

# Revitalizacija resursa i turistička atraktivnost Hrvatske

---

Šabić, Jurica

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:137:548630>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-23**



Repository / Repozitorij:

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



**Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**  
Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“

**JURICA ŠABIĆ**

**REVITALIZACIJA RESURSA I TURISTIČKIH ATRAKTIVNOSTI HRVATSKE**

Završni rad

Pula, 2024.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli  
Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“

**JURICA ŠABIĆ**

**REVITALIZACIJA RESURSA I TURISTIČKIH ATRAKTIVNOSTI HRVATSKE**

Završni rad

**JMBAG: 0303095355, redoviti student**

**Studijski smjer: Kultura i turizam**

**Predmet: Upravljanje atrakcijama u turizmu**

**Znanstveno područje: Društvenih znanosti**

**Znanstveno polje: Ekonomija**

**Znanstvena grana: Trgovina i turizam**

**Mentor: Prof. dr. sc. Jasmina Gržinić, trajno zvanje**

Pula, travanj 2024.

## Sadržaj

UVOD .....	1
<b>1. TURISTIČKI RESURSI .....</b>	<b>3</b>
1.1. Turistički resursi – pojmovno određenje .....	3
1.2. Upravljanje resursima .....	5
1.3. Značaj resursa za razvoj turizma .....	6
<b>2. TURISTIČKE ATRAKCIJE .....</b>	<b>7</b>
2.1. Pojam turističke atrakcije .....	7
2.2. Potencijalne nasuprot realnih atrakcija .....	9
2.3. Revitalizacija resursa i upravljanje atrakcijama .....	11
<b>3. ČIMBENICI ATRAKTIVNOSTI U HRVATSKOM TURIZMU .....</b>	<b>17</b>
3.1. Prirodna resursna osnova .....	19
3.2. Kulturni turizam i mogućnosti afirmacije .....	20
3.3. Utjecaj atrakcija na konkurentnost destinacije .....	22
3.4. Regionalna povezanost i mozaik atrakcija .....	24
<b>4. TURISTIČKA REVITALIZACIJA NA PRIMJERU VUKOVARSKO-SRIJEMSKÉ ŽUPANIJE .....</b>	<b>27</b>
4.1. Resursi regije i revitalizacija za potrebe turizma .....	27
4.2. Regionalni obuhvat .....	29
4.3. Turistička atrakcijska osnova .....	31
4.4. Upravljanje atrakcijama područja .....	32
4.5. Analiza odabranih destinacija .....	33
4.5.1. Grad Vukovar .....	34
4.5.2. Grad Vinkovci .....	36
4.5.3. područje Iloka .....	38

<b>5. SOCIODEMOGRAFSKA REVITALIZACIJA PROSTORA .....</b>	<b>41</b>
5.1. Revitalizacija zapuštenih područja .....	41
5.2. Kulturna baština i perspektive razvoja .....	47
5.3. Upravljanje atrakcijama na području Republike Hrvatske .....	48
5.4. Osvrt na provedeno istraživanje .....	50
ZAKLJUČAK .....	54
SAŽETAK .....	56
<i>ABSTRACT</i> .....	57
LITERATURA .....	58
POPIS SLIKA .....	63
POPIS TABLICA .....	64

# UVOD

Turizam je jedna od najrasprostranjenijih i najdinamičnijih društveno-ekonomskih pojava suvremenog društva. U današnjem ubrzanom načinu života, turizam je postao primarna ljudska potreba, prelazeći granice sekundarne važnosti. Turizam također ima pozitivan učinak na lokalne zajednice, potičući razvoj infrastrukture, stvaranje radnih mjesta i očuvanje kulturne baštine. Važno je naglasiti da je, usprkos svim pozitivnim aspektima turizma, potrebno voditi računa o održivosti i zaštiti okoliša te kulturnoj osjetljivosti turističkih odredišta. Održivi turizam trebao bi biti usmjeren prema uravnoteženom razvoju, uvažavajući prirodne resurse, lokalnu kulturu i zajednice, kako bi se osigurala dugoročna korist za sve dionike turističke industrije.

Tema istraživanja je aktualna jer je turizam ne samo u Hrvatskoj, nego i u svijetu u rapidnom porastu, te svake godine milijuni ljudi putuju kako bi istraživali, učili, kulturno se uzdizali i upoznavali nepoznato. Strategija razvoja hrvatskog turizma pokazuje usmjerenje prema novim ponašanjima putnika, ali primarni motiv posjeta Republici Hrvatskoj i dalje ostaje odmor usmjeren na sunce i more. S obzirom na posebnosti klime, prirode, obale i unutrašnjosti, kao i relativno malu površinu zemlje, potencijali razvoja selektivnih oblika turizma trebaju biti bolje razvijani i upravljani na način da se međusobno nadopunjuju, umjesto da zamjenjuju postojeću turističku ponudu. Također je važno uspješno motivirati domaće turiste da provode svoje godišnje odmore u Hrvatskoj, umjesto da putuju u dalje destinacije koje nude slične turističke proizvode. Kroz promociju jedinstvenih aspekata zemlje i poticanje svijesti o bogatstvu domaćih destinacija, moguće je privući domaće turiste i potaknuti njihovu podršku hrvatskom turizmu.

Cilj rada je istražiti revitalizaciju resursa i turističkih atraktivnosti na području koje je jedno od najslabije turistički razvijeno u Hrvatskoj, Vukovarskoj- Srijemskoj županiji. Svrha rada je ukazati na vezu razvoja kontinentalnog turizma i očuvanja turističkih atrakcija. Cilj i svrha rada opravdavaju se sa istraživačkim hipotezama i to:

H1 - Revitalizacija kulturnih resursa je u vezi sa turističkom atraktivnosti Republike Hrvatske.

H2 - Revitalizacija resursa na području urbanih sredina Vukovarsko-Srijemske županije povezana je s upravljanjem atrakcijama na tom području.

Rad je podijeljen u sedam poglavlja, odnosno pet ako se izuzmu uvod i zaključak. Prvo poglavlje se bavi turističkim resursima, gdje se opisuje što su to turistički resursi i koja je njihova uloga u turizmu. Drugo poglavlje nosi naziv turističke atrakcije. U istome se definiraju turističke atrakcije, objašnjava se razlika između realnih i potencijalnih atrakcija, pojašnjava se revitalizacija resursa i upravljanje atrakcijama u turizmu. Treće poglavlje se odnosi na hrvatski turizam, odnosno čimbenike atraktivnosti u turizmu. Pod trećim poglavlje se definira prirodna resursna osnova, te opisuje hrvatska prirodna resursna osnova. Također se analizira kulturni turizam u Hrvatskoj i problem konkurentnosti, općenito u turizmu, te opisuje regionalna povezanost destinacija i dionika. U četvrtom poglavlju se istražuje revitalizacija resursa na odabranom primjeru vukovarsko-srijemske županije, istražuje se regionalni obuhvat, turistička osnova i upravljanje atrakcijama.

Istraživanjem su obuhvaćena tri vodeća grada u Vukovarsko-Srijemskoj županiji i to Vukovar, Vinkovci i Ilok. Analizirala se dostignuta razina revitalizacije resursa i upravljanje atrakcijama. Peto poglavlje istražuje socijalno demografska obilježja revitalizacije prostora, odnosno zapuštenih prostora i perspektive razvoja.

Zaključak i popis korištene literature se nalaze na kraju rada.

Zahvale upućujem Sveučilišnoj knjižnici u Puli i u Portu (Portugal) gdje sam tijekom pisanja rada boravio na *Erasmus* programu, mojim roditeljima Martini i Goranu, te prijateljima Luki, Valentinu, Andrei, Lei, Anni, Zampiji i Barbari na pomoći oko dostave dopunske i vrlo korisne literature za ovo istraživanje.

# 1. TURISTIČKI RESURSI

U prvom poglavlju ovog rada definira se pojam turističkih resursa te tumače teorijske spoznaje o klasifikaciji resursa i upravljanju istima.

## 1.1. Turistički resursi – pojmovno određenje

Turistički resursi temelj su turističkih aktivnosti. Resurs općenito označava potencijal na kojem bi se mogao zasnivati razvoj nekog prostora ili djelatnosti.<sup>1</sup> Resursi se odnose na sve ono što se može koristiti za neku svrhu, poput prirodnih resursa, ljudskih resursa, financijskih resursa i drugih. Pojmovno, resursi se definiraju kao sredstva koja su na raspolaganju za postizanje nekog cilja ili zadovoljavanje neke potrebe.

Prirodni resursi su sve što se može naći u prirodi i što ima korisnu vrijednost za ljude, poput zraka, vode, tla, šuma, minerala, ugljikovodika i drugih. Ljudski resursi su sve što se tiče ljudskog kapitala, poput znanja, vještina, iskustva i sposobnosti pojedinaca ili skupine ljudi. Financijski resursi se odnose na novac, kapital i druga financijska sredstva koja se mogu koristiti za financiranje različitih projekata i aktivnosti.

No, kada je riječ o razvoju turizma, situacija je nešto drugačija. Bez obzira na gospodarski razvoj nekog područja, turizam neće napredovati ako to područje nema privlačne prirodne ili antropogene resurse koji mogu privući određeni segment turističke potražnje i omogućiti turističku i ekonomsko-turističku valorizaciju.<sup>2</sup>

Kvalitetan prostor u turizmu, s obiljem prirodnih i antropogenih (kulturnih) resursa, predstavlja značajan element turističke ponude. Takav prostor ima precizno utvrđenu ekonomsku i turističko-tržišnu vrijednost temeljenu na atraktivnim svojstvima i karakteristikama postojećih resursa. Ako određeni resurs ne privlači turiste, on tada postaje samo prirodni element ili faktor koji nema nikakvo značenje u turizmu. Turistički

---

<sup>1</sup>Kušen, E. (2002.): „Turistička atrakcijska osnova“, Zagreb: Institut za turizam, str. 16.

<sup>2</sup>Geić, S., (2007.): „Organizacija i politika turizma, kulturološko-ekološki i sociogospodarski aspekti“, Split: Sveučilište u Splitu, Sveučilišni studijski centar za stručne studije, str. 21.



resursi su različite vrste prirodnih i kulturnih resursa koji privlače turiste i omogućuju razvoj turizma. Razlikuju se prirodni resursi, poput prekrasnih plaža, planinskih lanaca, rijeka, jezera i nacionalnih parkova, ili kulturni resursi, poput povijesnih znamenitosti, muzeja, tradicionalnih sela i gradova, festivala i kulturnih događaja. Ujedno, obuhvat istih se razlikuje od zemlje do zemlje i od regije do regije.<sup>3</sup> Primjeri turističkih resursa u jednoj zemlji mogu uključivati nacionalne parkove, planinske skijališta, plaže, kulturne znamenitosti i druge atrakcije, dok će u drugoj zemlji to biti drugačije. Neki resursi se često pojavljuju u različitim zemljama, poput prekrasnih plaža i turističkih gradova. Kušen (2002) ukazuje na pregled uobičajenih vrsta turističkih atrakcija; prirodnih i kulturnih uz isticanje važnosti turističke suprastrukture. Razvojem turizma i promjena preferencija putnika resursne tipologija počele su se oslanjati na one atrakcijske npr. vežu se uz imidž destinacije (Wanhill, 2003), kvalitetu ponude (Yoeman, 2012), priče koje privlače (Alvarez, Go, Yuksel (2016)).

Ono što im je zajedničko je da su turistički resursi važni za razvoj turizma i pomažu u privlačenju turista i povećanju prihoda od turizma. Turistima se pruža mogućnost za zabavu, avanturu i opuštanje, te im je omogućeno učenje o kulturi i povijesti određene zemlje ili regije. Međutim, važno je napomenuti da turizam može imati i negativne učinke na turističke resurse, poput prevelikog opterećenja turista, zagađenja, uništavanja prirodnih resursa i slično. Zato je važno da se turizam planira i provodi održivo, uz poštovanje i zaštitu turističkih resursa za buduće generacije.

Pod utjecajem tradicionalnih vrijednosti i svojstava višekratne upotrebe turističkih resursa, turistički resursi su se dugo vremena smatrali bezvrijednima. Posljednjih godina ljudi su počeli utvrđivati ispravne vrijednosti turističkih resursa. Međutim, zbog specifičnosti turističkih resursa, pitanje vrednovanja njihove vrijednosti bilo je kontroverzno.<sup>4</sup> Vrednovanje vrijednosti odnosi se na prepoznavanje vrijednosti ili evaluacijsko prepoznavanje.

---

<sup>3</sup> Kušen, E. (2002.), op.cit., str. 16.

<sup>4</sup>Weiguang, X., Yunchi, M. (2021.): „Tourism Resource Evaluation and Countermeasures Based on Network Communication and TOPSIS Algorithm“, Wireless Communications and Mobile Computing, Vol. 1., str. 21.

## 1.2. Upravljanje resursima

Osim opisa kategorija resursa u prethodnom potpoglavlju, resursi se mogu podijeliti na druge načine, kao što su primjerice društveni resursi, kulturni resursi, tehnološki resursi i drugi, ovisno o kontekstu u kojem se koriste. Resursi od suštinskog značaja za primjenu i ostvarivanje politike i ciljeva organizacije vezanih za sustav upravljanja trebaju biti utvrđeni i dostupni. Oni mogu obuhvaćati:<sup>5</sup>

- ljudske potencijale - osoblje s potrebnim vještinama i znanjem za obavljanje poslovnih procesa,
- dobavljače i partnerstva - vanjske entitete i suradnike koji pružaju potrebne resurse ili podršku,
- Informacije - relevantne podatke i saznanja za donošenje informiranih odluka,
- infrastrukturu - fizičke i tehničke resurse potrebne za provođenje poslovnih aktivnosti,
- radnu sredinu - uvjete i atmosferu na radnom mjestu koji omogućuju produktivnost i zadovoljstvo zaposlenika,
- prirodne resurse - resurse poput energije, vode i sirovina koji se koriste u poslovanju organizacije,
- financijska sredstva: novčane resurse i kapital potreban za financiranje operacija i projekata.

Mudro i odgovorno upravljanje resursima igra presudnu ulogu u oblikovanju budućnosti društva i organizacija, te je ključno za održivi turizam. Upravljanje resursima dio je politika upravljanja turističkim atrakcijama. Atrakcijske teme su različite zbog potrebe diferencijacije turističkog proizvoda, što usmjerava i menadžment turističkog posjeta (Gržinić, 2020).

---

<sup>5</sup>Injac, N., Drljača, M. (2000.): „Upravljanje financijskim resursima“, Zagreb: Oskar, str. 12.

### **1.3. Značaj resursa za razvoj turizma**

Resursi imaju ključnu ulogu u turizmu, kao što su prirodni, kulturni, društveni i infrastrukturni resursi. Turistički resursi su glavni razlog zbog kojeg ljudi putuju, te se stoga smatraju temeljnom osnovom turizma. Prirodni resursi, poput plaža, planina, rijeka i parkova, privlače turiste koji žele istražiti prirodne ljepote određenog područja. Kulturni resursi, poput muzeja, galerija, spomenika kulture i povijesnih znamenitosti, privlače turiste koji žele naučiti više o kulturi i povijesti određene regije ili zemlje.

Društveni resursi, kao što su gastronomija, događaji, sport i zabava, imaju važnu ulogu u privlačenju turista, pružajući im različite mogućnosti za zabavu i opuštanje. Infrastrukturni resursi, poput smještaja, prijevoza i turističkih informacijskih centara, imaju ključnu ulogu u razvoju turističke industrije, pružajući turistima udobnost i sigurnost tijekom putovanja.

Osim što privlače turiste, resursi su također važni za funkcioniranje turističkog sektora. Stupanj privlačnosti turističkih resursa izravno utječe na njihove komparativne prednosti, jer privlače veći broj posjetitelja i odgovarajući dio turističke potražnje, što je strateški cilj razvoja turizma. Stoga je važno da se cjelokupna turistička ponuda temelji na izvornim obilježjima i svojstvima resursa kako bi se postigao optimalan ekonomski i neekonomski učinak.

## 2. TURISTIČKE ATRAKCIJE

Ovo poglavlje opisuje turističke atrakcije. Za početak se atrakcije pojmovno definiraju. Nakon toga se razlikovno opisuju atrakcije koje imaju potencijal (potencijalne atrakcije) i realne atrakcije, te za kraj analizira revitalizacija resursa, te izazovi upravljanja atrakcijama.

### 2.1. Pojam turističke atrakcije

Potencijalne i realne turističke atrakcije temeljni su turistički resurs svake turističke destinacije koji određuje i uvjetuje strukturu njene turističke ponude te razvoj turizma uopće. Njihova bit određena je turističkim potrebama, motivima i aktivnostima. Sve turističke atrakcije snažno su prostorno obilježene, bez obzira na to da li su same dio prostora ili je njihova pojavnost strogo prostorno određena.<sup>6</sup>

Prirodne atrakcije uključuju krajolike poput planina, rijeka, plaža, šuma i parkova. Kulturne atrakcije uključuju muzeje, galerije, povijesne znamenitosti, sakralne građevine i slično. Sportske atrakcije uključuju razne aktivnosti poput skijanja, surfanja, ronjenja i drugih. Zabavne atrakcije uključuju zabavne parkove, kazališta, koncerte i slično. Turističke atrakcije mogu biti i sezonske, što znači da se događaju samo u određeno doba godine. Primjerice, skijanje u zimskim mjesecima ili turističke destinacije koje su atraktivne samo ljeti.<sup>7</sup>

U turističkoj industriji, razvoj novih turističkih atrakcija igra ključnu ulogu u privlačenju novih turista, produljenju boravka turista i povećanju prihoda. Stoga, mnoge destinacije kontinuirano razvijaju nove atrakcije ili obnavljaju postojeće kako bi zadržale svoju atraktivnost i konkurentnost na tržištu. Turistička destinacija je ključni element turističkog sustava koji se ističe kroz svoju atraktivnost. Ona pokreće cjelokupni sustav privlačenjem

---

<sup>6</sup>Kušen, E. (2001.): „*Turizam i prostor klasifikacija turističkih atrakcija*“, Prostor : znanstveni časopis za arhitekturu i urbanizam, Vol. 9., No. 1(21), str. 7.

