

# Turistička ponuda Osječko - baranjske županije

---

**Majetić, Patrik**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2024**

*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:137:056162>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-01-09**



*Repository / Repozitorij:*

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



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

« Dr. Mijo Mirković »

**PATRIK MAJETIĆ**

Završni rad

Pula, 2024.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

« Dr. Mijo Mirković »

**PATRIK MAJETIĆ**

**TURISTIČKA PONUDA OSJEČKO – BARANJSKE ŽUPANIJE**

Završni rad

**JMBAG:** 0303081064, redoviti student

**Studijski smjer:** Turizam

**Predmet:** Ekonomija doživljaja

**Znanstveno područje:** Društvena znanost

**Znanstveno polje:** Poslovna ekonomija

**Znanstvena grana:** Turizam

**Mentor:** doc.dr.sc. Aljoša Vitasović

Pula, 2024.



## IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani \_\_\_\_\_, kandidat za prvostupnika ekonomije/poslovne ekonomije, smjera \_\_\_\_\_ ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

\_\_\_\_\_

U Puli, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ godine



IZJAVA  
o korištenju autorskog djela

Ja, \_\_\_\_\_ dajem odobrenje Sveučilištu  
Jurja Dobrile

u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom

\_\_\_\_\_ koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, \_\_\_\_\_ (datum)

Potpis

\_\_\_\_\_

## SADRŽAJ

<b>1. Uvod</b> .....	<b>1</b>
<b>2. Povijest i geografski kontekst Osječko – baranjske županije</b> .....	<b>2</b>
<b>3. Turistička ponuda i potražnja</b> .....	<b>5</b>
3.1. Marketing turističke ponude .....	7
3.2. Prirodne ljepote .....	9
3.3. Kulturno – povijesni spomenici.....	11
3.4. Gastro turizam .....	14
3.5. Aktivni turizam.....	16
3.6. Kulturni turizam .....	17
<b>4. Turistička infrastruktura i smještajni kapaciteti</b> .....	<b>19</b>
<b>5. Turistički trendovi i izazovi</b> .....	<b>22</b>
<b>6. Zaključak</b> .....	<b>25</b>
<b>7. Popis literature</b> .....	<b>26</b>
<b>Popis slika</b> .....	<b>27</b>
<b>Sažetak</b> .....	<b>28</b>
<b>Summary</b> .....	<b>29</b>

## 1. Uvod

Turizam je jedna od najmasovnijih, najdinamičnijih i najsloženijih društveno - ekonomskih pojava novijeg doba. Turizam je ujedno i jedna od najbrže rastućih grana svjetske ekonomije.

Turizam može igrati važnu ulogu kao pokretačka snaga ekonomskog razvoja, otvaranje novih radnih mjesta i smanjenje siromaštva u zemljama u razvoju. Shodno tome turizam stvara ogroman prihod, otvara radna mjesta i podržava poslovanje u lokalnoj zajednici. Očekuje se da će ukupni turizam nastaviti rasti brže od svjetske ekonomske proizvodnje kao rezultat faktora kao što su rast stanovništva, rastući prihodi i zaposlenost, kraći radni tjedni u mnogim dijelovima svijeta i sve veća integracija svjetskih proizvoda, ekonomije i društva. Očekuje se da će globalnu ekonomiju u 21. stoljeću pokretati tri glavne uslužne industrije: informacijske tehnologije, telekomunikacije i turizam.

Kontinentalni turizam postao je iznimno popularan u posljednje vrijeme jer sve više turista želi svoj odmor provesti u prirodi, zdravom okolišu, a podalje od gradova. Žele iskusiti tradicionalan način života i uživati u gastronomskoj ponudi kontinentalnog dijela Hrvatske.

Cilj ovog rada je analiza turističke ponude Osječko – baranjske županije, njezine prednosti i dobrobiti za navedenu županiju te izazove s kojima se navedena županija susreće.

U radu su korištene metode analiza i deskripcije, a podaci su prikupljeni iz sekundarnih izvora podataka.

## 2. Povijest i geografski kontekst Osječko – baranjske županije

Osječko baranjska županija se smjestila na sjeveroistočnom dijelu Republike Hrvatske, te je po veličini četvrta. Obuhvaća Baranju i sjeveroistočnu Slavoniju oko donjeg toka rijeke Drave, prije njezinog utoka u Dunav, koji je stvorio Kopački rit, park prirode. Izuzetno povoljan zemljopisni položaj na rijeci Dravi i uz Dunav, koji je jedan od najznačajnijih europskih plovnih puteva, zatim prirodni resursi koji se temelje na sastavu tla i klimi pogodnim za poljoprivrednu proizvodnju, termalne vode, očuvani okoliš i jedinstveno područje Kopačkog rita samo su dio pogodnosti koje pruža Osječko – baranjska županija.<sup>1</sup>

Grad Osijek je metropola istočne Hrvatske, a prvi tragovi života na ovom području sežu u kameno doba. U starom vijeku ondje se nalazio keltski te rimski grad Mursa. Ime Osijek nadjenuli su mu Hrvati, pošto su taj novi grad odlučili podići na "oseki" - povišenom suhom tlu iznad rijeke Drave, sigurnom od njenog hirovitog toka i čestih poplava. Po prvi put u povijesti pisano ime grada u mađarskoj inačici Eszek spominje se 1196. godine, a Nijemci ga nazivaju Esseg. Srednji vijek u vrijeme Hrvatsko – ugarskog kraljevstva, Osijek je proživio kao bogati trgovački i obrtnički gradić, a zatim su ga u ljeto 1526. osvojili vojnici moćnoga Osmanskog (Turskog) carstva.

Od kraja 17. stoljeća Osijek je vraćen Hrvatskoj u sastavu Habsburškog (Austro-ugarskog) carstva. Izgrađena je velika utvrda uz rijeku Dravu, grad se obnovio u baroknom stilu. U 19. stoljeću, Osijek doživljava veliki gospodarski i kulturni procvat. Izgrađena je zgrada Hrvatskog narodnog kazališta, Županijska palača, Konkatedrala Sv. Petra i Pavla, a u promet je pušten prvi tramvaj u široj regiji. Otvara se i niz drugih kulturnih ustanova te tvornica što privlači velik broj novih građana.<sup>2</sup>

Nakon povijesnih događaja (raspad Jugoslavije, Domovinski rat) koji su obilježili Osijek, Osijek doživljava novi procvat ulaskom Republike Hrvatske u Europsku uniju 2013. godine.

