Turizam kao determinanta razvoja gradova (Virovitica)

Strusa, Ivona

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:145:182461

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Repository / Repozitorij:

EFOS REPOSITORY - Repository of the Faculty of Economics in Osijek

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Ekonomski fakultet u Osijeku
Preddiplomski studij – smjer: *menadžment*

Ivona Strusa

TURIZAM KAO DETERMINANTA RAZVOJA GRADOVA (VIROVITICA)

Završni rad

Diplomski rad iz predmeta URBANA EKONOMIJA
ocijenjen ocjenom
Osijek, 12. 9. 2019.
Potpis nastavnika:
I RAZINA OBRAZOVANJA

Osijek, 2019.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Ekonomski fakultet u Osijeku
Preddiplomski studij – smjer: *menadžment*

Ivona Strusa

TURIZAM KAO DETERMINANTA RAZVOJA GRADOVA (VIROVITICA)

Završni rad

Kolegij: Urbana ekonomija

JMBAG: 0010218197
e-mail: istrusa@efos.hr

Mentor: izv.prof.dr.sc. Jerko Glavaš
Komentor: Bruno Mandić, mag. oec., Juraj Rašić, mag. oec.

Osijek, 2019.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek
Faculty of Economics in Osijek
Undergraduate Study - the study program: *management*

Ivona Strusa

TOURISM AS A DETERMINANT OF CITY DEVELOPMENT (VIROVITICA)

Final paper

Osijek, 2019.

IZJAVA

O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI, PRAVU PRIJENOSA INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA, SUGLASNOSTI ZA OBJAVU U INSTITUCIJSKIM REPOZITORIJIMA I ISTOVJETNOSTI DIGITALNE I TISKANE VERZIJE RADA

1. Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je završni (navesti vrstu rada: završni / diplomski / specijalistički / doktorski) rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu. Potvrđujem poštivanje nepovredivosti autorstva te točno citiranje radova drugih autora i referiranje na njih.
2. Kojom izjavljujem da je Ekonomski fakultet u Osijeku, bez naknade u vremenski i teritorijalno neograničenom opsegu, nositelj svih prava intelektualnoga vlasništva u odnosu na navedeni rad pod licencom *Creative Commons Imenovanje – Nekomercijalno – Dijeli pod istim uvjetima 3.0 Hrvatska.* (cc) BY-NC-SA
3. Kojom izjavljujem da sam suglasan/suglasna da se trajno pohrani i objavi moj rad u institucijskom digitalnom repozitoriju Ekonomskoga fakulteta u Osijeku, repozitoriju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju, NN br. 123/03, 198/03, 105/04, 174/04, 02/07, 46/07, 45/09, 63/11, 94/13, 139/13, 101/14, 60/15).
4. izjavljujem da sam autor/autorica predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke datoteke u potpunosti istovjetan sa dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

Ime i prezime studenta/studentice: Ivona Strusa

JMBAG: 0010218197

OIB: 01443424577

e-mail za kontakt: ivona1410@gmail.com

Naziv studija: preddiplomski sveučilišni studij; menadžment

Naslov rada: Turizam kao determinanta razvoja grada

Mentor/mentorica diplomskog rada: izv.prof.dr.sc. Jerko Glavaš

U Osijeku, 9. rujna 2019 godine

Potpis Strusa

Turizam kao determinanta razvoja gradova

SAŽETAK

Temeljna svrha turizma je razvoj države, regije, gradova, te utjecaj na njegov gospodarski rast, BDP stanovnika, socijalno stanje, budućnost života i rada u pojedinom području. Kako bi se postigao gospodarski rast, važno je privući turiste i širu javnost u destinaciju koja pruža raznoliku turističku ponudu. Svaka turistička aktivnost donosi određenu razinu neizvjesnosti i rizika u poslovanju, te utječe na krajnji očekivani ishod. Turizam kao determinanta razvoja grada, zahtjeva snažan doprinos i zalaganje u turističke bisere i kulturnu baštinu destinacije. Postoji nekoliko strategija razvoja turizma u pojedinom gradu, a koje strategije koristi grad Virovitica, biti će opisano u daljnjem tekstu završnog rada. Kroz pojedine strategije želi se pokazati plan i prezentirati bogati turistički sadržaj Virovitičko-podravske županije, ali i samog grada Virovitice. Strateški ciljevi i prioriteti koji su usredotočeni na unapređenje kvalitete i ponude grada, razvijaju se u skladu s resursima kojima se raspolaže, poput kulturno- povijesne baštine, prirodnih ljepota krajolika i ruralnog područja, te razvojem industrijskih zona koje otvaraju mogućnosti dodatnog zapošljavanja i osiguravaju zasigurno pristojan život u ovom dijelu kontinentalne Hrvatske. Potencijali grada Virovitice trenutno nisu dovoljno iskorišteni, no uz važan doprinos EU fondova i ostalih financijskih sredstava kojima se potpomaže rad grada i županije, u bliskoj budućnosti očekuje se da će svi planirani ciljevi biti realizirani, a posjetiteljima će se moći pružiti kvalitetniji i cjeloviti proizvod i ponuda koja je u skladu sa zakonima i propisima uz pravnu i državnu regulativu i legitimnost.

Ključne riječi:

turizam, strategija razvoja, povijest grada, prirodna bogatstva, kulturna baština, potencijali grada, razvoj u budućnosti, gospodarstvo, kontinentalni turizam

Tourism as a determinant of city development

ABSTRACT

The basic purpose of tourism is to develop the state, region, cities, influence on its economic growth, GDP of the population, social status, future of life and work in certain areas. In order to achieve economic growth, it is important to attract tourists and the general public to a destination that offers a diverse tourism offering. Each tourism activity brings certain differences of uncertainty and risk in the business, and they affect the ultimate expected outcome. Tourism, as a determinant of city development, requires a strong contribution and commitment to the tourist pearls and cultural heritage of the destination. There are several strategies for the development of tourism at individual diplomas, and which strategy is used by the city of Virovitica, will be described below in the final paper. Through some strategies want to show the plan and present the rich tourist content of Virovitica-Podravina County, but also the city of Virovitica. Strategic goals and priorities that focus on improving the quality and supply of the city are developed in accordance with the resources available, such as cultural and historical heritage, natural beauty of the countryside and rural areas, and develop industrial zones that open up additional employment opportunities and ensure a decent life in this part of continental Croatia. The potentials of Virovitica are currently underutilized, and with the important contribution of EU funds and other financial resources that support work in the city and county, in the near future it is expected that all the planned goals will be realized, and visitors will ensure the quality and complete product and the interest offered complies with laws and regulations with legal and state regulations and legitimacy.

