

Selektivni oblici turizma na području Brodsko-posavske županije

Stjepanović, Iris

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:991638>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-28**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



SVEUČILIŠTE JURJA DOBRILE U PULI
FAKULTET EKONOMIJE I TURIZMA „DR.MIJO MIRKOVIĆ“
PREDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ

SELEKTIVNI OBLICI TURIZMA NA PODRUČJU BRODSKO-POSAVSKE
ŽUPANIJE
(Završni rad)

Pula,2021.

SVEUČILIŠTE JURJA DOBRILE U PULI
FAKULTET EKONOMIJE I TURIZMA „DR.MIJO MIRKOVIĆ“
PREDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ

SELEKTIVNI OBLICI TURIZMA NA PODRUČJU BRODSKO-POSAVSKE
ŽUPANIJE
(Završni rad)

Student: Iris Stjepanović

Smjer: Turizam

JMBAG: 0303081475

Mentor: doc.dr.sc.Aljoša Vitasović

Pula, 2021.

SADRŽAJ

1.UVOD.....	1
2.DEFINICIJA TURIZMA.....	2
2.1.Razvoj i nastanak turizma.....	2
2.2.Definicija selektivnog turizma i njegove sastavnice.....	4
2.3.Motivi turističkog putovanja.....	5
2.4.Održivi razvoj turizma.....	6
3.TURIZAM REPUBLIKE HRVATSKE.....	7
3.1.Razvoj turizma u Hrvatskoj.....	7
3.2.Selektivni oblici turizma u Hrvatskoj.....	8
3.3.Promocija i brend destinacija.....	9
3.4.Plan razvoja turizma u Hrvatskoj.....	9
4.BRODSKO-POSAVSKA ŽUPANIJA.....	11
4.1.Glavne značajke Brodsko-posavske županije.....	11
4.2.Geografske sastavnice.....	11
4.3.SWOT analiza.....	12
5.TURIZAM BRODSKO-POSAVSKE ŽUPANIJE.....	16
5.1.Povijesni podaci.....	16
5.2.Ponuda.....	18
5.3.Turistička zajednica Brodsko-posavske županije.....	19
5.4.Smještajni kapaciteti.....	19
5.5.Razvoj selektivnih oblika turizma u županiji.....	19
5.5.1.Ruralni seoski turizam.....	20
5.5.2.Etno i gastroturizam.....	22
5.5.3.Lovni i ribolovni turizam.....	22
5.5.4.Ekoturizam.....	22
5.5.5.Ostale turističke atrakcije.....	25
5.6.Razvoj turizma u Brodsko-posavskoj županiji.....	31
5.7.Prijedlog valorizacije i oblikovanje ponude Brodsko-posavske županije..	32
6.ZAKLJUČAK.....	35
7.POPIS LITERATURE.....	37

SAŽETAK

Selektivni oblik turizma se može definirati s nekoliko termina, a neki od njih su: turizam posebnih interesa, alternativni turizam ili sinonim održivog ili odgovornog turizma. Glavna stavka selektivnog turizma je stavljanje glavnog fokusa na samog turista. Turisti koji se okreću takvoj vrsti turizma smatraju se obrazovanijima i iskusnijima. Republika Hrvatska prepoznata je u svijetu po masovnom turizmu koji raste iz godine u godinu, najviše je popularan jadranski dio gdje se očituje njegova sezonalnost i to je glavna odlika hrvatskog turizma, dok je kontinentalni dio ostao neiskorišten. Brodsko-posavska županija je smještena u južnom dijelu slavonske nizine, na prostoru između planine Psunj, Požeškog i Diljskog gorja sa sjevera i rijeke Save s juga i obuhvaća prostor od ukupno 2.043 četvorna kilometra. U gradovima živi 79.004 stanovnika ili 45,67 % dok u ruralnim sredinama živi 93.989 stanovnika ili 54,33 % svih stanovnika županije. Kao središte županije našao se grad Slavonski Brod. Iako se na tom području mogu pronaći očuvani prostori, kulturno-povijesni spomenici te baština Republike Hrvatske, turizam nije dovoljno razvijen i turistički potencijali tog područja nisu dovoljno iskorišteni. Sama županija nudi zdravstveni turizam, lovni te seoski i ruralni turizam kao vrste selektivnog turizma, koji prednjači na tom području.

1. UVOD

Selektivni turizam na području Brodsko-posavske županije kao turizam posebnih interesa postavljen je kao glavni fokus ovog rada. Selektivni turizam kao takav usmjeren je na turističku ponudu i potražnju novih, suvremenih turista i njihov razlog dolaska u samo

područje. Glavna hipoteza rada jest da se Brodsko-posavska županija sastoji od svih sadržaja potrebnih za kreaciju povoljne turističke ponude, ipak shodno s razvojem same kontinentalne Republike Hrvatske, nedovoljno iskorišteni resursi tog područja uzrokuju nerazvijeni koncept turističke ponude. Svrha rada je definirati turizam i njegovo nastajanje te primijeniti ključne odrednice kako bi se prikazalo postojeće stanje selektivnog turizma Brodsko-posavske županije.

Rad je podijeljen u četiri poglavlja.

Početak rada, prvo poglavlje, razrađuje općenitu definiciju turizma. Od samog razvoja i nastanka turizma do definiranja selektivnog turizma, njegovih sastavnica i bitnih činjenica. Zatim potpoglavlje o motivima turističkih putovanja i zašto ljudi putuju. Kao kraj poglavlja zaokružuje potpoglavlje održivog razvoja turizma koji je potreban kako bi se održala ravnoteža samog turizma.

Sljedeće poglavlje važno je kako bi se razumio razvoj turizma u Republici Hrvatskoj. Koliko je masovnost prepoznata te kako napreduje razvitak selektivnih oblika turizma. Obrađuju se i pojmovi brenda i promocije destinacije te na samom kraju koji je plan razvoja turizma za cjelokupnu državu Hrvatsku.

Treće poglavlje se odnosi na Brodsko-posavsku županiju koja je ključna u ovom radu. Temeljem definiranja glavnih značajki županije, geografskih sastavnica te SWOT analize dolazimo do glavnog dijela rada.

Četvrto poglavlje, ujedno i najveće poglavlje odnosi se na turizam Brodsko-posavske županije. Počevši od povijesnih podataka i ponude, definira se i rad Turističke zajednice. Smještajni kapaciteti i broj noćenja te dolazak turista prikazuje se bolja slika o samom stanju i radu županije. Dva potpoglavlja o razvoju turizma i selektivnih oblika turizma prikazuju nam koji su planovi i na koji način se planira proširiti ponuda i raditi na samom razvitku županije. Zadnje potpoglavlje prikazuje prijedlog valorizacije nekih od područja u županiji.

Na samom kraju zaključkom se dokazuje ili pobija postavljena hipoteza kojom je cijeli rad vođen te objašnjenje donesenog zaključka.

2.DEFINICIJA TURIZMA

Sami počeci turizma temelje se na podacima putovanja mladih aristokrata koji su putovali kako bi svoju kulturnu naobrazbu izoštrili i pripremili za ulazak u doba odraslih. Zatim dolazi

do putovanja novih društvenih klasa koje su isticale socijalne razlike. Veliku i vrlo bitnu prekretnicu donosi nam 19. stoljeće ili stoljeće kada se tehnologija i industrija razvija u punom jeku. Radnička prava i smanjenje radnog vremena dovode do potrebe za iskorištavanjem slobodnog vremena uz upotrebu financijskih sredstava koja polako dovode do pojma koji se danas naziva „masovni turizam“ (Šuran, 2016, str. 13- 15). Ovo poglavlje objašnjava neke bitne sastavnice u razvoju turizma te nastanak selektivnog turizma koji je jedna od bitnih tematika ovog završnog rada. Motivi turističkog putovanja su razlog putovanja uopće te definiranjem održivosti razvoja turizma objedinjuju se sve bitne stavke opstanka suvremenog turizma.

2.1. Razvoj i nastanak turizma

Na pitanje zašto netko putuje, dobiveni odgovori sličie onima na turističkim reklamama. Povedeni nametnutim mišljenjima ljudi putuju bez prave spoznaje do koje dolaze tek kasnije. Ljudi tvrde kako putuju povedeni željom da promijene svakodnevicu i vođeni željom opuštanja i prikupljanja snage. Kako se turizam razvijao tako se razvijala i želja za odmorom te se sve više okretala druženju i aktivnom odmoru (Krippendorf, 1986, str. 43 – 44). Turizam se može definirati kao društvena činjenica tj. društveni fenomen. Ne uzevši u obzir vrstu ili oblik turizma, priča se o društvenom činu koji ne proizlazi iz osnovnih potreba, on je u suvremenom svijetu postao neophodan i sveopće prihvaćen od zajednice pojedinaca. Turizam je odraz opće razvijenosti društva i nedvojbeni čimbenik cjelokupnog društvenog i gospodarskog razvoja.

UN kao međunarodna organizacija je 1963. godine na konferenciji o putovanjima i međunarodnom turizmu prvi puta definirala turiste i to kao: privremene posjetitelje koji borave najmanje 24 sata u zemlji koju posjećuju, kada se svrha putovanja može svrstati pod jednom od ovih stavki: zadovoljstvo (rekreacija, odmor, zdravlje, istraživanje, religija, sport), posao, obiteljski odnosi, misije, konferencije (Šuran, 2016, str. 23). Prema mnogim teorijama može se definirati klasifikacija turističkog ponašanja, ali kada bi se svi razlozi saželi u jedan, odgovor bi bio užitak. Ljudi putuju radi samoostvarenja, vođeni motivom pripadanja.

Kao vrlo bitna godina označava se 1845. kada Thomas Cook počinje organizirati izlete vlakom te „stvarati“ masovni turizam. Putovanjem u skupinama, čovjek ne samo da dobiva sigurnost od nepoznatoga već je i količina troškova manja.

Turizam se može opisati u 4 faze:

Prva faza je faza već spomenute aristokracije kojoj se kasnije pridružuje i buržoazija industrijskog kapitalizma (plemići, zemljoposjednici, kapitalisti). Ljetni boravci; toplice, lječilišta, morska obala, planine ili ruralne rezidencije.

Druga faza postupno uključuje i drugi sloj. Javlja se unaprijed ugovoreni odmor po jeftinim cijenama. U drugoj fazi može se spomenuti zlatno doba Francuske obale ili Azurne obale.

Prije Prvog svjetskog rata odvijala se treća faza turizma. Javljaju se plaćeni godišnji odmori koji su bili nametnuti radnicima. Obale Mediterana postaju sve zanimljivije masi.