---

<sup>1</sup> Smart travel, <https://smart-travel.hr/hrvatska/osjecko-baranjska/>

<sup>2</sup> Turistička zajednica grada Osijeka, <https://www.tzosijek.hr/>



Osječko – baranjska županija, administrativno – teritorijalna jedinica u istočnoj Hrvatskoj (obuhvaća Baranju i velik dio istočne Slavonije); 4155 km<sup>2</sup> s 258 026 st. (2021) ili 62,1 st./km<sup>2</sup>. Sastoji se od 35 općina (Antunovac Tenjski, Bilje, Bizovac, Čeminac, Čepin, Darda, Donja Motičina, Draž, Drenje, Đurđenovac, Erdut, Ernestinovo, Feričanci, Gorjani, Jagodnjak, Kneževi Vinogradi, Koška, Levanjska Varoš, Magadanovac, Marijanci, Podgorač, Podravska Moslavina, Petlovac, Petrijevci, Popovac, Punitovci, Satnica Đakovačka, Semeljci, Strizivojna, Šodolovci, Trnava, Viljevo, Viškovci, Vladislavci, Vuka) i sedam naselja s gradskim statusom (Beli Manastir, Belišće, Donji Miholjac, Đakovo, Našice, Osijek, Valpovo). Osječko – baranjska županija ima 263 naselja.

Osječko – baranjska županija, smještena u istočnom dijelu Hrvatske, ima umjereno kontinentalnu klimu.

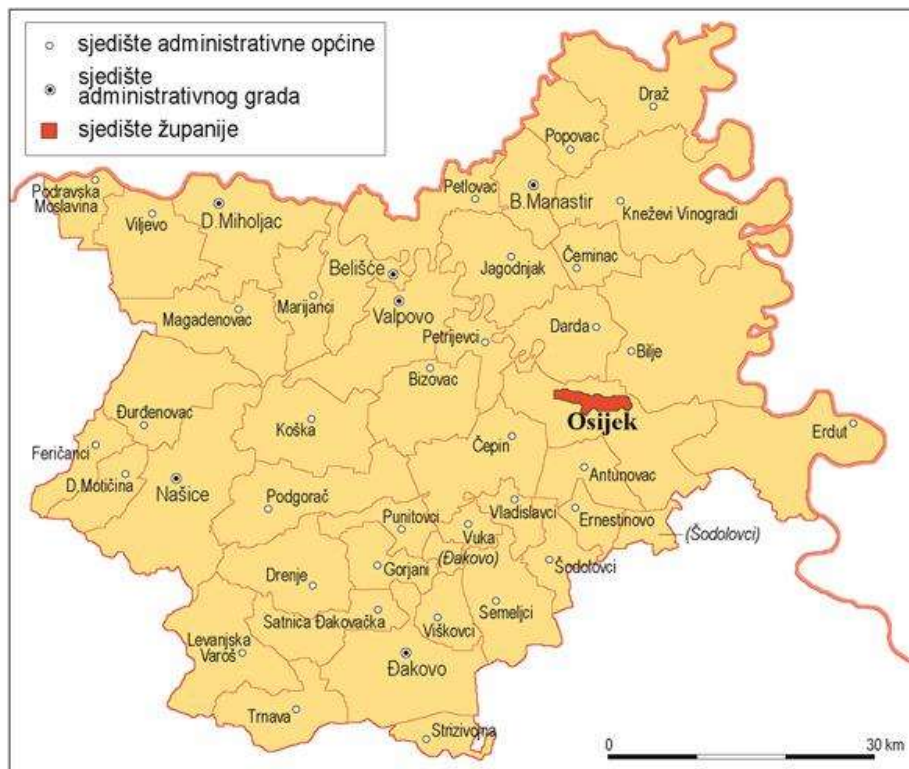
Županija graniči s Mađarskom na istoku, Srbijom na jugu te sa županijama Virovitičko podravskom, Požeško – slavonskom i Brodsko – posavskom u Hrvatskoj. Županija se nalazi u Panonskoj nizini, poznatoj po svojoj plodnoj zemlji i poljoprivrednim površinama. Ova regija je važna za poljoprivredu Hrvatske, s brojnim poljoprivrednim gospodarstvima koja se bave uzgojem žitarica, voća, povrća i stočarstvom. Unatoč svojoj ravnici, Osječko-baranjska županija nudi raznolikost krajolika. Na istoku se protežu riječne ravnice, dok se prema zapadu nalaze šumovita područja i brda. Krajolik je obogaćen rijekama, jezerima, močvarama i šumama, pružajući različite mogućnosti za rekreaciju i istraživanje prirode. Županija je važno prometno čvorište istočne Hrvatske, s dobrim prometnim poveznicama s drugim dijelovima zemlje i susjednim državama. Grad Osijek, kao regionalno središte, ima dobru prometnu infrastrukturu, uključujući autoceste, željeznicu i zračnu luku.

Geografski položaj Osječko – baranjske županije čini je važnom regijom u Hrvatskoj, s bogatstvom prirodnih resursa, plodnom zemljom i raznolikim krajolikom koji privlači posjetitelje i omogućava raznolike gospodarske aktivnosti.

Formiranje Osječko – baranjske županije kao posebne administrativne jedinice imalo je za cilj poboljšati lokalnu upravu, decentralizirati vlast i olakšati upravljanje regionalnim

pitanjima. Od tada, županija je postala važna regija u istočnoj Hrvatskoj, s razvijenom ekonomijom, infrastrukturom i kulturnim identitetom.

Slika 1. Osječko – baranjska županija s naseljima



Izvor: Google slike, dostupno na: <https://proleksis.lzmk.hr/57833/> , 15.04.2024.

### 3. Turistička ponuda i potražnja

Turistička ponuda dio je turističkoga tržišta na kojem se turistima nude i prodaju robe i usluge, kojima oni zadovoljavaju svoje turističke potrebe. Turistička ponuda predstavlja količinu roba i usluga koje se nudi turistima na određenom turističkom tržištu, u određeno vrijeme i po određenoj cijeni. U najširem smislu riječi turistička ponuda podrazumijeva sve gospodarske i društvene sudionike jedne zemlje koji na direktan ili indirektan način pridonose širenju i različitosti ukupne ponude i time mogućem povećanju turističke potrošnje, kao ekonomske rezultante privremenog boravka domaćih ili inozemnih turista.