Ključne riječi:

tourism, development strategy, city history, natural resources, cultural heritage, city potencial, future development, economy, continental tourism

SADRŽAJ

Uvod **1**
1. Povijesni razvoj turizma **2**
1.1.Razvoj turizma u Europi **3**
1.2. Razvoj turizma u Republici Hrvatskoj **5**
1.2.1. Vrste turizma u Republici Hrvatskoj 5
1.3. Činitelji i učinci turizma **7**
1.3.1. Strateški ciljevi razvoja turizma 8
2. Turizam u Virovitičko-podravskoj županiji **11**
2.1. Turizam županije **12**
2.1.1. Prirodne vrijednosti županije 13
2.2. Turizam grada Virovitice **13**
2.2.1. Gospodarstvo grada 16
2.3. Ponuda grada Virovitice **16**
2.3.1. Prirodni resursi 16
2.3.2. Kulturne znamenitosti i događaji 17
2.3.3. Sportski objekti i događanja u gradu 18
2.3.4. Gastronomska ponuda 18
2.4. Turistička potražnja **19**
2.5 Analiza stanja turizma u Virovitici **19**
2.5.1. Konkurencija grada Virovitice 20
3. Virovitica- grad budućnosti **21**
3.1. Ciljevi razvoja grada **21**
4. Dvorac Pejačević **24**
5. Zaključak **26**
Literatura **27**
POPIS TABLICA **29**
POPIS SLIKA **29**

Uvod

Tema ovog završnog rada je utjecaj turizma na razvoj grada. Svrha rada je objasniti kako turizam sadašnjice utječe na razvoj kontinentalnog grada. Kao primjer grada naveden je grad Virovitica. U uvodnom djelu rada objašnjava se priroda turizma, njegova složenost i višeslojnost, te djelovanje na umjereni razvoj turizma koji bi pogodovao i interesima gostiju i domaćina. Upravo zbog toga, u radu su opisane glavne tendencije u turizmu s naglaskom na stanje i mogućnosti razvoja turizma grada Virovitice, te njegovog doprinosa razvoju.

Završni rad sastoji se 4 poglavlja u kojima se opisuju pojedinosti vezane za turizam. Nakon uvodnog djela, dalje u prvom poglavlju će se opisivati povijesni razvoj turizma, kako se razvija u Republici Hrvatskoj, te koji su činitelji razvoja. Navodi se i kako utječe na razvoj županije, lokalnu zajednicu grada, njen rad.

Na turističkom tržištu, koje je svakim danom konkurentnije i dinamičnije, susreću se i isprepliću ponuda i potražnja, pa upravo opstanak znači i pratiti suvremene trendove koji su uvjetovani tržišnim prilikama, prednostima, slabostima i rizicima. Uz pomoć prikupljenih informacija i statističkih podataka, analizirati će se i broj ostvarenih noćenja u kompleksnim smještajima. Pobliže će se opisati i projekt „5 do 12 za dvorac", i ostali razvojni plan i program grada do 2025. godine.

Dakle, cilj rada je pružiti osnovne informacije o turizmu, te njegov značajni utjecaj na lokalnu zajednicu i život stanovnika u gradu koji je zadnjih 10 godina, uz veliki trud, zalaganje i napor osigurao titulu jednog od najljepših malih gradova kontinentalne Hrvatske, te dobio naziv „trijem Slavonije".

1. Povijesni razvoj turizma

Turizam je jedna od najmasovnijih, najdinamičnijih i najsloženijih društveno ekonomskih pojava modernog doba te je jedna od najbrže rastućih grana svjetske ekonomije. Obuhvaća širok splet pojava i odnosa koji nastaju za vrijeme turističkog putovanja, a u svojoj realizaciji zadire ne samo u ekonomski, već i ekološki, socijalni te kulturni aspekt života (Grgić, 2013: 7).

Tijekom povijesti, ali i u današnjici turizam se razvija postepeno, te postaje važna determinanta života svakog čovjeka. Uz razvoj društva, politike i tehnološki napredak, turizam se razvija usporedno sa svime navedenim, te nastoji zadovoljiti raznovrsne potrebe i želje svakog turističkog potrošača. Danas, uz brojne manifestacije, sajmove, i različite konferencije, moguće je predstaviti turističku ponudu nekog mjesta, regije, zemlje, pa iz tog razloga pruža se ravnopravna mogućnost sudjelovanja na međunarodnom turističkom tržištu. U novije doba, turizam dobiva poseban značaj, jer uvelike utječe na gospodarstvo i pridonosi velikim postotkom BDP-u države i stanovništva.

Sredinom 20. stoljeća turizam raste dinamičnom brzinom, te dobiva sve veću pozornost svjetskog kapitala koji je stavljen u centar mnogih stručnih i znanstvenih istraživanja. Može se zaključiti da je turizam jedno od multidiscipliranijih područja stručnih i znanstvenih istraživanja.

Danas je turizam masovna pojava među populacijom, te se svaki čovjek barem jednom u životu našao upravo u ulozi turista. O turizmu se govori kao sekundarna potreba koja zadovoljava veći broj turističkih potrošača.

Za zadovoljenje potrebe nije dovoljna samo želja za putovanjem ili nekom drugom turističkom aktivnošću, već je potrebno ispuniti i određene preduvjete. Prvenstveno je potrebno posjedovati dovoljnu materijalnu financijsku sposobnost uz pomoć koje će se moći ostvariti putovanje, a upravo na financijska sredstva utječe turizam. Također, uz financijska sredstva, potrebno je posjedovati i slobodno vrijeme koje svaki pojedinac treba iskoristiti u svrhu odmora i rekreacije. Turizam se smatra dokoličarskom aktivnošću jer se čovjek, svojom slobodnom voljom, prepušta oslobođenju svojih profesionalnih, obiteljskih i društvenih obveza. Većina turističkih putovanja odvija se u vrijeme vikenda, školskih praznika ili blagdana (godišnjeg odmora koji je većinom u ljetno vrijeme), jer je tada moguć odmak od osobnih obaveza i na raspolaganju je određeno slobodno vrijeme koje je moguće potrošiti na putovanje.

Prva putovanja u povijesti, povezuju se s bogatim i imućnim obiteljima, vlastelama, te vladarima koji su zbog financijske stabilnosti, iliti potkrepljenosti mogli sebi i svojoj obitelji priuštiti boravak izvan mjesta prebivališta. Putovanje se temeljilo na razgledavanju grada, upoznavanju kulture, i načina života u tom odredištu, učenje stranih jezika, te isprobavanju gastronomske ponude raznih krajeva svijeta. Razvoj masovnoga turizma nakon Drugog svjetskog rata dovodi do turizma kakav poznajemo danas, tj. društveno-gospodarske pojave masovne seobe ljudi kako bi slobodno vrijeme proveli izvan mjesta svog boravka. (Pirjevec i Kesar, 2002.) Zahvaljujući turizmu, mnoga primorska ribarska i planinska seoska mjesta pretvorila su se u turističke odrednice čovječanstva.

