

PLAN UPRAVLJANJA DESTINACIJOM GRADA DONJI MIHOLJAC 2025. – 2030.



Travanj, 2025. godine

Sažetak

Plan upravljanja destinacijom Grada Donji Miholjac predstavlja strateški dokument koji definira smjernice održivog razvoja turizma za razdoblje 2025.-2030. godine. Dokument obuhvaća detaljnu analizu trenutnog stanja i potencijala grada kao turističke destinacije.

Prema demografskoj analizi, Donji Miholjac bilježi pad stanovništva od 15,4% u razdoblju 2011.-2021., s ukupno 8.031 stanovnikom u 2021. godini. U pogledu turističke razvijenosti, grad prema indeksu turističke razvijenosti (7,32) spada u IV. kategoriju, što ukazuje na relativno nisku turističku aktivnost. Smještajnu ponudu čini 14 objekata s 43 kreveta i 27 pomoćnih ležajeva koji su svi u privatnom smještaju.

Glavne snage destinacije su bogata kulturno-povijesna baština (kompleks dvoraca Prandau i Mailath), prirodne ljepote (rijeka Drava, ornitološki rezervat Podpanj, perivoj), lokalne manifestacije (Miholjačko sijelo, Slavonija u zjenici oka, Prandau festival, Kazališni festival Zvonimir Torjanac, gastro priredbe) i povoljan prometni položaj (blizina mađarske granice). Ključne slabosti uključuju nedostatak turističke infrastrukture, nedostatna financijska sredstva ili ulaganja u turizam, nedostatak gospodarskih i poduzetničkih inicijativa, sezonalnost ponude i nedovoljnu digitalizaciju.

Vizija razvoja destinacije glasi: "Grad Donji Miholjac će se razvijati kao prepoznatljiva turistička destinacija u Slavoniji i Baranji, koja će privlačiti svojim bogatstvom kulturno-povijesnom baštinom, prirodnim atrakcijama i očuvanim okolišem, autentičnom gastronomskom ponudom i gostoljubivošću svojih stanovnika."

Strateški ciljevi razvoja turizma uključuju: povećanje turističkog prometa za 50% do 2030., razvoj kulturnog turizma (obnova Dvorca Mailath), promociju prirodnog turizma uz Dravu, proširenje turističke sezone, jačanje lokalne turističke infrastrukture, pozicioniranje na tržištu prekograničnog turizma, promociju održivog i eno-gastronomskog turizma te razvoj turizma u prigradskim naseljima.

Plan predviđa nekoliko ključnih projekata, uključujući obnovu prirodne baštine kompleksa dvoraca Mailath (10,5 milijuna €), izgradnju posjetiteljskog multimedijalnog kulturnog centra "OSVIT kulture" (5,9 milijuna €), obnovu dvoraca Prandau i Mailath (8 milijuna €) te izgradnju biciklističkih staza i društvenog doma u Podgajcima Podravskim.

Smjernice za razvoj destinacije fokusiraju se na razvoj turističke ponude bazirane na identitetu, specijalizirane oblike turizma (gastro, aktivni, lovni), razvoj turizma u prigradskim naseljima, unapređenje turističke infrastrukture, brendiranje i promociju, upravljanje destinacijom i suradnju dionika te mjere za održivi razvoj turizma.

Za praćenje provedbe Plana predviđa se godišnje izvješćivanje koje uključuje analizu ostvarenja ključnih pokazatelja uspješnosti, provedbe strateških ciljeva, financijsko izvješće, aktivnosti dionika te identificiranje problema i preporuka.

Sadržaj:

UVOD	10
PROFIL DESTINACIJE GRADA DONJI MIHOLJAC.....	11
GEOGRAFSKA OBILJEŽJA	11
KLIMATSKA OBILJEŽJA.....	13
DEMOGRAFSKA OBILJEŽJA.....	14
PROMETNA POVEZANOST.....	17
Cestovni promet.....	17
Željeznički promet	18
Zračni promet	18
Riječni promet.....	18
TURISTIČKI KAPACITETI	19
Indeks turističke razvijenosti	19
Smještajni kapaciteti	21
Ugostiteljski kapaciteti.....	23
ANALIZA RESURSNE OSNOVE.....	26
KULTURA I BAŠTINA	26
Kulturna dobra i spomenici	27
Arheološka nalazišta	28
Nematerijalna kulturna baština	29
Kulturno-povijesne cjeline.....	31
PRIRODA I OKOLIŠ.....	32

Zaštićena područja.....	32
Vodeni resursi	34
Šumska područja	35
Krajobrazne vrijednosti	36
Klimatska obilježja.....	37
ANALIZA JAVNE TURISTIČKE INFRASTRUKTURE	37
Primarna turistička infrastruktura	38
Sekundarna turistička infrastruktura	40
ANALIZA KOMUNALNE INFRASTRUKTURE	43
Energetska infrastruktura	43
Telekomunikacijska infrastruktura	45
Vodoopskrba i odvodnja.....	45
Gospodarenje otpadom	46
ANALIZA PROMETNE INFRASTRUKTURE.....	47
ANALIZA STANJA DIGITALIZACIJE	49
ANALIZA STANJA PRISTUPAČNOSTI DESTINACIJE OSOBAMA S POSEBNIM POTREBAMA	51
ANALIZA ORGANIZIRANOSTI I DOSTUPNOSTI USLUGA U DESTINACIJI.....	53
Zdravstvene usluge.....	54
Poštanske usluge	54
Sigurnosne službe	54
Obrazovne ustanove	54
Kulturne ustanove	55
Sportski objekti	55
Vjerske zajednice	55

ANALIZA STANJA I POTREBA LJUDSKIH POTENCIJALA.....	56
ANALIZA KOMUNIKACIJSKIH AKTIVNOSTI	57
Analiza sentimenta u online okruženju	57
Komunikacijski kanali	59
Web sjedište Turističke zajednice	60
Društvene mreže	65
ANALIZA KONKURENCIJE	69
Analiza konkurentskih destinacija	70
Potencijalna turistička sinergija	72
ANALIZA POTRAŽNJE	73
Turistička potražnja kontinentalne Hrvatske	73
Analiza turističke potražnje – domaće tržište	75
Analiza turističke potražnje – inozemno tržište	77
Analiza trendova turističke potražnje za Donji Miholjac	78
IZVJEŠĆE O PROVEDENOJ ANALIZI STANJA	80
POKAZATELJI ODRŽIVOSTI NA RAZINI DESTINACIJE	82
ISTRAŽIVANJE STAVOVA LOKALNOG STANOVNIŠTVA O TURIZMU I UTJECAJU TURIZMA NA KVALITETU ŽIVOTA	82
Opis uzorka.....	82
Rezultati istraživanja 1 (zadovoljstvo turizmom destinacije lokalnog stanovništva) .	84
OBVEZNI POKAZATELJI.....	100
Stanovnici koji ostvaruju koristi od turizma	100
OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI.....	100
OBVEZNI POKAZATELJI PRIHVATNOG KAPACITETA	101
Stav o turizmu kao faktoru povećanja blagostanja stanovnika	101

Utjecaj turizma na izgled destinacije.....	102
Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora	104
Utjecaj turizma na iritaciju razinom buke u vrijeme turističke sezone	106
Utjecaj pretvaranja stanova u turističke apartmane na kvalitetu života u destinaciji	108
Utjecaj turizma na iritaciju neprimjereno odloženog otpada tijekom turističke sezone	109
Utjecaj turizma na iritaciju gužvom u prometu tijekom turističke sezone	111
Utjecaj turizma na iritaciju gužvom i specifično gužvama na ulicama/javnim površinama	113
SPECIFIČNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI	115
Utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva (SZL-1).....	115
Udio stanovnika koji imaju pozitivno odnosno negativno mišljenje o utjecaju turizma na identitet mjesta (SZL-3)	118
Udio stanovnika pod umjerenim ili visokim stresom od turizma (SZL-4)	120
SAŽETAK REZULTATA ISTRAŽIVANJA ZADOVOLJSTVA TURISTA I JEDNODNEVNIH POSJETITELJA	124
STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA GRADA DONJEG MIHOLJCA.....	126
SWOT ANALIZA TURIZMA GRADA DONJEG MIHOLJCA	127
VIZIJA RAZVOJA TURIZMA	128
STRATEŠKI CILJEVI RAZVOJA TURIZMA.....	129
SMJERNICE I PREPORUKE ZA RAZVOJ DESTINACIJE	132
Razvoj turističke ponude bazirane na identitetu	132
Razvoj specijaliziranih oblika turizma	134
Razvoj turizma u prigradskim naseljima.....	135
Unapređenje turističke infrastrukture.....	136
Brendiranje i promocija destinacije	137

Upravljanje destinacijom i suradnja dionika	138
Mjere za održiv razvoj turizma	139
Preporuke za donošenje odluka predstavničkog tijela	140
POPIS PROJEKATA	142
MJERENJE NAPRETKA I IZVJEŠĆE O PROVEDBI	145
Izvješće o provedbi	145
Obrazac za izvješćivanje o provedbi Plana	145
Izvori informacija:	148

Popis tablica:

Tablica 1: Broj stanovnika u gradu Donji Miholjac i prigradskim naseljima 2021. prema spolu i dobi	14
Tablica 2: Broj stanovnika 2011. i 2021. po naseljima	15
Tablica 3: Kretanje indeksa turističke razvijenosti 2017-2023.....	19
Tablica 4 Pregled smještajnih objekata	21
Tablica 5: Vrste ugostiteljskih objekata prema tipu i naselju.....	23
Tablica 6: Zaštićena kulturna dobra u Donjem Miholjcu.....	27
Tablica 7: Benchmark analiza konkurencije	70
Tablica 8: Dolasci domaćih turista u Donji Miholjac po županijama u 2024.	76
Tablica 9: Dolasci inozemnih turista u Donji Miholjac po zemljama 2024.	77
Tablica 10 Socio – demografske karakteristike ispitanika	82
Tablica 11 Sveukupno zadovoljstvo razvojem turizma	85
Tablica 12 Stavovi lokalnog stanovništva o turizmu.....	85
Tablica 13 Stavovi lokalnog stanovništva o turizmu.....	90
Tablica 14 Trenutno zadovoljstvo životom u destinaciji.....	92
Tablica 15 Učestalost boravka ispitanika u destinaciji tijekom posljednjeg mjeseca	97
Tablica 16 Učestalost emotivnih reakcija povezanih s turizmom	97

Popis slika:

Slika 1: Broj stanovnika 2011. i 2021. po naseljima	15
Slika 2: Piramida starosti za grad Donji Miholjac 2021.	16
Slika 3: Mapa turističke razvijenosti	20
Slika 4: Indeks turističke razvijenosti destinacija Osječko-baranjske županije	20
Slika 5: Web sjedište Turističke zajednice	60

Slika 6: Analitika web sjedišta za 2024.	63
---	----

Slika 7: Facebook profil Turističke zajednice	65
---	----

Popis grafikona:

Grafikon 1 Utjecaj turističkog razvoja na izgled destinacije	86
--	----

Grafikon 2 Utjecaj turizma na prikladnost javnog prostora	87
---	----

Grafikon 3 Utjecaj pretvaranja stanova i kuća u turistički smještaj na život u destinaciji .	88
--	----

Grafikon 4 Percepcija problema tijekom turističke sezone	89
--	----

Grafikon 5 Utjecaj turističkog razvoja na duh destinacije.....	93
--	----

Grafikon 6 Usporedba zadovoljstva s destinacijom.....	95
---	----

UVOD

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

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

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

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

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

U izradu Plana uključuju se dionici u sustavu turizma i dionici u sustavu upravljanja turizmom koji su zainteresirani za razvoj turističke destinacije ili mogu utjecati na njen razvoj. Ključni dionici su lokalno stanovništvo, udruge u turizmu, pravne osobe i obrtnici u turizmu, jedinice lokalne i područne samouprave, javne ustanove, nadležna tijela za prostorno planiranje, zdravstvo i kulturu. Turistička zajednica ima ulogu okupljanja i koordinacije dionika te marketinške podrške.

PROFIL DESTINACIJE GRADA DONJI MIHOLJAC

Prema definiciji, turistička destinacija predstavlja užu ili širu turistički organiziranu i tržišno prepoznatljivu prostornu jedinicu, čiji turistički proizvodi imaju potencijalnu ili stvarnu utrživost na turističkom tržištu. Turistička destinacija nosivi je element turističkog sustava, s obzirom da je za zadovoljenje turističkih potreba nužno postojanje turistički organizirane i tržišno prepoznatljive ponudbene jedinice.

Turistička zajednica grada Donji Miholjac osnovana je 1994. 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 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. Turistička zajednica grada Donji Miholjac obuhvaća grad Donji Miholjac sa okolnim naseljima: Golinci, Miholjački Poreč, Podgajci Podravski, Radikovci, Rakitovica i Sveti Đurađ.

GEOGRAFSKA OBILJEŽJA

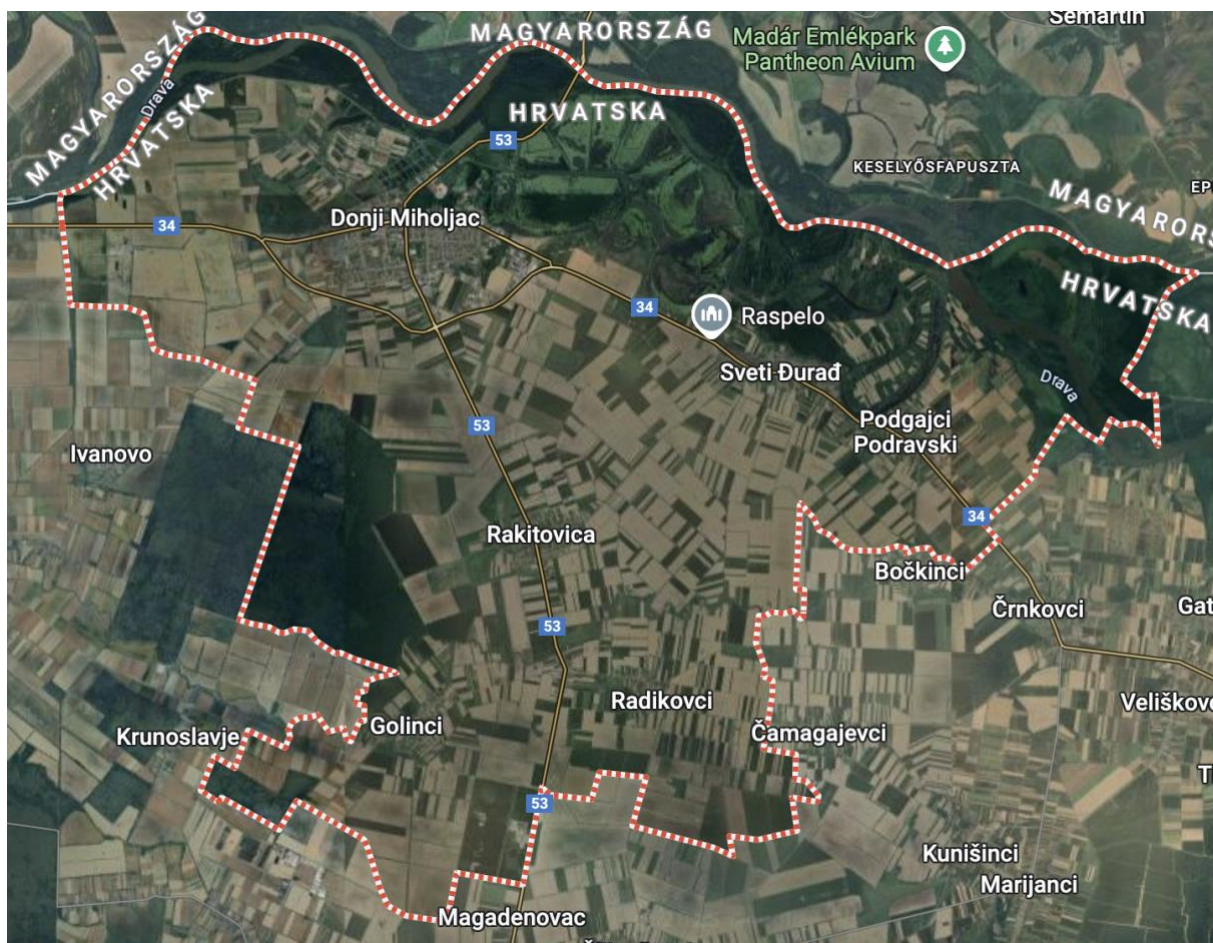
Geografska obilježja destinacije ključan su faktor u planiranju i upravljanju njenim razvojem. Razumijevanje geografskih obilježja omogućuje donošenje strateških odluka koje usklađuju turistički razvoj s očuvanjem prirodne i kulturne baštine, osiguravajući dugoročnu konkurentnost destinacije.

Donji Miholjac prostorno je smješten u sjeverozapadnom dijelu Osječko-baranjske županije i prostire se na 154 km².

Vodotoci

Prema Pravilniku o razvrstavanju i otvaranju vodnih putova na unutarnjim vodama (NN 77/11, 66/14 i 81/15), razvrstani plovni put unutarnje plovidbe na području grada Donjeg Miholjca je rijeka Drava i to:

- dionica rijeke Drave od 55+450 (Belišće) do 70+000 (granica s R. Mađarskom), ukupne duljine 14,55 km, razvrstana je u međunarodni vodni put II. klase,
- dionica rijeke Drave od 70+000 do 198+600, ukupne duljine 128,6 km, razvrstana je u međudržavni vodni put II. klase. Duljina plovnog puta rijeke Drave na području grada Donjeg Miholjca je ukupno 21,4 km.



Područjem grada Donjeg Miholjca teku tri rijeke:

- Drava: nizinska rijeka s nizom meandara, izrazite morfološke promjene u koritu, dubina vode u koritu 4-7 m, pad od 13,1 cm/km
- Karašica: protječe u duljini od cca 13 km, drugi po značaju vodotok na području grada, u kategoriji državnih voda
- Vučica

Ostali vodni resursi: Ribnjaci koji obuhvaćaju površinu od 975,00 ha

Vodotoci obuhvaćaju ukupnu površinu od 434,13 ha

Zemljište

U pogledu korištenja zemljišta od ukupne površine:

- Na poljoprivredne površine otpada 10.326 ha
- Na šumske površine otpada 2.621 ha

Ova geografska obilježja čine područje pogodnim za razvoj različitih oblika turizma, posebno onih vezanih uz prirodne resurse poput riječnog turizma, sportskog ribolova i ekoturizma.

KLIMATSKA OBILJEŽJA

Klimatska obilježja predstavljaju jedan od ključnih faktora koji determiniraju turistički potencijal i razvoj destinacije. Klima direktno utječe na atraktivnost destinacije, sezonalnost turističke ponude, vrste turističkih aktivnosti koje se mogu razvijati, te na ukupno zadovoljstvo posjetitelja.

Za turističku destinaciju poput Donjeg Miholjca, klimatska obilježja imaju višestruki značaj:

1. **Uvjetovanje sezonalnosti** - Klima određuje kada je najbolje vrijeme za posjet destinaciji i utječe na koncentraciju turističkih dolazaka tijekom godine. U kontinentalnim područjima poput Donjeg Miholjca, umjerena klima omogućuje razvoj različitih oblika turizma tijekom cijele godine, ali s različitim intenzitetom.
2. **Oblikovanje turističke ponude** - Na temelju klimatskih karakteristika, destinacije razvijaju specifične turističke proizvode. U Donjem Miholjcu, prema Godišnjem programu rada Turističke zajednice za 2025. godinu, vidljiv je razvoj manifestacija prilagođenih godišnjim dobima, od proljetnih događanja poput "U susret Uskrsu i proljeću" do zimskih poput "Adventa u Donjem Miholjcu".
3. **Utjecaj na turističke aktivnosti** - Klima određuje koje se aktivnosti mogu odvijati u destinaciji. Primjerice, umjerena kontinentalna klima Donjeg Miholjca pogoduje razvoju ciklo turizma, riječnog turizma na Dravi, te outdoor aktivnosti koje se spominju kao strateški ciljevi u Godišnjem programu rada (str. 7).
4. **Utjecaj na planiranje infrastrukture** - Klimatski uvjeti utječu na planiranje turističke infrastrukture, od smještajnih kapaciteta do sadržaja na otvorenom.
5. **Klimatske promjene i održivi turizam** - Sve veća svijest o klimatskim promjenama utječe na razvoj održivih oblika turizma. U Godišnjem programu rada TZ Donji Miholjac za 2025. godinu navodi se projekt "CROATIA NATURALLY YOURS- HRVATSKA PRIRODNO TVOJA" koji je usmjeren na smanjenje ugljikova otiska i razvoj održivog turizma (str. 24).

Razumijevanje klimatskih obilježja destinacije omogućuje dugoročno planiranje turističkog razvoja, kreiranje autentičnih turističkih proizvoda i učinkovito upravljanje destinacijom kroz cijelu godinu, što je posebno važno za kontinentalne destinacije poput Donjeg Miholjca koje nastoje razviti cjelogodišnju turističku ponudu i prevladati sezonalnost.

Na području Donjeg Miholjca prevladava umjereno kontinentalna klima s čestim i intenzivnim promjenama vremena.

Temperatura

- Više od četiri mjeseca godišnje srednje mjesečne temperature prelaze 10°C
- Srednje temperature u najtoplijem mjesecu ne prelaze 22°C
- U najhladnijem mjesecu temperature se kreću od -3 do 18°C

Padaline

- Prosječna godišnja količina 700-800 mm
- Više padalina u toplom dijelu godine
- Rijetka izrazito suha razdoblja

Vjetrovi

- Prevladavaju slabi vjetrovi i tišine
- Promjenjivi smjerovi

DEMOGRAFSKA OBILJEŽJA

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

Prema popisu stanovništva, kućanstava i stanova iz 2011. i 2021. godine, grad Donji Miholjac i pripadajuća naselja bilježe pad broja stanovnika. U Donjem Miholjcu pad broja stanovnika bio je izraženiji nego u cijeloj Hrvatskoj. Dok je Hrvatska zabilježila pad od približno 9% , Donji Miholjac je doživio pad od oko 15% . Ovaj trend ukazuje na specifične demografske izazove s kojima se suočava Donji Miholjac.

Tablica 1: Broj stanovnika u gradu Donji Miholjac i prigradskim naseljima 2021. prema spolu i dobi

Mjesto	Spol	Ukupno	0-4	5-9 (prikaz,	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85-89	90-94	95 i više
Donji Miholjac	sv.	5.330	255	247	250	222	251	268	300	354	350	326	336	400	499	475	360	219	117	67	30	4
Donji Miholjac	m	2.602	130	137	132	110	129	130	159	186	189	158	159	184	222	238	181	94	39	16	9	-
Donji Miholjac	ž	2.728	125	110	118	112	122	138	141	168	161	168	177	216	277	237	179	125	78	51	21	4
Golinci	sv.	342	20	18	16	12	23	23	18	20	18	17	32	30	31	23	14	15	4	7	1	-
Golinci	m	170	8	8	9	6	13	11	2	8	10	8	13	16	19	10	6	8	2	2	1	-
Golinci	ž	172	12	10	7	6	10	12	8	9	8	9	19	14	12	13	8	7	2	5	-	-
Miholjački Poreč	sv.	148	8	9	10	8	5	5	8	7	10	6	10	1	7	14	15	8	3	1	4	-
Miholjački Poreč	m	73	3	3	4	1	2	4	6	4	5	3	1	0	7	7	3	2	-	2	-	-
Miholjački Poreč	ž	75	5	5	4	4	3	4	1	6	5	3	4	1	0	7	8	5	1	-	2	-

Mjesto	Spol	Ukupno	0-4	5-9 (prikaz,	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85-89	90-94	95 i više
Podgajci Podravski	sv.	543	20	26	22	33	43	27	30	26	28	39	58	57	38	27	30	27	8	4	-	-
Radikovci	sv.	246	8	13	15	9	13	15	20	9	12	21	10	13	20	9	11	4	-	-	-	-
Rakitovica	sv.	718	28	34	33	47	42	39	29	45	50	55	50	46	54	57	46	27	16	18	2	-
Sveti Đurađ	sv.	704	35	41	48	29	42	35	41	44	34	45	35	56	60	63	49	21	11	9	5	1
Grad Donji Miholjac	sv.	8.031	374	388	394	360	419	412	446	505	502	509	541	630	706	673	527	321	168	113	38	5
Grad Donji Miholjac	m	3.965	195	218	192	176	210	208	241	263	271	255	268	295	341	330	270	132	58	30	12	-
Grad Donji Miholjac	ž	4.066	179	170	202	184	209	204	205	242	231	254	273	335	365	343	257	189	110	83	26	5

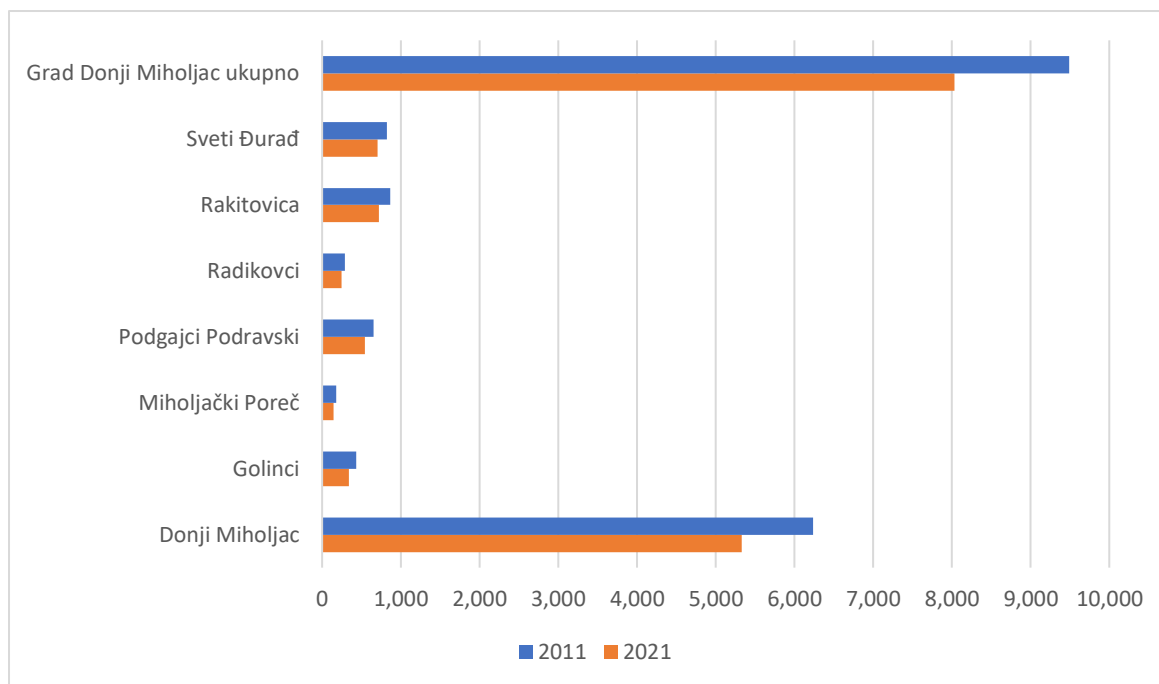
Izvor: Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2021. godine, Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske

U 10 godina (2011.-2021.) broj stanovnika u smanjio se za 1.460 osoba, odnosno za 15,4%. Ako se promatra i prethodno popisno razdoblje, u posljednja dva popisna razdoblja (2001.-2021.) zabilježen je pad stanovnika za 2.234 osobe, odnosno 21,8%.

Tablica 2: Broj stanovnika 2011. i 2021. po naseljima

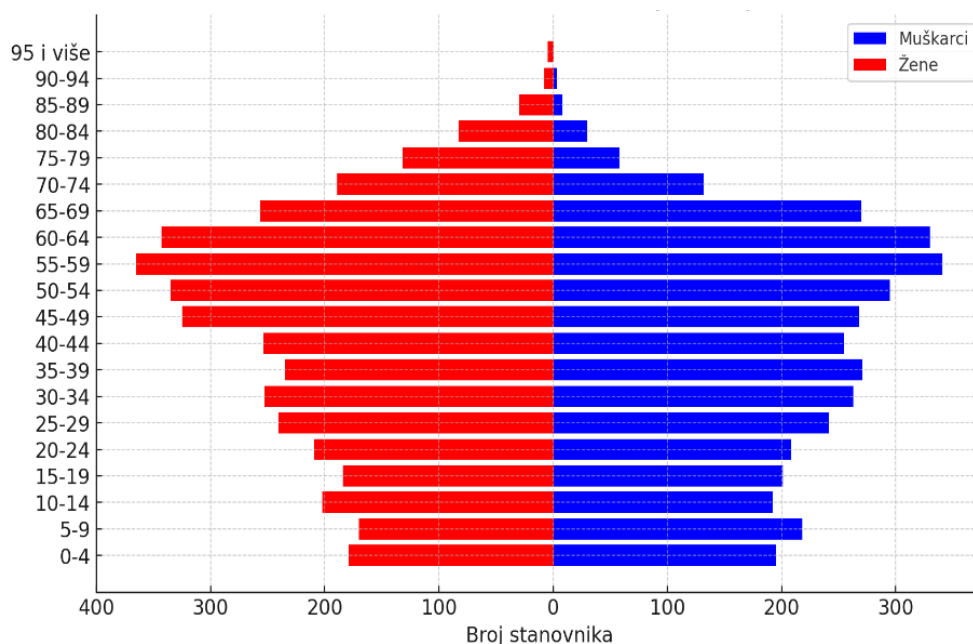
Naselje	2011	2021
Donji Miholjac	6.240	5.330
Golinci	431	342
Miholjački Poreč	183	148
Podgajci Podravski	651	543
Radikovci	292	246
Rakitovica	868	718
Sveti Đurađ	826	704
Grad Donji Miholjac ukupno	9.491	8.031

Slika 1: Broj stanovnika 2011. i 2021. po naseljima



Piramida starosti pokazuje dobnu i spolnu strukturu stanovnika. Podaci za 2021. godinu pokazuju demografske trendove, uključujući smanjenje mlađih dobnih skupina i veći broj žena u starijim dobnim skupinama.

Slika 2: Piramida starosti za grad Donji Miholjac 2021.



Prikazana dobno-spolna piramida jasno ukazuje na demografsku strukturu koja ima karakteristike "kontraktivnog" ili regresivnog tipa populacije. Ovo se manifestira kroz nekoliko ključnih elemenata:

- Sužena baza piramide - Vidljivo je da su mlađe dobne skupine (0-14 godina) značajno manje u usporedbi sa srednjim dobnim skupinama, što ukazuje na dugotrajniji pad nataliteta.
- Prošireni srednji dio piramide - Najširi dio piramide nalazi se u dobnim skupinama od 45-59 godina, što ukazuje na značajan udio radno sposobnog stanovništva srednjih godina.
- Postupno starenje stanovništva - Primjetan je relativno velik udio starijih dobnih skupina (iznad 65 godina), što u kombinaciji sa suženom bazom upućuje na proces demografskog starenja.
- Spolna struktura - Vidljiva je određena neuravnoteženost u spolnoj strukturi gdje u mlađim i srednjim dobnim skupinama (20-59 godina) prevladavaju muškarci, dok u starijim dobnim skupinama (iznad 65 godina) prevladavaju žene, što je uobičajeno zbog dugog očekivanog trajanja života žena.

Ovakva demografska slika upućuje na negativne demografske trendove u Donjem Miholjcu, uključujući smanjenje broja stanovnika prirodnim putem (više umrlih nego rođenih) i potencijalno iseljavanje mlađeg stanovništva, što predstavlja značajan izazov za budući gospodarski i društveni razvoj grada.

PROMETNA POVEZANOST

Ključna prednost položaja grada je izvanredan geo-prometni položaj, jer je grad podjednako udaljen (oko 250 km) od Zagreba i glavnih gradova susjednih država (Mađarske, Srbije, BiH).

Grad se nalazi uz rijeku Dravu te je kao pogranično područje udaljen od Republike Mađarske 3 km. Grad ima međunarodni granični prijelaz prema Mađarskoj što dodatno povećava značaj prometne povezanosti sa drugim zemljama EU. Ovo je posebno važno za pristup mađarskom turističkom tržištu, što je prepoznato kao jedna od prilika za razvoj turizma.

Cestovni promet

Cestovni promet predstavlja ključni faktor pristupačnosti turističke destinacije i jedan je od temeljnih preduvjeta za razvoj uspješnog turizma. Za destinacije poput Donjeg Miholjca, kvalitetna cestovna infrastruktura omogućuje ne samo dolazak posjetitelja već i njihovo kretanje unutar destinacije te povezivanje s okolnim atrakcijama i sadržajima.

U kontekstu razvoja turizma Donjeg Miholjca, cestovni promet ima strateški značaj jer omogućuje povezivanje s ključnim emitivnim tržištima, posebice s Mađarskom kao važnim izvorom turista. Prema Godišnjem programu rada Turističke zajednice grada Donjeg Miholjca za 2025. godinu, posebna pažnja posvećuje se informativnim aktivnostima upravo prema mađarskom tržištu, na koje se "Grad Donji Miholjac naslanja" (str. 22).

Dobra cestovna povezanost također je preduvjet za razvoj specifičnih oblika turizma poput ciklo turizma, koji se navodi kao jedan od strateških ciljeva u dokumentu Turističke

zajednice. Turistička signalizacija i oznake na cestama imaju važnu ulogu u informiranju posjetitelja o turističkim sadržajima, što se također spominje kao jedan od projekata koje će TZ Grada Donjeg Miholjca razvijati u razdoblju 2025. godine kroz "nadopunjavanje smeđe i ostale turističke signalizacije" (str. 5).

- Grad Donji Miholjac je povezan državnim cestama:
 - D53 [GP Donji Miholjac (državna granica Republika Mađarska) - Našice - GP Slavonski Brod]
 - D34 [Daruvar (D5) - Slatina - Donji Miholjac - Josipovac (D2)]
- Županijske ceste:
 - Ž4046 i Ž4047 (povezuju naselja Golince i Radikovce)
 - Ž4032 (Donji Miholjac [D34] [Mihanovićeve - P. Radića]) spaja Donji Miholjac s Ivanovom
- Lokalne ceste:
 - L44013 (Kapelna (Ž4031)- L 44015)
 - L44015 (Golinci (Ž4046) – Kućanci (Ž4031))
 - L44016 (Podgajci Podravski (D34)- (Ž4047))

Željeznički promet

Područjem grada ne prolazi željeznica. Stanovnici su orijentirani na najbliže željezničke kolodvore u Slatini i Našicama. Nedostatak pruge predstavlja ograničavajući čimbenik kod privlačenja vanjskih investicija jer se sve robe i sirovine moraju transportirati cestovnim prometom.

Zračni promet

Stanovništvo je orijentirano na Zračnu luku Osijek kao najbližu zračnu luku, te Zračnu luku Pecs i Budimpešta u susjednoj Republici Mađarskoj.

Riječni promet

Iako je grad smješten uz plovno područje rijeke Drave, trenutno ne postoji riječna luka pa nema riječnog prometa ljudi i tereta. Najbliža riječna luka za transport roba je kod Nemetina. Postoji potreba za uređenje pristaništa kod Donjeg Miholjca za pristajanje turističkih brodova.

TURISTIČKI KAPACITETI

Indeks turističke razvijenosti

Indeks turističke razvijenosti (ITR)¹ je alat koji se koristi za procjenu i planiranje razvoja turizma u lokalnim zajednicama. Njegova primarna svrha je osigurati transparentnost i objektivnost u ocjenjivanju stupnja turističke razvijenosti, što omogućava bolje raspoređivanje financijskih resursa i poticanje održivog turističkog razvoja. Na temelju ITR-a, lokalne zajednice mogu:

- **Identificirati potencijale i slabosti:** ITR pomaže u prepoznavanju područja koja su turistički manje razvijena, ali imaju potencijale za rast. Time se omogućava usmjereni razvoj i ulaganje u područja koja su financijski slabija, ali imaju atraktivnu prirodnu ili kulturnu osnovu.
- **Planirati strategije razvoja:** Na temelju ITR-a lokalne zajednice mogu planirati strategije za poboljšanje turističke ponude, kao što su razvoj smještajnih kapaciteta, unapređenje turističkih sadržaja i infrastrukture, te promocija lokalnih resursa.
- **Praviti rangiranja i kategorizacije:** ITR dijeli lokalne zajednice u pet kategorija razvijenosti, što omogućava jasno rangiranje i kategorizaciju gradova i općina prema njihovom stupnju turističke razvijenosti. Ovo rangiranje pomaže u određivanju prioriteta područja za podršku i razvoj.
- **Pristupiti financijskim poticajima:** ITR služi kao kriterij za određivanje pristupa financijskim poticajima i bespovratnim sredstvima iz EU fondova. Lokalne zajednice s nižim ITR-om mogu lakše pristupiti ovim poticajima kako bi poboljšale svoj turistički razvoj.
- **Udružiti se s drugim turističkim zajednicama:** ITR može potaknuti udruživanje turističkih zajednica obližnjih područja kako bi se postigli zajednički ciljevi u razvoju turizma i povećale mogućnosti pristupa financijskim poticajima.

Donji Miholjac prema indeksu turističke razvijenosti spada u **IV. kategoriju**. Indeks iznosi **7,32** što ukazuje na relativno nisku razinu turističke aktivnosti u odnosu na druge dijelove Hrvatske. Prema tom indeksu, Donji Miholjac je najmanje razvijena destinacija u Osječko-baranjskoj županiji. Također, usporedbom podataka u razdoblju 2017.-2023. vidljiv je kontinuirani pad pokazatelja turističke razvijenosti.

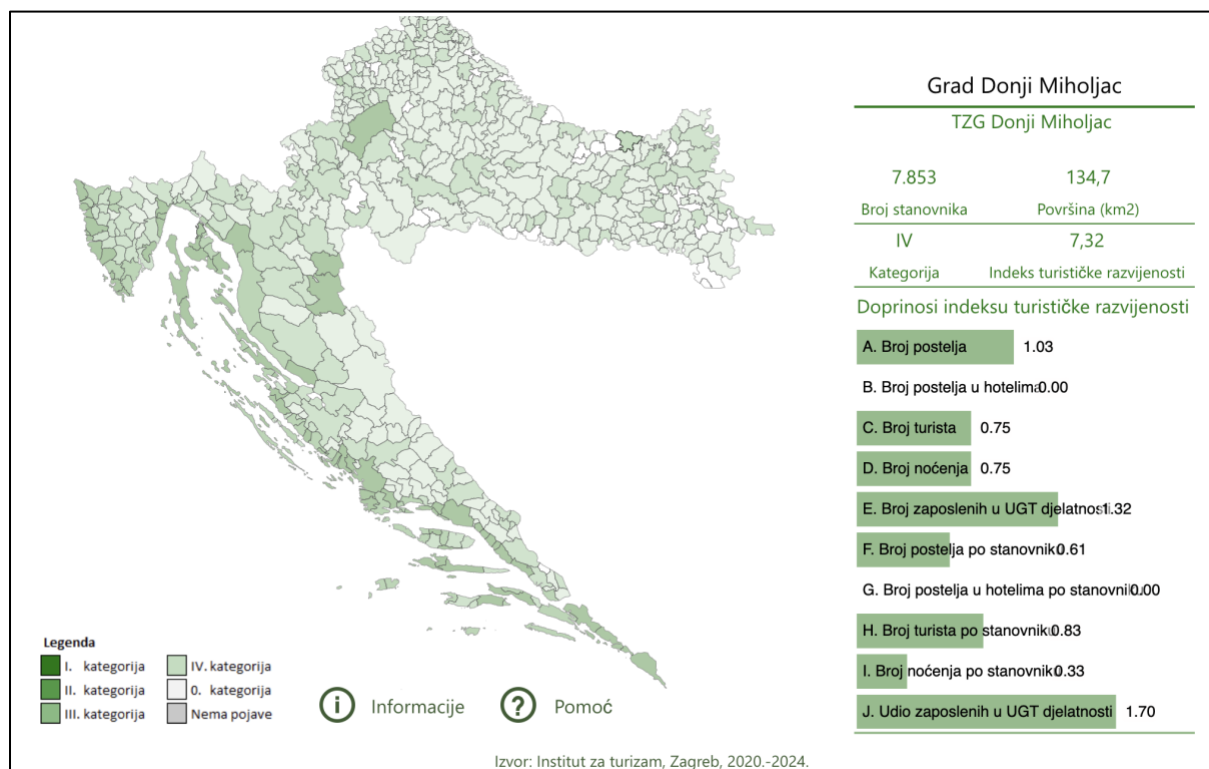
Tablica 3: Kretanje indeksa turističke razvijenosti 2017-2023.