U četvrtoj fazi može se pričati o sudjelovanju radnika i djelatnika u turizmu. Praksa organiziranih prijevoza, turističkih vodiča i načina turističkog boravka postaje sve češća (Šuran, 2016, str. 75 – 76). Države se počinju uplitati u organizaciju plaćenih praznika i promociju.

Važno je prihvatiti opće turističke trendove novog turizma jer se on temelji na lokalnom i regionalnom činitelju (Jadrešić, 2001, str. 167). Same nove tendencije i trendovi svjetskog turizma, potreba za rastom i razvojem, nove inovacije, unaprjeđenja turizma i organizacije su poticaji da se poduzmu mjere davanja vlastitih doprinosa u gradnji sveukupnog turizma.

Pojam „hypermoderne“ potrošnje čija demokratizacija stvara nova razlikovanja koja su utemeljena na simboličkim pristupima potrošnje. Novo poimanje oglašavanja postaje brend koji predlaže neku vrijednost ili estetiku. U zahtjevima novih turista javljaju se pravi godišnji odmori, fleksibilniji praznici te interese za određena područja poput kulture, tradicije, okoliša ili ekologije. Želja za autentičnim doživljajem.

Suvremeni turizam je snažan simbol kretanja. Postoje mnogi faktori koji su utjecali na širenje masovnosti turizma. Demokratizacija slobodnog vremena te mogućnost svih slojeva da odu na godišnji odmor jedan je od najvećih faktora, također uvelike je utjecao i tehnološki napredak i dostupost informacija (Rabotić, 2013, str. 11). Bitna stavka je također stavovi prema dokolici i putovanju. Konceptija 3S (sun, sea, sand) predstavlja najpopularniji godišnji odmor kroz konstantnu potražnju za morem i suncem. Uvelike pomaže i dostupnost turističkih destinacija te promocija masovne potrošnje.

Globalizacija je jedan od simbola turizma. Iako turizam doprinosi mnogobrojnim ekonomskim efektima te pomaže u zapošljavanju, investicijama i razvijaju pojedinih djelatnosti, vremenom su se pojavile i one negativne posljedice.

Svaka industrija koja se brzo razvija i raste ima određene posljedice na okruženje u kojem se nalazi. Isto tako u slučaju masovnog turizma dolazi do uništavanja prirodnih i kulturnih resursa (Rabotić, 2013, str. 13). Možemo pričati kako su određene destinacije postale „žrtve“ svojih atrakcija. Pitanje održivosti u masovnom turizmu izuzetan je slučaj o kojem ćemo više reći četvrtom potpoglavlju.

2.2. Definicija selektivnog turizma i njegove sastavnice

Oko 70-ih godina 20. stoljeća pojavio se pojam selektivnog turizma. Taj pojam je zapravo sinonim održivog ili odgovornog turizma. Na anglosaksonskom govornom području još možemo reći da je to special interest tourism ili turizam posebnih interesa. U samoj praksi postoji mnogo vrsta termina koji definiraju selektivni turizam pa se tako još naziva i: turizam posebnih interesa, specifični oblik turizma, tematski turizam, alternativni turizam i sl. Govoreći o odgovornom turizmu niti jedan od termina specifičnih turističkih aktivnosti ne može biti sinonim za etički ili održivi turizam. To se može obrazložiti tako što iako je turizam „posebne“ vrste on nužno ne mora biti odgovoran. Za neke od oblika već danas možemo reći kako su počeli poprimati oblike masovnosti (Rabotić, 2013, str. 17). Selektivni oblici poput kulturnog ili urbanog turizma imaju veliku potražnju te i visoku razinu masovnosti.

Postavljanje turista kao glavni fokus koji oblikuje istraživanje i ponudu turističkog proizvoda odlika je selektivnog turizma. Prilagođen je manjim skupinama turista/potrošača. Karakteristike su ciljno postavljene i životni vijek je vrlo kratak (Luković, 2008, str. 7). Potrebno je realizirati sve potrebe turista te poticati razvoj novih potreba i novih proizvoda.

Razina zadovoljenja određena je doživljajima koji su traženi:

- Turizam određenog interesa kao primjer može navesti fotografski, gastronomski, mračni, transportni i sl.
- Turizam koji se bazira na nekoj tradiciji ili kulturi može biti kao turizam kulturne baštine, obrazovni ili religijski.
- Turizam baziran na aktivnostima prikazuje se kao sportski, avanturistički i sl.

Četiri osnovna kriterija koja definiraju razvrstavanje selektivnih turističkih vrsta su da:

- dodatna potražnja inicira dodatnu ponudu,

- kao selektivna turistička vrsta je tržišno globalno prepoznatljiva,
- u strukturi troška turiste je troškovno dominantna i
- dovoljno masovna da bi bila statistici važna (Luković, 2008, str. 8).

Ponuda pokreće potražnju pa tako i za nastanak neke selektivne vrste potrebno je imati i dodatnu potražnju koja se mora razlikovati od one koja već postoji i ima novi motiv. Oni koji sudjeluju u selektivnom turizmu prema pravilima su obrazovaniji. Iskusniji i odgovorniji za razliku od običnih turista. Karakterizira ih srednja životna dob te uglavnom putuju bez djece. Obično podrazumijevaju i veće troškove te se onda definiraju kao turisti s većom kupovnom moći.

Karakteristike selektivnih turista mogu se usporediti s prošlošću i tadašnjom svrhovitošću i uzbudljivošću. Odlika prijašnjih putovanja bila je znatiželja, spremnost na fizički i intelektualni napor te neki bliži kontakt s lokalnom zajednicom. Jednom riječju, oni nisu „tipični“ turisti, već žele biti aktivniji i da budu putnici.

2.3. Motivi turističkog putovanja

Samim odlaskom na putovanje, čovjek dobiva slobodu i postaje nevezan, sam svoj gospodar. Tada može učiniti što želi, što se drži ispravnim. Putovanjem nastaje i potpuna sloboda. To slobodno vrijeme čovjeka najviše oslobađa, on napušta okolinu u kojoj svakodnevno boravi i udaljuje se od nje koliko najviše može. Samo putovanje zapravo stvara dvostruku slobodu: čovjek ne radi i nije kod kuće.

Kada dođe do te slobode mnogi ne znaju što učiniti s tom iznenadnom slobodom i što učiniti sa samim sobom. Tada traže pomoć turističke industrije (Krippendorf, 1986, str. 43 – 44). Kako bi se izbjegla šablona, čovjek mora biti samoinicijativan i potpuno samostalan.

Motivacija se može definirati kao psihološki proces koji stvara poticaj u čovjeku da ostvari neke svoje želje ili potrebe. Ostvarenje nekog cilja. Postoje „push“ faktori koji se u prenesenom značenju mogu objasniti kao motivacijski faktori koji pojedinca privlače na putovanje. Suprotno tome postoje i „pull“ faktori koji mogu odbiti turista ovisno o ponudi u određenoj destinaciji bazirano na posebne interese koje on želi iskusiti.

Suvremeni turisti samim putovanjem radi zadovoljenja nekih svojih potreba postaju ko-kreatori vlastitog doživljaja. Kupuju ponuđeni proizvod, ali ga prilagođavaju svojem značenju i potrebama. Aktivno sudjelovanje potražnjom u ponudi.

2.4. Održivi razvoj turizma

Održivi turizam se može definirati kao plan ili akcija čiji ciljevi se vode po principima okolišnih, gospodarskih i društveno – kulturnih aspekata turizma. Najvažnije je postići dugotrajnost te ravnotežu između aspekata. Uspoređuju se tri pojma: profit, ljudi i Zemlja. Svaki od njih predstavlja temeljna načela, a to su: ekonomsko, socio-kulturno i ekološko načelo. Moć održivog turizma proširila je svoj utjecaj 90-ih godina prošlog stoljeća (Šuran, 2016, str. 184). Među određenim pravilima kojima vlada, onaj o okolišu je uvelike došao do svijesti suvremenih turista.

U održivom razvoju najbitnije je pridržavati se tri principa. Kvaliteta donosi vrijedan (kvalitetan) doživljaj turistima koji pridonosi kvaliteti života lokalnog stanovništva i štiti prirodu i kulturnu sredinu (Rabotić, 2013, str. 14). Održavanje kontinuiteta resursa prirode na kojima se i zasniva, ali i održava potražnju turista za destinacijom. Najbitnije je zadržati ravnotežu između lokalnog stanovništva i života u određenoj sredini. Neki od glavnih ciljeva mogu se navesti kao: zaštita prirode i okoliša, poštivanje lokalnih kultura i atrakcija, pridonosenje lokalnoj zajednici, zaštita prirodnih resursa te smanjivanje zagađivanja okoliša.

Utjecajem masovnog turizma u Hrvatskoj dolazi do uništavanja lokalnog krajolika i kulture. Važno je postaviti ciljeve kako bi se umanjila količina negativnih utjecaja. Bitno je raditi na zaštiti i očuvanju, također poticati kvalitetu i autentičnost. Održivi turizam se u posljednjih 10 godina počeo sve više razvijati u Hrvatskoj. Prirodna i kulturna bogatstva su jedan od najvećih proizvoda koji destinacija može ponuditi. Vrlo je bitno da se Hrvatska okrene održivosti turizma od kojeg većina stanovništva u samoj zemlji i živi.

3. TURIZAM REPUBLIKE HRVATSKE

Nakon 2. svjetskog rata dolazi do sve veće popularnosti mnogih destinacija koje se nalaze na Sredozemlju zbog blizine toplog mora. Od tog doba, Hrvatska je prošla kroz mnoge razvojne faze. Od poznatog turizma sunca i mora počelo se sve više raditi na različitim sadržajima koji su pomogli u stvaranju različitih novih vrsta turizma. Iako još uvijek, većina turista posjećuje Jadransku obalu i to u ljetnom razdoblju pa se očituje jaka sezonalnost. U ovom poglavlju opisuju se glavne značajke hrvatskog turizma te se definiraju neke od bitnih selektivnih vrsta u Hrvatskoj.

3.1. Razvoj turizma u Hrvatskoj

Razvoj turizma u Hrvatske može se objasniti kroz 5 različitih faza. Od 70-ih godina 19. stoljeća pa sve do 1. svjetskog rata vrijeme je prve faze, zatim dolazi do faze između dva svjetska rata, treća i četvrta faza preklapaju se u razdoblju nakon drugog svjetskog rata pa sve do raspada Jugoslavije. Još u doba Jugoslavije dogodio se veliki procvat turizma 1960-ih i 1970-ih što je donijelo zaradu i velik gospodarski napredak. Dokolica i turizam su stvarale bitan oblik potrošnje (Grandits, Taylor, 2013, str. 399). Te na samom kraju, zadnja faza krenula je 1991. godine stvaranjem Republike Hrvatske koja je samostalna, slobodna i suverena država.