Najveći profit u turizmu ostvaruju gospodarske jedinice ugostiteljstva, putničke agencije, trgovine i prometna infrastruktura. Iako sve pripadaju uslužnim djelatnostima, samo putničke agencije se smatraju u „čiste" turističke aktivnosti uz pomoć kojih se privlači veliki broj stranih turista koji dolaze iz svih krajeva svijeta.
Ugostiteljstvo je povezano s domaćim stanovništvom i pružanjem gastronomske usluge i usluge smještaja. Prihode od turizma, čine manji dio ukupno ostvarenog prihoda zemlje, lokalne zajednice ili grada, te se ubrajaju se trgovinu, koja djeluje tijekom cijele godine i izvan turističke ponude. Prometna infrastruktura ima izniman utjecaj kroz čitavu povijest, jer razvojem ove grane, povezivanjem svih dijelova Europe, ali i svijeta, turizam doživljava znatan procvat.

1.1.Razvoj turizma u Europi

Razvoj turizma u Europi seže u daleko 17. i 18. stoljeće kada se pojavljuju prvi spisi putnika koji su zbog obrazovanja, posla i obveze da uzdržavaju obitelj, morali putovati kako po Europi, tako i po cijelom svijetu. Takva su putovanja trajala i po nekoliko godina, a započinjala su najčešće u Francuskoj i završavala u Švicarskoj, Njemačkoj ili Nizozemskoj. „Krajem 19. i početkom 20. st na rast turističkih aktivnosti Europljana utjecala su dva glavna čimbenika: tehnološki napredak u transportu te revolucionarno povećanje dokolice i raspoloživih prihoda." (Alkier Radnić, 2009., str. 52.)
Nakon pojave i izgradnje željeznice, koja je pridonijela razvoju turizma i transportu robe, ali i putnika, sve veći broj ljudi odlučuje se na dalje turističke destinacije. Masovni turizam sve se brže razvijao što su mu željeznice olakšavale, kao novo, brže i lakše prijevozno sredstvo.

Prema Freyeru, turizam se razvija kroz četiri razvojne faze, a svaka faza ima svoje karakteristike, obilježja i veže se uz određeni vremenski period.

Tablica 1. 4 razvojne faze turizma prema Freyeru

FAZA	VRIJEME	NAČIN PUTOVANJA	OBILJEŽJA
Pretfaza	Do 1850.	pješice, konji, kočije	Obrazovanje, ratovi, otkrića
Početna faza	1850.-1914.	- parobrod, vlak	odmor
Razvojna faza	1914.-1945.	Vlak, automobil, avion (linijski)	Liječenje, odmor, trgovina
Visoka faza	Od 1945.	Automobil, vlak, autobus, avion (čarter), kruzeri	Odmor, slobodno vrijeme

Izvor: Freyer, W. (1998.) Tourismus – Einfuerung in die Fremdenverkehrsoekonomie, Oldenburg Verlag, München, Wien, str. 5

Razvoj turizma u Europi potaknut je povećanjem plaća, mirovina, plaćenim godišnjim odmorom, te manjim brojem radnih sati koji omogućava ljudima da svoje slobodno vrijeme iskoriste za putovanja, rekreaciju i dokolicu. Čimbenici koji utječu na Europski turizam su smještajni kapaciteti, tj veliki broj smještajnih objekata koje posjeduju zemlje (hoteli, hosteli, apartmani, turistička naselja, camp naselja...) Uz smještajni kapacitet, vrlo je važan i prometni faktor jer dobra prometna povezanost omogućuje lakše kretanje i transport s jednog kraja zemlje ili odredišta do drugog. Iznimno naglašena konkurencija je u posredničkom sektoru, odnosno u većem broju turističkih agencija i turoperatora koji nude pregršt usluga po raznovrsnim cijenama što je pozitivno za kupce/turiste. Prema provedenim istraživanjima, u Europi najposjećenije turističke zemlje su Francuska, Španjolska, Italija, Velika Britanija, Turska, Njemačka, Austrija, Grčka, Rusija i Portugal.

Masovni je turizam donio i nepovoljne učinke, koji se ponajviše prepoznaju u narušavanju izvorne ljepote nekoga mjesta, u onečišćenju okoliša zbog prekomjerne izgradnje u negativnim utjecajima na kulturu i društvene odnose, te smanjenje mirnog obiteljskog života stanovnika tog kraja/grada.

1.2. Razvoj turizma u Republici Hrvatskoj

Kako u Europi, tako i u Hrvatskoj, turizam se razvijao usporedno s određenim fazama i događajima određenog vremena. Najznačajnija faza razvoja turizma u Republici Hrvatskoj veže se za vrijeme nakon 2. Svjetskog rata jer je to faza intenzivnog turističkog razvoja koji se razvijao paralelno s razvojem industrije. Poznato je da su se izgrađivala industrijska ljetovališta za potrebe odmora radničke klase, a kasnije su se pretvarala u vrhunska odmarališta u koje su počela pristizati turisti iz raznih krajeva svijeta. Hrvatska je posljednjih godina na putu da turizam postane glavni pokretač razvoja cijele zemlje. Međutim, kako bi to ostvarila, potrebno je pratiti suvremene trendove na turističkom tržištu i osmisliti turističku ponudu koja će biti privući turiste tijekom cijele godine, a ne samo tijekom ljetnih sezona.

Unutrašnjost Hrvatske i razvoj kontinentalnog turizma također ima pozitivnu ulogu u tome razvoju i putu ka uspjehu. Prema istraživanjima, u 2015. i 2016. godini, više od 80% ispitanika je odabralo Hrvatsku kao najpoželjniju destinaciju za odmor, zabavu, i upoznavanje kulture. Kao jedan od čimbenika koji pridonose ovom izboru su dakako veliki broj nacionalnih parkova, parkova prirode, kulturnih spomenika koji su pod zaštitom UNESCO-a, ali i tradicionalna hrvatska kuhinja, vina, i pristupačnost, te gostoljubivost domaćina. Zahvaljujući plaćanjima robe i usluga od strane turista u mjestima u kojima borave tijekom svojih turističkih putovanja, evidentno je da turizam donosi znatan priljev u lokalnu ekonomiju, te utječe na razvoj samog grada, ali i podiže BDP per capita.

1.2.1. Vrste turizma u Republici Hrvatskoj

Ukoliko postoji turistički potencijal, tada on može postati glavni pokretač područja koji je nedovoljno iskorišten, a za koji su investitori uočili priliku za novu atrakciju privlačnu posjetiteljima.

Postoji nekoliko različitih tipova turizma koji se svakodnevno spominju i analiziraju u marketinškoj, gospodarskoj i financijskoj grani zemlje. Riječ je o kulturno- povijesnom turizmu, sportsko- rekreacijskom turizmu, avanturističkom turizmu, ruralni, seoski, agroturizam, gastronomski, ali i sve popularniji nautički i zdravstveni turizam „Lijepe Naše".