Grad	Županija	2023	2022	2021	2020	2019	2018	2017
------	----------	------	------	------	------	------	------	------

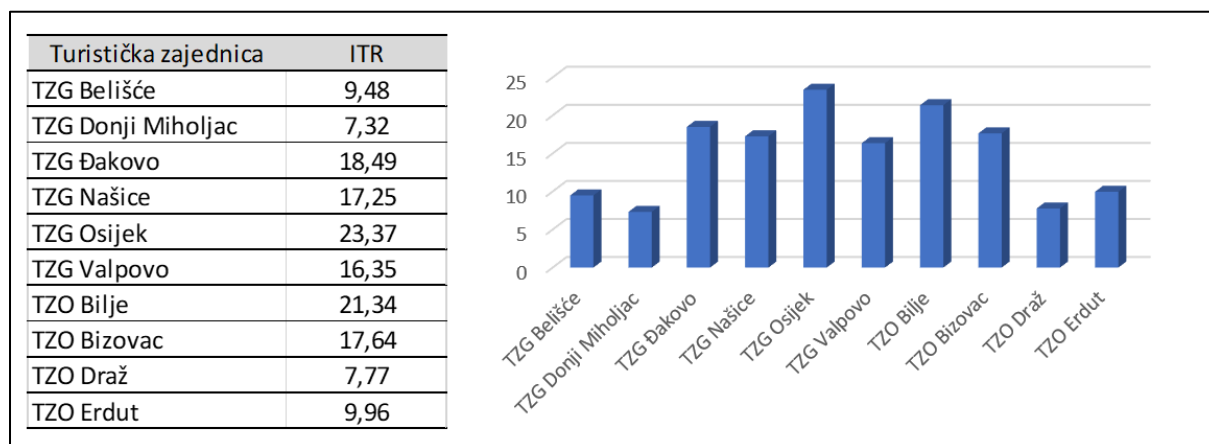
¹ Izračun ITR-a temelji se na kombinaciji različitih pokazatelja koji su grupirani u nekoliko ključnih područja: 1. Turistički promet, 2. Turistička infrastruktura, 3. Ekonomski učinak, 4. Održivost i sezonalnost, 5. Ekološki pokazatelji – utjecaj turizma na okoliš.

Donji Miholjac	Osječko-baranjska	7,32	7,1	9,42	11,07	12,02	12,57	13,01
----------------	-------------------	------	-----	------	-------	-------	-------	-------

Slika 3: Mapa turističke razvijenosti



Slika 4: Indeks turističke razvijenosti destinacija Osječko-baranjske županije



Analizom dostupnih podataka može se zaključiti da Donji Miholjac ima vrlo ograničenu turističku infrastrukturu. Broj postelja po stanovniku iznosi 0,61. Hotelski smještaj ne postoji, zatvaranje hotela Borik poklapa se s padom indeksa.

Mogućnosti razvoja turizma mogle bi uključivati:

- Ruralni turizam, s naglaskom na agro-turizam i lokalnu gastronomiju.
- Kulturološki i povijesni turizam, s obzirom na potencijalno bogatu baštinu.
- Ekoturizam i rekreativni turizam, osobito uz rijeku Dravu i prirodna bogatstva tog područja.
- Povećanje smještajnih kapaciteta i organizacija turističkih manifestacija mogla bi poboljšati položaj Donjeg Miholjca na turističkoj karti Hrvatske.

Smještajni kapaciteti

Poglavlje o smještajnim kapacitetima pruža uvid u trenutno stanje ponude smještaja na području Donjeg Miholjca te ukazuje na njegove razvojne potencijale i postojeće izazove. Kvaliteta i kvantiteta smještajnih kapaciteta ključni su čimbenici koji utječu na konkurentnost turističke destinacije, a njihovo unaprjeđenje nužno je za povećanje turističkog prometa, zadovoljstva turista te ostvarenje ciljeva održivog razvoja turizma Grada Donjeg Miholjca. Nadalje, analiza smještajnih kapaciteta u ovom poglavlju obuhvaća pregled postojećih vrsta smještaja, njihovu strukturu.

Temeljem dostupnih podataka: Godišnjeg programa rada Turističke zajednice Donji Miholjac za 2025. godinu, web stranice Turističke zajednice Donji Miholjac i drugih izvora, u nastavku je dana analiza smještajnih kapaciteta. Popis predstavlja trenutno aktivne smještajne objekte evidentirane kod TZ Donji Miholjac.

Apartmani na području Grada Donjeg Miholjca

Tablica 4 Pregled smještajnih objekata

NAZIV OBJEKTA (14)	ADRESA	BROJ LEŽAJA (43 kreveta 27 pomoćnih ležajeva)
SELJAČKO DOMAĆINSTVO „SODAROVA KUĆA“ ***sunca	Vladimira Nazora 114, Podgajci Podravski	2+2
APARTMANI „ŠKARIĆ“ ***	Vukovarska 15, Donji Miholjac	4+2
STUDIO APARTMAN „RUŽA“ ***	A.Šenoe 10, Donji Miholjac	2+1
APARTMAN „CENTAR“ ****	Kolodvorska 14, Donji Miholjac	2+2
APARTMAN „IVA“ ***	Prilaz stadionu 4, Donji Miholjac	2+1
APARTMAN „VILJEVAC“****	Đanovačka 30, Donji Miholjac	6+1
APARTMAN „ID“ ***	Kolodvorska 14, Donji Miholjac	2+1
APARTMANI „FORUM“ ***	Augusta Šenoe 5, Donji Miholjac	6+5
APARTMAN „MAJA“*****	Stjepana Radića 74, Donji Miholjac	2+2

APARTMAN „MIRA“ ***	Mihanovićeve 56, Donji Miholjac	5+2
APARTMAN „MERAK“ ****	Augusta Harambašića 29, Donji Miholjac	4+1
SOBE „U BLOKU“ ***	Vladimira Nazora 1, Donji Miholjac	2+3
APARTMAN „PEPPER“ *****	Kolodvorska 63, Donji Miholjac	2+2

Izvor: E-Visitor

Priložena tablica prikazuje pregled 14 smještajnih objekata na području grada Donjeg Miholjca s ukupnim kapacitetom od 43 kreveta i 27 pomoćnih ležajeva. Analizom tablice mogu se izvesti sljedeći zaključci:

Vrste smještajnih objekata

- Dominantni tip smještaja su apartmani (13 objekata ili 92,9% od ukupnog broja)
- Samo jedan objekt je seljačko domaćinstvo (7,1% od ukupnog broja)

Kategorizacija objekata

- 9 objekata ima kategorizaciju 3 zvjezdice (64,3%)
- 3 objekta imaju kategorizaciju 4 zvjezdice (21,4%)
- 1 objekt ima kategorizaciju 5 zvjezdica (7,1%)
- 1 objekt ima kategorizaciju 3 sunca (7,1%)

Kapacitet smještaja

- Prosječan broj kreveta po objektu iznosi 3,07
- Prosječan broj pomoćnih ležajeva po objektu iznosi 1,93
- Ukupan kapacitet (osnovni + pomoćni ležajevi) iznosi 70 osoba
- Najveći pojedinačni kapacitet ima objekt "Apartmani FORUM" s 11 ležajeva (6+5)

Geografska distribucija

- 13 objekata (92,9%) nalazi se na području naselja Donji Miholjac
- 1 objekt (7,1%) nalazi se u Podgajcima Podravskim

Ovi podaci odgovaraju informacijama iz Godišnjeg programa rada Turističke zajednice grada Donjeg Miholjca za 2025. godinu, gdje se navodi da je tijekom 2024. godine otvoreno 5 novih objekata u privatnom smještaju, te ih je ukupno 14 s kapacitetom od 45 kreveta i 24 pomoćna ležaja (TZGDM, 2024, str. 19). Manja razlika u brojevima može biti rezultat ažuriranja podataka i promjena registracije objekata.

Postojeća struktura smještajnih kapaciteta ukazuje na dominaciju privatnog smještajnog sektora, s naglaskom na apartmanski smještaj srednje kategorije (3 zvjezdice), što je karakteristično za manje kontinentalne destinacije u razvoju.

Vidljiv je kontinuiran rast broja noćenja kroz godine. Privatni smještaj nakon zatvaranja objekata Slavona i Borik čini jedinu smještajnu ponudu. Broj ostvarenih noćenja po godinama:

- 2021: 598 noćenja
- 2022: 802 noćenja
- 2023: 859 noćenja
- 2024: 1456 noćenja

Ovakva analiza ukazuje na postupan ali stabilan razvoj smještajnih kapaciteta u Donjem Miholjcu, s naglaskom na privatni smještaj srednjeg i višeg standarda.

Ugostiteljski kapaciteti

U nastavku je popis ugostiteljskih objekata prema vrsti i naselju:

Tablica 5: Vrste ugostiteljskih objekata prema tipu i naselju

RB.	Naziv naselja	Naziv objekta	Vrsta objekta	Adresa	Vlasnik
1.	DONJI MIHOLJAC	IN DM (buffet)	buffet	Gajeva 15A	GUMISMART d.o.o.
2.	DONJI MIHOLJAC	AS	caffe bar	Zrinsko-Frankopanska 4	SUKAČIĆ, obrt za ugostiteljstvo, vl. Željko
3.	DONJI MIHOLJAC	AUTOMAT KLUB FAVBET	caffe bar, kockarnica	Augusta Šenoa 1	SVIJET ZABAVE JEDAN d.o.o.
4.	DONJI MIHOLJAC	BOX	caffe bar	Vukovarska 97	VUL-PID d.o.o.
5.	DONJI MIHOLJAC	DVORAC	caffe bar	Vukovarska 15	FL ŠKARIĆ, obrt za prijevoz, vl. Silvio Škarić
6.	DONJI MIHOLJAC	ERIN	caffe bar	Kolodvorska 19 A	ERIN UGOSTITELJSKI OBRT, vl. Alen Zetović
7.	DONJI MIHOLJAC	GASTRO	caffe bar	Kolodvorska 116	VIDAM TADE d.o.o.
8.	DONJI MIHOLJAC	LAGUNA GOLD	caffe bar	Kolodvorska 25	LAGUNA ALL STARS j.d.o.o.
9.	DONJI MIHOLJAC	LOVAC	caffe bar	A. Harambašića 52	TREF UGOSTITELJSKI OBRT
10.	DONJI MIHOLJAC	MARASKA	caffe bar	Vukovarska 138A	LELE BAR j.d.o.o.
11.	DONJI MIHOLJAC	MASLINA	caffe bar	Vukovarska 138A	LELE BAR j.d.o.o.
12.	DONJI MIHOLJAC	QUEEN'S	caffe bar	Naselje Tržnica 2	ADRIATICO, obrt za trgovinu, usluge
13.	DONJI MIHOLJAC	STARA DRAVA	caffe bar	Hobod 10	STARA DRAVA j.d.o.o.
14.	DONJI MIHOLJAC	ŠESTICA	caffe bar	Mihanovićeve 18	ELEKTRO WORLD j.d.o.o.
15.	DONJI MIHOLJAC	TWISTER	caffe bar	Trg Ante Starčevića 21	3D, obrt za ugostiteljstvo
16.	DONJI MIHOLJAC	GLENN'S	caffe bar-noćni bar	Augusta Šenoa 1	I.Q., obrt za ugostiteljstvo, vl. Melita Greganić
17.	DONJI MIHOLJAC	KRUZER- SENATOR	caffe bar-noćni bar, kockarnica	Gajeva 5a	ADRIA CASINO d.o.o. za trgovinu i ugostiteljstvo
18.	DONJI MIHOLJAC	FAST FOOD MANNA	fast food	Kolodvorska 21	FOODY j.d.o.o. za proizvodnju, trgovinu i usluge
19.	DONJI MIHOLJAC	OLIVER	fast food	Vukovarska 55	OLIVER, obrt za ugostiteljstvo

20.	DONJI MIHOLJAC	STARI ČOČAJ	fast food	Zrinsko-Frankopanska 1	PEKAR, obrt za pekarske usluge i trgovinu
21.	DONJI MIHOLJAC	LAGUNA	noćni bar	Kolodvorska 23	BEST FUN j.d.o.o
22.	DONJI MIHOLJAC	KAPUCINER	pizzeria – pečenjarnica	A. Harambašića 1	LINAMARI j.d.o.o.
23.	DONJI MIHOLJAC	MAILATH	pizzeria-bistro	Gajeve 5	BORIK d.o.o. za ugostiteljstvo
24.	DONJI MIHOLJAC	CATERING GASTRO	pripremna obroka (catering)	Kolodvorska 116	VIDAM TADE d.o.o.
25.	DONJI MIHOLJAC	IN DM (restoran)	restoran	Gajeve 15A	GUMISMART d.o.o.
26.	DONJI MIHOLJAC	MANNA	slastičarnica	Kolodvorska 21	FOODY j.d.o.o. za proizvodnju, trgovinu i usluge
27.	DONJI MIHOLJAC	KORZO SLASTIČARNICA	slastičarnica tip II	Trg Ante Starčevića 3	Slastičarnica tip II
28.	Donji Miholjac	ZOA, slastičarnica	slastičarnica	Kolodvorska 21	
29.	MIHOLJAČKI POREČ	BUFFET I NOĆNI BAR MLIN	buffet	Eugena Kraja 30	N/A
30.	DONJI MIHOLJAC	VE-TO	caffe bar	Kolodvorska 10	N/A
31.	MIHOLJAČKI POREČ	DIKA	bistro	Eugena Kraja 36	NIKA, obrt za ugostiteljstvo
32.	PODGAJCI PODRAVSKI	AMADEUS	caffe bar	Vladimira Nazora 113	N/A
33.	RAKITOVICA	BONUS - ANTO ŠERIĆ	caffe bar	Venoseva 44	N/A
34.	RAKITOVICA	PALMERO	caffe bar	Venoseva 46a	N/A
35.	SVETI ĐURAĐ	MISTICK	caffe bar	Antuna Radića 108	MISTICK, obrt za ugostiteljstvo

Analiza ugostiteljskih kapaciteta

Analizom prikazanih podataka moguće je utvrditi:

➤ Dominantni tipovi ugostiteljskih objekata

- Caffe barovi čine većinu objekata, što ukazuje na veliku potražnju za ovim formatom ugostiteljstva u ovim naseljima
- Pizzerije, bistroi i restorani su manje zastupljeni ali ključni za raznolikost ponude
- Objekti brze prehrane (fast food, catering, slastičarnice) imaju veću prisutnost ali više u većim naseljima

➤ Naselja s najrazvijenijom ugostiteljskom infrastrukturom

- Donji Miholjac ima najveći broj ugostiteljskih objekata i najveću raznovrsnost (caffe barovi, restorani, fast food, noćni barovi).
- Miholjački Poreč, Podgajci Podravski, Rakitovica i Sveti Đurađ imaju manji broj objekata, uglavnom caffe barove, što sugerira manju turističku ili lokalnu potražnju.

➤ **Pojava noćnih barova i specijaliziranih objekata**

- Noćni barovi i caffe bar-noćni barovi su prisutni u Donjem Miholjcu, ali su rijetki u manjim naseljima. Ovo može ukazivati na potencijalnu priliku za proširenje noćne ugostiteljske ponude u okolnim naseljima.
- Catering objekti su rijetki i mogu imati prostora za razvoj, osobito u vezi s organizacijom evenata i poslovnih ručkova.

➤ **Posebno istaknuti objekti:**

- Caffe bar Stara Drava: prirodni ambijent uz rijeku (ali nedostaju u ponudi riblja jela i tradicionalna gastronomija), vanjska terasa za 100 gostiju, cjelogodišnje poslovanje (proljeće – jesen), razna natjecanja i organizirani ribolov uz jednokratne i godišnje dozvole

Razdoblje poslovanja:

- Većina objekata (80%) radi cijelu godinu
- Objekti s vanjskim terasama imaju pojačan rad tijekom ljeta (rad terasa uređen je Odlukom grada mjeseci
- Područje RŠU Udica - Caffe bar Stara Drava – cjelogodišnje poslovanje (proljeće-jesen)

Profil gostiju:

- Dominantno lokalno stanovništvo (80% prometa)
- Turisti i poslovni gosti (20% prometa)
- Povećan udio turista tijekom manifestacija (Miholjačko sijelo, Gradska fišijada, Slavonija u zjenici oka, Ustanak hrvatskih velikaša, viteški turnir „Miholjačka strijela“, Advent u Donjem Miholjcu te sportske manifestacije Malonogometni Božićni turnir, teniski turniri, biciklističke utrke CX MTB, košarkaški turniri.

Kapaciteti:

- Unutarnji prostori: prosječno 50-100 mjesta po objektu
- Vanjske terase: 20-50 mjesta (sezonski karakter)

Prilagođenost objekata:

- 90% objekata je klimatizirano
- Pristupačnost za osobe s invaliditetom: oko 60% objekata
- WiFi dostupan u svim objektima
- Većina objekata ima osiguran parking

Ova analiza temelji se na javno dostupnim podacima s navedenih web stranica i može služiti kao okvirni pregled ugostiteljske ponude Donjeg Miholjca. Za detaljniju analizu

potrebno je provesti terensko istraživanje i prikupiti dodatne podatke od nadležnih institucija.

Preporuke za razvoj ugostiteljske ponude

- **Diversifikacija ponude u manjim naseljima:** Podgajci Podravski, Rakitovica i Sveti Đurađ imaju samo caffè barove. Moguća prilika za otvaranje fast food objekata, pizzerija ili manjih bistroa koji nude brze obroke.
- **Razvoj restoranske scene:** Donji Miholjac ima restoran i buffet, ali može imati koristi od specijaliziranih koncepata (npr. domaća kuhinja, etno restorani, tematski objekti).
- **Jačanje turističke ponude:** Ugostiteljstvo bi moglo profitirati od veće povezanosti s turističkim inicijativama, kao što su put meda, gastronomski festivali i tradicijska jela specifična za regiju.
- **Modernizacija i promocija objekata:** Povećati prisutnost ugostiteljskih objekata na digitalnim platformama, uključujući Google Maps, društvene mreže i web stranice s recenzijama.

ANALIZA RESURSNE OSNOVE

Utvrdjivanje resursne osnove ključno je za izradu kvalitetnog Plana upravljanja destinacijom, jer omogućuje realno sagledavanje potencijala i ograničenja određene turističke destinacije. Resursna osnova obuhvaća prirodne, kulturne, infrastrukturne i ljudske resurse, koji zajedno definiraju konkurentne prednosti i održivost razvoja destinacije. Detaljna analiza resursa pomaže u identifikaciji ključnih atrakcija, definiranju ciljanih segmenata tržišta te kreiranju strateških smjernica za razvoj turizma. Također, utvrđivanje resursne osnove doprinosi očuvanju okoliša i kulturne baštine, optimizaciji ulaganja i infrastrukture te osiguravanju dugoročne ekonomske koristi za lokalnu zajednicu.

KULTURA I BAŠTINA

Kultura i baština predstavljaju jedne od najvažnijih turističkih resursa koji destinaciji daju autentičnost, prepoznatljivost i konkurentsku prednost na turističkom tržištu. Za Donji Miholjac, grad bogate povijesti i kulturnog nasljeđa, kulturna dobra i spomenici čine temeljne elemente turističke ponude i identiteta.

Prema Godišnjem programu rada Turističke zajednice grada Donjeg Miholjca za 2025. godinu, jedan od dugoročnih, strateških ciljeva odnosi se upravo na "pozicioniranje Donjeg Miholjca kao grada kulturno povijesne baštine" (str. 7). U istom dokumentu naglašava se važnost "poboljšanja promocije kroz povijesne prezentacije i povijesno nasljeđe obitelji Prandau i Mailath" (str. 5), što jasno ukazuje na prepoznavanje kulturno-povijesnih resursa kao ključnih elemenata turističke privlačnosti grada.

Bogata kulturna baština Donjeg Miholjca, koja uključuje kompleks dvoraca Prandau i Mailath, Župnu crkvu Sv. Mihaela arkandela i druge vrijedne spomenike, nije samo svjedočanstvo povijesti već i platforma za razvoj specifičnih kulturno-turističkih proizvoda poput Prandau festivala orguljaške i komorne glazbe (str. 14). Kroz planirane aktivnosti poput izrade aplikacija za dvorce Prandau i Mailath te sakralnu baštinu (str. 21), Turistička zajednica nastoji na inovativan način približiti kulturna dobra i spomenike posjetiteljima, stvarajući time dodatnu vrijednost u turističkoj ponudi grada.

Kulturna dobra i spomenici

Prema Registru kulturnih dobara Ministarstva kulture na području Grada Donjeg Miholjca nalazi se 19 kulturnih dobara.

Tablica 6: Zaštićena kulturna dobra u Donjem Miholjcu

MJESTO	NAZIV	VRSTA KULTURNOG DOBRA
DONJI MIHOLJAC	Arheološko nalazište "Borik i Janjevci"	Nepokretno kulturno dobro
DONJI MIHOLJAC	Arheološko nalazište "Farkaševci"	Nepokretno kulturno dobro
DONJI MIHOLJAC	Arheološko nalazište "Jeroličko gušće"	Nepokretno kulturno dobro
DONJI MIHOLJAC	Arheološko nalazište "Prinčevac"	Nepokretno kulturno dobro
DONJI MIHOLJAC	Crkva sv. Mihovila Arkandela	Nepokretno kulturno dobro
DONJI MIHOLJAC	Inventar crkve sv. Mihovila Arkandela	Pokretno kulturno dobro - zbirka
DONJI MIHOLJAC	Kompleks dvoraca Mailath	Nepokretno kulturno dobro
DONJI MIHOLJAC	Kulturno-povijesna cjelina grada Donjeg Miholjca	Nepokretno kulturno dobro - povijesna cjelina
DONJI MIHOLJAC	Orgulje u crkvi sv. Mihovila Arkandela	Pokretno kulturno dobro
GOLINCI	Arheološko naselje "Leštak"	Nepokretno kulturno dobro
GOLINCI	Arheološko nalazište "Ograd"	Nepokretno kulturno dobro
GOLINCI	Arheološko nalazište "Selište"	Nepokretno kulturno dobro
GOLINCI	Zbirka poljoprivrednih strojeva, raznih alata i predmeta (privatno vlasništvo)	Pokretno kulturno dobro
PODGAJCI PODRAVSKI	Crkva sv. Martina	Nepokretno kulturno dobro
RADIKOVCI	Orgulje u crkvi sv. Ane	Pokretno kulturno dobro

MJESTO	NAZIV	VRSTA KULTURNOG DOBRA
RAKITOVICA	Arheološko nalazište "Arende1"	Nepokretno kulturno dobro
RAKITOVICA	Arheološko nalazište "Arende2"	Nepokretno kulturno dobro
RAKITOVICA	Arheološko nalazište "Kraka"	Nepokretno kulturno dobro
RAKITOVICA	Tradicijska kuća s okućnicom, glavna ulica 61	Nepokretno kulturno dobro
SVETI ĐURAD	Crkva sv. Jurja	Nepokretno kulturno dobro

Dvorci

- Dvorac Prandau (izgrađen 1818.): specifičnosti - kasno barokni stil, 19 prozora s kasnobaroknim ukrasima na uličnom pročelju
- Dvorac Mailath (izgrađen 1903.-1906.): specifičnosti - engleski stil Tudor, 2 etaže ili 4 kata (podrum, prizemlje, prvi kat i tavanae prostorije)
- moderni sustavi za svoje vrijeme (tri načina grijanja; centralno grijanje, kamini i kalijeve peći, centralni sustav usisavanje prašine, vlastiti vodovod); arhitektonske posebnosti: kule cilindričnog oblika, visoka krovništa, ukrasni dimnjaci-historicistički elementi

Sakralni objekti

- Crkva sv. Mihaela Arkandela: prvi spomen 1057. godine; posebnosti: orgulje pod zaštitom, barokni oltar
- Crkva sv. Jurja u Svetom Đurđu: spomenik 0 kategorije posebnosti - kasnogotički portal na južnom zidu
- Crkva Sv. Marije Magdalene u Miholjačkom Poreču
- Crkva Sv. Ane u Radikovcima
- Crkva Sv. Ivana Glavosjeka u Golincima
- Crkva Sv. Biskupa Martina – Podgajci Podravski
- Crkva Sv. Jakoba u Rakitovici
- Kapelica na groblju Sv. Stjepana
- Kapelica na groblju Sv. Križa

Arheološka nalazišta

Arheološka nalazišta predstavljaju izuzetno vrijedan dio kulturno-povijesne baštine koji otkriva slojevitost ljudskog postojanja na određenom prostoru kroz različite vremenske periode. Kao materijalni tragovi prošlosti, arheološki lokaliteti pružaju jedinstveni uvid u život, kulturu i civilizacijski razvitak prethodnih generacija, čineći most između sadašnjosti i davne prošlosti.

Za područje Donjeg Miholjca i okolice, arheološka nalazišta predstavljaju značajan, iako još uvijek nedovoljno valoriziran turistički potencijal. Prema dostupnim izvorima, ovaj

prostor ima bogatu arheološku baštinu koja svjedoči o kontinuitetu naseljavanja od prapovijesnih vremena, preko antike i srednjeg vijeka, do modernog doba. Iako se u Godišnjem programu rada Turističke zajednice grada Donjeg Miholjca za 2025. godinu ne spominju specifični projekti vezani uz arheološka nalazišta, njihovo uključivanje u turističku ponudu moglo bi značajno obogatiti kulturno-povijesni narativ destinacije i privući specifične segmente posjetitelja zainteresiranih za kulturni i edukativni turizam.

Integracija arheoloških nalazišta u turističku ponudu zahtijeva interdisciplinarni pristup koji uključuje stručnu interpretaciju, adekvatnu zaštitu i prezentaciju, te stvaranje poveznica s drugim elementima kulturne baštine, čime bi se stvorila cjelovita i autentična turistička priča o povijesnom kontinuitetu i bogatstvu područja Donjeg Miholjca.

Na području Donjeg Miholjca nalaze se sljedeća arheološka nalazišta:

- Borik i Janjevci
- Farkaševci
- Jeroličko gušće
- Prinčevac
- Leštak (Golinci)
- Ograd (Golinci)
- Selište (Golinci)
- Arende 1 i 2 (Rakitovica)
- Kraka (Rakitovica)

Nematerijalna kulturna baština

Nematerijalna kulturna baština predstavlja živuće nasljeđe zajednice koje se prenosi s generacije na generaciju, dajući joj osjećaj identiteta i kontinuiteta. Ova vrsta baštine obuhvaća prakse, izraze, znanja i vještine koje zajednice prepoznaju kao dio svog kulturnog nasljeđa - od tradicionalnih plesova i glazbe, preko običaja i obreda, do specifičnih zanata i gastronomije.

Za Donji Miholjac i okolicu, nematerijalna kulturna baština ima izuzetan značaj u turističkoj ponudi i razvoju autentičnih turističkih proizvoda. Prema Godišnjem programu rada Turističke zajednice grada Donjeg Miholjca za 2025. godinu, brojne manifestacije posvećene su upravo očuvanju i prezentaciji nematerijalne baštine, poput "Miholjačkog sijela" koje kao "najveća kulturna manifestacija miholjačkog kraja" okuplja kulturno-umjetnička društva koja "svojim plesovima, pjesmama i običajima predstavljaju tradiciju svojih krajeva" (str. 13).

Manifestacije poput "U varoš na poklade" u Svetom Đurđu koja "tradicionalno prikazuje običaje maskiranih svatova" (str. 12), "Zlatne berbe" u Rakitovici gdje se, između ostalog, posjetitelji mogu natjecati u "ručnom runjenju kukuruza" (str. 13-14), ili pak gastronomske manifestacije poput natjecanja u kuhanju fiš-paprikaša (str. 16), jasno pokazuju kako se nematerijalna kulturna baština aktivno koristi kao osnova za kreiranje prepoznatljivih

turističkih događanja koja doprinose očuvanju tradicije i istovremeno obogaćuju turističku ponudu destinacije.

U nematerijalnu kulturnu baštinu Donjeg Miholjca spadaju:

➤ **Manifestacije:**

- Miholjačko sijelo - najveća kulturna manifestacija s preko 2000 sudionika
- U varoš na poklade - tradicionalni pokladni običaji u Svetom Đurđu
- Zlatna berba - smotra izvornog folklora, Rakitovica
- Prandau festival orguljaške i komorne glazbe, Donji Miholjac
- Slavonija u zjenici oka, tradicionalne prezentacije zanata i običaja uz gastro priredbu, Donji Miholjac
- U Podgajci pokraj Drave, Podgajci Podravski
- Kolo oko bare, smotra folklora, Radikovci
- Praćkijada, Prvenstvo Slavonije u gađanju praćkom, Radikovci
- Ustanak hrvatskih velikaša, streličarski turnir „Miholjačka strijela“
- Glazbeni festival pjevača amatera, DM FEST
- Rock festival, donji Miholjac
- BackYardArt Festival za mlade, BAF Donji Miholjac
- Malonogometni Božićni turnir
- Gastro priredbe: fišijada, sarmijada, čobanijada, kobasicijada, grahijada
- Crkveni godovi (kirvaji) tijekom cijele godine

➤ **Gastronomija**

Gastronomija predstavlja jedan od najvažnijih elemenata nematerijalne kulturne baštine i značajan faktor privlačnosti turističke destinacije. Kroz autentična jela i pića, posjetitelji imaju priliku doživjeti esenciju lokalnog identiteta, tradicije i načina života, stvarajući dublje i osobnije iskustvo destinacije koje nadilazi vizualne dojmove.

Za područje Donjeg Miholjca, gastronomija igra ključnu ulogu u turističkoj ponudi i promociji. Prema Godišnjem programu rada Turističke zajednice grada Donjeg Miholjca za 2025. godinu, jedan od dugoročnih, strateških ciljeva odnosi se upravo na pozicioniranje Donjeg Miholjca kao "grada dobre hrane sa brojnim gastro priredbama" (str. 7).

U dokumentu se navodi niz manifestacija usmjerenih na valorizaciju lokalne gastronomske baštine. "Natjecanje u kuhanju fiš-paprikaša u Donjem Miholjcu" (str. 16) ističe se kao važan događaj koji ima za cilj "razvoj gastronomije kao selektivnog oblika turizma". Manifestacija "Slavonija u zjenici oka", koja se održava čak četiri puta godišnje, usmjerena je na "očuvanje i promidžbu tradicionalne kuhinje" (str. 17), dok je "Put meda - Dan meda" posvećen promociji pčelarstva i proizvoda od meda (str. 16).

Posebno je zanimljivo kako se gastronomija povezuje s umjetnošću i javnim prostorom kroz projekt "Umjetnost na ulici", gdje se planiraju umjetničke instalacije inspirirane "proizvodima sa zaštićenom oznakom izvornosti i zemljopisnog podrijetla na razini EU – Med i miholjačka konoplja" (str. 12), što pokazuje inovativan pristup promociji lokalnih gastro brendova.

Gastronomska ponuda Donjeg Miholjca tako postaje ne samo dio turističkog doživljaja već i sredstvo očuvanja lokalnog identiteta i tradicije, dajući posjetiteljima priliku da kroz okuse i mirise dožive autentični duh ovog slavonskog kraja. U pogledu gastronomske ponude "jestivih suvenira" moguće je izdvojiti:

- Tradicionalna slavonska kuhinja
- Miholjačka konoplja - proizvod sa zaštićenom oznakom izvornosti
- Miholjački med - proizvod sa zaštićenom oznakom izvornosti
- Pfeifer mesoprerađiva – (kulen, kobasica, slanina) proizvod sa zaštićenom oznakom izvornosti
- Miholjačko voće i povrće (kupus, paprika, rajčica, šljive, višnje, lješnjaci, orasi, jabuke)
- Miholjački rasadnici Milić-Donji Miholjac, Balatinac- Miholjački Poreč

Kulturno-povijesne cjeline

Kulturno-povijesne cjeline predstavljaju kompleksne urbane i ruralne prostore koji svjedoče o povijesnom razvoju određenog područja, nudeći uvid u različite aspekte života zajednice kroz vrijeme. Ove cjeline, koje mogu obuhvaćati povijesne jezgre gradova, trgove, ulične nizove, pa čak i čitava naselja, imaju neprocjenjivu vrijednost kao autentični prikazi kulturnog i društvenog razvoja, arhitektonskih stilova i urbanističkih koncepata određenog razdoblja.

Za Donji Miholjac, kulturno-povijesne cjeline predstavljaju značajan turistički resurs koji doprinosi prepoznatljivosti i atraktivnosti destinacije. Prema Godišnjem programu rada Turističke zajednice grada Donjeg Miholjca za 2025. godinu, posebna pažnja posvećuje se valorizaciji "povijesne jezgre" grada kroz projekt "Umjetnost na ulici" koji predviđa "intervencije u javnom prostoru povijesne jezgre u vidu umjetničke produkcije" s ciljem doprinosa "atraktivnosti, posebnosti i povećanju tržišne konkurentnosti grada kao turističke destinacije" (str. 12).

Kompleks dvoraca Prandau i Mailath, koji se u dokumentu spominje kao lokacija za održavanje kulturnih događanja poput Prandau festivala orguljaške i komorne glazbe (str. 14), predstavlja jednu od najznačajnijih kulturno-povijesnih cjelina grada. Planirane aktivnosti poput izrade aplikacija za dvorce Prandau i Mailath (str. 21) ukazuju na nastojanja da se ovaj vrijedan kompleks dodatno valorizira i učini pristupačnijim posjetiteljima kroz suvremene tehnologije.

Očuvanje i promocija kulturno-povijesnih cjelina Donjeg Miholjca time nije samo način očuvanja kulturnog nasljeđa, već i strateški pristup razvoju održivog kulturnog turizma koji može značajno doprinijeti gospodarskom razvoju zajednice i očuvanju njenog povijesnog identiteta.

U ovom području postoji značajan potencijal za razvoj:

1. Revitalizacija dvoraca kroz projekt "Kulturna baština Prandau-Mailath"
2. Razvoj novih kulturnih programa i manifestacija
3. Obnova staklenika iz 1872. godine u sklopu perivoja
4. Povezivanje kulturne baštine s turističkom ponudom

Ovi resursi predstavljaju značajan potencijal za razvoj kulturnog turizma, posebno kroz planirane projekte obnove i revitalizacije kulturne baštine.

PRIRODA I OKOLIŠ

Priroda i okoliš predstavljaju ključne resurse za razvoj održivog turizma u destinaciji Donji Miholjac, posebice s obzirom na njegovu blizinu rijeke Drave, šumskih područja i zaštićenih prirodnih vrijednosti. Očuvanje prirodnih resursa ne samo da doprinosi kvaliteti života lokalnog stanovništva, već i povećava atraktivnost destinacije za posjetitelje koji traže rekreativne, avanturističke i ekoturističke sadržaje.

U Planu upravljanja destinacijom, važno je osigurati ravnotežu između razvoja turizma i zaštite prirode, kroz odgovorno korištenje resursa, očuvanje bioraznolikosti i smanjenje ekološkog otiska turizma. To uključuje razvoj eko-staza, promicanje održivog ribolova i lovstva, poticanje ekološki prihvatljivog smještaja te implementaciju edukacijskih programa za posjetitelje i lokalnu zajednicu. Održivim upravljanjem prirodnim resursima, Donji Miholjac može postati prepoznatljiva destinacija za ljubitelje prirode, dok istovremeno štiti svoje okolišne vrijednosti za buduće generacije.

Zaštićena područja

Zaštićena područja predstavljaju geografski definirane prostore koji su namijenjeni zaštiti prirode i njome se upravlja radi dugoročnog očuvanja prirode i pratećih usluga ekološkog sustava. Ova područja imaju iznimnu biološku, krajobraznu ili geološku raznolikost te su od posebnog značaja za očuvanje ekosustava i bioraznolikosti. U Republici Hrvatskoj, prema Zakonu o zaštiti prirode, postoji devet kategorija zaštićenih područja: strogi rezervat, nacionalni park, posebni rezervat, park prirode, regionalni park, spomenik prirode, značajni krajobraz, park-šuma i spomenik parkovne arhitekture. Svaka od ovih kategorija ima različit stupanj zaštite i režima upravljanja, ovisno o vrijednostima i značaju područja. Zaštićena područja nisu samo važna za očuvanje prirode, već imaju i značajnu ulogu u održivom razvoju lokalnih zajednica kroz ekoturizam i edukaciju.

Posebni ornitološki rezervat "Podpanj"

Ornitološki rezervat Podpanj prostire se na površini od 84,99 ha u zapadnom dijelu ribnjaka Donji Miholjac. U rezervatu je evidentirano 106 vrsta ptica, od čega 20 europskih ugroženih vrsta.

Područje je značajno za obitavanje, gniježđenje, seobu i zimovanje ptica. Pravilnik o mjerama zaštite Posebnog ornitološkog rezervata "Podpanj" donijelo je Poglavarstvo Osječko-baranjske županije 8. veljače 2002. godine. Pravilnikom su propisane mjere zaštite, a osobito mjere uređenja i korištenja rezervata. Područje "Podpanj" je turističko područje od važnosti za županiju.

Rezervat "Podpanj" ima posebnu znanstvenu vrijednost jer su unutar njega zabilježene 4 nove vrste ptica za Hrvatsku (*Emerizia rustica*, *Calidaris alba*, *Achrocephalus agricola* i *Sterna paradisea*) te nova vrsta šišmiša (*Pipistrellus pygmeus*). Time se potvrđuje da je Podpanj iznimno važno ornitološko područje na nacionalnoj razini, značajno za bioraznolikost i očuvanje ugroženih vrsta ptica.

Park u Donjem Miholjcu

Park u Donjem Miholjcu prostire se na površini od 20 hektara. Od 1958. godine, temeljem Rješenja Konzervatorskog zavoda iz Zagreba, ima status zaštićenog spomenika parkovne arhitekture, čime je proglašen prirodnom rijetkošću. Oblikovan je kao pejzažni perivoj koji je svoj konačan oblik dobio krajem 19. i početkom 20. stoljeća izgradnjom novog dvorca. Od posebnosti su najzanimljivije:

- Staklenik iz 1872. godine
- Autohtone vrste drveća (hrast lužnjak, grab, jasen, lipa, klen)
- Egzotične vrste (ginko, sekvoja, razne vrste borova)

U parku se ističu sljedeći elementi:

- Istočno od dvorca nalazi se manji vrt trapeznog oblika na čijoj sjevernoj strani je staklenik izgrađen 1872. godine od čelične konstrukcije s krovom od lima na sjevernoj strani te obložen staklom na južnoj. Staklenik je trenutno u ruševnom stanju i zahtjeva temeljitu rekonstrukciju.
- U manjem dijelu park je oblikovan u francuskom stilu sa šišanim živicama i šimširom koji formiraju tri uresna vrta
- Ispred glavnog zapadnog pročelja dvorca nalazi se veliki kružni cvjetnjak
- Veći dio perivoja oblikovan je u engleskom stilu s tratinama, većim i manjim skupinama drveća i pejzažno vođenim stazama

Vegetacija parka je raznovrsna:

- Prevladavaju autohtone vrste drveća poput hrasta lužnjaka, graba, jasena, lipe, klana i javora
- Dodane su udomaćene vrste poput platane, koprivića, judinog drva, gledičije, gimnolada, crnog oraha, tulipanovca, paulovnije, jablana, bijele topole i sofore
- Od četinjača prisutne su: obična i golema jela, kavkaska jela, vankuverska jela, lawsonov pačempres, ginko, crni i obični bor, borovac i sekvoja.

Od građevina u perivoju su se originalno nalazile tri građevine, paviljon i kuglana te skulpture i četiri fontane. Danas je sačuvan samo paviljon s tri uresna vrta od šimšira, oštećen staklenik koji je izvan upotrebe i dio zidane ograde s ulaznim vratima u paviljon kao dio parka.

U planovima razvoja grada, park se spominje kao dio projekta "Kulturna baština Prandau-Mailath" koji obuhvaća revitalizaciju dvoraca, parka, izgradnju botaničkog vrta te obnovu gradskog trga i zgrade u kojoj se nalazi kino sala.

Regionalni park Mura-Drava

Regionalni park Mura-Drava ustanovljen je Uredbom Vlade Republike Hrvatske od 10. veljače 2011. godine. Na području Osječko-baranjske županije park obuhvaća 26.102,49 hektara, što čini 29,84% ukupne površine parka koja iznosi 87.680,52 hektara.

Dio je velikog zaštićenog područja koje prolazi kroz 5 županija, međunarodno je važno područje za ptice. Glavne posebnosti su: prirodni tokovi rijeka, meandri, močvarna staništa.

Vodeni resursi

Vodeni resursi predstavljaju sve oblike vode koje su potencijalno korisne ili mogu postati korisne za zadovoljenje ljudskih potreba, uključujući površinske vode (rijeke, jezera, močvare), podzemne vode, ledenjake i oborinske vode. Oni su ključni za održavanje života na Zemlji, funkcioniranje ekosustava i podržavanje svih oblika ljudskih aktivnosti, od osnovnih potreba poput pitke vode i sanitacije do složenije upotrebe u poljoprivredi, industriji i proizvodnji energije. Dostupnost i kvaliteta vodenih resursa sve više postaju globalno pitanje zbog klimatskih promjena, zagađenja, prekomjerne eksploatacije i rastuće populacije. Održivo upravljanje vodenim resursima podrazumijeva integrirani pristup koji uvažava ekološke, ekonomske i socijalne dimenzije vodenog sustava, s ciljem osiguranja dovoljnih količina kvalitetne vode za sadašnje i buduće generacije. Zaštita vodenih resursa postala je jedan od prioriteta brojnih međunarodnih inicijativa i nacionalnih strategija održivog razvoja.