<sup>7</sup>Vodeb, K. (2014.): „*Turistična destinacija: sodobna obravnava koncepta*“, Portorož: Univerza na Primorskem, Fakulteta za turistične študije – Turistica, str. 12.

i motiviranjem dolaska turista te povezuje sve njegove dijelove. Turističke destinacije obično posjeduju sljedeće elemente:<sup>8</sup>

- atrakcije - privlačni prirodni ili kulturni elementi koji privlače turiste, poput nacionalnih parkova, spomenika, te plaža,
- pristupačnost - lakoća dolaska do destinacije putem različitih prometnih sredstava, kao što su zračni, željeznički ili cestovni prijevoz,
- receptivni sadržaji - smještajni kapaciteti, kao što su hoteli, apartmani, kampovi, te ugostiteljski objekti, poput restorana i kafića,
- dostupni paket-aranžmani - turistički paketi koji uključuju različite usluge poput smještaja, prijevoza, obroka i aktivnosti,
- aktivnosti - mogućnosti za turiste da sudjeluju u različitim aktivnostima i dožive autentično iskustvo destinacije, kao što su razgledavanje, sportovi na otvorenom, te kulturni događaji,
- pomoćne usluge - usluge koje podržavaju turističko iskustvo, poput turističkih informacijskih centara, prijevoza unutar destinacije, sigurnosti i medicinske skrbi.

Kombinirajući ove komponente, turistička destinacija stvara jedan ili više turističkih proizvoda. Važno je napomenuti da turistički proizvod nije samo jednostavna kombinacija elemenata, već rezultat sinergijske interakcije svih gore navedenih komponenata. Ova sinergija stvara jedinstveno turističko iskustvo za posjetitelje i omogućuje destinaciji da se istakne na tržištu turizma.<sup>9</sup>

„Turistička atrakcija je privlačan element u nekoj turističkoj destinaciji u obliku kulturno-povijesne baštine, prirodne cjeline ili pojave priredbe ili događaja koji motivira turiste za dolazak i okosnica je razvoja turizma u destinaciji.“<sup>10</sup> Svaka destinacija ili turistička regija posjeduje određenu atrakciju koja doprinosi njenoj privlačnosti. Turističke atrakcije su ključni turistički resursi svake turističke destinacije koji oblikuju njen turistički sadržaj i

---

<sup>8</sup>Buhalis, D. (2000.): „*Marketing the competitive destination of the future*“, Tourism management, Vol. 21., str. 101.

<sup>9</sup>Križman Pavlović, D. (2003.): „*Upravljačke i organizacijske odrednice marketinga turističke destinacije*“, Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, str. 61.

<sup>10</sup>Ibid., str. 6.

doprinose općem razvoju turizma. One proživljavaju turističke motive, potrebe i aktivnosti. Sve turističke atrakcije su snažno povezane s prostorom, bez obzira jesu li same smještene na određenom prostoru ili njihova pojava strogo ovisi o prostornom kontekstu. One također mogu biti središta rekreacije i obrazovnih aktivnosti za izletnike i turiste te ih dijele s lokalnim stanovništvom.<sup>11</sup>

Razvoj turističke atrakcije alternativni je način povećanja prihoda ljudi koji žive u selu i u njegovoj okolini. Razvoj turističke atrakcije u selu treba biti u skladu s okolinom kako bi imao pozitivan učinak.<sup>12</sup> Turizam je potreban ljudima za njihovo mentalno i fizičko zdravlje. U međuvremenu, za ljude koji u njemu žive, turističke aktivnosti će brzo podržati gospodarski rast i povećati životni standard ljudi u njemu.

## 2.2. Potencijalne nasuprot realnih atrakcija

Turističke atrakcije su sve što ima jedinstvenost, ljepotu i vrijednost u obliku prirodne raznolikosti, kulturnih i umjetnih rezultata cilja ili destinacije koju turisti posjećuju. U osnovi, turistička privlačnost također je motivacijski čimbenik turističke posjete turističkoj destinaciji, kako prirodna atrakcija tako i privlačnost kulture i privlačnost umjetnina.<sup>13</sup>

Potencijalne turističke atrakcije su objekti, mjesta, aktivnosti ili događaji koji još nisu razvijeni ili nisu dostupni turistima, ali imaju potencijal da postanu turističke atrakcije u budućnosti. To su obično mjesta ili aktivnosti koje imaju prirodne, kulturne ili povijesne vrijednosti, ali još nisu dovoljno istražene ili razvijene kako bi bile turističke atrakcije.

Primjeri potencijalnih turističkih atrakcija mogu biti prirodne ljepote koje još nisu dovoljno promovirane, kulturna baština koja nije dovoljno poznata ili turističke aktivnosti koje se još

---

<sup>11</sup>Križman Pavlović, D. (2003.), op.cit., str. 6.

<sup>12</sup>Krisnandika, A.A.K., Yusiana, L.S. (2020.): „*Identification of Tourist Attractions in Timpag Village*“, IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, Vol. 501, The 4th International Symposium of Sustainable Landscape Development 10 October 2019, Bogor, Indonesia, str. 1.

<sup>13</sup>Azwar, H., Brahmantyo, H., Hermantoro, H. (2018.): „The potential development of tourism attraction in tourism destination of ikan Sakti Sungai Janiah, subdistrict baso, district agam, west sumatra“, dostupno na:

[https://www.researchgate.net/publication/328256501\\_THE\\_POTENTIAL\\_DEVELOPMENT\\_OF\\_TOURISM\\_ATTRACTION\\_IN\\_TOURISM\\_DESTINATION\\_OF\\_IKAN\\_SAKTI\\_SUNGAI\\_JANIAH\\_SUBDISTRICT\\_BASO\\_DISTRICT\\_AGAM\\_WEST\\_SUMATRA](https://www.researchgate.net/publication/328256501_THE_POTENTIAL_DEVELOPMENT_OF_TOURISM_ATTRACTION_IN_TOURISM_DESTINATION_OF_IKAN_SAKTI_SUNGAI_JANIAH_SUBDISTRICT_BASO_DISTRICT_AGAM_WEST_SUMATRA)

uvijek ne nude turistima, ali bi mogle privući pažnju. Ove potencijalne atrakcije često su otkrivene putem istraživanja i inicijativa lokalnih zajednica ili turističkih organizacija. Razvoj potencijalnih turističkih atrakcija može zahtijevati značajna ulaganja u infrastrukturu, marketing i promociju, ali ako se pravilno razviju, mogu postati ključne atrakcije za turiste.

Potencijalne atrakcije mogu doprinijeti razvoju lokalne zajednice kroz otvaranje novih radnih mjesta, povećanje prihoda i poboljšanje kvalitete života. Stoga, identifikacija, razvoj i promocija potencijalnih turističkih atrakcija mogu biti važni za održivi razvoj turizma i povećanje konkurentnosti destinacije na turističkom tržištu. Realne turističke atrakcije su već postojeći objekti, mjesta, aktivnosti ili događaji koji privlače turiste. To su turističke atrakcije koje su već razvijene i dostupne turistima, a turisti ih posjećuju i koriste. Primjeri realnih turističkih atrakcija uključuju prirodne ljepote poput Grand Canyona u Sjedinjenim Državama, kulturnu baštinu poput Eiffelovog tornja u Parizu, povijesne znamenitosti poput Kineskog zida u Kini, sportske aktivnosti poput skijanja u Austriji, zabavne parkove poput Disneylanda u Kaliforniji i mnoge druge. Realne turističke atrakcije su važne za turističku industriju jer privlače turiste i generiraju prihod za destinaciju. Stoga, mnoge destinacije ulažu u razvoj i održavanje svojih turističkih atrakcija kako bi zadržale svoju privlačnost za turiste. Međutim, važno je napomenuti da i realne turističke atrakcije mogu biti ugrožene zbog promjena u okolišu, društvu ili gospodarstvu. Stoga je potrebno kontinuirano pratiti stanje i potrebe atrakcija te provoditi mjere zaštite i održavanja kako bi se osigurala njihova dugoročna održivost i konkurentnost na turističkom tržištu.

Razlika između potencijalnih i stvarnih turističkih atrakcija u Hrvatskoj jasno ukazuje na važnost prepoznavanja i iskorištavanja resursa kako bi se ostvarili stvarni turistički rezultati. Dok potencijalne atrakcije često leže neiskorištene ili nedovoljno promovirane, stvarne atrakcije odražavaju uspješno upravljanje resursima i privlače posjetitelje.

Turistički razvoj regije treba potporu i suradnju relevantnih dionika kao što su vlade, poslodavci ili menadžment, kao i okolne zajednice, posebno u istraživanju potencijala postojeće atrakcije. Cilj mu je povećati posjete turista području koje može imati pozitivan učinak na prihode i gospodarska područja.<sup>14</sup> Nužno je razvijati strategije koje će prepoznati potencijal i transformirati ga u stvarne, održive turističke atrakcije, doprinoseći time ne samo ekonomskom rastu već i očuvanju kulturnog i prirodnog nasljeđa zemlje.

### **2.3. Revitalizacija resursa i upravljanje atrakcijama**

Upravljanje turističkim destinacijama važan je dio kontrole utjecaja turizma na okoliš. Upravljanje destinacijom može uključivati planiranje korištenja zemljišta, poslovne dozvole i kontrolu zoniranja, ekološke i druge propise, inicijative poslovnih udruga i mnoštvo drugih tehnika za oblikovanje razvoja i svakodnevnog funkcioniranja aktivnosti povezanih s turizmom.<sup>15</sup>

U fazi razvoja potrebno je razmotriti i odrediti kapacitete, ulaganja i druge resurse potrebne za razvoj turističke atrakcije. Upravljanje operacijama uključuje koordiniranje svih aktivnosti koje se odvijaju na turističkoj atrakciji, od upravljanja osobljem do održavanja infrastrukture, prodaje ulaznica i druge logističke i operativne poslove. Upravljanje turističkim atrakcijama uključuje i promociju i marketing kako bi se povećala vidljivost i privukli turisti. Ovo uključuje kreiranje marketinških strategija, oglašavanje, web stranice, društvene medije i druge alate. Upravljanje financijama i prihodima je ključno za dugoročni uspjeh turističke atrakcije. To uključuje upravljanje troškovima, kontrolu prihoda, upravljanje ulaganjima, cijenama ulaznica i druge financijske aspekte. Upravljanje turističkim atrakcijama također uključuje održavanje infrastrukture, zaštitu okoliša i prirodnih i kulturnih vrijednosti te razvoj inicijativa koje podržavaju održivi turizam. Upravljanje turističkim atrakcijama je važno za osiguravanje kvalitete iskustva posjetitelja, zaštite okoliša i održivog razvoja destinacija. Učinkovito upravljanje turističkim atrakcijama

---

<sup>14</sup>Azwar, H., Brahmantyo, H., Hermantoro, H. (2018.): „THE POTENTIAL DEVELOPMENT OF TOURISM ATTRACTION IN TOURISM DESTINATION OF IKAN SAKTI SUNGAI JANIAH, SUBDISTRICT BASO, DISTRICT AGAM, WEST SUMATRA“, DOI:[10.31227/osf.io/jysfg](https://doi.org/10.31227/osf.io/jysfg)

<sup>15</sup>GDRC - <https://www.gdrc.org/uem/eco-tour/destination-mgmt.html>



povećava njihovu vrijednost i privlačnost za turiste, što dovodi do razvoja turističke industrije i povećanja ekonomskih i društvenih beneficija za lokalne zajednice.

U procesu upravljanja atrakcijama sudjeluje niz subjekata, posebno subjekti upravljanja koji imaju odgovornost za planiranje razvoja potrebne infrastrukture koja zadovoljava različite potrebe posjetitelja. To uključuje prilazne ceste i parkirališta, javne sanitarne objekte, telefonske govornice, poštanske usluge, hitnu medicinsku pomoć, odlaganje otpada, rekreacijske staze i sadržaje. Također, postoje razni subjekti ponude koji pružaju dodatne pomoćne usluge na području atrakcije ili u njenoj blizini, poput smještaja, prehrane, pića, zabave, rekreacije, prodaje suvenira, vođenja ture kroz lokalitet itd. U slučaju kada atrakcija doživljava velik pritisak posjetitelja, važno je u planu upravljanja atrakcijom razviti mjere za upravljanje protokom posjetitelja. Postoje različite vrste mjera koje se mogu primijeniti u upravljanju atrakcijama, a uključuju "hard" i "soft" mjere. Primjeri tih mjera su sljedeći:<sup>16</sup>

- edukacija posjetitelja o važnosti atrakcije i načinima njezinog očuvanja,
- ograničavanje ili zabrana ulaska posjetitelja u određena područja, kao što je primjer špilje lascaux u Francuskoj,
- usmjeravanje posjetitelja prema drugim lokacijama kako bi se smanjio pritisak na određenu atrakciju,
- smanjenje broja velikih organiziranih grupa posjetitelja kroz dogovore s agencijama i turoperatorima o raspodjeli vremena i prostora za grupne posjete,
- uvođenje kvota za posjet, bilo godišnjih, mjesečnih, tjednih ili dnevnih kvota,
- primjena cjenovne politike s ciljem smanjenja ili preusmjeravanja potražnje,
- razvoj sustava rezervacija za posjet atrakciji,
- produljenje radnog vremena posjeta tijekom vršnih razdoblja,
- ograničavanje izgradnje smještajnih kapaciteta u blizini atrakcije, kako bi se očuvala njezina prirodna okolina.

Nabrojene mjere samo su neki od primjera, a njihova primjena ovisi o specifičnim karakteristikama i potrebama određene atrakcije i turističke destinacije.

---

<sup>16</sup>Petrić, L. (2011.): „Upravljanje turističkom destinacijom“, Split: Ekonomski fakultet Split, str. 22.

Čimbenici koji mogu doprinijeti uspješnom upravljanju turističkim atrakcijama uključuju sljedeće:<sup>17</sup>

- povoljne cijene zemljišta ili minimalna najamnina kako bi se povećala sposobnost atrakcije da generira promet,
- potpora u obliku donacija ili sponzorstva radi smanjenja početnih troškova,
- stvaranje uzbudljivog i zabavnog doživljaja unutar same turističke atrakcije,
- precizno definirano, široko i lako dostupno ciljno tržište,
- lokacija koja je pristupačna ciljnom tržištu,
- adekvatan marketinški proračun za privlačenje željenog tržišta,
- efikasno upravljanje i zapošljavanje osoblja koje osigurava kvalitetnu uslugu,
- poslovni plan koji omogućava prilagodljivost troškovima renovacije atrakcije i tehnike doživljaja,
- sposobnost da se ostvari dodatna korist od prihoda iz drugih izvora, poput neposredne trgovine ili prihoda od drugih korisnika lokacije koji koriste put posjetitelja.

Iako mogu pridonijeti uspješnom vođenju turističkih atrakcija, važno je napomenuti da se uspješnost primjene čimbenika upravljanja može razlikovati ovisno o specifičnim karakteristikama atrakcije i turističke destinacije. Revitalizacija je širi pojam koji se ne vezuje samo za planiranje novih proizvoda ili obnovu turističke destinacije u fazi stagnacije ili opadanja, već se često koristi i u kontekstu ekonomskog i socijalnog napretka koji slijedi nakon uspješne revitalizacije. Revitalizacija nije jednostavan proces, već zahtijeva pažljivo planiranje, koordinaciju i fleksibilnost zbog brzih promjena na tržištu i turističkim potrebama. Uspješna revitalizacija zahtijeva kvalitetno upravljanje razvojem turizma.

Revitalizacija može također uključivati specijalizaciju turističke destinacije za određeni selektivni oblik turizma ili stvaranje specifičnog turističkog proizvoda ili skupa proizvoda koji bolje zadovoljavaju turističke potrebe od postojećeg ponuđenog sadržaja. Revitalizacija resursa obično se odnosi na proces obnove, modernizacije i poboljšanja postojećih prirodnih, kulturnih, povijesnih ili drugih resursa koji su izgubili svoju funkciju ili

---

<sup>17</sup> Richards, B. (1997.): „*Marketing turističkih atrakcija, festivala i posebnih događanja*“, Zagreb: Potecon, str. 24.

vrijednost tijekom vremena. Cilj revitalizacije resursa je obnoviti njihovu upotrebu i vrijednost te poboljšati kvalitetu života lokalne zajednice.

Primjeri revitalizacije prirodnih resursa uključuju obnovu rijeka, jezera i šuma koje su degradirane zbog ljudskog utjecaja ili klimatskih promjena. Kulturna revitalizacija uključuje obnovu povijesnih zgrada, spomenika i drugih kulturnih resursa koji su zapušteni ili zaboravljeni.

Urbana revitalizacija može uključivati prenamjenu napuštenih industrijskih zgrada i zona u moderne poslovne i kulturne centre. U turističkoj industriji, revitalizacija resursa može pomoći u stvaranju novih turističkih atrakcija i destinacija. Primjerice, obnova povijesnih zgrada i mjesta može privući turiste koji se zanimaju za povijest i kulturu.

Revitalizacija prirodnih resursa kao što su parkovi, plaže i rezervati divljine također može poboljšati turističku ponudu i potaknuti razvoj ekoturizma. Važno je napomenuti da revitalizacija resursa mora biti uravnotežena s očuvanjem okoliša i kulturnih vrijednosti kako bi se osigurala održivost i dugoročni uspjeh. Također, uključivanje lokalne zajednice u proces revitalizacije može pomoći u osiguravanju da se obnovljeni resursi koriste na održiv i koristan način za lokalno stanovništvo.

