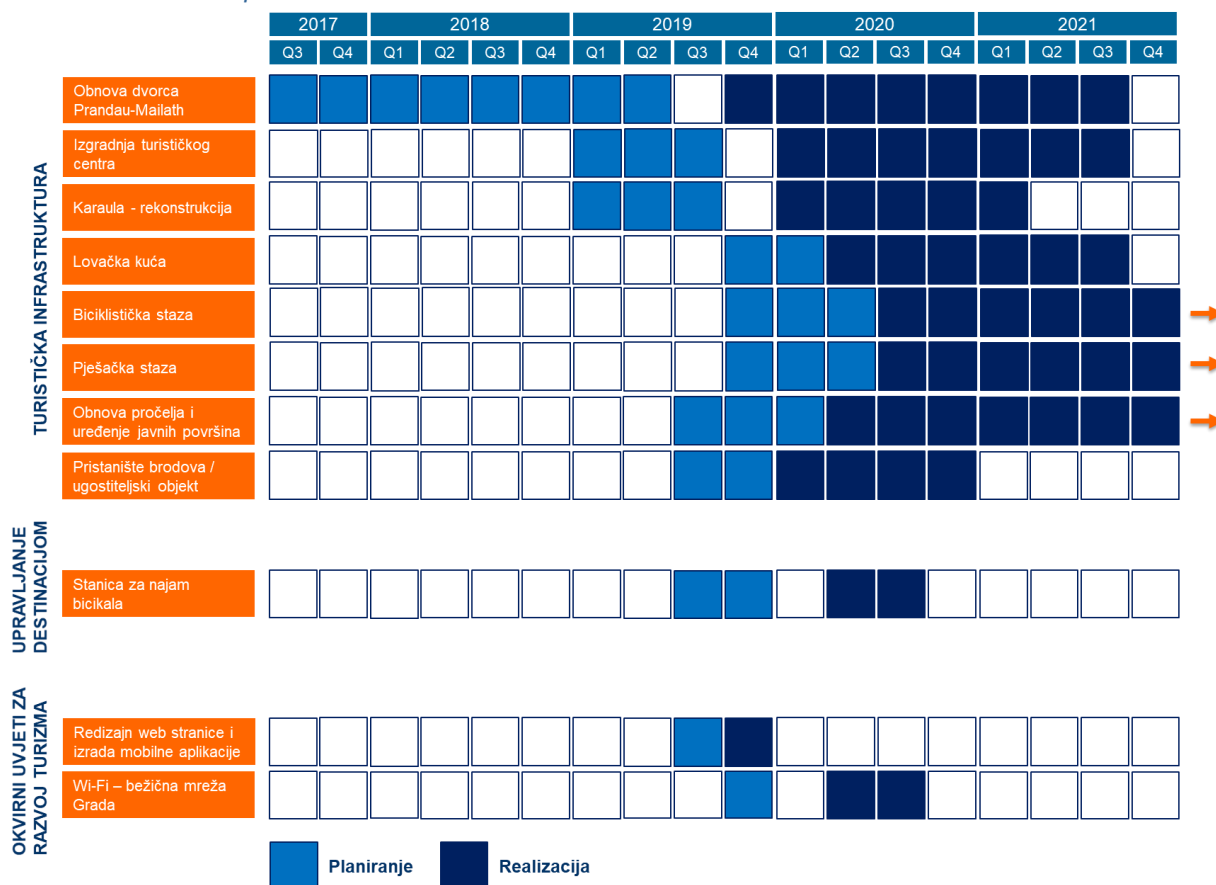
NAZIV PROJEKTA	WIFI – BEŽIČNA MREŽA GRADA 
Šifra projekta:	PI 4 - 02
Lokacija projekta:	Donji Miholjac
Vrsta projekta:	Glavni projekt
Opći cilj:	Izgradnjom bežičnih pristupnih točki osigurat će se besplatan pristup Internetu i obogatiti turistička ponuda Grada
Specifični ciljevi:	1. Izgradnja bežičnih pristupnih točaka u Gradu 2. Jačanje digitalnih inicijativa u Gradu
Vrijednost:	Ukupna vrijednost: KN 200.000
Financiranje:	EFRR, izvori Grada, Wifi4EU
Prijavitelj/ Investitor:	Grad Donji Miholjac
Partneri:	
Ciljne skupine / krajnji korisnici	Krajnji korisnici: stanovništvo grada Donjeg Miholjca, turisti, posjetitelji
Zrelost projekta:	Inkubacija
Ključni rezultati:	• Izgrađena bežična mreža na području Grada
Pokazatelji:	• Prosječan broj prijavljenih korisnika • Prosječan promet generiran od strane korisnika
Upravljanje projektom:	Projektan tim će se sastojati minimalno od: 1. Voditelja projekta 2. Informatičara