Rijeka Drava

- Dužina uz grad: 22,40 km, čini 21,54% ukupne duljine toka Drave
- Dubina 4 do 7 metara

- Posebnosti: meandri, morfološke promjene korita
- Potencijal: razvoj riječnog turizma i rekreacije

Stara Drava

- Sjeverno od grada, najpopularnije rekreacijsko područje stanovnika Donjeg Miholjca
- Česta destinacija obitelji i mladih koji naročito u vrijeme blagdana i vikendom uživaju u čistoj prirodi
- Opremljeno je funkcionalnom i estetskom turističkom signalizacijom
- Mjesto održavanja različitih sportskih, kulturnih i rekreacijskih događanja
- Ima društveni dom u vlasništvu ribolovne udruge

Ribnjaci

Ribnjaci se prostiru na površini od 1.002 ha i značajni su za uzgoj slatkovodne ribe. Posebnost je dodatno i u tome što je dio ribnjaka i ornitološki rezervat.

Za 2025. godinu, Turistička zajednica grada Donji Miholjac planira dodatno aktivirati turističke potencijale vezane uz rijeku Dravu kroz:

- Osmišljavanje novih tematskih ruta (biciklističkih i pješačkih)
- Razvoj outdoor aktivnosti
- Razvoj sadržaja uz rijeku Dravu

Područje uz rijeku Dravu vrednovano je kao područje važno za ptice EU (tzv. SPA područje), što dodatno povećava njegov turistički potencijal za razvoj specifičnih oblika turizma poput promatranja ptica (*bird watching*).

Šumska područja

Šumski resursi Donjeg Miholjca predstavljaju značajan prirodni potencijal koji može imati ključnu ulogu u održivom razvoju destinacije. Bogatstvo šumskih ekosustava doprinosi očuvanju biološke raznolikosti, osigurava ekološke usluge te stvara osnovu za razvoj različitih oblika turizma, uključujući ekoturizam, rekreacijski turizam i lovni turizam.

U kontekstu Plana upravljanja destinacijom, integracija šumskih resursa može pridonijeti povećanju atraktivnosti područja kroz razvoj interpretacijskih staza, tematskih parkova i edukativnih programa usmjerenih na prirodnu baštinu. Održivo gospodarenje šumama osigurava ravnotežu između ekoloških, gospodarskih i turističkih interesa, uzimajući u obzir zaštitu okoliša i dugoročnu korist lokalne zajednice.

Razvoj turističke infrastrukture u skladu s principima održivosti, poput ekološki prihvatljivih smještajnih kapaciteta i poučnih centara, može dodatno unaprijediti destinacijsku ponudu. Uspješno planiranje i upravljanje šumskim resursima omogućit će

Donjem Miholjcu pozicioniranje kao zelene i ekološki odgovorne destinacije, privlačne za posjetitelje koji traže autentične i prirodne doživljaje.

Kvantitativni pokazatelji:

- Ukupna površina šuma kojima upravljaju Hrvatske šume na području grada iznosi 8.665,68 ha, od čega: 8.239,35 ha obraslih površina, 337,17 ha neobrasle površine i 89,16 ha neplodne površine
- Drvna zaliha na području šumarije Donji Miholjac prema vrsti drveća (u 1000 m³):
 - Hrast 1.244,99
 - Ostala tvrda bjelogorica: 900,90
 - EA topola: 41,15
 - Ostala meka bjelogorica: 307,84 Ukupno: 2494,88

Posebno se izdvajaju:

- **Šumski predio "Kapelački lug-Karaš"** na površini od 6.226,02 ha koji se većim dijelom sastoji od autohtonih vrsta slabije kvalitete. Sadrži panjače graba, bagrema i ostalih sastojina srednje kvalitete
- **Gospodarska jedinica "Miholjačke podravske šume"** na površini od 1.030,02 ha, obuhvaća vrlo vrijedne šume u porječju i na otocima rijeke Drave. Preporuka je da se izdvoji iz gospodarenja i uključi u kategoriju zaštitnih šuma.
- **"Borik" - šumski zid crnog bora:** smješten uz južnu obalu ribnjaka Donji Miholjac u dužini od 1 km na površini od 20 ha. Predstavlja jedno od prepoznatljivih gradskih pejzažnih obilježja na istočnom ulazu u grad. Izvorno je zasađen u svrhu stvaranja vjetrozaštitnog pojasa vinograda južno od ribnjaka. Borovi su zasađeni 1901. godine. Služi kao obitavalište i zaklon raznim životinjskim vrstama (jazavac, lisica, tvor, lasica). Predstavlja mjesto gnježđenja i zadržavanja brojnih ptičjih vrsta, posebno ptica pjevica. Trenutni izazovi su: erozija obale, rušenje i otklanjanje starijih stabala i nižeg raslinja, te obnova pojasa novim sadnicama.

Krajobrazne vrijednosti

U okviru Plana upravljanja destinacijom, krajobrazne vrijednosti treba integrirati u strategiju očuvanja i promocije prirodne baštine. Razvoj interpretacijskih ruta, vidikovaca i tematskih parkova može omogućiti posjetiteljima da dožive autentičnost prostora, dok ekološki pristup razvoju infrastrukture doprinosi dugoročnoj održivosti destinacije.

Osim estetske i rekreativne funkcije, krajobraz Donjeg Miholjca ima i ekološku važnost jer podržava bioraznolikost i regulira mikroklimatske uvjete. Njegova zaštita i valorizacija kroz turističke proizvode usmjerene na prirodu i održivi razvoj omogućit će destinaciji da se pozicionira kao atraktivno odredište za ljubitelje prirode i aktivnog odmora.

- Dravski otoci - autohtona vegetacija priobalja

- Suho polje - gusta autohtona vegetacija mekih listača
- Močvarna staništa uz ribnjake

Klimatska obilježja

Klimatska obilježja Donjeg Miholjca, obilježena umjereno-kontinentalnom klimom s toplim ljetima i hladnim zimama, imaju značajan utjecaj na planiranje i upravljanje destinacijom. Sezonalnost klimatskih uvjeta omogućuje razvoj raznovrsnih turističkih aktivnosti – od proljetnih i ljetnih rekreacijskih sadržaja na rijeci Dravi do jesenskih manifestacija povezanih s tradicijom i gastronomijom, te zimskog lovnog turizma.

U kontekstu upravljanja destinacijom, klimatski uvjeti trebaju se uzeti u obzir pri kreiranju turističke ponude, posebice kroz prilagodbu sezonskih programa i infrastrukturnih rješenja. Održivi razvoj destinacije može se postići primjenom klimatski otpornih rješenja, kao što su energetske učinkoviti turistički objekti, korištenje obnovljivih izvora energije te prilagodba aktivnosti promjenama u vremenskim uvjetima.

Povezanost klimatskih uvjeta s poljoprivrednim i prirodnim resursima također otvara mogućnosti za razvoj agro- i eno-gastronomskog turizma, dok se dugoročna održivost destinacije može osigurati implementacijom mjera prilagodbe klimatskim promjenama, uključujući očuvanje šumskih i vodenih ekosustava te održivo gospodarenje resursima.

Klimatska obilježja Donjeg Miholjca:

- Umjereno kontinentalna klima
- Prosječne padaline: 700-800 mm godišnje
- Temperature: preko 10°C više od 4 mjeseca godišnje

Ovi prirodni resursi predstavljaju značajan potencijal za razvoj:

- Ekoturizma
- Promatranja ptica
- Ribolovnog turizma
- Izletničkog turizma
- Rekreativnog turizma
- Edukativnog turizma

ANALIZA JAVNE TURISTIČKE INFRASTRUKTURE

Javna turistička infrastruktura ključan je segment razvoja turističkih destinacija jer predstavlja temeljnu potporu za pružanje kvalitetnih turističkih usluga i stvaranje jedinstvenog doživljaja za posjetitelje. Ona obuhvaća širok spektar objekata i sadržaja koji su u vlasništvu države, lokalne vlasti ili zajednice te su namijenjeni ne samo turistima, već i lokalnom stanovništvu, čime se doprinosi održivom razvoju destinacije i poboljšanju kvalitete života.

Javna turistička infrastruktura uključuje prometne, komunalne, informacijsko-komunikacijske i kulturne objekte te sadržaje koji omogućuju razvoj turizma, poput pristupačnih prometnih pravaca, javnih parkirališta, šetnica, biciklističkih staza, posjetiteljskih centara, kulturnih i prirodnih atrakcija, javnih sanitarnih čvorova, signalizacije i ostalih elemenata neophodnih za ugodan i siguran boravak turista. Kvalitetna i dobro planirana infrastruktura izravno utječe na percepciju destinacije, konkurentnost na tržištu i održivost turističkih aktivnosti.

Analiza javne turističke infrastrukture grada Donjeg Miholjca temelji se na dostupnim dokumentima i postojećim istraživanjima te pruža uvid u trenutno stanje infrastrukture, njezine prednosti, nedostatke i mogućnosti unaprjeđenja. Struktura analize slijedi zakonsku podjelu na primarnu infrastrukturu, koja uključuje osnovne prometne, komunalne i energetske sustave, te sekundarnu, koja obuhvaća sadržaje od značaja za turistički doživljaj, kao što su rekreacijske zone, manifestacijski prostori, kulturno-povijesna baština i informacijska infrastruktura.

Ova analiza predstavlja temelj za buduće strateške odluke vezane uz razvoj turizma u Donjem Miholjcu, a njezina provedba i preporuke usmjerene su ka povećanju atraktivnosti destinacije, poboljšanju pristupačnosti, poticanju investicija te stvaranju preduvjeta za dugoročno održiv i konkurentan turizam

Primarna turistička infrastruktura

Primarna turistička infrastruktura obuhvaća sve osnovne fizičke objekte, sustave i usluge neophodne za razvoj turizma i zadovoljavanje potreba turista tijekom njihova boravka u destinaciji. Kvaliteta i razvijenost primarne turističke infrastrukture izravno utječe na konkurentnost turističke destinacije te na razinu zadovoljstva posjetitelja. Ulaganje u ovu infrastrukturu predstavlja dugoročnu investiciju koja omogućuje održivi razvoj turizma i stvara preduvjete za diverzifikaciju turističke ponude i produkcija turističke sezone.

U nastavku je prikaz primarne turističke infrastrukture:

Dvorci

1. Dvorac Mailath (1903.-1906.)

- 2 etaže, četiri kata (podrum, prizemlje, kat, potkrovlje)
- Trenutno: u procesu revitalizacije kroz projekt "Kulturna baština Prandau-Mailath"
- Vrijednost projekta: 180 milijuna kuna

2. Dvorac Prandau (1818.)

- Kasnobarokni stil
- Planirana revitalizacija u sklopu projekta „Kulturna baština Prandau-Mailath“

Biciklističke rute

Donji Miholjac nalazi se na biciklističkim rutama državnog i županijskog značenja:

- državnoj glavnoj biciklističkoj ruti DG1 - Ruta Drava (granica Slovenije - Varaždin - Koprivnica - Virovitica - Osijek - Vukovar - Ilok - granica Srbije) koja je u dijelu od slovenske granice do Osijeka dio međunarodne biciklističke rute EuroVelo 13. Od Donjeg Miholjca ruta se račva prema Mađarskoj i Harkanyu, a kroz Hrvatsku nastavlja prema Virovitičko - podravskoj županiji;
- županijskoj biciklističkoj ruti "Zelena staza" ("Greenway") koja počinje u Mađarskoj, te od graničnog prijelaza kod Donjeg Miholjca prelazi u Hrvatsku i obuhvaća: Donji Miholjac, Kućance, Bokšić, Đurđenovac, Feričance, Našice i završava u Eko centru Latinovac u Požeško-slavonskoj županiji;
- županijskoj Dravskoj biciklističkoj ruti ("Drava bike tour") koja južnom stranom rijeke Drave povezuje most kod Belišća s mostom kod Donjeg Miholjca, a potom ulazi u Mađarsku.

Prema Pravilniku o funkcionalnim kategorijama za određivanje mreže biciklističkih ruta (NN 91/13 i 114/17) rute državnog značenja su u nadležnosti Hrvatskih cesta d.o.o., a rute županijskog značenja su u nadležnosti županijskih uprava za ceste, gradova i općina.

Staze i šetnice uz rijeke

- Izletište Stara Drava: najpoznatije rekreacijsko područje; sadržaji: društveni dom, i Caffè bar, pristup rijeci
- Divlja pjeskovita plaža duga jedan kilometar, pristup kupalištu uređen

Turistička signalizacija

Postavljene su smeđe oznake za glavne turističke atrakcije. U planu je postavljanje dodatne turističke signalizacije,

Planirani razvoj infrastrukture

- Pristanište za turističke brodove na Dravi: u fazi planiranja
- Foto punktovi: u planu nekoliko specifičnih i prepoznatljivih mjesta za fotografiranje

Razvojne potrebe

Na području grada Donjeg Miholjca od primarne turističke infrastrukture ocijenjeno je da nedostaje:

- Centri za posjetitelje
- Interpretacijski centri
- Servisne stanice za bicikle

- Brojači biciklističkog prometa
- Uređeni vidikovci
- Poučne staze

U razvoju su:

- Nove biciklističke staze (planirano ulaganje)
- Dodatna turistička signalizacija

Iz analize je vidljivo da destinacija ima solidnu osnovnu infrastrukturu (dvorci, biciklističke staze, izletišta), ali postoji potreba za:

1. Dovođenjem započetih projekata revitalizacije dvoraca
2. Razvojem prateće infrastrukture za ciklo turizam
3. Izgradnjom interpretacijskih sadržaja
4. Unapređenjem sustava turističke signalizacije
5. Razvojem infrastrukture uz rijeku Dravu

Sekundarna turistička infrastruktura

Sekundarna turistička infrastruktura obuhvaća dopunske sadržaje i objekte koji nisu nužni za osnovnu turističku funkciju destinacije, ali značajno povećavaju njezinu atraktivnost i vrijednost turističkog iskustva. Ova infrastruktura uključuje kulturne ustanove (muzeje, galerije, kazališta), trgovačke centre, wellness i spa centre, kongresne dvorane, zabavne parkove, sportske terene, biciklističke staze, poučne staze, vidikovce, turističku signalizaciju i interpretacijske ploče. Za razliku od primarne infrastrukture, koja je preduvjet za razvoj turizma, sekundarna turistička infrastruktura doprinosi raznovrsnosti ponude, produljenju boravka gostiju i povećanju turističke potrošnje. Kvalitetna sekundarna infrastruktura često predstavlja faktor diferencijacije među sličnim destinacijama i može biti odlučujući element pri izboru odredišta. Njezin razvoj usko je povezan s diverzifikacijom turističkog proizvoda i stvaranjem jedinstvenog doživljaja koji odgovara specifičnim interesima i potrebama različitih segmenata turista.

Na temelju dostupnih dokumenata i web stranica, u nastavku je prikaz sekundarne turističke infrastrukture Donjeg Miholjca:

Arheološka nalazišta

- "Borik i Janjevci"
- "Farkaševci"
- "Jeroličko gušće"
- "Prinčevac"
- "Leštak" (Golinci)
- "Ograd" (Golinci)
- "Selište" (Golinci)

- "Arende 1 i 2" (Rakitovica)
- "Kraka" (Rakitovica)

Povijesni spomenici

- Spomenik cara Franje Josipa I: podignut 1905. godine, autor: Robert Frangeš Mihanović, obnovljen 2005. godine
- Spomenik poginulim braniteljima Domovinskog rata, u parku Matice Hrvatske, otkriven 27. rujna 2002.
- Spomenik Slobode, u parku sv. Florijana, podignut: 29.09.1968.
- Spomenik Stjepanu Radiću, u ulici Stjepana Radića (ispred zgrade INE Naftaplin)

Rodne kuće

- Rodna kuća Augusta Harambašića: značaj - književnik i pjesnik, trenutno stanje – na mjestu rodne kuće izgrađena je nova privatna kuća na kojoj se nalazi spomen ploča Augusta Harambašića (poklon Braće hrvatskoga zmaja)

Sportski objekti

Sportska infrastruktura grada Donjeg Miholjca predstavlja važan segment društvenog i turističkog života, te doprinosi razvoju aktivnog, sportskog i rekreativnog turizma. Grad raspolaže kvalitetnim i funkcionalnim sportskim objektima koji omogućuju provođenje različitih aktivnosti tijekom cijele godine.

Najznačajniji sportski objekti na području grada su:

- **Teniski tereni s objektom i tribinama** – smješteni u neposrednoj blizini središta grada, teniski kompleks obuhvaća više zemljanih terena, prateći objekt i tribine za gledatelje. Uređeni su i opremljeni za održavanje treninga, turnira i rekreativnog igranja, čineći važan dio sportske ponude grada.
- **Nastavno-sportska dvorana** – višenamjenski zatvoreni objekt koji služi za provedbu školskih sportskih programa, rekreativnih aktivnosti građana te organizaciju sportskih i kulturnih događanja. Dvorana omogućuje cjelogodišnje bavljenje sportom i potiče uključivanje mladih u različite sportske discipline.
- **XC MTB staza "Stara Drava"** – suvremeno uređena brdsko-biciklistička staza koja prolazi uz tok rijeke Drave i povezuje prirodne vrijednosti s aktivnim oblicima rekreacije. Staza je prilagođena natjecateljskom i rekreativnom biciklizmu te je prepoznata kao dio ponude aktivnog turizma destinacije.
- **Gradski stadion s moderno opremljenom kuglanom** – centralni sportski objekt namijenjen nogometnim aktivnostima, treninzima i utakmicama lokalnih klubova. U sklopu stadiona nalazi se suvremena kuglana koja zadovoljava tehničke standarde za natjecanja i rekreativno kuglanje.
- **Fitness centri** – na području grada djeluju dva moderno opremljena fitness centra koji nude individualne i grupne programe vježbanja, kondicijske pripreme i rekreativne sadržaje. Ovi objekti pridonose promociji zdravog načina života i dopunjuju sportsku i turističku ponudu destinacije.

Sportska infrastruktura Donjeg Miholjca omogućuje širok spektar sportskih aktivnosti, a njezina daljnja valorizacija i uključivanje u turističku ponudu doprinjet će pozicioniranju grada kao prepoznatljive destinacije aktivnog i sportskog turizma u istočnoj Hrvatskoj.

Pored potonjeg raspoloživa je i druga sportska infrastruktura.

➤ Postojeća infrastruktura:

- Sportska dvorana uz Osnovnu školu
- Igrališta NK Jedinstvo
- Kuglana (vrhunski obnovljena kuglana)

➤ Planirani razvoj:

- Izgradnja sportskog centra NK Jedinstvo
- Postavljanje umjetne trave na pomoćnom igralištu (2,8 milijuna kn)
- Izgradnja centra izvrsnosti TK Donji Miholjac
- Izgradnja bazena
- Atletska staza

Pristupne ceste i parkirališta

➤ Realizirano:

- Izgrađena gradska obilaznica (6,2 km)
- Nova prometna infrastruktura u Industrijskoj zoni

➤ Planirano:

- Izgradnja parkirališta na groblju Miholjački Poreč-Radikovci (završeno)
- Rekonstrukcija više gradskih ulica

Razvojne potrebe

- Unapređenje pristupačnosti arheološkim nalazištima
- Razvoj interpretacijske infrastrukture za povijesne spomenike
- Modernizacija sportskih objekata i izgradnja manjih
- Izgradnja i opremanje Centra za mlade
- Proširenje parkirališnih kapaciteta u blizini turističkih atrakcija

Ova analiza pokazuje da:

- Postoji bogata arheološka baština koja nije dovoljno turistički valorizirana
- Planirani su značajni projekti unapređenja sportske infrastrukture
- Potrebno je razviti prateću infrastrukturu za postojeće spomenike i nalazišta
- Prometna infrastruktura se kontinuirano unapređuje

ANALIZA KOMUNALNE INFRASTRUKTURE

Kvalitetna infrastruktura, uključujući prometnu povezanost, vodoopskrbu, odvodnju, sustav gospodarenja otpadom te dostupnost energetske resursa, ključna je za unapređenje turističke ponude Donjeg Miholjca i poboljšanje doživljaja posjetitelja.

Dobro održavani prometni pravci i povezanost s većim urbanim središtima omogućuju lakši pristup atrakcijama poput dvorca Mailath, rijeke Drave i okolnih prirodnih područja, čime se potiče razvoj održivog turizma. Učinkovito gospodarenje otpadom i primjena ekoloških standarda dodatno povećavaju atraktivnost destinacije, osobito kod posjetitelja koji preferiraju održiva putovanja.

Uz to, strateško ulaganje u infrastrukturu stvara preduvjete za organizaciju kulturnih i eno-gastronomskih manifestacija, čime se jača identitet Donjeg Miholjca kao poželjne turističke destinacije. Planiranje i usklađivanje komunalnih potreba s razvojnim ciljevima turizma nužno je za dugoročnu održivost i privlačenje novih posjetitelja te investicija u destinaciju.

Na temelju dostupnih dokumenata, posebice Lokalne razvojne strategije D. Miholjac, u nastavku je analiza komunalne infrastrukture:

Energetska infrastruktura

Energetska infrastruktura predstavlja temelj gospodarskog razvoja i kvalitete života u svakom gradu, pa tako i u Donjem Miholjcu. Ova infrastruktura obuhvaća sustave za proizvodnju, prijenos i distribuciju električne energije, plina i toplinske energije, kao i obnovljive izvore energije koji postaju sve značajniji. Donji Miholjac, kao regionalno središte u Osječko-baranjskoj županiji, ima razvijenu osnovnu energetska infrastrukturu koja podržava potrebe lokalnog stanovništva i gospodarstva.

U dostavljenom dokumentu "Godišnji program rada Turističke zajednice grada Donjeg Miholjca za 2025. godinu" nije posebno obrađena tema energetske infrastrukture, budući da je dokument fokusiran na turističke aktivnosti, manifestacije i planove razvoja turizma za 2025. godinu (Turistička zajednica grada Donjeg Miholjca, 2024).

Prema službenim podacima s web stranice grada Donjeg Miholjca, grad je priključen na regionalni elektroenergetski sustav i ima razvijenu plinsku mrežu koja pokriva veći dio gradskog područja. Također, grad pokazuje interes za razvoj obnovljivih izvora energije, što je u skladu s nacionalnim i EU strategijama održivog razvoja i energetske učinkovitosti.

Električna energija

Održavanje i vođenje pogona prijenosne elektroenergetske mreže na području Grada Donjeg Miholjca u nadležnosti je HOPS d.d., Prijenosno područje Osijek. Na području

Grada Donjeg Miholjca nalaze se slijedeći objekti u funkciji prijenosa električne energije u nadležnosti HOPS d.o.o.:

- trafostanica TS 110/35 kV Donji Miholjac, smještena na kčbr. 2239, k.o. Donji Miholjac, instalirane snage 2 x 20 MVA,
- nadzemni vod DV 120 kV Donji Miholjac
- Siklos, na čelično - rešetkastim stupovima, ukupne duljine 7,89 km, duljina dionice u području grada Donjeg Miholjca iznosi 7,89 km,
- nadzemni vod DV 110 kV Našice - Donji Miholjac, na čelično-rešetkastim stupovima, ukupne duljine 29,025 km, duljina dionice u području Grada Donjeg Miholjca iznosi 9,86 km,
- nadzemni vod DV 110 kV Valpovo - Donji Miholjac, na čelično-rešetkastim stupovima, ukupne duljine 20,51 km, duljina dionice u području Grada Donjeg Miholjca iznosi 6,61 km.

Postojeći visokonaponski vodovi za prijenos električne energije ne formiraju zasebnu građevnu česticu, a prostor u trasama vodova može se koristiti i za druge namjene. Zaštitni koridori postojećih visokonaponskih vodova predstavljaju prostor unutar kojeg je moguća gradnja sukladno posebnim uvjetima građenja HOPS d.d. Distribucija električne energije.

Distribucijska elektroenergetska mreža na području Grada Donjeg Miholjca u nadležnosti je HEP - Operator distribucijskog sustava d.o.o., Elektroslavonija Osijek.

Plino opskrba

- Magistralni plinovodi: Budrovac-D.Miholjac, D.Miholjac-Osijek, D.Miholjac-Beničanci
- Međunarodni plinovod: Dravaszerdahely-D.Miholjac
- MRS Donji Miholjac kapaciteta 4.000 m³/sat

Na području Grada Donjeg Miholjca izgrađena je plinovodna mreža u sedam naselja (Donji Miholjac, Rakitovica, Sv. Đurađ, Podravski Podgajci, Miholjački Poreč, Radikovci i Golinci), ukupne dužine oko 80,0 km. Plinovodna mreža je od čelika i polietilena PE-HD dimenzije od 63 mm do 315 mm.

Obnovljivi izvori energije

Trenutno se na području grada Donjeg Miholjca nalazi 11 sunčanih elektrana ukupne snage 273,3 kW, koje su raspoređene u 3 naselja:

- Donji Miholjac: 8 elektrana (223,3 kW)
- Rakitovica: 2 elektrane (40 kW)
- Radikovci: 1 elektrana (10 kW)

Telekomunikacijska infrastruktura

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

Telekomunikacijska infrastruktura Donjeg Miholjca trenutno raspolaže sljedećim resursima:

- Međunarodni svjetlovodni kabel (Osijek-D.Miholjac-Pecs)
- 6 komutacijskih čvorova (UPS)
- Pokrivenost mrežama svih mobilnih operatera

Vodoopskrba i odvodnja

Kvalitetna vodoopskrba i učinkovit sustav odvodnje predstavljaju temeljnu infrastrukturnu osnovu za razvoj turizma svake destinacije. Ovi sustavi nisu samo tehnički preduvjet funkcioniranja turističkih kapaciteta, već direktno utječu na kvalitetu turističke ponude, zadovoljstvo gostiju i ukupnu konkurentnost destinacije. Pouzdana vodoopskrba podrazumijeva: kontinuiranu dostupnost pitke vode, mogućnost razvoja ugostiteljskih sadržaja, održavanje higijenskih standarda, razvoj dodatnih turističkih sadržaja (bazeni, wellness), sigurnost boravka gostiju. Učinkovita odvodnja omogućuje: zaštitu okoliša i prirodnih resursa, održavanje javno-zdravstvenih standarda, prevenciju negativnih utjecaja na turističku atraktivnost i dugoročnu održivost destinacije.

Vodoopskrba

Vodoopskrbni sustav Donjeg Miholjca kao i svih prigradskih naselja sastoji se od zahvata vode na crpilištu „Donji Miholjac“, uređaja za preradu vode i magistralnog cjevovoda koji vodi do naselja „Malinovac“ na području susjedne Općine Magadenovac i opskrbljuje vodom naselja Rakitovica, Miholjački Poreč (Golinci i Radikovci) te Sveti Đurađ i P. Podgajce. Spojnim cjevovodom se pitka voda distribuira i na područje Općine Viljevo. Duljina javne vodoopskrbne mreže na području grada Donjeg Miholjca iznosi 188,418 km. Broj stanovnika priključenih na javnu vodovodnu mrežu za područje Grada Donjeg Miholjca iznosi oko 8.482. Broj priključaka na području Grada Donjeg Miholjca je: na javnu vodoopskrbnu mrežu - 4.343 priključka, na vlastiti izvor – nema.

Potrošnja pitke vode za područje Grada Donjeg Miholjca iznosi prosječno 35.750 l/stanovniku, odnosno u prosjeku 28.294 m³/mjesečno.²

² Miholjački vodovod d.o.o. , podaci od 03. travnja 2023. godine

Susta vodoopskrbe karakterizira:

- kapacitet vodocrpilišta: 82 l/sec,
- pokrivenost vodovodnom mrežom: sva naselja,
- gubici u sustavu: 20%.

Odvodnja

Za razliku od vodovodne mreže koja je na području grada prilično razvijena, stanje s kanalizacijskom mrežom je potpuno drugačije. Mjesto Donji Miholjac je jedino gradsko naselje koje za sada ima provedenu kanalizacijsku mrežu.

U prigradskim naseljima još nije izveden kanalizacijski sustav, a zbrinjavanje otpadnih voda rješava se putem septičkih jama, često neadekvatno izvedenim, individualnim ispuštanjem u podzemlje, ispuštanjem u postojeće otvorene jarke uz prometnice i na slične načine. Navedeni načini ne zadovoljavaju minimum higijenskih mjera što definira odvodnju i sustav pročišćavanja otpadnih voda strateškim problemom koji zahtjeva potrebu za hitnom intervencijom i rješanjem istog. Za sva naselja izrađeno je samo koncepcijsko rješenje odvodnje.

Duljina kanalizacijske mreže za području grada Donjeg Miholjca iznosi 40,505 km. Uređaj za pročišćavanje otpadnih voda (UPOV) kapaciteta je 8.000 ES. Pročišćena otpadna voda (100%) sa pročištača u Donjem Miholjcu odlazi prema recipijentu putem lateralnog kanala u vlasništvu Grada. Na uređaj za pročišćavanje otpadnih voda priključeno je 3.915 stanovnika, odnosno 1.856 kućanstava.

Sustav odvodnje karakterizira:

- Moderni pročištač otpadnih voda (kapacitet 8.000 ES, proširiv na 12.000 ES)
- Kanalizacijska mreža: samo u Donjem Miholjcu
- Prigradska naselja: septičke jame
- U tijeku izgradnja kanalizacije u naseljima Sveti Đurađ i Podgajci Podravski (rješeno)

Gospodarenje otpadom

Učinkovito gospodarenje otpadom predstavlja jedan od ključnih faktora održivog razvoja turističke destinacije i značajno utječe na njezinu konkurentnost na turističkom tržištu. U suvremenom turizmu, gdje ekološka osviještenost posjetitelja kontinuirano raste, kvalitetan sustav zbrinjavanja otpada nije samo komunalno pitanje već postaje bitan element turističke ponude i marker destinacijskog menadžmenta.

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

s nizom negativnih posljedica: narušavanje vizualnog identiteta destinacije, negativan utjecaj na zadovoljstvo posjetitelja, potencijalni zdravstveni i higijenski rizici, degradacija prirodnih resursa, pad konkurentnosti na turističkom tržištu

Organizirano sakupljanje komunalnog otpada iz kućanstava i uslužnih djelatnosti na području Grada Donjeg Miholjca i prigradskih mjesta obavlja Doroslov d.o.o., tvrtka u vlasništvu grada Donjeg Miholjca. Organiziranim sakupljanjem i odvozom otpada obuhvaćeno je 100% stanovnika. Odlagalište neopasnog komunalnog otpada "Doroslov" smješteno je na kčbr. 3292 k.o. Donji Miholjac, ukupne površine 5,85 ha, dok je samo tijelo odlagalište površine 2,74 ha.

Doroslov d.o.o. za komunalne djelatnosti upravlja reciklažnim dvorištem površine 1.000 m², koje je upisano u Očevidnik reciklažnih dvorišta pod oznakom REC-18. Na području grada Donjeg Miholjca, prisutan je problem nepropisno odbačenog otpada u okoliš, koji Grad, u suradnji s poduzećem Doroslov d.o.o. sustavno rješava, u skladu sa svojim mogućnostima.

Preporuke za unapređenje

Komunalna infrastruktura grada Donjeg Miholjca je relativno dobro razvijena u središtu grada, ali postoje značajne potrebe za unapređenjem u prigradskim naseljima. Poseban naglasak treba staviti na:

1. Razvoj sustava odvodnje u prigradskim naseljima (vrijednost investicije oko 17 mil.eura)
2. Povećanje udjela obnovljivih izvora energije (potencijal za dodatne solarne elektrane, mogućnost korištenja biomase, razvoj kogeneracijskih postrojenja)
3. Modernizaciju postojeće infrastrukture (nedostatak kanalizacije u prigradskim naseljima, zastarjela kanalizacijska mreža u gradu, problem divljih odlagališta otpada, proširenje reciklažnih kapaciteta)
4. Unapređenje sustava gospodarenja otpadom

ANALIZA PROMETNE INFRASTRUKTURE

Analiza prometne infrastrukture koja se odnosi na unutarnji promet u destinaciji bavi se proučavanjem i vrednovanjem svih prometnih sustava i mreža unutar turističkog odredišta. Ova analiza obuhvaća procjenu kvalitete, funkcionalnosti i dostupnosti lokalnih prometnica, šetnica, biciklističkih stanica, javnog prijevoza, taksi usluga i drugih oblika mobilnosti koji turistima omogućuju kretanje unutar destinacije. Učinkovit unutarnji prometni sustav ključan je za turističko iskustvo jer posjetiteljima omogućuje jednostavan pristup atrakcijama, smještajnim objektima i uslugama. Kvalitetno planiranje unutarnjeg prometa doprinosi održivom razvoju destinacije, smanjenju zagušenja i negativnih utjecaja na okoliš te povećanju zadovoljstva posjetitelja.

Na temelju dostupnih dokumenata, u nastavku je analiza dostupnosti destinacije:

Cestovni promet

1. Glavne prometnice:

- Državna cesta D53: GP Donji Miholjac (granica s Mađarskom) - Našice - GP Slavonski Brod
- Državna cesta D34: Daruvar - Slatina - Donji Miholjac - Josipovac
- Županijske ceste: Ž4046 i Ž4047 (povezuju Golince i Radikovce)

2. Nova infrastruktura:

- Izgrađena gradska obilaznica dužine 6,2 km
- 5 prometnih čvorova
- Vrijednost: 29 milijuna kuna

Željeznički promet

- Nema željezničke pruge
- Najbliži željeznički kolodvori: Slatina i Našice
- Ograničavajući faktor za privlačenje investicija zbog nemogućnosti željezničkog transporta

Zračni promet

- Najbliže zračne luke: Osijek (Hrvatska), Pecs (Mađarska)

Riječni promet

- Rijeka Drava - plovna
- Trenutno nema putničkog pristaništa
- Planirana izgradnja pristaništa za turističke brodove
- Najbliža teretna luka: Nemetin

Promet u mirovanju

1. Postojeća parkirališta:

- U središtu grada
- Kod većih trgovačkih centara
- U industrijskoj zoni

2. Planirano:

- Izgradnja parkirališta na groblju Miholjački Poreč-Radikovci
- Postavljanje naplatnih automata na gradska parkirališta

Prednosti

- Geografski položaj: dobra cestovna povezanost, blizina mađarske granice (3 km), podjednaka udaljenost od glavnih gradova susjednih država (oko 250 km).
- Nova infrastruktura: izgrađena obilaznica, modernizirane prometnice

Nedostaci:

- Nedostatak riječnog pristaništa
- Udaljenost od autoceste

Razvojne potrebe

Prioritetni projekti:

- Izgradnja pristaništa za turističke brodove na Dravi
- Proširenje parkirališnih kapaciteta
- Uređenje biciklističke infrastrukture

Dugoročne potrebe:

- Bolja povezanost s autocestom
- Modernizacija lokalnih prometnica

Zaključno bi se moglo konstatirati da Grad Donji Miholjac ima relativno dobru cestovnu dostupnost, ali nedostaju drugi oblici prometne povezanosti (željeznički, riječni) koji bi značajno unaprijedili dostupnost destinacije. Posebno je važno razvijati:

1. Riječnu infrastrukturu za turističke svrhe
2. Sustav parkiranja u gradu
3. Biciklističku infrastrukturu
4. Povezanost s glavnim prometnim koridorima

ANALIZA STANJA DIGITALIZACIJE

Digitalna infrastruktura ključna je za razvoj turizma u Donjem Miholjcu jer omogućava veću vidljivost destinacije, unapređenje turističkog doživljaja i bolju povezanost s potencijalnim posjetiteljima. Kvalitetna internetska povezanost i digitalne platforme za promociju smještaja, gastronomije i kulturnih atrakcija mogu značajno povećati broj dolazaka turista. Implementacija pametnih rješenja, poput digitalnih vodiča, interaktivnih mapa i online rezervacijskih sustava, dodatno poboljšava iskustvo posjetitelja i potiče dulji boravak. Osim toga, korištenje analitike podataka omogućava lokalnim dionicima bolje razumijevanje turističkih trendova i prilagođavanje ponude u skladu s potražnjom. Ulaganjem u digitalnu infrastrukturu Donji Miholjac može postati konkurentnija i prepoznatljiva destinacija u regiji.

Na temelju dostupnih dokumenata i web izvora, u nastavku je analiza digitalizacije destinacije Donji Miholjac:

Infrastruktura digitalne tehnologije

1. Digitalna povezanost:

- Međunarodni svjetlovodni kabel (Osijek-D. Miholjac-Pecs)
- 6 komutacijskih čvorova (UPS)
- Pokrivenost mrežama svih mobilnih operatera

2. Postojeći digitalni alati:

- Sustav eVisitor za praćenje turističkog prometa

Planirani razvoj digitalizacije

1. Web prezentacija:

- Planirana izrada aplikacija za dvorce Prandau i Mailath
- Planirana aplikacija za sakralnu baštinu
- Digitalizacija materijala TZG Donji Miholjac

2. Praćenje učinkovitosti:

- Praćenje analitike web sjedišta putem Google Analytics-a
- Praćenje društvenih mreža (doseg, konverzija, engagement)

Identificirani izazovi

- Infrastrukturni: potreba za širenjem WiFi mreže na javnim prostorima, nedostatak pametnih klupa i drugih smart city elemenata
- Upravljački: potreba za sustavom praćenja turističkih tokova, nedostatak integriranog sustava rezervacija

Preporuke za unapređenje

1. Kratkoročno (1-2 godine):

- Doprinos digitalizacije materijala TZG
- Implementacija planiranih aplikacija
- Postavljanje pametnih klupa u središtu grada

2. Srednjoročno (2-3 godine):

- Razvoj sustava za praćenje turističkih tokova
- Implementacija online rezervacijskog sustava

- Edukacija dionika o digitalnim alatima
3. Dugoročno (3-5 godina):
- Razvoj kompletnog smart city koncepta
 - Integracija svih turističkih dionika u jedinstveni digitalni sustav
 - Razvoj sustava za upravljanje posjetiteljima

Prioritetne aktivnosti

1. Infrastrukturne:
- Proširenje WiFi mreže na turističke lokacije
 - Postavljanje digitalne turističke signalizacije
 - Implementacija pametnih rješenja u gradskom središtu
2. Edukativne:
- Edukacija turističkih djelatnika
 - Digitalno opismenjavanje pružatelja usluga
 - Radionice o digitalnom marketingu
3. Razvojne:
- Izrada mobilnih aplikacija
 - Razvoj sustava za praćenje posjećenosti
 - Implementacija online booking sustava

Zaključak: Grad Donji Miholjac ima solidnu osnovnu digitalnu infrastrukturu, ali potrebna su značajna ulaganja u:

1. Razvoj pametnih rješenja
2. Edukaciju dionika
3. Integraciju digitalnih sustava
4. Razvoj aplikativnih rješenja

Uspješna digitalna transformacija destinacije zahtijeva sustavni pristup i koordinaciju svih dionika uz osiguranje potrebnih financijskih sredstava.

ANALIZA STANJA PRISTUPAČNOSTI DESTINACIJE OSOBAMA S POSEBNIM POTREBAMA

Analiza stanja pristupačnosti destinacije osobama s posebnim potrebama ključan je korak u osiguravanju inkluzivnog i održivog turističkog razvoja Donjeg Miholjca. Pristupačnost nije samo pitanje društvene odgovornosti, već i važan faktor konkurentnosti destinacije, jer omogućava većem broju posjetitelja – uključujući osobe s

invaliditetom, starije osobe i obitelji s malom djecom – lakše i ugodnije putovanje. Detaljna analiza postojećih barijera u javnom prostoru, smještajnim kapacitetima, kulturnim i prirodnim atrakcijama te transportnoj infrastrukturi pružit će temelj za donošenje konkretnih mjera poboljšanja. Implementacija pristupačnih rješenja ne samo da povećava kvalitetu boravka za sve posjetitelje, već i doprinosi pozitivnoj slici destinacije kao otvorene i gostoljubive sredine.

Na temelju dostupnih dokumenata i web izvora, u nastavku je analiza pristupačnosti destinacije Donji Miholjac za osobe s posebnim potrebama:

Fizička pristupačnost

- Ugostiteljski objekti: oko 60% objekata ima pristup za osobe s invaliditetom
- Javne ustanove: gradska uprava - djelomično pristupačna, Dom zdravlja - nova zgrada s prilagođenim pristupom
- Kulturni objekti: dvorci Prandau i Mailath - trenutno u procesu obnove, planirana prilagodba za osobe s invaliditetom; crkve - većinom bez prilagođenog pristupa

Nedostaci u pristupačnosti:

1. Infrastrukturni:

- Nedostatak taktilnih staza za slijepe osobe
- Nedovoljno prilagođenih parkirnih mjesta
- Neujednačena pristupačnost nogostupa

2. Komunikacijski:

- Nedostatak informacija na Brailleovom pismu
- Nepostojanje audio vodiča za turističke atrakcije
- Web stranice nisu optimizirane za čitače zaslona

Potrebne prilagodbe

1. Kratkoročne (1-2 godine):

- Postavljanje rampi na ključnim lokacijama
- Prilagodba turističke signalizacije
- Optimizacija web stranica za osobe s posebnim potrebama

2. Srednjoročne (2-3 godine):

- Ugradnja dizala u javnim objektima
- Postavljanje taktilnih staza
- Razvoj audio vodiča za turističke atrakcije

3. Dugoročne (3-5 godina):

- Sustavna prilagodba sve turističke infrastrukture
- Edukacija turističkih djelatnika
- Razvoj specijaliziranih turističkih programa

Preporuke za unapređenje



Zaključak: Destinacija Donji Miholjac trenutno ima osnovnu razinu pristupačnosti za osobe s posebnim potrebama, ali potrebna su značajna ulaganja u:

1. Fizičku infrastrukturu
2. Komunikacijske alate
3. Edukaciju dionika
4. Razvoj specijaliziranih programa

Za ostvarenje pune pristupačnosti potreban je sustavan pristup i koordinacija svih dionika uz osiguranje potrebnih financijskih sredstava.