Revitalizacija ne može biti kvalitetno provedena i uspješna ukoliko se ne obraća pozornost na principe održivog turizma. Principi uključuju:<sup>18</sup>

- održivo korištenje resursa,
- smanjenje prekomjerne potrošnje i otpada,
- očuvanje raznolikosti,
- integracija turizma u planiranje,
- potpora lokalnom gospodarstvu,
- uključivanje lokalnih zajednica,
- konzultiranje dionika,
- osposobljavanje osoblja,
- odgovorni marketing u turizmu,

---

<sup>18</sup>Križman Pavlović, D. (2008.): „*Marketing turističke destinacije*“, Zagreb: Sveučilište Jurja Dobrile Pula, Odjel za ekonomiju i turizam „Dr. Mijo Mirković“, Mikrorad d.o.o., str. 199.

- provođenje istraživanja.

Putovanja i turizam podložniji su katastrofama i krizama od drugih gospodarskih aktivnosti. Prijetnje od terorističkih napada, prirodnih katastrofa, preko financijskih kriza do raznih opasnosti od zaraznih pandemija i klimatskih promjena snažno negativno utječu na putovanja i turistički promet, a time i na višestruke učinke turizma na cjelokupno gospodarstvo.<sup>19</sup>

Različite razine rizika značajno su determinirane motivacijom turista za putovanje, te razvijenom njihovom sviješću o alternativnim turističkim destinacijama. Isto uzrokuje današnji rast transformativnih ponuda destinacija i potrebe putnika za regeneracijama. Kontinuirano razmišljanje i učenje ključni su za evoluciju današnjeg turizma. *Izgradnja kapaciteta za razvoj razmišljanja* ključ je inovacija ponude.<sup>20</sup> Buduća promišljanja o turizmu zahtijevat će interdisciplinarni i multidisciplinarni pristup kroz niz područja uključujući poljoprivredu, arhitekturu, krajobraz i urbani dizajn.<sup>21</sup>

Za razliku od regionalnih kriza koje su tek sporadično utjecale na trend razvoja turizma, od početka 21. stoljeća turizam je suočen s nekoliko velikih kriza koje su drastično utjecale ili utječu na smanjenje turističke potražnje u svijetu - financijska kriza 2008.-2009. epidemija Covid-19, posebno izražena 2020. i 2021. godine, kontinuirane klimatske promjene, te rat u Ukrajini 2022. godine.<sup>22</sup> Ove krize značajno ugrožavaju sigurnost turista, okoliš te umanjuju imidž turističkih destinacija.

Sektor turizma je vrlo osjetljiv i pod utjecajem je raznih vanjskih i unutarnjih faktora. Prirodne katastrofe, terorizam, financijske krize i zarazne pandemije negativno utiču na turističku potražnju i efekte putničkih organizacija. Pandemije i izbijanja bolesti mogu biti najznačajniji zbog svog utjecaja na društvene i ekonomske promjene.<sup>23</sup>

Putovanja i turizam podložniji su katastrofama i krizama od ostalih privrednih djelatnosti. Strategije i mjere za komunikaciju o zdravlju (npr. socijalno distanciranje, zabrane

---

<sup>19</sup>Ćatović, A. (2022.): „*Impact of the crisis on tourism*“, Tranzicija, Vol. 25., No. 50., str. 65.

<sup>20</sup> Dredge: 2022

<sup>21</sup> Prema Plaut et al. (2012); Newton et al. (2020), Reed, (2007).

<sup>22</sup>Ćatović, A. (2022): Op.cit., str. 65.

<sup>23</sup>Ćatović, A. (2022.), op.cit., str. 79.

putovanja i mobilnosti, blokade u zajednici, kampanje ostanka kod kuće, samoizolacija ili obvezna karantena i ograničenja gužve) zaustavljaju međunarodna putovanja, turizam i slobodno vrijeme.

Nadalje, kao vrlo ranjiva industrija na širok raspon ekoloških, političkih i društveno-ekonomskih rizika, turizam je navikao i postao je otporan u oporavku (od raznih kriza i izbijanja) od ovih rizika (npr. terorizam, potresi, ebola, itd. SARS, Zika). Međutim, priroda, okolnosti bez presedana i učinci Covid-19 pokazuju znakove da ova kriza nije samo drugačija, već također ima potencijal imati duboke i dugoročne strukturne i transformacijske promjene u turizmu kao socio-ekonomskoj djelatnosti i industriji, kao i drugim privrednim djelatnostima.<sup>24</sup>

Doista, globalna i golema pandemija te višedimenzionalni i međusobno povezani utjecaji koji izazivaju trenutne vrijednosti i sisteme te dovode do svjetske recesije i depresije najistaknutije su karakteristike ove epidemije.

---

<sup>24</sup>Ibid

### **3. ČIMBENICI ATRAKTIVNOSTI U HRVATSKOM TURIZMU**

Prema vlastitom istraživanju koje je provedeno analiziranjem cjelokupne literature navedene na kraju rada zaključeno je da atraktivnost turizma u Hrvatskoj ovisi o različitim čimbenicima opisano u potpoglavlju koje slijedi.

#### **3.1. Čimbenici atraktivnosti**

Hrvatska je jedna od najpopularnijih turističkih destinacija u Europi s prekrasnim prirodnim bogatstvima, bogatom kulturnom baštinom npr. povijesnim znamenitostima te raznolikom gastronomskom ponudom. Čimbenici atraktivnosti u hrvatskom turizmu uključuju sljedeće:

- prirodne ljepote - Hrvatska ima iznimno raznoliku prirodnu ljepotu s obalom Jadranskog mora, brojnim otocima, planinama, rijekama, jezerima i nacionalnim parkovima,
- kulturno-povijesnu baštinu - Hrvatska ima bogatu kulturno-povijesnu baštinu koja se očituje u mnogim povijesnim znamenitostima i spomenicima, kao što su Dubrovnik, Dioklecijanova palača u Splitu, povijesne jezgre gradova kao što su Zagreb, Zadar, Rovinj i mnoge druge,
- kvalitetu smještaju - Hrvatska ima bogatu ponudu različitih vrsta smještaja, uključujući hotele, apartmane, vile, kampove i privatne smještaje,
- raznoliku gastronomsku ponudu - Hrvatska nudi raznoliku gastronomsku ponudu, od lokalnih ribljih specijaliteta do domaćih mesnih jela i morskih plodova,
- raznolike aktivnosti - Hrvatska nudi širok izbor aktivnosti poput ronjenja, jedrenja, planinarenja, biciklizma, raftinga i mnogih drugih,
- sigurnost - Hrvatska se smatra sigurnom zemljom za turiste, s niskom stopom kriminala i visokom razinom sigurnosti,
- dobru prometnu povezanost - Hrvatska ima dobru povezanost sa svijetom putem zračnih, cestovnih i morskih veza,
- klimu - Hrvatska ima ugodnu mediteransku klimu s toplim ljetima i blagim zimama.

- Cjenovno pozicioniranje - Hrvatska nudi konkurentne cijene u usporedbi s drugim popularnim turističkim destinacijama u Europi.

Svi nabrojani i opisani čimbenici atraktivnosti doprinose popularnosti Hrvatske kao turističke destinacije i stvaraju veliki potencijal za razvoj turizma u budućnosti. Od samih početaka turističkog razvoja u Hrvatskoj, glavni motivi dolaska turista su prirodne ljepote, blaga klima i gostoljubivost. Te iste karakteristike ističu se kao glavne konkurentske prednosti Hrvatske u odnosu na ostale destinacije. Međutim, postoje određena opća obilježja hrvatskog turizma koja mogu predstavljati izazove i ograničenja:<sup>25</sup>

- nedovoljna diferenciranost proizvoda i usluga, što može rezultirati nedostatkom raznolikosti i inovativnosti u ponudi,
- pomanjkanje inovativnih i kvalitetnih sadržaja za boravak gostiju, što može utjecati na ukupno turističko iskustvo i privlačnost destinacija,
- rast turizma temeljen ponajviše na ekspanziji obiteljskog smještaja u kućanstvima, što može dovesti do nedostatka visokokvalitetne hotelske ponude,
- nedostatak kvalitetne hotelske ponude praćen nedovoljnom investicijskom aktivnošću, što može ograničiti razvoj i unaprjeđenje turističke infrastrukture,
- nedovoljno dobra povezanost morskim i zračnim putem, što može otežati pristup destinacijama i smanjiti njihovu dostupnost,
- statistički sustav nacionalnog marketinga koji može biti statičan i zahtijevati unaprjeđenje kako bi se bolje promovirale destinacije,
- orijentacija prema ruskom tržištu, koje može biti ograničeno viznim režimom i zahtijevati potrebu za razvojem alternativnih tržišta,
- premali broj globalno brendiranih destinacija, što može utjecati na prepoznatljivost i konkurentnost hrvatske na međunarodnoj razini,
- neadekvatna destinacijska turistička infrastruktura, koja može zahtijevati ulaganja i unaprjeđenja kako bi se osigurala kvaliteta i zadovoljstvo turista,

---

<sup>25</sup>Gržinić, J. (2019.): „UVOD U TURIZAM-povijest, razvoj, perspektive“, Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, str. 65.

- naslijeđena orijentacija lokalnog stanovništva prema sezonskom poslovanju, što može predstavljati izazove u pogledu ravnomjerne raspodjele turističkih aktivnosti tijekom cijele godine.

Ovi izazovi ukazuju na potrebu za kontinuiranim razvojem i unaprjeđenjem turističke industrije u Hrvatskoj kako bi se poboljšala konkurentnost i održivost turizma.

U nastavku se definira prirodna resursna osnova, kulturni turizam i mogućnost turističke afirmacije, utjecaji atrakcija na konkurentnost destinacija te regionalna povezanost i mozaik atrakcija.

### 3.2. Prirodna resursna osnova

Prirodna osnova spada u skupinu prirodnih atrakcija ili atraktivnosti. Međutim, nije svaki element jednako atraktivan. Hrvatska ima iznimno bogatu prirodnu resursnu osnovu koja uključuje raznoliku geološku građu, obilje vode, brojna jezera, rijeke i podzemne rijeke te raznoliku floru i faunu.

Neki od najznačajnijih prirodnih resursa Hrvatske uključuju:

- Jadransko more i obala - Hrvatska ima prekrasnu obalu Jadranskog mora s brojnim otocima, uvalama, plažama i znamenitostima kao što su Nacionalni parkovi Kornati, Brijuni i Mljet te povijesni gradovi poput Dubrovnika i Splita.<sup>26</sup>
- planinski lanci - Hrvatska ima planinske lance Dinara, Velebit, Gorski Kotar i Biokovo, koji su idealni za planinarenje, biciklizam i skijanje.<sup>27</sup>
- rijeke i jezera - Hrvatska ima brojne rijeke i jezera kao što su Plitvička jezera, Krka, Mrežnica i Zrmanja, koje su idealne za ribolov, plivanje i razne vodene sportove.
- podzemne vode - Hrvatska ima bogatu podzemnu vodenu mrežu, uključujući rijeke, jezera i špilje poput Modračeve jame, Velebitskog kanala, Špilje Vjetrenice i drugih.<sup>28</sup>

<sup>26</sup> Hrvatska.eu: "Jadransko more i otoci", <http://www.croatia.eu/article.php?lang=1&id=11>

<sup>27</sup> Prirodahrvatske.com: „Planine“: <https://prirodahrvatske.com/planine/>

<sup>28</sup> Hrvatska.eu: "Rijeke i jezera", <http://www.croatia.eu/article.php?lang=1&id=9>



- šume i prirodni parkovi - Hrvatska ima mnoge šume i prirodne parkove kao što su Nacionalni parkovi Plitvička jezera, Risnjak i Paklenica, koji su idealni za planinarenje, promatranje divljih životinja i šetnje u prirodi.<sup>29</sup>
- Poljoprivredni resursi - Hrvatska ima plodnu zemlju koja je pogodna za uzgoj različitih kultura kao što su masline, vinova loza, smokve, mandarine, limuni i drugo voće i povrće.<sup>30</sup>
- Minerali i rudna bogatstva - Hrvatska ima bogatu zalihu minerala i rudna bogatstva kao što su ugljen, željezo, bakar, zlato, srebro i drugi.<sup>31</sup>
- Geotermalni izvori - Hrvatska ima nekoliko geotermalnih izvora kao što su Topusko, Daruvar i Krapinske Toplice, koji su idealni za ljude koji traže prirodne načine za poboljšanje zdravlja.<sup>32</sup>

Svi ovi prirodni resursi čine Hrvatsku atraktivnom destinacijom za turiste i nude mnoge mogućnosti za razvoj turizma, očuvanje prirode i razvoj gospodarstva. Na temelju navedenih resursa može se uočiti diferenciranost atrakcijske osnove jer upravo resursi čine destinaciju atraktivnom i nude mogućnosti daljnjeg razvoja ponude i privlačenje turista.

### 3.3. Kulturni turizam i mogućnosti afirmacije

Može se tvrditi da je pojam kulturnog turizma vrlo širok i obuhvaća brojne elemente, zbog čega ga nije jednostavno definirati. Jelinčić<sup>33</sup> tvrdi da ne postoji jedinstvena, specifična definicija kulturnog turizma jer oni koji se njime bave uzimaju u obzir jedinstvenost

---

<sup>29</sup>Vodič kroz nacionalne parkove i parkove prirode Republike Hrvatske, <https://www.parkovihrvatske.hr/documents/20181/311591/Bro%C5%A1ura+Parkovi+Hrvatske/2473adc8-579a478c-a29e-5a47ccc82792>

<sup>30</sup> Bratičić, A. (2011.): "*Prirodni resursi hrvatskog gospodarstva*", Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Odjel za ekonomiju i turizam "Dr. Mijo Mirković", str. 7.

<sup>31</sup> Eduvizija: "Fosilna goriva", [http://www.eduvizija.hr/portal/lekcija/8-razred-kemija-fosilna-goriva#tekst\\_lekcije](http://www.eduvizija.hr/portal/lekcija/8-razred-kemija-fosilna-goriva#tekst_lekcije)

<sup>32</sup> Škrlec, M., et.al. (2019.): „*Korištenje resursa geotermalne energije u Republici Hrvatskoj*“, Nafta i Plin, Vol. 39., No. 159–160., str. 51.

<sup>33</sup>Jelinčić, D.A. (2008.): „*Abeceda kulturnog turizma*“, Zagreb: Meandar Media, str. 41.

vlastitog proizvoda i resursa. Tomljenović<sup>34</sup> također naglašava specifičnost definiranja pojma kulturnog turizma, ali smatra da je njegovu definiciju izuzetno teško izvući s obzirom na kompleksnost oba pojma. Istina je da su kultura i turizam sami po sebi kompleksni i vrlo izazovni za jednostavno, suhoparno definiranje. Kulturni turizam predstavlja složeni turistički proizvod, što se na kraju odražava i na karakteristike potražnje za kulturnim turizmom. Zbog kompleksnosti i slojevitosti kulturnog turizma, pri planiranju razvoja istog postoji potreba za jasnom definicijom, kao i identifikacijom osnovnih trendova koje treba uzeti u obzir u tom procesu. Hrvatska ima bogatu kulturnu baštinu koja seže kroz tisuće godina povijesti i obuhvaća različite kulture i utjecaje. Kulturni turizam u Hrvatskoj je značajan segment turističke ponude te je od izuzetne važnosti za razvoj gospodarstva i očuvanje kulturnog identiteta. Hrvatska ima brojne kulturne znamenitosti, spomenike, muzeje, galerije, kazališta i festivale koji privlače turiste iz cijelog svijeta.

Među najpoznatijim kulturnim atrakcijama u Hrvatskoj su povijesni gradovi Dubrovnik, Split i Trogir, rimski amfiteatar u Puli, Dioklecijanova palača u Splitu, katedrala sv. Jakova u Šibeniku, Eufrazijeva bazilika u Poreču, povijesni gradovi Zadar i Rijeka, te brojna kulturna događanja i festivali, poput Dubrovačkih ljetnih igara, Špancirfesta u Varaždinu i brojnih drugih. Hrvatska je također poznata po svojoj gastronomiji, koja je odraz kulturne baštine i tradicije te uključuje različite regionalne specijalitete i tradicionalna jela poput istarskih tartufa, dalmatinskog pršuta, plavca malog, paškog sira i brojnih drugih. Kulturni turizam u Hrvatskoj ima veliki potencijal za daljnji razvoj i afirmaciju Hrvatske kao kulturne destinacije, te za očuvanje i promociju kulturnog identiteta. Zbog toga se u Hrvatskoj kontinuirano ulaže u obnovu kulturnih znamenitosti, razvoj turističke infrastrukture i kulturnih programa, kako bi se turistima pružilo što bolje iskustvo i kako bi se očuvala i promovirala bogata kulturna baština Hrvatske.

Širina obuhvata ovih pojmova kulture i turizma intrigira stručnjake i autore od samog nastanka. Iako postoje brojne definicije kulturnog turizma, svaka od njih ima istaknutu zajedničku važnost - upoznavanje turista s onim što čini određeni grad, regiju ili državu jedinstvenim i privlačnim. To uključuje raznolike resurse kao što su kultura, umjetnost,

---

<sup>34</sup> Tomljenović, R.(2006.): „*Kulturni turizam*“, Zagreb: Hrvatski turizam, Institut za turizam, str.120.

povijest ili njihove kombinacije. Autori se često suočavaju s izazovom definiranja kulturnog turizma zbog kompleksnosti ovih pojmova. Međutim, definicija Svjetske turističke organizacije (UNWTO) ističe se kao najprikladnija u ovom slučaju. Prema UNWTO-u, kulturni turizam se odnosi na putovanja koja su primarno motivirana kulturom, kao što su studijske, kazališne i kulturne ture, putovanja na festivale i slične događaje. Osim toga, kulturni turizam uključuje posjete povijesnim lokalitetima i spomenicima, istraživanje prirode, folklor ili umjetnosti, kao i hodočašća.<sup>35</sup> Turisti ovaj oblik turizma biraju kako bi proširili svoje vidike, te kako bi nešto naučili ili istražili. Kulturni turizam ima značajan potencijal za afirmaciju Hrvatske kao atraktivne destinacije bogate kulturnom baštinom.