Kulturni turizam, razvojem kulturne ponude postaje sve značajniji dio ponude. Ponuda, iako nije dovoljno iskorištena i prezentirana, zahvaljujući brojnim povijesnim i kulturnim spomenicima, privlači veliki broj turista koji uz sami odmor žele saznati i informirati se o

bogatoj povijesti Republike Hrvatske. Upravo zbog toga, organizacijom brojnih kulturnih manifestacija i grupnih predavanja o kulturnim vrijednostima, pruža se mogućnost kreiranja turističkog doživljaja.

Uz kulturni turizam, važno je spomenuti i granu vjerskog turizma koji se ubraja u najstariji oblik i kao takav, specifičan je zbog svojeg pojavljivanja još u dalekoj povijesti kada su ljudi zbog vjerskih obreda obilazili i posjećivali određena svetišta. Vjerski turizam zasigurno pridonosi velikoj ekonomskoj koristi države, no ujedno i samoj vjerskoj destinaciji koje su kroz dugi niz godina postajale središte ne samo vjerskog, već i kulturnih događanja.

Sportsko- rekreacijski turizam temelji se na boravku i zabavnim aktivnostima u prirodi. Zbog poticanja zdravog načina života i sve veće svijesti o rekreativnosti, ovaj oblik turizma postaje sve popularniji među mladim naraštajima, ali prihvaćaju ga i obitelji, te ljudi u zrelim godinama. Može se reći kako je sport i rekreacija važan segment turističke ponude u kojoj turisti postaju aktivni sudionici raznih aktivnosti; vožnja biciklima kroz planinske i šumske putove, jahanje, plivanje, skijanje, klizanje, igre loptom i ostale izletničke ture.

Avanturistički turizam iako čini mali udio, posljednjih 10 godina je doživio izniman rast i daje snažan doprinos razvoju cjelokupne grane. Države pridaju iznimnu važnost i prioritet avanturističkom turizmu zbog prepoznavanja rasta tržišta, odnosno ekološke, kulturne i ekonomske vrijednosti tog oblika. Avanturistički turizam definira se kao putovanje koje uključuje najmanje 2 od sljedeća 3 elementa: fizičku aktivnost, prirodno okruženje i dodir s kulturom lokaliteta.

Ruralni turizam javlja se zbog turističkih atrakcija i aktivnosti na području koji se temelji na povezanosti tradicionalne proizvodnje i proizvoda, te ruralne gastronomije i prezentiranja kulturne tradicije. Najznačajniji pružatelji ruralnog turizma vežu se za seoska, tj. obiteljska gospodarstva koja imaju razvijenu bogatu ponudu resursa; poput kušaonice raznih domaćih delicija, restorana i vinskih cesti, koje ujedno mogu biti povezane i s vinskim turizmom. Prema dužini boravka, turizam dijelimo na izletnički i boravišni turizam.

U ruralni turizam ubraja se agroturizam, ili drugim riječima seoski turizam koji se očituje na seoskim imanjima i područjima koje pružaju uslugu korištenja smještajnog kapaciteta, prehrane, zabave i rekreacije. Seoska imanja glavni izvor prihoda ostvaruju iz poljoprivrede, ali kako bi postali turistička destinacija, potrebno je imati odgovarajuće educirano osoblje, te biti potpuno opremljeno za pružanje traženih usluga. Prema smještajnom objektu razlikuje se odmor u obiteljskom ruralnom hotelu, ruralne kuće s tradicionalnom arhitekturom i ruralne sobe i apartmani nove arhitekture, te poljoprivredna gospodarstva koja pružaju dodatne eko ponude.

Razvojem gastronomije u turističkim destinacijama pridonosi se razvoju ponude svake regije u zemlji koju gosti posjećuju. Tradicionalna hrvatska kuhinja, bogata delicijama, osvajaju nepca svih zainteresiranih posjetitelja.

Prednosti razvoja gastronomije:

- stvaranje cjelovitog, kvalitetnog i traženog turističkog proizvoda i obogaćivanje ukupne turističke ponude
- razvoj turizma u unutrašnjosti i izvan glavne turističke sezone (posebno u proljeće i jesen),
- razvoj ruralnih područja, motivacija za poduzetništvo, zapošljavanje i samozapošljavanje
- poticaj za očuvanje autentičnog ambijenta, kulture i tradicije...

Nautički turizam, prema istraživanjima, je poseban oblik turizma koji sve više poprima značajnost i bitno se razlikuje od ostalih oblika turizma. Smatra se da je najperspektivniji i najatraktivniji oblik zahvaljujući dugoj obali i i bogatstvu otoka koje Hrvatska posjeduje u svome vlasništvu. Upravo zbog brojnih prirodnih potencijala kojima Hrvatska raspolaže, poput razvedene obale i reljefnih obilježja, posebno vrijedan i uspješan dio hrvatskog turizma je nautički turizam.

Zdravstveni turizam pronalazi mjesto u ponudi Hrvatske Turističke Zajednice. Uz morski zrak i klimu, te brojne izvorne ljekovite termalne vode, na tržištu je pozicioniran kao kvalitetna ponuda, a jedna od najbitnijih prednosti ovakve vrste turizma je rad tijekom cijele godine. U samoj unutrašnjosti Lijepe Naše jedno od najpopularnijih lječilišta, te wellness centara nalaze se u Tuheljskim, Varaždinskim i Stubičkim toplicama, kao i toplice u Svetom Martinu na Muri. Slavonija je regija bogata termalnim izvorima od kojih su najpoznatije Bizovačke toplice, čija se lječilišna i rekreativna ponuda temelji na bogatom izvoru termomineralne vode koja je jedinstvena u svijetu.

1.3. Činitelji i učinci turizma

Kako bi potrebe turista bile zadovoljene, postoje brojni činitelji i aktivnosti koje se moraju objediniti i koje se odvijaju u sklopu sporta, umjetnosti, kulturnih događanja, ali i konferencije, putovanja, izleti, sastanci i slično. Sve navedeno spada pod turističko tržište koje je svakim danom sve konkurentnije, te se javlja sve veći broj ponude koja utječe na stabilnost poslovanja, a potrošaču tj. turistu, pruža raznovrstan izbor.

Definicija turističkog tržišta bila bi, prema Vukoniću (1983.), da je turističko tržište zamišljeni prostor u kojem se susreću, prepliću i na određeni način povezuju i međusobno određuju turistička ponuda i potražnja.

Kako bi se ostvario učinak turizma, potrebno je posjedovanje turističke potražnje, a ona je izražena u ekonomskoj vrijednosti. Turistička potražnja se definira kao količina turističkih dobara, usluga i robe koje su turisti skloni pribaviti uz određenu razinu cijena, odnosno uz određeni devizni tečaj ako je riječ o inozemnoj potražnji.