U razvoju turizma u Hrvatskoj najviše se pažnje pružalo izgradnji smještajnih kapaciteta te je ostatak ponude bio prepušten aktivaciji onih koji stvaraju ponudu (Vlahović, 2003, str. 36). Zbog toga je došlo do ne slaganja između sastavnica turističkog smještaja i same turističke usluge koja je pružena. Područje Jadranskog mora i cijela ta regija zauzima trećinu stanovnika i teritorija Hrvatske. Jadransko more najvrjedniji je resurs. U prošlosti otočno stanovništvo se raseljavalo te su otoci postali mjesta na kojima je teško pokretati razvoj iako je riječ o otocima iznimnih vrijednosti. Hrvatska previše očekuje od stranog kapitala, a najbitnije je da se sama politika razvoja uskladi sa željama i mogućnostima domaćih ljudi.

Kako bi zemlja bila uspješna u turizmu bitno je definirati identitet po kojem će biti prepoznata. Bitno je isticati vrijednosti i posebnosti. Cjelovito kreirati proizvod koji je sukladan onime što može ponuditi.

3.2. Selektivni oblici turizma u Hrvatskoj

Turistička ponuda Hrvatske se sadržajno znatno proširuje zbog turista koji sve više žele provoditi dinamičan odmor te potražuju nove sadržaje i način na koji će provoditi svoje slobodno vrijeme. Prema marketinškom planu Hrvatske izdvajaju se neke posebne vrste turizma koje čine najkonkurentnije turističke proizvode.

Jedan od najvrijednijih je nautički turizam. Hrvatska obiluje prirodnim uvjetima poput razvedene obale i mnogobrojnih otoka, također uvjetima za plovidbu tijekom cijele godine, čisto i vrlo toplo more te mnogo već postojeće nautičke infrastrukture (Vukonić, 2005, str. 40). Vrlo je bitna stavka da Hrvatska ima relativnu blizinu glavnih emitivnih tržišta te duž obale rasprostranjenost zračnih luka. Nautički turizam (nautical tourism, marine tourism, yachting tourism i sl.), obuhvaća aktivnosti poput plovidbe ili brodarenja, ali također obuhvaća aktivnosti na rijekama i jezerima.

Još jedan od primjera je kamping turizam koji se sve više razvija. Kampiranje je i način života. Prema raspoloživosti kapaciteta kampova, Hrvatska se rangira na 29. mjesto u Europi te se nalazi na 8. mjestu prema ostvarenim turističkim prometima u kampovima. To dokazuje kako smo vrlo konkurentni na tržištu za razliku od neke druge vrste smještaja. Kamp se definira kao neka vrsta smještaja o određenom ograđenom prostoru za šatore, kamp-prikolice i autodomove gdje se mogu pružati određene turističke usluge.

Kulturni turizam je stvoren za tipove turista koji žele spoznati i imati dublje razumijevanje ljudi i mjesta koja posjećuju (Vukonić, 2005, str. 142). Danas je kulturni turizam zapravo masovna pojava te teže definira svoju jedinstvenost na sve više zaštićenom turističkom tržištu. Razvitak ekoturizma u Hrvatskoj se do sadašnjih godina ograničavao na područja nacionalnih parkova i ostalih zaštićenih područja prirode. Usprkos tome, ekoturizam još uvijek egzistira. Kako bi se takva vrsta turizma bolje razvila bitno je ulagati u indikatore održivosti i u razvoj slabije naseljenih područja u kontinentalnoj Hrvatskoj. Kao najvažnije turističke destinacije mogu se navesti i planine, koje su vrlo privlačne sve više turista koji žele pobjeći od stvarnosti. Planinski turizam se u Hrvatskoj sve više razvija te prema statistikama ima povoljnu budućnost.

Zdravstveni turizam još uvijek nije u potpunosti razvijen kako bi sasvim zadovoljavao potražnju koja se odvija na tržištu. Kako bi se zdravstveni turizam razvijao u određenoj destinaciji bitno je imati prirodne uvjete koji pridonose ljekovitim uvjetima i prirodnim komponentama koje turisti traže (Vukonić, 2005, str. 217). Glavna politika u Hrvatskoj preferira i potiče razvoj maritimnog kupališnog turizma koji definira nedostatak informiranja i istraživanja.

3.3. Promocija i brend destinacija

Brendiranje se definira kao proces kojim se određena destinacija izdvaja i postaje prepoznatljiva. Brend mora biti povezan iskustvima, vrijednostima i izražavati identitet određenog područja (Antić, 2017, nn). Brend nastaje uz pomoć stručnih analiza koje strateškim promišljanjem, uzimajući u obzir sve vrijednosti i prepoznatljivosti jednog mjesta, ističu zašto je ta destinacija drugačija i posebna.

Cijeli proces pokrenut je lokalnom zajednicom koja osjeća potrebu za valorizacijom te obogaćivanjem kulturno – turističke ponude. Kada je brend osmišljen bitno je oživiti ga s dobro planiranim aktivnostima, promocijom te kreacijom pozitivnih slika destinacije.

„Croatia full of life“, turistički je slogan kojim se Republika Hrvatska predstavlja svijetu (Croatiafulloflife, 2017). Bio on valjan ili ne, Hrvatska ima mnogo vrijednosti koje su prepoznatljive bez slogana, a to su raznovrsna vina, maslinova ulja, raznolike manifestacije, Advent u Zagrebu, Nacionalni Parkovi i još mnogi drugi, a kao prva i najpoznatija vrijednost je ponajprije Jadransko more zbog kojeg se već godinama gradi uspjeh u turizmu.

Kao hrvatski simboli se još mogu izdvojiti i hrvatski grb s izmjeničnim kvadratima, kravata te pas dalmatiner. Također, Hrvatska je prepoznatljiva po „bijelim biserjem Slavonije i Hrvatske“, a to su lipicanci. Svako mjesto u Hrvatskoj izgradilo je svoju prepoznatljivost i identitet dostojan područja.

3.4. Plan razvoja turizma u Hrvatskoj

Razdoblje važenja i provedbe aktualne Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine završava krajem godine i Ministarstvo turizma i sporta je pokrenulo izradu nove Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine i Nacionalnog plana razvoja održivog turizma od 2021. do 2027. godine.

Metoda izrade Strategije i Nacionalnog plana bit će participativna te će se u njezinu izradu putem radne skupine i javno savjetovanje uključiti široki krug zainteresiranih dionika, čime će se omogućiti usklađen i koordiniran pristup razvoju održivog turizma. Strategija će propisati viziju razvoja turizma, vodeći računa o načelima održivog razvoja, razvojne potrebe i razvojne potencijale turizma, kao i propisati strateške ciljeve, ključne pokazatelje učinka i ciljane vrijednosti pokazatelja. Strategija će obuhvatiti i javne politike ostalih sektora koji su u uskoj interakciji i međuovisnosti s turizmom te predstavljati uporište

za obuhvat i daljnju konkretizaciju pitanja i mjera koja se dotiču sektora turizma u izradi njihovih nacionalnih planova.

Nacionalni plan pobliže će definirati provedbu strateškog cilja i prioritetnog područja javnih politika za sektor turizma iz Nacionalne razvojne strategije Republike Hrvatske do 2030. godine te Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine, a propisat će srednjoročnu viziju razvoja turizma, kao i opisati prioritete javnih politika u srednjoročnom razdoblju, iz nadležnosti Ministarstva turizma i sporta, a koji su definirani u Strategiji te pokazatelje ishoda i ciljane vrijednosti pokazatelja.

U okviru Nacionalnog plana odredit će se terminski plan provedbe projekata od strateškog značaja, izradit će se indikativni financijski plan s prikazom financijskih pretpostavki za provedbu posebnih ciljeva i projekata od važnosti za područje turizma kao i okvir za praćenje i vrednovanje Nacionalnog plana.

U sklopu izrade Strategije i Nacionalnog plana, Ministarstvo turizma i sporta planira, u skladu s Zakonom o zaštiti okoliša i Zakonom o zaštiti prirode provesti stratešku procjenu utjecaja na okoliš te glavnu ocjenu prihvatljivosti za ekološku mrežu.

4. BRODSKO-POSAVSKA ŽUPANIJA

Četvrto poglavlje prikazuje glavne značajke Brodsko-posavske županije njenu podjelu i geografske sastavnice. Prikaz SWOT analize pobliže označava stajalište i funkcioniranje same županije.

4.1. Glavne značajke Brodsko – posavske županije

Brodsko-posavska županija je smještena u južnom dijelu slavonske nizine, na prostoru između planine Psunj, Požeškog i Diljskog gorja sa sjevera i rijeke Save s juga i obuhvaća prostor od ukupno 2.043 četvorna kilometra što čini 3,61 % ukupnog teritorija Republike Hrvatske (56.542 četvorna kilometra). Prema popisu stanovništva iz 2001., Brodsko-posavska županija ima 172.993 stanovnika što je za 2.005 stanovnika ili 1,15 % manje u odnosu na 1991. godinu. Brodsko-posavska županija participira sa 3,95 % u ukupnom stanovništvu Republike Hrvatske (4.381.352). Prosječna gustoća naseljenosti je 84,68 stanovnika na 1 četvorni km. U gradovima živi 79.004 stanovnika ili 45,67 % od čega u Slavanskom Brodu kao sjedištu županije 63.268 stanovnika, a u Novoj Gradiški 15.736 stanovnika. U ruralnim sredinama živi 93.989 stanovnika ili 54,33 % svih stanovnika županije. Nekoliko je gospodarskih djelatnosti po kojima je županija poznata. Holding Đuro Đaković, jedna od najvećih i najpoznatijih metalurških tvrtki smještena je u Slavanskom Brodu. Poljoprivredna proizvodnja, među kojom se ističe ratarstvo i stočarstvo također je značajna grana brodskoposavskog gospodarstva.

4.2. Geografske sastavnice

Brodsko-posavska županija jedna je od najjužih i najdužih županija koja na istoku graniči sa Vukovarsko-srijemskom, na sjeveroistoku sa Osječko-baranjskom, na sjeveru sa Požeško-slavonskom te na zapadu sa Sisačko-moslavačkom županijom dok se južna granica županije proteže uz rijeku Savu koja je ujedno i međudržavna granica između Republike Hrvatske i Bosne i Hercegovine.