Važno je imati odgovornu turističku politiku kako bi se pozitivan učinak povećao. Ovu vrstu politike trenutno slijede u Južnoj Africi mnogi turoperatori koji uključuju praćenje učinaka, zajedničko planiranje i donošenje odluka, zadovoljavanje lokalnih potreba siromaštva, pružanje savjeta, komunikaciju i partnerstvo s lokalnim stanovništvom u različitim fazama turizma. Kulturni turizam je bolji za prodaju kulturno osjetljivim ljudima, a kontrola broja turista kada je situacija ranjiva mogla bi biti dobra strategija.<sup>36</sup> Konačno, vladine inicijative u razvoju kodeksa ponašanja i očuvanju materijalne i nematerijalne baštine, kao i formiranje centra za kulturna istraživanja za kulturno obrazovanje, obuku, radionice, izložbe i performanse mogle bi pomoći u odgovornom upravljanju utjecajima turizma na kulturu.

### **3.4. Utjecaj atrakcija na konkurentnost destinacije**

Novo doba turizma traži jedinstven i prepoznatljiv turistički proizvod, konstantna unapređenja turističke ponude te istodobno očuvanje autohtonih elemenata. Ovaj trend dovodi do zaoštavanja konkurencije među zemljama u borbi za tržišnu poziciju, što

---

<sup>35</sup>Tomljenović, R.(2006.), op.cit., str. 22.

<sup>36</sup>Shahzalal, M. (2016.): „*Positive and Negative Impacts of Tourism on Culture: A Critical Review of Examples from the Contemporary Literature*“, Journal of Tourism, Hospitality and Sports, str. 33.

zahtijeva kontinuirano analiziranje i praćenje indikatora konkurentnosti turističkih destinacija.<sup>37</sup>

Širenje turističkog sektora stoga se naširoko smatra ključnim pokretačem izravnih i neizravnih pozitivnih učinaka na gospodarstvo i dobrobit zajednica. Zbog toga se zemlje s manje razvijenim gospodarstvima sve više okreću turizmu kao sredstvu rasta, razvoja i prihoda.<sup>38</sup> Sukladno tome, promocija i upravljanje turističkim destinacijama dobivaju posebnu važnost, pri čemu je posebno važno optimalno i učinkovito upravljanje njihovom konkurentnošću.

Stupanj razvoja destinacije određen je čimbenicima poput infrastrukturne razvijenosti, regulatornih i zakonskih okvira, broja i kvalitete smještajnih kapaciteta, raznovrsnosti i kvalitete ugostiteljske ponude, prirodne i kulturne baštine, te kadrovskih potencijala koji se mjeri produktivnošću.

Važno je da destinacija bude sposobna proizvoditi robu i usluge koristeći vlastitu radnu snagu, resurse i investicije. U analizi se definira konkurentska grupa, odnosno lista zemalja koje nude slične ili iste turističke proizvode, koja predstavlja referentni okvir za usporedbu turističke atraktivnosti. Primjerice, Hrvatska, uz stalne konkurente poput Grčke, Španjolske, Italije i Francuske, u svoj referentni okvir uključuje i Crnu Goru, Albaniju, Bugarsku te određene afričke mediteranske zemlje kao što je Tunis.<sup>39</sup>

Postoji mnogo čimbenika koji utječu na konkurentnost turističke destinacije. Neki od ključnih čimbenika su:<sup>40</sup>

- Kvaliteta turističke ponude: Turistička destinacija mora imati kvalitetnu turističku ponudu koja će privući turiste. To uključuje kvalitetne smještajne kapacitete, dobru gastronomsku ponudu, atraktivne turističke atrakcije, bogatu kulturnu i prirodnu baštinu, te raznoliku ponudu aktivnosti i zabave.
- Promocija destinacije: Promocija destinacije igra ključnu ulogu u privlačenju turista. Potrebno je promovirati destinaciju na različite načine, uključujući oglašavanje,

---

<sup>37</sup>Tomljenović, R.(2006.), op.cit., str. 22.

<sup>38</sup>Andrades, L., Dimanche, F. (2017.): „*Destination competitiveness and tourism development in Russia: Issues and challenges*“, Tourism Management, Vol. 62., str. 360.

<sup>39</sup>Tomljenović, R.(2006.), op.cit., str. 22.

<sup>40</sup>Ibid., str. 22.

društvene medije, stranice destinacija na internetu, sajmove turizma i druge marketinške aktivnosti.

- Kvaliteta turističke infrastrukture: Kvalitetna turistička infrastruktura, uključujući prometnu povezanost, turističke objekte, komunikacije i ostale sadržaje, igraju važnu ulogu u privlačenju turista.
- Sigurnost destinacije: Turistička destinacija mora biti sigurna za turiste. Sigurnost se odnosi na sigurnost od kriminala, terorizma i drugih oblika nasilja.
- Cijena turističkih usluga: Cijena turističkih usluga ima velik utjecaj na konkurentnost destinacije. Destinacija koja nudi kvalitetnu ponudu po pristupačnoj cijeni ima veće izgleda za uspjeh na tržištu.
- Kvaliteta usluge: Kvalitetna usluga i gostoprimstvo prema turistima igraju ključnu ulogu u stvaranju pozitivnog dojma o destinaciji i u ponovnom privlačenju turista u budućnosti.

Promatrano u ukupnosti, konkurentnost turističke destinacije ovisi o brojnim čimbenicima utjecaja. Kvaliteta turističke ponude, promocija destinacije, kvaliteta turističke infrastrukture, sigurnost destinacije, cijena turističkih usluga i kvaliteta usluge su samo neki od ključnih faktora koji utječu na konkurentnost destinacije.

Uspješna destinacija mora imati dobru ravnotežu između faktora kako bi privukla turiste i zadržala ih u budućnosti.<sup>41</sup> Važno je stvoriti održivu destinaciju te održivost destinacije zahtjeva proaktivni pristup turizmu kako bi osigurali svi elementi uspješnosti na međunarodnom tržištu da bi se turist osjećao sigurno u destinaciji, te da bi se vratio opet i predložio prijateljima posjet u istu. Primjerice, siguran turist će se ponovno vratiti u destinaciju.

### **3.5. Regionalna povezanost i mozaik atrakcija**

Regionalna povezanost odnosi se na različite načine i infrastrukturne elemente koji omogućuju povezivanje i suradnju između različitih regija ili područja unutar jedne države

---

<sup>41</sup> Krešić, D. (2007.): „*Faktori atraktivnosti turističkih destinacija u funkciji konkurentnosti*“, Acta turistica, Vol. 19., No. 1., str. 45-82.

ili šire regije. Ovo povezivanje može biti od ključne važnosti za razvoj regija, gospodarstvo, socijalni napredak i kulturnu razmjenu. Kvalitetna mreža cesta, željeznica, zračnih luka i luka omogućuje brži i učinkovitiji promet ljudi i roba između različitih regija. Dobar sustav transportne infrastrukture smanjuje udaljenost i olakšava poslovne aktivnosti, turističke putovanja i pristup različitim uslugama.

Razvijena telekomunikacijska mreža, uključujući internet i mobilne mreže, omogućuje brz i jednostavan prijenos informacija, komunikaciju između regija te olakšava pristup obrazovanju i informacijama. Regionalna povezanost potiče trgovinu između različitih regija. To može uključivati razmjenu roba i usluga, kao i stvaranje zajedničkih tržišta koja omogućuju lakši pristup proizvodima iz drugih regija. Kroz regionalnu povezanost, različite regije mogu dijeliti svoju kulturu, običaje, umjetnost i tradiciju. To pomaže u obogaćivanju kulturnog identiteta i međusobnom razumijevanju.

Regionalna povezanost može potaknuti turizam omogućujući lakši pristup turističkim destinacijama. Integrirana turistička ponuda koja uključuje više regija može privući veći broj turista i produžiti boravak posjetitelja.

Povezanost između manje razvijenih i više razvijenih regija može doprinijeti ravnoteži razvoja unutar zemlje ili regije. Podržavanjem slabije razvijenih područja, regionalna povezanost može smanjiti socijalne i gospodarske razlike. Kroz regionalnu povezanost, regije mogu surađivati na rješavanju zajedničkih izazova, poput zaštite okoliša, upravljanja vodama, prevladavanja prirodnih katastrofa i borbe protiv kriminala. Regionalna povezanost donosi mnoge prednosti koje mogu poboljšati kvalitetu života ljudi, potaknuti gospodarski rast i ojačati veze između različitih regija. Povezanost turizma i prometa možemo sagledati kroz aspekte brzine, udobnosti, sigurnosti, ekonomičnosti i atraktivnosti. Kao odgovor iz perspektive ponude, primjećuje se sve izraženija tržišna segmentacija putem rastućeg broja odmorišnih tipova i atrakcija.<sup>42</sup> Sektor turizma jedan je od najvažnijih sektora svjetskog gospodarstva. Između prometa i turizma postoje vrlo bliski, složeni i komplementarni odnosi, kako na pozitivan tako i na negativan način. Povećanje prometa zbog rasta svjetskog turizma može imati negativne učinke u smislu zagušenja, sigurnosnih problema, onečišćenja itd. Ali promet je ključni element u

---

<sup>42</sup> Franklin, A. (2003.): „*Tourism, An Introduction*“ Sage publication, str. 7.

turističkoj industriji, olakšavajući i ograničavajući razvoj turizma. Drugim riječima, promet je istovremeno uzrok i posljedica rasta turizma. Postoji bliska veza između mobilnosti i transporta.<sup>43</sup>

Mozaik atrakcija se odnosi na raznolikost turističkih znamenitosti, aktivnosti i doživljaja koji su dostupni na određenom području ili destinaciji. To je koncept koji naglašava važnost raznovrsnosti kako bi se privukao širi spektar turista i posjetitelja. Kada jedna destinacija nudi raznolike i zanimljive atrakcije, privlači različite profile turista, jer može zadovoljiti njihove različite interese i preferencije.

Raznoliki spektar atrakcija privlači različite skupine turista, uključujući avanturiste, povjesničare, obitelji, umjetničke ljubitelje, ljubitelje prirode i mnoge druge. Time destinacija postaje privlačna i konkurentna na turističkom tržištu, a posjetitelji imaju više razloga da se vrate ili preporuče destinaciju drugima.

Važno je da destinacija pažljivo balansira različite aspekte utjecaja kako bi se osiguralo očuvanje identiteta i autentičnosti, te održivost turizma i zaštita okoliša i kulture, a izbjegle barijere. Sveukupno, mozaik atrakcija doprinosi bogatstvu turističke ponude i pruža izvanredno turističko iskustvo.

---

<sup>43</sup>Pellegrino, F. (2021.): „*Transport and Tourism Relationship*“, Emerald Publishing Limited

## **4. TURISTIČKA REVITALIZACIJA NA PRIMJERU VUKOVARSKO-SRIJEMSKJE ŽUPANIJE**

U nastavku će bit pojašnjeni resursi regije i revitalizacija za potrebe turizma, regionalni obuhvat, turistička atrakcijska osnova, upravljanje atrakcijama područja te analiza odabranih destinacija.

### **4.1. Resursi regije i revitalizacija za potrebe turizma**

Vukovarsko-srijemska županija ima brojne potencijale za razvoj turizma, a među njima su prirodni i kulturni resursi. Revitalizacija tih resursa mogla bi znatno doprinijeti razvoju turizma u ovom području.

Prirodni resursi Vukovarsko-srijemske županije uključuju Dunav i njegove rukavce, rijeke Savu i Bosut, te brojne parkove prirode, kao što su Kopački rit, Lonjsko polje i Obedska bara. Ova područja mogu biti privlačna za različite aktivnosti vezane uz turizam poput plovidbe, ribolova, *birdwatchinga*, biciklizma i planinarenja.

Kulturni resursi uključuju brojne kulturno-povijesne spomenike, kao što su tvrđava Vukovar, Trg Republike u Vinkovcima, etno-selo Stari Jankovci, arheološko nalazište Vučedol, muzeji i galerije. Ovi resursi mogu privući posjetitelje koji su zainteresirani za kulturno-povijesne znamenitosti.

Revitalizacija prirodnih, kulturnih i povijesnih resursa na području Vukovarsko-srijemske županije može donijeti mnoge prednosti, uključujući rast broja turista, povećanje prihoda lokalne zajednice, razvoj novih radnih mjesta i poboljšanje kvalitete života za lokalno stanovništvo.

Vukovarsko-srijemska županija je prepoznatljiva po svom tradicijskom i turističkom potencijalu te kao sigurno područje s zaposlenim i zadovoljnim stanovništvom. S obzirom na prirodne potencijale, Vukovarsko-srijemska županija ima značajan izvor sirovina za prehrambeno-prerađivački sektor. Međutim, primarni poljoprivredni sektor još uvijek nije



dovoljno konkurentan u pogledu cijene i kvantitete, jer zaostaje u primjeni suvremenih pristupa i tehnologija. To rezultira značajnim zaostajanjem ukupne produktivnosti u poljoprivredi. Da bi se poboljšali uvjeti poslovanja, potrebno je dalje razvijati i organizirati sektor te poboljšati logističku infrastrukturu. Osim toga, potrebno je povećati ulaganje u marketing poljoprivrednih proizvoda kako bi se omogućio lakši plasman na šire tržište i postigla prepoznatljivost i za proizvođače s velikim i malim kapacitetima.<sup>44</sup> U međuvremenu je došlo do prepoznatljivosti poljoprivrednih područja te OPG-a sa turističkog aspekta. OPG-ovi ovog područja postaju sve popularniji današnjim turistima kako ruralni turizam također dobiva na značenje.

Demografsko starenje stanovništva<sup>45</sup> i negativan prirodni prirast, uz trend iseljavanja posljednjih godina, negativno utječu na razvoj društvenih djelatnosti u Vukovarsko-srijemskoj županiji. Kako bi se poboljšala situacija, ključno je provesti poticajne mjere za zaustavljanje negativnog prirodnog prirasta i iseljavanja stanovništva te donijeti politiku demografskog razvoja na županijskoj razini. Popis stanovništva koji je proveden 2021. godine pokazao je kako je upravo ovaj dio Hrvatske izgubio najviše stanovnika u Hrvatskoj u proteklih deset godina, Prema tim rezultatima Vukovarsko – srijemska županija je između dva popisa stanovništva, u vremenskom periodu od 2011. do 2021. godine, izgubila 35.083 stanovnika i čak 19,42 posto stanovništva.<sup>46</sup>

Revitalizacija resursa na području Vukovarsko-Srijemske županije predstavlja ključan korak prema obnovi i održivom razvoju tog područja. Kroz pametno planiranje i strategije, revitalizacija resursa može potaknuti ekonomski rast, poboljšati kvalitetu života lokalnog stanovništva te promovirati kulturnu i prirodnu baštinu regije. Napore usmjerene prema obnovi i iskorištavanju resursa treba podržati sveobuhvatnim pristupom koji uključuje suradnju s lokalnim zajednicama, očuvanje kulturnih identiteta te promicanje održivosti kao ključnog elementa uspješne revitalizacije.

---

<sup>44</sup>Matić, R. (2010.): „*Funkcionalna razina povjerenja*“, u: Mirna reintegracija Hrvatskoga Podunavlja: znanstveni, empirijski i iskustveni uvidi (ur. Živić, D., Cvikić, S.), Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb – Vukovar, str. 243.

<sup>45</sup>Živić, D. (2006.): „*Stanovništvo Vukovarsko-srijemske županije (odrednice i obilježja demografskih promjena od sredine 19. do početka 21. stoljeća)*“, Zagreb – Vukovar: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Ogranak Matice hrvatske Vukovar, Zagreb – Vukovar, str. 7.

<sup>46</sup>DZS - <https://dzs.gov.hr/vijesti/objavljeni-konacni-rezultati-popisa-2021/1270>

## 4.2. Regionalni obuhvat

Vukovarsko-srijemska županija, najistočnija županija u Republici Hrvatskoj, prostire se na površini od 2.448 km<sup>2</sup>, što čini 2,8% ukupne površine i 4,3% kopnenog teritorija Hrvatske. Zahvaljujući geografskom položaju, županija graniči s Republikom Srbijom na istoku i Bosnom i Hercegovinom na jugu, te je lako dostupna svim vrstama prijevoza - cestovnim, željezničkim, plovnim i zračnim prometom. Ovo je čini važnim prometnim središtem. Izgradnjom autoceste do Lipovca, županija je povezana s međunarodnim pravcem, kao i željezničkim međunarodnim pravcem Ljubljana-Zagreb-Vinkovci-Tovarnik-Beograd, bivšim paneuropskim koridorom X, koji povezuje istočnu i zapadnu Europu. Regionalni značaj ostvaruje se boljom prometnom povezanošću Vukovarsko-srijemske županije sa središnjom Hrvatskom i glavnim gradom Zagrebom.<sup>47</sup>

Zbog svog položaja uz međunarodni plovni put, rijeku Dunav, Vukovar je važno prometno čvorište glavnih cestovnih pravaca i najveća riječna luka u Hrvatskoj. Administrativno, Vukovarsko-srijemska županija sastoji se od 31 jedinice lokalne samouprave, od kojih su 5 gradova (Vinkovci, Vukovar, Županja, Ilok, Otok) i 26 općina s 84 naselja. Sjedište uprave i administracije je u Vukovaru, dok su Vinkovci najveći grad po broju stanovnika i najveće gospodarsko središte.

Regionalni obuhvat Vukovarsko-Srijemske županije predstavlja važan aspekt razvoja, s potencijalom da se unaprijedi gospodarstvo, infrastruktura i kvaliteta života stanovništva. Kroz promicanje suradnje unutar regije te povezivanje s drugim dijelovima Hrvatske, Vukovarsko-Srijemska županija može ostvariti održivi rast i raznolike razvojne mogućnosti. Ključno je kontinuirano ulaganje u infrastrukturne projekte, edukaciju i promociju kako bi se postigao integralni regionalni razvoj i potaknula pozitivna transformacija cijelog područja.

Tablicom 1. prikazani su dolasci i noćenja turista po županijama u siječnju 2023.