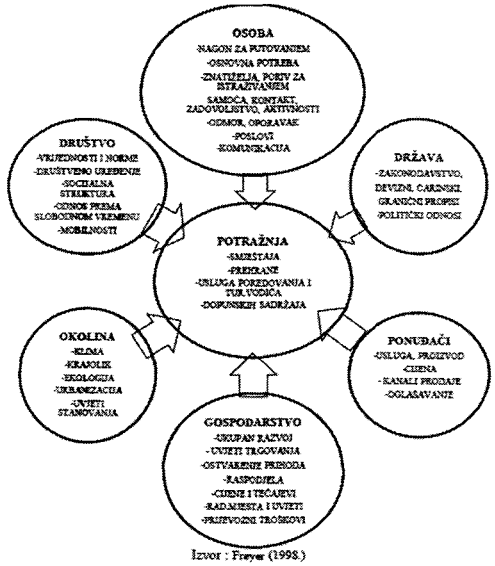
1.3.1. Strateški ciljevi razvoja turizma

Glavni strateški cilj Hrvatske je postati globalno prepoznatljiva turistička destinacija koja svake godine ostvaruje veći broj ostvarenih noćenja i posjete gostiju iz raznih dijelova Europe i svijeta.

Kroz strategiju razvoja turizma RH do 2020. godine, naglašeno je nekoliko ciljeva koji teže daljnjem rastu gospodarstva i prometa.

- Uređenje vlasničkih odnosa i okončanje procesa privatizacije hotela
- konkurentnost Hrvatske na međunarodnom tržištu kapitala
- Donošenje prostornog plana razvoja hrvatskog turizma u svrhu očuvanja atraktivnih prirodnih resursa
- Trajna zaštita, implementacija i poštivanje visokih ekoloških standarda te dugoročno održiva valorizacija turističkih potencijala
- Edukacija managamenta i svih zaposlenih u turizmu
- Izgradnja prometne infrastrukture i optimalna organizacija prometa u službi turizma, podizanje kvalitete, te praćenje sadržaja na prometnim pravcima i terminalima
- Razvoj cjelovite ponude turističke destinacije
- Podizanje kvalitete svih smještajnih kapaciteta, osnovnih i komplementarnih i prilagođavanje kriterija kvalitete međunarodnim standardima
- Ulazak poznatih međunarodnih hotelskih <<brandova>> na domaće tržište
- Efikasnija distribucija i korištenje suvremenih trendova komunikacije i marketinga

Slika 1 Čimbenici koji utječu na turističku potražnju



Izvor : Freyer (1998.)

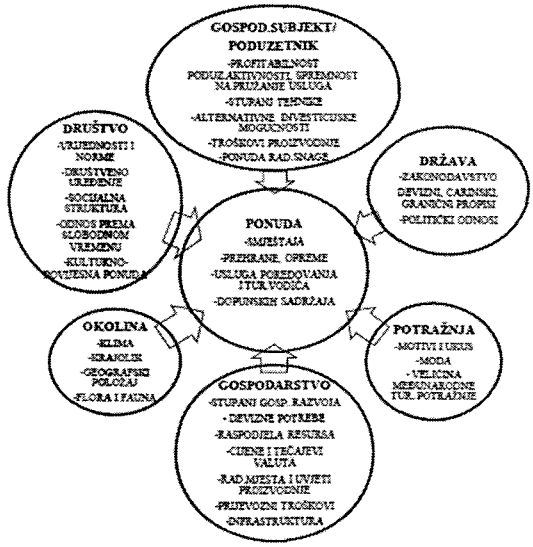
Čimbenici koji utječu na turističku potražnju prikazani su slikom 1.

Izvor: Freyer (1998.)

Turistička potražnja očituje se kroz broj noćenja koju su ostvarili turisti u određenoj destinaciji i u određenom vremenskom razdoblju. Postoje objektivni i subjektivni faktori koji utječu na potražnju. Objektivni faktori su slobodno vrijeme, životni standard, slobodna financijska sredstva, dok su subjektivni faktori moda, prestiž, vjera, trend.

Kako potražnja, tako i turistička ponuda posjeduje ključne faktore i čimbenike koji utječu na turistički razvoj. Da bi turistička ponuda zadovoljila potrebe turista, ona se mora sastojati od aktivnih čimbenika (npr. zadovoljenje kulturnih potreba, rekreacija, razonoda), komunikativnih čimbenika (npr. razvijenost prometne mreže, komunikacija s turistima) i receptivnih čimbenika (npr. uvjeti boravka, ponuda smještaja, ugostiteljska ponuda).

Slika 2 Čimbenici koji utječu na turističku ponudu



Izvor: Freyer (1998.)

Slikom 2. prikazan je odnos čimbenika koji utječu na turističku ponudu.

Izvor: Freyer (1998.)

Turizam, kao i druge ekonomske pojave, direktno i indirektno utječe na proces gospodarskog i ukupnog društvenog razvoja (Blažević, 2007.). Zato govorimo da turizam utječe na BDP neke zemlje, te pridonosi prihodima države. Osim na gospodarstvo i BDP per capita, turizam također utječe i na investicije, te zaposlenost stanovništva. Investicije u turizmu označavaju materijalna ulaganja u izgradnju zgrada, hotela, apartmana, ali i ulaganje novca, znanja u naprednu tehnologiju, obrazovanje i kulturnu baštinu. Ulaganjem u investicije, povećava se zaposlenost, jer ovisi o ljudima koji će raditi na određenom području i svojim radnim kapitalom pridonijeti razvoju svoje zemlje ili grada, a uz to, osigurati vlastito blagostanje i financijsku neovisnost.

Osnovni prostorni problemi u razvoju turizma posljedica su neprikladnog planiranja i uporabe prostora ili pak nedopuštene gradnje. Infrastrukturni se problemi pojavljuju zbog neprimjerenog opterećenja postojeće infrastrukture. Ekološki problemi koji se odnose na čistoću vode, zraka i okoliša, manje su uočljivi od prostornih i infrastrukturnih problema, ali uvelike utječu na kvalitetu turističke ponude.

2. Turizam u Virovitičko-podravskoj županiji

Virovitičko-podravska Županija je smještena na zapadnom dijelu Slavonije, te graniči sa Podravinom i središnjim dijelom Hrvatske. Podijeljena je na sjeverni dio koji pripada panonskoj nizini (ravnici), te južni dio koji obuhvaća brdsko-planinski prostor obronaka Papuka, Bilogore i Krndije. Prema zadnjem popisu stanovništva iz 2011. godine, Virovitičko–podravska županija broji 84 836 stanovnika koji žive u 187 naselja. Teritorijalno je podijeljena u tri grada i trinaest općina. Kako kažu stanovnici županije, naziva se mjesto netaknute prirode i bogatstva jer kroz županiju teče rijeka Drava, nalaze se zelene plodne ravnice, ali i obronci prekriveni listopadnim šumama koji omogućavaju razvijanje proizvodnje, poljoprivrede, obiteljskog života, ali i kontinentalnog turizma.