Turistička ponuda ima određene karakteristike koje je potrebno dobro poznavati da bi se na tim saznanjima mogao graditi tržišni nastup. To su: dislociranost od potražnje heterogenost ponude (složenost, kompleksnost) statičnost ponude (vezanost uz određeni prostor) sezonski karakter ponude (bilo da se radi o ljetnoj ili zimskoj sezoni, iako ova karakteristika postaje relativno sve manje značajna budući da se nastoji sezonu produžiti, odnosno ravnomjernije rasporediti i na ostatak godine) neelastičnost, odnosno relativna elastičnost; za ponudu se često kaže da je neelastična tj. da se njeni kapaciteti ne mogu prilagođavati promjenama cijena, odnosno potražnje.<sup>3</sup>

Turistička potražnja određena je količina roba i usluga koju su turisti spremni kupiti u određenom vremenu i pod određenim uvjetima; ukupan broj osoba koje sudjeluju u turističkim kretanjima ili žele uključiti se u turistička kretanja kako bi se koristile različitim turističkim uslugama u mjestima izvan svoje uobičajene sredine u kojoj žive ili rade.

Razni su elementi koji utječu na turističku potražnju pa se tako razlikuju:

1. Motivi putovanja – turistička potražnja oblikuje se na temelju različitih motiva putovanja. To mogu biti motivi poput odmora, rekreacije, avanture, poslovnih obveza, kulturnog i povijesnog interesa, gastronomije, wellnessa i mnogih drugih. Razumijevanje ovih motiva pomaže turističkim destinacijama u prilagodbi svoje ponude kako bi privukle određene segmente tržišta.

---

<sup>3</sup> Petrić, L.; Osnove turizma; Ekonomski fakultet, Split, 2006. str. 88.

2. Interesi i preferencije – turistička potražnja također ovisi o interesima i preferencijama potencijalnih turista. Neki preferiraju aktivne odmore u prirodi, dok drugi više vole kulturna putovanja ili luksuzne odmore na egzotičnim destinacijama. Raznolikost turističke ponude omogućava zadovoljenje različitih interesa i preferencija.

3. Demografski faktori – demografski čimbenici poput dobi, spola, obiteljskog statusa i prihoda također utječu na turističku potražnju. Na primjer, mladi putnici mogu preferirati avanturistička putovanja, dok stariji turisti možda više cijene udobnost i luksuz.

4. Sezonalnost – turistička potražnja često varira ovisno o sezoni. Neki turisti preferiraju putovanja tijekom ljeta radi odmora na plaži, dok drugi radije putuju u zimskim mjesecima radi skijanja ili božićnih i novogodišnjih praznika. Stoga destinacije često prilagođavaju svoju ponudu kako bi privukle turiste tijekom cijele godine.

5. Marketinške aktivnosti – učinkovite marketinške strategije mogu značajno utjecati na turističku potražnju. Promocija atraktivnih destinacija, ponuda i aktivnosti putem različitih marketinških kanala može potaknuti interes potencijalnih turista i potaknuti ih na putovanje.

Slika 2. Turistički proizvodni portfelj Osječko – baranjske županije

PROIZVODNA GRUPA	PROIZVODI					
KULTURNI TURIZAM	Gradski turizam	Turizam baštine	Manifestacije i događanja	Vjerski turizam		
ENO I GASTRONOMSKI TURIZAM	Gastronomski turizam	Turizam vina				
REKREACIJA I BORAVAK U PRIRODI	Planinarenje/ trekking	Cikloturizam	Konjički turizam	Seoski turizam	Lov i ribolov	Ekoturizam
ZDRAVSTVENI TURIZAM	Lječilišni/ medicinski	Wellness				
POSLOVNI TURIZAM	Poslovni sastanci skupovi i konferencije	Sportske pripreme i natjecanja				
POSEBNI PROIZVODI	Tranzitni turizam	Riječni krizing				

■ Primarni    ■ Sekundani    ■ Tercijarni

Izvor: Google slike, dostupno na: <https://visitslavoniabaranja.com/wp-content/uploads/2024/01/Program-rada-TZ-OBZ-2024-1.pdf>, 15.04.2024.

### 3.1. Marketing turističke ponude

Kroz učinkovite marketinške strategije, Osječko – baranjska županija može istaknuti svoje jedinstvene karakteristike, privući veći broj turista i promovirati održivi razvoj turizma u regiji. Marketing je ključni alat za promicanje turističke ponude i stvaranje prepoznatljivog identiteta destinacije na nacionalnom i međunarodnom tržištu turizma.<sup>4</sup>

Nabrojano je nekoliko marketinških strategija koje doprinose promociji turističke ponude:

- Promocija kulturne i prirodne baštine – marketing aktivnosti promoviraju bogatu kulturnu i prirodnu baštinu Osječko – baranjske županije. Kroz marketinške kampanje na društvenim medijima, web stranicama, turističkim brošurama i drugim kanalima, destinacija može istaknuti svoje povijesne spomenike, muzeje,

<sup>4</sup> Master plan turizma Osječko – baranjske županije, str 38.

prirodne parkove, rijeke i druge atrakcije, privlačeći tako pažnju potencijalnih posjetitelja.

- Isticanje kulturnih događanja i manifestacija – marketing također promovira razne kulturne događaje i manifestacije koji se održavaju u županiji, poput festivala, koncerata, izložbi, folklornih večeri i drugih aktivnosti. Ovakve manifestacije dodatno obogaćuju turističku ponudu destinacije i privlače posjetitelje iz drugih regija i zemalja.
- Ponuda smještaja i ugostiteljskih objekata – marketinške aktivnosti promoviraju različite smještajne opcije i ugostiteljske objekte u Osječko – baranjskoj županiji, od hotela i apartmana do seoskih domaćinstava i ruralnih kuća za odmor. Kroz atraktivne fotografije, recenzije gostiju i posebne ponude, destinacija može privući turiste i potaknuti ih na rezervaciju smještaja.

Slika 3. Atributi Osječko – baranjske županije



Izvor: Master plan Osječko – baranjske županije

### 3.2. Prirodne ljepote

Osječko – baranjska županija obiluje prirodnih ljepotama od kojih su najistaknutiji:

1. Kopački rit – ova močvarna oaza je jedno od najvažnijih zaštićenih područja u Europi, nalazi se na ušću rijeke Drave u Dunav te obuhvaća prostrane močvarne površine, rukavce, jezera i šume. Ovdje se može vidjeti bogatstvo biljnog i životinjskog svijeta, uključujući mnoge ptice selice.

2. Baranjsko brdo – ovo je jedna od najviših točaka u Baranji, pružajući prekrasan pogled na okolni krajolik. Brdo je prekriveno šumama i livadama, idealno za planinarenje i piknik s pogledom.

3. Park prirode Kopački rit – park obuhvaća 177 km<sup>2</sup> močvarnih područja, šuma i vodenih površina. Osim divlje prirode, posjetitelji mogu uživati u raznim aktivnostima poput vožnje čamcem, promatranja ptica ili jednostavno šetnje prirodom.