Područje Brodsko-posavske županije može se podijeliti na tri cjeline: brdsko, ravničarsko i nizinsko. Brdsko područje čini blago uzdignuto gorje pokriveno šumom s najvišom nadmorskom visinom od 984 m (Psunj). Ravničarsko područje zauzima najveći dio županije, a čini ga ogranak plodne slavonske ravnice.

Nizinsko područje zauzima prisavski dio, uglavnom dobro zaštićen od visokih voda Save, koji je isprepleten osnovnom i lokalnom kanalskom mrežom.

Županija je područje umjerene kontinentalne klime s vrlo rijetko izraženim ekstremnim meteorološkim promjenama. Bogatstvo voda, šuma i plodno tlo, plovna rijeka i značajni kopneni europski putevi prirodni su uvjeti koji su omogućili visokorazvijeno gospodarstvo, promet, trgovinu i kulturu.

4.3.SWOT analiza

Naredna tablica predstavlja prednosti, slabosti, mogućnosti te prijetnje u Brodskoposavskoj županiji.

Tablica 1: SWOT analiza

PREDNOSTI	SLABOSTI
-----------	----------

<ul style="list-style-type: none"> -Povoljan zemljopisni položaj -Biološka raznolikost, bogati prirodni resursi -Prirodne prednosti (Park prirode Lonjsko polje, Sava) -Dostupnost sirovina (nalazišta gline, pijeska, kamena) -Tradicija obrta i raznolikost arheološkog nasljeđa -Dobra prometna mreža (cestovna, željeznička, riječna, telekomunikacijska) -Dostupnost poduzetničke infrastrukture -Postojeći resursi pogodni za razvoj turizma -Postojanje lovišta -Razvijena kulturna baština i tradicija -Razmjerno niski start-up troškovi -Tradicija u metaloprerađivačkoj i drvenoj industriji 	<ul style="list-style-type: none"> -Visoka nezaposlenost te je većina nezaposlenih nekvalificirana -Vrlo velik broj zatvorenih poduzeća i obrta te naglašena nelikvidnost -Niska radna produktivnost - Sve starija populacija u ruralnim područjima -Prenaglašena podjela grad-selo -Nedovoljna iskorištenost kapaciteta -Nedostatak kapitala za poslovna ulaganja -Slabo poduzetničko okruženje i poduzetnička klima -Posljedice rata -Visoka stopa razvoda, obiteljskog nasilja i djece s poremećajima u ponašanju -Slaba turistička ponuda i infrastruktura -Manjak tradicionalnih poljoprivrednika i eko-proizvodnje -Nepopunjene industrijske zone -Nedovoljna poduzetnička znanja, informatička pismenost i strani jezici -Nekonkurentnost proizvodnog sektora, zastarjele tehnologije -Niska razina ulaganja u istraživanje i razvoj -Usitnjenost i nepovezanost poljoprivrednih zemljišta
---	--

MOGUĆNOSTI

PRIJETNJE

<ul style="list-style-type: none"> -Nove prometnice -Potencijali za poboljšanje kvalitete poslova na području šumarstva -Oblici kontinentalnog turizma -Nove mogućnosti zapošljavanja kroz razne projekte -Stvaranje nove i poboljšane postojeće vodovodne infrastrukture -Stvaranje pozitivne poduzetničke klime -Uključivanje u razvojne programe i područja od posebne državne skrbi na lokalnoj razini -Ulaganje u obnovljive izvore energije i energetske učinkovitost -Turistička valorizacija prirodnih i kulturnih resursa -Potencijal razvoja ruralnog turizma -Razvoj ljudskih potencijala sukladno potrebama tržišta rada i zapošljivosti ranjivih skupina -Jačanje konkurentnosti malog i srednjeg poduzetništva, poduzetničke klime i inicijative -Nova decentralizacija 	<ul style="list-style-type: none"> -Tradicionalni sektori suočeni s konkurencijom proizvođača iz EU -Povećana socijalna uključenost -Izostanak ulaganja -Nacionalne politike konkurentnosti porezne politike usporavaju lokalne investicije -Nepovoljne odluke na nacionalnom nivou -Nepovoljne vremenske prilike s utjecajem na razvoj poljoprivrede -Stalne promjene zakona i poreznog sustava- nestabilnost -Zagađenje zraka iz rafinerije u Bosanskom Brodu -Uvoz poljoprivrednih proizvoda -Gubitak identiteta ruralnog područja zbog blizine grada i iseljavanja stanovništva -Nizak standard života stanovništva ruralnih područja -Zastarjela željeznička infrastruktura -Veliki trgovački lanci guše male trgovce, obrtnike i poljoprivrednike -Nespремnost za poduzimanje pravovremenih reformi na državnoj razini
--	--

Preuzeto sa županijke strategije do 2020. godine
<https://www.bpz.hr/images/dokumenti/ostalo/1811081019332.pdf>

Ovaj tablični prikaz SWOT analize, iako zastarjeli, ne razlikuje se mnogo od današnjeg stanja u Brodsko-posavskoj županiji. Prikazane su prednosti i mogućnosti, ali svejedno prijetnje i slabosti otvaraju još dalek put za oporavak i poboljšanje rada same županije.

5. TURIZAM BRODSKO – POSAVSKE ŽUPANIJE

Iako je Hrvatska popraćena nedaćama, turizam pokazuje veliku otpornost te su sami turistički rezultati značajno povećani. Nakon ulaska Hrvatske u EU, počeli su se javljati novi izazovi i nove prilike u turizmu. Očuvanost, rijetka naseljenost te očuvana graditeljska tradicijska baština stvaraju mogućnosti razvoja selektivnih oblika turizma u Brodsko-posavskoj županiji. Neki od već razvijenih su zdravstveni turizam, lovni turizam, seoski i ruralni turizam, cikloturizam, eno i gastro turizam i sl. Ipak, potencijali nisu dovoljno iskorišteni te turistička ponuda nije osmišljena kako bi privukla dolazak turista.

5.1. Povijesni podaci

Grad Slavonski Brod kao središte županije, arheološko je nalazište rimskoga doba. Geološki nalazi šireg područja brodske okolice sežu u vrijeme paleozoika, a najstariji tragovi pojave živih bića pripadaju vremenu tercijara (oko 20 milijuna godina starosti) i vežu se uz nalaze fosila Panonskog mora (okamenjeni puževi, školjke, ježinci, ribe, koralji, zvjezdače i slično). Osobito su česti nalazi mamuta, spiljskog medvjeda, bizona, jelena lopatara, a najznačajniji je nalaz lubanje stepskog slona pronađenog pri iskopu kanala Glogovica u samom gradu 1957. godine. Ovaj primjerak datira se oko 400 tisuća godina starosti i predstavlja najcjelovitiji takav nalaz u ovom dijelu Europe. Uvjeti za život u brodskoj okolini bili su vrlo povoljni, jer se javlja velik broj naselja najstarije neolitičke kulture u jugoistočnoj Europi – starčevačke kulture.

Do dolaska Rimljana na ovim su prostorima živjela panonska plemena, srodna Ilirima, mjestimično pomiješana s Keltima. Za Marsoniju, odnosno za Brod je posebno značajna rimska diploma pronađena u Savi nizvodno od Broda 1997. a izdana je 71. godine u vrijeme cara Vespazijana veteranu rimske vojske Likaju, stanovniku Marsonije koja se na diplomi javlja u obliku MARSVNNIA. Ovo je prvi pisani naziv antičkog grada na mjestu današnjeg Broda. U srednjovjekovnim pisanim izvorima Brod se pod tim imenom, prema dosadašnjim spoznajama, prvi put spominje 20. srpnja 1244. godine u darovnici hrvatsko-ugarskog kralja Bele IV. Nalazio se na ušću Mrsunje u Savu i bio u posjedu znamenite i moćne feudalne obitelji Berislavića Grabarskih. Brod kakav je u svojoj osnovi i danas u staroj jezgri izgradili

su Berislavići na prijelazu 15. i 16. st. Imao je oblik pravokutnika sa zemljanim bedemima i opkopima zbog obrane od Turaka. Brod je u njihove ruke pao 1536. godine i ostao pod turskom vlašću sve do 1691. kada su ga u sklopu oslobođenja Slavonije od Turaka konačno oslobodili ban Nikola Erdody i general Herzog de Croy. Uspostavom mira između Austrije i Turske Sava postaje stalnom granicom između dviju država, a posavski dio Slavonije uključuje se u obrambeni sustav Vojne krajine.

Slika1. Tvrđava u Slavonskom Brodu



Izvor: https://www.google.com/search?q=tvr%C4%91ava+brod&sxsrf=ALeKk03-yoWxPH9m0K1tdIuE_gfjPSp9MQ:1626372799684&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjs_fzn1uXxAhWjg_0HHb8_B3kQ_AUoAXoECAEQAw&biw=1536&bih=754#imgrc=wNUUoIzZ0uiLRM

Važan događaj u povijesti Broda 18. stoljeća svakako je izgradnja tvrđave za obranu od Turaka, iako ta njezina svrha nikada nije u praksi potvrđena. Odluka o početku gradnje brodske tvrđave donesena je 1715. godine, a provedbu generalnog plana izgradnje odobrio je osobno, svojim potpisom princ Eugen Savojski. Već u vrijeme njene gradnje turska je opasnost znatno oslabila, a uskoro stvarno više nije ni postojala. Za izgradnju tvrđave iskorišten je slobodan prostor između civilnog naselja i stare utvrde koja je čuvala prijelaz preko Save. Funkcija pograničnog obrambenog objekta ukinuta je 1860. godine. U prvoj polovici 19. stoljeća u tvrđavi su, uz već ranije izgrađene bolničke, gospodarske, vojne, stambene zgrade, kapelicu, kapelanov stan i druge pomoćne zgrade, zdice i mostove, i na tvrđavskoj glasiji podignuti parkovi. Ostatak dijela parka podignutog na tvrđavskoj glasiji danas je gradski park «Klasije». U ožujku 1994. Hrvatska vojska predala je tvrđavu na upravu Gradu Brodu, čime su stvoreni uvjeti za njezinu obnovu i integraciju u gradsku jezgru. U obnovljenim tvrđavskim vojnim objektima danas su Klasična gimnazija, Gradsko poglavarstvo, Glazbena škola, Galerija umjetnina Branka Ružića, Turistički infocentar. U tijeku su radovi na obnovi trga s kapelicom sv. Ane.

5.2. Ponuda

Cijelo područje županije obilato je raznolikim prirodnim krajobrazima, tradicionalnom poljodjelstvu i stočarstvu te graditeljskoj baštini.