---

<sup>47</sup>Vukovarsko-srijemska županija, službene stranice, Vusz.com - <https://www.vusz.hr>

**Tablica 1. Dolasci i noćenja turista po županijama u siječnju 2023. godine, izvor: DZS - <https://podaci.dzs.hr/2022/hr/29506>**

		Ukupno	Domaći	Strani	Indeksi I. 2023, I. 2022.		
					ukupno	domaći	strani
Republika Hrvatska	dolasci	228 812	114 227	114 585	132,4	115,0	155,9
	noćenja	601 677	252 929	348 748	119,1	103,2	134,1
Zagrebačka županija	dolasci	5 945	2 922	3 023	146,6	122,7	180,7
	noćenja	11 839	5 878	5 961	138,5	110,2	185,6
Krapinsko-zagorska županija	dolasci	12 468	9 125	3 343	107,5	90,7	216,5
	noćenja	29 719	21 907	7 812	105,1	90,4	193,2
Sisačko-moslavačka županija	dolasci	1 397	852	545	118,0	119,5	115,7
	noćenja	3 779	2 620	1 159	123,4	128,5	113,3
Karlovačka županija	dolasci	5 800	3 791	2 009	109,9	85,5	237,8
	noćenja	11 529	8 232	3 297	101,2	86,0	181,2
Varaždinska županija	dolasci	4 544	3 201	1 343	140,0	121,1	223,1
	noćenja	11 292	8 107	3 185	142,1	125,0	218,2
Koprivničko-križevačka županija	dolasci	769	416	353	86,8	70,5	119,3
	noćenja	2 194	1 193	1 001	81,9	61,4	136,0
Bjelovarsko-bilogorska županija	dolasci	1 984	1 458	526	187,7	173,0	245,8
	noćenja	6 378	4 760	1 618	173,4	157,3	248,2
Primorsko-goranska županija	dolasci	30 596	16 930	13 666	114,3	98,2	143,6
	noćenja	98 040	39 128	58 912	112,0	89,6	134,2
Ličko-senjska županija	dolasci	6 084	3 555	2 529	107,4	78,2	225,4
	noćenja	11 021	7 207	3 814	93,4	74,0	185,1
Virovitičko-podravska županija	dolasci	723	473	250	136,2	137,1	134,4
	noćenja	1 414	842	572	150,3	151,7	148,2
Požeško-slavonska županija	dolasci	1 100	947	153	126,9	137,0	86,9
	noćenja	3 601	3 254	347	107,8	110,8	86,1
Brodsko-posavska županija	dolasci	1 998	736	1 262	162,7	141,3	178,5
	noćenja	3 074	1 200	1 874	152,0	134,8	165,5
Zadarska županija	dolasci	9 138	5 282	3 856	154,1	148,6	162,3
	noćenja	23 939	10 606	13 333	120,2	121,2	119,4
Osječko-baranjska županija	dolasci	6 450	4 457	1 993	156,3	154,4	160,7
	noćenja	13 431	7 987	5 444	139,1	130,0	155,1
Šibensko-kninska županija	dolasci	4 658	3 289	1 369	187,1	204,8	154,9
	noćenja	12 646	8 092	4 554	153,5	172,9	128,0
Vukovarsko-srijemska županija	dolasci	5 818	5 235	583	367,1	464,1	127,6
	noćenja	7 643	6 410	1 233	217,1	254,8	122,7
Splitsko-dalmatinska županija	dolasci	17 333	7 687	9 646	148,5	137,1	159,1
	noćenja	53 030	15 863	37 167	117,1	113,6	118,6
Istarska županija	dolasci	36 015	15 774	20 241	124,6	98,0	157,9
	noćenja	122 722	42 411	80 311	118,1	91,8	139,1
Dubrovačko-neretvanska županija	dolasci	12 045	4 833	7 212	152,2	120,9	184,1
	noćenja	32 573	10 542	22 031	121,5	103,8	132,2
Međimurska županija	dolasci	6 171	4 247	1 924	117,8	96,8	226,4
	noćenja	14 170	9 531	4 639	115,6	95,6	202,0
Grad Zagreb	dolasci	57 776	19 017	38 759	135,5	125,9	140,7
	noćenja	127 643	37 159	90 484	122,2	114,7	125,6

Nakon Zagreba, najveći broj dolazaka i noćenja u siječnju su imale Primorsko-goranska, Istarska županija, Splitsko-dalmatinska, Krapinsko-zagorska i Dubrovačko-neretvanska županija. Naravno, uzme li se broj turista u odnos s brojem stanovnika ili veličini županije, očit je sve veći interes turista za boravak u prirodi u kontinentalnim županijama pa je tako Vukovarsko-srijemska županija imala na godišnjoj razini spomenuti porast dolazaka od čak 267,1 posto te 117,1 više noćenja.

Bjelovarsko-bilogorska županija imala je 87,7 više dolazaka i 73,4 više noćenja. Brodsko-posavska županija imala je 62,7 više dolazaka i 52,1 više noćenja. Osječko-baranjska imala je 56,3 više dolazaka i gotovo 40 posto više noćenja, Virovitičko-podravska 36,2 više dolazaka i čak 50,3 posto više noćenja, Varaždinska 40 posto više dolazaka i 42,1 posto više noćenja, Međimurska 35,5 posto više noćenja, Zagrebačka županija 46,6 više dolazaka i 38,5 više noćenja.

### **4.3. Turistička atrakcijska osnova**

Vukovarsko-srijemska županija ima bogatu turističku atrakcijsku osnovu koja uključuje prirodne, kulturne i povijesne znamenitosti. Ovo područje obiluje prirodnim ljepotama, kulturnim spomenicima i tradicionalnom gastronomijom. Jedna od najznačajnijih turističkih atrakcija u Vukovarsko-srijemskoj županiji je svakako grad Vukovar, koji je poznat po svojoj bogatoj povijesti i kulturnoj baštini.

Tu se nalazi i Vukovarska bolnica, koja je postala simbolom stradanja u Domovinskom ratu, a danas je muzej posvećen sjećanju na tu tragičnu povijest. Osim Vukovara, na području Vukovarsko-srijemske županije nalaze se brojne druge znamenitosti. Tako se u Iloku nalazi dvorac Odescalchi, koji je jedan od najljepših baroknih dvoraca u Hrvatskoj. Osim toga, na tom području se nalaze mnogi vinogradi, te je grad Ilok poznat kao jedno od najboljih vinogradarskih područja u Hrvatskoj. Ostale značajne turističke atrakcije u Vukovarsko-srijemskoj županiji uključuju Kopački rit, koji je kao jedan od najvećih močvarnih područja u Europi, te Vinkovačke jeseni, poznati folklorni festival koji se održava svake godine u rujnu.

Uz ove znamenitosti, Vukovarsko-srijemska županija nudi i mnoge druge prirodne ljepote poput rijeke Dunav, brojnih jezera i šuma, što pruža mogućnosti za različite aktivnosti na otvorenom, kao što su ribolov, vožnja kanua, planinarenje i biciklizam.

Sve u svemu, turistička atrakcijska osnova na području Vukovarsko-srijemske županije je vrlo raznolika i bogata, te pruža brojne mogućnosti za turiste koji traže prirodne ljepote, kulturnu baštinu i gastronomsku ponudu.<sup>48</sup> Turistička atrakcijska osnova Vukovarsko-Srijemske županije ima neosporni potencijal za privlačenje posjetitelja te doprinosi diversifikaciji turističke ponude u regiji.

Daljnji razvoj i promocija ovih atrakcija zahtijeva ciljane napore kako bi se povećala prepoznatljivost županije kao destinacije bogate kulturnom i prirodnom baštinom, potičući time i ekonomski razvoj lokalne zajednice. Isto je detaljnije opisano u narednom poglavlju.

#### **4.4. Upravljanje atrakcijama područja**

Atrakcije trebaju biti inovativne i ažurirane kako bi zadržale interes posjetitelja. To može uključivati dodavanje novih atrakcija, poboljšanje tehnologije, uvod novih programa ili događanja i kontinuirano prilagođavanje trendovima i preferencijama posjetitelja. Dobro upravljanje atrakcijama zahtijeva cjelovit pristup koji obuhvaća infrastrukturu, osoblje, interpretaciju, održivost, zadovoljstvo posjetitelja i suradnju s lokalnom zajednicom. Integracija ovih elemenata pomaže stvaranju atraktivne, održive i uspješne atrakcije. Upravljanje turističkim atrakcijama na području Vukovarsko-srijemske županije od velike je važnosti za razvoj turizma u tom području.

Upravljanje atrakcijama uključuje niz aktivnosti koje se odnose na očuvanje, razvoj, promociju i održivo korištenje turističkih atrakcija koje karakteriziraju Vukovarsko-Srijemsku županiju.

---

<sup>48</sup>Vukovarsko-srijemska županija, Vusz.com - <https://www.vusz.hr>

**Tablica 2. Najpoznatije atrakcije u Vukovarsko-Srijemskoj županiji,**

<b>Turistička atrakcija</b>	<b>Lokacija</b>	<b>Razina upravljanja</b>
Vukovarska bolnica	Vukovar	Memorijalni centar Domovinskog rata
Vukovarski vodotoranj	Vukovar	Grad Vukovar
Vinkovačke jeseni	Vinkovci	Grad Vinkovci
Kopački rit	Bijelo Brdo	Javna ustanova park prirode Kopački rit
Etno kuća Vukmanović	Ilok	Grad Ilok
Muzej vučedolske kulture	Vučedol, Vukovar	Hrvatski muzej arheologije
Park šuma Adica	Vinkovci	Grad Vinkovci
Dvorac Eltz	Vukovar	Grad Vukovar
Ilok- stari grad	Ilok	Grad Ilok, Iločki muzej

**izvor: izrada autora**

Jedan od važnih faktora u upravljanju atrakcijama je suradnja između lokalnih vlasti, turističkih organizacija i privatnog sektora. Lokalne vlasti trebaju osigurati adekvatnu infrastrukturu i usluge za turiste, a turističke organizacije trebaju promovirati atrakcije i stvoriti kvalitetne turističke programe. Privatni sektor, kao vlasnici turističkih atrakcija ili pružatelji turističkih usluga, trebaju osigurati visoku razinu kvalitete usluga i atrakcija.

Slijedom navedenog potvrđena je hipoteza H1 odnosno revitalizacija kulturnih resursa je u vezi sa turističkom atraktivnosti Republike Hrvatske.

#### **4.5. Analiza odabranih destinacija**

Na području Vukovarsko-srijemske županije nalazi se nekoliko urbanih sredina koje mogu predstavljati turističke atrakcije i biti zanimljive za posjetitelje. Neke od tih urbanih sredina su Vukovar, Vinkovci te Ilok.

#### 4.5.1. Grad Vukovar

Grad na obali Dunava koji je poznat po svojoj bogatoj povijesti, ali i tragičnoj ratnoj prošlosti. Posjetitelji mogu razgledati Vukovarsku bolnicu, muzej Vučedolske kulture, spomenik poginulim braniteljima, ali i uživati u prekrasnom pogledu na Dunav i posjetiti neki od brojnih restorana. Revitalizacija turističkih atrakcija u Vukovaru može biti ključni korak u razvoju turizma u tom području.

Vukovar je grad s bogatom poviješću, ali i snažnom simbolikom koja je povezana s Domovinskim ratom u Hrvatskoj.<sup>49</sup> Vukovar je bogat povijesnim spomenicima i građevinama koje su pretrpjele štetu tijekom rata. Obnova i konzervacija (zaštita) ovih spomenika, poput Vukovarske bolnice, Vukovarskog vodotornja, crkava i muzeja, mogla bi privući turiste koji su zainteresirani za povijest i kulturu.



Slika 1. Grad Vukovar, izvor: [https://she.hr/wp-content/uploads/2023/01/Foto\\_Darko-Kesnjer-11\\_Vukovar.jpg](https://she.hr/wp-content/uploads/2023/01/Foto_Darko-Kesnjer-11_Vukovar.jpg)

---

<sup>49</sup> Feletar, D. (1994.): „*Suvremeni Vukovar – središte gospodarskog razvoja, 1945. – 1991.*“, u: Vukovar – vjekovni hrvatski grad na Dunavu (ur. Karaman, I.), Zagreb: Nakladna kuća Dr. Feletar, str. 353.

Kada se priča o revitalizaciji resursa i turističkih resursa u Vukovaru prvo dolazi simbol Vukovara, Vukovarski vodotoranj. Priča o obnovi vodotoranja započinje još davne 1997. godine. Tada je Zadarska županija to preuzela na sebe donirajući tri milijuna kuna za obnovu.

Godine 2017. počela je obnova gradskog vodotoranja. Iznos sredstava za obnovu iznosio je 46 milijuna kuna, te je 39 milijuna kuna prikupljeno od donacija i samim posjetom atrakciji. Na Vodotoranju se nalazi čak 640 vidljivih ratnih rana, ali vukovarski Vodotoranj 'odbio se srušiti' unatoč silini napada i svakodnevnog granatiranja agresora.

Još od svoje izgradnje tijekom 60-ih godina 20. stoljeća, Vodotoranj je bio u društvu najviših građevina na svijetu. Struka je složna da je njegova obnova bila jedan od najizazovnijih građevinskih pothvata. Projekt obnove izradili su zagrebački arhitekti iz Radionice arhitekture koji su još od 2007. počeli razmišljati o obnovi ovog simbola grada.

Financijska sredstva za obnovu Vodotoranja, na kojem su i danas vidljive rane od 640 projektila, prikupljena su zahvaljujući donacijama Vlade Republike Hrvatske te više od 7000 pravnih i fizičkih osoba iz Hrvatske i 17 stranih država. Zahvala svim donatorima iskazana je na vrhu vodotoranja, na kojem su isklesana imena svih koji su uložili napor u obnovu ovog simbola hrvatskog zajedništva. Nakon procesa obnove, Vodotoranj je dobio memorijalnu sobu, stazu te vidikovac s kojeg se pruža pogled na grad i rijeku Dunav, a uz Vodotoranj sagrađeno je i dječje igralište.

Obnova građevina povjerena je Hrvatskom restauratorskom zavodu kao dio jednog od najkompleksnijih programa u provedbi istraživanja, obnove i valorizacije nacionalne spomeničke baštine pod nazivom Istraživanje, obnova i revitalizacija kulturne baštine Ilok-Vukovar-Vučedol. Projektom su obuhvaćeni povijesna jezgra Iloka, grad Vukovar (kompleks dvorca Eltz i povijesna jezgra grada) te arheološki lokalitet Vučedol.

Cjelokupan projekt započeo je 2005. godine s ciljem istraživanja, obnove i prezentacije kulturne baštine, obogaćenja kulturnoga krajolika i podizanja razine svijesti o vrijednosti prostora podunavske regije. Koordinacija svih programa projekta u nadležnosti je Ministarstva kulture te u njihovoj provedbi sudjeluju Hrvatski restauratorski zavod, Gradski muzej Vukovar, Institut za arheologiju i Muzej grada Iloka. Sredstva za projekt osigurala



je Vlada Republike Hrvatske, u većem dijelu uz pomoć zajma Razvojne banke Vijeća Europe. Zahvaljujući navedenim revitalizacijama Vukovar danas predstavlja odličnu destinaciju za posjetiti te je cilj u budućnosti razviti bolju reputaciju za mračni turizam.

#### 4.5.2. Grad Vinkovci

Najstariji grad u Hrvatskoj koji se kontinuirano naseljavao, poznat je po bogatoj kulturnoj baštini. Posjetitelji mogu razgledati arheološki muzej, etnografski muzej, ali i uživati u šetnji gradskim središtem i posjetiti neki od tradicionalnih ugostiteljskih objekata. Vinkovci, kao jedan od najstarijih gradova u Europi<sup>50</sup>, imaju nekoliko zanimljivih turističkih atrakcija koje mogu privući posjetitelje svojom bogatom poviješću, kulturom i tradicijom.



Slika 2. Grad Vinkovci, izvor: Visit Vukovar - <https://www.visitvukovar-srijem.com/hr/ozupaniji/gradovi-i-opcine/gradovi/vinkovci,560.html>

<sup>50</sup> Zagreb - <https://www.zagreb.hr/vinkovci-najstariji-grad-u-europi/53520>

Vinkovačke Jeseni su tradicionalni folklorni festival koji se održava svake godine krajem kolovoza ili početkom rujna.

Ovaj festival predstavlja bogatu kulturnu baštinu Slavonije i okuplja brojne folklorne ansamble, glazbene izvođače, obrtnike i posjetitelje iz cijele regije. Vinkovački vodotoranj, poznat i kao 'Vodotoranj golubica', simbol je grada Vinkovaca. Izgrađen je 1968. godine i nudi panoramski pogled na grad. Također, u blizini se nalazi i Park prirode Vinkovci s uređenim šetnicama.

**Tablica 3. Kulturne i prirodne atrakcije; grad Vinkovci, izvor: izrada autora prema VisitVukovar-<https://www.visitvukovar-srijem.com> i <https://www.ivankozarac.com/rodna-kuca>**

Kulturne atrakcije	Prirodne atrakcije
Kazalište "Joza Ivakić"	Rijeka Bosut
Vinkovačke jeseni, kuća Ivana Kozarca	Prirodne staze (druženje s konjima i jahanje)
Crkva sv. Euzebija i Poliona	Šetnice u netaknutoj prirodi ( <i>bike</i> ponude)
	Poljoprivredna područja
	Jezera Šodolovci i Rokovci
Franjevački samostan, barokna jezgra grada, gastronomija	
Vinkovački muzej Vučedol	
Park skulptura i arheološki park Sopot	
Gradski muzej Vinkovci	

Crkva sv. Euzebija i Poliona, povijesna crkva datira iz 18. stoljeća i predstavlja jedan od najznačajnijih sakralnih objekata u Vinkovcima. Nalazi se u samom središtu grada. Najveći ponos grada Vinkovaca je taj što je proglašen najstarijim gradom u Europi, tako da se provode istraživanja i otvaraju arheološka nalazišta u blizini grada. Na lokalitetu Sopot 2022. godine je završena obnova sopotskih kućica. Sama obnova započela je 2020. godine, te je ključni čin u razvijanju ovog prostora.