	3. Ovlaštene osobe za javnu nabavu 4. Ovlaštenog inženjera (građevinske i/ili druge tehničke struke) 5. Osoba za računovodstvo i financije 6. Projektnog asistenta/suradnika 7. Administratora
Trajanje:	6 mjeseci (izgradnja)
Održivost:	Izgradnja bežične mreže obogatit će turističku ponudu te informirati stanovnike i turiste o turističkoj ponudi na području Grada kroz početnu stranicu koja će se prikazati prilikom prijave na mrežu
Terminski plan provedbe projekta:	Planiranje: Q4 2019. Izgradnja: Q2 2020. – Q3 2020.



Vremenski plan projekata predstavlja prikaz svih projekata i vrijeme provedbe koji su definirani u dokumentu Strategije razvoja turizma kako bi se osigurala realizacija postavljene vizije i ciljeva. Za sve projekte definirano je vremensko razdoblje u kojem će se projektne aktivnosti izvršiti. Aktivnosti određenih projekata zbog svoje kompleksnosti nastaviti će se do 2027. godine. Vremenske jedinice planiranja definirane su na kvartalnoj razini. Sukladno navedenom, na Slici 30 prikazano je 9 projekata i vremensko razdoblje provedbe projektnih aktivnosti:

Slika 30: Vremenski plan



Monitoring je sustavni i rutinski proces prikupljanja podataka i informacija iz projekata kojim se implementira Strategija razvoja turizma. Monitoring sustav se sastoji od:

- Praćenja efikasnosti upotrebe resursa i ostvarivanja prethodno postavljenih projektnih ciljeva i pokazatelja,
- Prikupljanja iskustvenih podataka s ciljem korekcija projektnih aktivnosti i unapređenja prakse strateškog planiranja razvoja turizma i projektnog vođenja u budućnosti,
- Prikupljanja informacija za proces evaluacije.

Monitoring je proces koji se uspostavlja u fazi izrade i traje za vrijeme trajanja implementacije Strategije razvoja turizma. Monitoring predstavlja provjeru napretka implementacije i projektnih aktivnosti u odnosu na plan. Proces monitoringa sastoji se od dvije komponente:

- Uspostavljanje sustava prikupljanja informacija – monitoring informacijskog sustava,
- Prikupljanje i obrada podataka.

Sistemske prikupljeni podaci se obrađuju i računaju se indikatori.

Za proces monitoringa su važne sljedeće grupe ulaznih podataka:

- Financijski podaci - informacije o projektnim budžetima i informacije o utrošenim financijskim sredstvima,
- Empirijski (fizički) podaci - podaci iz kojih se računaju indikatori učinaka,
- Administrativni podaci - informacije o napretku projektnih radova (u kojoj fazi se projekt nalazi).

Cilj obrade podataka je transformacija kvantitativnih podataka u informacije koje su relevantne donositeljima odluka.

Evaluacija je sistematsko i objektivno ocjenjivanje napretka projekta ili potpunosti projekta nakon njegovog završetka. Procesom evaluacije se ocjenjuju podaci i informacije u cilju pripremanja izvještaja za donositelje strateških odluka. Evaluacija pomaže u donošenju zaključaka u vezi pet najvažnijih aspekata intervencije:

- Strateškog značaja intervencije (projekta),
- Efikasnosti korištenja resursa,
- Učinku intervencije na ostvarenje postavljenih strateških ciljeva,
- Dugoročnoj održivosti intervencije (projekta).

Evaluacija mora pronaći odgovore na sljedeća pitanja:

- Da li je intervencija imala efekta; ako je koliki je učinak intervencije, pozitivan ili negativan?
- Zašto intervencija proizvodi planirane (i neplanirane) učinke?

Informacije koje su prikupljene u vezi s gornjim aspektima monitoringa predstavljaju bazu za evaluacijsku analizu.

Ex-ante evaluacija provodi se na početku procesa strateškog planiranja razvoja turizma. Tokom implementacije se provodi evaluacija napretka implementacije i projektnih aktivnosti. Na kraju strateškog razdoblja i početka novog izrađuje se ex-post evaluacija.