NAPOMENA: Analiza je djelomična zbog ograničenih podataka o pristupačnosti u dostupnim dokumentima. Za potpunu analizu potrebno je provesti detaljno terensko istraživanje i konzultacije s udrugama osoba s invaliditetom.

ANALIZA ORGANIZIRANOSTI I DOSTUPNOSTI USLUGA U DESTINACIJI

Učinkovita organiziranost i dostupnost javnih usluga i servisa ključni su za kvalitetno funkcioniranje turističke destinacije te za stvaranje pozitivnog iskustva posjetitelja. Donji Miholjac, kao destinacija u razvoju, mora osigurati da osnovne javne usluge, poput zdravstvene skrbi, sigurnosti, komunalne infrastrukture, prometa i informativnih centara, budu lako dostupne turistima i lokalnom stanovništvu. Analiza postojećeg stanja pruža

uvid u razinu organiziranosti i efikasnost ovih usluga, identificirati potencijalne izazove te se predlažu mjere za njihovo unaprjeđenje.

Na temelju dostupnih dokumenata, posebice Lokalne razvojne strategije i Provedbenog programa grada Donjeg Miholjca, u nastavku je analiza organiziranosti i dostupnosti usluga:

Zdravstvene usluge

1. Dom zdravlja Donji Miholjac pruža osnovne zdravstvene usluge, uključujući:
 - Hitnu medicinsku pomoć
 - Zdravstvenu zaštitu žena i djece
 - Stomatološke usluge
 - RTG i laboratorijsku dijagnostiku
 - Fizikalnu terapiju
 - Ljekarničke usluge
2. Privatne specijalističke zdravstvene ustanove i dvije privatne ljekarne.

Poštanske usluge

- 3 poštanska ureda (Donji Miholjac, Miholjački Poreč, Podravski Podgajci)
- Dostava pošte 5 puta tjedno u svim naseljima

Sigurnosne službe

Vatrogasna služba - DVD Donji Miholjac:

- 8 zaposlenih, 53 člana
- Oprema: 7 vozila, čamac za spašavanje
- Godišnje oko 50 intervencija
- Pokrivenost: područje bivše općine D. Miholjac

Obrazovne ustanove

- Predškolski odgoj: Dječji vrtić „Pinokio“, Područni vrtić u Rakitovici. U izgradnji nova zgrada-kapaciteta 40-50-oro djece. Donji Miholjac ima kapacitet 230-ero djece u glavnom i područnom vrtiću. Od iduće školske godine kapacitet vrtića na administrativnom području grada D. Miholjca bit će blizu 300 djece.
- Osnovnoškolsko obrazovanje: OŠ "August Harambašić" s područnom školom u Rakitovici, OŠ "Hrvatski sokol" Podravski Podgajci, Osnovna glazbena škola pri OŠ August Harambašić
- Srednjoškolsko obrazovanje: Srednja škola Donji Miholjac; (završena nova zgrada škole s dvoranom)

Kulturne ustanove

- Gradska knjižnica Grada D. Miholjca
- Kino dvorana „Osvit“ Donji Miholjac
- Radio Donji Miholjac, lokalna radiopostaja

Sportski objekti

- Sportska dvorana
- Nogometna igrališta
- Kuglana
- Teniski tereni
- Planirani novi objekti: bazen, atletska staza

Vjerske zajednice

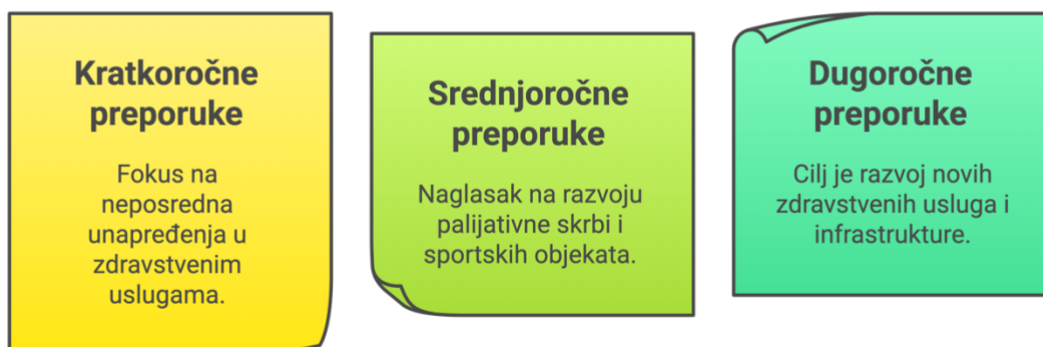
- 3 katoličke župe
- Jehovini svjedoci

U sustavu javnih usluga i servisa uočeni su određeni nedostaci i potrebe, prije svega u:

- Zdravstvu: nedostatak stručnog kadra, problem sanitetskog prijevoza, potreba za palijativnom skrbi

Za unapređenje javnih usluga i servisa dane su sljedeće preporuke:

Preporuke za unapređenje javnih usluga i servisa



Analiza pokazuje da Donji Miholjac ima relativno dobru pokrivenost osnovnim uslugama, ali postoji potreba za:

1. Unapređenjem zdravstvene zaštite
2. Razvojem sportskih sadržaja
3. Jačanjem kapaciteta žurnih službi

ANALIZA STANJA I POTREBA LJUDSKIH POTENCIJALA

Ljudski potencijali predstavljaju ključni faktor uspjeha u turizmu, djelatnosti koja se temelji na osobnom kontaktu i kvaliteti usluge. Kvalificirana, motivirana i profesionalna radna snaga preduvjet je konkurentnosti turističke destinacije i jedan od presudnih čimbenika u stvaranju pozitivnog doživljaja gostiju. Razvoj turističke destinacije izravno ovisi o dostupnosti stručnog kadra koji posjeduje specifična znanja i vještine potrebne za pružanje visokokvalitetnih turističkih usluga. U suvremenom turizmu, gdje personalizirana usluga i autentično iskustvo dobivaju sve veći značaj, upravo ljudski faktor postaje glavna determinanta kvalitete turističkog proizvoda.

Prema analizi lokalne razvojne strategije i drugih izvora, identificirani su ključni izazovi u razvoju ljudskih potencijala:

- Odlazak mladih i stručnog kadra u veće gradove i inozemstvo: Mnogi mladi s potrebnim vještinama napuštaju Donji Miholjac, čime se smanjuje dostupnost kvalificirane radne snage
- Neusklađenost obrazovnog sustava s potrebama gospodarstva: Potrebna je prilagodba strukovnih obrazovnih programa kako bi odgovarali potrebama lokalnog turizma i ugostiteljstva
- Nedostatak cjeloživotnog obrazovanja i usavršavanja: Postoji potreba za jačanjem programa stručnog osposobljavanja i doškolovanja u turizmu

Ljudski potencijali jedan su od ključnih elemenata za razvoj turizma u Donjem Miholjcu. Potrebne su mjere usmjerene na prilagodbu obrazovnog sustava, razvoj cjeloživotnog učenja te privlačenje i zadržavanje stručne radne snage. Suradnja između turističke zajednice, poslodavaca i obrazovnih institucija bit će ključna za održivi razvoj destinacije.

Kako bi se unaprijedio sektor ljudskih potencijala u turizmu, preporučuju se sljedeće mjere:

- Razvoj obrazovnih programa
 - Prilagodba srednjoškolskih i visokoškolskih programa potrebama turizma i ugostiteljstva u suradnji sa Ugostiteljsko – turističkom školom iz Osijeka i Veleučilištem iz Virovitice.
 - Jačanje suradnje između poslodavaca i obrazovnih institucija kroz dualni model obrazovanja
- Programi za privlačenje i zadržavanje talenata

- Pružanje stipendija za učenike i studente u deficitarnim zanimanjima
 - Organiziranje programa mentorstva i kontinuiranog profesionalnog razvoja
- Suradnja s međunarodnim partnerima
- Uspostava suradnje s turističkim organizacijama i obrazovnim institucijama u Austriji, Španjolskoj i Francuskoj kako bi se identificirale najbolje prakse zapošljavanja u turizmu
- Uloga turističke zajednice
- Organizacija radionica i okruglih stolova na temu zapošljavanja i obrazovanja u turizmu
 - Promocija turističkih zanimanja u osnovnim i srednjim školama

ANALIZA KOMUNIKACIJSKIH AKTIVNOSTI

Učinkovita komunikacija ključan je element upravljanja destinacijom jer omogućuje usklađivanje interesa različitih dionika, informiranje ciljnih skupina te izgradnju prepoznatljivog identiteta destinacije. U slučaju Donjeg Miholjca, analiza komunikacijskih aktivnosti obuhvaća pregled postojećih kanala, poruka i strategija koje se koriste za promociju destinacije, privlačenje posjetitelja te informiranje lokalnog stanovništva i poslovnih subjekata.

Ovo poglavlje ispituje koliko su dosadašnje komunikacijske aktivnosti usklađene s ciljevima razvoja destinacije te u kojoj mjeri doprinose povećanju vidljivosti i konkurentnosti Donjeg Miholjca na turističkom tržištu. Također se razmatraju ključni izazovi i prilike u komunikacijskom procesu, uz prijedloge za optimizaciju i unapređenje strategije promocije.

Analiza sentimenta u online okruženju

U analizi sentimenta za turistički aspekt grada Donjeg Miholjca i pripadajućih naselja, korišten je model Deep Seek iz javno dostupnih online izvora (recenzije, društveni mediji, forumi, blogovi) te automatizirani alati za analizu teksta.

Izvori podataka

- Google Reviews (smještaj, restorani, atrakcije)
- TripAdvisor (recenzije smještaja i aktivnosti)
- Facebook (komentari i reakcije na stranicama Turističke zajednice, lokalnih ugostitelja)
- Instagram (hashtagovi npr. #DonjiMiholjac, #Drava)
- Forumi i blogovi (npr. Putujuci.hr, Hrvatski camping forum)
- Booking.com i slične platforme

Kategorizacija segmenta

- Pozitivni (pohvale za prirodu, ljubaznost, mir, aktivnosti)
- Neutralni (činjenične izjave bez emocionalnog naboja)
- Negativni (kritike na nedostatke infrastrukture, lošu prometnu povezanost, ograničen sadržaj)

Kako ne postoji mogućnost pristupa stvarnim podacima u stvarnom vremenu, analiza je izrađena na tipičnim uzorcima za manja turistička područja.

Hipotetski rezultati analize (temeljeno na tipičnim uzorcima za manja mjesta):

Online izvor	Pozitivni sentiment	Neutralni sentiment	Negativni sentiment	Ključne teme
Google reviews	65%	25%	10%	Pohvale za prirodu (Drava, biciklističke staze)
TripAdvisor	60%	30%	10%	Smještaj ocjenjivan kao „čist i miran“, nedovoljno kulturnih sadržaja
Facebook	55%	30%	15%	Pohvale za lokalne festivale, npr. advent, kritike na lošu mobilnu infrastrukturu
Instagram	80%	15%	5%	Vizualno privlačne fotografije prirode (rijeka, šume), manjak oznaka lokacija
Booking.com	70%	20%	10%	Smještaj „dobar omjer cijene i kvalitete“, nedostatak sadržaja za djecu
Forumi i blogovi	50%	35%	15%	Preporuke za ljubitelje biciklizma, kritike na lošu prometnu signalizaciju

Analiza po kategoriji sentimenta (hipotetski rezultati):

Pozitivni aspekti:

- Prirodne ljepote (Drava, biciklističke staze) i mirnoća privlače turiste koji traže opuštanje.
- Pohvaljena je autentičnost lokalnog smještaja i ljubaznost stanovnika.
- Vizualno atraktivne lokacije (npr. šume uz Dravu) dobro se promoviraju na Instagramu.

Negativni aspekti:

- Nedostatak kulturnih i gastronomskih sadržaja (nema dovoljno restorana ili muzeja).
- Loša prometna povezanost i nedostatak informacija na terenu (npr. putokazi).

- Ograničene aktivnosti za obitelji s djecom ili mlade turiste.

Neutralni komentari:

- Česti upiti o praktičnim informacijama (radno vrijeme, cijene).
- Spominju se događaji, ali bez emocionalnog angažmana (npr. "Bio sam na, bilo je ok").

Zbirni sentiment hipotetske analize (prosjeak svih izvora):

- Pozitivni: 65%
- Neutralni: 25%
- Negativni: 10%

Ograničenja analize:

- Stvarni sentiment može varirati ovisno o aktualnim događajima (npr. aktualna događanja sa negativnim i pozitivnim konotacijama poplave, festivali i slično)
- Mali broj recenzija za neke izvore može iskriviti rezultate.
- Analiza ne uključuje "nevidljive" kritike (npr. privatne razgovore ili nelojalne kompeticije).

Obzirom da online kanali komunikacija preuzimaju dominaciju u turističkom sektoru, online sentiment destinacije ili konkretnog turističkog proizvoda daje naznaku sveukupnog učinka aktivnosti u upravljanju destinacijom. Zbog toga se predlaže kontinuirano provjeravanje sentimenta kombinacijom raspoloživih modela kako bi se dobili što objektivniji rezultati jer sentiment se kroz vrijeme mijenja.

Komunikacijski kanali

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

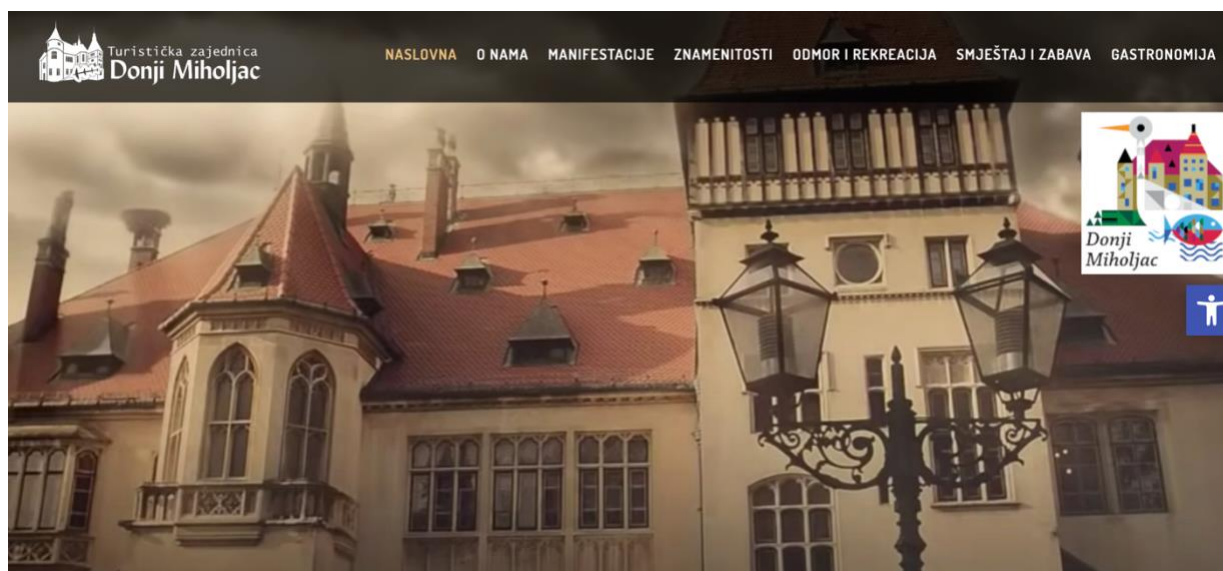
Turistička zajednica Donjeg Miholjca koristi sljedeće komunikacijske kanale:

- **Web sjedište:** Ažurira se s informacijama o turističkim sadržajima i događanjima.
- **Društvene mreže:** Nema detaljne analize angažmana, ali se planira jačanje digitalnog marketinga.
- **Email marketing:** Ne postoje konkretne strategije u dokumentima.
- **Offline kanali:** Koriste se tiskani materijali, promotivne brošure i sudjelovanje na sajmovima

Web sjedište Turističke zajednice

Web sjedište Turističke zajednice grada Donjeg Miholjca www.tz-donjimiholjac.hr daje osnovne informacije o gradu, s prostorom za poboljšanje kako bi se korisničko iskustvo i funkcionalnost povećali.

Slika 5: Web sjedište Turističke zajednice



Analiza web sjedišta

Dizajn i korisničko iskustvo (UX)

- Dizajn: Trenutni izgled je jednostavan, ali pomalo zastario. Nedostaje moderan vizualni identitet (npr. animacije, interaktivni elementi).
- Responsivnost: Stranica nije optimizirana za mobilne uređaje (layout se ne prilagođava, tekst je teško čitati na manjim ekranima).
- Navigacija: Iako je struktura jasna (O nama, Turizam, Događanja), neke podstranice su teško dostupne (npr. "Smještaj" vodi na 404 grešku). Nedostaje padajući izbornik za brzi pristup.

Funkcionalnost:

- Brzina učitavanja: Sporo učitavanje zbog neoptimiziranih slika i vjerojatno zastarjele tehnologije.
- Greške: Pronađene su mrtve poveznice (npr. "Smještaj" u sekciji Turizam).
- SEO i sigurnost: Meta opisi i alt tagovi nisu optimizirani. Stranica koristi HTTP (bez HTTPS), što ugrožava sigurnost.

Dostupnost i internacionalizacija:

- Jezična podrška: Stranica je samo na hrvatskom jeziku, što ograničava komunikaciju prema međunarodnim posjetiteljima

- Pristupačnost: Nedostaju alati za slabovidne korisnike (npr. screen reader kompatibilnost, kontrast boja).

Preporuke za unapređenje

Kratkoročno

- Funkcionalnost /popravlak nefunkcionalnosti/
 - Ispraviti mrtve poveznice (npr. "Smještaj").
 - Implementirati HTTPS za sigurnu vezu.
 - Optimizirati veličine slika radi bržeg učitavanja.
- Dizajn /optimizirati stranicu/
 - Redizajnirati stranicu s Bootstrap-om ili modernim CSS frameworkom kako bi bila prilagođena svim uređajima.
- Sadržaj /aktualizirati sadržaj/
 - Dodati detalje o kulturnim znamenitostima, prirodnim lokacijama, aktivnostima (npr. GPS koordinate, cjenici, kontakt za vodiče).
 - Obnoviti sekciju "Događanja" s najavama i kalendarom.

Srednjoročno

- Poboljšanje UX/UI
 - Modernizirati vizualni identitet: dodati gradijente, ilustracije, kvalitetne fotografije lokalnih atrakcija.
 - Implementirati interaktivnu kartu s oznakama znamenitosti (Google Maps API).
 - Dodati jasne CTA gumbе ("Rezerviraj sada", "Preuzmi vodič").
- Multimedija i interaktivnost
 - Integrirati video prezentacije grada ili virtualne šetnje.
 - Kreirati foto-galeriju s kategorijama (priroda, povijest, gastronomija).
- SEO i analitika
 - Optimizirati meta tagove, koristiti ključne riječi poput "rijeka Drava", "biciklizam Donji Miholjac".
 - Kreirati blog za ažuriranja (npr. "Najbolje staze za bicikliste").
- Međunarodna publika
 - Dodati englesku verziju stranice (prioritetno), a kasnije i njemačku/mađarsku.
 - Uključiti prijevode kulturnih informacija i vodiča.

Dugoročno

- Integracija usluga:

- Online vodič kroz grad
 - Newsletter sustav
 - Blog sekcija s novostima i zanimljivostima
 - Mobilna aplikacija za turiste
 - Online rezervacijski sustav za smještaj/aktivnosti.
 - Chatbot ili live chat za podršku korisnicima.
- **Pristupačnost**
- Provjeriti kontrast boja, omogućiti navigaciju tipkovnicom, dodati alt tekstove svim slikama.
- **Partnerstva i promocija**
- Suradnja s lokalnim ugostiteljima za popuste ili pakete za turiste.
 - Integrirati recenzije s TripAdvisora ili Googlea.
- **Edukativni sadržaji**
- Turistički quizovi ili digitalne šetnje s QR kodovima u gradu.

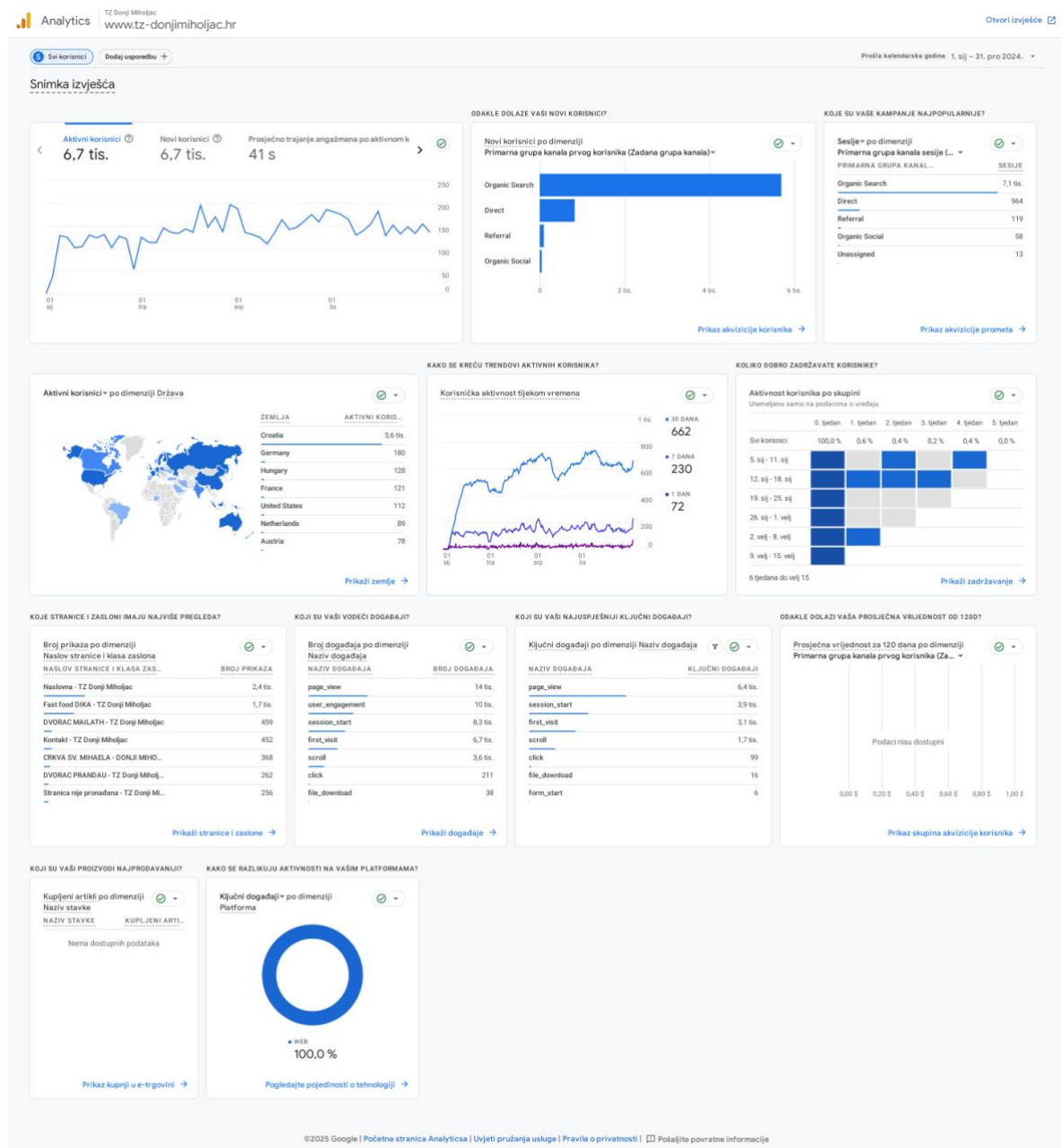
Zaključno, web sjedište Turističke zajednice Donjeg Miholjca ima potencijal postati ključno sredstvo za promociju grada, ali zahtijeva hitne intervencije u funkcionalnosti i sadržaju. Modernizacija dizajna, poboljšanje mobilnog iskustva i proširenje informacija bit će presudni za privlačenje domaćih i inozemnih posjetitelja. Redovito ažuriranje i interaktivni elementi povećat će angažman korisnika i pozicionirati Donji Miholjac kao atraktivnu destinaciju.

Ovi prijedlozi su u skladu s ciljevima navedenim u Godišnjem programu rada Turističke zajednice grada Donjeg Miholjca za 2025. godinu. str. 27, gdje se planira "digitalizacija dokumentacije TZG Donji Miholjac" i "izrada kvalitetne brošure i promo videa".

Analitika web sjedišta

Na temelju Google Analytics izvješća za web stranicu www.tz-donjimiholjac.hr, moguće je napraviti analizu posjećenosti i ponašanja posjetitelja te predložiti daljnje aktivnosti:

Slika 6: Analitika web sjedišta za 2024.



➤ Promet i korisnici

- 6.700 aktivnih korisnika u promatranom razdoblju

- Prosječno trajanje posjeta: 41 sekunda
- Najveći izvori prometa:
 - Organsko pretraživanje: 7.100 sesija
 - Direktni promet: 964 sesije
 - Referalni promet: 119 sesija
 - Društvene mreže: 58 sesija
- Geografska distribucija:
 - Hrvatska: 5.600 korisnika
 - Njemačka: 180 korisnika
 - Mađarska: 128 korisnika
 - Francuska: 121 korisnik
 - SAD: 112 korisnika
- Najposjećenije stranice:
 - Naslovna: 2.400 pregleda
 - Fast food DIKA: 1.700 pregleda
 - Dvorac Mailath: 459 pregleda
 - Kontakt: 452 pregleda
 - Crkva sv. Mihaela: 368 pregleda

Preporuke za unapređenje

- SEO optimizacija:
 - Proširiti sadržaj na stranicama s kratkim zadržavanjem
 - Optimizirajte meta opise i naslove za bolje organske rezultate
 - Dodati više ključnih riječi vezanih uz turizam i kulturnu baštinu
- Poboljšanje korisničkog iskustva:
 - Produžiti prosječno vrijeme zadržavanja (trenutno 41s)
 - Dodati više interaktivnog sadržaja
 - Implementirati bolju navigacijsku strukturu
 - Dodati CTA (pozive na akciju) na ključnim stranicama
- Međunarodni doseg:
 - Dodati višejezični sadržaj (posebno mađarski zbog geografske blizine)
 - Prilagoditi sadržaj za strane tržišta
 - Poboljšati vidljivost na stranim tražilicama
- Društvene mreže:
 - Povećati promet s društvenih mreža (trenutno samo 58 sesija)
 - Implementirati strategiju dijeljenja sadržaja
 - Dodati gumbe za dijeljenje na društvenim mrežama

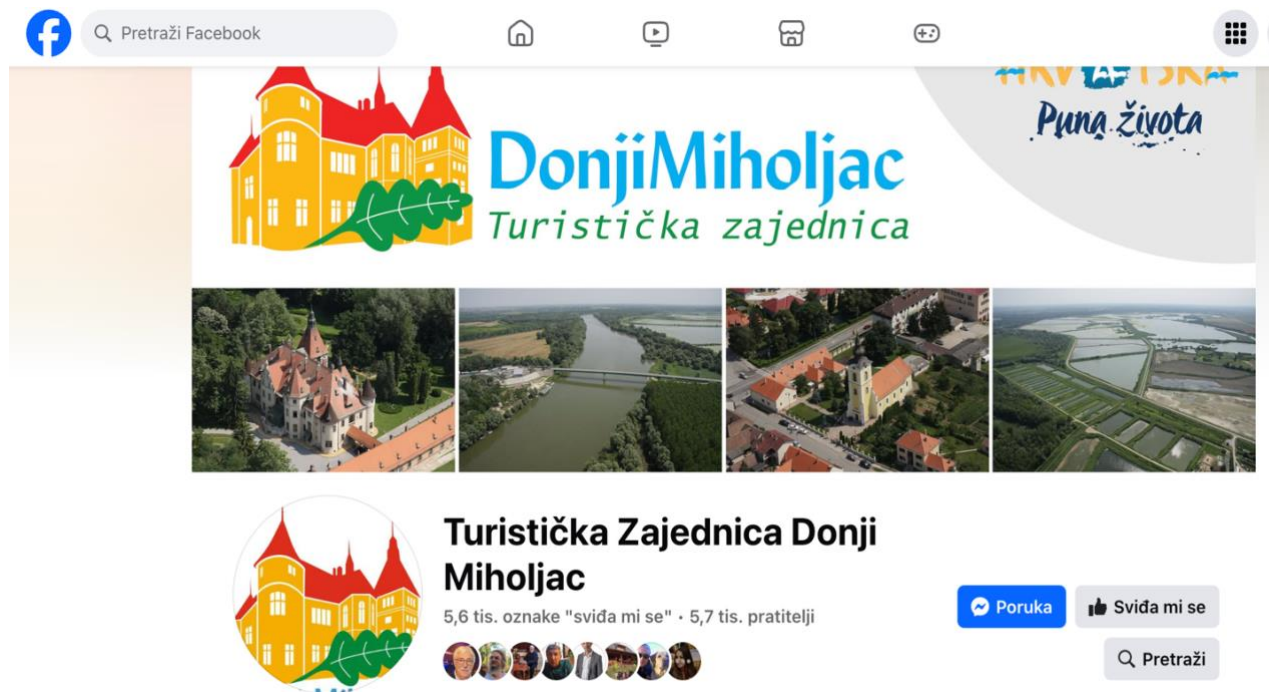
- Tehnička poboljšanja:
 - Optimizirati brzinu učitavanja stranica
 - Poboljšati mobilnu verziju
 - Implementirati SSL certifikat ako već nije
- Sadržajna strategija
 - Dodati više sadržaja o kulturnoj baštini
 - Proširiti sekciju o gastronomskoj ponudi
 - Dodati blog sekciju s redovitim objavama
 - Implementirati kalendar događanja

Ovi podaci pokazuju da web stranica ima solidnu bazu posjetitelja, ali postoji značajan prostor za poboljšanje u zadržavanju korisnika i povećanju angažmana.

Društvene mreže

Od komunikacijskih kanala na društvenim mrežama, Turistička zajednica ima aktivan Facebook profil.

Slika 7: Facebook profil Turističke zajednice



Do web sjedišta Turističke zajednice Donji Miholjac moguće je doći i preko poveznice Turističke zajednice Osječko-baranjske županije³ i poveznice grada Donjeg Miholjca⁴

Trenutno stanje

- Sadržaj i komunikacija
 - Sadržaji na novoj stranici redovito se objavljuje unazad 3 godine.
 - Većinom se objavljuju najave događanja i fotografije nakon događaja
 - Moguća bi bila veća interakcija s pratiteljima kada bi postojala osoba koja bi administrirala facebook profil ali i ostale digitalne kanale.
 - Evidentan je manjak raznolikog sadržaja koji bi predstavio sve turističke potencijale grada što je također povezano sa nedostatnim osobljem za administriranje digitalnih komunikacija.
- Vizualna prezentacija:
 - Neujednačen stil fotografija
 - Nedostaje video sadržaja
 - Nekonzistentnost u vizualnom identitetu objava

Preporuke za unapređenje

- Tehnička unapređenja:
 - Migracija s osobnog profila na službenu Facebook stranicu (postoji nova profilna Facebook stranica)
 - Povezivanje s Instagram profilom za širinu
 - Postavljanje chatbota za osnovnu komunikaciju s posjetiteljima
 - Poboljšati vizualni identitet
- Kreiranje sadržaja:

Prema Godišnjem programu rada Turističke zajednice za 2025. godinu potrebno je kreirati sadržaj koji će promovirati:

 - Kulturno-povijesnu baštinu (posebno dvorce)
 - Vrhunske sportaše
 - Prirodne ljepote
 - Ciklo-turističke sadržaje
 - Aktivnosti uz rijeku Dravu

³ <https://visitslavoniabaranja.com/donji-miholjac>

⁴ Službene stranice grada Donjeg Miholjca: <https://www.donjimiholjac.hr>

- Gastronomsku ponudu
- Vrsta i dinamika objava
 - Minimalno 3-4 objave tjedno
 - Redoviti livestream-ovi s događanja
 - Kreiranje tematskih serija objava (npr. "Upoznajte Miholjac četvrtkom")
 - Predstavljanje lokalnih OPG-ova i njihovih proizvoda
 - Objave o manifestacijama prije, tijekom i nakon događaja
- Poboljšanje angažmana
 - Organiziranje nagradnih igara
 - Poticanje korisnika na dijeljenje vlastitih fotografija grada
 - Kreiranje anketa i upitnika za dobivanje povratnih informacija
 - Brze reakcije na upite i komentare
 - Aktiviranje hashtagova, npr. „Hidden Gems of Slavonia“
 - Detaljnija evaluacija angažmana pratitelja
 - Suradnja s influencerima
- Plaćena promocija:
 - Ciljanje specifičnih skupina posjetitelja
 - Promocija ključnih događanja
 - Geografsko ciljanje oglasa (posebno prema Mađarskoj kao važnom emitivnom tržištu)
 - Primjena standarda digitalnog marketinga

Ove preporuke usklađene su s ciljevima navedenim u Godišnjem programu rada TZ za 2025. godinu (str. 5-6) koji naglašava važnost "razvoja i marketinga destinacije kroz koordiniranje ključnih aktivnosti turističkog razvoja" te "poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji".

Ostalih društvenih mreža nema, nisu aktivni ili nisu vidljivi:

1. Instagram profil

- Grad / Turistička zajednica nema službeni profil
- Hashtag #donjimiholjac ima oko 2000 objava
- Prevladavaju fotografije dvorca Mailath, gradskog parka i manifestacija
- Sentiment je izrazito pozitivan, posebno kod turističkih objava

2. YouTube kanal

- Postoji ali se ne koristi

Portali vijesti

Regionalni portali (SiB.hr, Glas Slavonije, Radio Donji Miholjac, Miholjština info))

- Dominantne teme: gospodarstvo, infrastrukturni projekti, kulturne manifestacije
- Ton izvještavanja je pretežno neutralan do pozitivan
- Najveću vidljivost imaju vijesti vezane uz: industrijsku zonu Janjevci, kulturne manifestacije (posebno Miholjačko sijelo), infrastrukturne projekte, dvorce i kulturnu baštinu

Turistički portali

- Zastupljenost na specijaliziranim turističkim portalima je umjerena
- Fokus je na kulturnoj baštini (dvorci Mailath i Prandau)
- Recenzije posjetitelja na TripAdvisoru i sličnim platformama su rijetke ali pozitivne
- Sentiment vezan uz smještajni kapacitet je neutralan

Forumi i komentari

- Diskusije na forumima su rijetke
- Kada se spominje, najčešće je u kontekstu: potencijala za ulaganje, kvalitete života i turističkih destinacija kontinentalne Hrvatske

Područja za poboljšanje:

- Digitalna prisutnost:
 - Potreba za službenim Instagram profilom
 - Aktivnija komunikacija na društvenim mrežama
 - Više vizualnog sadržaja
- Online reputacija:
 - Poticanje recenzija turističkih sadržaja
 - Aktivnije uključivanje u online diskusije
 - Bolja prezentacija turističkih potencijala
- Krizna komunikacija:
 - Brže reagiranje na negativne komentare
 - Transparentnija komunikacija o izazovima

Analiza offline aktivnosti

- **Tiskani materijali:** Pripremaju se brošure i karte.
- **Sudjelovanje na sajmovima:** Aktivno se promovira destinacija na specijaliziranim sajmovima
- **Organizacija događanja:** Uključuje kulturno-zabavne manifestacije

Analiza suradnji s trećim stranama

- **Mediji:** Suradnja s Radio Donji Miholjac, Miholjština info, digitalni portal Putni kofer, Glas Slavonije, Htv- centar Osijek, N1, RTL, TV Nova, Pecs TV, Harkany hirek
- **Turističke agencije:** Anima travel, Arriva, Orion tours, Astralis
- **Influenceri:** Nema podataka o suradnji s digitalnim kreatorima sadržaja.

Analiza prikupljanja i distribucije informacija

- Informacije se distribuiraju putem web stranice, promotivnih materijala i sudjelovanja na turističkim sajmovima

Linkovi na najvažnije objave

- https://www.kugooescooters.com/checkout/172653166282122323434?step=payment_method
- <https://putnikofer.hr/mjesta/dvorac-prandau-mailath-donji-miholjac/>
- https://www.glas-slavonije.hr/regija/2024/07/29/poziv-za-dostavu-prijedloga-programa-zad-an-grada-donjeg-miholjca-561631/#google_vignette
- <https://radio.hrt.hr/radio-osijek/vijesti/kobasijada-pokladedobro-dosli-u-donji-miholjac-3766233>
- https://glas-slavonije.hr/regija/2020/07/21/s-madarima-o-suradnji-u-kulturi-turizmu-privredi-165878-165878/#google_vignette
- <https://www.miholjstina.info/donji-miholjac/donji-miholjac-u-zabavno-putopisnom-serijalu-najbolje-iz-hrvatske/>

Analiza marketinškog pozicioniranja

- Turistička zajednica usklađuje marketinške aktivnosti s Hrvatskom turističkom zajednicom, Turističkom zajednicom Osječko – baranjske županije i regionalnim turističkim organizacijama
- Naglasak je na brendiranju kroz kulturnu baštinu, outdoor aktivnosti i gastronomiju

Turistička zajednica Donjeg Miholjca koristi kombinaciju digitalnih i tradicionalnih kanala, ali postoji prostor za poboljšanja, posebno u digitalnom marketingu, suradnji s medijima i turističkim agencijama te korištenju influencera. Preporučuje se kontinuirana detaljna analiza učinkovitosti društvenih mreža i digitalnih kampanja, kao i jačanje suradnje s međunarodnim partnerima. (Ograničenja analize: analiza je bazirana na javno dostupnim podacima, neki kanali mogu biti propušteni.)

ANALIZA KONKURENCIJE

Analiza konkurencije sastavni je dio Plana upravljanja destinacijom Donji Miholjac, omogućujući identificiranje pozicije destinacije u odnosu na slične turističke destinacije. Ova analiza obuhvaća procjenu ponude, cijena, promocije i iskustava konkurenata te

prepoznavanje njihovih snaga i slabosti. Također, omogućuje bolje razumijevanje potreba i očekivanja ciljnih skupina, kao i prepoznavanje trendova koji oblikuju turističko tržište.

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

Analiza konkurentskih destinacija

U turističkom smislu, grad Donji Miholjac ima identificirane sljedeće konkurentske prednosti: dvorac Mailath, lovni turizam, ribolovni turizam, prekogranična suradnja

- **Direktna konkurencija:**
 - **Belišće** – Smješteno u blizini Donjeg Miholjca, nudi kulturno-povijesne atrakcije i rekreacijske sadržaje.
 - **Valpovo** – Posjeduje dvorac Prandau-Normann te razvijeniju ugostiteljsku i turističku ponudu.
 - **Našice** – Ima razvijeniji turizam vezan uz dvorce, kulturne manifestacije i vinski turizam.
- **Indirektna konkurencija:**
 - **Baranja** – Nudi bogatu gastronomsku i vinsku ponudu te prirodne atrakcije poput Kopačkog rita.
 - **Osijek** – Glavno turističko središte regije s jačim kulturnim, manifestacijskim i gastronomskim sadržajima.

Ključni pokazatelji konkurentskih destinacija

Tablica 7: Benchmark analiza konkurencije

Pokazatelj	Donji Miholjac	Valpovo	Našice	Belišće
Broj turističkih dolazaka (2023.)	Ograničeni podaci	Veći broj posjeta dvorcu Prandau-Normann	Više dolazaka zbog kulturnih manifestacija	Manji turistički promet
Cijene smještaja	Ograničen broj smještajnih kapaciteta	Niže cijene	Umjerene cijene	Slično Donjem Miholjcu
Kvaliteta smještaja	Nedostatak hotela visoke kategorije	Srednja kvaliteta	Bolja ponuda apartmana i hotela	Ograničena ponuda

Pokazatelj	Donji Miholjac	Valpovo	Našice	Belišće
Kulturne atrakcije	Dvorac Mailáth, perivoj, crkve	Dvorac Prandau-Normann	Dvorci Pejačević, kulturne manifestacije	Manje kulturnih znamenitosti
Prirodne atrakcije	Ribnjaci, rijeka Drava, ornitološki rezervat Podpanj	Parkovi i rijeka Karašica	Park šuma, ribnjaci	Rijeka Drava, šume

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

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

Analiza komunikacijskih strategija konkurencije

- **Donji Miholjac** koristi tradicionalne i digitalne kanale, ali slabije razvijen digitalni marketing
- **Valpovo i Našice** ulažu više u promociju putem društvenih mreža i suradnje s turističkim agencijama.
- **Osijek i Baranja** imaju profesionalnije marketinške kampanje s jačim naglaskom na video promocije i influencere.
- **Digitalna transformacija:** Konkurentске destinacije ulažu više u online marketing, dok Donji Miholjac tek treba razviti jaču prisutnost na digitalnim platformama

Zaključno, Donji Miholjac ima potencijal za jačanje konkurencije ali su potrebne jasnije smjernice razvoja i ulaganja u turističku infrastrukturu.