Krajobraz Brodsko-posavske županije karakteriziraju tri zone duž riječnog toka Save: brda na sjeveru, ravnice Panonske nizine na središnjem dijelu i lijeva obala rijeke Save. Županija je pretežno ravničarska, s najvišom točkom na planini Psunj s 984 m nadmorske visine. Prosječna visina je 90 m nadmorske visine, a najniža točka u Županiji je na 83 m ispod razine mora (Gundinci). Brdoviti dijelovi Brodsko-posavske županije prekriveni su šumama i/ili vinogradima, međutim područje uz obalu rijeke Save isprepletano je mrežom umjetnih kanala i močvara. Doline karakterizira bogata obradiva zemlja i stoljetne hrastove šume. Zbog povoljnih geografskih, pedoloških i klimatskih uvjeta na području Županije, moguće je razvijati voćarstvo, vinogradarstvo i povrtlarstvo u smislu ostvarivanja veće dobiti po jedinici površine u odnosu na ratarstvo. Osim kvalitetnog poljoprivrednog zemljišta, osnovno obilježje i osobito vrijedan resurs na području Brodsko-posavske županije su i velike šumske površine, vode i vodene površine te nalazišta mineralnih sirovina. Klima je umjereno

kontinentalna s relativno blagim zimama i toplim ljetima. U Brodsko-posavskoj županiji se nalaze brojna zaštićena prirodna područja.

Županija se također odlikuje bogatstvom biljnih vrsta.

Dilj gora označuje turizam koji se odvija na vinskim cestama te aktivnosti poput planinarenja i ornitološkog turizma.

5.3. Turistička zajednica Brodsko-posavske županije

Turistička zajednica Brodsko-posavske županije osnovana je na temelju Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma te djeluje na području Grada Slavenskog Broda. Razlog osnivanja je promicanje i unaprjeđenje turizma i gospodarskih interesa pravnih i fizičkih osoba uključenih u pružanje ugostiteljskih i drugih usluga povezanih s turizmom područja Brodsko-posavske županije. Sjedište zajednice se nalazi u tvrđavi, a direktorica turističkog ureda je Ružica Vidaković.

5.4. Smještajni kapaciteti

Smještajnu ponudu Slavenskog Broda karakterizira relativno velik broj (12) različitih smještajnih objekata (hoteli, pansioni, prenočišta, sobe za iznajmljivanje, privremeni smještajni kapacitet), koji danas raspolažu sa 148 smještajnih jedinica, odnosno 298 ležajeva (tablica 3.3)⁷. Najveći broj smještajnih jedinica (97 soba ili 65,5% ukupno raspoloživih smještajnih jedinica), a time i postelja na području grada (190 postelja ili 63,8% ukupnog broja postelja) otpada na 2 hotela (Savus i Central) i 5 pansiona.

5.5. Razvoj selektivnih oblika turizma u županiji

Selektivni oblici turizma su specifični oblici koji su uvjetovani zbog posebne skupine turističkih kretanja te su određeni dominantnim turističkim motivima. Destinacije koje su u mogućnosti pružiti potrošaču da ostvari svoje interese i ode na putovanje, uspješno razvijaju određene selektivne oblike. Županija obiluje mnogim pogodnostima za razvitak različitih vrsta selektivnog turizma neke od njih su: kulturni turizam, ruralni i seoski turizam, cikloturizam, gastroturizam, ekoturizam, lovni turizam i zdravstveni turizam. Neke od vrsta nabrojane su u sljedećim potpoglavljima.

5.5.1. Ruralni i seoski turizam

Specifičnost razvoja turizma u ruralnim područjima leži upravo u njihovim posebnostima.

Ruralne prostore najčešće obilježava vrlo bogata prirodna, kulturna i tradicijska baština, ali i

problemi depopulacije i napuštanja tradicionalnih djelatnosti. U takvim okolnostima, vrlo se često baš u turizmu traži održivo razvojno rješenje za ruralna područja. Turizam ima vrlo značajnu ulogu u modifikaciji ruralnih prostora jer kroz svoje izravne i neizravne utjecaje, generira značajne efekte, kao što su dodatni prihodi lokalnog stanovništva, priljev deviza, povećanje investicija i zapošljavanja, čime potiče i osnažuje razvoj lokalnog gospodarstva. Stoga se vrlo često kroz turizam traži način revitalizacije ruralnih područja i povećanje kvalitete života na tim prostorima, tim više što se i u trendovima turističke potražnje vidi sve veći interes turista za specifične oblike turizma među kojima ruralni turizam zauzima visoko mjesto. Razvoj turizma u ruralnom području trebao bi biti strateški planiran, a njegovi negativni učinci na okoliš i sociokulturno okruženje trebaju biti ograničeni i kontrolirani. Ruralni je turizam u svojoj sveukupnosti: agroturistički, seljački ili agroturizam, rezidencijalni, zavičajni ili nostalgичni turizam, sportsko-rekreacijski, avanturistički, zdravstveni, kulturni, vjerski, lovni, ribolovni, gastronomski, vinski, ekoturizam, edukacijski i dr.

Razvoj turizma na ruralnim prostorima predstavlja jednu od ekonomskih prilika jer se njegovim razvojem mogu potaknuti različite gospodarske aktivnosti kao i povratak stanovništva, tim više što potražnja za ovim oblikom turizma neprestano raste UNWTO (Svjetska turistička organizacija UN-a) ističe četiri ključna elementa koji obilježavaju ruralni turizam: 1. prirodni ruralni resursi (rijeke, jezera, planine, šume i dr.) 2. ruralni način života (obrti, lokalni događaji, gastronomija, tradicionalna glazba i sl.) 3. ruralno nasljeđe (tradicionalna arhitektura, povijest, dvorci, crkve, sela i sl.) 4. ruralne aktivnosti (jahanje, lov, ribolov, pješaćenje, biciklizam, vodeni sportovi i čitav još niz aktivnosti na otvorenom). Posebna privlačna snaga ruralnih sredina leži u obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima na kojima se, u specifičnom prirodnom ambijentu, uzgaja i nudi prirodna i zdrava hrana koju domaćini pripremaju na tradicionalan način. 18 Stoga se razvojem turizma u ruralnim prostorima potiče očuvanje ruralnog načina života, tradicije i običaja, ali i unapređenje kvalitete poljoprivredne proizvodnje i življenja u cjelini. Na taj način turizam nadopunjuje osnovnu djelatnost obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava, koja su ekonomski uspješnija upravo zbog uspješnog spoja poljoprivrede i turizma. Ključni nositelj razvoja turizma na

ruralnom prostoru upravo stanovništvo koje živi na tom području, no ono treba partnere u kreiranju infrastrukture i turističke ponude, kao što su prijevoznici, putničke agencije, lokalne vlasti i druge koji omogućuju razvoj turizma u ruralnim područjima.

Turizam kao razvojna strategija u ruralnim zajednicama donosi veliki broj prednosti A. podupire lokalno zapošljavanje - popravlja demografsku sliku - diversificira ili proširuje poslovanje postojećih subjekata (npr. seoska gospodarstva) B. doprinosi stabiliziranju njihovog dohotka, C. turizam privlačeći financijska sredstva utječe na poboljšanje izgleda lokalnog okoliša i infrastrukture, što podrazumijeva održavanje i poboljšanje izgleda objekata i općenito ruralnog naselja D. ruralnom stanovništvu, koje se često osjeća marginalizirano, vraća osjećaj ponosa i samosvijesti (društvena funkcija turizma). Hrvatska je zemlja s visokim potencijalom za uspješan razvoj turizma kako u obalnim županijama tako i onim kontinentalnima, no mnogi turistički resursi nisu iskorišteni što se očituje u neravnomjernom regionalnom razvoju.

Do 1991. godine područje Brodsko-posavske županije bilo je srednje turistički razvijen prostor zahvaljujući tranzitnom turizmu (današnjoj autocesti Zagreb – Lipovac). Prema podacima iz 1995. godine, u turističkim smještajnim kapacitetima ukupno su bile 883 postelje, dok je broj turista iznosio 6927, a ostvarenih je noćenja bilo noćenja 16.364, što je u odnosu na prijeratnu godinu znatno smanjenje (nešto više od 8% prijeratnog broja turista, odnosno oko 13% prijeratnog broja noćenja) (Izvor: SGH – 90); smještajni kapaciteti u gradovima Nova Gradiška i Slavonski Brod i na prometnom pravcu (autocesta Zagreb – Lipovac). Postojeći turistički lokaliteti i sadržaji na području Županije prostorno su locirani na sljedećim područjima:

- ✓ Područja uz rijeku Savu (sportsko-rekreacijski centar Migalovci, lovna područja Međustrugovi i Radinje, bara Dvorina i Gajna i sportsko-rekreacijski centar Poloj)
- ✓ Područje uz prometni pravac Zagreb – Lipovac, kao dio međunarodnog pravca
- ✓ Brdsko-planinsko područje (izletišta Strmac, izletnički lokaliteti uz umjetne akumulacije Petnja i Ljeskove vode).

Ciljevi:

- očuvanje i poboljšanje vrlo vrijednog i ekološki očuvanog prostora: rijeke Sava (njezini pritoci, akumulacije, bare i ribnjaci), područja slavonskih šuma i lovišta, ruralna i vinorodna područja te kulturno-povijesna, graditeljska i folklorna baština, razvojem izletničkog, zdravstveno rekreacijskog, tranzitnog i lovnog turizma

- oživljavanja tranzitnog turizma uz poboljšanja određenim sadržajima ponude na razini novih standarda u turističkoj kategorizaciji objekata
- razvitak seoskog turizma, aktiviranje i oživljavanje slavenskog sela, tradicijskog načina života i rada, kao i bogate graditeljske i folklorne baštine uz uključivanje gradskih centara (Nova Gradiška, Slavonski Brod) tzv. turizmom gradova.

5.5.2. Etno i gastroturizam

Vinske ceste omogućene su zbog vinogradarstva na području županije. Moslavačko vinogorje ističe se kao glavna turistička ruta, dok su sami začeci prisutni na južnim obroncima Vukomeričkih gorica. Neke od autohtonih sorta vina na području županije su škrlet, moslavac i dišeća ranina. Sama županija poznata po specijaliziranim tradicijskim jelima posavske, moslavačke i banijske kuhinje: šaran na procep, cicvara, žganci, beli žganci, sukana kaša, trganci, prežgana juva, domaće kobasice. Iako postoji raznovrsna tradicijska kuhinja nije dovoljno iskorištena u turističke svrhe.