Tablica 4: *Vrste evaluacije*

Vrsta evaluacije	Aktivnosti
PRETHODNA (Ex-ante evaluacija)	▪ Provjera realističnosti i izvedivosti strateških ciljeva i projekata ▪ Provjera fiskalnih (financijskih) kapaciteta Grada u odnosu na financijske aspekte planiranih projekata ▪ Izvještaj o ex-ante evaluaciji
PERIODIČNA (Interim evaluacija)	▪ Kontrola napretka projekata ▪ Izrada redovnih periodičnih izvještaja o napretku implementacije Strategije razvoja turizma



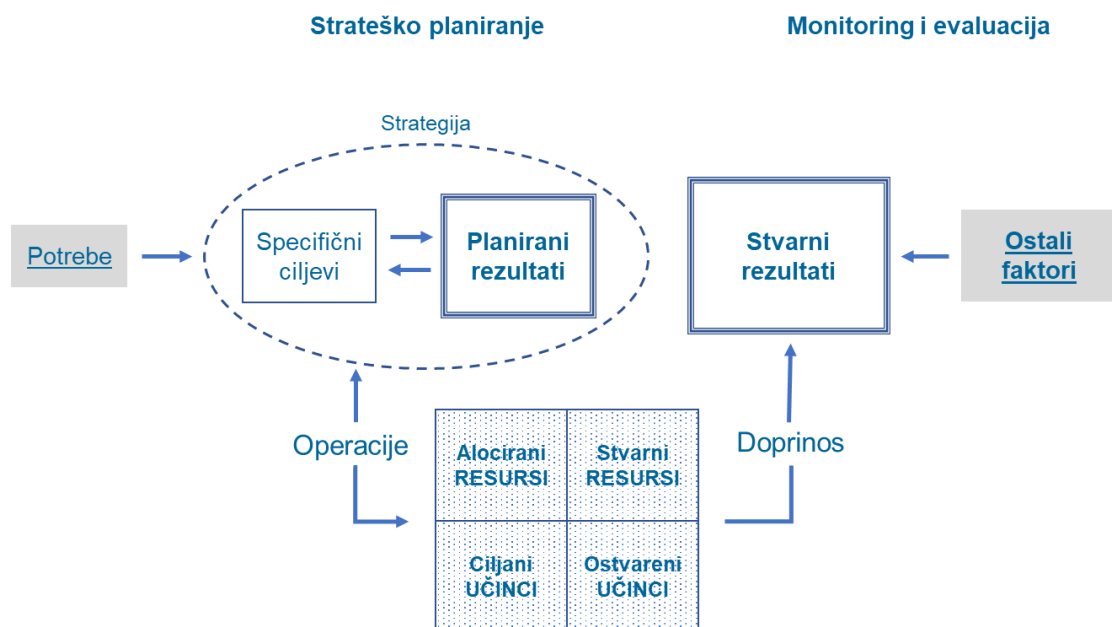
NAKNADNA

(Ex-post evaluacija)

- Analiza pojedinačnih projekata i njihovih učinaka
- Rekapitulacija i ocjena strateškog plana i njegove implementacije u cjelini
- Analiza ključnih faktora uspjeha / neuspjeha
- Rekapitulacija naučenih lekcija

Gradska uprava je odgovorna za uspostavljanje procesa monitoringa i evaluacije. Unutar gradske uprave uspostaviti će se centralni tim za upravljanje procesom implementacije Strategije razvoja turizma.

Slika 31: Ilustracija odnosa između planiranih i stvarnih rezultata intervencije



Izvor: Europska komisija - Vodič za monitoring i evaluaciju

Planirani rezultati (indikator) moraju biti:

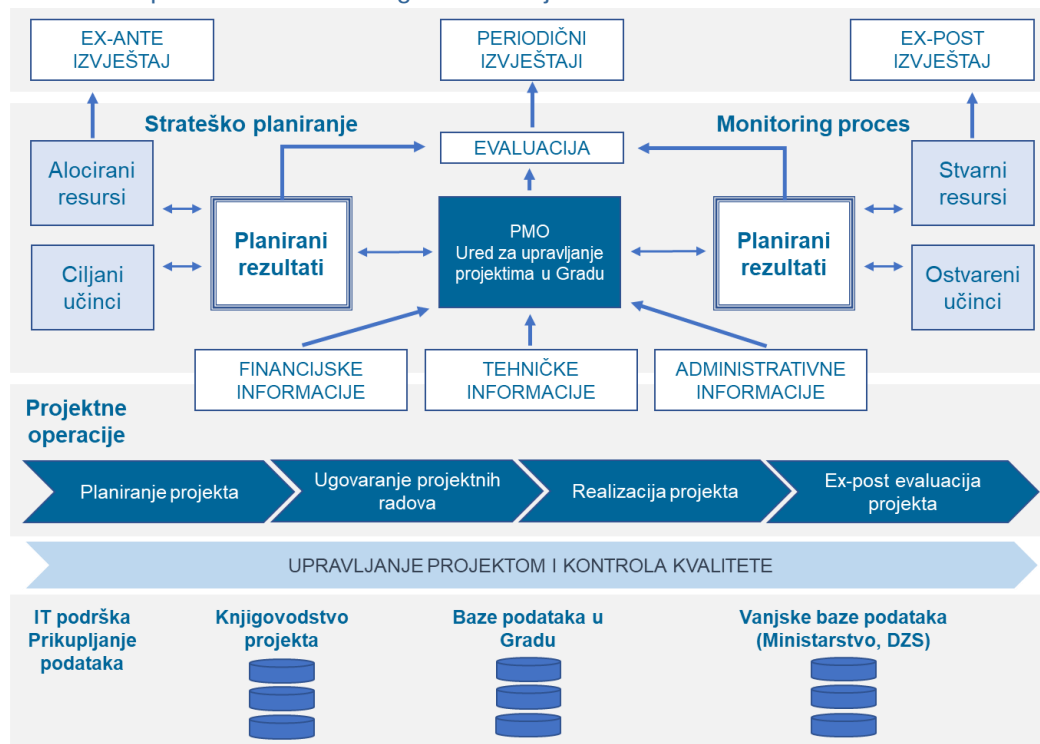
- Povezani sa Strategijom - moraju obuhvatiti samu suštinu rezultata intervencije koja se planira (Slika 31),
- Normativni - moraju imati jasnu normativnu interpretaciju o smjeru kretanja i rezultatu,
- Robusni - moraju biti pouzdani i statistički potvrđeni,
- Prikupljeni na vrijeme - indikatore koje nije moguće statistički obuhvatiti u realnom vremenu ne treba planirati.



Sustav monitoringa i evaluacije uspostavlja gradska uprava, a sastoji se od četiri razine:

- Razina strateškog planiranja, upravljanja projektima implementacije i monitoringa,
- Razina pojedinačnih projekata implementacije,
- Razina evaluacije i izvještavanja,
- Razina prikupljanja podataka i IT podrška.

Slika 32: Mapa sustava monitoringa i evaluacije



Centralno mjesto sustava monitoringa i evaluacije zauzima “PMO – Program management office” - Ured za upravljanje projektima za implementaciju Strategije razvoja turizma. Na ovom mjestu se odvija proces monitoringa i evaluacije. PMO prikuplja kvantitativne i kvalitativne informacije do managementa pojedinačnih projekata, službi unutar Grada kao i vanjskih baza podataka (npr. vladina ministarstva, vladine agencije, DZS i dr.).

Implementacijski projekti se pojedinačno planiraju, imaju svoj projektni tim, projektnu organizaciju i kontrolu kvaliteta projektnih radova. Za pojedinačne implementacijske projekte vodi se projektno knjigovodstvo kako bi se prikupili kvantitativni podaci. Kvalitativne informacije u samom projektu prikuplja projektni management.

Na razini evaluacije se provodi evaluacijski proces koji se najčešće eksternalizira. Evaluatori izrađuju ex-ante i ex-post izvještaje, dok periodične izvještaje izrađuje PMO. Za sustav monitoringa i evaluacije potrebno je osigurati adekvatnu IT opremu.



LITERATURA I IZVORI

Državni zavod za statistiku - publikacije

Europska komisija - *Strategija Europa 2020*.

Europska komisija - *Vodič za monitoring i evaluaciju*

Grgić, I et. al (2015) - *Agroturizam u Republici Hrvatskoj i nekim državama Europske unije*, Agronomski glasnik 1-2/2015.