Slika 4. Park prirode Kopački rit



Izvor: Google slike, dostupno na: <http://osijek.sdp.hr/aktualno/dan-otvorenih-vrata-u-parku-prirode-kopacki-rit/>, 15.04.2024.

3. Dunav – slavna rijeka proteže se kroz Osječko – baranjsku županiju, pružajući brojne mogućnosti za rekreaciju i opuštanje uz vodu. Vožnja brodom niz rijeku Dunav nudi jedinstven pogled na okolni krajolik i mala slikovita sela duž obale.

4. Drava – plovna rijeka od ušća do grada Osijeka, ona je međunarodni plovni put kojim prometuju brodovi i tegljači. Osijek je glavno pristanište. Riječna je obala u gradu Osijeku vrlo lijepo uređena. U blizini kupališta “Copacabana” rijeku premošćuje viseći pješački most. Lučni dio, dugačak 200 m, vezan je čeličnom užadi za stupove na obali. Taj je lijepi most jedan od najpoznatijih simbola grada Osijeka. Na njemu zaljubljeni ostavljaju lokote kojima “zaključavaju” svoju ljubav.

Slika 5. Rijeka Drava i pješački most



Izvor: Google slike, dostupno na: <https://www.tzosijek.hr/romansa-drave-i-dunava-79>, 15.04.2024.

5. Eko centar Zlatna Greda – još jedno važno područje za očuvanje prirode u županiji. Ovdje se posjetitelji mogu educirati o zaštiti okoliša i divljih vrsta te istražiti prirodne staze kroz netaknutu prirodu.



### 3.3. Kulturno – povijesni spomenici

Osječko – baranjska županija je prava povijesna riznica. Nabrojat će se neke najveće znamenitosti po kojima je županija poznata.

Priča o Osijeku neizostavno počinje u Tvrđi, najpoznatijem simbolu grada. Dali su je sagraditi Austrijanci 1712. nakon protjerivanja Osmanlija kako bi kao obrambena tvrđava spriječila neku novu invaziju. Gradnja je trajala deset godina, kroz stoljeća se njezina namjena mijenjala, no od dovršetka sve do danas ova je monumentalna građevina ostala centar života u Osijeku.<sup>5</sup>

Danas je to jedan od najpoznatijih dijelova grada Osijeka s prekrasnom arhitekturom baroknog stila. U Tvrđi se nalazi niz značajnih građevina poput Tvrđavske crkve sv. Trojstva, Gradske i Županijske palače te brojni muzeji.

Slika 6. Tvrđa



Izvor: Google slike, dostupno na: <https://www.outdooractive.com/en/poi/slavonia/tvrnja-fortress-and-osijek-old-town/51483761/#dmlb=1>, 15.04.2024.

<sup>5</sup> <https://putnikofer.hr/vodici-hrvatska/sto-posjetiti-u-osijeku/>

Nadalje, katedrala sv. Petra u Đakovu, poznata kao Đakovačka katedrala, jedan je od najvažnijih sakralnih objekata u regiji. Izgrađena je u baroknom stilu s elementima kasnogotičke arhitekture. Ova imponantna građevina čuva brojne umjetničke dragocjenosti, uključujući vrijedne oltare, slike i skulpture.

Slika 7. Katedrala sv. Petra u Đakovu



Izvor: Google slike, dostupno na: <https://www.jutarnji.hr/like-putovanja/aktualno/rasni-lipicanci-najljepsa-katedrala-hrana-vino-i-becarci-sve-je-to-carobno-dakovo-15034115>, 15.04.2024.

Također, najpoznatiji kulturno – povijesni spomenik grada Osijeka je konkatedrala sv. Petra i Pavla. Budući da je to najveća i najpoznatija sakralna građevina u Osijeku, njezini zaštitnici sv. Petar i Pavao su ujedno i zaštitnici grada Osijeka. Na istom mjestu je prvo bila izgrađena grobljanska kapela sv. Petra i Pavla koja je kasnije u 18. stoljeću pretvorena u istoimenu manju baroknu crkvu. Današnja konkatedrala građena je od

1894. do 1900. To je monumentalna neogotička crkva, čiju je gradnju inicirao Osječanin, bosanski ili đakovački i srijemski biskup Josip Juraj Strossmayer. <sup>6</sup>

Među najljepšim baroknim tvorevinama ističe se zavjetni stup svetog Trojstva. Izgrađen je od 1729. do 1730. na sredini glavnog trga u Tvrđi. Na njemu je zapisano „da se Bog smiluje i da odvrati kugu koja je harala u Osijeku i u cijeloj Slavoniji“. Spomenik je podignula barunica Marija Ana Petraš, udovica pokojnog generala Maksimilijana Petraša koji je umro od posljedica kuge 1728. u Osijeku. Na uglovima stupa nalaze se četiri sveca: sv. Sebastijan, sv. Rok, sv. Rozalija i sv. Katarina koji su naknadno dodani dok su u početku krasili Valpovačka i Nova gradska vrata.

Slika 8. Trg svetog Trojstva



Izvor: Google slike, dostupno na: <https://www.tzosijek.hr/znamenitosti-57>, 15.04.2024.

---

<sup>6</sup> Sršan, S., Osijek: kulturno – povijesni vodič, Državni arhiv u Osijeku, Osijek, 2008., str. 72 - 73

### 3.4. Gastro turizam

Čovjek od davnina putuje zbog različitih razloga i motiva. U strukturi turizma postoji veliki broj čimbenika koji ga definiraju i koji na njega utječu. Od prvenstvene vrste turizma koji uključuje „sunce i more“, s vremenom su se razvile i brojne druge vrste (nautički, znanstveni, kulturni, gastronomski turizam...). Kao novija vrsta turizma, javlja se upravo gastronomski turizam. On podrazumijeva sve ono što obuhvaća hranu, piće, kuharske vještine i sl. U širem smislu obuhvaća gurmanstvo, sladokustvo, a u najširem smislu vezu kulture i hrane, odnosno umjetnost prehrane, kulinarsku umjetnost.<sup>7</sup>

Osječko – baranjska županija po mnogočemu je jedinstvena kad je riječ o turističkim atrakcijama, a njeni najveći turistički aduti svakako su gastronomija i enologija.

Danas se malo koja regija u svijetu može pohvaliti tako raznolikom i kvalitetnom gastro ponudom, recepturama koje potječu iz autohtone slavonske i baranjske kuhinje umrežene s utjecajem mađarske, njemačke, dalmatinske, zagorske, ličke, bosanske, turske i drugih kuhinja koje su ovoj regiji i u gastronomiji donijele kozmopolitski štih, baš kao i izborom namirnica, načinom pripreme te ambijentom konzumiranja i uživanja u hrani.