Infrastrukturna ulaganja

Ulaganja u kvalitetnije turističke objekte

Brendiranje destinacije

Isticanje specifičnih prednosti - prirodnih i kulturnih resursa

Promocija

Jačanje digitalnih marketinških strategija

Turistički proizvodi

Tematske ture outdoor aktivnosti, eno-gastro događaji



Potencijalna turistička sinergija

S obzirom na postojeće stanje razvoja, umjesto fokusa na konkurenciju, Donji Miholjac bi trebao graditi svoju poziciju kroz komplementarnost i suradnju s drugim destinacijama, posebno kroz prekograničnu suradnju s Mađarskom te povezivanje s drugim slavonskim destinacijama. Ovo bi omogućilo stvaranje kompleksnijeg turističkog proizvoda koji može privući više posjetitelja u regiju.

- Povezivanje s okolnim destinacijama
 - Prekogranična suradnja s Mađarskom (grad je udaljen samo 3 km od granice)
 - Suradnja sa susjednim gradovima kroz zajedničke turističke proizvode
- Razvoj specifičnih niša:
 - Kulturni turizam baziran na dvorcima i povijesnoj baštini
 - Cikloturizam (kroz projekt Greenway)
 - Manifestacijski turizam
 - Ruralni turizam
- Stvaranje integriranih proizvoda:
 - Povezivanje postojećih atrakcija u tematske rute
 - Razvoj novih turističkih proizvoda kroz suradnju s drugim destinacijama
 - Zajednička promocija s drugim destinacijama Slavonije

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

- Turistička ruta tri grada: Razvoj tematskih ruta koje povezuju Valpovo, Belišće i Donji Miholjac može stvoriti integrirani turistički proizvod koji privlači dulji boravak posjetitelja.

- Specijalizacija destinacija: Umjesto da se natječu, svaki grad može se specijalizirati:
 - Valpovo: Kulturno-povijesna baština, parkovni turizam, enogastronomija.
 - Belišće: Industrijska baština, sportski turizam, avanturistički turizam.
 - Donji Miholjac: Dvorac Mailath, lovni i ribolovni turizam, rijeka Drava.
- Zajednička promocija i brendiranje: Stvaranje regionalnog turističkog klastera pod jednim brendom (npr. “Dravska dolina – od dvoraca do avanture”) može povećati prepoznatljivost cijelog područja.

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

Konceptu turističke sinergije među gradovima mogu se pridodati i Našice. Valpovo, Našice, Donji Miholjac i Belišće, uz Bizovac kao termalno turističko odredište, mogu se zajedno promatrati kroz prizmu komplementarnosti i konkurencije. Ova četiri grada i Bizovac smještena su relativno blizu jedan drugome u Osječko-baranjskoj županiji, a svaki od njih ima svoje specifične prednosti i izazove u razvoju turizma.

U širem kontekstu, blizina mađarske granice otvara mogućnost međunarodne turističke sinergije. Uspostava prekograničnih turističkih projekata mogla bi povezati ponudu s mađarskim naseljima preko Drave, omogućiti razvoj biciklističkih i pješačkih staza koje prelaze granicu, te iskoristiti EU fondove za projekte održivog turizma.

ANALIZA POTRAŽNJE

Zbog nemogućnosti provođenja primarnog istraživanja potražnje, analiza turističkog tržišta i potražnje za destinaciju Donji Miholjac, načinjena je temeljem sekundarnog istraživanja provedenog u kontinentalnoj Hrvatskoj, uključujući Slavoniju (TOMAS⁵ za 2019. i 2022./2023. godinu).

Turistička potražnja kontinentalne Hrvatske

2019. godina:

⁵: TOMAS istraživanja su longitudinalna istraživanja koja prate obilježja, stavove i potrošnju turista u Hrvatskoj. U 2019. godini je provedeno prvo nacionalno istraživanje koje je obuhvatilo cijelu Hrvatsku, uključujući kontinentalne destinacije. U 2022./2023. godini nastavljeno je praćenje trendova turističke potražnje u Hrvatskoj.

- Udio gostiju koji su prvi put posjetili Hrvatsku bio je 52,9% u kontinentalnoj Hrvatskoj, što je više nego u Jadranskoj Hrvatskoj (32,3%).
- Automobil je bio glavno prijevozno sredstvo za 45,2% turista u kontinentalnoj Hrvatskoj, dok je udio zrakoplova bio veći nego u Jadranskoj Hrvatskoj (37,4% naspram 19,0%).
- Gosti u kontinentalnoj Hrvatskoj su u prosjeku bili nešto mlađi i stariji od prosjeka, za razliku od Jadranske Hrvatske gdje su više zastupljeni gosti srednje životne dobi.
- Motivi dolaska u kontinentalnu Hrvatsku nisu detaljno specificirani u izvoru za 2019., ali se spominju kulturni turizam, zdravstveni turizam te turizam u zaštićenim područjima.
- U 2019. godini, udio gostiju koji su prvi put posjetili Hrvatsku bio je 52,9% u kontinentalnoj Hrvatskoj.
- Prosječni dnevni izdaci turista u kontinentalnoj Hrvatskoj su iznosili 90,85 €

2022./2023. godina:

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

Analiza tržišta i potražnje Slavonije:

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

Komparativna analiza:

- **Motivacija:** Dok je u Jadranskoj Hrvatskoj dominantan motiv odmor na moru, u kontinentalnoj Hrvatskoj, uključujući Slavoniju, motivi su raznolikiji, uključujući gradski turizam, poslovna putovanja, prirodu i kulturu.

- **Pratnja na putovanju:** Turisti u Jadranskoj Hrvatskoj češće putuju s obitelji, dok u kontinentalnoj Hrvatskoj češće putuju s partnerom ili sami.
- **Zadovoljstvo:** Turisti u kontinentalnoj Hrvatskoj su u prosjeku nešto zadovoljniji turističkom ponudom, osim u nekim specifičnim elementima.
- **Učestalost dolaska:** Gosti koji su već posjećivali Hrvatsku su češći u kontinentalnoj Hrvatskoj, što ukazuje na veću lojalnost gostiju toj regiji.
- **Potrošnja:** Prosječna dnevna potrošnja turista je slična u obje regije, iako su prosječni dnevni izdaci u 2019. bili manji u kontinentalnoj Hrvatskoj.

Analiza turističke potražnje – domaće tržište

Polazište za analizu trendova turističke potražnje je empirijska analiza posjeta domaćih i stranih turista u 2024. godine. Tablica prikazuje osnovne turističke pokazatelje po hrvatskim županijama, uključujući broj dolazaka, noćenja, broj turista te njihove udjele u ukupnim vrijednostima. Na temelju tih podataka mogu se izvesti sljedeći zaključci:

1. Dominacija Grada Zagreba

- Grad Zagreb bilježi najveći broj dolazaka (107), noćenja (164) i broj turista (107), s udjelima od 27,09% za dolaske i 21,24% za noćenja.
- Prosječno trajanje boravka je 1,53 dana, što je relativno kratko, što sugerira da se uglavnom radi o poslovnim ili kratkotrajnim turistima.

2. Međimurska i Varaždinska županija imaju najdulje prosječno trajanje boravka

- Međimurska županija (3,08 dana) i Varaždinska županija (3,10 dana) imaju duže prosječno trajanje boravka, što može upućivati na turističke aktivnosti poput wellness turizma ili ruralnog turizma.
- Dubrovačko-neretvanska županija ima najdulji prosječan boravak (4,00 dana), što je očekivano zbog svog statusa popularne destinacije.

3. Osječko-baranjska i Splitsko-dalmatinska županija ostvaruju solidne rezultate

- Osječko-baranjska (28 dolazaka, 47 noćenja) i Splitsko-dalmatinska županija (27 dolazaka, 48 noćenja) su među vodećima, pri čemu Split pokazuje veći turistički potencijal, dok Osijek ima nešto kraći boravak (1,68 dana).

4. Priobalne županije imaju slabiji udio od očekivanog

- Primorsko-goranska, Istarska, Zadarska i Šibensko-kninska županija, iako tradicionalno poznate po turizmu, imaju relativno niske udjele.
- Razlog može biti sezonalnost, budući da su ovi podaci vjerojatno prikupljeni izvan glavne turističke sezone.

5. Karlovačka i Ličko-senjska županija s niskim brojkama

- Karlovačka (5 dolazaka) i Ličko-senjska (1 dolazak) pokazuju minimalne turističke aktivnosti, što može upućivati na slabiju promociju ili infrastrukturu.

Tablica 8: Dolasci domaćih turista u Donji Miholjac po županijama u 2024.

Županija	Dolasci	Noćenja	Broj turista	Udio dolasci	Udio noćenja	Udio broj turista	Prosječni boravak (u danima)	Broj stanovnika
Grad Zagreb	107	164	107	27,09%	21,24%	27,09%	1,53	790.017
Međimurska	38	117	38	9,62%	15,16%	9,62%	3,08	113.804
Varaždinska	21	65	21	5,32%	8,42%	5,32%	3,10	175.951
Zagrebačka	30	54	30	7,59%	6,99%	7,59%	1,80	317.606
Sisačko-moslavačka	20	52	20	5,06%	6,74%	5,06%	2,60	172.439
Splitsko-dalmatinska	27	48	27	6,84%	6,22%	6,84%	1,78	454.798
Osječko-baranjska	28	47	28	7,09%	6,09%	7,09%	1,68	305.032
Primorsko-goranska	9	31	9	2,28%	4,02%	2,28%	3,44	296.195
Zadarska	15	27	15	3,80%	3,50%	3,80%	1,80	170.017
Požeško-slavonska	10	26	10	2,53%	3,37%	2,53%	2,60	78.034
Vukovarsko-srijemska	19	24	19	4,81%	3,11%	4,81%	1,26	179.521
Krapinsko-zagorska	11	20	11	2,78%	2,59%	2,78%	1,82	132.892
Koprivničko-križevačka	11	19	11	2,78%	2,46%	2,78%	1,73	115.584
Dubrovačko-neretvanska	4	16	4	1,01%	2,07%	1,01%	4,00	122.568
Istarska	10	14	10	2,53%	1,81%	2,53%	1,40	208.055
Šibensko-kninska	5	14	5	1,27%	1,81%	1,27%	2,80	109.375
Virovitičko-podravska	14	14	14	3,54%	1,81%	3,54%	1,00	84.836
Brodsko-posavska	5	8	5	1,27%	1,04%	1,27%	1,60	158.575
Bjelovarsko-bilogorska	5	6	5	1,27%	0,78%	1,27%	1,20	119.764
Karlovačka	5	5	5	1,27%	0,65%	1,27%	1,00	128.899
Ličko-senjska	1	1	1	0,25%	0,13%	0,25%	1,00	50.927
Nautika	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%	0,00	0
Ukupno:	395	772	395	100,00%	100,00%	100,00%	1,95	4.284.889

Zaključak: Zagreb kao glavni grad dominira u turizmu D. Miholjca, dok su županije s dužim boravcima poput Međimurske i Dubrovačko-neretvanske zanimljive za specifične tipove turizma. Priobalne destinacije nisu ostvarile značajan broj dolazaka, što ukazuje na izvansezonski karakter podataka. Potrebno je razmotriti dodatnu promociju i strategije razvoja turizma u kontinentalnim županijama koje imaju niže brojeke.

Analiza turističke potražnje – inozemno tržište

Analiza inozemne turističke potražnje dana je na temelju statistike dolazaka, noćenja i broja turista po državama domicila.

Tablica 9: Dolasci inozemnih turista u Donji Miholjac po zemljama 2024.

Država	Dolasci	Noćenja	Broj turista	Udio dolazaka	Udio noćenja	Udio turista
Hrvatska	395	772	395	56,35%	53,02%	56,11%
Njemačka	65	167	65	9,27%	11,47%	9,23%
Bosna i Hercegovina	41	81	41	5,85%	5,56%	5,82%
Ostale azijske zemlje	19	77	19	2,71%	5,29%	2,70%
Austrija	26	51	26	3,71%	3,50%	3,69%
Portugal	8	48	8	1,14%	3,30%	1,14%
Ukrajina	11	42	11	1,57%	2,88%	1,56%
Češka	13	40	13	1,85%	2,75%	1,85%
Italija	10	30	13	1,43%	2,06%	1,85%
Srbija	20	26	20	2,85%	1,79%	2,84%
Mađarska	17	19	17	2,43%	1,30%	2,41%
Poljska	7	10	7	1,00%	0,69%	0,99%
Slovenija	10	10	10	1,43%	0,69%	1,42%
Kanada	9	9	9	1,28%	0,62%	1,28%
Švicarska	9	9	9	1,28%	0,62%	1,28%
Nizozemska	3	8	3	0,43%	0,55%	0,43%
Ujedinjena Kraljevina	2	8	2	0,29%	0,55%	0,28%
Bugarska	4	7	4	0,57%	0,48%	0,57%
Ostale afričke zemlje	2	7	2	0,29%	0,48%	0,28%
Španjolska	6	6	6	0,86%	0,41%	0,85%
Kina	4	4	4	0,57%	0,27%	0,57%
Litva	4	4	4	0,57%	0,27%	0,57%
Meksiko	2	4	2	0,29%	0,27%	0,28%
Australija	1	3	1	0,14%	0,21%	0,14%
Belgija	3	3	3	0,43%	0,21%	0,43%
Francuska	3	3	3	0,43%	0,21%	0,43%
Makedonija	3	3	3	0,43%	0,21%	0,43%
SAD	1	2	1	0,14%	0,14%	0,14%
Slovačka	2	2	2	0,29%	0,14%	0,28%
Švedska	1	1	1	0,14%	0,07%	0,14%
Strani turisti:	306	684	309	43,65%	46,98%	43,89%
Domaći turisti:	395	772	395	56,35%	53,02%	56,11%
UKUPNO:	701	1.456	704	100,00%	100,00%	100,00%

Prosječna duljina boravka je kod domaćih gostiju bila 1,95 dana a kod inozemnih 2,24 dana, što u prosjeku izlazi 2,08 dana. Ako se ti pokazatelji povežu i sa činjenicom da 98,44 % čine individualni dolasci a organizirani samo 1,56 %, to navodi na zaključak da je riječ

uglavnom o putnicima (turistima) u tranzitu. Svakako bi trebalo razmišljati o načinima dužeg zadržavanja turista u Donjem Miholjcu i prigradskim naseljima.

Analiza trendova turističke potražnje za Donji Miholjac

(hipotetički model temeljen na globalnim trendovima i karakteristikama ruralnog turizma)

Socio-demografska obilježja turista (dob, spol, tip putovanja)

➤ **Dob:**

- 50+ godina (40%): Osobe u mirovini ili "baby boomeri" koji traže miran odmor u prirodi, kulturno-povijesne sadržaje i autentičnu gastronomiju.
- 30–50 godina (35%): Obitelji ili parovi koji preferiraju aktivne oblike odmora (biciklizam, šetnje, ribolov) i traže edukativne sadržaje za djecu.
- 18–30 godina (25%): Mladí putnici (npr. "digitalni nomadi") zainteresirani za avanturističke sportove (kajak, lov) i lokalne festivale.

➤ **Spol:**

- Ravnomjerna raspodjela (50% muškarci, 50% žene), s naglaskom na obiteljska putovanja i parove.

➤ **Tip putovanja:**

- Obiteljsko putovanje (40%): Kratki izleti (2–3 dana) s naglaskom na outdoor aktivnosti i edukaciju.
- Romantični/parovi odmor (30%): Boravci u seoskim kućama ili kampovima.
- Samostalna putovanja (20%): Solo putnici ili male grupe u potrazi za autentičnim iskustvima.
- Poslovna putovanja (10%): Sudionici radionica ili konferencija u kombinaciji s rekreacijom.

Geografska obilježja potražnje

Donji Miholjac, se postepeno razvija kao prepoznatljiva turistička destinacija s jedinstvenim potencijalom privlačenja raznolikih skupina posjetitelja. Analiza geografskih obilježja potražnje otkriva jasne obrasce u strukturi gostiju koji posjećuju ovu destinaciju, njihovim preferencijama i navikama putovanja. Prema podacima Turističke zajednice grada Donjeg Miholjca za 2025. godinu, turistički promet bilježi blagi porast, što se očituje u povećanju broja dolazaka i noćenja u odnosu na prethodne godine (Turistička zajednica grada Donjeg Miholjca, 2024, str. 5-6). Ova pozitivna kretanja praćena su diverzifikacijom turističkih emitivnih tržišta i evolucijom preferencija gostiju, što stvara temelj za razumijevanje trenutne potražnje i budućih trendova koji oblikuju turističku sliku ovog dijela Slavonije.

Glavna emitivna tržišta

- Domaći turizam (40%): Turisti iz Osječko-baranjske županije i ostalih dijelova Hrvatske (npr. Zagreb, Slavonija).
- Susjedne zemlje (35%):
 - Mađarska (20%): Turisti iz regije Baranya i Pečuha, privučeni biciklističkim stazama i kulturnom baštinom.
 - Austrija i Njemačka (10%): Tražitelji ruralnog mira i eko-turizma.
 - Slovenija i Češka (5%): Obitelji u potrazi za jeftinijim destinacijama s prirodom.
- Ostala tržišta (25%):
 - Nizozemska i Belgija (10%): Ciklo-turisti i ljubitelji ribolova.
 - Italija i Poljska (10%): Turisti zainteresirani za gastronomske događaje (npr. Fišijada, Kobasicijada).
 - Azija (5%): Rijetki posjetitelji u okviru organiziranih tura Panonskom regijom.

Obilježja putovanja i boravka

- Trajanje boravka: Prosječno 2–3 noćenja (kratki izleti), dok ljetni kampovi i festivali privlače do 5–7 dana.
- Sezonalnost: Vrhunac (60% posjeta): Lipanj–rujan (ljetni festivali, kampiranje, aktivnosti na Dravi). Nizka sezona (40%): Proljeće i jesen (šetnje, kulturni događaji, gastronomske radionice).
- Potrošnja: Niska do srednja (prosječno 50–70 EUR/dan po osobi), s naglaskom na lokalnu gastronomiju i aktivnosti.

Trendovi u turističkoj potražnji

- Rast interes za "sporo putovanje" (slow travel): Turisti traže duže boravke s fokusom na lokalnu kulturu.
- Digitalni nomadizam u ruralnim područjima: Potencijal za privlačenje radnika na daljinu s ponudom jeftinih kampova i Wi-Fi infrastrukture.
- Zahtjev za održivošću: Sve veći interes za eko-smještaj (kampovi, solarne energije) i zero-waste prakse.
- Doživljajni turizam: Radionice tradicionalnih zanata (npr. izrada kobasica) i interaktivne kulturne ture.

Preporuke za strategije razvoja

Na temelju analize trenutnog stanja turizma u Donjem Miholjcu te identificiranih potencijala i izazova, nužno je definirati jasne i provedive strategije razvoja koje će usmjeriti budući turistički rast grada. Turistička zajednica grada Donjeg Miholjca u svom Godišnjem programu rada za 2025. godinu naglašava potrebu za "povećanjem vidljivosti turističkih sadržaja i kapaciteta na nacionalnoj razini" te dugoročne ciljeve pozicioniranja Donjeg Miholjca kao "grada kulturno povijesne baštine, vrhunskih sportaša, grada prirode, grada s razvijenim kulturnim, ciklo-turističkim sadržajima i sadržajima uz rijeku Dravu" (Turistička zajednica grada Donjeg Miholjca, 2024, str. 6). Sljedeće preporuke nastoje pružiti konkretne smjernice za ostvarenje tih ciljeva, oslanjajući se na identificirane prednosti destinacije i suvremene trendove u turizmu, s fokusom na održivi razvoj i autentičnost turističkog iskustva.

1. Segmentacija tržišta:

- Fokus na obitelji i parove iz Mađarske i Austrije kroz kampanje na društvenim mrežama.
- Privlačenje domaćih turista kroz subvencionirane pakete za ljetne škole i radionice.

2. Razvoj digitalne prisutnosti:

- Stvaranje virtualnih tura dvorca Prandau-Mailath i Greenway staze.
- Suradnja s influencerima za promociju gastronomskih događaja.

3. Unapređenje konkurentnosti i održivog turizma

- Razvoj biciklističkih ruta uz Dravu
- Izgradnja "Panonske biciklističke mreže" u suradnji s Mađarskom i Austrijom.

Napomena: Ova analiza temelji se na hipotetskim podacima i globalnim trendovima. Za preciznije rezultate potrebno je provesti istraživanje terenskih podataka (ankete, analiza rezervacija).

IZVJEŠĆE O PROVEDENOJ ANALIZI STANJA

Izvješće o provedenoj analizi stanja destinacije Donjeg Miholjca ključno je za definiranje strateškog pristupa u turizmu, kao i za donošenje odluka temeljenih na stvarnim podacima. Cilj analize je identificirati postojeće i potencijalne turističke proizvode, procijeniti infrastrukturne mogućnosti, analizirati konkurentnost na tržištu te predložiti mjere za daljnji razvoj turizma na održiv način.

Demografska i ekonomska analiza

Grad Donji Miholjac suočava se s izazovima demografskog opadanja. Prema popisu iz 2021. godine, broj stanovnika je pao na 8.031, što predstavlja značajan pad u odnosu na prethodni popis. Smanjenje broja stanovnika utječe na tržište rada i lokalne gospodarske aktivnosti, uključujući sektor turizma.

Ekonomija destinacije oslanja se na poljoprivredu, industriju i poduzetništvo, a turizam je prepoznat kao potencijalni pokretač gospodarskog razvoja.

Analiza infrastrukture

Destinacija posjeduje ključne elemente infrastrukturne podrške:

- Prometna povezanost : Donji Miholjac je prometno povezan državnom cestom D53 i D34, a međunarodni cestovni granični prijelaz s Mađarskom omogućuje povezanost s europskim tržištima
- Komunalna infrastruktura: Planirani su projekti vezani uz vodovodnu i kanalizacijsku mrežu, kao i modernizacija prometnice
- Turistička infrastruktura: Iako postoje smještajni kapaciteti u privatnom sektoru, njihova struktura i kvaliteta nisu dostatni za značajniji razvoj turizma

Analiza postojećih i potencijalnih turističkih proizvoda

Donji Miholjac posjeduje brojne prirodne i kulturne znamenitosti koje čine temelj razvoja turizma:

1. Kulturna baština :

- Kompleks dvoraca Prandau-Mailath ključna je kulturno-povijesna atrakcija
- Očuvana sakralna i tradicijska arhitektura

2. Prirodne atrakcije :

- Ornitološki rezervat Podpanj, rijeka Drava i šume koje omogućuju razvoj eko-turizma

3. Selektivni oblici turizma :

- Cikloturizam: dio međunarodne biciklističke rute EuroVelo 13 i regionalnih biciklističkih staza
- Gastronomski turizam: Autentična slavonska kuhinja s mogućnostima razvoja gastro-turističkih događanja
- Ruralni i agroturizam: Iskorištavanje potencijala lokalnih OPG-ova.

4. Konkurentnost destinacije

- Donji Miholjac ima jake strane, ali i značajne izazove što je detaljnije obrađeno u poglavlju SWOT analiza.

POKAZATELJI ODRŽIVOSTI NA RAZINI DESTINACIJE

ISTRAŽIVANJE STAVOVA LOKALNOG STANOVNIŠTVA O TURIZMU I UTJECAJU TURIZMA NA KVALITETU ŽIVOTA

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

Kako bi se osigurala objektivna procjena zadovoljstva lokalnog stanovništva turizmom, definirani su pokazatelji i metodologija istraživanja u skladu s Pravilnikom o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma (NN 112/2024). Prikupljenim podacima dobiva se uvid u percepciju turizma lokalnog stanovništva, njegove ekonomske i društvene učinke te utjecaj na identitet mjesta i životne uvjete.

Rezultati ovog istraživanja omogućuju donositeljima odluka kreiranje strategija koje doprinose razvoju turizma na način koji uvažava interese lokalne zajednice te pridonosi održivom i odgovornom upravljanju destinacijama.

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

Opis uzorka

U istraživanju ocjene zadovoljstva turizmom u destinaciji Donji Miholjac sudjelovala su 44 ispitanika, a njihov pregled prema socio-demografskim karakteristikama nalazi se u Tablici (Tablica 10).

Tablica 10 Socio – demografske karakteristike ispitanika

Varijable	Odgovori	n	%	Varijable	Odgovori	n	%
Spol	muškarac	20	45,5		manje od 18		
	žena	24	54,5		18 do 25	12	27,3
	ne želim se izjasniti				26 do 35	5	11,4
	Ukupno	44	100,0		36 do 45	6	13,6
	srednja škola ili niže	11	25,0		46 do 55	14	31,8

Obrazovanje	viša škola	8	18,2	Dob	56 do 65	7	15,9
	fakultet i viši stupnjevi	25	56,8		66 do 75		
	bez odgovora/ne želim odgovoriti				76 i više		
	Ukupno	44	100,0		Ukupno	44	100,0
Mjesečna primanja kućanstva	do 500 €			Stanovnik destinacije	manje od 1 godine		
	501 – 1.000 €	3	6,8		od 1 do 5 godina		
	1.001 – 1.500 €	7	15,9		od 6 do 10 godina		
	1.501 – 2.000 €	10	22,7		više od 10 godina	44	100,0
	2.001 – 3.000 €	14	31,8		Ukupno	44	100,0
	3.001 – 4.000 €	6	13,6		Stalno prebivalište u destinaciji	da	43
	4.001 – 5.000 €	1	2,3	ne		1	2,3
	5.001 € i više			Ukupno		44	100,0
	ne znam/ne želim odgovoriti	3	6,8	Vama i/ili članovima Vaše uže obitelji turizam je	glavni izvor prihoda		
	Ukupno	44	100,0		dodatni izvor prihoda		
					nemate nikakav prihod od turizma	44	100,0
					Ukupno	44	100,0

Analiza socio-demografskih karakteristika lokalnog stanovništva Turističke zajednice grada Donji Miholjac pokazuje da su ispitanici ravnomjerno raspoređeni prema spolu, s nešto većim brojem žena (54,5%) u odnosu na muškarce (45,5%).

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

Ukupno	Muškarci	Žene	%M	%Ž
8031	3965	4066	49,37	50,63

Uspoređujući posljednje dostupne podatke DZS vezanih uz strukturu stanovništva zamjetno je značajno odstupanje uzorka od kvotnog omjera prema spolu zabilježenog u populaciji. Iako su odstupanja u uzorku s obzirom na prisutnost muškaraca i žena (muškarci 45,5%; žene 54,5%) u odnosu na populaciju (muškarci 49,37%; žene 50,63%) izvan su dozvoljene standardne pogreške (5%). Stoga, ukupna veličina uzorka (n = 44) ne zadovoljava minimalne metodološke uvjete za pouzdanu generalizaciju rezultata na razini

ukupne populacije. Rezultate je stoga potrebno tumačiti uz oprez, kao indikativne, a ne nužno reprezentativne za širu populaciju.

Obrazovna struktura ispitanika ukazuje da je najveći broj njih (56,8%) steklo fakultetsku diplomu ili viši stupanj obrazovanja, dok je 25,0% završilo srednju školu ili niži stupanj obrazovanja.

Evidentno je da postoji značajno odstupanje strukture ispitanika po obrazovnoj razini od stvarne demografske slike. Naime, najveći udio stanovnika grada Donjeg Miholjca ima završenu srednju školu (56%), zatim slijede oni sa završenom osnovnom školom (24,5%). Udio visokoobrazovanih osoba (viša škola, fakultet i poslijediplomski studij zajedno) iznosi 14%. Osobe bez završene osnovne škole čine 5,5% stanovništva starijeg od 15 godina. (Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, Popis stanovništva 2021., <https://dzs.gov.hr/>)

Raspodjela dobi prema godinama pokazuje da je najveća skupina ispitanika u dobi od 46 do 55 godina (31,8%), dok značajan udio čine i osobe u dobi od 18 do 25 godina (27,3%) te od 56 do 65 godina (15,9%). Svi ispitanici (n = 44) žive u Donjem Miholjcu dulje od 10 godina, a gotovo svi (97,7%) imaju i stalno prebivalište.

Kada je riječ o mjesečnim primanjima kućanstva, najveći broj ispitanika (31,8%) zarađuje između 2.001 i 3.000 eura, dok 22,7% ostvaruje prihode u rasponu od 1.501 do 2.000 eura.

Rezultati pokazuju da turizam nema nikakvu ulogu u prihodima stanovništva – svi ispitanici (n = 44) su se izjasnili kako njihova obitelj nema nikakav prihod od turizma.

Ovi podaci ukazuju na to da ispitanici lokalnog stanovništva Turističke zajednice grada Donji Miholjac pretežno čini radno sposobna populacija, pri čemu prevladava visokoškolsko obrazovanje te stabilno i dugogodišnje prebivalište, dok turizam trenutačno ne predstavlja ekonomski oslonac za domicilno stanovništvo.

Rezultati istraživanja 1 (zadovoljstvo turizmom destinacije lokalnog stanovništva)

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

A1

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

Prosječna ocjena lokalnih stanovnika u ocjeni sveukupnog zadovoljstva turizmom destinacije iznosi 2,02 uz standardnu devijaciju 0,952.

Apsolutni i relativni broj odgovora nalazi se niže u tablici.

Tablica 11 Sveukupno zadovoljstvo razvojem turizma

Odgovori	n	%	Kumulativni %
U potpunosti nezadovoljan/na (1)	16	36,4	36,4
Nezadovoljan/na (2)	14	31,8	68,2
Niti nezadovoljan/na, niti zadovoljan/na (3)	11	25,0	93,2
Zadovoljan/na (4)	3	6,8	100,0
U potpunosti zadovoljan/na (5)			
Ukupno	44	100,0	

Kumulativno gledano, 68,2% ispitanika izrazilo je nezadovoljstvo (ocjene 1 i 2), dok je samo 6,8% izrazilo zadovoljstvo (ocjena 4). Nitko nije dao najvišu ocjenu (5).

Ovi podaci ukazuju na pretežito negativan stav ispitanika prema predmetu istraživanja, s obzirom da više od dvije trećine (68,2%) izražava nezadovoljstvo, dok je neutralnih 25%, a zadovoljnih tek 6,8%.

PH1

Lokalno stanovništvo ocjenjivalo je dobre i loše strane turizma u destinaciji te su odgovori zapisani u Tablici (Tablica 12) .

Tablica 12 Stavovi lokalnog stanovništva o turizmu

Uzimajući u obzir i dobre i loše strane turizma, smatrate li da turizam u destinaciji	n	%
smanjuje kvalitetu života	2	4,5
pomaže u održanju kvalitete života	11	25,0
pomaže u unapređenju kvalitete života	19	43,2
nema nikakav učinak	12	27,3
Ukupno	44	100,0

Analiza stavova lokalnog stanovništva TZ grada Donji Miholjac upućuje kako samo 4,5% ispitanika smatra da turizam smanjuje kvalitetu života. Najveći postotak zamjetan je u kategoriji pomaže u unapređenju kvalitete života s udjelom od 43,2%, dok 25% ispitanika smatra da turizam pomaže u održanju kvalitete života. Također, 27,3% ispitanika ne uočava niti pozitivan niti negativan učinak turizma na život u destinaciji.

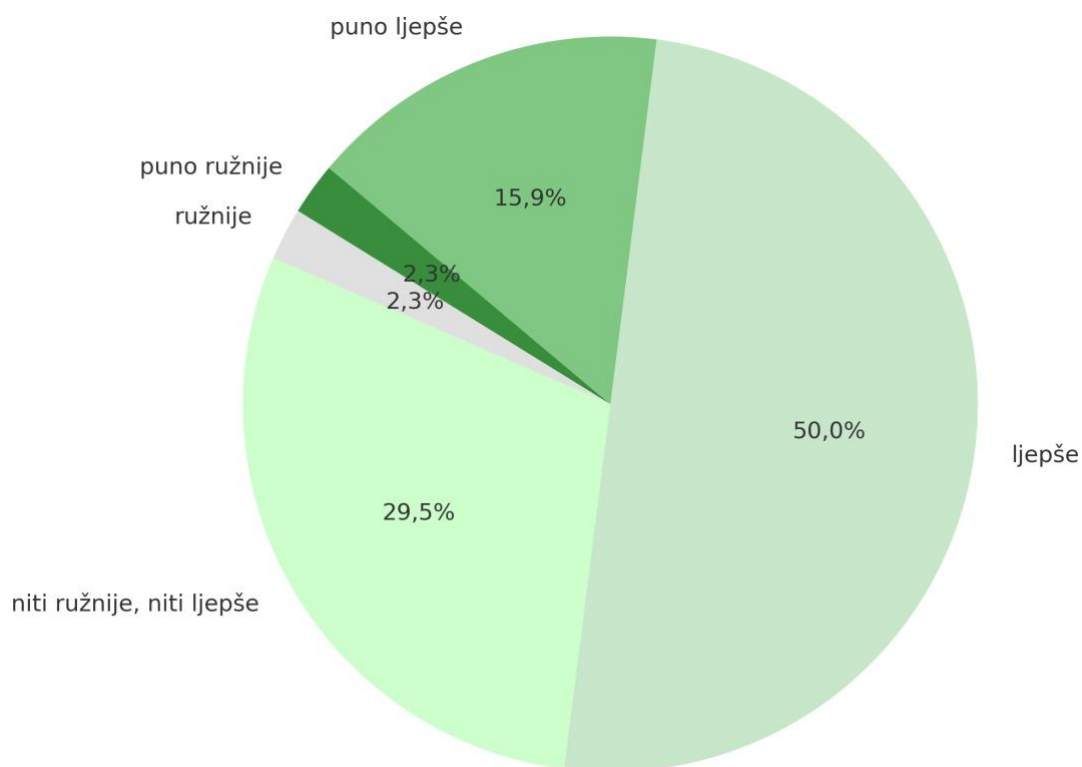
PH2

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

Prosječna ocjena lokalnih stanovnika u ocjeni utjecaja turističkog razvoja na izgled mjesta iznosi 3,75 uz standardnu devijaciju 0,839.

Postotak raspodjele odgovora na izgled mjesta vidljiv je na grafikonu (Grafikon 1 Utjecaj turističkog razvoja na izgled destinacije).

Grafikon 1 Utjecaj turističkog razvoja na izgled destinacije



Grafikon jasno pokazuje da lokalni stanovnici razvoj turizma uglavnom doživljavaju kao estetski pozitivan:

- **65,9 %** ispitanika kaže da je mjesto „ljepše“ (50 %) ili „puno ljepše“ (15,9 %).
- **29,5 %** smatra da promjene nisu bitno utjecale – „niti ružnije, niti ljepše“.
- Tek **4,6 %** ocjenjuje da je izgled „ružniji“ ili „puno ružniji“.

Prosječna ocjena 3,75 (od 5) uz relativno malu SD = 0,839 potvrđuje blago-pozitivan, prilično ujednačen dojam: turizam se percipira kao faktor uljepšavanja destinacije, pri čemu je nezadovoljstvo vrlo rijetko.

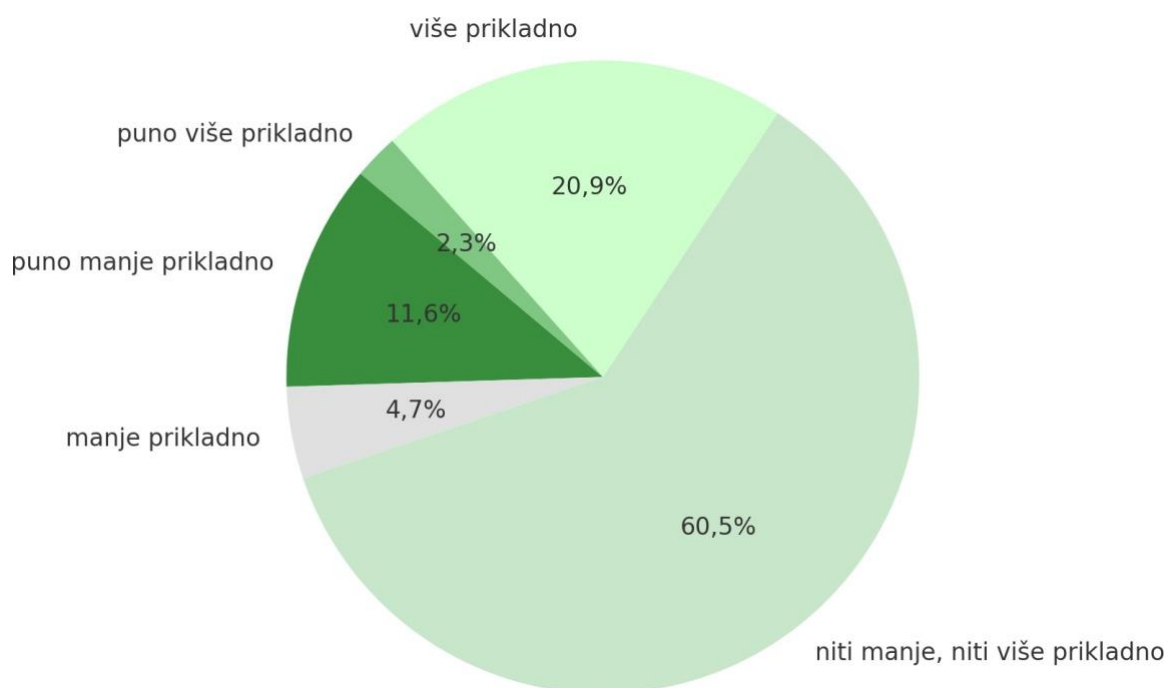
PH3

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

Prosječna ocjena lokalnih stanovnika u ocjeni utjecaja turizma na javni prostor iznosi 2,98 uz standardnu devijaciju 0,913.

Postotci odgovora vidljivi su na grafikonu u nastavku (Grafikon 2).

Grafikon 2 Utjecaj turizma na prikladnost javnog prostora



Lokalni stanovnici procjenjuju da turizam javni prostor čini **uglavnom nepromijenjenim**:

- **60,5 %** kaže „niti manje, niti više prikladno“ – prevladava neutralan stav.
- **23,2 %** vidi poboljšanje (20,9 % „više“, 2,3 % „puno više prikladno“).
- **16,3 %** osjeća pad prikladnosti (11,6 % „puno manje“, 4,7 % „manje prikladno“).

Prosjek ocjene 2,98 (na ljestvici 1-5) uz SD 0,913 potvrđuje blag, ali neodlučan dojam: većina ne opaža jasnu promjenu, dok su pozitivne percepcije ipak brojnije od negativnih.

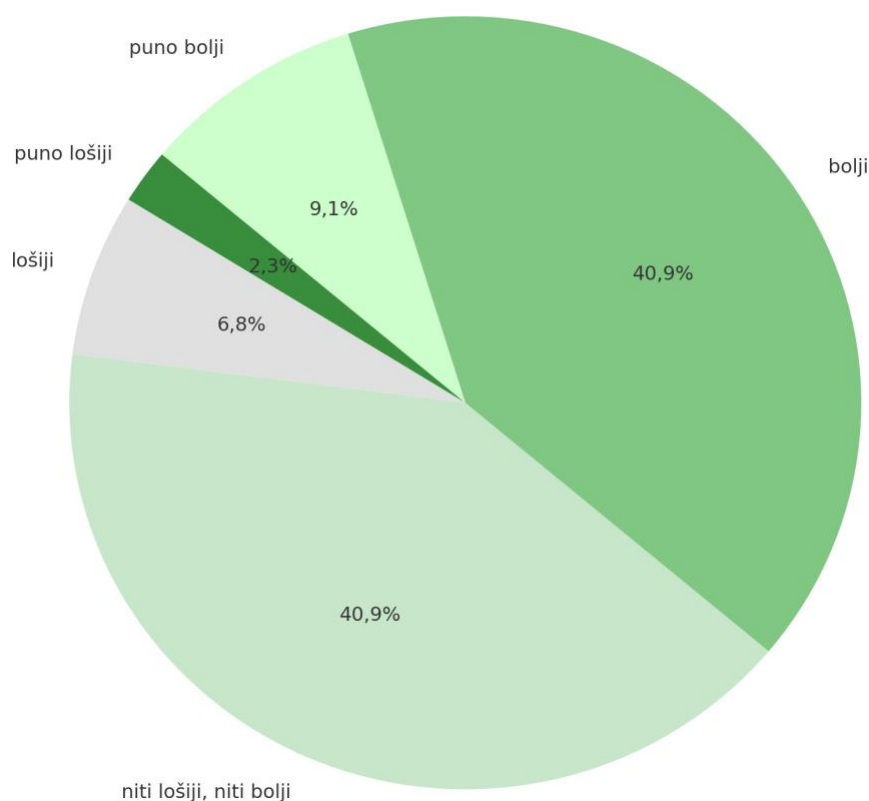
PH5

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

Prosječna ocjena lokalnih stanovnika u ocjeni utjecaja turizma na javni prostor iznosi 3,48 uz standardnu devijaciju 0,849.

Postoci odgovora ispitanika vidljivi su na grafikonu (Grafikon 3).