5.5.3. Lovni i ribolovni turizam

Brodsko-posavska županija bogata je šumskim površinama, raznovrsnom divljači, sastoji se od dinamičnog terena i prirodnih resursa. Krupna divljač (jelen) i sitna divljač (zec i srna, trčka, divlja svinja, fazan, divlja patka, prepelica). Ribolov se odvija na području rijeke Save, rijeke Orpljave, Glogovice, Mrsunje te mnogih jezera i potoka, dok je lov na području Radinja, Međustrugova, Psunja i Dilj gore.

5.5.4. Ekoturizam

Brodsko-posavska županija ima velik broj zaštićenih područja zbog toga posjeduje posebnu dimenziju za pojedince i grupe. Prilagodбом i odgovornim ponašanjem, ekoturizam može dostići vrlo visoku razinu ponude. Korištenje jednostavnih smještaja, prilagodba potražnji turista i sam dodir s prirodom. Eko etno selo Stara Kapela Selo ima dugu tradiciju i povijesni korijeni sežu u daleku 1275. g. kada je ovdje postojala utvrda Grad Potok u vlasništvu plemića Gorjanskih. Do prije par godina selo je bilo zaspalo u vremenu, a sad je postalo jedinstvena turistička destinacija na području Slavonije, vraćena u život kroz projekt Eko-etno sela. Prikupljena je bogata etnološka građa: stare škrinje, ormari, kreveti, stolovi, stolice,

kanapei, stare tkanine, narode nošnje, predmeti koji su bili u uporabi u svakodnevnom životu „naših“ djedova i baka.

Izgrađeno je 20 km pješačko-biciklističkih staza po okolnim brežuljcima s uređenim odmorištima sa stolovima i klupama te replikama starih čardaka koji služe kao vidikovci i koji nas sjećaju na slavnu graničarsku prošlost kada je mjesto bilo dio vojne granice prema Otomanskoj imperiji. Na stazi se nalaze bogati poučni sadržaji koji uključuju označenih oko 120 biljnih vrsta na hrvatskom i latinskom jeziku. Na pojedinim odmorištima postavljene su interpretacijske ploče sa slikama i nazivima ptica i divljači koja ovdje obitava te fotografijama jestivih i nejestivih gljiva koje se ovdje mogu naći. Posebna atrakcija je jedinstvenu javna rasvjeta, kombinacija starih slavonskih greda na kojima je na vrhu skrivena električna, a na njima se nalaze fenjeri na petrolej kao tradicionalno svjetlo u našim selima. Na stupovima se nalaze i košare sa cvijećem te klupe za sjedenje, a na svakom stupu i nešto od antologijske hrvatske poezije vezane za selo i Slavoniju (Cesarić, Tadijanović...). U eko etno selu Stara Kapela nalazi se 4 obrta, Opg-a koji su prijavljeni turističkoj zajednici Brodsko - posavske županije, a koji pružaju usluge ruralnog turizma, usluge smještaja, prehrane, bavljenje rekreacijom, a ti obrti su Pavina kuća, Tucina kuća, Tunjina kuća i Stričev grunt.

Slika 2. Etno selo Stara Kapela



Izvor: <https://www.tzbpz.hr/hr/turisticke-atrakcije/seoski-turizam/etno-eko-selo-stara-kapela.html>

Na istočnom dijelu grada Slavenskog Broda, samo 5 km od hotela Savus u mjestu Bukovlje, a na padinama prekrasne Dilj gore, smješten je, prvi brodski salaš Eko-etno Salaš Savus. Salaš se proteže kroz desetak hektara Šume i livada s pogledom na panoramu grada Slavenskog Broda. Sportski tereni (nekoliko nogometnih terena, odbojka, boćanje, Golf ispucavanje, kilometri uređenih šetnica i jogging staza, paint ball arena i ostale sportske aktivnosti) samo su dio ponuda koji salaš nudi za organizaciju raznih team buildinga, druženja i manifestacija.

Domaći slavonski specijaliteti rađeni po tradicionalnim receptima te spremani na vatri slavenskog hrasta pred očima gostiju služe se u Slavonskoj kući, uređenoj u tradicionalnom stilu. Hrana se poslužuje u starinskom emajliranom posuđu kako bi se dočarali kvaliteta i ponos življenja slavenskog kraja. Vinski podrum salaša nudi raznovrsnu ponudu slavonskih vina te rakija.

U samom srcu Brodsko – posavske županije, između rijeke Save i obronaka Dilja, smješten je ranč Ramarin koji pruža jedinstven doživljaj ravničarskog ruralnog krajolika. Posjetite nas u Garčinu nedaleko Slavenskog Broda gdje u izvornom slavonskom ambijentu možete uživati u vrhunskom 100% junećem roštilju.

Ramarin nudi pregršt aktivnosti, ali se ipak izdvajaju vrhunskim grlima raznih sorti konja. A okolica je idealna za biciklističke vožnje brdskim i nizinskim rutama, kao i stazama za pješaćenje.

Slika 3. Ranč Ramarin u Garčinu



Izvor:https://www.google.com/search?q=ran%C4%8D+ramarin&sxsrf=ALeKk03VXwz3tqoExxoBNfEUm3nXSiN2EA:1626376396226&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwi4s_ia5OXxAhVzhv0HHWxUD1AQ_AUoAXoECAEQAw&biw=1536&bih=754

Eko-etno imanje „Kuća dida Tunje“ nalazi se u naselju Oprisavci, 20-ak kilometara udaljeno od Slavonskog Broda. Bogata ponuda domaće hrane i odličan smještaj dobar su razlog za odmor na ovom imanju na kojem ćete upoznati tradicionalne čari Slavonije.

Slika 4. Kuća dida Tunje u Oprisavcima



Izvor:https://www.google.com/search?q=ku%C4%87a+dida+tunje&sxsrf=ALeKk03bySrOZnD0fNGzWJnVcgK_b6b_BQ:1626377137832&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUK_Ewj3tsj85uXxAhXngP0HHa6yBScQ_AUoAXoECAIQAw&biw=1536&bih=754

5.5.5 Ostale turističke atrakcije

Brodsko – posavska županija bogata je turističkim atrakcijama i manifestacijama. Najviše je zastupljen kulturni i povijesni turizam. Najpoznatija kulturna i povijesna atrakcija zasigurno je Brodska tvrđava koja se nalazi u Slavonskom Brodu, zatim Franjevački samostan koji se također nalazi u Slavonskom Brodu, te još mjesta Cernik i Lovčić. Bogata prošlost i tradicija županije dala je nekoliko poznatih autora i umjetnika od kojih je zasigurno Ivana Brlić

Mažuranić najpoznatija, i čija se kuća nalazi u Slavonskom Brodu. Najpoznatije manifestacije su Brodsko kolo i „U svijetu bajki Ivane Brlić Mažuranić“.

Brodsko tvrđava Tvrđava Brod (Festung) zasigurno predstavlja najznačajniju povijesnu građevinu u Brodskoposavskoj županiji. Njezina veličina, gotovo monumentalnost čini je gotovo nestvarnom premda se nalazi u samom središtu današnjeg grada Slavonskog Broda. Izgradnja tvrđave započela je 1715. godine te potrajala narednih šezdesetak godina. Tvrđava je izgrađena na poticaj Princa Eugena Savojskog kao dio sustava tvrđava na sjeveroistoku Hrvatske. Uz Brod tada su građene tvrđave u Osijeku, Staroj Gradiški, Rači i Petrovaradinu. Od svih brodska tvrđa se isticala time što je bila isključivo namijenjena za smještaj vojne posade dok su druge svojim zidinama opasavale civilno naselje. Upravo zato fascinira njezina veličina. Vojnici u tvrđavi bili su potpuno autonomni, tj. ni u čemu nisu ovisili o svojoj okolini već su sve potrebno nalazili u tvrđavskim skladištima koja su morala osigurati potpunu opskrbu i u slučaju četrdesetpeto dnevne opsade. No, niti je tvrđava ikad bila napadnuta niti su vojnici iz tvrđave ikad izveli napad na susjednu Bosnu i Osmansko Carstvo. No, zato je samo postojanje tvrđave tijekom 18. i 19. stoljeća znatno utjecalo na svakodnevni život u susjednom civilnom gradu. Naime, od naselja Brod za potrebe gradnje hornverka na tvrđavi bio je oduzet zapadni dio naselja, a stanovnicima je bilo zabranjeno podizati objekte na brisanom prostoru oko tvrđave. U njevoj izgradnji spominju se samo njeni arhitekti i inženjeri, ali treba reći da bez slavonskih i srijemskih seljaka te vojnika cijela izgradnja ne bi bila moguća. Za račun izgradnje tvrđave krajišnici su morali posjeći čitave šume, ne samo u neposrednoj okolini već i u udaljenijim dijelovima Krajine. Nadalje, na gradnju kuća, ali i na čitav urbanistički plan Broda odlučujući je utjecaj imala tvrđavska građevinska direkcija. 8 Građevinska direkcija stanovnicima i magistratu komuniteta postavila je tri temeljna ograničenja vezana za podizanje kuća: ponajprije ulice komuniteta morale se protezati okomito na tvrđavu, prizemnice su bile jedini dozvoljeni oblik kuća, a kuće građene unutar puščane (ili topovske) linije morale su biti građene od drveta. Sva tri uvjeta objašnjavala su se potrebom da se osigura maksimalna iskoristivost topništva u slučaju eventualnog napada na tvrđavu. Tako je gradnja ulica koje okomito padaju na esplanadno područje trebala onemogućiti napadačima da koriste ulice kao zaklone iza kojih bi gađali tvrđavu. Istovremeno takav način gradnje omogućavao je promatračima s tvrđavskih bastiona izvrstan pregled zbivanja u gradu. Danas, naprotiv tomu, tvrđava dobiva novu funkciju razvoja kulture. U njoj su danas smješteni gradska uprava, glazbena škola, klasična a gimnazija, tradicijski obrti te Galerija Ružić koja je, po značaju, druga galerija moderne umjetnosti u Hrvatskoj.