U tradicionalnim restoranima, konobari će češće gostima ponuditi neki od lokalnih gastronomskih specijaliteta kojima je često glavni začim crvena mljevena ljuta paprika. Najčešće su to pečenja od divljači (jelen, vepar) i riječne ribe (som, smuđ, šaran, štuka...), perkeltom (gulašem) od ribljih fileta ili divljači s domaćom tjesteninom i svježim kravljim sirom te komadićima prepržene slanine, „baranjskim“ čobancem od divljači, nezaobilaznim fiš – paprikašem (od miješane ribe), ribljom paštetom, paštetom od čvaraka, kulenom (tipičnom začimjenom kobasicom) i voćnom štrudlom ili knedlama sa šljivama za desert.

Neki od prepoznatih restorana po kvaliteti i jedinstvenom gastronomskom iskustvu su:

---

<sup>7</sup> Drpić, K., Vukman, M. (2014.): Gastronomija kao važan dio turističke ponude u Hrvatskoj. Praktični menadžment: stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta, str. 62

- Restoran Kod Ruže – restoran je smješten u srcu Osijeka te je poznat po autentičnim slavonskim jelima pripremljenim po tradicionalnim receptima.
- Restoran Waldinger – smješten u centru Osijeka, nudi vrhunsku gastronomsku ponudu koja kombinira klasične i modernizirane slavonske okuse
- Restoran Zimska luka – restoran se nalazi uz obalu rijeke Drave i poznat je po svojoj ribljoj kuhinji. Posjetitelji ovog restorana mogu uživati u svježoj ribi te uživati iz pogled na rijeku Dravu.
- Restoran Vodenica Kod Zelenog Mlinara – smješten u ruralnom okruženju. Restoran je poznat po svojoj autentičnoj slavonskoj kuhinji, koja se priprema na tradicionalan način u vodenici iz 18. stoljeća.
- Gastro pub Black Pig- pub u Osijeku nudi neformalnu atmosferu i kreativne gastro specijalitete, kao što su raznovrsni burgeri i sendviči, kao i domaće craft pivo.

Četiri vinogorja ove županije daju najfinije vinske kapljice nadaleko poznate i izvan granica Hrvatske. Uživanje u graševini baranjskog, frankovki feričanačkog, misnim vinima đakovačkog ili tramincu erdutskog vinogorja nezaboravan je doživljaj zbog kojeg se gosti u Slavoniju i Baranju uvijek iznova vraćaju.<sup>8</sup>

Tek 20 – ak kilometara sjeverno od grada u Kneževim Vinogradima nalazi se treći najstariji i najveći vinski podrum u Hrvatskoj iz 1526. godine, a jednako toliko istočno nad Dunavom već stoljećima stražari impozantna gotička kula u Erdutu u blizini koje je i vinarija s ogromnom vinskom bačvom zapremine 75.000 litara. Najdraže vinske sorte u oba vinogorja su bijeli i crni pinot, chardonney, merlot, frankovka, u Erdutu i poput višnje maraske slasni zweigelt, a u Baranji Šiler (kupaža frankovke i cabernet sauvignonga), te ponos svakog vinara, zlatno-zelena, slatkasta i osvježavajuća graševina.<sup>9</sup>

Neke od poznatijih vinarija su:

---

<sup>8</sup> <https://www.jutarnji.hr/life/putovanja/rapsodija-okusa-osjecko-baranjske-zupanije-10085869>

<sup>9</sup> <https://www.tzosijek.hr/lokalna-kuhinja-684>

- Vinarija Josić – jedna od najpoznatijih vinarija u regiji, u mjestu Zmajevac, poznata je po proizvodnji vrhunskih vina od autohtonih sorti grožđa poput Graševine, Frankovke, Traminca.
- Vinarija Belje – smještena u blizini Baranje, proizvodi široku paletu vina, uključujući i neka od najpoznatijih hrvatskih vina, Graševine Premium.
- Vinarija Zdjelarević – obiteljska vinarija fokusira se na proizvodnju visokokvalitetnih vina, posebno Graševine i Frankovke, te nudi razne enološke doživljaje za posjetitelje.

### 3.5. Aktivni turizam

Aktivni turizam je privremeno putovanje i boravak osobe, kojoj je rekreacija glavni motiv, izvan svog mjesta stanovanja. Zbog potrebe za sudjelovanjem u fizičkim aktivnostima, posjetama i želje za gledanjem raznih sportskih događanja ili bilo kojeg aktivnog ili pasivnog uključivanja u sportsku aktivnost na osobnoj ili organiziranoj razini turističke destinacije pripremaju za turiste razne sportsko rekreacijske ponude.<sup>10</sup>

Neke od ponuda aktivnog turizma su:

1. Kajakarenje na Dravi – Drava je idealna rijeka za kajakarenje zbog svojih mirnih tokova i prekrasnog okoliša. Može se iznajmiti kajak i istražiti rijeku samostalno ili se pridružiti organiziranim izletima.
2. Cikloturizam – Osječko – baranjska županija nudi brojne biciklističke staze koje prolaze kroz pitoreskne krajolike, vinograde i ruralna naselja. U gradu Osijeku se proteže gotovo 40 kilometara biciklističkih staza, posebno izgrađenih ili označenih na prometnicama i nogostupima. Postoji Europska biciklistička ruta „Euro Velo 6“ kreće od Atlanskog oceana do Crnog mora i prolazi kroz grad Osijek, zatim Dunavska biciklistička ruta i dugačka je 138 kilometara. Počinje na graničnom prijelazu Duboševica u Baranji, a završava na graničnom prijelazu u Iloku. Posebno je zanimljiva obzirom da prolazi slikovitim područjem Baranje, Parkom prirode Kopački rit, biciklističkim stazama grada

---

<sup>10</sup> <https://aktivniturismo.hr/dodatne-ponude/aktivni-turizam>

Osijeka, ušćem Drave u Dunav u Aljmašu, erduskim vinogorjem te Vukovarom i Ilokom. U blizini Osijeka prolazi i biciklistička ruta „Euro Velo 13“, u Hrvatskoj nazvana Dravska ruta (granica Slovenije – Varaždin – Hlebine – Donji Miholjac – granica Mađarske)

3. Jahanje konja – za ljubitelje jahanja, postoji mogućnost organiziranih tura na konjima kroz prekrasne šume, livade i polja.

4. Pješaćenje u prirodi – Osječko – baranjska županija obiluje šumama, parkovima i zaštićenim područjima pogodnim za pješaćenje. Nacionalni park Kopački rit nudi posebno impresivno iskustvo divljine.