Grad Donji Miholjac – *Službena web stranica Grada*

Institut za turizam – *Hrvatski turizam u brojkama*

Institut za turizam (2015) - *Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj*

Kalenjuk, B. et al. (2015) - *Offer of authentic food*, European journal of Applied Economics, 12 (2) 27:34

Lokalna razvojna strategija Donji Miholjac

McKercher, B, Okumus, F. i Okumus, B. (2008) - *Food tourism as a viable market segment: It's all how you cook the numbers*. Journal of Travel & Tourism Marketing, 25(2)

Mandić, A; Mrnjavac, Ž. i Kordić, L. (2018) - *Tourism Infrastructure, Recreational Facilities And Tourism Development, Tourism and hospitality management*, Vol. 24 – 1

Miholjački poduzetnički centar – *Službena web stranica*

Ministarstvo turizma RH - *eVisitor*

Ministarstvo turizma RH (2014) - *Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine*

Osječko-baranjska županija - *Master plan turizma Osječko-baranjske županije*

Pansiuk, A (2007) - *Tourism infrastructure as a determinant of regional development*, *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*. 1 (8). 212–215

Pavlović D., Živolić S. (2008) - *Upravljanje marketingom turističke destinacije: Stanje i perspektive u republici hrvatskoj*, *Ekonomika istraživanja*, Vol. 21, No. 2., str. 99-113.

Sudarić T., Zmaić, K., Lončarić, R. (2013) - *Ekonomija doživljaja u ruralnom turizmu*, 48. hrvatski 8. međunarodni simpozij agronoma, Poljoprivredni fakultet u Osijeku, Osijek, str. 215-218.

Turistička zajednica Grada Donjeg Miholjca – *Službena web stranica*

Manente, M (2008) - *Destination management and economic background: defining and monitoring local tourist destinations*, Ciset – University of Venice, International Conference on Tourism, Knowledge advantage tourist destination, Malaga, 2008



POPIS SLIKA

Broj	Naslov slike	Stranica
1.	Pristup izradi turističke strategije lokalnih jedinica	8
2.	Strategija Europa 2020 - struktura	9
3.	Hijerarhija strateških dokumenata	10
4.	Broj noćenja na području Slavonije	17
5.	Broj dolaska i noćenja na području Osječko-baranjske županije	17
6.	Broj dolaska i noćenja na području Grada Osijeka	18
7.	Broj dolaska i noćenja na području Grada Našica	19
8.	Statistički podaci iznajmljivanja smještaja putem Airbnb – Grad Osijek	19
9.	Statistički podaci iznajmljivanja smještaja putem Airbnb – Grad Pečuh	21
10.	Top 5 država po broju noćenja na području Grada	22
11.	Broj noćenja domaćih i stranih turista u Gradu	23
12.	SWOT analiza turizma na području Grada	37
13.	Ključni izazovi razvoja turizma	38
14.	Broj noćenja rezidenata i nerezidenata u turističkim smještajima u EU (u mlrd.)	42
15.	Noćenja nerezidenata u turističkim smještajima u EU	42
16.	Struktura ruralnog turizma	43
17.	Broj međunarodnih noćenja u turističkim smještajima - NMS (u mil.)	46
18.	Atraktivnost ponuđenih usluga u ruralnom turizmu	46
19.	Oznake izvornosti i autentičnosti	48



20.	Segmentacija i obilježja ciljanih skupina ruralnih turista	54
21.	Sustav vrijednosti i vizije razvoja turizma Republike Hrvatske	57
22.	Strateški ciljevi razvoja turizma na području Grada	58
23.	Interni i eksterni faktori koji utječu na konkurentnost turizma	59
24.	Strateški koncept razvoja turističke ponude u Gradu	60
25.	Prioriteti intervencije i područja djelovanja	65
26.	Pregled turističke infrastrukture koju je potrebno izgraditi u Gradu	66
27.	Model financiranja turističke infrastrukture	68
28.	Model integrirane marketing komunikacije za destinaciju Donji Miholjac	70
29.	Upravljanje turističkom destinacijom	71
30.	Vremenski plan	99
31.	Ilustracija odnosa između planiranih i stvarnih rezultata intervencije	102
32.	Mapa sustava monitoringa i evaluacije	103



POPIS TABLICA

Broj	Naslov tablice	Stranica
1.	Broj dolaska i noćenja na području Grada Donjeg Miholjca	22
2.	Tipovi smještaja, aktivnosti i atrakcija koje zanimaju ruralne turiste	44
3.	Konkurentske prednosti i nedostaci turističke destinacije	59
4.	Vrste evaluacije	101