Slika 5. Tvrđava Brod



Izvor: <https://www.tzbpz.hr/>

Franjevački samostan Početak gradnje franjevačkog samostana datiran je 1727. godinom, a završetak gradnje i opremanja samostana obilježava završetak 18. stoljeća. Sedamdesetak godina za izgradnju je bilo potrebno stoga što su sva sredstva potrebna za izgradnju prispijevala isključivo kroz formu dobrovoljnih davanja stanovnika grada. Ta činjenica dodatno pridonosi svijesti o vrijednosti, ljepoti i bogatstvu franjevačkog samostana u Slavonskom Brodu. 9 Građevina franjevačkog samostana sastoji se od tri samostanska trakta koja zajedno s crkvom zatvaraju kvadratni klaustar. Svojom vanjštinom samostan odaje otmjenu jednostavnost te premda je osnovnu formu zadobio u razdoblju baroka njegove linije su mekane, graciozne i blage. Vanjski ornamenti gotovo ne postoje ne bi li se naglasila pastoralna uloga građevine. Pravo barokno bogatstvo, razigranost i vedrinu otkriva unutrašnjost crkve. Gotovo pompozna raskoš oltara otkriva duboku ukorijenjenost franjevačkog samostana, ali i onovremenog grada, u europsku baroknu baštinu. Posebno valja istaknuti klaustar broskog franjevačkog samostana koji je najreprezentativniji klaustar barokne samostanske arhitekture, ali ne samo to: klaustar broskog franjevačkog samostana jedna je od najmarkantnijih građevina baroknog graditeljstva na području Slavonije.

Slika 6. Franjevački samostan u Slav. Brodu



Izvor: <https://www.tzbpz.hr/hr/turisticke-atrakcije/gradevine-i-lokaliteti/franjevacki-samostan-slavonski-brod.html>

Cernik za razdoblja turske vladavine kada je Cernik bio upravno i vojno sjedište kraja kojem je gravitiralo trideset tri sela i zaselaka, tj. Cernik je bio sjedište sandžaka, jedne od najvećih i najznačajnijih turskih upravnih jedinica. No, Cernik svoju slavu i spomen ponajprije duguje franjevačkom redu koji je tamo 1623. osnovao franjevačku župu. Iz te župe franjevci su diljem Slavonije održavali katoličku vjeru nasuprot islamu koji je dominirao u Osmanskom Carstvu, a samim time i u zapadnoj Slavoniji. Franjevački samostan počeo se graditi tek u prvim desetljećima u kojima je Cernik bio dio Habsburške Monarhije, naime, od 1728. do 1735. podiže se južno krilo samostana kao početak radova na samostanu i crkvi. Monumentalna crkva Sv. Petra s sedam baroknih oltara završena je 1744. U samostanu je 1757. započelo s radom filozofsko učilište u kojem su osnove pismenosti, znanja latinskog jezika i religije dobili gotovo svi začinjavci slavonske kulture 18. stoljeća. Među njima i

Matija Antun Relković najznačajniji autor hrvatskog prosvjetiteljstva. Drugi značajni objekt u Cerniku jest dvorac Kulmer-Marković koji je podignut na mjestu nekadašnje srednjovjekovne tvrđave. iz 1372. Osmanlije su u tvrđavi imali oružarnicu, žitnicu, begov dvor, sjedište dizdara (gradskog zapovjednika) i malu džamiju. U tvrđavu se ulazilo preko podiznog mosta. Austrijska vojska porušila je staru tvrđavu s obrazloženjem kako to čine da je Turci ne bi mogli ponovo osvojiti ako prodru u Slavoniju. Tvrđavu je potom djelomično dao obnoviti barun Maksimilijan Petraš.

Nakon što 1756. posjed kupuje plemićka obitelj Marković tvrđava poprima svoj barokni oblik, počela je barokna obnova tvrđave pri kojoj se ona pretvorila u plemićki dvorac. 10 Na tu obnovu podsjeća grb obitelji Marković nad ulazom u dvorac. Usprkos brojnim rekonstrukcijama i trenutačnoj zapuštenosti, dvorac je zadržao srednjovjekovno renesansni izgled, četverokutni tlocrt s unutrašnjim dvorištem i okruglim kulama na uglovima.

Slika 7. Dvorac Kulmer Marković



Izvor: <https://www.google.com/search?q=dvorac+kulmer+markovi%C>

Lovčić Maleno, gotovo zaboravljeno mjesto Lovčić nalazi se ponad bogatih stupničkih vinograda dvadesetak kilometara zapadno od Slavenskog Broda. Lovčić je posvema jedinstven lokalitet u Brodsko-posavskoj županiji, ali i na širim prostorima. On, naime čuva sjećanje na srednjovjekovnu povijest ovih prostora. U Lovčiću se nalazi crkvice Sv. Martina iz 1167. te ostaci, odnosno nalazište, ranosrednjovjekovne utvrde. Fascinantnost ovog mjesta. Proizlazi iz toga što su gotovo svi tragovi ranosrednjovjekovne povijesti Hrvata s ovog

područja nestali. A nestali su ponajprije zbog lake uništivosti drveta kao osnovnog građevnog materijala ondašnjih utvrda i sakralnih objekata. I dok za druge lokalitete postoje legende o postojanju crkvi ili utvrda u Lovčiću one postoje. Crkvice Sv. Martina kamena je kasnoromanička, jednobrodna građevina isključivo sakralne namjene čime se razlikuje od brojnih crkava utvrda tog vremena. Crkva Sv. Martina danas je jedina crkva iz tog razdoblja u brodskom kraju, ali može se pretpostaviti da je bila dio niza sličnih crkava kao što je to slučaj u Istri ili dijelovima sjeverozapadne Hrvatske.

No, za razliku od mediteranskih romaničkih crkava koje posvema odaju bizantske utjecaje u arhitekturi i ikonografiji, crkva Sv. Martina u Lovčiću svakako pripada zapadno-europskoj romanici. Na njezinim zidovima nalaze se freske koje pokazuju likove iz onovremenog svakodnevnog života. I freske i crkvice fasciniraju i pozivaju da ih se ponovo otkrije. Nedaleko od crkvice ostaci su ranosrednjovjekovne utvrde Gradine. Gradina je datirana u razdoblje od 10. do 13. stoljeća, a uništena je paljenjem čime se njezin kraj može datirati 1241./1242. odnosno s provalom Tatara koji su na taj način uništavali srednjovjekovna utvrđenja zapadno kršćanskog prostora. Danas Lovčić, njegova crkva i Gradina vane za ponovnim upoznavanjem. 11 Slika 3: Crkva sv. Martina u Lovčiću Izvor: <https://www.tzbpz.hr/hr/> Brodsko kolo Brodsko kolo je najstarija smotra folkloru u Hrvatskoj. Obuhvaća različite programe poput likovnih i etnografskih izložbi, promocija knjiga, dječje smotre, smotre svećanih zaprega, smotre izvornog pjevanja, smotre izvornog folkloru, revije hrvatskih narodnih nošnji te izbora najljepše Hrvatice u narodnoj nošnji. Gajna Ovaj tipični slavonski prisavski pašnjak oplemenjen močvarnom florom i faunom, koji ima status zaštićenog krajolika, se nalazi istočno od Slavonskog Broda, kod sela Oprisavci i Poljanci. Na Gajni se nalazi više aluvijalnih depresija u kojima se zbog proljetno-jesenskih poplava zadržava voda čime se obnavlja vodeni biljni i životinjski svijet bara, što tehnički pospješuje postojanje lateralnog kanala koji Gajnu presijeca u zapadnom dijelu te vodu skupljenu na Dilj gori odvodi u Savu odnosno u bare Gajne. Zaštićeni krajobraz, ima površinu od oko 500 ha. Tu se nalazi poučna staza s vidikovcem. Obilježena je biciklistička staza Slavonski Brod – Gajna, a na prostorima zaštićenog krajobraza, za stalno, obitava pedesetak Podolskih goveda, desetak posavskih konja, a u najnovije vrijeme redovni stanovnici Gajne su i Slavonske svinje. 12 Petnja Umjetno jezero Petnja smješteno je na južnoj strani Dilj-gore, 3,5 km sjeveroistočno od Sibinja, odnosno 7 km sjeverozapadno od Slavonskog Broda. Jezero oduševljava svojim izgledom, šumskim okruženjem, stazama za šetnju, mogućnostima za

ribolov, veslanje i druge sportove na vodi, te čistim zrakom. Posebnu čar jezeru daje stapanje plavetnila vode sa zelenilom i šarenilom šuma, što mu je donijelo epitet "difisko oko". Sjeverno od ovog zaštićenog lokaliteta, a nedaleko izvora potoka Petnje (Vidovo brdo), nalazi se nekoliko manjih špilja, među kojima najzanimljiviji erozivni oblik čini kanjon Pljuskara koji, uz špilju, obuhvaća i tri slapa na potoku.

Slika 8. Umjetno jezero Petnja



Izvor: <https://www.tzbpz.hr/>

5.6. Razvoj turizma u Brodsko-posavskoj županiji

Razvoj turizma Brodsko-posavske županije temelji se na ulaganju u atraktivnosti i konkurentnosti. Očekuje se bolje pozicioniranje na samom tržištu kontinentalnih destinacija. Prema potencijalima definirane su grupe na kojima se planira graditi turistički proizvod do 2020 godine. Te grupe su već navedeni: ruralni i seoski turizam, kulturni turizam, lovni i ribolovni turizam, kongresni i poslovni turizam, cikloturizam, ekoturizam te eno i gastroturizam. Napori se usmjeravaju na širu strukturu tržišnih segmenata i sklonost različitosti, cjenovnim pozicijama i putovanjima u različito doba godine za različite ciljane skupine. Odgovarajuća infrastruktura je važna stavka u razvoju. Otvaranje info centara koji su vrlo važni za prihvat gostiju, potrebno je postaviti na unaprijed određenim lokacijama. Jačanje

partnerstva dionika regije podigla bi se svijest o potrebi usklađivanja interesa sinergijskog djelovanja.

5.7. Prijedlog valorizacije i oblikovanja ponude Brodsko-posavske županije

Oživljavanje primarnih atrakcija – Tvrđave i Save – klasterima doživljaja stvaraju se dobre pretpostavke za razvoj izletničkog turizma. Međutim, da bi se generirale veće ekonomske koristi od turizma, valja težiti boravišnom turizmu. Pri tome, najveća prednost grada u razvoju boravišnog turizma odnosi se na njegov geoprometni položaj – grad je povijesno sjecište svih

glavnih prometnih pravaca ovog dijela Hrvatske, te je već danas izraziti regionalni centar. Stoga je Slavonski Brod idealno pozicioniran da postane ishodišna točka obilaska šireg gravitacijskog područja. Za privlačenje šireg spektra posjetitelja, valja ponuditi mogućnost kombiniranja doživljaja, izdvajajući glavne atrakcije i grupirajući ih po aktivnostima, tako da se potom mogu ciljano obrađivati specifični tržišni segmenti. S obzirom na atrakcijsku osnovu gravitirajućeg područja valjalo bi ponuditi sljedeće aktivnosti, od kojih su neke gotovo tržišno spremne, dok je druge potrebno razvijati:

Promatranje ptica

Jedno od najpotentnijih proizvoda za koje je Slavonski Brod idealno ishodište. Ovaj bi se proizvod mogao proširiti na promatranje ostalog životinjskog svijeta.