5. Lov i ribolov – za one koji uživaju u lovnom i ribolovnom turizmu, ova regija nudi obilje divljači i ribljih vrsta. Turisti se mogu pridružiti organiziranim lovno – ribolovnim izletima ili istražiti područja samostalno.

6. Vožnja balonom – moguće je doživjeti prekrasne pejzaže Osječko – baranjske županije iz zraka vozeći se balonom. Ovo je jedinstveno iskustvo koje pruža nezaboravan pogled na regiju.

### **3.6. Kulturni turizam**

Kulturni turizam se teško definira, smatra se kao visoka kultura ali se danas proširio i na novo, šire značenje. Pod kulturom podrazumijevamo načine života, životnog standarda, vrijednosti, uvjerenja, stavove, identiteta ljudi. Kulturni turizam je zapravo turizam u kojem prevladava interes za objektima ili sadržajima kulturnog karaktera. UNWTO je 1995.godine definirao kulturni turizam kao putovanja koja su motivirana kulturom kao na primjer kazališne, studijske, kulturne ture, putovanja na festivale ili slične događaje, putovanja na povijesne lokalitete, razgledavanje spomenika i kulturnih objekata, hodočašća, folklor i slično.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Razović M., Obilježja ponude kulturnog turizma dalmatinskih županija, Turistička zajednica županije Splitsko dalmatinske, 2009.

U Hrvatskoj se sve intenzivnije razmišlja o razvoju kulturnog turizma na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini. Ona je oduvijek bila jedan od glavnih turističkih proizvoda, jer je turizam zapravo privlačio svojom atmosferom, kulturno – povijesnim spomenicima, festivalima, starim građevinama i slično, a turisti su oduvijek bili zainteresirani za različite vrste kultura.

Osječko – baranjska županija poznata je po svojoj bogatoj umjetničkoj sceni. Grad Osijek redovito je domaćin brojnih kulturnih događanja poput kazališnih predstava, koncerata, izložbi i festivala. Primjerice, Tvrđa Art festival privlači umjetnike iz cijele regije, dok Osječko ljeto kulture nudi raznovrsne kulturne sadržaje tijekom ljetnih mjeseci.

Slika 9. Hrvatsko narodno kazalište u Osijeku



Izvor: Google slike, dostupno na <https://www.teatar.hr/166735/sezona-20142015-hnk-osijek/>, 15.04.2024.



## 4. Turistička infrastruktura i smještajni kapaciteti

Turistička infrastruktura obuhvaća sve elemente koji podržavaju turističku aktivnost i udobnost posjetitelja tijekom boravka u određenoj destinaciji.

Postoje dvije vrste turističke infrastrukture, primarna i sekundarna infrastruktura.

Primarna infrastruktura izravno utječe na razvoj turizma i turističke ponude, a to su:

- biciklističke rute i popratna infrastruktura (stanice za servis bicikala, brojila biciklističkog prometa, parkirališta za bicikle i sl.)
- dvorci, utvrde i kurije
- kongresni centri
- odmorišta i vidikovci
- kamp odmorišta
- kupališta, plaže i popratna infrastruktura
- planinarska infrastruktura: planinarski putovi i planinarski objekti (domovi, kuće, skloništa)
- pješačke trekking staze i staze dugog hodanja
- poučne, hodočasničke, konjičke, zipline i druge tematske staze
- staze, šetnice, stajališta uz more, jezera i rijeke
- centri za posjetitelje
- interpretacijski centri
- infoploče i turistička signalizacija

- vozila odnosno plovila namijenjena za prijevoz posjetitelja turističkih atrakcija.<sup>12</sup>

Sekundarna je ona infrastruktura koja ne utječe izravno na razvoj turizma i samo je dijelom godine ili samo sporednom funkcijom u službi turizma:

- arheološka nalazišta, speleološki objekti, povijesni spomenici i popratna infrastruktura
- parkirališta i pristupne ceste u funkciji turističke infrastrukture koje nisu kategorizirane kao javne ceste
- javni sanitarni čvorovi
- sportski objekti i ostala sportska infrastruktura na otvorenom prostoru u funkciji aktivnog turizma
- rodne kuće poznatih osoba.<sup>13</sup>

Osječko baranjska županija je u 2022. godini raspolagala sa ukupno 4 186 postelja, koji podrazumijevaju krevete u hotelima, kampovima, privatnom smještaju ili drugo.

Jedan od najatraktivnijih aspekata ruralnog turizma u Osječko – baranjskoj županiji je mogućnost boravka u autentičnim ruralnim kućama. Posjetitelji imaju priliku iskusiti život na selu, uživati u domaćoj kuhinji s lokalnim proizvodima te sudjelovati u raznim aktivnostima poput branja voća i povrća, pripremanja tradicionalnih jela ili upoznavanja s zanatima koji su karakteristični za to područje.

---

<sup>12</sup> [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2021\\_12\\_136\\_2248.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2021_12_136_2248.html)

<sup>13</sup> [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2021\\_12\\_136\\_2248.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2021_12_136_2248.html)

Slika 10. Smještajni kapaciteti u Osječko – baranjskoj županiji

	Postelje <i>Beds</i>		Dolasci <i>Tourist arrivals</i>			Noćenja <i>Tourist nights</i>		
	stalne <i>Permanent</i>	pomoćne <i>Extra</i>	ukupno <i>Total</i>	domaćih turista <i>Domestic tourists</i>	stranih turista <i>Foreign tourists</i>	ukupno <i>Total</i>	domaćih turista <i>Domestic tourists</i>	stranih turista <i>Foreign tourists</i>
Osječko-baranjska županija <i>Conty of Osijek-Baranja</i>	4 186	357	107 945	68 175	39 770	218 462	124 796	93 666
<i>Gradovi/ Towns</i>								
Beli Manastir	183	17	5 227	2 751	2 476	9 163	4 779	4 384
Belišće	163	2	302	154	148	773	361	412
Donji Miholjac	22	13	361	210	151	719	380	339
Đakovo	317	60	9 410	5 668	3 742	18 226	10 299	7 927
Našice	150	43	4 308	2 662	1 646	7 964	4 488	3 476
Osijek	1 928	87	65 122	42 543	22 579	131 879	74 369	57 510
Valpovo	123	8	983	557	426	2 375	1 080	1 295
<i>Općine/ Municipalities</i>								
Bilje	430	41	8 203	5 050	3 153	16 246	9 419	6 827
Bizovac	136	4	z	z	z	z	z	z
Čeminac	18	4	z	z	z	z	z	z
Čepin	36	2	z	z	z	z	z	z
Darda	16	11	391	180	211	978	395	583
Donja Motičina	4	-	z	z	z	z	z	z
Draž	93	25	650	421	229	2 045	993	1 052
Drenje	2	-	z	z	z	z	z	z
Erdut	106	6	617	439	178	1 541	932	609
Feričanci	43	4	236	143	93	465	205	260
Gorjani	6	-	z	z	z	z	z	z
Kneževi Vinogradi	312	21	6 561	3 445	3 116	10 712	6 087	4 625
Koška	2	-	z	z	z	z	z	z
Levanjska Varoš	11	2	z	z	z	z	z	z
Magadenovac	4	-	z	z	z	z	z	z
Petlovac	21	-	z	z	z	z	z	z
Petrijevci	27	3	z	z	z	z	z	z
Popovac	9	2	z	z	z	z	z	z
Satnica Đakovačka	7	2	z	z	z	z	z	z
Semeljci	4	-	z	z	z	z	z	z
Tmava	13	-	z	z	z	z	z	z

Izvor: dostupno na <https://podaci.dzs.hr/media/y1llwoan/si-1722-turizam-u-2022.pdf>, 15.04.2024.