### 4.5.3. Područje Iloka

Mali grad smješten na brežuljku iznad Dunava, poznat po Iločkom vinogorju, ali i bogatoj kulturnoj baštini. Posjetitelji mogu razgledati Iločku tvrđavu, crkvu sv. Ivana Kapistrana, ali i uživati u prekrasnom pogledu na Dunav i posjetiti neki od vinarija. Iločka tvrđava je jedna od najstarijih i najvećih sačuvanih tvrđava u Hrvatskoj. Izgrađena je u 14. stoljeću i smještena na vrhu brda s prekrasnim pogledom na rijeku Dunav i okolice. Tvrđava je popularna turistička atrakcija zbog svoje bogate povijesti i arhitekture. Ilok je poznat po bogatoj vinskoj tradiciji koja traje više od 2.500 godina.



Slika 3. Grad Ilok, izvor: <https://tourist.hr/hr/location/ilok?review=true>

Vinski podrumi u Iloku proizvode vrhunska vina, a vinski turizam je popularna aktivnost među posjetiteljima koji žele uživati u degustacijama vina i upoznati se s vinskom kulturom regije. Iločki podrumi su jedan od najstarijih i najvećih vinskih podruma u Hrvatskoj. Ovaj povijesni podrum nudi posjetiteljima priliku da istraže i degustiraju različite sorte vina koje se proizvode u Iloku.

Okolica Iloka obiluje prekrasnim vinogradima smještenim na obroncima Dunava. Vinogradi su atraktivno odredište za posjetitelje koji vole šetnje u prirodi i uživanje u

slikovitim pejzažima. Podrumareva kuća, kao dio Jezgre, također predstavlja značajnu kulturno-povijesnu baštinu.<sup>51</sup>

Projektom je predviđena sanacija i adaptacija postojeće zgrade s ciljem razvoja kulturnog turizma. Njena prvenstvena namjena je prenamjena prostorija za stalni galerijski postav posvećen Nikoli Iločkom te povijesnom načinu proizvodnje vina u ovom kraju, poslovnim prostorima i mini smještajnim objektom s dva apartmana. Uz poštivanje svih konzervatorskih smjernica te rezultata provedenih konzervatorsko-restauratorskih istraživanja, planira se obnova i adaptacija zgrade. S obzirom na karakter i očuvanost zgrade, bitno je maksimalno poštivati zatečeno stanje i sačuvati sve izvorne elemente. Pročelja će biti obnovljena prema starim fotografijama, zatečenim ostacima i dostupnoj arhivskoj građi kako bi se vratila u izvorno stanje. Podrumareva kuća nalazi se u vlasništvu partnera Iločkih podruma.<sup>52</sup>

Cilj ovog projekta je očuvanje kulturne baštine i stvaranje turističke atrakcije koja će posjetiteljima omogućiti uvid u bogatu povijest i tradiciju vinarstva u Iloku. Zidine oko Jezgre predstavljaju zaštićeno kulturno dobro koje okružuje Ilok.

Zidine se protežu na preko 1200 metara i uključuju četiri četvrtaste kule, šest okruglih polu- kula i jedan kružni bastion. Kroz ovaj projekt, dijelovi zidina će biti rekonstruirani kako bi se povratila njihova izvorna ljepota, a postat će i najznačajnija kulturno-turistička atrakcija u Iloku, temeljena na održivom upravljanju i kvalitetnoj ponudi. Također, zgrada Žitnice je zaštićeno kulturno dobro koje se nalazi u centru Jezgre te predstavlja važnu kulturno-povijesnu baštinu.

U ovom projektu, njezina prvenstvena namjena će biti razvoj kulturnog turizma pružanjem usluga prezentacijske dvorane, info centra i smještaja posjetiteljima koji dolaze vidjeti Zidine, Franjevački samostan, Gradski muzej i druge turističke znamenitosti grada i županije. U sklopu zgrade bit će i stalni galerijski postav posvećen tramincu, koji će biti predstavljen kroz njegovu povijest, od prvog trsa do danas, te mnogi drugi kulturni sadržaji.

---

<sup>51</sup>Grad Ilok - <https://tourist.hr/hr/location/ilok?review=true>

<sup>52</sup>Ibid.

Projekt obuhvaća rekonstrukciju unutar postojećih gabarita, opremanje i prenamjenu zgrade u ugostiteljsko-turistički objekt s 12 jedinica smještaja hotelskog tipa. Pri tome će se poštovati sve konzervatorske uvjete kako bi se očuvali zatečeni građevinski elementi, vanjski izgled zgrade, konstruktivni dijelovi te postojeći broj etaža. Žitnica je gospodarska zgrada bivšeg iločkog vlastelinstva, u kojoj se nekada skladištilo žito. Izgrađena je početkom XIX stoljeća i zadržala je svoj izvorni oblik i prostornu strukturu. Unutrašnjost je podijeljena na tri otvorene etaže s drvenim stropovima i stupovima, te još dvije etaže na tavanu. Osim vlastelinskih podruma, Žitnica je danas jedini preostali gospodarski objekt vlastelinstva Odescalchi. Zgrada se već duže vrijeme ne koristi i nalazi se u lošem stanju. Nedavno je obnovljeno krovništvo i zamijenjen pokrov kako bi se spriječilo daljnje propadanje. Zgrada Žitnice je u vlasništvu partnera Iločkih podruma.<sup>53</sup> Na tablici 4. prikazane su kulturne i prirodne atrakcije grada.

**Tablica 4. Kulturne i prirodne atrakcije grada Ilok, izvor: izrada autora prema Grad Ilok - <https://tourist.hr/hr/location/ilok?review=true>, <https://srijem-slavonija.eu/hr>**

Kulturne atrakcije	Prirodne atrakcije
Iločki dvorac	Vinogradarska staza "Dunarit"
Stari grad	Dilj gora
Crkva sv. Ivana Kapistrana	Vinogradi i vinorodni brežuljci
Etno kuća Vukmanović	Rijeka Dunav
Festival vina i umjetnosti "Iločki bermet"	Ruralne oaze odmora i relaksacije
Iločki podrumi, vinske ceste, bogata gastronomija	Aktivnosti u prirodi i regenerativni programi (jahanje)

Upravljanje ovim urbanim sredinama i turističkim resursima ključno je za stvaranje kvalitetne turističke ponude te privlačenje većeg broja turista. Potrebno je voditi brigu o očuvanju kulturne baštine, razvijati nove turističke proizvode i usluge, te educirati stanovništvo o važnosti turizma za gospodarstvo i razvoj regije.

<sup>53</sup>Ilok.hr, <https://www.ilok.hr/rekonstrukcija-zidina-zgrade-zitnice-podrumareve-kuce-i-franjevackog-samostana-u-iloku>

## **5. SOCIODEMOGRAFSKA REVITALIZACIJA PROSTORA**

Sociodemografska revitalizacija prostora odnosi se na proces obnove i preoblikovanja urbanih i ruralnih područja s ciljem poboljšanja socijalnih i demografskih uvjeta za stanovnike.

### **5.1. Revitalizacija zapuštenih područja**

Sociodemografska revitalizacija prostora uključuje promjene u infrastrukturi, stambenom smještaju, obrazovanju, zdravstvu, kulturi i drugim aspektima života koji utječu na kvalitetu života ljudi. Distinktivna revitalizacija može biti usmjerena na različite skupine stanovništva, ovisno o specifičnim potrebama i problemima u određenom području. Primjerice, u područjima s visokom stopom starenja stanovništva, može biti potrebno usredotočiti se na izgradnju stambenih objekata prilagođenih potrebama starijih osoba ili pružanje usluga zdravstvene skrbi i socijalne podrške. Navedena revitalizacija također može imati za cilj privlačenje novih stanovnika i podizanje razine gospodarske aktivnosti u području. To može uključivati izgradnju novih poslovnih objekata i poboljšanje infrastrukture kako bi se privukle nove tvrtke i investicije. Ključni faktor u distinktivnoj revitalizaciji prostora je uključivanje stanovništva u proces planiranja i provedbe.

To podrazumijeva suradnju s lokalnim zajednicama i organizacijama civilnog društva kako bi se osigurao širi društveni utjecaj i stvorila održiva zajednica. Revitalizacija resursa uz sociodemografski pristup podrazumijeva prepoznavanje i uključivanje socijalnih i demografskih čimbenika u planiranje i provedbu revitalizacijskih projekata. Prikupljanje i analiza relevantnih sociodemografskih podataka omogućuje razumijevanje potreba, preferencija i prioriteta lokalnog stanovništva. Ovi podaci mogu obuhvaćati informacije o demografskoj strukturi, obrazovanju, zaposlenosti, prihodima, kvaliteti života i drugim relevantnim čimbenicima.

Na temelju tih podataka, može se identificirati koje resurse treba revitalizirati i kako to najbolje postići. Uključivanje lokalne zajednice u proces planiranja i provedbe revitalizacije

ključno je za uspjeh projekta. Organizacija sastanaka, radionica i javne konzultacije kako bi se omogućilo građanima da izraze svoje mišljenje, predlože ideje i sudjeluju u donošenju odluka. Pridonoseći njihovim perspektivama, osigurava se da revitalizacija resursa odgovara stvarnim potrebama i interesima lokalne zajednice. Revitalizacija resursa treba stvoriti prostor koji je dostupan, pristupačan i inkluzivan za različite sociodemografske skupine. Obratite pažnju na potrebe djece, starijih osoba, osoba s invaliditetom, manjinskih skupina i drugih ranjivih skupina kako bi se osigurala jednakost pristupa i sudjelovanja.

Uspostavljanje partnerstava s različitim dionicima, uključujući lokalne vlasti, organizacije civilnog društva, poslovni sektor i akademsku zajednicu, može unaprijediti upravljanje resursima, ekspertizu i podršku revitalizacijskim projektima. Ova suradnja može pomoći u osiguravanju održivosti i dugoročnog uspjeha revitalizacije resursa. Revitalizacija resursa može biti prilika za poticanje rasta i napretka lokalne ekonomije i stvaranja radnih mjesta. Promicanje poduzetništva, razvoj lokalnih industrija i ulaganje u obrazovanje i osposobljavanje mogu pridonijeti ekonomskom rastu i poboljšanju kvalitete života lokalnog stanovništva. Informiranje i edukacija lokalne zajednice o važnosti revitalizacije resursa te o prednostima i mogućnostima koje ona pruža može pomoći u stvaranju šire podrške i angažmana.

Prijedlozi napretka su i u organizaciji radionica i obrazovnih programa kako bi se podigla svijest o održivom korištenju resursa i promicalo aktivno sudjelovanje. Redovito praćenje i evaluacija revitalizacijskih projekata omogućuju procjenu postignutog napretka i prilagodbu strategija prema potrebi.

Prikupljanje povratnih informacija od lokalne zajednice i dionika pomaže u poboljšanju budućih intervencija i osiguravanju uspješnosti revitalizacije. Socio- demografski pristup u revitalizaciji resursa priznaje da su ljudi i njihove potrebe ključni faktori za uspješno oživljavanje. Integracija socijalnih i demografskih aspekata u planiranju i provedbi projekata osigurava da revitalizacija bude inkluzivna, održiva i korisna za lokalnu



zajednicu.<sup>54</sup> Brojne destinacije mogu razvijati lokalne atrakcije ali isto nije dovoljno ako izostane praćenje uključenosti lokalnog stanovništva.<sup>55</sup>

Uz revitalizaciju resursa, važno je uložiti u socijalnu infrastrukturu kako bi se zadovoljile potrebe lokalne zajednice. To može uključivati izgradnju ili obnovu obrazovnih ustanova, zdravstvenih centara, kulturnih objekata, sportskih prostora i drugih zajedničkih prostora koji pružaju socijalne usluge i potiču društvenu interakciju.

Revitalizacija zapuštenih područja je proces obnove i preoblikovanja područja koja su propala ili su zanemarena. To može uključivati napuštene industrijske lokacije, urbane četvrti koje su pogođene siromaštvom i kriminalom ili prirodne resurse koji su degradirani zbog ljudskih aktivnosti.

Revitalizacija zapuštenih područja je važna jer ova područja mogu biti izvor štetnih utjecaja na okoliš i javno zdravlje. Također, ova područja često predstavljaju gubitak za zajednicu u kojoj se nalaze, jer mogu biti izvor nezaposlenosti i siromaštva. Postoje različiti pristupi revitalizaciji zapuštenih područja, ovisno o vrsti područja i problemima koji ga pogađaju. To može uključivati sanaciju zagađenih tla i voda, uklanjanje ruševina i starih zgrada, te izgradnju novih objekata koji će pridonijeti gospodarskom razvoju područja. Ključni faktor u uspješnoj revitalizaciji zapuštenih područja je uključivanje zajednice u proces. To podrazumijeva suradnju s lokalnim stanovništvom, organizacijama civilnog društva i drugim dionicima kako bi se osigurao širi društveni utjecaj i stvorila održiva zajednica. Obnova zapuštenih područja može biti složen i dugotrajan proces, ali postoje koraci koje se mogu poduzeti kako bi se obnovila takva područja. Prvi korak je detaljna procjena stanja područja kako biste razumjeli prirodu degradacije i identificirali glavne izazove.

Ova procjena uključuje analizu zemljišta, vegetacije, prisutnosti invazivnih vrsta i drugih ekoloških problema. Na temelju procjene stanja, razvijte plan obnove koji će vam pomoći

---

<sup>54</sup> Richardson, W. (1984.): „*Population distribution policies*“, u: *Population Distribution, Migration and Development (Proceedings of the Expert Group, Hammamet/ Tunisia, 21-25. March 1983)*, New York: United Nations, str. 262.

<sup>55</sup>Gržinić, J., Kostić Bobanović, M., Novak, S. (2023), „Održivi kulturni turizam – Prilagodba zajednice kroz suradnju i poticanje promjena“, 4. međunarodni znanstveno-stručni skup, *Promjenjive životne okolnosti: prilika za rast pojedinca i zajednice*, Hrvatsko katoličko sveučilište Zagreb, knjiga sažetaka, str. 147.



usmjeriti aktivnosti. Definirajte ciljeve obnove, odredite prioritete, procijenite potrebne resurse i vremenske okvire te odaberite odgovarajuće metode i tehnike obnove. Nakon provedbe obnove, važno je pratiti napredak i prilagoditi strategije prema potrebi. Redovito održavanje, poput košnje, uklanjanja invazivnih vrsta ili suzbijanja požara, također je ključno za dugoročni uspjeh obnove. Obnova zapuštenih područja zahtijeva suradnju različitih dionika, uključujući lokalne vlasti, nevladine organizacije i zajednicu. Dugoročno financiranje, sudjelovanje zajednice i kontinuirana podrška ključni su faktori za uspješnu obnovu zapuštenih područja.<sup>56</sup>

U nastavku je tablično prikazano i objašnjeno ograničenje razvoja i preporuke djelovanja odabranih primjera gradova.

**Tablica 5. Ograničenja razvoja i preporuke djelovanja odabranih gradova, izvor: samostalna izrada**

<b>Gradovi</b>	<b>Ograničenja razvoja</b>	<b>Preporuke djelovanja u budućnosti</b>
<b>Vukovar</b>	<p><b>Oslonac na osjetljivu povijest</b> To može predstavljati izazov za razvoj turizma jer se potrebno pažljivo pristupiti interpretaciji povijesnih događaja kako bi se poštivala osjetljiva pitanja i dostojanstvo žrtava.</p> <p><b>Prometna povezanost</b> Slaba prometna povezanost može otežati dolazak turista do Vukovara, što može smanjiti broj posjetitelja.</p>	<p><b>Tematski turizam</b> Razvoj tematskih tura vezanih uz povijest Domovinskog rata, kulturnu baštinu, vinske ture i slično može privući interes različitih skupina turista.</p> <p><b>Razvoj kulturnih i povijesnih atrakcija</b> Vukovar ima bogatu povijest i kulturnu baštinu koju je važno predstaviti posjetiteljima. Razvoj muzeja, interpretacijskih centara, obilazaka kulturnih znamenitosti te organizacija kulturnih događanja može privući veći broj turista.</p>

<sup>56</sup>Barosio, M., et.al. (2016.): „From urban renewal to urban regeneration: Classification criteria for urban interventions“, Turin 1995- 2015: Evolution of planning tools and approaches, Journal of Urban Regeneration and Renewal, Vol. 9., No. 4., str. 367.