Iako turizam u kontinentalnoj Hrvatskoj nije toliko razvijen kao na Jadranu, grad Virovitica i Virovitičko-podravska županija može se pohvaliti sve snažnijim i utjecajnijem razvoju turizma na svojem području zahvaljujući bogatoj povijesti i kulturi koja seže u davna prošla stoljeća. Uz to, grad, kao i okolna mjesta obiluje brojnim prirodnim, kulturnim, vjerskim znamenitostima, ali i manifestacijama, događajima i bogatim sadržajem koji se nudi tijekom cijele godine. Cilj je naravno promoviranje i privlačenje zainteresiranih turista, te predstavljanje turističkog potencijala koji nudi ovaj dio Hrvatske.

Zahvaljujući očuvanoj prirodi te brojnim šumskim i vodenim bogatstvima, Virovitičko–podravska županija može svojim posjetiteljima ponuditi lov, ribolov i rekreacijski turizam. Mnogobrojna planinska izletišta u sklopu parka prirode Papuk nude mogućnost izletničkog turizma, dok ruralni prostori na području županije mogu ponuditi svojim posjetiteljima potpuni dojam seoskog turizma u skladu s tradicijom i običajima tog kraja. Naime, važno je napomenuti kako u samom gradu Virovitici postoje preci koji su se nekada nazivali „Mikeši“, a koji i danas su ostavili utjecaj na razvoj kulturne baštine.

Zbog povoljnog položaja, prometna povezanost sa ostalim dijelovima Hrvatske je na povoljnoj razini, pa prijevoz i transport robe je uvelike olakšan, iako se planira izgradnja brze ceste od Zagreba preko Bjelovara i Virovitice, pa sve do Mađarske, i povezivanje srednje Hrvatske s istočnom, što bi uvelike doprinijelo dodatnom razvoju gospodarstva, turizma, ali i prometnoj dostupnosti.

Virovitica, bogata brojnim sportskim sadržajima svojim posjetiteljima nudi i mogućnost sportsko-rekreacijskog turizma. Brojni kulturno–povijesni sadržaji otvaraju mogućnost kulturno–edukativnog turizma.

Uz cestovni promet, jednaku važnost pridaje se riječnom unutar županije pomoću kojih se povezuju susjedna Mađarska, a uz pomoć zračnog prometa koji zbog položaja ima osnovni uvjet za razvoj i pomoć u putovanju.

Za Virovitičko-podravsku županiju može se reći kako zbog geoprometne, prirodne i druge vrijednosti Hrvatske, služi kao bitna poveznica Zapadne i Srednje Europe s Jadranom i Mediteranom, te Balkanom i Bliskim Istokom.

2.1. Turizam županije

Prema službenim informacijama iz 2010.godine, turistička infrastruktura i aktivnosti su na niskoj razini, te iako ima zavidan potencijal kao turistička regija, kapaciteti i smještaji nisu bili u potpunosti iskorišteni. Upravo 2010.godine, ostvareno je svega 0,12% turističkih dolazaka i 0,06% ukupnih turističkih dolazaka i noćenja na razini države.

Kako bi se postotak povećao, vlast je uz pomoć EU fondova i financijskih sredstava, počela ulagati i poticati razvoj turizma ovog djela regije.

Karakteristika županije prije svega je rijeka Drava koja, osim što čini prirodnu granicu s Mađarskom, važna je i za ribolovni turizam ovog predjela. Veći dio promocije turizma u županiji obavlja Turistička Zajednica VPŽ u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama gradova Virovitice, Slatine, Orahovice, i turističkom zajednicom općine Pitomača.

Prirodne vrijednosti rasprostranjene ravnice, i brdsko planinskog krajolika, su dijelovi prirode koji su pod posebnom zaštitom radi očuvanja raznolikosti, osjetljivosti, ali i zbog kulturnog, znanstvenog, obrazovnog i gospodarskog interesa.

U županiji se kroz povijest znatno razvijao vjerski turizam, osobito na području općina Voćin i Gradina. Upravo se u Voćinu održava najveće dječje hodočašće tijekom blagdana Uzašašća i Imena Marijina. Na temelju ukazanja Gospe Gradinske, u toj općini obilježava se križni put koji pohode brojni vjernici kako iz županije i okolice, tako i iz cijele RH.

Osim vjerskih objekata, popularnost zasigurno stječe poznati dvorac Pejačević (o dvorcu će se pisati u daljnjem tekstu rada), te dvorac Janković u Suhopolju koji je izgrađen krajem 18.stoljeća, a trenutno traje njegova obnova.

Uz brojne povijesne i kulturne znamenitosti, rodna kuća Petra Preradovića koja se nalazi u Grabovnici, predstavlja veliku vrijednost kako za povijest, tako i za hrvatsku književnost.

2.1.1. Prirodne vrijednosti županije

Park prirode Papuk proglašen je zaštićenim prirodnim područjem koje je boravište za brojne životinje, ali i prirodna šumska bogatstva, drveća i biološke vrijednosti.

Park šuma Jankovac je posebno zaštićeno područje, čija je svrha zaštita slapa potoka Jankovac, a uz slap, iznimnu ljepotu pridaju i dvije špilje. Svojom rasprostranjenošću i ljepotom privlači veliki broj posjetitelja i izletnika raznih naraštaja.

Lovni turizam u županiji smjestio se na obroncima Papuka, ali i u nizinama koje prate tok rijeke Drave. Zanimljiva zbog turističkih šetnji i branja šumskih plodova, lovni turizam privlači sve zaljubljenike u ovakvu vrstu aktivnog odmora.

Osim lovnog, ribolovnog i povijesnog turizma u županiji, razvijen je i ruralni i agroturizam koji zahvaljujući domaćim poljoprivrednicima, gospodarstvenicima i poduzetnicima koji ulažu u obiteljska imanja, povećavaju broj ostvarenih dolazaka i noćenja unutar županije.

Jedno od najpoznatijih imanja zasigurno je imanje Višnjica koje je ujedno i jedina ergela arapskih konja u Hrvatskoj. Na imanju se uz bogatu gastronomsku i ekološku ponudu, razvija i proizvodnja batata, te se uklapa tropska kultura iz Južne Amerike.

Nedaleko od općine Pitomača, nalazi se obiteljsko imanje Zlatni Klas koje je značajno središte seoskog turizma na području županije u sklopu kojega se održava manifestacija „U posjeti starim vremenima". Od značajnijih smještaja koji privlače goste mogu se još istaknuti postojanje dva hotela u Orahovici, i hotel u Špišić Bukovici, te obnovljena i restaurirana Kurija Janković koji u svojim smještajnim jedinicama mogu smjestiti veći broj gostiju.