Gornja slika prikazuje rasprostranjenost postelja po gradovima i mjestima Osječko – baranjske županije. Najviše postelja broji grad Osijek, zatim općina Bilje.

Ukupno u 2022. godini, ostvareno je 107 945 dolazaka, od čega je 36,84% stranih turista. U Osječko – baranjskoj županiji u 2022. godini ostvareno je ukupno 218 468 noćenja, 42,88% čine strani turisti.

## 5. Turistički trendovi i izazovi

Turistički trendovi su promjene i evolucija u ponašanju, preferencijama i očekivanjima putnika koji oblikuju industriju turizma. S druge strane, turistički izazovi predstavljaju prepreke ili probleme s kojima se turizam suočava, a mogu uključivati ekonomske, socijalne, ekološke i političke faktore.

Pod turističkim trendovima smatraju se:

- održivost – postaje ključni faktor u turizmu, a putnici sve više traže destinacije, smještajne objekte i aktivnosti koje promiču zaštitu okoliša, podržavaju lokalnu zajednicu i očuvavaju kulturno i prirodno naslijeđe
- iskustveni turizam – putnici sve više teže autentičnim i osobnim iskustvima tijekom putovanja, preferirajući aktivnosti poput kušanja lokalne hrane, sudjelovanja u radionicama s lokalnim obrtnicima i upoznavanja s lokalnom kulturom i načinom života
- digitalizacija i tehnologija – tehnološki napredak mijenja način na koji putnici planiraju, rezerviraju i doživljavaju putovanja. Online platforme, društvene mreže, mobilne aplikacije i tehnologije poput virtualne stvarnosti sve su prisutnije u turističkoj industriji
- zdravstveni i wellness turizam – zdravlje i blagostanje postaju važniji aspekti putovanja, a putnici sve više traže destinacije i aktivnosti koje podržavaju tjelesno, mentalno i emocionalno zdravlje
- destinacije izvan uobičajenih turističkih staza – putnici sve više istražuju manje poznate destinacije izvan uobičajenih turističkih staza, tražeći autentična iskustva i izbjegavajući prekomjerne turističke gužve

Brandiranje u turizmu je proces koji izdvaja određenu destinaciju po svojim karakteristikama i komparativnim prednostima, te se na taj način stvara određeni identitet destinacije. Uspješno brandiranje postiže se isticanjem originalnosti i autentičnosti destinacije. Neke destinacije već imaju sreću da su u svijetu poznate po

određenim karakteristikama, no u posljednje vrijeme sve je više destinacija koje kreću u brand-marketing kako bi povećale svoju konkurentnost na svjetskom tržištu.<sup>14</sup>

Primjerice, riječna krstarenja u posljednjih nekoliko godina bilježe pozitivne trendove u Europi pa tako i u Hrvatskoj. Počeci razvoja tog oblika turizma javljaju se u 2004. godini na rijeci Dunavu i 2009. godine na rijeci Dravi. Najvažnije i najveće luke nalaze se u Vukovarsko – srijemskoj županiji (Vukovar, Ilok) te u Osječko – baranjskoj županiji (Batina, Aljmaš i Osijek).

Trenutno se međunarodna riječna krstarenja u Hrvatskoj odvijaju u najvećem dijelu na rijeci Dunav na kojoj se u prosjeku realizira 90% od ukupnog broja pristajanja dok se preostalih 10% prometa odvija na rijeci Dravi.<sup>30</sup> Uvažavajući raspoložive resurse na područjima Hrvatske uz plovne rijeke i postojeću atrakcijsku osnovu, riječ je o perspektivnom segmentu za oživljavanje turizma na kontinentu.<sup>15</sup>

Hrvatsko društvo kulturnog turizma, provelo je anketno istraživanje prema kojemu je dokazano kako od ukupno 122 sudionika anketnog istraživanja 85,2% smatra kako je Slavonija i Baranja gastronomska turistička destinacija, 55,9% smatra kako je eko turistička destinacija, 37,7% eno turistička destinacija dok tek 33,6% smatra kako je prostor Slavonije i Baranje prepoznat zbog razvijenog kulturnog turizma.

Turistički izazovi s kojima se Osječko – baranjska županija susreće su:

- diversifikacija ponude – jedan od izazova je diversifikacija turističke ponude kako bi se privukli različiti segmenti tržišta, županija se tradicionalno percipira kao destinacija za poslovna putovanja i ruralni turizam, ali postoji potreba za razvojem drugih oblika turizma poput kulturnog turizma, gastronomskog turizma ili aktivnog odmora
- održivi razvoj – s obzirom na porast turističke aktivnosti, ključno je osigurati da razvoj turizma bude održiv i da ne ugrožava okoliš, prirodne resurse i lokalnu zajednicu, potrebno je pažljivo upravljati rastom turizma kako bi se izbjegli negativni učinci poput preopterećenja infrastrukture

---

<sup>14</sup> Bolfek, B. Utjecaj marketinga na razvoj turističkog brenda Slavonije i Baranje, 2014.

<sup>15</sup> Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine

- sezonalnost – turistička aktivnost u Osječko – baranjskoj županiji može biti izrazito sezonska, s većom potražnjom tijekom ljeta i manjom tijekom zime, izazov je pronaći načine za privlačenje turista tijekom cijele godine kroz raznolike turističke proizvode i aktivnosti
- povezanost i promocija – nedostatak svijesti i promocije destinacije može biti izazov u privlačenju većeg broja turista, važno je poboljšati promociju Osječko-baranjske županije na nacionalnoj i međunarodnoj razini te osigurati dobru povezanost s drugim destinacijama i infrastrukturom
- konkurencija – Osječko – baranjska županija suočava se s konkurencijom drugih turističkih destinacija, kako unutar Hrvatske tako i na međunarodnom tržištu, izazov je pronaći načine za diferencijaciju destinacije i istaknuti njezine jedinstvene karakteristike kako bi se privukli turisti i osigurala konkurentnost na tržištu

## 6. Zaključak

Osječko – baranjska županija, s bogatom kulturnom baštinom, prirodnim ljepotama i raznolikim turističkim potencijalom, predstavlja atraktivnu destinaciju koja nudi mnoge mogućnosti za posjetitelje. Kroz svoju turističku ponudu, županija privlači različite profile turista, od ljubitelja kulture i povijesti do ljubitelja prirode, aktivnog odmora i gastronomije.