Planinarenje/izleti u prirodu

Obronci Dilj-gore, isprepleteni planinarskim stazama, s nekoliko geomorfoloških fenomena te jezerima, područje je idealno za rekreativne planinare ili za boravak u prirodi. S vrlo dobro organiziranim planinarskim društvom, postoje pretpostavke da se u redovitu turističku ponudu uvrste organizirani ili individualni planinarski izleti.

Jahanje

U okolici Slavenskog Broda nekoliko je imanja koja nude jahanje, kao i događanja u kojima su konji važna programska odrednica. Ovo je već gotovo spreman proizvod koji se odmah može staviti na tržište.

Touring

Odnosi se na obilazak, individualan ili organiziran, gravitacijskog područja s ciljem njegovog upoznavanja, uglavnom za organizirane

Folklor

Podrazumijeva pakiranje raznih događanja u gravitacijskom području koji prezentiraju nematerijalnu kulturnu baštinu te lokalnu kulturu života i rada. Ovaj proizvod podjednako je interesantan individualnim posjetiteljima kao i organiziranim grupama. Štoviše, koncentracija ovih događanja u proljetnim i jesenskim mjesecima omogućuje turističkim agencijama da, kad god odluče organizirati izlete/ture u Slavoniju, u brodskom području je uvijek negdje neko događanje zanimljivo za posjetiti.

Kruzing

Ovo je danas proizvod tek u začecima. Nadalje, više je vođen potražnjom nego što je sustavno razvijan. Pretvaranjem Slavanskog Broda u istinski 'grad na rijeci' privlačit će potražnju kako međunarodnih riječnih kruzing kompanija, ali i otvarati mogućnost za manje kruzing-ture, za

koje je potrebno identificirati odgovarajuće atrakcije i interesantna mjesta.

Tematiziranje turističkog doživljaja

Konačno, programski ustrojen turistički proizvod Slavanskog Broda valja učinkovito lansirati na tržište, pri čemu je potrebno: a) afirmirati ga kao grad u kojem se uvijek nešto zanimljivo događa, već i b) ciljano promovirati turističke proizvode specifičnim tržišnim segmentima. Za istodobno postizanje ova dva cilja predlaže se koncept tematiziranja, koji će objediniti dvije ključne atrakcije s komplementarnim doživljajima. Tako, kombinirajući s jedne strane ponudu samog grada s ponudom atrakcija gravitacijskog područja, može se identificirati pet osnovnih tema:

Brod u centru Panonije

Pozicionira Slavonski Brod kao ishodište za obilazak šireg gravitacijskog područja, odnosno za bavljenje raznim aktivnostima koje šire gravitacijsko područje omogućava. Kako ovo područje, u kombinaciji s atrakcijama i doživljajima samog grada, nudi aktivnosti za višednevni boravak, tako se pozicioniranjem Slavanskog Broda kao ishodišta stvaraju pretpostavke za višednevni boravak posjetitelja u gradu.

Brod na pozornici

Objedinjuje zabavu i događanja u Slavanskom Brodu, kreira imidž vibrantnosti i žive gradske atmosfere te grad čini privlačnim tijekom većeg dijela godine kako izletnicima, tako i poklonicima kraćih odmora u gradu.

Brod u akciji

Promovira sportsko-rekreacijske sadržaje te s njima povezana sportska i sportsko-zabavna događanja.

Brod bez granica

Obuhvaća proizvode kreativnog turizma. U srži ove teme su svi novi i inovativni proizvodi koji bi se, tijekom godina, trebali sustavno razvijati i agresivno promovirati. 'Bez granica' je tema koja je inspirirana prijedlogom djelatnika u kulturi, koji su nadahnuti povijesnom ulogom Broda, ekstrapolirali ideju granice na suvremenost, igrajući se granicom i bezgraničnim kao lajtmotivom interpretacije suvremenost te je, kao takva, idealna za tržišno tematiziranje svih proizvoda suvremene kulturne i kreativne produkcije koji se plasiraju na turističko tržište.

Brodski odjeci prošlosti

Usmjereni su na tematiziranje kulturno-povijesne baštine koja obuhvaća ne samo dominantnu vojnu povijest, već i događanja nadahnutu poviješću kao i brodskim književnim i likovnim velikanima.

6.ZAKLJUČAK

Brodsko-posavska županija sadrži brojne faktore za uspješno razvijanje turističkog sektora, ipak zbog nedovoljnog ulaganja i ne razvijene ponude potrebno je još mnogo rada i mjera unaprjeđenja.

Sama županija obiluje potencijalima. Prednost pruža povoljni prometni položaj, očuvana priroda uključujući floru i faunu. Kulturno povijesna baština i arheološki lokaliteti temelj su razvitka povijesno-kulturnog turizma. Raznovrsne manifestacije popraćene povijesnim događanjima izvor su atraktivnosti same županije. Prepoznata je i mogućnost razvitka seoskog i ruralnog turizma u cijeloj županiji zbog očuvanja kulturne baštine i starih, drvenih, seoskih kuća. Uza sve navedene vrste potencijali se vide i u razvoju cikloturizma, eno i gastroturizma, zdravstvenog i kongresnog te lovnog i riječnog turizma. Iako se istraživanjem saznaje kako je Brodsko-posavska županija prepuna potencijala, ipak nedostatak turističkih sadržaja i ponude sprječavaju razvitak i boljitak turizma. Ulaganje u turističke proizvode bit će bezvrijedno ako se ne razviju odgovarajuće strategije komunikacije usmjerene prema točno identificiranoj publici. Pri tome, Slavonski Brod mora uspješno adresirati dva osnovna izazova – nedostatak spoznaja o turističkih proizvodima i doživljajima koje Slavonski Brod može ponuditi, što se gotovo jednako odnosi na turističko tržište, ali i na same dionike turističkog razvoja grada, te percepciju da Slavonski Brod, kao i većina gradova kontinentalne Hrvatske, nije dovoljno turistički zanimljiv, osobito tijekom vikenda kada se generira najveći dio turističkih posjeta. Trenutno, nudi se niz atrakcija i aktivnosti očekujući od potencijalnih posjetitelja da odaberu ono što ih zanima. Umjesto toga, potrebno je tematizirati proizvode i doživljaje te osigurati njihovu ravnomjernu ponudu tijekom većeg dijela godine. Zbog turističke neorganiziranosti, loše ponude smještaja, sadržaja, plovnih puteva, ne postojanje kvalitetnih info centara, manjak suvenirnica, turizam u županiji nije povoljno iskorišten i nije dovoljno uloženo u stvaranje kvalitetnog turističkog proizvoda. Kako bi se županija uspješno brendirala potrebno je promijeniti sliku područja „prljave“ industrije. Ratna razaranja i dalje ostavljaju veliki utisak na samu županiju te se vode i samim mentalitetom ljudi. Potrebno je sanirati i iskoristiti potencijale i obnoviti komunikaciju turističkih dionika. Osmisliti povoljnu marketinšku i promotivnu sliku destinacija i sadržaja. Zanemarujući trenutno političko i funkcionalno stanje Republike Hrvatske, osvrnuvši se na svoj geografski položaj, značenje županije kroz povijest, obilatost prirodnih resursa i ljudskih koji su preostali, moguće je obnoviti i učiniti Brodsko-posavsku županiju uspješnom turističkom, kontinentalnom

županijom. Vođeni glavnom hipotezom dokazuje se kako Brodsko-posavska županija jest županija prepuna potencijala, ali nažalost kao i ostatak Hrvatske, s nedostatkom ulaganja u razvoj i osuvremenjavanje.

Zbog svog dobrog geo – prometnog položaja, velike povijesne ostavštine, bogatog prirodnog sadržaja Brodsko – posavska županija ima velike mogućnosti razvoja ruralnog turizma. Postojeći kapaciteti su iscrpljeni, resursi već viđeni i iskorišteni te se predlaže daljnja modernizacija i revitalizacija ovakvog tipa turizma. Korištenjem brojnih mjera iz Programa ruralnog razvoja, modernizacijom, daljnjim usavršavanjem i obrazovanjem kadra i stanovništva, ispunjavanjem zadanih ciljeva vrlo lako područje Brodsko – posavske županije može zauzeti visoko mjesto u turističkoj ponudi ruralnih područja.

7. POPIS LITERATURE

1. Grandits, H., Karin, T. (2013), Sunčana strana Jugoslavije - Povijest turizma u socijalizmu, Zagreb, Srednja Europa
2. Krippendorf, J. (1986), Putujuće čovječanstvo – za poimanje slobodnog vremena i putovanja, Zagreb, Sveučilišna naklada Liber
3. Lončarić, (2012), Marketing u turizmu regije Slavonije i Baranje, doktorska disertacija, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, pp. 172.
4. Šuran, F. (2016), Slobodno vrijeme, putovanje i turizam: sociološki pristup, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile
5. Tomčić, Bolfek, (2012), Strategija razvoja ruralnog turizma u Brodsko posavskoj županiji, (projekt), Veleučilište u Slavanskom Brodu, Slavonski Brod, Institut za poljoprivredu i turizam
6. Vlahović, D. (2003), Maritimna turistička Hrvatska, Zagreb, Matica Hrvatska

INTERNETSKI IZVORI

1. <https://croatia.hr/hr-HR/search/site?keys=Hrvatska%2C+puna+%C5%BEivota+%282017%29%2C+Hrvatska+turisti%C4%8Dka+zajednica> (16.7.2021.)
2. <https://mint.gov.hr/strategija-razvoja-odrzivog-turizma-do-2030-godine/11411> (16.7.2021.)
3. <https://www.tzgsb.hr> (16.7.2021.)
4. [http://croatialink.com/vijesti/turisticke_zajednice/64313/tz_slavonski_brod_-_nase_turiste_najvise_privlaci_kulturni_turizam_\(tvrdava_brod\)_te_vjerski_turizam](http://croatialink.com/vijesti/turisticke_zajednice/64313/tz_slavonski_brod_-_nase_turiste_najvise_privlaci_kulturni_turizam_(tvrdava_brod)_te_vjerski_turizam) (16.7.2021.)
5. <https://www.tzbpz.hr/hr/turisticke-atrakcije/seoski-turizam/etno-eko-selo-stara-kapela.html> (5.9.2021.)
6. <https://www.slavonski-brod.hr> (5.9.2021.)
7. https://hr.wikipedia.org/wiki/Slavonski_Brod (5.9.2021.)