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



Stanovnici uglavnom ne vide problem u pretvaranju kuća i stanova u turistički smještaj – čak naprotiv:

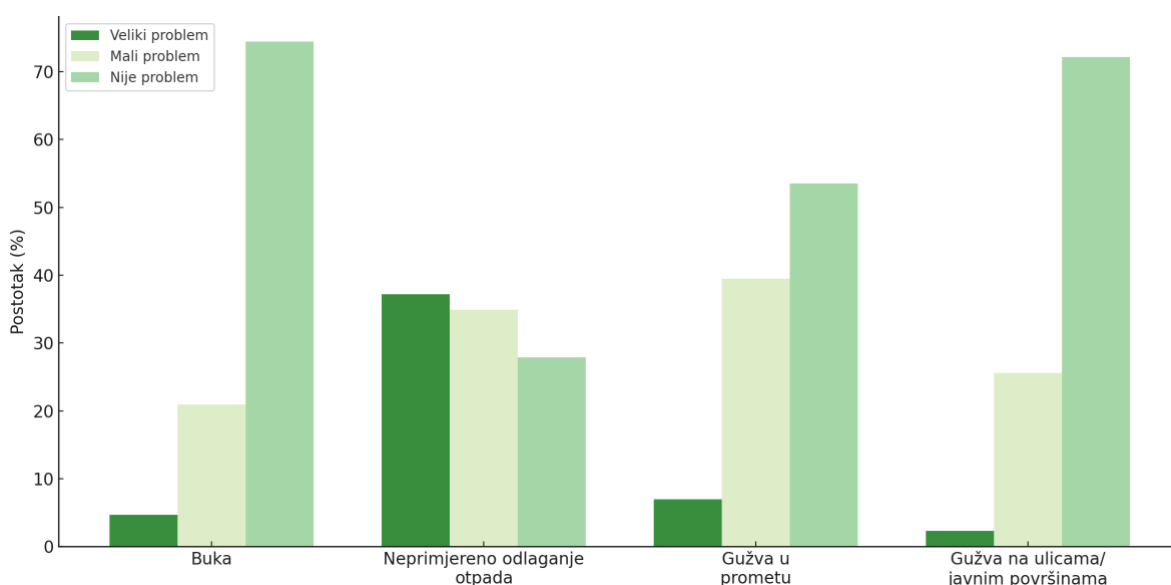
- **50 %** doživljava promjenu kao bolju za kvalitetu života (40,9 % „bolji“, 9,1 % „puno bolji“).
- **40,9 %** smatra da nema razlike („ni lošiji ni bolji“).
- Negativno se izjašnjava tek **9,1 %** (6,8 % „lošiji“, 2,3 % „puno lošiji“).

Prosječna ocjena 3,48 / 5 (SD = 0,849) odražava **umjereno pozitivan, ali nejednako snažan stav**: polovica vidi dobitak, većina ostalih je ravnodušna, a prigovori su relativno rijetki.

Usporedba PH4, PH6, PH7 i PH8

Lokalni stanovnici ocjenjivali su percepciju o problemima tijekom turističke sezone s ljestvicom kategoriziranom u tri razine intenziteta problema: veliki problem, mali problem ili nije problem. Relativna raspodjela odgovora ispitanika zapisana je na grafikonu (Grafikon 4).

Grafikon 4 Percepcija problema tijekom turističke sezone



Grafikon potvrđuje ono što brojke o „relativno malom turističkom prometu” već sugeriraju – stvarnih sezonskih smetnji gotovo i nema, a stanovnici uglavnom mjere **potencijal, a ne realitet**:

Tema	„Veliki problem”	„Mali problem”	„Nije problem”	Tumačenje u kontekstu skromnog prometa
Buka	≈ 5 %	21 %	74 %	Bez navale gostiju nema ni glasnih noćnih zbivanja; tri četvrtine stanovnika buku uopće ne registrira.
Gužva u prometu	7 %	40 %	53 %	Polovica ljudi smatra da turistička sezona ne mijenja cestovni tok; prometne „gužve” više su percepcija nego činjenica.

Tema	„Veliki problem”	„Mali problem”	„Nije problem”	Tumačenje u kontekstu skromnog prometa
Gužva na javnim površinama	3 %	25 %	72 %	Šetnice i trgovi ostaju pod domaćim ritmom – turisti nisu brojni da bi vidljivo zatrpali prostor.
Nepprimjereno odlaganje otpada	37 %	35 %	28 %	Jedini segment gdje nelagoda prelazi 30 %. Ipak, vjerojatnije se odnosi na postojeće lokalne navike i nepravilno zbrinjavanje, a ne na sezonski priljev gostiju.

Grafikon i tablica sa podacima ukazuju:

- Turizam zasad nije disruptivan.** Visoki udjeli „nije problem” za buku i gužve potvrđuju da sezonska opterećenja jedva postoje – što je u skladu s malim brojem noćenja i ravnomjernim godišnjim prometom.
- Odlagalište kao „unutarnji” izazov.** Lošiji rezultati kod otpada vjerojatno odražavaju kronične komunalne manjkavosti, ne turistički pritisak. To je korisna poruka upravi: poboljšanje sustava gospodarenja otpadom treba biti prioritet neovisno o razvoju turizma.
- Percepcija > Statistika.** Stanovnici su ocjenjivali hipotetske „probleme turističke sezone”, i tamo gdje sezona realno nije osjetna dobili smo neutralne ili pozitivne odgovore. Time dobivamo baznu liniju – ako promet poraste, upravo na ova četiri indikatora treba periodično mjeriti stvarne promjene.

U sadašnjoj fazi vrlo skromne posjećenosti destinacije, stanovnici ne osjećaju klasične negativne efekte turizma. Jedini „veći problem” koji izdvajaju – nepravilno odlaganje otpada – nije izravno vezan uz turističku sezonu i treba ga rješavati kroz redovito komunalno planiranje, a ne kroz restrikcije turizma.

B1

Lokalno stanovništvo ocjenjivalo je dobre i loše strane turizma u destinaciji te su odgovori zapisani u tablici (Tablica 13).

Tablica 13 Stavovi lokalnog stanovništva o turizmu

Uzimajući u obzir i dobre i loše strane turizma, smatrate li da turizam u destinaciji	n	%	Valjani %
smanjuje kvalitetu života			
pomaže u održanju kvalitete života	14	31,8	32,6
pomaže u unapređenju kvalitete života	17	38,6	39,5
nema nikakav učinak	12	27,3	27,9
Ukupno	43	97,7	100,0
Nedostajuće vrijednosti	1	2,3	
Ukupno	44	100,0	

U pogledu percepcije dobrih i loših strana turizma u destinaciji iz tabeliranih odgovora može se protumačiti:

- **Dvije trećine (≈ 67 %) vide turistički utjecaj kao pozitivan** – ili barem koristan za očuvanje postojećeg standarda (održanje + unaprjeđenje).
- **Trećina (≈ 33 %) smatra da turizam snižava kvalitetu života.** To je relevantan, ali ne dominantan segment.
- **Nitko ga ne doživljava kao nebitnog.** Čak i u destinaciji s malim prometom stanovnici ipak primjećuju neki učinak – bilo dobar ili loš.

Budući da destinacija trenutačno nema izrazite sezonske oscilacije ni masovni posjet, rezultati se mogu tumačiti ovako:

- **„Kredit nade“** – pozitivan dio populacije vrednuje potencijalne ekonomske i socijalne dobitke turizma, iako ih još ne osjeća u punom opsegu.
- **„Oprezni trećina“** – negativni odgovori vjerojatno reflektiraju bojazan od budućih smetnji (cijene stanova, buka, gomila otpada) više nego realno postojeće probleme.
- **Nulta indiferentnost** sugerira da je turizam, iako minoran, dovoljno vidljiv (projekti, medijska komunikacija) da svatko formira stav.

Implikacija za planere destinacije

1. **Kapitalizirati povoljan omjer:** održati / ojačati pozitivnu grupu konkretnim benefitima (uređeni prostori, dodatne usluge).
2. **Raditi s „skeptičnom trećinom“:** uključiti ih u participativno planiranje, naglasiti kontrolne mehanizme (otp ad, buka, cijene stanovanja) kako se percipirani rizici ne bi pretvorili u stvarne.
3. **Nastaviti mjerenje:** kako promet raste, pratiti pomake u strukturi stavova – cilj je da negativni udio s vremenom ne raste, nego padne ispod sadašnje razine.

Sve u svemu, startna točka je razmjerno povoljna: više je nade nego bojazni, a indiferentnost ne postoji – što olakšava mobilizaciju zajednice za model „turizam po mjeri lokalnih stanovnika“.

B2

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

Prosječna ocjena lokalnih stanovnika u ocjeni sveukupnog zadovoljstva turizmom destinacije iznosi 2,93 uz standardnu devijaciju 1,113.

Apsolutni i relativni broj odgovora nalaze navedeni niže u tablici.

Tablica 14 Trenutno zadovoljstvo životom u destinaciji

Odgovori	n	%	Valjani %	Kumulativni %
U potpunosti nezadovoljan/na (1)	7	15,9	16,7	16,7
Nezadovoljan/na (2)	5	11,4	11,9	28,6
Niti nezadovoljan/na, niti zadovoljan/na (3)	15	34,1	35,7	64,3
Zadovoljan/na (4)	14	31,8	33,3	97,6
U potpunosti zadovoljan/na (5)	1	2,3	2,4	100,0
Ukupno	42	95,5	100,0	
Nedostajuće vrijednosti	2	4,5		
Ukupno	44	100,0		

Tumačenje kako stanovnici trenutno „osjećaju“ život u svojoj destinaciji (n = 44)

Ocjena (1-5)	Valjani %	Kumulativno %	Kratko tumačenje
1 – u potpunosti nezadovoljan	16,7 %	16,7	„Uopće mi se ne sviđa kako se živi ovdje.“
2 – nezadovoljan	11,9 %	28,6	Blago negativan ton.
3 – ni zadovoljan ni nezadovoljan	35,7 %	64,3	Najveći blok – neutralni.
4 – zadovoljan	33,3 %	97,6	Pozitivno raspoloženi.
5 – potpuno zadovoljan	2,4 %	100	„Sve mi odgovara.“

- **Prosjek 2,93 / 5** (SD = 1,11) – blag nagib prema zadovoljstvu, ali prevladava sredina.
- **Negativni** (1 + 2) čine 28,6 %; **pozitivni** (4 + 5) 35,7 %. Razlika je mala – „mlaka“ ravnoteža.

U kontekstu relativno malog turističkog prometa

1. Turizam još nije ključni faktor dobrobiti

Ravnoteža + neutralna većina sugeriraju da opći standard života ovisi o drugim čimbenicima (posao, komunalije, migracije). Turizam – koji je zasad „tanak“ – ne može značajno popraviti, ali ni pokvariti prosječnu ocjenu.

2. Manifestacije su iznimka koja se osjeti

U destinacijama s malim protokom gostiju, **događaji i fešte često su najvidljiviji lice turizma**. Mogu pogurati ukupni dojam u oba smjera:

- **Pozitivno** – stvaraju živost, osjećaj ponosa, kulturnu ponudu „na dohvata ruke“, kratkotrajni dohodak za ugostitelje i OPG-ove.

- **Negativno** – buka, prometne blokade, ad-hoc odlaganje otpada (što građani u prethodnom grafikonu ističu kao „veći problem“).
3. **Zašto je to važno?**
- S obzirom da je trećina stanovništva već zadovoljna, a gotovo 36 % „neutralna“, **kvaliteta organizacije lokalnih manifestacija** lako može preveslati neutralne na jednu ili drugu stranu. Dobre prakse (uredno čišćenje, prometna regulacija, lokalni proizvodi, uključivanje volontera) ojačat će pozitivan blok; loša logistika pojačat će nezadovoljne.

Preporuka turističkoj zajednici

- **Manifestacije tretirati kao „pilot-projekt kvalitete života“:** svaki događaj neka demonstrira kako turizam može biti koristan i uredan.
- Mjeriti zadovoljstvo **prije / poslije većih događaja** – je li se blok „3“ pomaknuo na „4“ ili „2“?
- **Komunalni paketi** (sanitarne jedinice, mobilni spremnici, volonterske ekipe za čišćenje) i jasna prometna signalizacija – najlakši su, ali i najvidljiviji signali brige za stanovnike.

Ako se te stvari ispravno provedu, mali turizam + kvalitetno vođene manifestacije mogu postupno „povući“ prosječnu ocjenu iz 2,9 prema 3,5 – a to već znači da većina stanovnika doživljava život u mjestu kao (barem) zadovoljavajući.

C1 i C2

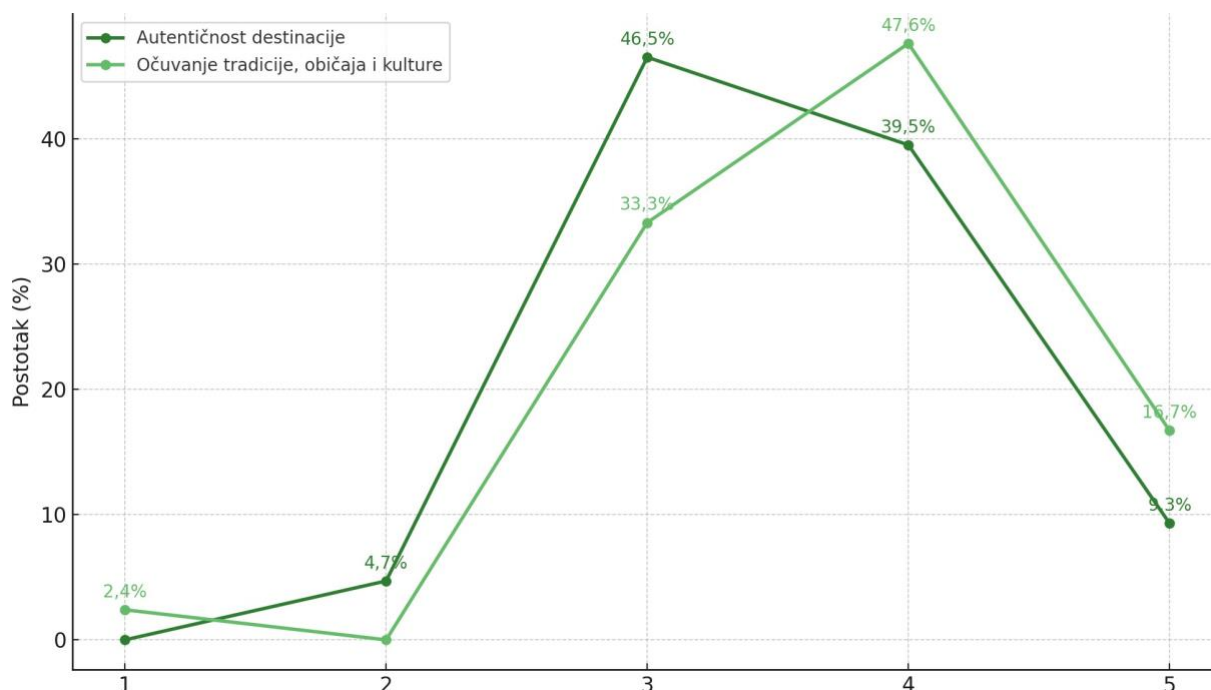
Lokalni stanovnici ocjenjivali su utjecaj turističkog razvoja na duh destinacije dodjeljivanjem ocjena na 5-stupnjevanoj Likertovoj ljestvici gdje je ocjena 1 turizam ima izrazito negativan utjecaj, a 5 turizam ima izrazito pozitivan utjecaj.

Prosječna ocjena lokalnih stanovnika u ocjeni autentičnosti destinacije iznosi 3,53 uz standardnu devijaciju 0,735.

Prosječna ocjena lokalnih stanovnika u ocjeni očuvanja tradicije, običaja i kulture destinacije iznosi 3,76 uz standardnu devijaciju 0,821.

Usporedba postotaka odgovora ispitanika vidljiva je na grafikonu (Grafikon 5).

Grafikon 5 Utjecaj turističkog razvoja na duh destinacije



U nastavku je komentar kako mještani vide “duh” destinacije pod (budućim) utjecajem turizma.

Skala 1-5 (1 = jako negativno, 5 = jako pozitivno)	Autentičnost destinacije	Očuvanje tradicije/običaja/kulture
Srednja ocjena (μ)	3,53	3,76
SD	0,74	0,82
Udio izrazito negativnih (1 + 2)	$\approx 5 \%$	$\approx 7 \%$
Udio “neutralnih” (3)	46 %	33 %
Udio pozitivnih (4 + 5)	$\approx 49 \%$	$\approx 60 \%$

Iz grafikona i tablice može se uočiti:

- **Prevladava ‘blago-pozitivna’ perspektiva.** Polovica do 60 % ispitanika već vjeruje da (potencijalni) turistički razvoj može sačuvati ili čak ojačati lokalnu autentičnost i tradiciju.
- **Vrlo malo strahuje od ‘folklorizacije’.** Samo 5–7 % smatra da bi turizam bitno narušio lokalni duh.
- **Najveći blok je umjeren/neodlučan** (posebno za autentičnost) – to je publika kojoj će stvarna praksa (kako se manifestacije i ponuda oblikuju) naknadno “odrediti” stav.

Implicirano za plan upravljanja

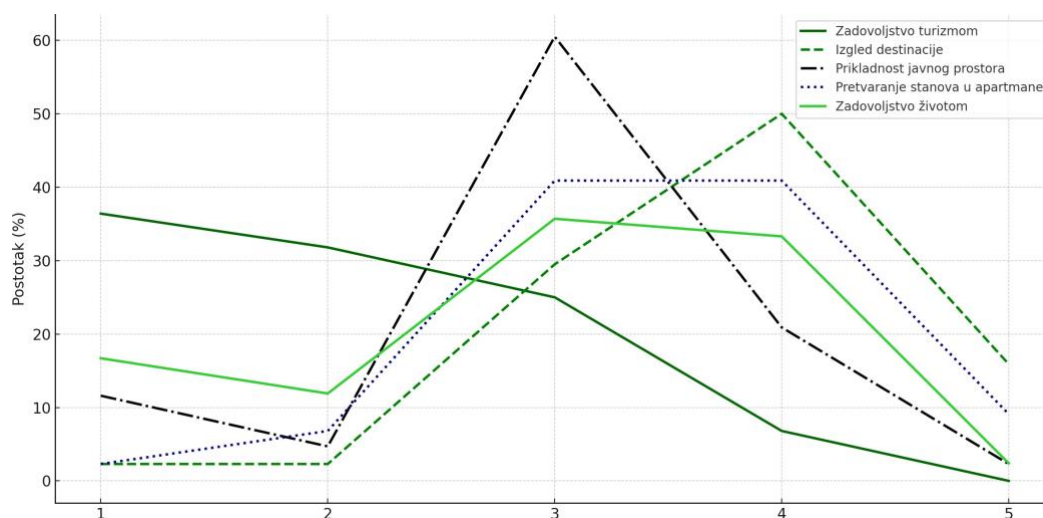
1. **Kapitalizirati pozitivan kapital** – uključiti domaće obrtnike, kulturno-umjetnička društva i tradicijske gastro radionice u sve turističke projekte kako bi se vidljivi benefiti brzo pokazali.
2. **Raditi na edukaciji/transparentnosti** – neutralni segment treba konkretne dokaze da rast turizma neće rezultirati “turbo-folklorom” nego pravom revitalizacijom baštine.
3. **Mjeriti promjene** – pri svakom većem događaju ili interpretativnom zahvatu ponoviti kratko ispitivanje kako bi se osiguralo da se krivulja i dalje pomiče ulijevo (prema višim ocjenama), a ne udesno.

Za destinaciju s još uvijek skromnim prometom ovo je **vrlo povoljna početna postavka**: turizam zasad percipiraju više kao mogućnost očuvanja identiteta nego kao prijetnju.

Usporedba A1, PH2, PH3, PH5 i B2

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

Grafikon 6 Usporedba zadovoljstva s destinacijom



Što nam govori „radar” zadovoljstva (Grafikon 6)?

Likert-ocjena	1 (jako loše)	2	3 (neutralno)	4	5 (jako dobro)	Dominantni osjećaj
Zadovoljstvo turizmom	≈ 37 %	32 %	27 %	3 %	≈ 0 %	Pretežno nezadovoljstvo (skala pada prema desno)

Likert-ocjena	1 (jako loše)	2	3 (neutralno)	4	5 (jako dobro)	Dominantni osjećaj
Izgled destinacije	≈ 0 %	≈ 0 %	18–20 %	≈ 50 %	32 %	Jasno pozitivan
Prikladnost javnog prostora	11 %	6 %	≈ 60 %	23 %	0 %	Neutralno-blago pozitivno
Pretvaranje stanova u apartmane	3 %	6 %	≈ 40 %	40 %	11 %	Blago pozitivno
Zadovoljstvo životom	17 %	12 %	≈ 35 %	33 %	3 %	Neutralno-blago pozitivno

(Postotci iščitani s grafa; služe za orijentaciju.)

1. Turizam – zadovoljstvo turizmom

- Jedini indikator koji **dominantno „stoji” na ocjenama 1 i 2.**
- Poklapa se s ranijom tablicom: tek 33 % ispitanika vidi turizam kao „koristan”, dok trećina smatra da nema učinak, a trećina da ga smanjuje.
Implikacija: prije jačeg rasta prometa destinacija mora demonstrirati konkretne koristi (prihod lokalnih obitelji, događaji, infrastrukturna ulaganja).

2. Izgled destinacije – najveći „asset”

- Gotovo nitko ga ne vidi lošijim zbog turizma; **polovica** smatra da već sada izgleda bolje, a trećina daje maksimalnu peticu.
- Potvrđuje se prethodna tortna analiza (PH2) u kojoj se 66 % izjasnilo da je mjesto *ljepše* ili *puno ljepše*.
Implikacija: vizual i uređenost su polje konsenzusa – resurs na kojemu je najlakše graditi promotivne priče i lokalni ponos.

3. Javni prostor – velik „neutralni blok”

- Tri petine stanovnika daju **čistu trojku**; četvrtina ocjenjuje +4, dok ekstremi gotovo ne postoje.
- U praksi to znači: „Nije loše, ali nismo oduševljeni.”
Implikacija: ciljane mikointervencije (urbani mobilijar, biciklističke staze, dječja i seniorska oprema) mogu relativno brzo pomaknuti krivulju na 4.

4. Apartmanizacija – umjerena podrška uz mali otpor

- 80 % odgovora koncentrirano je na 3-4; strah od gubitka stanova zasad ne postoji (3 % ocjene 1).
- 11 % daje ocjenu 5, što upućuje na manju, ali angažiranu skupinu koja u tome vidi razvojnu šansu (vlasnici nekretnina?).

Implikacija: prije većih investicija u smještaj voditi računa o transparentnim pravilima (kvote, pristup javnoj infrastrukturi) kako bi potpora ostala pozitivna.

5. Sveukupno zadovoljstvo životom – stabilna „trica“

- Skoro dvije trećine bira 3-4, a samo šestina je izrazito nezadovoljna.
- Turizam, dakle, **nije glavna determinanta kvalitete života** – ali može postati poluga podizanja ocjene na 4.

Strateške napomene za Plan upravljanja destinacijom

1. **Prioritet: reputacija turizma.** Prije agresivnije marketinške komunikacije, demonstrirati mjerljive koristi – edukacijom lokalnih OPG-ova, sufinanciranjem manifestacija i javnih radova iz turističkih prihoda.
2. **Brzi „win“ – javni prostor.** Fokusirati se na male, vidljive zahvate koje stanovnici svakodnevno koriste; time se neutralni stavovi pretvaraju u pozitivan sentiment.
3. **Kontrola apartmanizacije.** Uvesti jasne urbanističke smjernice i lokalne porezne stimulanse kako bi konverzija stanova doista pridonosila zajednici, a ne samo privatnom profitu.
4. **Komunikacija uspjeha.** Dobru ocjenu izgleda destinacije iskoristiti u storytelling-u – „Grad koji se uređuje za svoje stanovnike i goste“.

Ako bi se držali ovih smjernica, iduće mjerenje bi moglo pokazati pozitivan **pomak svih varijabli** a to je najbolja polazišna točka za održiv rast turizma u maloj kontinentalnoj destinaciji poput Donjeg Miholjca.

D1

Tablica 15 **Učestalost boravka ispitanika u destinaciji tijekom posljednjeg mjeseca**

Jeste li posljednjih mjesec dana većinom boravili u mjestu u kojem živite?	n	%
da	42	97,7
ne	1	2,3
Ukupno	43	100,0

Najveći dio ispitanika (97,7%) živi u destinaciji za koju se provodi istraživanje.

D2

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

Tablica 16 **Učestalost emotivnih reakcija povezanih s turizmom**

Koliko često ste se u posljednjih mjesec dana:	nikad	skoro nikad	ponekad	prilično često	vrlo često	4 + 5	1+2
--	-------	-------------	---------	----------------	------------	-------	-----

osjećali uznemireno zbog neočekivanih događaja povezanih s turizmom?	61,0	22,0	12,2		4,9	4,9	83,0
zbog turizma osjećali da nemate kontrolu nad važnim stvarima u svom životu?	76,2	19,0	4,8			0	95,2
zbog turizma osjećali nervozno i pod stresom?	81,0	11,9	7,1				92,9
bili sigurni u svoju sposobnost za rješavanje svakodnevnih poteškoća koje stvara turizam?	7,5	12,5	7,5	10,0	62,5	72,5	20,0
imali dojam da se turizam u Vašem mjestu razvija onako kako vi želite?		4,8	16,7	21,4	57,1	78,5	4,8
osjećali da se zbog turizma ne možete nositi sa svim obvezama?	78,0	17,1	4,9			0	95,1
bili u mogućnosti kontrolirati stresne podražaje koji su posljedica turizma u Vašem mjestu?	11,9	9,5	4,8	11,9	61,9	73,8	21,4
imali dojam da ste se dobro prilagodili pritiscima turizma?	16,7	16,7	16,7	4,8	45,2	50,0	33,4
ljutili zbog događaja uzrokovanih turizmom, a koji su bili izvan Vaše kontrole?	75,6	14,6	7,3		2,4	2,4	90,2
imali osjećaj da su se poteškoće u životu uzrokovane turizmom toliko nagomilale da ih ne možete nadvladati?	81,0	14,3	2,4		2,4	2,4	95,3

U smislu usporedbe pozitivnih i negativnih emocija Tablica 7 ima dva dodatna stupca. U prvom dodatnom stupcu zbrojene su ocjene 4 i 5 (pozitive emocije) i ocjene 1 i 2 (negativne emocije).

Ključni naglasci:

1. Negativni afekti su marginalni.

- Između 83 % i 95 % stanovnika *nikad* ili *gotovo nikad* ne osjeća uznemirenost, neurozu, gubitak kontrole ili nagomilane teškoće zbog turizma.
- “Ljutnja” i “stres” pojavljuju se tek kod 2–5 % ispitanika.

2. Visok osjećaj samo-učinkovitosti.

- Tri četvrtine ispitanika **često ili vrlo često** vjeruje da mogu rješavati turističke izazove i kontrolirati stresne podražaje (indikator otpornosti zajednice).

3. Razvojni smjer turizma dobiva zeleno svjetlo.

- 4 od 5 sudionika smatra da se turizam razvija “onako kako žele”. To je najjači signal konsenzusa u cijelom upitniku.

4. Prilagodba još nije potpuna.

- Premda se polovica osjeća “dobro prilagođeno”, trećina ne dijeli taj dojam – prostor za osnaživanje (radionice, uključivanje u planiranje manifestacija).

Kontekst “malog” turističkog prometa

- **Nema sezonskog šoka:** Budući da Donji Miholjac nema nagle turističke nalete, visoka razina spokojstva i kontrole je očekivana – turizam zasad ne remeti svakodnevicu.
- **Percepcija koristi > percepcija troškova:** Stanovnici u većini vide više pozitivnih nego negativnih strana, i to bez mjerljivog pritiska na mentalno zdravlje.

Preporuke

Cilj	Preporuka	Zašto sada?
Zadržati nisku razinu stresa	• Nastaviti s transparentnim informiranjem o manifestacijama i projektima. • Uvesti mogućnost “telefona za pritužbe”.	Preventivno – kako bi manjina koja osjeća nelagodu dobila kanal za prigovore.
Jačati osjećaj prilagođenosti	• Radionice za ugostitelje/OPG-ove o upravljanju većim brojem gostiju. • Uključivanje mještana u su-organizaciju sajмова i sportskih događaja.	Trećina se još ne osjeća “dobro prilagođeno” – rana participacija diže prihvaćanje budućeg širenja turizma.
Komunicirati dobro “upravljanje”	• Redoviti newsletter “Turizam u brojkama” (kome ide prihod, što se popravilo). • Plaketa/oznaka “Prijatelj lokalne zajednice” za investitore koji reinvestiraju u javni prostor.	Ojačava percepciju kontrole i zajedničkog dobitka, što je već sada ključni pozitivan indikator.
Planirati rast manifestacija bez buke	• Prije svake veće fešte provjeriti razinu buke (deklarirati vrijeme završetka). • Usmjeriti događaje prema zonama gdje stanovnici većinom odobravaju turizam.	Buka je u ranijem grafu identificirana kao jedini potencijalni “mali problem”.

Iz prikazanog emocionalnog barometra vidljivo je da je turizam trenutno “blagi povjetarac”, a ne oluja. Zajednica je spokojna, vidi koristi i osjeća kontrolu. Održavanje ovakvog raspoloženja – uz postupno, dobro komunicirano jačanje turističkih sadržaja – najbolja je strategija za održivi rast destinacije.

OBVEZNI POKAZATELJI

U nastavku se izlaže metodologija i izračuni obaveznih pokazatelja.

Stanovnici koji ostvaruju koristi od turizma

Varijabla

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

Podatci za izračun

Stanovnici koji ostvaruju koristi od turizma	n	%	Kumulativni %
Glavni izvor prihoda			
Dodatni izvor prihoda			
Nemate nikakav prihod od turizma	44	100,0	100,0
Ukupno	44	100,0	100,0

OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI

Varijabla

A1. Zadovoljstvo razvojem turizma lokalnog stanovništva

Formula za izračun

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

Podatci za izračun

Koliko ste sveukupno zadovoljni razvojem turizma u destinaciji	n	%	Kumulativni %
U potpunosti nezadovoljan/na	16	36,4	36,4
Nezadovoljan/na	14	31,8	68,2
Niti nezadovoljan/na, niti zadovoljan/na	11	25,0	93,2
Zadovoljan/na	3	6,8	100,0
U potpunosti zadovoljan/na			
Ukupno	44	100,0	

Tekući pokazatelj ZL-2 (samo 6,8 % zadovoljnih) govori da je razvoj turizma za većinu

Pokazatelj održivosti ZL-2

$$\% \text{ stanovnika zadovoljnih turizmom} = \frac{3 + 0}{44} \times 100\% = 6,82\%$$

stanovnika nevidljiv ili nedovoljno koristan:

- gotovo 70 % ispitanika izjavljuje nezadovoljstvo,
- dodatnih 25 % je ravnodušno,
- samo troje od 44 ispitanika ocijenilo je razvoj pozitivno (nitko “u potpunosti zadovoljan”).

U kontekstu vrlo skromnog turističkog prometa to ne znači da turizam stvara probleme, nego da **ljudi ne vide napredak ni opipljive koristi**. Signal je jasan: prije povećanja dolazaka treba pokazati konkretne dobitke (zapošljavanje, uređenje javnih prostora, manifestacije) i uključiti zajednicu u planiranje – inače će pasivno nezadovoljstvo ostati visoko.

OBVEZNI POKAZATELJI PRIHVATNOG KAPACITETA

Stav o turizmu kao faktoru povećanja blagostanja stanovnika

Varijabla

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

Formula za izračun

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

Podaci za izračun

Utjecaj turizma na svakodnevni život u destinaciji (na lokalno gospodarstvo, okoliš, sigurnost u mjestu, društveni život, cijene i slično)	n	%	Kumulativni %
Smanjuje kvalitetu života	2	4,5	4,5
Pomaže u održanju kvalitete života	11	25,0	29,5
Pomaže u unapređenju kvalitete života	19	43,2	72,7
Nema nikakav učinak	12	27,3	100,0
Ukupno	44	100,0	

Pokazatelj prihvatnog kapaciteta (1)

Turizam kao faktor povećanja blagostanja stanovnika

$$\% \text{ stanovnika s pozitivnom percepcijom utjecaja turizma na kvalitetu života} \\ = \frac{11 + 19}{44} \times 100\% = 68,18\%$$

Interpretacija PH1 – “Turizam kao čimbenik blagostanja”

1. **Potencijal postoji** – unatoč vrlo malom stvarnom turističkom prometu, **dvije trećine stanovnika već vjeruje da turizam doprinosi ili barem održava kvalitetu života** (ekonomija, društveni život, okoliš).
2. **Nezadovoljstvo nije problem, nego indiferentnost** – četvrtina ispitanika ne vidi nikakav utjecaj. To upućuje da se benefiti turizma (zapošljavanje, novi sadržaji, revitalizacija prostora) još nedovoljno „osjete na terenu“.
3. **Negativni stavovi su marginalni (5 %)** – s obzirom na površinsku razinu turističke aktivnosti, konflikti i pritisci na prostor zasad nisu problem.

Implikacije za upravljanje destinacijom

- **Kapitalizirati latentnu podršku** – sada je pravi trenutak da se lokalnim inicijativama (manifestacije, eno-gastro događaji, male investicije u javni prostor) učini turizam vidljivijim i korisnijim.
- **Usmjeriti komunikaciju na neutralnu skupinu (27 %)** – pokazati im konkretne koristi: subvencije za kuće za odmor, tržište za domaće proizvode, uređenje javnih površina financirano iz turističkih prihoda.
- **Pratiti negativne reakcije** – iako su male, njima se može ciljano baviti (npr. kontrolom buke, otpada) kako bi se održala visoka razina društvene prihvatljivosti prije nego što promet počne rasti.

Turizam se u Donjem Miholjcu još ne doživljava kao ključan pokretač, ali **osnovni društveni kapital (68 % pozitivnih)** već postoji. Strateški razvoj uz pravi timing i vidljive lokalne koristi može brzo pretvoriti ovu latentnu potporu u aktivnu podršku.

Utjecaj turizma na izgled destinacije

Varijabla

PH2. Kako turistički razvoj utječe na izgled mjesta.

Formula za izračun

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

Podatci za izračun

Utjecaj turizma na izgled destinacije	n	%	Kumulativni %
Puno ružnije	1	2,3	2,3
Ružnije	1	2,3	4,5
Niti ružnije, niti ljepše	13	29,5	34,1
Ljepše	22	50,0	84,1
Puno ljepše	7	15,9	100,0
Ukupno	44	100,0	

Pokazatelj prihvatnog kapaciteta (2)

Izgled destinacije

$$\% \text{ stanovnika s pozitivnom percepcijom utjecaja turizma na izgled destinacije} = \frac{22 + 7}{44} \times 100\% = 65,91\%$$

Brojke ukazuju na sljedeće stanje:

- Dvotrećinska podrška estetskom učinku turizma na destinaciju (≈ 66 %)**
Građani primjećuju da pripreme manifestacija, uređenje šetnica ili fasada te nova signalizacija za goste čine mjesto „vidljivo ljepšim“.
- Neutralni segment (30 %) – „nije ni ružnije ni ljepše“**
Trećina stanovnika još ne povezuje ulaganja u turizam s poboljšanjem vizualnog identiteta. Riječ je vjerojatno o ljudima koji žive izvan strogo turističke zone pa promjene ne osjećaju u svojoj ulici.
- Negativan stav je marginalan (≈ 4 %)**
Tek po jedan ispitanik smatra da turizam čini mjesto ružnijim. To upućuje na odsutnost većih problema s gubicima zelenila, vizualnim onečišćenjem ili neskladnom gradnjom – barem zasad.

Implikacije za upravljanje destinacijom:

Fokus	Preporuka	Zašto?
Urbanističko-krajobrazni „mini“ projekti	Mikro-uređenje trgova, murali, obnovljene klupe/rasvjeta na glavnim rutama turista	Vidljive, brze promjene učvrstit će već postojeću percepciju „ljepšeg mjesta“

Fokus	Preporuka	Zašto?
Uključivanje periferije	Oplemeniti prilazne ceste, ulaze u naselja i rubne kvartove (zelene barijere, info-totemi)	Neutralni segment od 30 % uglavnom dolazi iz zona koje još ne vide korist
Standardi vizualnog identiteta	Pravilnik o reklamama, zajednička paleta za nadstrešnice, turističku signalizaciju	Sprječava da budući rast apartmana, reklama ili fast-food kućica naruši vizualni dojam
Komunikacija „prije-poslije“	Foto-priče na društvenim mrežama grada/TZ-a, pano s usporedbom stare i nove fasade	Ljudi lakše prihvate troškove kad vide konkretnu promjenu izgleda ulice

S obzirom da **dvije trećine mještana već opaža da turizam čini Donji Miholjac ljepšim**, destinacija ima snažan društveni mandat za daljnje estetske intervencije – ali i obavezu da učini te koristi vidljivima i u rubnim četvrtima, prije nego intenzivniji promet turista poveća rizik vizualnog nereda.

Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora

Varijabla

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

Formula za izračun

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

Podatci za izračun

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

potrebe stanovnika				
Puno manje	5	11,4	11,6	11,6
Manje	2	4,5	4,7	16,3
Niti manje, niti više	26	59,1	60,5	76,7
Više	9	20,5	20,9	97,7
Puno više	1	2,3	2,3	100,0
Ukupno	43	97,7	100,0	
Nedostajući odgovori	1	2,3		
Ukupno	44	100,0		

Pokazatelj prihvatnog kapaciteta (3)

Korištenje javnog prostora

% stanovnika s pozitivnom percepcijom utjecaja turizma na korištenje javnog prostora

$$= \frac{9 + 1}{43} \times 100\% = 23,26\%$$

Ključni uvidi

Što je vidljivo	Na što ukazuje
Tri od pet građana (≈ 60 %) smatra da turizam „ništa nije promijenio“ u vlastitom korištenju javnog prostora.	Dosadašnje fizičke intervencije (nove klupe, info-table, šetnice) ili nisu dovoljne ili su primarno namijenjene posjetiteljima i još se ne osjećaju u svakodnevici većine.
Negativni dojam (16 %) relativno je skroman, ali nije zanemariv.	Manjih problema ima – primjerice, gužve na parkiralištima subotom, kratkotrajan „nestanak“ klupa tijekom manifestacije ili dojam da se neke površine pretvaraju u ugostiteljske terase.
Pozitivan stav (23 %) tek je četvrtina populacije.	Otprilike svaki četvrti ispitanik doživljava da je uređenje Grada i njima olakšao svakodnevicu. Puno prostora ostaje za „osvajanje“ preostale većine.

Podaci ukazuju na moguće pravce djelovanja i aktivnosti:

Djelovanje	Prijedlozi	Očekivani efekt
Korištenje zajedničkog prostora i za turiste i za mještane	• „Dvojna“ namjena: štandovi/terase na događajima, a izvan sezone klupe i dječja igrališta. • Modularni urbani elementi (klupe s naslonom koje se mogu	Vidljivost koristi i za lokalne i za posjetitelje – smanjuje osjećaj „oduzimanja“ javnog prostora.

Djelovanje	Prijedlozi	Očekivani efekt
	pretvoriti u bistro-stolove za vrijeme sajma).	
Pristupačnost & raspored	• Pametno označiti parkirne zone rezidenata. • Svaki novi infopoint ili photo-spot „parirati“ ugradnjom hlada / pitke vode / wi-fi-klupe.	Neutralni segment počinje primjećivati praktičnu korist, ne samo dekoraciju.
Participativno planiranje	• Mjesečni on-line glas za male intervencije: „Gdje treba nova klupa / koš / bicikl-stalak?“. • Kwartovski „walkabout“ s TZ-om i komunalnim odjelom prije velikih manifestacija.	Jača osjećaj su-vlasništva nad prostorom – najbolji lijek protiv prigovora.
Mjerenje i komunikacija	• Sezonske ankete o zadovoljstvu korištenjem trga, rive, parka. • QR kod na oglasnim pločama: „Predloži promjenu“. • Transparentno objaviti raspored zauzetosti/radova.	Održava povjerenje i omogućuje pravodobno gašenje „žarišta“ nezadovoljstva.

Činjenica da čak **76 % stanovnika ne vidi (još) pozitivnu promjenu** poruka je upravljačima destinacije da estetska i funkcionalna poboljšanja javnih prostora moraju biti jednako „osjetna“ **lokalnim stanovnicima kao i turistima**. Male, pragmatične intervencije koje olakšavaju svakodnevicu – sjenila, klupe, sigurni pješački koridori, biciklističke staze – ključne su za prelazak iz indiferencije (60 %) u pozitivnu percepciju te izbjegavanje rasta negativnog bloka.