2.2. Turizam grada Virovitice

Grad Virovitica je gospodarsko i kulturno središte Virovitičko podravske županije. Površina grada obuhvaća 178,5 m^2 na kojem je prema popisu stanovništva iz 2011. godine naseljeno ukupno 21 291 stanovnik. Prema broju stanovništva grad Virovitica čini gotovo ¼ ukupnog stanovništva Virovitičko–podravske županije. (podaci preuzeti sa DZS).

Turizam u gradu posljednjih nekoliko godina doživljava procvat jer se veliki dio novca koji je grad i županija ostvarila putem EU fondova, ulaže u obnavljanje kulturne baštine i razvoj modernog kontinentalnog turizma, nautike i očuvanje okoliša, te prirodnih bogatstva. Virovitica ima veliki turistički potencijal, jer povijest grada veže se s gradom Zagrebom. Također, jedan od glavnih obilježja turističke ponude zasigurno je dvorac Pejačević, te povijesna prošlost grofovske obitelji.

Uz navedenu povijest, važnu ulogu ima i stanovništvo koje uz dodatne poticaje i stimulanse ulaže u osnivanje i otvaranje privatnih prenoćišta i obiteljskih rančeva koji krase ovaj kraj.

Dosadašnja poticanja poduzetnika i lokalnog stanovništva da se uključe i pridonesu raznovrsnosti i povećanju broja turističko-ugostiteljskih kapaciteta nisu zabilježila značajniji razvitak u povećanju smještajnih kapaciteta kojima bi se povećala mogućnost prihvata većeg broja turista na području grada i županije.

Broj noćenja koji je ostvaren upisan je i evidentiran u izvještaju koji posjeduje Turistička zajednica grada Virovitice, te uz broj ostvarenih noćenja, bilježi se i ostvareni prihod od pružene usluge.

Kako bi se još više poboljšala turistička ponuda, potrebno je investirati u veći broj sadržaja, manifestacija, ali i gospodarskih sajmova koji bi privukli znatiželjna lica iz cijele Europe i svijeta. Poljoprivredni razvoj na rasprostranjenim pašnjacima, jedan je od čimbenika koji privlače turiste, jer domaća gastronomska ponuda voća, povrća i mesnih prerađevina, oduševljavaju znatiželjna nepca, ali i otvaraju mogućnost za ulaganje od strane inozemnih dionika.

Kao što je navedeno, gastronomska ponuda na području grada Virovitice spoj je slavonske i podravske kuhinje s primjetnim utjecajima mađarske i njemačke kuhinje što je povijesno i geografski uvjetovano. Jedan od najpoznatijih proizvoda grada i županije zasigurno su šećer i med, pa se u promotivne svrhe govori kako je Virovitičko-podravska županija najslađa županija u Republici Hrvatskoj. Posjetitelji ovog kraja mogu isprobati rakije ili ocat od meda, v'ljamovku u medu ili pak štrudle od šećerne repe.

Na utjecaj turizma, pridonose i spomenute manifestacije koje se održavaju u gradu tijekom cijele godine, a neke od njih opisane su u tablici ispod.

Tablica 2. Manifestacije u gradu Virovitici

Kulturne manifestacije	Zabavne manifestacije	Sportske manifestacije	Sajmovi

• Virovitički kazališni susreti (Virkas), • Virovitičko kazališno ljeto, • Proljetni zvuci Jana Vlašymskog, • Fra Ma Fu, • Frka, festival radosne kulture, • Kolbovi dani, • Prosinac u gradu, • Noć muzeja i Europska noć kazališta.	• Rokovo • Virovitički dječji maskembal • Više cvijeća, manje smeća • Kestenijada • 1. maj na ribnjacima	• Igre na vodi • Međunarodna ulična trka Virovitica 1, 2, 3, 4, • Doživjeti stotu • Mikeška biciklijada • Polu maraton Virovitica-Barcs, • Noć nokauta • Međunarodni rukometni turni • Biciklistička utrka „Put šarana" • Karting utrka	• Viroexpo, međunarodni sajam gospodarstva, obrtništva i poljoprivrede, • Agroexpo, sajam agroproizvoda, • Izložba malih životinja kao manifestacija međunarodnog karaktera.

Izvor: http://www.tz-virovitica.hr/kalendar-dogadanja-2018-godini/

Za Viroviticu je vezana višednevna manifestacija blagdana Sv. Roka, koji je ujedno i zaštitnik grada i župe. Brojni sadržaji, događanja, koncerti, izložbe, sportsko-rekreativna natjecanja privlače mnogobrojne posjetitelje u grad.

Također, najznačajniji sajam obrtništva, poduzetništva i poljoprivrednog kontinentalnog područja je Viroexpo koji svake godine je sve posjećeniji, sa sve većim brojem izlagača. Uz sajmove, i manifestacije, odigravaju se i jedinstveni kazališni susreti u sklopu Virkas-kazališnog festivala, pa u grad pristižu i brojni poznati hrvatski kazališni i tv glumci.

Kao povijesno- kulturni događaj ističe se Noć muzeja u Gradskom muzeju Virovitica koji je smješten u barokno-klasicističkom dvorcu Pejačević u Virovitici.

Na području nedaleko od središta grada, smješteni su Virovitički ribnjaci koji pružaju mogućnost ribolovnog turizma, ali i rekreacijskog turizma zbog poučne i planinarske staze koja je izgrađena upravo u krugu samih ribnjaka.

Virovitica kao centralno gradsko središte županije omogućuje razvijanje kulturnog, povijesnog, obrazovnog i društvenog turizma uz značajan razvoj i obnovu infrastrukture.

2.2.1. Gospodarstvo grada

Iako postoje problemi koji se pojavljuju u tranziciji, kao što su i još uvijek osjetne posljedice Domovinskog rata, gospodarstvo se pokazuje kao vitalno i sposobno za daljnji rast, napredak i razvitak.

Ukupan broj zaposlenih, prema statističkoj analizi iz 2011. godine iznosi oko 18000 osoba kod poslovnih subjekata, te u obrtu i djelatnostima sa slobodnim zanimanjem, dok na području samog grada broj zaposlenih kod pravnih osoba je oko 10 400 osoba. (podaci preuzeti s DZS).

U gradu Virovitici najznačajnija industrija je Viro tvornica šećera d.d. koja se bavi prerađivanjem šećerne repe i proizvodnjom konzumnog šećera, te Hrvatski duhani d.d. (tvrtka u sastavu kompanije British American Tobacco), registrirani za proizvodnju i otkup duhana. Iako zadnjih nekoliko godina je pred stečajem, važno je spomenuti i Tvin d.d., prerada drveta i izrada drvnog namještaja, koji je zapošljavao veliki broj virovitičkog stanovništva, te pridavao veliki značaj razvoju grada i županije.

Grad uz dodatni obrazovni sustav i uz pomoć financijskih sredstava koji se slijevaju iz EU fondova, osniva i Poduzetnički inkubator kojemu je glavni cilj razvoj novih poduzeća, tehnologije, informatike i obrazovnog programa.