Kroz suradnju svih dionika u turističkoj industriji, ulaganje u infrastrukturu, promociju jedinstvenih karakteristika i održivo upravljanje turizmom, Osječko-baranjska županija može unaprijediti svoju turističku ponudu, privući veći broj posjetitelja i ostvariti svoj turistički potencijal. Uz kontinuirane napore i inovativne pristupe, županija može postati prepoznatljiva destinacija koja pruža nezaboravno iskustvo za sve svoje posjetitelje.

## 7. Popis literature

1. Bolfek, B. (2014). Utjecaj marketinga na razvoj turističkog brenda Slavonije i Baranje, *Ekonomska misao i praksa*, Vol 23 (1), str. 247 – 276
2. Drpić, K., Vukman, M. (2014). Gastronomija kao važan dio turističke ponude u Hrvatskoj. *Praktični menadžment: stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta*, str. 62
3. Petrić, L. (2006). *Osnove turizma*. Ekonomski fakultet, Split.
4. Razović M. (2009). Obilježja ponude kulturnog turizma dalmatinskih županija, *Turistička zajednica županije Splitsko dalmatinske županije*.
5. Sršan, S. (2008). *Osijek: kulturno – povijesni vodič*. Državni arhiv u Osijeku, Osijek.

### *Internetske stranice*

1. Active tourist, <https://aktivniturizam.hr/dodatne-ponude/aktivni-turizam>
2. Jutarnji list, <https://www.jutarnji.hr/life/putovanja/rapsodija-okusa-osjecko-baranjske-zupanije-10085869>
3. Master plan turizma Osječko – baranjske županije, [https://obz.hr/hr/pdf/savjetovanje\\_sa\\_zainteresiranom\\_javnoscu/2017/20170110\\_mp\\_ob\\_z\\_final\\_korekcije\\_z\\_javnu\\_raspravu\\_za\\_web.pdf](https://obz.hr/hr/pdf/savjetovanje_sa_zainteresiranom_javnoscu/2017/20170110_mp_ob_z_final_korekcije_z_javnu_raspravu_za_web.pdf)
4. Putni kofer, <https://putnikofer.hr/vodici-hrvatska/sto-posjetiti-u-osijeku/>
5. Pravilnik o javnoj turističkoj infrastrukturi – Ministarstvo turizma i sporta, NN 136/2021, [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2021\\_12\\_136\\_2248.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2021_12_136_2248.html)
6. Smart travel, <https://smart-travel.hr/hrvatska/osjecko-baranjska/>
7. Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine, [https://narodnenovine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2023\\_01\\_2\\_18.html](https://narodnenovine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2023_01_2_18.html)
8. Turistička zajednica grada Osijeka, <https://www.tzosijek.hr/>



## Popis slika

Slika 1. Osječko – baranjska županija s naseljima .....	4
Slika 2. Turistički proizvodni portfelj Osječko – baranjske županije .....	7
Slika 3. Atributi Osječko – baranjske županije .....	8
Slika 4. Park prirode Kopački rit.....	9
Slika 5. Rijeka Drava i pješački most.....	10
Slika 6. Tvrđa.....	11
Slika 7. Katedrala sv. Petra u Đakovu .....	12
Slika 8. Trg svetog Trojstva .....	13
Slika 9. Hrvatsko narodno kazalište u Osijeku.....	18
Slika 10. Smještajni kapaciteti u Osječko – baranjskoj županiji.....	21

## Sažetak

Osječko – baranjska županija postala je popularna destinacija za turiste te iz godine u godinu bilježi porast dolazaka i noćenja tuzemnim i inozemnih gostiju. Zbog svoje bogate povijesti, ali i tradicijske kulture, postala je središte u ovom dijelu Hrvatske za autentične doživljaje gastronomije, aktivnog turizma te mnogih drugih.

Osječko – baranjska županija smještena je u istočnom dijelu zemlje. Svojim geografskim položajem i bogatom poviješću, ova županija predstavlja važan dio kulturnog i gospodarskog identiteta Hrvatske. Glavni grad županije je Osijek, koji je i političko, gospodarsko i kulturno središte regije.

Županija obuhvaća područje Slavonije i Baranje te dio Srijema, što je čini izuzetno raznolikom u pogledu prirodnih ljepota i resursa. Osim plodnih polja, rijeka i šuma, Osječko – baranjska županija poznata je i po brojnim kulturno – povijesnim spomenicima, poput Tvrđe u Osijeku, kao i bogatom folklornom tradicijom.

Osječko – baranjska županija ima i značajan potencijal za daljnji razvoj, posebno kroz ulaganje u infrastrukturu, turizam i poljoprivredu, te suradnju s susjednim regijama i međunarodnim partnerima.

U ekonomiji ove županije, ključnu ulogu imaju industrija, trgovina i turizam.

**Ključne riječi:** Osječko – baranjska županija, turizam, tradicijska kultura, industrija, trgovina

## Summary

The Osijek – Baranja County has become a popular destination for tourists, and year after year it records an increase in arrivals and overnight stays by domestic and foreign guests. Due to its rich history and traditional culture, it has become the center in this part of Croatia for authentic experiences of gastronomy, active tourism and many others.

Osijek - Baranja county is located in the eastern part of the country. With its geographical position and rich history, this county represents an important part of the cultural and economic identity of Croatia. The capital of the county is Osijek, which is also the political, economic and cultural center of the region.

The county includes the area of Slavonia and Baranja and part of Srijem, which makes it extremely diverse in terms of natural beauty and resources. In addition to fertile fields, rivers and forests, the Osijek-Baranja County is also known for its numerous cultural and historical monuments, such as the Fortress in Osijek, as well as its rich folklore tradition.

The Osijek-Baranja County also has significant potential for further development, especially through investment in infrastructure, tourism and agriculture, as well as cooperation with neighboring regions and international partners.

Industry, trade and tourism play a key role in the economy of this county.

**Keywords:** Osijek - Baranja county, tourism, traditional culture, industry, trade