Utjecaj turizma na iritaciju razinom buke u vrijeme turističke sezone

Varijabla

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

Formula za izračun

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

Podatci za izračun

Iritacija razinom buke u vrijeme turističke sezone	n	%	Kumulativni %
Veliki problem	2	4,7	4,7
Mali problem	9	20,9	25,6
Nije problem	32	74,4	100,0
Ukupno	43	100,0	

Pokazatelj prihvatnog kapaciteta (4)

Iritacija razinom buke

$$\% \text{ stanovnika uznemirenih bukom} = \frac{2}{43} \times 100\% = 4,65\%$$

U kontekstu dominantnih 'outdoor' programa + relativno malog broja posjetitelja u Donjem Miholjcu u pogledu uznemiravanja bukom može se konstatirati:

Zapažanje	Tumačenje	Implicirane akcije
Tri četvrtine stanovnika buku uopće ne percipira kao smetnju.	Outdoor sadržaji (vođene vožnje Dravom, biciklističke ture, ribolov, mali koncerti na trgu) očito su niskog akustičnog otiska i prostorno disperzirani.	– Zadržati koncept „tihe rekreacije“ (nema glasnih razglasa na biciklijadama, preferirati akustične ili unplugged nastupe).
Tek 5 % navodi „velik problem“, što je unutar normalnog praga osjetljivije populacije.	Riječ je vjerojatno o punktualnim slučajevima (jedna kasnovječernja fešta ili moto-susret).	– Prije svake većeg open-air eventa objaviti satnicu, najaviti mjere stišavanja poslije 23 h. – Razmotriti rotaciju lokacija kako isti kvart ne bi bio opterećen više puta zaredom.
20 % ipak osjeti „mali problem“.	Ovo je rana lampica: kako broj dolazaka raste, a manifestacije	– Uvesti jednostavnu proceduru prijave buke

Zapažanje	Tumačenje	Implicirane akcije
	postaju češće, ta skupina se može lako preliti u „veliki problem“.	(QR kod / web-obrazac). – Redovito pratiti razinu dB tijekom događaja i javno objavljivati izvještaj („Noise-report” na TZ stranici).

Aktualni, **skromni turistički promet** i programsko usmjerenje na **aktivnosti u prirodi** održavaju buku na minimalnoj razini – pa nema ozbiljnog sukoba sa svakodnevicom lokalnog stanovništva. To je dobar kapital za budućnost:

- **Razvoj outdoor ponude** (pješačke i bike – rute, kayak safariji, interpretativne šetnje) može se širiti bez straha od akustičnog pritiska.
- **Veće glazbene ili gastro-manifestacije** valja planirati pažljivo (vremensko ograničenje, orijentacija pozornice, zvučne barijere) da se zadrži sadašnja vrlo povoljna slika (samo ≈ 5 % „jako uznemirenih“).

Utjecaj pretvaranja stanova u turističke apartmane na kvalitetu života u destinaciji

Varijabla

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

Formula za izračun

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

Podatci za izračun

Utjecaj pretvaranja stanova u turističke apartmane na život u destinaciji	n	%	Kumulativni %
Puno lošiji	1	2,3	2,3
Lošiji	3	6,8	9,1
Niti lošiji, niti bolji	18	40,9	50,0
Bolji	18	40,9	90,9
Puno bolji	4	9,1	100,0

Ukupno	44	100,0	
--------	----	-------	--

Pokazatelj prihvatnog kapaciteta (5)

Pretvaranje stanova i kuća u turističke apartmane

$$\% \text{ stanovnika s negativnom percepcijom apartmanizacije} = \frac{1 + 3}{44} \times 100\% = 9,09\%$$

Temeljem izračuna moguće je zaključiti:

- **Vrlo je niska razina zabrinutosti pojavom apartmanizacije koja je vidljiva tek u naznakama.**
Samo svaki deseti stanovnik smatra da apartmanizacija pogoršava kvalitetu života. U usporedbi s obalnim destinacijama gdje se udio negativnih odgovora kreće 35-60 %, Donji Miholjac je za sada na početnoj razini zabrinutosti.
- **“Tihi” pozitivan saldo.**
Zbroj onih koji vide poboljšanje (50 %) premašuje skupinu neutralnih i negativnih zajedno. Ljudi očito prepoznaju:
 - dodatni prihod za domaćinstva
 - obnovu zapuštenih nekretnina
 - blago povećanje potrošnje u trgovini i ugostiteljstvu
- **Neutralna većina (41 %).**
Ogledalo je male vidljivosti fenomena: smještaj se povećava, ali još nije narušio strukturu naselja ni tržište dugoročnog najma.

Zaključno:

- **Trenutno stanje je povoljno** – apartmanizacija se vidi pretežito kao **neutralna do korisna** za lokalni život.
- **Ključ je proaktivno upravljanje:** kako turistička potražnja raste, **transparentne licence, ograničenje po zonama i poticanje lokalnog vlasništva** čuvaju balans između ekonomskog efekta i vitalnosti zajednice.

Utjecaj turizma na iritaciju neprimjereno odloženog otpada tijekom turističke sezone

Varijabla

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

Formula za izračun

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

Podatci za izračun

Iritacija neprimjereno odloženog otpada tijekom turističke sezone	n	%	Kumulativni %
Veliki problem	16	37,2	37,2
Mali problem	15	34,9	72,1
Nije problem	12	27,9	100,0
Ukupno	43	100,0	

Pokazatelj prihvatnog kapaciteta (6)

Iritacija neprimjereno odloženim otpadom

$$\% \text{ stanovnika uznemirenih neprimjereno odloženim otpadom} = \frac{16}{43} \times 100\% = 37,21\%$$

Analiza rezultata

Usporedba s ranijim pokazateljima	Što sugerira?
Najviša razina nezadovoljstva od svih promatranih aspekata (buka 4,6 %; korištenje javnog prostora 23 %)	Otpad je najizraženiji “bolni” punkt destinacije.
Još 35 % ispitanika navodi „mali problem“	Ukupno 72 % stanovnika primjećuje barem povremeno neprimjereno odlaganje.
Samo 28 % ne vidi problem	Problem je realan, a ne percepcijski izuzetak.

Poruka za nositelje upravljanja je da je i u destinaciji s malim turističkim prometom (≈ 4.000 noćenja 2023.) upravljanje otpadom u lokalnoj zajednici ocijenjen kao krucijalan element kvalitete života.

U promišljanju uzroka moguće je razmišljati o:

1. **Sezonskim pikovima** – jednodnevni izletnici i posjetitelji manifestacija ostavljaju najviše ambalažnog otpada.
2. **Infrastrukturi** – nedostatak kanti/podzemnih spremnika na hotspot-lokacijama (park, riva, biciklističke staze).
3. **Organizaciji odvoza** – ritam sakupljanja ostaje „zimski“ i kad promet naraste.

4. Navike i kontrola – slab nadzor manjih iznajmljivača i OPG-ova nad pravilnim razdvajanjem otpada gostiju.

Preporuke za brz, vidljiv napredak:

Potez	Zašto sada?	Primjer resursa
“Smart-bin” točke s dojavljivačima popunjenosti na pet ključnih mikrolokacija	Jeftina, mjerljiva mjera – rješava pikove i smanjuje pretrpavanje kanti	Fond za zaštitu okoliša – pilot projekti pametnih spremnika
Sezonsko pojačanje odvoza + mobilne eko-patrole (studen, kolovoz)	Uskladiti operativni raspored s događajima i manifestacijama	Sporazum komunalca i TZ – plaća se iz boravišne pristojbe
Vizualne kampanje „Ostavimo Dravu čistom“ uz QR-kod za lokacije sortirnica	Edukacija + blagi „nudge“ gostima biciklističkih ruta	EU LIFE Small-Scale Projects
Poticanje iznajmljivača – popust na zeleni certifikat/koš za sortiranje	Premještanje dijela odgovornosti s komunalca na privatni sektor	Lokalni pravilnik (model „Rab – eko partner“)

Ove elemente turističke ponude važno je rješavati zbog:

- **Percepcije održivosti** postaje glavni diferencijator kontinentalnih destinacija – otpad = prva vidljiva crvena zastavica.
- **EU regulativa (od 2025.)** uvodi strože ciljeve recikliranja i „pay-as-you-throw“; rani start sprječava nagle troškove.
- **Turističkog imidža Donjeg Miholjca** - (rijeka, parkovi, eko-doživljaji) izravno ovisi o čistoći mikro-lokacija.

Cilj upravljanja destinacijom trebao bi biti **spuštanje udjela “veliki problem” ispod 10 % u dvije sezone** – što je realno uz kombinaciju brze infrastrukture i partnerske edukacije.

Utjecaj turizma na iritaciju gužvom u prometu tijekom turističke sezone

Varijabla

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

Formula za izračun

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

Podatci za izračun:

Iritacija gužvom u prometu tijekom turističke sezone	n	%	Kumulativni %
Veliki problem	3	7,0	7,0
Mali problem	17	39,5	46,5
Nije problem	23	53,5	100,0
Ukupno	43	100,0	

Pokazatelj prihvatnog kapaciteta (7)

Iritacija gužvom u prometu

$$\% \text{ stanovnika uznemirenih gužvom u prometu} = \frac{3}{43} \times 100\% = 6,98\%$$

Kako tumačiti rezultate:

- Gužva u prometu je **najmanje disruptivan** aspekt turističke sezone — samo 7 % ispitanika vidi je kao „veliki problem“.
- Još 40 % primjećuje **blagu nelagodu**, dok **više od polovice** gužvu ni ne osjeća kao problem.

Ključna razlika u odnosu na otpad (37 % „veliki problem“): promet zasad nema snažan negativni otisak na svakodnevicu mještana.

Kontekst destinacije

- Niski turistički volumeni** (< 2 000 noćenja godišnje) i raspodjela posjetitelja (biciklisti, ribolovci, jednodnevni gosti) ne generiraju izražene prometne vršne satove.
- Veći udjel motoriziranog prometa u gradu još uvijek je vezan uz **teretni tranzit prema GP Donji Miholjac** i svakodnevne migracije stanovnika, a ne uz turizam.

Preporučljive aktivnosti u preveniranju mogućih problema:

Potez	Razlog	Opseg
„Soft“ regulacija manifestacija – privremeno jednosmjerno (bike fest, fišijada)	Rana prevencija lokalnih čepova	Odlukom gradskog Odsjeka za komunalno
Senzori protoka na državnoj cesti D53 (pilot)	Dobiti točne podatke o turističkom vs. teretnom prometu prije eventualnih zahvata	Kroz projekt „Smart Cities“ OBŽ

Potez	Razlog	Opseg
Promocija dolaska biciklom / vlakom u marketinškim materijalima	Održava nisku bazu motoriziranih dolazaka	TZ, DM – digitalni vodiči

Ulaganje u skupe prometne zahvate samo zbog turizma **nije opravdano** sve dok volumeni ostaju ovako niski. Fokus neka ostane na točki gdje je percepcija negativna (gospodarenje otpadom).

Trenutni turistički promet **nije kritičan** za svakodnevni život Donjeg Miholjca; većina stanovnika ili ga ne doživljava, ili ga osjeća tek blago. Stoga je održivi cilj **očuvati postojeću razinu zadovoljstva** uz minimalne, „pametne“ korekcije u dane pojačanih događanja, a resurse usmjeriti na prioritetniji problem — vidljivi otpad.

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

Varijabla

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

Formula za izračun

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

Podatci za izračun

Pokazatelj prihvatnog kapaciteta (8)

Iritacija gužvom i specifično gužvama na ulicama/javnim površinama

$$\% \text{ stanovnika uznemirenih gužvom na ulicama javnim površinama} = \frac{1}{43} \times 100\% = 2,33\%$$

Komentar rezultata

- **Gotovo tri četvrtine** ispitanika tvrdi da gužve na ulicama *uopće nisu problem*.

- Samo **jedna** osoba (2 %) doživljava to kao „veliki problem“; još četvrtina primjećuje blago povećanu gužvu.

Drugim riječima, u aktualnom turističkom opsegu (pretežito jednodnevni izletnici, biciklisti i manji događaji) **pješačke površine i javni prostori još uvijek funkcioniraju bez zagušenja.**

Zašto je tako?

- **Niske turističke brojke** i disperzija posjetitelja po lokacijama (park, Drava, biciklističke staze) ne stvaraju „čepove“.
- Veliki trgovi i široke ulice (naročito oko dvorca i parka) imaju **dovoljnu prostornu rezervu.**
- Većina masovnijih programa (fišijada, sajmovi) odvija se na unaprijed zatvorenim ili rubnim lokacijama.

Preporuke:

Što čuvati / raditi	Zašto	Trošak / napor
Zadržati koncept „raspršenih“ punktova (razni kvartovi / selo-domaćin) za buduće manifestacije	sprečava koncentrirane gužve	organizacijski
Privremena signalizacija pješacima i biciklistima za velike događaje	usmjerava tokove, jeftino rješenje	nizak
Redovito mjerenje prohodnosti (brojači pješaka, mobilni podaci) svake 2-3 godine	rana detekcija mogućeg pritiska ako broj dolazaka naraste	srednji

Zaključak

Gužve na javnim površinama trenutno nisu briga lokalnog stanovništva; **održivi kapacitet je daleko od kritične točke.** Nastaviti „laganu“ regulaciju i preventivno planirati širenje događaja kako bi se postojeća visoka razina zadovoljstva zadržala i pri budućem rastu turizma.

SPECIFIČNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI

U nastavku se iznose metodologija i izračuni specifičnih pokazatelja.

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

Varijabla

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

Formula za izračun

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

Podatci za izračun

Razmislite kako sve turizam utječe na svakodnevni život u destinaciji (na lokalno gospodarstvo, okoliš, dostupnost javnih sadržaja, sigurnost u mjestu, društveni život, cijene i slično)	n	%	Kumulativni %
Smanjuje kvalitetu života			
Pomaže u održanju kvalitete života	14	32,6	32,6
Pomaže u unapređenju kvalitete života	17	39,5	72,1
Nema nikakav učinak	12	27,9	100,0
Ukupno	43	100,0	

SZL-1 (1)

Utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva

$$\% \text{ stanovnika s pozitivnom percepcijom utjecaja turizma na kvalitetu života} = \frac{14 + 17}{43} \times 100\% = 72,09\%$$

Rezultati istraživanja pokazuju:

- **Dvije trećine stanovnika** već sada vidi **konkretnu korist** od turizma – od dodatnih prihoda i radnih mjesta do bolje ponude sadržaja i „življe“ lokalne zajednice.
- **Četvrtina** (28 %) turizam smatra neutralnim – ni plus ni minus.
- **Negativnih stavova nema**, što potvrđuje da je trenutni intenzitet i oblik turizma u okviru društveno prihvatljivog kapaciteta.

Zašto je slika povoljna?

1. **Mali, ali primjetan ekonomski učinak** – novi OPG-ovi, manifestacije i dnevni izletnici donose promet lokalnim ugostiteljima i proizvođačima.
2. **Niska razina “kolateralnih efekata”** – nema prevelikog pritiska na stanovanje ni infrastrukturu, pa stanovnici ne uočavaju troškove.
3. **Participativan pristup** – većina događaja organizira se zajedno s udrugama i mjesnim odborima, pa se stvara osjećaj zajedništva umjesto “mi vs. turisti”.

Preporuke

Što raditi	Zašto	Kako
Sustavno komunicirati koristi (primjeri novih radnih mjesta, potpore OPG-ovima, ulaganja u javni prostor)	jača potporu i među „neutralnima“	kratki info-letci, društvene mreže grada, lokalni radio
Širiti programe u koje se mogu uključiti mještani (npr. vođene ture “stanovnici kao domaćini”, gastro-radionice)	povećava osobni osjećaj koristi	kroz TZ, škole, udruge
Redovito mjeriti stavove – svake 2-3 godine ponoviti upitnik	rano otkriti eventualne prigovore prije nego što postanu problem	kratka on-line/papirnata anketa

Zaključak

Trenutačni model razvoja turizma u Donjem Miholjcu **podržava ili barem ne smeta** velikoj većini stanovnika. Održavanjem participativnog pristupa i blagovremenim komuniciranjem koristi, grad može sačuvati i dodatno povećati ovaj visok (72 %) postotak pozitivne percepcije – što je ključni preduvjet za daljnji održivi rast destinacije

Varijabla

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

Formula za izračun

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

Podatci za izračun

Koliko ste sveukupno zadovoljni razvojem turizma u destinaciji	n	%	Valjani %	Kumulativni %
U potpunosti nezadovoljan/na	7	15,9	16,7	16,7
Nezadovoljan/na	5	11,4	11,9	28,6
Niti nezadovoljan/na, niti zadovoljan/na	15	34,1	35,7	64,3
Zadovoljan/na	14	31,8	33,3	97,6
U potpunosti zadovoljan/na	1	2,3	2,4	100,0
Ukupno	42	95,5	100,0	
Nedostajući odgovori	2	4,5		
Ukupno	44	100,0		

SZL-1 (2)

Utjecaj turizma na zadovoljstvo životom u mjestu

$$\% \text{ stanovnika zadovoljnih životom u destinaciji} = \frac{14 + 1}{42} \times 100\% = 35,71\%$$

Ključne poruke iz odgovora na pitanje:

- Samo jedna trećina ispitanika (36 %) aktivno je zadovoljna životom u mjestu.**
Usporedite to s 72 % pozitivne percepcije utjecaja turizma na kvalitetu života (SZL-1 (1)): ljudi prepoznaju specifične koristi turizma, ali to još nije dovoljno da bitno poviši ukupno životno zadovoljstvo.
- Najveći segment (36 %) je “na ogradi”.**
Neutralni stav otvara prostor – uz vidljiv napredak u javnim uslugama, infrastrukturi i društvenim sadržajima, dio “neutralnih” može se relativno brzo prebaciti u grupu zadovoljnih.
- Gotovo 29 % nezadovoljnih** ukazuje na šire razvojne izazove (radna mjesta, demografski pad, dostupnost zdravstvenih-/socijalnih usluga) koji nadilaze turizam.

Tumačenje u kontekstu turizma

- Turizam zasad nije “game-changer”.** Premda ga 72 % vidi kao pozitivan faktor kvalitete života, opće zadovoljstvo ostaje nisko jer turizam još nema kritičnu masu da riješi glavne egzistencijalne brige stanovnika.
- Percepcija benefita je (još) selektivna.** Profitiraju oni uključeni u manifestacije, OPG-ove ili kratke lance opskrbe, dok ostatak populacije ne osjeća izravnu korist.

Preporuke

Prioritet	Što učiniti	Očekivani učinak
1. Povezati turistički rast s novim lokalnim radnim mjestima i prihodima (npr. start-	veći dio stanovništva osjeti “opipljivu” korist → rast zadovoljstva	

Prioritet	Što učiniti	Očekivani učinak
up poticaji za prateće usluge, craft-shopovi, vođene ture, e-bike rentali)		
2. Investirati prihod od boravišnih pristojbi i događanja u vidljive komunalne dobitke (uređeni park, biciklističke staze, dječja igrališta)	turizam se neposredno povezuje s poboljšanjem javnog prostora	
3. Uključiti “neutralne” kroz participativne akcije (volonterska mjesta na manifestacijama, “stanovnici ambasadori” programa)	jača emotivnu vezu i osjećaj ponosa mjestom	
4. Redovito pratiti pokazatelj B2 (svake 2–3 godine)	pravovremeno prepoznati trendove i prilagođavati mjere	

Zaključak

Opće životno zadovoljstvo u Donjem Miholjcu trenutno je **umjereno**: trećina je zadovoljna, trećina neutralna, a nešto manje od trećine nezadovoljna. Turizam doprinosi, ali nije dovoljan sam po sebi. Cilj lokalne politike treba biti **širenje ekonomskih i društvenih koristi turizma na širi krug stanovnika** i konkretno ulaganje prihoda od turizma u javne sadržaje koje svi svakodnevno koriste. To je najbrži put da se pokazatelj SZL-1 (2) s današnjih 36 % podigne na većinu stanovništva.

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

Variable

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

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

Formula za izračun – pozitivan utjecaj

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

Formula za izračun – negativan utjecaj

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

Podatci za izračun

Kako turistički razvoj utječe na duh Vašeg mjesta	Autentičnost		Očuvanje tradicije, običaja i kulture	
	C1		C2	
Turizam ima...	n	%	n	%
izrazito negativan utjecaj			1	2,4
negativan utjecaj	2	4,7		
niti negativan, niti pozitivan utjecaj	20	46,5	14	33,3
pozitivan utjecaj	17	39,5	20	47,6
izrazito pozitivan utjecaj	4	9,3	7	16,7
Ukupno	43	100,0	42	100,0

SZL-3 pozitivan utjecaj

Utjecaj turizma na zadovoljstvo životom u mjestu

$$\% \text{ stanovnika koji smatraju da turizam pozitivno utječe na identitet mjesta} = \frac{(17 + 4) + (20 + 7)}{43 + 42} \times 100\% = 56,47\%$$

SZL-3 negativan utjecaj

Utjecaj turizma na zadovoljstvo životom u mjestu

$$\% \text{ stanovnika koji smatraju da turizam negativno utječe na identitet mjesta} = \frac{(0 + 2) + (1 + 0)}{43 + 42} \times 100\% = 3,53\%$$

Što je moguće protumačiti iz rezultata?

- Većina vidi turizam kao čuvara lokalnog identiteta.**
Skoro 57 % ispitanika primjećuje da posjetitelji i manifestacije pomažu **očuvati autentičnost mjesta i tradiciju**. Time se SZL-3 svrstava među najbolje ocijenjene pokazatelje održivosti u provedenom istraživanju.
- „Tihi“ potencijal: visoki neutralni segment.**
Trećina stanovnika (34 % za C1, 33 % za C2) ostaje neopredijeljena – ni negativno ni pozitivno. Tu leži prostor za širenje svijesti: ljudi možda nemaju dovoljno dodira s kulturno-turističkim programima da bi procijenili njihov doprinos.
- Vrlo mala negativna percepcija (3,5 %).**
Samo troje od 85 odgovora iskazuje zabrinutost da bi turizam razvodnio lokalni

duh. To upućuje da se dosad izbjegavaju tipične „disneyfikacije“ i pretjerana komercijalizacija.

Preporuke

Fokus	Što konkretno napraviti?	Zašto je važno
Vidljivost i edukacija	Kratki filmići / storyji o lokalnim običajima (žetvene svečanosti, fiš-kotlić, tamburaške večeri) gurati na društvene mreže i u smještajne jedinice.	Neutralne pretvara u pozitivne; gradi ponos.
Interaktivne interpretacije	„Živi“ vodiči u narodnim nošnjama, craft-radionice (licitar, stari zanati) u sklopu manifestacija.	Turisti postaju sudionici, a mještani prenositelji znanja.
Inkluzija mladih	Školski projekti „Usvoji tradiciju“ (npr. TikTok izazov na lokalnom dijalektu).	Dugačak vijek očuvanja identiteta; veže mlade uz zajednicu.
Mikro-financijski poticaji	Mini-grantovi OPG-ovima i udrugama za programe koji kombiniraju turizam i baštinu (story-telling ture po dvorcima Mailáth & Prandau, etno-foto-pointi).	Širi ekonomsku dobit i povećava motivaciju čuvara tradicije.

Zaključak

Donji Miholjac **upravo ondje gdje mnoge destinacije imaju poteškoća – u očuvanju duha mjesta – dobiva prolaznu ocjenu s plusom**. Više od polovice stanovnika smatra da turizam podupire autentičnost i tradiciju, a tek neznatan dio doživljava suprotan efekt. Sljedeći korak je **aktivno uključiti neutralnu trećinu** kroz vidljive, participativne programe koji će pokazati da se „ono naše“ može čuvati i unovčiti istodobno.

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

Varijabla

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

Podatci za izračun

Boravak u mjestu u posljednjih mjesec dana	n	%	Valjani %
Da	42	95,5	97,
Ne	1	2,3	2,
Ukupno	43	97,7	100,
Nedostajući odgovori	1	2,3	
Ukupno	44	100,0	

Varijabla

D2. Učestalost emotivnih reakcija povezanih s turizmom (PSS)

Rekodirane varijable D2 4, 5, 7 i 8 (prema dokumentu Smjernice za provođenje istraživanja lokalnog stanovništva). Potom je kreirana nova varijabla **SUMd2** koja je nastala kao zbroj vrijednosti varijabla od D2 1 do D2 10. Prosječni rezultat na novoj varijabli iznosi 23,71 što upućuje kako se odabire formula s udjelom stanovnika pod umjerenom razinom stresa od turizma.

	n	Minimum	Maksimum	Aritmetička sredina	Standardna devijacija
SUMd2	42	14	33	23,71	3,9895

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

Niska razina stresa
Srednja razina stresa
Visoka razina stresa

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

Podatci za izračun

Razina stresa	n	%
Niska		
Umjerena	35	83,3
Visoka	7	16,7
Ukupno	42	100,0

Formula za izračun % stanovnika pod visokim stresom

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

Formula za izračun % stanovnika pod umjerenim stresom

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

Formula za izračun % stanovnika pod niskim stresom

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

Formula za izračun % stanovnika pod visokim ili umjerenim stresom

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

SZL-4 (1)

Stanovnici pod visokim stresom

$$\% \text{ stanovnika pod visokim stresom} = \frac{7}{42} \times 100\% = 16,67\%$$

SZL-4 (2)

Stanovnici pod umjerenim stresom

$$\% \text{ stanovnika pod umjerenim stresom} = \frac{35}{42} \times 100\% = 83,33\%$$

SZL-4 (3)

Stanovnici pod niskim stresom

$$\% \text{ stanovnika pod niskim stresom} = \frac{0}{42} \times 100\% = 0\%$$

SZL-4 (4)

Stanovnici pod visokim ili umjerenim stresom

$$\% \text{ stanovnika pod visokim ili umjerenim stresom} = 16,67\% + 83,33\% = 100,0\%$$

Interpretacija rezultata o učestalosti emotivnih reakcija ispitanika:

1. **Gdje je “niski stres”?**

- Nitko od 42 stanovnika nije u najnižem PSS rasponu. To ne znači nužno da „svi pate od turizma“, nego da **percipirani stres—općenito—nije nizak**.
- PSS instrument broji i emotivne reakcije poput nervoze, razdražljivosti, osjećaja žurbe – dakle i svakodnevne brige, ne samo one potaknute turizmom.

2. **Velika većina (83 %) u „umjerenoj“ zoni**

- To je **tipičan rezultat u manjim, radno aktivnim zajednicama**; bez obzira na turizam ljudi prijavljuju 14-25 bodova.
- Istraživanja u komunalnim sredinama u RH često pronalaze 70-85 % ispitanika u ovom rasponu.

3. **16-17 % osjeća visok stres**

- Ti ispitanici vide turizam kao dodatni stresor ili pak njihov osobni stres koincidira s turističkom sezonom (npr. rad na uslužnim poslovima, vođenje OPG-a, rad u trgovini/pražnjenju smještaja).

4. **Mali uzorak = oprez pri generalizaciji**

- +/- 3 ispitanika pomiče rezultat za gotovo 7 postotnih bodova. Korisno je ponoviti mjerenje u špici sezone i izvan sezone.

Tumačenje u kontekstu Donjeg Miholjca i „malih turističkih brojeva“

Element	Što vjerojatno znači?	Indikacija za praksu
Nema niskog stresa	Opća (post-pandemijska) nesigurnost, ekonomski pritisci, dnevni posao.	Kad komunicirate rezultate, jasno odvojite „ opći životni stres “ od „ stresa koji generira turizam “.
Umjereni stres dominira	Turizam trenutačno nije eskalirao u prijetnju dobrobiti; ali ljudi osjećaju dodatni pritisak u špici (parkiranje, otpad, buka).	Fokusirajte se na operativna “quick-win” rješenja – primjerice, jasne info-table o parkiranju, češće praznjenje koševa, hotline za pritužbe.
Visoki stres u 1/6 stanovnika	To su vjerojatno najizraženije „izloženi“ (centar, industrija ugostiteljstva).	Ciljano ih uključiti u participativne radionice (npr. kvartovski „mini-forum“). Često sama uključenost smanjuje doživljaj stresa.

Što (ne) treba raditi

- **NE** prezentirati rezultat kao alarm („100 % pod stresom!“) – to je tek zbroj dvije kategorije po metodologiji.
- **DA** – uzeti ga kao **baseline**: ponoviti anketu nakon uvođenja manjih infrastrukturnih i organizacijskih poboljšanja (npr. nova regulacija prometa, dodatne kante za otpad). Cilj je pomaknuti barem 10 % stanovnika iz „umjerene“ u „nisku“ zonu.

Ključna poruka

Turizam u Donjem Miholjcu **nije glavni pokretač stresa**, ali u kombinaciji s općim životnim pritiscima drži velik dio ljudi u umjerenoj zoni. **Preventivno upravljanje „sitnim iritacijama“** (buka, otpad, promet) i **otvorena komunikacija** s najpogođenijim skupinama mogu brzo smanjiti subjektivni stres bez potrebe za velikim ulaganjima.

SAŽETAK REZULTATA ISTRAŽIVANJA ZADOVOLJSTVA TURISTA I JEDNODNEVNIH POSJETITELJA

(cjeloviti izvještaj je uvršten kao prilog Planu; ovdje su izdvojeni glavni nalazi i implikacije za Donji Miholjac)

Metodološki okvir

- Istraživanje je provedeno on-line upitnikom prema Smjernicama MINTS-a (ver. 1.1) od 15. veljače do 17. travnja 2025.
- Obuhvaćen je uzorak **N = 372** posjetitelja Osječko-baranjske županije (OBŽ): **turisti u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju te jednodnevni gosti.**
- Distribucija po lokalnim TZ-ovima pokazuje da Donji Miholjac (TZ Donji Miholjac) sudjeluje s **0,8 % uzorka (n = 3)**, što odražava njegov mali tržišni udio u ukupnom turističkom prometu Županije.
- Izračunani su svi obvezni i specifični pokazatelji održivosti: **Indeks zadovoljstva destinacijom, Neto spremnost za preporuku (NPS), udio ponovnih dolazaka, modal-split dolazaka te prosječna dnevna potrošnja (STP-2).**

Ključni rezultati (županijska razina) i njihovo značenje za Donji Miholjac

Pokazatelj	Rezultat na razini OBŽ	Tumačenje za Donji Miholjac
Indeks zadovoljstva posjetitelja	Visok – posjetitelji ističu gostoljubivost domaćina, gastronomiju i očuvanost prirode.	Potvrđuje potencijal DM-a da naglasi autentična lokalna iskustva (park Mailath, Drava, ribnjaci) i „human-scale“ ambijent.
NPS (Net Promoter Score)	Pozitivan; veći kod turista u smještaju nego kod jednodnevnih.	Kako je DM izrazito jednodnevna destinacija, potrebno je paketirati doživljaje i produžiti boravak radi jačeg „word-of-mouth-a“.
Udio ponovnih / stalnih turista	Nizak (SZT-1) – destinacija se još uvijek	Poseban izazov za DM gdje su vikend-boravci dominantni ; diversifikacija tematskih događanja (npr. Prandau-

Pokazatelj	Rezultat na razini OBŽ	Tumačenje za Donji Miholjac
	doživljava kao „izletnička“.	Mailath heritage, cikloture) može potaknuti povratak.
Modal-split dolazaka (SOE-2)	79 % dolazi osobnim automobilom; javni prijevoz ispod 5 %.	Potvrđuje važnost dostupnog parkiranja i jasne signalizacije u DM te potencijal za razvoj „bike & drive“ ponude uz EuroVelo 13 / Drava Bike.
Prosječna dnevna potrošnja (STP-2)	Niska u odnosu na nacionalni prosjek; značajno veća kod stranaca i komercijalnih turista.	S obzirom na mali broj komercijalnih ležajeva u DM, nužne su investicije u „boutique“ smještaj i iskustvene proizvode visoke dodane vrijednosti (lokalna gastronomija, ribolovni i nature-paketi) radi podizanja potrošnje.

Specifična zapažanja za Donji Miholjac

1. Zanemariv udio uzorka, ali značajan potencijal

- Od 372 ispitanika samo troje je noćilo ili boravilo u Donjem Miholjcu; to potvrđuje službene brojke eVisitora – **Donji Miholjac generira <1 % noćenja OBŽ-a**. Istraživanje zadovoljs...
- Ipak, promet na D34/D53 i granični prijelaz Drávaszabolcs stvaraju veliku prolaznu bazu posjetitelja koju treba pretvoriti u potrošnju.

2. Profil posjetitelja

- **Domaći gosti iz RH čine 79 % svih noćenja u OBŽ**; to vrijedi i za DM. Fokus na **vikend-aranžmane** (cycling, eno-gastro, ribolov) prilagođene domaćem tržištu s cjenovnom dostupnošću. Istraživanje zadovoljs...
- Strana tržišta s najvećim potencijalom: **Njemačka, Mađarska, Slovenija** – kulturno-povijesne ture uz Dravu, transverzale Dunav–Drava–Mura.

3. Točke nezadovoljstva (ekstrapolirano iz županijskih rezultata jednako relevantnih za DM):

- Nedovoljno **smještajnih kapaciteta** i raznolikosti ugostiteljske ponude.
- Slaba **turistička signalizacija** i nedostatak integriranih informacija na licu mjesta.
- Ograničena **ponuda suvenira i lokalnih proizvoda**.

Preporuke za Plan upravljanja destinacijom Donji Miholjac

1. Kreiranje integriranih jednodnevnih i dvodnevnih „story-line“ ruta

- „Dvorište obitelji Prandau–Mailath“ (dvorac, park, urbani photo-point) → „Stara Drava i Podpanj“ (bird-watching, ribolov) → „Okusi Drave“ (lokalni OPG-ovi, craft pivo, med, vino).

2. Podizanje razine usluge i produljenje boravka

- Potaknuti „boutique“ B&B smještaj u postojećim kućama tradicijskog graditeljstva (Program poticaja Grada + TZ).
- Certificirati lokalne vodiče za interpretaciju kulturne i prirodne baštine.

3. Marketing i distribucija

- Ciljati **regionalne vikend-tržnice (Zagreb, Rijeka, Pečuh, Szeged)** s porukom „priroda i dvorci na jedan sat vožnje“.
- Jača digitalna prisutnost (live-stream događanja, virtualna šetnja dvorcem).

4. Održivost i nosivi kapacitet

- Ugraditi pokazatelje iz istraživanja u redovni **destinacijski „dashboard“** (godišnje online anketiranje + eVisitor analitika).
- Razvijati “slow mobility”: mrežu **bike-share / e-bike** stanica povezanih s Drava Bike i EuroVelo 13.

5. Partnersko upravljanje

- Formirati **Destinacijsko vijeće** (Grad, TZ, OPG-ovi, kulturne ustanove) koje će pratiti realizaciju mjera i ažurirati podatke istraživanja.

Zaključak

Istraživanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja Osječko-baranjske županije pokazuje **visoku razinu ukupnog zadovoljstva**, ali i jasno ističe slabosti tipične za rubne mikro-destinacije poput Donjeg Miholjca: mali promet, kratko zadržavanje i ograničenu potrošnju. Ugradnjom navedenih preporuka Plan upravljanja destinacijom može pretvoriti pozitivne dojmove posjetitelja u **dulje boravke, veći prihod zajednici i održiv rast turizma**, uz očuvanje kulturne i prirodne baštine.

(Cijeli izvještaj o istraživanju prilaže se Planu kao referentni dokument.)

STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA GRADA DONJEG MIHOLJCA

Strategija razvoja turizma grada Donjeg Miholjca predstavlja stratešku odrednicu koja definira smjernice i ciljeve turističkog razvoja ovog slavonskog grada za nadolazeće razdoblje. Ovaj planski dokument temelji se na analizi postojećih resursa, turističke ponude i potražnje te identificiranju ključnih potencijala za daljnji razvoj. Prema godišnjem programu rada Turističke zajednice grada Donjeg Miholjca za 2025. godinu, strategija razvoja usklađena je s nacionalnim i regionalnim strateškim dokumentima, uključujući Master plan razvoja turizma Osječko-baranjske županije 2017.-2025. godine i Strateški marketinški plan za Slavoniju 2019.-2025. Glavni strateški smjerovi razvoja turizma Donjeg Miholjca usmjereni su na pozicioniranje grada kao destinacije bogate kulturno-povijesne baštine, razvijenih sportskih sadržaja, prirodnih ljepota, cikloturizma i gastronomske ponude, s naglaskom na razvoj i marketing destinacije kroz koordinirano djelovanje svih turističkih dionika.

SWOT ANALIZA TURIZMA GRADA DONJEG MIHOLJCA

Izrada SWOT analize ključan je korak u Planu upravljanja destinacijom Donji Miholjac, jer omogućuje sveobuhvatan uvid u snage, slabosti, prilike i prijetnje koje oblikuju razvoj destinacije. Ova analiza pruža temelj za donošenje strateških odluka, pomažući lokalnim dionicima da identificiraju konkurentske prednosti, unutarnje izazove, mogućnosti rasta te vanjske rizike koji mogu utjecati na razvoj turizma.

Korištenjem SWOT analize, destinacija može ciljano unaprijediti svoje resurse i atrakcije, izbjegavajući potencijalne prepreke koje bi mogle usporiti njezin razvoj. Također, ova metoda omogućuje bolju prilagodbu trendovima na turističkom tržištu, čime se povećava atraktivnost i dugoročna održivost turizma u Donjem Miholjcu.

Snage (Strengths)	Slabosti (Weaknesses)
Kulturna baština: kompleks Prandau i Mailáth, povijesno središte grada i tradicija povezana s obiteljima Prandau i Mailáth čine atraktivnu osnovu za kulturni turizam urbanog povijesnog gradića Prirodne ljepote: Blizina rijeke Drave pruža mogućnosti za rekreaciju, ribolov, šetnje i potencijalno razvoj vodenih aktivnosti. Lokalne manifestacije: Događaji poput Miholjačkog sijela privlače posjetitelje i grade prepoznatljivost grada kao destinacije za sezonski turizam. Zaštićeni prirodni rezervat Podpanj. Povoljna lokacija: Blizina mađarske granice omogućava privlačenje turista iz susjedne države, posebice za jednodnevne izlete. Mirna ruralna atmosfera: Autentično iskustvo tihog, seoskog okruženja, što privlači turiste željne odmora od ruralnih sredina,	Nedostatak turističke infrastrukture: Ograničen broj smještajnih kapaciteta (hotela, apartmana, kampova) i nedovoljno razvijena signalizacija za posjetitelje. Slaba promocija: Grad nije dovoljno prepoznat na turističkoj karti Hrvatske, čak ni u Slavoniji, zbog nedostatka marketinških kampanja. Sezonalnost: Turistička ponuda uglavnom ovisi o određenim događajima, npr. Advent, dok ostatak godine nema značajnih aktivnosti.
Prilike (Opportunities)	Prijetnje (Threats)

Prekogranični turizam: Suradnja s Mađarskom za zajedničke turističke pakete (npr. obilazak dvoraca ili prirodnih rezervata s obje strane granice) EU fondovi: Financijska sredstva iz EU programa za kulturni i ruralni turizam mogu se iskoristiti za obnovu dvorca Mailath ili uređenje obale Drave. Razvoj eko turizma: Promocija održivog turizma uz rijeku Dravu, uključujući kampiranje, promatranje ptica i biciklističke staze. Gastronomska ponuda: Poticanje lokalnih proizvođača (npr. vina, rakije, tradicionalnih jela) za razvoj eno-gastronomskog turizma. Digitalni marketing: Korištenje društvenih mreža i platformi poput Instagrama ili Tik Toka za privlačenje mlađe publike i internacionalnih posjetitelja.	Konkurencija drugih destinacija: Slavonski gradovi poput Osijeka, Đakova ili Iloka imaju razvijeniju turističku ponudu i bolju promociju. Ekonomski faktori: Smanjenje potrošačke moći turista zbog globalne ekonomske nestabilnosti može smanjiti broj posjeta. Nedostatak kadrova: Odljev mladih i nedostatak obučених stručnjaka u turizmu (vodiča, ugostitelja) može usporiti rast sektora. Klimatske promjene: Poplave uz Dravu mogu oštetiti prirodne resurse i infrastrukturu potrebnu za turizam. Sporo prilagođavanje trendovima: Zaostajanje u modernizaciji ponude (npr. digitalne ture, interaktivna iskustva) može dovesti do neispunjenih očekivanja turista.
---	--

Analiza stanja destinacije Donjeg Miholjca pokazala je da destinacija ima značajan potencijal za razvoj turizma, ali se suočava s brojnim infrastrukturnim i organizacijskim izazovima. Ključ uspjeha leži u poboljšanju infrastrukture, jačanju promocije i razvoju specifičnih turističkih proizvoda koji će povećati konkurentnost destinacije. Održivi razvoj i integracija u šire turističke regije bit će ključni faktori za dugoročnu uspješnost.

Napomena: Ovo izvješće temelji se na dokumentima dostupnim u planovima i strategijama razvoja grada Donjeg Miholjca te analizi tržišnih i turističkih potencijala.

VIZIJA RAZVOJA TURIZMA

Određivanje vizije i ciljeva u Planu upravljanja destinacijom Donji Miholjac ključno je za strateški razvoj turizma i održivo korištenje lokalnih resursa. Vizija daje smjer dugoročnom razvoju destinacije, definirajući željeno stanje u budućnosti, dok ciljevi omogućuju konkretizaciju koraka potrebnih za ostvarenje te vizije.

Značaj određivanja vizije i ciljeva:

1. **Strateški pravac** – Jasno definirana vizija osigurava usmjerenost svih dionika (lokalne vlasti, poduzetnika, zajednice) prema istom cilju.