	<p><b>Potreba za pažljivim očuvanjem identiteta</b></p> <p>Vukovar ima bogatu kulturnu i povijesnu baštinu koju je važno očuvati. Turistički razvoj treba biti usmjeren na poštivanje i promicanje lokalnog identiteta i autentičnosti.</p> <p><b>Socijalni aspekti</b></p> <p>Povećan turizam može donijeti promjene u socijalnom i kulturnom tkivu zajednice. Ograničenje turističkog razvoja može pomoći u očuvanju autentičnosti lokalne kulture i tradicije.</p>	<p><b>Etno-turizam i gastro-turizam</b></p> <p>Promoviranje lokalne kulture i gastronomije može biti atraktivno za turiste. Organizacija gastro-turističkih događanja, degustacija vina, tradicionalnih jela i obrtničkih radionica može doprinijeti boljoj integraciji lokalnog stanovništva u turističku ponudu</p>
<p><b>Vinkovci</b></p>	<p><b>Ograničeni resursi</b></p> <p>U slučaju da destinacija nema dovoljno resursa ili kapaciteta za rast turizma, to može dovesti do problema s preopterećenjem infrastrukture ili negativnim utjecajima na okoliš i lokalnu zajednicu.</p> <p><b>Očuvanje identiteta i kulture</b></p> <p>Vinkovci, kao i svaka destinacija, možda žele sačuvati svoj autentični karakter i tradiciju te mogu biti oprezni u vezi s turističkim razvojem koji bi mogao narušiti te vrijednosti.</p>	<p><b>Promocija kulturnih manifestacija</b></p> <p>Vinkovci su poznati po svojoj bogatoj kulturnoj baštini, posebno po tradicionalnoj manifestaciji "Vinkovačke jeseni". Dodatna promocija kulturnih događanja, folklornih predstava, umjetničkih izložbi i tradicionalnih običaja može privući turiste koji žele doživjeti autentičnu kulturu ovog područja.</p> <p><b>Aktivni turizam i prirodne atrakcije</b></p> <p>Vinkovci se nalaze u prekrasnom prirodnom okruženju. Razvoj biciklističkih staza, pješačkih puteva i drugih aktivnosti na otvorenom može privući turiste koji žele istraživati prirodu i aktivno provesti vrijeme.</p> <p><b>Etno-turizam</b></p> <p>Vinkovci imaju bogatu etnografsku baštinu koju je moguće predstaviti kroz organizaciju etno-turističkih događanja,</p>

		<p>posjete seoskim domaćinstvima i radionicama tradicionalnih zanata.</p> <p><b>Očuvanje kulturne baštine</b> Važno je ulagati u obnovu i očuvanje povijesnih znamenitosti i spomenika kako bi se osiguralo da turistička ponuda bude autentična i atraktivna.</p> <p><b>Suradnja s lokalnom zajednicom</b> Uključivanje lokalnog stanovništva u turističku ponudu i suradnja s lokalnim organizacijama i udruženjima može osnažiti zajednicu i osigurati da turizam donosi koristi lokalnom stanovništvu.</p> <p><b>Digitalni marketing i promocija</b> Korištenje društvenih mreža, web stranica i drugih digitalnih platformi za promociju Vinkovaca može povećati vidljivost destinacije i dosegnuti veći broj potencijalnih posjetitelja.</p> <p><b>Održivi turizam i uravnoteženi pristup</b> ključni su za dugoročni uspjeh turizma u Vinkovcima. Važno je osigurati da turizam bude u skladu s potrebama i vrijednostima lokalne zajednice, te da doprinosi očuvanju kulturne baštine i prirodnih resursa ovog područja.</p>
<b>Ilok</b>	<p><b>Nedostatak turističke infrastrukture</b> Ako destinacija nema dovoljno hotela, restorana, turističkih atrakcija ili drugih turističkih sadržaja, to može odbiti posjetitelje i ograničiti potencijalni turistički rast.</p>	<p><b>Razvoj vinske turističke ponude</b> Ilok je poznat po vinogradima i vinskoj tradiciji. Razvoj vinskih tura, degustacija vina, smještajnih kapaciteta na vinskim imanjima i organizacija vinogradarskih događanja može privući ljubitelje vina i gastronomije.</p>

	<p><b>Slaba promocija i vidljivost</b></p> <p>Ako destinacija nema dovoljno snažnu marketinšku strategiju i nije dovoljno prepoznatljiva na turističkom tržištu, može imati ograničen priljev posjetitelja.</p>	<p><b>Diversifikacija turističke ponude</b></p> <p>Razvoj raznovrsnih aktivnosti i atrakcija može privući različite profile turista i produžiti njihov boravak u lloku.</p> <p><b>Digitalni marketing i promocija</b></p> <p>Korištenje društvenih mreža, web stranica i drugih digitalnih platformi za promociju lloka može povećati vidljivost destinacije i dosegnuti veći broj potencijalnih posjetitelja.</p> <p><b>Suradnja s lokalnom zajednicom</b></p> <p>Uključivanje lokalnog stanovništva u turističku ponudu može osnažiti zajednicu i osigurati da turizam donosi koristi lokalnom stanovništvu.</p>
--	---	--

Može se zaključiti kako je bitno uključivanje lokalnog stanovništva u turističku ponudu i suradnja s lokalnim organizacijama i udruženjima jer može osnažiti zajednicu i osigurati da turizam donosi koristi lokalnom stanovništvu.

## 5.2. Kulturna baština i perspektive razvoja

Kao područje koje je kroz povijest bilo izloženo različitim utjecajima, Vukovarsko-srijemska županija ima bogatu kulturnu baštinu koja uključuje različite povijesne spomenike, zgrade, muzeje, parkove i druge turističke atrakcije. Kulturna baština je veliki potencijal za turizam i gospodarski razvoj Vukovarsko-srijemske županije. Očuvanje kulturne baštine i njen razvoj može doprinijeti očuvanju identiteta lokalne zajednice, kao i povećanju turističke ponude i potražnje.

Na području Vukovarsko-srijemske županije postoje različiti oblici kulturne baštine, uključujući spomenike kulture, sakralne objekte, kulturne manifestacije i druge turističke

atrakcije. Među najznačajnijim spomenicima kulture u Vukovarsko-srijemskoj županiji su Vukovarska utvrda, Vukovarski vodotoranj, Trg Republike Hrvatske u Vinkovcima, Knežev dvor u Iloku, spomenik Franji Tuđmanu u Vukovaru i druge znamenitosti. Perspektive razvoja kulturne baštine na području Vukovarsko-srijemske županije uključuju stvaranje novih turističkih proizvoda i usluga, razvoj kulturnog turizma, održavanje i obnova postojećih turističkih atrakcija, te suradnje s drugim turističkim destinacijama u Hrvatskoj i Europi.

Također, važno je poticati održivi razvoj i upravljanje kulturnom baštinom kako bi se osiguralo njezino očuvanje za buduće generacije. Vukovarsko-srijemska županija bogata je kulturnom baštinom koja se proteže kroz povijest Hrvatske, ali i Europe.

### **5.3. Upravljanje atrakcijama na području Republike Hrvatske**

Revitalizacija kulturnih resursa ima važnu vezu s turističkom atraktivnošću Republike Hrvatske. Kulturni resursi uključuju povijesne spomenike, arheološke nalaze, muzeje, tradicionalne običaje, umjetničke izložbe i sve ono što čini kulturnu baštinu neke destinacije.

Revitalizacija kulturnih resursa odnosi se na obnovu, očuvanje i promociju tih kulturnih elemenata kako bi se privukli posjetitelji i potaknuo turizam. Hrvatska je bogata kulturnom baštinom, koja uključuje povijesne gradove, dvorce, crkve, muzeje, tradicionalne manifestacije i druga kulturna dobra.

Revitalizacija tih resursa doprinosi njihovom očuvanju, ali istovremeno i stvaranju atraktivnih destinacija za turiste. Turistička atraktivnost Hrvatske povezana je s mogućnošću posjetitelja da dožive bogatu kulturnu povijest, prisustvuju tradicionalnim manifestacijama, istražuju muzeje i uživaju u autentičnom kulturnom iskustvu. Revitalizacija kulturnih resursa također može potaknuti lokalni gospodarski razvoj, stvarajući poslove u sektoru turizma, ugostiteljstva, suvenirnica i drugim povezanim industrijama. Također, kroz očuvanje kulturnih resursa, destinacije mogu privući različite

vrste turista, uključujući one zainteresirane za kulturu, povijest, umjetnost i autentično iskustvo.

Revitalizacija resursa u urbanoj sredini Vukovarsko-srijemske županije usko je povezana s upravljanjem turističkim atrakcijama na tom području. Revitalizacija urbanih resursa odnosi se na obnovu i oživljavanje urbanih prostora, povijesnih zgrada, kulturnih četvrti i drugih elemenata koji čine urbano tkivo. Upravljanje turističkim atrakcijama podrazumijeva organizaciju, promociju i očuvanje tih atrakcija kako bi privukle posjetitelje i doprinijele turističkom razvoju.

U Vukovarsko-srijemskoj županiji, urbanim sredinama poput Vukovara, Vinkovaca, Iloka i drugih gradova postoje vrijedni kulturni resursi kao što su povijesne zgrade, spomenici, kulturni centri, tradicionalni obrti i druge kulturne atrakcije. Revitalizacija ovih resursa podrazumijeva njihovu obnovu, očuvanje autentičnosti te njihovu prilagodbu modernim potrebama, kako bi privukli posjetitelje i stvorili atraktivne urbane destinacije. Upravljanje turističkim atrakcijama na urbanoj razini uključuje strategija razvoja, promocije događanja, osmišljavanje turističkih ruta, suradnju s lokalnim stanovništvom, osiguravanje kvalitetnih turističkih usluga i druge aktivnosti koje doprinose pozitivnom turističkom iskustvu. Upravljanje također mora uzeti u obzir održivost, kulturno naslijeđe i potrebe lokalne zajednice kako bi se osiguralo da turistički razvoj bude uravnotežen i koristan za sve dionike.

U konačnici, revitalizacija kulturnih resursa igra ključnu ulogu u stvaranju bogate i privlačne turističke ponude Republike Hrvatske te u očuvanju kulturne baštine za buduće generacije. Revitalizacija urbanih resursa i upravljanje turističkim atrakcijama ključni su za razvoj održivog turizma u urbanoj sredini Vukovarsko-srijemske županije. Ovi procesi doprinose stvaranju atraktivnih destinacija za turiste, potiču lokalni gospodarski razvoj i pridonose očuvanju kulturnog i povijesnog naslijeđa regije.

## 5.4. Osvrt na provedeno istraživanje

Kroz promicanje kulturnih resursa, tradicija i manifestacija, Hrvatska može privući turiste koji žele dublje razumjeti njezinu prošlost i identitet. Ispravno usmjerena strategija kulturnog turizma omogućit će ne samo ekonomske benefite već i očuvanje i revitalizaciju kulturnog nasljeđa te podizanje svijesti o bogatstvu kulturnih vrijednosti zemlje. Revitalizacija resursa i efikasno upravljanje turističkim atrakcijama u Hrvatskoj imaju ključnu ulogu u održivom turističkom razvoju zemlje. Kroz pažljivo planiranje i implementaciju strategija revitalizacije, Hrvatska može obogatiti turističku ponudu, istovremeno čuvajući kulturno i prirodno nasljeđe.

**Tablica 6.: Prilike za razvoj u kulturnom turizmu, Izvor: samostalna izrada**

<b>Revitalizacija resursa</b>	<b>Prednosti za destinaciju</b>
Obnova kulturno-povijesnih spomenika	Održivost resursa
Razvoj turističke infrastrukture	Povezivanje sa okolnim destinacijama
Stvaranje novih turističkih proizvoda i destinacija	Partnerstva dionika
Korištenje novih tehnologija za promociju turističkih atrakcija	Edukacija za potrebe turizma
Povezivanje materijalnih i nematerijalnih resursa	Brendiranje destinacije

Revitalizacija opisanih resursa može se postići kroz različite aktivnosti, poput obnove kulturno-povijesnih spomenika, razvoja turističke infrastrukture, stvaranja novih turističkih proizvoda i destinacija, te korištenjem novih tehnologija za promociju turističkih atrakcija. Uz to, važno je surađivati s lokalnim stanovništvom i poticati ih na aktivno sudjelovanje u razvoju turizma, kako bi se postigao održivi razvoj i doprinijelo razvoju gospodarstva na tom području. Na području cijele Vukovarsko-srijemske županije potrebno je izgraditi, sanirati i opremiti društvenu infrastrukturu. U području osnovnoškolskog i srednjoškolskog obrazovanja potrebno je osigurati dodatan stručni kadar kako bi se smanjio rad u više smjena te zaustavio odljev stručnog kadra. Također je potrebno razvijati nove programe

obrazovanja u srednjim školama i visokom obrazovanju kako bi se povezao obrazovni sustav s tržištem rada. Usklađivanje kurikuluma obrazovnih programa s potrebama tržišta rada i popularizacija deficitarnih zanimanja u strukovnim školama ključni su koraci za jačanje suradnje između znanosti i gospodarstva.

Revitalizacija turističkih resursa ključna je za održivost, privlačnost i konkurentnost turističkih odredišta. Kroz revitalizaciju, turistički resursi mogu se poboljšati, obnoviti i prilagoditi suvremenim potrebama posjetitelja. Slijedom navedenog ovim radom potvrđeno je kako je revitalizacija kulturnih resursa u vezi sa turističkom atraktivnosti Republike Hrvatske. Također je potvrđeno kako je revitalizacija resursa na području urbanih sredina Vukovarsko-Srijemske županije povezana sa upravljanjem atrakcijama na tom području.

Revitalizacija turističkih resursa ključna je za održivost, privlačnost i konkurentnost turističkih odredišta. Kroz revitalizaciju, turistički resursi mogu se poboljšati, obnoviti i prilagoditi suvremenim potrebama posjetitelja.

Revitalizacija treba biti usmjerena prema održivom razvoju turističkih resursa. To uključuje zaštitu prirodnih i kulturnih vrijednosti, očuvanje okoliša, ravnotežu između turističkih aktivnosti i lokalne zajednice te promicanje odgovornog turizma.

Održivost osigurava dugoročnu vrijednost resursa i koristi za sve dionike. Ključno je uključiti lokalnu zajednicu u proces revitalizacije turističkih resursa. Partnerstvo, dijalog i sudjelovanje lokalnih dionika osiguravaju da revitalizacija odgovara stvarnim potrebama i interesima zajednice. Zajednički planiranje i upravljanje potiču lokalnu podršku, očuvanje identiteta i jačanje lokalne ekonomije. Revitalizacija omogućuje diversifikaciju turističke ponude i stvaranje novih iskustava.

Razvoj različitih aktivnosti, atrakcija i sadržaja privlači različite segmente turista i produljuje njihov boravak. Diversifikacija smanjuje ovisnost o jednom turističkom proizvodu i povećava konkurentnost odredišta. Revitalizacija turističkih resursa može uključivati inovativna rješenja i primjenu tehnologije kako bi se poboljšalo iskustvo posjetitelja. To može uključivati digitalne tehnologije, interaktivne aplikacije, virtualnu stvarnost, održive transportne opcije i druge napredne alate koji pružaju. Revitalizacija



treba biti usmjerena na pružanje visoke kvalitete usluge i nezaboravnog doživljaja posjetiteljima. Osposobljavanje osoblja, poboljšanje infrastrukture, upravljanje posjete i poboljšanje interpretacije destinacije pomažu u stvaranju pozitivnog dojma i zadovoljstva posjetitelja. Revitalizacija zahtijeva učinkovite marketinške strategije i promociju kako bi se privukli posjetitelji.

Atrakcije s velikim brojem posjetitelja trebaju učinkovito upravljati tokovima posjetitelja kako bi se izbjegla gužva, smanjilo čekanje i osigurala sigurnost. To može uključivati implementaciju dobro osmišljenih putokaza, raspodjelu prostora, optimizaciju redova za ulazak i izlazak te pružanje jasnih informacija o rasporedu događanja. Atrakcije trebaju redovito održavanje kako bi se osigurala sigurnost posjetitelja i zadržala kvaliteta iskustva. To uključuje održavanje objekata, čišćenje prostora, redovitu inspekciju sigurnosnih standarda i brigu o okolišu.

Očuvanje prirodnih ljepota i ekološke osjetljivosti okoliša također je važno za dugoročnu održivost atrakcije. Pružanje vrhunske usluge posjetiteljima ključno je za dobar dojam o atrakciji. Osoblje treba biti ljubazno, susretljivo i stručno, pružajući informacije, pomoć i podršku posjetiteljima. Edukacija osoblja o sigurnosti, komunikacijskim vještinama i posebnim potrebama posjetitelja također je važna. Kvalitetna interpretacija atrakcije pomaže posjetiteljima da bolje razumiju i cijene ono što vide i dožive. To može uključivati informativne ploče, vodiče ili interaktivne eksponate koji pružaju obrazovne informacije o povijesti, kulturi, prirodi ili drugim relevantnim temama.

Programi edukacije i radionice također mogu biti korisni za posjetitelje svih dobnih skupina. Dobro upravljanje atrakcijama uključuje i održivost. To podrazumijeva odgovorno upravljanje resursima, uključujući energiju, vodu i otpad, te primjenu ekološki prihvatljivih praksi. Promicanje održivog turizma i suradnja s lokalnom zajednicom također su važni aspekti. Redovito praćenje zadovoljstva posjetitelja putem anketa, povratnih informacija i recenzija pomaže atrakciji da identificira svoje snage i slabosti te poboljša kvalitetu usluge. Ova povratna informacija može biti korisna za prilagodbu ponude, unaprjeđenje doživljaja i izgradnju lojalnosti posjetitelja. Uključivanje lokalne zajednice u upravljanje atrakcijom može donijeti brojne prednosti. To uključuje suradnju s lokalnim dionicima, pružanje

gospodarskih prilika i podrške lokalnim dobavljačima, sudjelovanje u lokalnim inicijativama i doprinos razvoju zajednice

Kvalitetno brendiranje, digitalni marketing, suradnja s turističkim agencijama i sudjelovanje na turističkim sajmovima pomažu u povećanju vidljivosti i privlačnosti revitaliziranih turističkih resursa. Revitalizacija turističkih resursa donosi brojne prednosti, uključujući gospodarski razvoj, očuvanje kulturne i prirodne baštine, promociju lokalne kulture i identiteta te stvaranje održivih turističkih destinacija. Kroz pažljivo planiranje, sudjelovanje zajednice i inovativnost, turistički resursi mogu se revitalizirati na način koji je koristan za sve dionike i osigurava dugoročni uspjeh turizma.

## ZAKLJUČAK

Atrakcije su mjesta koje turisti posjećuju iz zadovoljstva ili interesa koja pružaju rekreaciju, zabavu ili aktivnosti u slobodno vrijeme. One motiviraju i privlače turiste da posjete određenu destinaciju te se pritom govori o izgrađenim atrakcijama (npr. kultne građevine kao što su razni spomenici i vjerski objekti poput samostana) ili kulturnim atrakcijama (npr. muzeji, kazališta, umjetničke galerije, kulturna događanja). Dobro upravljanje atrakcijama ključno je za njihov uspjeh, održivost i pozitivan doživljaj posjetitelja.

Sociodemografska revitalizacija prostora uključuje promjene u infrastrukturi, stambenom smještaju, obrazovanju, zdravlju, kulturi i drugim aspektima života koji utječu na kvalitetu života ljudi.