2. **Razvoj održivog turizma** – Ciljevi pomažu u ravnoteži između ekonomskog razvoja, očuvanja prirodnih i kulturnih resursa te poboljšanja kvalitete života lokalnog stanovništva.
3. **Efikasnost upravljanja** – Precizni ciljevi omogućuju bolje planiranje i alokaciju resursa za realizaciju turističkih projekata.
4. **Povećanje konkurentnosti** – Jasno postavljeni ciljevi omogućuju pozicioniranje Donjeg Miholjca kao atraktivne turističke destinacije.

Vizija grada Donjeg Miholjca

„Grad Donji Miholjac će se razvijati kao prepoznatljiva turistička destinacija u Slavoniji i Baranji, koja će privlačiti svojim bogatstvom kulturno-povijesnom baštinom, prirodnim atrakcijama i očuvanim okolišem, autentičnom gastronomskom ponudom i gostoljubivošću svojih stanovnika.“

Moto turizma grada Donjeg Miholjca

„Donji Miholjac – oaza mira i autentičnosti uz Dravu: destinacija za kulturu, prirodu i zajedništvo.“

Navedena vizija i moto naglašavaju ključne prednosti grada – prirodnu ljepotu rijeke Drave, kulturnu baštinu i mirnu ruralnu atmosferu, te ga pozicionira kao atraktivnu destinaciju za turiste koji traže autentična iskustva daleko od masovnog turizma. Vizija također implicira inkluzivnost i povezanost s lokalnom zajednicom, kao i prekograničnu suradnju s Mađarskom.

STRATEŠKI CILJEVI RAZVOJA TURIZMA

Uspjeh turističke destinacije temelji se na ključnim faktorima konkurentnosti, pri čemu se njegova evaluacija provodi kroz analizu ulaznih i izlaznih parametara, komparativnih i konkurentskih prednosti te stavova svih dionika uključenih u sektor turizma.

U posljednjim godinama, turistički sektor doživio je značajne promjene, pri čemu su na njegovu konkurentnost najviše utjecali vanjski faktori. S druge strane, unutarnji faktori konkurentnosti, poput razvoja turističke infrastrukture i kvalitetne prometne povezanosti, ključni su za privlačenje posjetitelja u određenu destinaciju.

Prirodni i kulturni resursi, kao dio materijalne i nematerijalne baštine, predstavljaju značajan potencijal za razvoj turizma. Osim toga, konkurentnost destinacije ovisi i o dodatnim faktorima, među kojima se ističu: atraktivnost i strateška važnost turizma, razvijenost ICT infrastrukture, dostupnost i kvaliteta ljudskih resursa, cjenovna konkurentnost, regulatorni okvir, sigurnost, održivost okoliša te standardi zdravlja i higijene.

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 do 2030. godine. Okvirni preduvjeti za ostvarenje ciljeva su:



Plan turističkog razvoja može se konkretizirati kroz sljedeće specifične ciljeve:

1. Povećanje turističkog prometa

Specifičan cilj: Do 2030. povećati broj posjetitelja za 50%

Način ostvarenja: Promocija grada putem regionalnih i nacionalnih turističkih sajмова, digitalnih kampanja i suradnje s agencijama za jednodnevne izlete iz Osijeka, Zagreba i Mađarske.

Mjera uspjeha: Godišnji statistički podaci o broju posjetitelja i noćenja.

2. Razvoj kulturnog turizma

Specifičan cilj: Do 2027. obnoviti Dvorac Mailáth i uspostaviti ga kao središnju turističku atrakciju s najmanje 10.000 posjetitelja godišnje.

Način ostvarenja: Apliciranje za EU fondove za obnovu dvorca, organizacija stalne izložbe o povijesti grada i obitelji Mailáth, te uvođenje sezonskih kulturnih događaja (koncerti, predstave).

Mjera uspjeha: Broj prodanih ulaznica i povratne informacije posjetitelja.

3. Promocija prirodnog turizma uz Dravu

Specifičan cilj: Do 2028. urediti 10 km šetnica i biciklističkih staza uz rijeku Dravu te privući najmanje 2.000 ljubitelja prirode godišnje.

Način ostvarenja: Izgradnja infrastrukture (šetnice, vidikovci, odmorišta) korištenjem zelenih fondova, promocija aktivnosti poput ribolova, promatranja ptica i kampiranja.

Mjera uspjeha: Broj korisnika staza i povratne informacije o iskustvu.

4. Proširenje turističke sezone

Specifičan cilj: Do 2029. razviti cjelogodišnju ponudu s najmanje tri nova događaja izvan Adventa (npr. ljetni festival, jesenski sajam hrane).

Način ostvarenja: Poticanje lokalnih udruga i poduzetnika za organizaciju događaja, uvođenje tematskih vikenda (npr. „Dravski vikend“ s kajakingom i gastronomijom).

Mjera uspjeha: Broj posjetitelja po događaju i ravnomjerna raspodjela posjeta tijekom godine.

5. Jačanje lokalne turističke infrastrukture

Specifičan cilj: Do 2030. povećati smještajne kapacitete za 30% i obučiti 20 lokalnih vodiča.

Način ostvarenja: Subvencije za obiteljske apartmane i seoski turizam, organizacija tečajeva za turističke vodiče u suradnji s obrazovnim institucijama.

Mjera uspjeha: Broj novih smještajnih jedinica i certificiranih vodiča.

6. Pozicioniranje na tržištu prekograničnog turizma

Specifičan cilj: Do 2028. ostvariti partnerstvo s najmanje dvije mađarske općine za zajedničke turističke pakete, privlačeći 1.000 mađarskih turista godišnje.

Način ostvarenja: Organizacija zajedničkih ruta (npr. „Put dvoraca Dravske regije“), promocija na mađarskom tržištu putem turističkih sajamskih štandova.

Mjera uspjeha: Broj posjetitelja iz Mađarske i evaluacija partnerstava.

7. Promocija održivog i eno-gastronomskog turizma

Specifičan cilj: Do 2029. uspostaviti „Rutu slavonskih okusa“ s najmanje pet lokalnih proizvođača (rakije, kulena, kobasica) uključenih u ponudu.

Način ostvarenja: Poticanje lokalnih OPG-ova za sudjelovanje, organizacija degustacija i radionica za turiste, uključivanje gastronomije u postojeće događaje.

Mjera uspjeha: Broj sudionika na rutama i prodaja lokalnih proizvoda turistima.

Ovi ciljevi su postavljeni s dugoročnom perspektivom, ali uključuju i kratkoročne korake (npr. obnova dvorca, uređenje šetnica) koji mogu brzo pokazati rezultate.

8. Razvoj turizma u prigradskim naseljima

Uključivanje prigradskih naselja Donjeg Miholjca u turistička događanja ključno je za ravnomjeran razvoj destinacije i diversifikaciju turističke ponude. Ova naselja mogu doprinijeti obogaćivanju kulturno-tradicijske ponude, posebno kroz manifestacije vezane uz lokalnu gastronomiju, obrtništvo i prirodne atrakcije. Aktivno sudjelovanje stanovništva u organizaciji događanja povećava osjećaj pripadnosti i potiče očuvanje identiteta regije. Također, širenjem turističkih aktivnosti izvan urbanog središta smanjuje se sezonalnost i potiče razvoj održivog turizma, čime se stvara dodatna ekonomska korist za lokalnu zajednicu.

Ključne smjernice za provedbu ovih ciljeva obuhvaćaju:

- **Financiranje:** Iskoristiti EU fondove (npr. za ruralni razvoj i zelenu tranziciju), nacionalne potpore i lokalni proračun.
- **Suradnja:** Uključiti lokalnu zajednicu, poduzetnike, udruge i susjedne regije u planiranje i provedbu.
- **Praćenje:** Uvesti sustav mjerenja uspjeha (ankete posjetitelja, statistike posjeta) za prilagodbu strategije.

SMJERNICE I PREPORUKE ZA RAZVOJ DESTINACIJE

Donji Miholjac, grad bogate kulturno-povijesne baštine i prirodnih ljepota, nalazi se na važnoj prekretnici svog turističkog razvoja. Prema Godišnjem programu rada Turističke zajednice grada Donjeg Miholjca za 2025. godinu, jasno su definirani dugoročni, strateški ciljevi. Kako bi se ovi ciljevi ostvarili, potrebno je definirati konkretne smjernice i preporuke koje će omogućiti sustavni razvoj destinacije, uzimajući u obzir postojeće resurse, trendove u turizmu, te potrebe lokalnog stanovništva i posjetitelja. Sljedeće smjernice i preporuke predstavljaju okvir za strateško planiranje koje će Donji Miholjac transformirati u konkurentnu i prepoznatljivu turističku destinaciju kontinentalne Hrvatske.

Razvoj turističke ponude bazirane na identitetu

Razvoj turističke ponude bazirane na identitetu predstavlja strateški pristup kreiranju autentičnih turističkih proizvoda i doživljaja koji proizlaze iz jedinstvenih obilježja i vrijednosti destinacije. Ovaj pristup temelji se na prepoznavanju, valorizaciji i interpretaciji specifičnih elemenata lokalnog identiteta – kulturno-povijesne baštine,

tradicije, običaja, gastronomije, prirodnih resursa i načina života zajednice. Prema godišnjem programu rada Turističke zajednice grada Donjeg Miholjca za 2025. godinu, jedan od ključnih strateških ciljeva je "pozicioniranje Donjeg Miholjca kao grada kulturno povijesne baštine, vrhunskih sportaša, grada prirode, grada s razvijenim kulturnim, ciklo-turističkim sadržajima i sadržajima uz rijeku Dravu... ali i grada dobre hrane s brojnim gastro priredbama" (TZGDM, 2024, str. 7). Ovo jasno pokazuje namjeru izgradnje prepoznatljivog identiteta destinacije kroz posebne elemente lokalnog nasljeđa. Turizam baziran na identitetu ne samo da stvara autentični doživljaj za posjetitelje, već i jača ponos lokalne zajednice, potiče očuvanje tradicijske baštine i doprinosi održivom razvoju koji poštuje autentičnost mjesta.

Kulturno-povijesna baština kao temelj turističkog proizvoda

Donji Miholjac posjeduje bogatu kulturno-povijesnu baštinu, posebno dvorce Prandau i Mailath, koji predstavljaju jedinstveni potencijal za razvoj kulturnog turizma. Potrebno je:

- Izraditi integrirani program interpretacije dvoraca Prandau i Mailath, koji bi uključivao multimedijalne sadržaje, tematske ture i rekonstrukcije povijesnih događaja, npr. tematska ruta „Povijesna staza Donjeg Miholjca“
- Razviti tematske rute vezane uz plemićke obitelji Prandau i Mailath
- Digitalizirati kulturno-povijesnu baštinu kroz aplikacije planirane za 2025. godinu
- Nastaviti s razvojem festivala orguljaške i komorne glazbe "Prandau festival" kao autentičnog sadržaja destinacije

Prirodna baština kao osnova za razvoj održivog turizma

Donji Miholjac ima značajne prirodne resurse, uključujući rijeku Dravu, ribnjake, zaštićeni perivoj i druga područja od ekološke važnosti:

- Razviti program interpretacije posebnog ornitološkog rezervata "Podpanj" i drugih zaštićenih dijelova prirode
- Osmisliti promatranje ptica kao specijalizirani turistički proizvod
- Uključi se u projekt "Croatia Naturally Yours - Hrvatska prirodno tvoja" kroz sadnju drveća radi smanjenja ugljikova otiska
- Proširiti ponudu izletišta Stara Drava kroz dodatne sadržaje za aktivnu rekreaciju

Tradicijska baština i manifestacije

Manifestacije poput Miholjačkog sijela, Zlatne berbe, U varoš na poklade i drugih predstavljaju važan dio identiteta grada:

- Unaprijediti postojeće manifestacije s aspekta turističke atraktivnosti, osmišljavanjem sadržaja i dodatnih aktivnosti za posjetitelje
- Razviti kalendar događanja koji bi osigurao ravnomjernu distribuciju kroz godinu
- Povezati tradicijske manifestacije u jedinstveni turistički proizvod "Doživljaj slavonske tradicije"

- Nastaviti s razvijanjem festivala pjevača amatera DMFEST i Art&dance festivala kao novih turističkih proizvoda

Razvoj specijaliziranih oblika turizma

Razvoj specijaliziranih oblika turizma predstavlja suvremeni pristup stvaranju diferencirane turističke ponude prilagođene specifičnim interesima, motivima i potrebama pojedinih segmenata turističkog tržišta. Ovi selektivni oblici turizma nastaju kao odgovor na promjene u ponašanju i očekivanjima turista koji sve više traže autentična, personalizirana i tematski fokusirana iskustva. Prema Godišnjem programu rada Turističke zajednice grada Donjeg Miholjca za 2025. godinu identificirani su potencijali za razvoj nekoliko specijaliziranih oblika turizma, uključujući kulturni turizam, cikloturizam, sportski turizam i gastroturizam, pri čemu se posebno ističu projekti poput "Osmišljavanje novih tematskih ruta (biciklističkih i pješačkih, put meda)" (TZGDM, 2024, str. 5). Razvojem specijaliziranih oblika turističke destinacije mogu proširiti svoju ponudu, privući nove ciljne skupine, produžiti turističku sezonu i povećati turističku potrošnju, istovremeno stvarajući jedinstvene prodajne prednosti na konkurentskom turističkom tržištu.

Gastro turizam

- Razviti gastro rute koje bi povezale lokalne proizvođače hrane, restorane i gastronomske manifestacije
- Nastaviti s razvijanjem gastro događanja poput natjecanja u kuhanju fiš-paprikaša, kobasicijade i manifestacije Slavonije u zjenici oka
- Osmisliti program gastronomske interpretacije tradicionalnih jela miholjačkog kraja
- Poticati certificiranje i brendiranje lokalnih proizvoda poput meda kroz manifestacije poput "Put meda - Dan meda"

Aktivni turizam

- Nastaviti razvoj biciklističkih staza i njihovo povezivanje s postojećim rutama poput Greenway biciklističke staze; kreirati „Dravsku biciklističku rutu“ s info-tablicama i povezivanjem s drugim regionalnim destinacijama
- Osmisliti nove tematske rute (biciklističke i pješačke, put meda)
- Razviti ponudu aktivnosti na rijeci Dravi (vožnje čamcima, promatranje prirode, ribolov)
- Izraditi program za aktivaciju ribolovnog turizma na ribnjacima i rijeci Dravi

Lovni turizam

Donji Miholjac ima tradiciju lovstva i potencijal za razvoj lovnog turizma:

- Izraditi program razvoja lovnog turizma u suradnji s lovačkim udrugama "Trčka" i "Vidra" iz Donjeg Miholjca, "Kobac" iz Golinaca te "Fazan" iz Podravske Podgajaca
- Povezati lovni turizam s gastro ponudom kroz posebne menije od divljači
- Osigurati višejezične materijale i vodiče za strane lovce

Razvoj turizma u prigradskim naseljima

Uključivanje prigradskih naselja Donjeg Miholjca u turistička događanja ključno je za ravnomjeran razvoj destinacije i diversifikaciju turističke ponude. Ova naselja mogu doprinijeti obogaćivanju kulturno-tradicijske ponude, posebno kroz manifestacije vezane uz lokalnu gastronomiju, obrtništvo i prirodne atrakcije. Aktivno sudjelovanje stanovništva u organizaciji događanja povećava osjećaj pripadnosti i potiče očuvanje identiteta regije. Također, širenjem turističkih aktivnosti izvan urbanog središta smanjuje se sezonalnost i potiče razvoj održivog turizma, čime se stvara dodatna ekonomska korist za lokalnu zajednicu. Prijedlozi outdoor događanja za prigradska naselja grada Donji Miholjac:

1. Golinci

- Šetnje s vodičem kroz šumske staze s edukacijom o lokalnoj flori i fauni
- Radionice tradicionalnog lončarstva uz demonstracije izrade keramičkih proizvoda
- Jesenski festival svjetla – ukrašavanje šetnica lampionima i priredbe uz tradicionalnu glazbu
- Zbirka starih poljoprivrednih alata u vlasništvu Branka Perkovića

2. Miholjački Poreč

- Ribolovni kampovi za obitelji s natjecanjima u hvatanju ribe i edukacijom o očuvanju rijeke Drave
- Kajakaške ture uz rijeku, uključujući i noćna istraživanja prirode uz svjetiljke
- Rasadnik Milić i Balatinac – proizvodnja cvijeća

3. Podgajci Podravski

- Agro-turistički dani – posjeti lokalnim farmama, sudjelovanje u berbi voća/povrća i degustacija domaćih proizvoda
- Konjičke ture kroz ravničarske krajolike, organizirane uz suradnju lokalnih uzgajivača konja
- Povijest ribarenja ----- manifestacija „U Podgajci pokraj Drave“

4. Radikovci

- Natjecanje u izradi tradicijskih "prački" uz pratnju likovnih radionica za djecu

- Festival seoskih igara – tradicionalne igre poput bacanja bala sijena ili utrke u vuči kamena.
- Stara ciglana (akademija izrade cigle)

5. Rakitovica

- Zlatna berba 2.0 – proširenje postojeće manifestacije na outdoor radionice ručnog mljevenja kukuruza i pripreme "guščjeg paprikaša" u prirodi
- Noćno kino u polju – projekcije filmova pod vedrim nebom uz degustaciju lokalnih specijaliteta
-

6. Sveti Đurađ

- Pješački maraton "Put svetaca" – tura koja povezuje sakralne objekte s pričama o lokalnoj povijesti
- Eko-radionice – izrada pčelinjaka ili gradnja hotelskih kućica za kukce u suradnji s ekološkim udrugama
- Putevima Pustare

Opći prijedlozi za sva naselja:

- Biciklistički maraton "Putem Greenway staze" – tura koja povezuje sva naselja, s postajama za degustaciju lokalne hrane
- Sezonske berbe (voće, ljekovito bilje) s mogućnošću sudjelovanja turista u branju i učestvovanja u radionicama prerade
- Kampiranje pod zvijezdama – organizirani kampovi uz vatru, priče lokalnih stanovnika i promatranje zvijezda

Ovi događaji koriste prirodne, kulturne i gastronomske potencijale svakog naselja, ističući autentičnost i potičući održivi turizam. Za uspjeh je ključna suradnja s lokalnim udrugama, školama i poduzetnicima, te promocija kroz digitalne platforme i suradnju s turističkim agencijama.

Unapređenje turističke infrastrukture

Unapređenje postojeće i izgradnja nove turističke infrastrukture ključni su elementi za podizanje konkurentnosti Donjeg Miholjca na turističkom tržištu i stvaranje preduvjeta za razvoj različitih oblika turizma. Fokus na infrastrukturna ulaganja omogućit će gradu da pruži kvalitetniji doživljaj posjetiteljima, produži turističku sezonu i potakne veću potrošnju u destinaciji. Za naredno razdoblje preporučuju se sljedeća unapređenja:

Smještajni kapaciteti

- Poticati daljnji razvoj kvalitetnih smještajnih kapaciteta, posebno onih više kategorija
- Osmisliti program poticaja za razvoj tematiziranih smještajnih jedinica (npr. u skladu s kulturno-povijesnim nasljeđem)
- Organizirati edukacije za privatne iznajmljivače o kvaliteti usluga i standardima
- Razviti sustav označavanja kvalitete turističkog proizvoda

Turistička signalizacija i interpretacija

- Nadopuniti smeđu i ostalu turističku signalizaciju
- Osmisliti foto punktove - nekoliko specifičnih i prepoznatljivih mjesta za fotografiranje
- Postaviti interpretacijske ploče na ključnim lokacijama kulturno-povijesne baštine
- Izraditi mobilnu aplikaciju za samostalno istraživanje destinacije

Pristanište na rijeci Dravi

- Izraditi studiju izvodljivosti za izgradnju pristaništa za turističke brodove na rijeci Dravi
- Povezati pristanište s ostalim turističkim sadržajima grada kroz tematske ture
- Uređenje obale Drave: izgraditi šetnice, vidikovce i male marine za čamce kako bi se privukli ljubitelji prirode i aktivnog odmora

Brendiranje i promocija destinacije

Brendiranje i promocija destinacije ključni su procesi koji omogućuju stvaranje prepoznatljivog identiteta turističkog mjesta i njegovog učinkovitog komuniciranja prema ciljanim tržištima. Ovi strateški procesi uključuju identifikaciju jedinstvenih atributa destinacije, kreiranje dosljedne vizualne i verbalne komunikacije te razvoj marketinških aktivnosti koje prenose autentičnu priču i vrijednost mjesta. Prema Godišnjem programu rada Turističke zajednice grada Donjeg Miholjca za 2025. godinu, efektivno brendiranje destinacije zahtijeva "definiranje branding sustava i brend arhitekture" te "oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda" (TZGDM, 2024, str. 22). Uspješna promocija destinacije obuhvaća različite kanale komunikacije, uključujući digitalni marketing, odnose s javnošću, sudjelovanje na sajmovima i posebnim prezentacijama te kreiranje promotivnih materijala koji dosljedno prenose ključne vrijednosti i prednosti destinacije potencijalnim posjetiteljima. Za unapređenje brendiranja i promocije destinacije Donji Miholjac preporučuje se:

Definiranje branding sustava

- Kreirati i graditi brand grada, temeljen na viziji „oaze mira i autentičnosti“ (npr. „Donji Miholjac – Oaza mira uz Dravu“), jačanjem digitalne prisutnosti i kroz promociju na sajmovima turizma
- Implementirati knjige standarda prilikom oglašavanja putem tiskanih materijala i digitalnog marketinga
- Razviti prepoznatljiv vizualni identitet destinacije za korištenje na promo materijalima

Unapređenje digitalnog marketinga

- Izraditi kvalitetnu brošuru i promo video
- Kontinuirano ažurirati web stranice i profile na društvenim mrežama
- Razviti program digitalnog oglašavanja usmjeren prema ciljanim skupinama
- Povećati vidljivost na specijaliziranim portalima za kulturni, aktivni i gastro turizam

Suradnja s medijima i organizatorima putovanja

- Organizirati studijska putovanja za novinare i turističke agente u suradnji s TZ Osječko-baranjske županije i HTZ-om
- Razviti press materijale s naglašenim jedinstvenim vrijednostima destinacije

Upravljanje destinacijom i suradnja dionika

Upravljanje destinacijom i suradnja dionika temelj su uspješnog razvoja turističke destinacije kroz integrirani pristup planiranju, implementaciji i nadzoru turističkih aktivnosti. Ovaj koncept podrazumijeva koordinirano djelovanje svih relevantnih subjekata javnog i privatnog sektora koji utječu na turističku ponudu i iskustvo posjetitelja. Prema Godišnjem programu rada Turističke zajednice grada Donjeg Miholjca za 2025. godinu, "razvoj i marketing destinacija kroz koordiniranje aktivnosti ključnih turističkog razvoja" te "osiguranje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa kroz jačanje lokalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnoj razini" čine glavne pravce djelovanja za uspješno upravljanje destinacijom (TZGDM, 2024, str. 4). Učinkovita suradnja dionika omogućuje stvaranje sinergije između različitih sektora, uključujući smještaj, ugostiteljstvo, atrakcije, lokalnu vlast i civilno društvo, čime se optimizira korištenje resursa i povećava konkurentnost destinacija na turističkom tržištu. Predlažu se sljedeće aktivnosti:

Koordinacija dionika

- Uspostaviti formalni model koordinacije dionika u turizmu (javni, privatni i civilni sektor)
- Organizirati redovite sastanke i radionice za planiranje i praćenje razvoja turizma
- Poticati stvaranje klastera i drugih oblika suradnje među dionicima

- Suradivati s turističkim agencijama i lokalnim poduzetnicima za stvaranje paketa (npr. „Vikend u Slavoniji“ s posjetom Donjem Miholjcu)

Edukacija dionika

- Provoditi kontinuiranu edukaciju dionika u turizmu
- Organizirati specijalizirane radionice prema potrebama pojedinih skupina dionika (ugostitelji, iznajmljivači, vodiči)

Prekogranična i međunarodna suradnja

- Intenzivirati suradnju s gradovima prijateljima u Mađarskoj (Šiklos, Harkanj) i Poljskoj (Drwinia)
- Razviti zajedničke prekogranične turističke proizvode
- Prijavljivati projekte za EU financiranje u području turizma i kulture

Mjere za održiv razvoj turizma

Mjere za održivi razvoj turizma predstavljaju skup strategija, politika i konkretnih aktivnosti usmjerenih na uspostavljanje ravnoteže između ekonomskih koristi turizma, očuvanja okoliša i dobrobiti lokalne zajednice. Ove mjere nastoje osigurati dugoročnu održivost turističkih djelatnosti kroz odgovorno korištenje prirodnih i kulturnih resursa te pravednu raspodjelu koristi među svim dionicima. Prema Godišnjem programu rada Turističke zajednice grada Donjeg Miholjca za 2025. godinu, jedan od ključnih strateških ciljeva je "poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji te razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, kao i potrebi i važnosti očuvanja i unaprjeđenja svih elemenata turističke resursne osnove destinacije, a osobito zaštite okoliša, kao i prirodne i kulturne baštine sukladno načelima održivog razvoja" (TZGDM, 2024, str. Implementacija mjera održivog razvoja turizma obuhvaća širok spektar aktivnosti - od upravljanja posjetiteljima i certifikacije održive prakse, do poticanja korištenja obnovljivih izvora energije i očuvanja bioraznolikosti.

Predlažu se sljedeće aktivnosti:

Zelena tranzicija

- Poticati održivu praksu među turističkim subjektima (smanjenje otpada, energetska učinkovitost)
- Nastaviti s projektom sadnje drveća u sklopu projekta "Croatia Naturally Yours" (Godišnji program rada TZG Donjeg Miholjca za 2025. godinu, 2024., str. 26)
- Razviti program interpretacije prirodne baštine s naglaskom na ekološku edukaciju

Digitalna tranzicija

- Provesti digitalizaciju dokumentacije TZG Donji Miholjac
- Razviti digitalne alate za praćenje turističkih kretanja i preferencija
- Poticati korištenje digitalnih tehnologija među turističkim subjektima

Preporuke za donošenje odluka predstavničkog tijela

Preporuke za donošenje odluka predstavničkih tijela predstavljaju stručno utemeljene smjernice koje služe kao podrška vijećnicima i odbornicima u procesu razmatranja i glasovanja o pitanjima od javnog interesa. Ove preporuke obično proizlaze iz detaljnih analiza, javnih rasprava i stručnih mišljenja relevantnih za određeno područje odlučivanja. Za učinkovito djelovanje lokalne samouprave važno je da predstavničko tijelo poput Gradskog vijeća donosi odluke utemeljene na relevantnim podacima o funkcioniranju, propisanim procedurama i dugoročnim interesima zajednice. U kontekstu turističkog razvoja, ove preporuke mogu uključiti prijedloge za usvajanje strateških dokumenata poput Programa rada Turističke zajednice, prijedloge za financiranje ključnih turističkih projekata ili izmjene regulatornog okvira koji utječu na turističku djelatnost. Kvalitetne preporuke trebaju se uzeti u obzir ekonomske, društvene i okolišne aspekte predloženih odluka, osiguravajući uravnotežen pristup razvoju i upravljanju resursima.

Odluka o kapacitetima smještajnih objekata u destinaciji

S obzirom na trenutno stanje smještajnih kapaciteta i potencijal za razvoj, preporučuje se donošenje odluka kojim bi se:

- Odredili ciljne kapaciteti smještajnih objekata po kategorijama za razdoblje do 2030.
- Definirali standarde kvalitete za nove smještajne objekte
- Predvidjeli poticaji za razvoj tematiziranih smještajnih objekata više kategorije

Odluka o upravljanju turističkim tokovima

Preporučuje se donošenje Odluke o upravljanju turističkim tokovima koja bi uključivala:

- Određivanje glavnih turističkih zona i njihovih kapaciteta
- Definiranje mjera za distribuciju posjetitelja izvan glavne sezone
- Utvrđivanje protokola za upravljanje posjetiteljima tijekom većih manifestacija

Odluka o uvođenju turističkog ekološkog doprinosa

Preporučuje se razmatranje uvođenja turističkog ekološkog doprinosa koji bi:

- Osigurao dodatna sredstva za očuvanje prirodnih resursa
- Financirao projekte zelene infrastrukture

- Podržao edukativne programe o održivom turizmu

Predložene smjernice i preporuke usklađene su s nacionalnim strateškim dokumentima i usmjerene su na cjelogodišnji i održivi turizam, uz neophodnu zelenu i digitalnu tranziciju, što je u skladu sa Strategijom razvoja održivog turizma do 2030. godine.

POPIS PROJEKATA

Naziv projekta:

Obnova prirodne baštine kompleksa dvorca Mailath u Donjem Miholjcu

Kratki opis i svrha: Obnova perivoja s pripadajućim građevinama kompleksa oko dvorca Mailath te rekonstrukcija zgrade staklenika, kljališta, osmerokutnog paviljona, vrtne kućice

Naznaka posebnog značaja: Perivoj se nalazi unutar Kulturno-povijesne cjeline grada Donjeg Miholjca, Zona-A, upisan u Registar kulturnih dobara RH, Lista zaštićenih kulturnih dobara Z-2259, Spomenik parkovne arhitekture

- Nositelj provedbe i lokacija: Grad Donji Miholjac, k.č.br.255/2, ko. Donji Miholjac
- Planirani rokovi početka i završetka: 2026. – 2029.
- Ključne točke s planiranim rokovima izvršenja: 2029.
- Procijenjena vrijednost projekta s naznačenim izvorom sredstava: 10.500.000,00 €
- Status projektne dokumentacije: Ishođena građevinska dozvola
- Status prijave projekta: nije prijavljen

Naziv projekta

OSVIT kulture – Posjetiteljski multimedijalni kulturni centar

Kratki opis i svrha: Predmet ovog projekta je rekonstrukcija javne kulturne zgrade koja se nalazi u samom središtu grada Donjeg Miholjca te predstavlja kulturnu znamenitost prvenstveno zbog svoga smještaja u području zaštićene kulturno povijesne cjeline, a u blizini od oko 50 km nema takve veće i značajnije zgrade koja objedinjuje i sadrži više kulturnih djelatnosti. Zgrada je smještena na križanju Trga Ante Starčevića i Kolodvorske ulice s jugozapadne strane u Donjem Miholjcu u kojoj se planira Posjetiteljski multimedijalni kulturni centar, u vrlo lošem je stanju i zahtijeva obnovu.

Naznaka posebnog značaja: Zgrada se nalazi u sklopu Povijesne graditeljske cjeline, a promatra se kao civilna građevina. Nalazi u blizini Povijesnog sklopa dvorca Mailáth i Prandau te perivoja koji se proteže na 13 ha, koje su najznačajnija kulturna i prirodna baština Donjeg Miholjca. Prema Očitovanju Uprave za zaštitu kulturne baštine, Konzervatorskog odjela u Osijeku k.č.br. 767/1 u k.o. Donji Miholjac utvrđeno je da se nalazi unutar Kulturno-povijesne cjeline grada Donjeg Miholjca koja je upisana u Registar kulturnih dobara, na Listu zaštićenih kulturnih dobara Z-2259.

Nositelj provedbe i lokacija: Zgrada se nalazi na k.č. 767/1 površine 1.342 m², a sastoji se od dvorišta površine 391 m² i zgrade 951 m². Sama lokacija je udaljena 5 km od mađ.granice

- Planirani rokovi početka i završetka: 2025.-2029.
- Procijenjena vrijednost s naznačenim izvorom sredstava: 5.899.436,45 €
- Status projektne dokumentacije: Ishođena građevinska dozvola
- Status prijave projekta: prijavljen na Poziv PK.6.4.01.0124 Obnova javne kulturne infrastrukture

Naziv projekta:

Obnova i opremanje dvoraca Prandau i Mailath

Kratki opis i svrha: Planirano je obnoviti zgrade dvoraca u Donjem Miholjcu (stari i novi dvorac)

Stari dvorac: Građevina se sastoji od podruma, prizemlja i potkrovlja, sastoji se od dva krila koja su spojena blagim zakošenjem. Prostorije na sve tri etaže su poredane u jednoj uzdužnoj osi smjera istok-zapad. Predmetnu građevinu čini historicistička građevina izdužena u smjeru istok-zapad oko 83,5 metara, a sa istočne dvorac je širok oko 9,5 metara, dok je sa zapadne strane krilo u najširem dijelu tlocrta široko preko 13 metara. Podrum karakteriziraju dva neovisna prostorna dijela kojem se pristupa zasebnim stubama iz zapadnog i istočnog dijela prizemlja. Podrum građevine karakteriziraju zasvođeni prostori, namijenjeni skladištenju leda. Prizemlje je koncipirano oko centralnog hodnika koji se nalazi na uzdužnoj osi građevine, oko kojeg se nalaze prostorije. Prizemlje predstavlja reprezentativni dio građevine. Također prizemlje karakteriziraju veliki svođeni prostori koji su služili kao predavačke dvorane i blagovaone. Potkrovlje čini jedna neprekinuta prostorna cjelina koja je pokrivena četverostrešnim krovom.

Novi dvorac: Predmetna je građevina jednokrina građevina koja se sastoji od podruma, prizemlja, prvoga kata i potkrovlja. Svojim gabaritima dvorac je uvjetno simetričan po svojoj uzdužnoj i poprečnoj osi. Također je njezin unutrašnji raspored uvjetovan tom simetrijom. Središnji hodnik na svakoj etaži prati uzdužnu os simetrije građevine. Prostorije su poredane s istočne i zapadne strane spomenuta hodnika. Podrum, tlocrtno gledano zauzima nešto veći gabarit nego nadzemne etaže. Zidovi podruma u većem dijelu poklapaju se sa zidovima prizemlja. Najvećim dijelom podrumske etaže bile su smještene tehničke i prateće prostorije dvorca. Prizemlje je koncipirano oko središnjeg hodnika koji se nalazi na uzdužnoj osi građevine, oko kojeg se nalaze prostorije. Prizemlje predstavlja reprezentativni dio građevine. Karakteriziraju ga veliki svođeni prostori koji su služili kao predavačke dvorane/dvorane za bal, knjižnica, spavaonice i blagovaonice. Prvi kat je koncipiran oko središnjeg hodnika oko kojeg se nalaze prostorije i karakterizira ga zračni prostor koji se nalazi iznad predavačke dvorane na istočnom dijelu građevine i koji visinom zaprema dvije etaže. Na prvom katu su bile spavaonice s kupatilom, kapelica, blagovaonice i ostalo.

Naznaka posebnog značaja: Kompleks dvorca Mailath pojedinačno je zaštićeno kulturno dobro i upisan je pod brojem Z-1631 u Registar kulturnih dobara RH, Listu zaštićenih kulturnih dobara. Nalazi se unutar Kulturno-povijesne cjeline grada Donjeg Miholjca koja je upisana u Registar kulturnih dobara RH, Listu zaštićenih kulturnih dobara pod brojem Z-2259 (zona A).

- Nositelj provedbe i lokacija: Grad Donji Miholjac, k.č.br.255/1, ko. Donji Miholjac, površine 5.697 m²
- Planirani rokovi početka i završetka: 2026.-2029.
- Procijenjena vrijednost projekta s naznačenim izvorom sredstava: Obnova: 6.289.964,57 €, Opremanje: 1.735.656,28 €
- Status projektne dokumentacije: Projektna dokumentacija izrađena, ne treba građevinska dozvola, Ugovor o uporabi na neodređeno s Ministarstvom prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine
- Status prijave projekta: nije prijavljen

Naziv projekta:

Izgradnja biciklističke staze u Vukovarskoj ulici, Harambašićevoj ulici i naselju Gorica u D. Miholjcu

Kratki opis i svrha:

Izgradnjom biciklističkih staza maknut će se bicikliste s glavnih cesta. Staze će biti spojene sa stazom koja će voditi od P. Moslavine pa dalje prema Osijeku. Uz staze će biti zasađeno preko 350 mladih stabala.

- Podaci o nositelju provedbe i lokaciji: Grad Donji Miholjac, ulice Vukovarska, Harambašićeva i Gorica
- Planirani rokovi početka i završetka: 2024. - 2025.
- Procijenjena vrijednost projekta s naznačenim izvorom sredstava: 950.000 €
Dokumentacija je spremna i projekti su u tijeku.

Naziv projekta

Izgradnja novog društvenog doma u Podgajcima Podravskim

- Podaci o nositelju provedbe i lokaciji: Grad Donji. Miholjac, naselje Podgajci Podravski
- Procijenjena vrijednost projekta: 1.700.000 €
- Građevinska dozvola je izdana.

MJERENJE NAPRETKA I IZVJEŠĆE O PROVEDBI

Izvješće o provedbi

Provedba plana upravljanja destinacijom zahtijeva redovito praćenje i izvješćivanje svih uključenih dionika odgovornih za pitanja turizma. Važno je osigurati odgovarajuće vremenske intervale u kojima će se izvršiti provjera napretka te uočiti potencijalne prepreke. Ukoliko se uoče prepreke, neželjene posljedice ili potreba za prilagođavanjem, odnosno nemogućnost ostvarivanja razvojnog smjera i provedbe planiranih mjera i aktivnosti, potrebno je prilikom redovnog praćenja napretka o istome izvijestiti predstavničko tijelo jedinice lokalne odnosno područne (regionalne) samouprave kako bi se pravodobno pristupilo izmjenama plana upravljanja destinacijom.

Turističko vijeće izvješće o provedbi plana upravljanja destinacijom za prethodnu godinu dostavlja predstavničkom tijelu jedinice lokalne samouprave za čije se područje Plan upravljanja destinacijom donosi do 31. ožujka tekuće godine.

Obrazac za izvješćivanje o provedbi Plana

Obrazac za izvješćivanje o provedbi Plana upravljanja destinacijom Grad Donji Miholjac potrebno je strukturirati prema ključnim elementima kako bi se olakšalo praćenje napretka i osiguralo pravovremeno uočavanje potrebe za izmjenama Plana. Obrazac omogućava:

- Detaljno praćenje provedbe svih strateških ciljeva i prioriteta definiranih u Planu
- Monitoring financijskih pokazatelja i učinkovitosti korištenja resursa
- Evaluaciju doprinosa svih dionika
- Analizu učinaka na razvoj destinacije
- Identifikaciju rizika i prepreka u provedbi
- Predlaganje korektivnih mjera

Posebno su naglašeni elementi praćenja koji proizlaze iz strateških ciljeva definiranih u Planu upravljanja destinacijom:

- Razvoj prepoznatljivog turističkog proizvoda temeljenog na kulturnoj baštini
- Unapređenje turističke infrastrukture i smještajnih kapaciteta
- Razvoj ljudskih potencijala i poduzetništva u turizmu
- Pozicioniranje na turističkom tržištu i digitalna transformacija
- Održivo upravljanje destinacijom i cjelogodišnji turizam

Obrazac se može prilagoditi specifičnim potrebama i može se nadopunjavati prema zahtjevima dionika ili regulatornih tijela. Predlaže se da isti sadržava sljedeće:

A. Ostvarenje ključnih pokazatelja uspješnosti

- Turistički pokazatelji (plan / ostvarenje / indeks)
 - Broj dolazaka
 - Broj noćenja
 - Prosječna duljina boravka
 - Turistička potrošnja
- Infrastrukturni pokazatelji (plan / ostvarenje / indeks)
 - Broj objekata
 - Broj smještajnih jedinica
 - Broj ležajeva

B. Provedba strateških ciljeva

Strateški cilj 1:

Prioriteti / Mjere za strateški cilj 1

(status / uložena sredstva / ostvareni rezultati / obrazloženje odstupanja)

C. Financijsko izvješće

Izvori financiranja (Planirano / ostvareno / indeks)

- Proračun
- EU fondovi
- Ostali izvori
- Ukupno

2. Aktivnosti dionika (planirane aktivnosti, realizirane aktivnosti)

- Lokalna samouprava
- TZ grada D. Miholjca
- Privatni sektor
- Civilni sektor

3. Identificirani problemi i preporuke

- Uočeni problemi u provedbi
- Preporuke za rješavanje

4. Prijedlog izmjena Plana

- Potrebne izmjene
- Obrazloženje izmjena

5. Prilozi

- Financijski izvještaji
- Foto dokumentacija
- Medijski isječci
- Zapisnici
- Ostalo

Izvori informacija:

- Provedbeni program Grada Donjeg Miholjca za razdoblje 2022.-2025.
Grad Donji Miholjac, 2022. godina....
- Godišnji program rada Turističke zajednice grada Donjeg Miholjca za 2025.
godinu
- Lokalna razvojna strategija Grada Donjeg Miholjca 2015.-2020.
Miholjački poduzetnički centar Lokalna razvojna agencija d.o.o., Grad Donji
Miholjac
- Prostorni plan uređenja Grada Donjeg Miholjca
Urbanistički institut Hrvatske d.d., 2005. godina
- Master plan turizma Osječko-baranjske županije
Horwath i Horwath Consulting Zagreb d.o.o., Osijek, travanj 2017. godine
- Strategija razvoja turizma Grada Donjeg Miholjca za razdoblje 2017.-2027.
T&MC Group, Miholjački poduzetnički centar, Turistička zajednica Grada Donjeg
Miholjca, studeni 2018. godine
- Izvješće o stanju u prostoru Grada Donjeg Miholjca za razdoblje od 2018. do
2022. godine
CPA Centar za prostorno uređenje i arhitekturu d.o.o., lipanj 2023. godine