Revitalizacija resursa Vukovarsko-srijemske županije treba stvoriti prostor koji je dostupan, pristupačan i inkluzivan za različite sociodemografske skupine. U Vukovarsko-srijemskoj županiji, urbanim sredinama poput Vukovara, Vinkovaca, Iloka i drugih gradova postoje vrijedni kulturni resursi kao što su povijesne zgrade, spomenici, kulturni centri, tradicionalni obrti i druge kulturne atrakcije. Revitalizacija ovih resursa podrazumijeva njihovu obnovu, očuvanje autentičnosti te njihovu prilagodbu modernim potrebama, kako bi privukli posjetitelje i stvorili atraktivne urbane destinacije. Prijedlozi napretka su i u organizaciji radionica i obrazovnih programa kako bi se podigla svijest o održivom korištenju resursa i promicalo aktivno sudjelovanje. Redovito praćenje i evaluacija revitalizacijskih projekata omogućuju procjenu postignutog napretka i prilagodbu strategija prema potrebi. Uz revitalizaciju resursa, važno je uložiti u socijalnu infrastrukturu kako bi se zadovoljile potrebe lokalne zajednice. To može uključivati izgradnju ili obnovu obrazovnih ustanova, zdravstvenih centara, kulturnih objekata, sportskih prostora i drugih zajedničkih prostora koji pružaju socijalne usluge i potiču društvenu interakciju.

Može se zaključiti kako je bitno uključivanje lokalnog stanovništva u turističku ponudu i suradnja s lokalnim organizacijama i udruženjima jer može osnažiti zajednicu i osigurati da turizam donosi koristi lokalnom stanovništvu. Integrirani pristup, koji uključuje suradnju svih relevantnih dionika i promicanje odgovornog turizma, osigurat će da atrakcije regije dugoročno budu očuvane i iskorištene na način koji koristi i lokalnoj zajednici i

posjetiteljima. Kroz pažljivo planiranje, sudjelovanje zajednice i inovativnost, turistički resursi Vukovarsko-Srijemske županije se mogu revitalizirati na način koji je koristan za sve dionike odnosno stanovnike, županije te državu i osigurava dugoročni uspjeh turizma.

Na temelju ovog rada može se zaključiti kako je upravljanje atrakcijama Vukovarsko-Srijemske županije ključno za očuvanje njezine kulturne i prirodne baštine te za stvaranje održive turističke destinacije. Integrirani pristup, koji uključuje suradnju svih relevantnih dionika i promicanje odgovornog turizma, osigurat će da atrakcije regije dugoročno budu očuvane i iskorištene na način koji koristi i lokalnoj zajednici i posjetiteljima. Slijedom navedenog potvrđeno je kako je revitalizacija kulturnih resursa u vezi sa turističkom atraktivnosti Republike Hrvatske te kako je revitalizacija resursa na području urbanih sredina Vukovarsko-Srijemske županije povezana s upravljanjem atrakcijama na tom području.

## SAŽETAK

Revitalizacija i upravljanje turističkim resursima ključni su elementi u održivom turističkom razvoju destinacija diljem svijeta. Revitalizacija se odnosi na obnovu i ponovno oživljavanje turističkih atrakcija, kulturnih i prirodnih resursa kako bi se privukli posjetitelji i unaprijedilo turističko iskustvo. Upravljanje, s druge strane, obuhvaća planiranje, organiziranje i koordinaciju aktivnosti u turizmu. Revitalizacija turističkih resursa ključna je za održivost, privlačnost i konkurentnost turističkih odredišta. Na taj način turistički resursi mogu se poboljšati, obnoviti i prilagoditi suvremenim potrebama posjetitelja. Bilo je da revitalizacija bude usmjerena prema održivom razvoju turističkih resursa. To uključuje zaštitu prirodnih i kulturnih vrijednosti, očuvanje okoliša, ravnotežu između turističkih aktivnosti i lokalne zajednice te promicanje odgovornog turizma. Cilj rada je istražiti kako se provodi revitalizacija resursa i turističkih atraktivnosti na području koje je jedno od najslabije turistički razvijeno u Hrvatskoj, Vukovarsko-srijemskoj županiji. Upravljanje atrakcijama Vukovarsko-srijemske županije ključno je za očuvanje njezine kulturne i prirodne baštine te za stvaranje održive turističke destinacije. Integrirani pristup, koji uključuje suradnju svih relevantnih dionika i promicanje odgovornog turizma, osigurati će da atrakcije regije dugoročno budu očuvane i iskorištene na način koji koristi i lokalnoj zajednici i posjetiteljima. Kroz pažljivo planiranje, sudjelovanje zajednice i inovativnost, turistički resursi se mogu revitalizirati na način koji je koristan za sve dionike odnosno stanovnike, županije te državu i osigurava dugoročni uspjeh turizma.

Ključne riječi: revitalizacija, atrakcije, kontinentalni turizam, Vukovarsko-srijemska županija, diversifikacija turističke ponude.

## **ABSTRACT**

Revitalization and management of tourist resources are key elements in the sustainable tourist development of destinations around the world. Revitalization refers to the restoration and revitalization of tourist attractions, and cultural and natural resources to attract visitors and enhance the tourist experience. Management, on the other hand, includes planning, organizing and coordinating activities in tourism. The revitalization of tourist resources is essential for the sustainability, attractiveness and competitiveness of tourist destinations. In this way, tourist resources can be improved, renewed and adapted to the modern needs of visitors. Revitalization should be directed towards the sustainable development of tourist resources. This includes the protection of natural and cultural values, the preservation of the environment, the balance between tourism activities and the local community, and the promotion of responsible tourism. The work aims to investigate how the revitalization of resources and tourist attractions is carried out in an area that is one of the least developed in Croatia, the Vukovar-Srijem County. The management of the attractions of the County is crucial for preserving its cultural and natural heritage and for creating a sustainable tourist destination. An integrated approach, which includes the cooperation of all relevant stakeholders and the promotion of responsible tourism, will ensure that the region's attractions are long-term preserved and used in a way that benefits both the local community and visitors. Through careful planning, community participation, and innovation, tourism resources can be revitalized in a way that is beneficial to all stakeholders, i.e. residents, counties and the state, and ensures the long-term success of tourism.

Keywords: revitalization, attractions, continental tourism, Vukovar-Srijem County, diversification of the tourist offer.

## LITERATURA

a) Knjige:

1. Alvarez, M., et.al. (2016.): „*Heritage Tourism Destinations: Preservation, Communication and Development*“, CABIISBN
2. Bratičić, A. (2011.): "Prirodni resursi hrvatskog gospodarstva", Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Odjel za ekonomiju i turizam "Dr. Mijo Mirković"
3. Čavlek N., Prebežac D. (2011.): Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav, Zagreb, Školska knjiga
4. Feletar, D. (1994.): „*Suvremeni Vukovar – središte gospodarskog razvoja, 1945. – 1991.*“, u: Vukovar – vjekovni hrvatski grad na Dunavu (ur. Karaman, I.), Zagreb: Nakladna kuća Dr. Feletar, str. 353-376.
5. Franklin, A. (2003.): „*Tourism, An Introduction*“ Sage publication
6. Geić, S., (2007.): „*Organizacija i politika turizma, kulturološko-ekologijski i sociogospodarski aspekti*“, Split: Sveučilište u Splitu, Sveučilišni studijski centar za stručne studije
7. Gržinić, J. (2019.): „*UVOD U TURIZAM-povijest, razvoj, perspektive*“, online izdanje, Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli.
8. Gržinić, J. (2020) „*TURISTIČKE ATRACIJE-nastanak, razvoj i utjecaji*“, Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli.
9. Injac, N., Drljača, M. (2000.): „*Upravljanje financijskim resursima*“, Zagreb: Oskar
10. Jelinčić, D.A. (2008.): „*Abeceda kulturnog turizma*“, Zagreb: Meandar Media
11. Križman Pavlović, D. (2008.): „*Marketing turističke destinacije*“, Zagreb: Sveučilište Jurja Dobrile Pula, Odjel za ekonomiju i turizam „Dr. Mijo Mirković“, Mikrorad d.o.o.
12. Kušen, E. (2002.): „*Turistička atrakcijska osnova*“, Zagreb : Institut za turizam
13. Matic, R. (2010.): „*Funkcionalna razina povjerenja*“, u: Mirna reintegracija Hrvatskoga Podunavlja: znanstveni, empirijski i iskustveni uvidi (ur. Živić, D., Cvikić, S.), Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb – Vukovar, 243-260.
14. Mazilu, M (2010.): „*Responsibilities in Management of Tourist Destinations*“, Craiova: Management & Marketing
15. Petrić, L. (2011.): „*Upravljanje turističkom destinacijom*“, Split: Ekonomski fakultet Split

16. Richards, B. (1997.): „*Marketing turističkih atrakcija, festivala i posebnih događanja*“, Zagreb: Potecon
17. Tomljenović, R. (2006.): „*Kulturni turizam*“, Zagreb: Hrvatski turizam, Institut za turizam
18. Vodeb, K. (2014.): „*Turistična destinacija: sodobna obravnava koncepta*“, Portorož: Univerza na Primorskem, Fakulteta za turistične študije – Turistica
19. Yeoman, I. (2012.): „*Tomorrow's Tourism*“, Victoria University of Wellington
20. Wanhill, R. J. H. (2003.): „*Brittle archaeological silver: a fracture mechanisms and mechanics assessment*“, Wiley
21. Živić, D. (2006.): „*Stanovništvo Vukovarsko-srijemske županije (odrednice i obilježja demografskih promjena od sredine 19. do početka 21. stoljeća)*“, Zagreb – Vukovar: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Ogranak Matice hrvatske Vukovar, Zagreb – Vukovar

b) Znanstveni članci:

22. Andrades, L., Dimanche, F. (2017.): „*Destination competitiveness and tourism development in Russia: Issues and challenges*“, *Tourism Management*, Vol. 62., str. 360-376.
23. Azwar, H., Brahmantyo, H., Hermantoro, H. (2018.): „*The potential development of tourism attraction in tourism destination of ikan Sakti Sungai Janiah, subdistrict baso, district agam, west sumatra*“, dostupno na: [https://www.researchgate.net/publication/328256501\\_THE\\_POTENTIAL\\_DEVELOPMENT\\_OF\\_TOURISM\\_ATTRACTION\\_IN\\_TOURISM\\_DESTINATION\\_OF\\_IKAN\\_SAKTI\\_SUNGAI\\_JANIAH\\_SUBDISTRICT\\_BASO\\_DISTRICT\\_AGAM\\_WEST\\_SUMATRA](https://www.researchgate.net/publication/328256501_THE_POTENTIAL_DEVELOPMENT_OF_TOURISM_ATTRACTION_IN_TOURISM_DESTINATION_OF_IKAN_SAKTI_SUNGAI_JANIAH_SUBDISTRICT_BASO_DISTRICT_AGAM_WEST_SUMATRA)
24. Barosio, M., et.al. (2016.): „*From urban renewal to urban regeneration: Classification criteria for urban interventions*“, *Turin 1995- 2015: Evolution of planning tools and approaches*, *Journal of Urban Regeneration and Renewal*, Vol. 9., No. 4., str. 367-380.
25. Buhalis, D. (2000.): „*Marketing the competitive destination of the future*“, *Tourism management*, Vol. 21., str. 101-112.



26. Dredge, D. (2022.): "Regenerative tourism: transforming mindsets, systems and practices", *Journal of Tourism Futures*, Vol. 8., No. 3., str. 269-281.
27. Gržinić, J., Kostić Bobanović, M., Novak, S. (2023.): „Održivi kulturni turizam – Prilagodba zajednice kroz suradnju i poticanje promjena“, 4. međunarodni znanstveno-stručni skup, *Promjenjive životne okolnosti: prilika za rast pojedinca i zajednice*, Hrvatsko katoličko sveučilište Zagreb, knjiga sažetaka, str. 147.
28. Krešić, D. (2007.): „Faktori atraktivnosti turističkih destinacija u funkciji konkurentnosti“, *Acta turistica*, Vol. 19., No. 1., str. 45.-82.
29. Kušen, E. (2001.): „Turizam i prostor klasifikacija turističkih atrakcija“, *Prostor* : znanstveni časopis za arhitekturu i urbanizam, Vol. 9., No. 1(21), str. 1-12.
30. Čatović, A. (2022.): „Impact of the crisis on tourism“, *Tranzicija*, Vol. 25., No. 50., str. 65-81.
31. Krisnandika, A.A.K., Yusiana, L.S. (2020.): „Identification of Tourist Attractions in Timpag Village“, *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, Vol. 501, The 4th International Symposium of Sustainable Landscape Development 10 October 2019, Bogor, Indonesia, str. 1-10
32. Newton, P., et.al. (2020.): “What is regenerative agriculture? A review of scholar and practitioner definitions based on processes and outcomes”, *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 26 October 2020 Online
33. Pellegrino, F. (2021.): „Transport and Tourism Relationship“, dostupno na: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/978-1-80043-900-920211017/full/html?skipTracking=true>
34. Plaut, J.M., et.al. (2012.): “Regenerative design: the LENSES Framework for buildings and communities”, *Building Research and Information*, Vol. 40., No. 1., str. 112-122.
35. Reed, B. (2007.): „Shifting from ‘sustainability’ to regeneration“, *Building Research and Information*, Vol. 35., No. 6., str. 674-680.
36. Richardson, W. (1984.): „Population distribution policies“, u: *Population Distribution, Migration and Development (Proceedings of the Expert Group, Hammamet/ Tunisia, 21-25. March 1983)*, New York: United Nations, str. 262-293.

37. Shahzalal, M. (2016.): „*Positive and Negative Impacts of Tourism on Culture: A Critical Review of Examples from the Contemporary Literature*“, Journal of Tourism, Hospitality and Sports, str. 30-34.
38. Škrlec, M., et.al. (2019.): „*Korištenje resursa geotermalne energije u Republici Hrvatskoj*“, Nafta i Plin, Vol. 39., No. 159–160., str. 51–56.
39. Weiguang, X., Yunchi, M. (2021.): „*Tourism Resource Evaluation and Countermeasures Based on Network Communication and TOPSIS Algorithm*“, Wireless Communications and Mobile Computing, Vol. 1., str. 21-45.

c) Internetske stranice:

40. DZS - <https://dzs.gov.hr/vijesti/objavljeni-konacni-rezultati-popisa-2021/1270>
41. Eduvizija: "Fosilna goriva", [http://www.eduvizija.hr/portal/lekcija/8-razred-kemija-fosilna-goriva#tekst\\_lekcije](http://www.eduvizija.hr/portal/lekcija/8-razred-kemija-fosilna-goriva#tekst_lekcije)
42. GDRC - <https://www.gdrc.org/uem/eco-tour/destination-mgmt.html>
43. Hrvatska.eu: "Jadransko more i otoci",  
<http://www.croatia.eu/article.php?lang=1&id=11>
44. Hrvatska.eu: "Rijeke i jezera", <http://www.croatia.eu/article.php?lang=1%id=9>
45. Ilok.hr <https://www.ilok.hr/rekonstrukcija-zidina-zgrade-zitnice-podrumareve-kuce-i-franjevackog-samostana-u-iloku/>
46. Ivan Kozarac - <https://www.ivankozarac.com/rodna-kuca>
47. Priodahrvatske.com: „Planine“: <https://priodahrvatske.com/planine/>
48. Službena stranica Turističke zajednice grada Vinkovaca, <http://www.tzvinkovci.hr/>
49. Visit Vukovar - <https://www.visitvukovar-srijem.com/hr/o-zupaniji/gradovi-i-opcine/gradovi/vinkovci,560.html>
50. Vodič kroz nacionalne parkove i parkove prirode Republike Hrvatske,  
<https://www.parkovihrvatske.hr/documents/20181/311591/Bro%C5%A1ura+Parkovi+Hrvatske/2473adc8-579a478c-a29e-5a47ccc82792>
51. Vukovarsko-srijemska županija, službene stranice, Vusz.com - <https://www.vusz.hr>
52. Zagreb - <https://www.zagreb.hr/vinkovci-najstariji-grad-u-europi/53520>

d) Ostali izvori:

53. Križman Pavlović, D. (2003.): „*Upravljačke i organizacijske odrednice marketinga turističke destinacije*“, Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, doktorska disertacija.

## POPIS SLIKA

Slika 1. Grad Vukovar, izvor: <a href="https://she.hr/wp-content/uploads/2023/01/Foto_Darko-Kesnjer-11_Vukovar.jpg">https://she.hr/wp-content/uploads/2023/01/Foto_Darko-Kesnjer-11_Vukovar.jpg</a> .....	34
Slika 2. Grad Vinkovci, izvor: Visit Vukovar - <a href="https://www.visitvukovar-srijem.com/hr/ozupaniji/gradovi-i-opcine/gradovi/vinkovci,560.html">https://www.visitvukovar-srijem.com/hr/ozupaniji/gradovi-i-opcine/gradovi/vinkovci,560.html</a> .....	36
Slika 3. Grad Ilok, izvor: <a href="https://tourist.hr/hr/location/ilok?review=true">https://tourist.hr/hr/location/ilok?review=true</a> .....	38

## POPIS TABLICA

Tablica 1. Dolasci i noćenja turista po županijama u siječnju 2023. godine, izvor: DZS - <a href="https://podaci.dzs.hr/2022/hr/29506">https://podaci.dzs.hr/2022/hr/29506</a> .....	30
Tablica 2. Najpoznatije atrakcije u Vukovarsko-Srijemskoj županiji,.....	33
Tablica 3. Kulturne i prirodne atrakcije; grad Vinkovci, izvor: izrada autora prema VisitVukovar- <a href="https://www.visitvukovar-srijem.com">https://www.visitvukovar-srijem.com</a> i <a href="https://www.ivankozarac.com/rodna-kuca">https://www.ivankozarac.com/rodna-kuca</a> .....	37
Tablica 4. Kulturne i prirodne atrakcije grada Ilok, izvor: izrada autora prema Grad Ilok - <a href="https://tourist.hr/hr/location/ilok?review=true">https://tourist.hr/hr/location/ilok?review=true</a> , <a href="https://srijem-slavonija.eu/hr">https://srijem-slavonija.eu/hr</a> .....	40
Tablica 5. Ograničenja razvoja i preporuke djelovanja odabranih gradova,.....	44
Tablica 6.: Prilike za razvoj u kulturnom turizmu, Izvor: samostalna izrada .....	50