2.3. Ponuda grada Virovitice

Grad, uprava i turistička zajednica grada svojim radom i zalaganjem, te dugogodišnjim uspjehom u mogućnosti je ponuditi mnogobrojne sadržaje u svezi kulture, sporta, kazališne i izložbene vrste manifestacija, književni i koncertni program koji život u Virovitici čini uzbudljivim, atraktivnim i privlačnim. Kroz dva najveća osmišljena programa; „Rokovo" i „Prosinac u gradu" objedinjuju se tradicijski običaji, gastronomska ponuda i suvremenost bogatog sadržaja za mlade naraštaje . Zahvaljujući potporama, i dodatnim stimulansima, otvaraju se novi smještajni i ugostiteljski objekti.

2.3.1. Prirodni resursi

Prema navodima gradonačelnika i turističke zajednice grada, Virovitica obiluje prirodnim resursima uz pomoć kojih se unapređuje turizam grada i okolice. Brojne prostrane ravnice na kojima se uzgaja poljoprivredna kultura, rasprostranjeni pašnjaci i bogate listopadne šume koriste se u svrhu pogodnijeg i kvalitetnog života područja grada i okolice.

Jedan od velikih turističkih potencijala koji spadaju u prirodne ljepote grada su Virovitički ribnjaci, te je u planu obnova i izgradnja izletišta kako bi građani, ali i posjetitelji mogli uživati u prirodnom ambijentu.

Rijeka Drava, često nazivana zeleno srce Europe, nalazi se svega 15km udaljenosti od grada Virovitice, te slovi za jednu od najbogatijih ribolovnih područja u zemlji.

Uređenjem skijališta u prigradskom naselju Rezovačke Krčevine, pokušava se stvoriti i zimski kontinentalni turizam koji uz ponudu same skijaške aktivnosti, nudi i gastronomske delicije „mikeškog menia".

Primjer atraktivnog elementa turističke ponude grada je Cvjetni trg koji se nalazi u samom središtu grada, te unazad tri godine osvaja brojne nagrade i priznanja za najuređeniji grad kontinentalne Hrvatske u kategoriji od 10 000 do 30 000 stanovnika.

2.3.2. Kulturne znamenitosti i događaji

Povijest grada seže u daleko 18. Stoljeće, pa se upravo zbog toga grad Virovitica može pohvaliti bogatom kulturnom ponudom i tradicijom. Objekti su podijeljeni na građevine, vjerske objekte i brojna arheološka nalazišta.

Tablica 3. Kulturna baština grada Virovitice

Naziv lokaliteta	Opis
Dvorac i Palača Pejačević	Nastaju oko 1800 godine, jedan od najpoznatijih primjera barokne arhitekture, simbol grada Virovitice, predstavlja jedan od najstarijih kulturnih dobara.
Crkva svetog Roka	Virovitička ljepotica, kulturno i vjersko središte, Sv. Rok zaštitnik grada
Zgrada Gimnazije Petra Preradovića	Sagrađena 1914.godine u secesijskom stilu, glasi za lokalnu turističku važnost. Obnovljena 2018/2019. Godine.
Gradski park	Trenutno najatraktivniji i najposjećeniji dio centra grada, obnovljen i pretvoren u šetnicu s pogledom na dvorac Pejačević.
Gradski muzej Virovitica	Osnovan 1953.godine u sastavnici Palače Pejačević. Jedan od ključnih objekata za

	razvoj turizma u gradu
Kazalište Virovitica	Vrlo prihvatljiv za turističku ponudu zbog brojnih manifestacija i kulturnih događaja koji se odvijaju na kazališnim daskama.

Izvor: TZ grada Virovitice

2.3.3. Sportski objekti i događanja u gradu

Sve većim interesom mladim za sportom i rekreacijom, u Virovitici se tijekom cijele godine održavaju manifestacije u sklopu športskog saveza grada. Jedna od najpoznatijih sportskih aktivnosti i natjecanja zasigurno je Međunarodna ulična trka Virovitica 1, 2, 3, 4,..... doživjeti stotu, te Mikeška biciklijada koja se odvija u sklopu programa praznika rada i okuplja različite uzraste i sudionike iz grada, okolice, ali i susjedne Mađarske. Uz trke i polu maratone, grad se može pohvaliti i ekipnim sportovima, od kojih su zasigurno najzastupljeniji rukomet i nogomet. Virovitički rukomet, dugom povijesti, plasirao je i bio „odskočna daska" pojedinim reprezentativcima i reprezentativkama, koji su danas, uzor i motivacija mlađem dobnom uzrastu.

Na području grada nalazi se niz sportsko rekreacijskih objekata, a neki od njih su Dvorana Tehničke škole, Dvorana OŠ IBM, nogometni teren Vegeška, nogometno igralište TVIN, teniski tereni, kuglane, Karting staza na prostoru Virovitičke vojarne, te veliki broj nogometnih terena u prigradskim naseljima.

2.3.4. Gastronomska ponuda

Virovitica, prema riječima domaćeg lokalnog stanovništva, glasi za „granicu" Podravine i Slavonije, pa upravo zbog susreta dvaju različitih regija, ali i utjecajem mađarske i njemačke kuhinje, obiluje bogatom gastronomskom ponudom. Osim proizvodnje slavonskih delicija, te podravskih štrukli, Virovitica, proizvodnjom meda, glasi za najslađu županiju u Republici Hrvatskoj. Uz med, poznata je proizvodnja i ljekovitog bilja, te u sklopu domaćinstva „Zlatni Klas" u Otrovancu, sve više dolazi do izražaja domaća proizvodnja mlinaca, tjestenine i domaćeg kruha od koprive. Osim meda i ljekovitog bilja, Virovitička gastronomska ponuda može se pohvaliti i domaćom paprikom koja se uzgaja i proizvodi po tradicionalnoj recepturi. Uz prehrambene proizvode, Virovitički krajolik pruža i vrhunsko vino Bilogorskih brežuljaka, a virovitički proizvođači vina osvajaju nagrade i diplome na raznim državnim, ali i europskim natjecanjima.

2.4. Turistička potražnja

Posjetom domaćih i stranih turista, raste potražnja na tržištu. Iako zbog utjecaja krize, grad Virovitica nije ostvarivao značajan pomak i rast gospodarstva u razdoblju od 2008. do 2012. Godine, prve analize nakon 2012. godine, ukazuju na uzlazni trend koji se ostvaruje zahvaljujući zalaganju i radu te promociji Turističke Zajednice grada Virovitice, ali i gradu Virovitici koji osigurava veći i bogatiji turistički sadržaj.

U 2018. Godini, prema statističkim podacima koje posjeduje TZ i DZS, ostvareno je 11.429 noćenja na području grada Virovitice. Usporednom analizom, dolazi se do zaključka kako je povećanje u odnosu na 2017.godinu poraslo za 43,98%.

Otvaranjem novog studentskog doma na području bivše Virovitičke vojarne, u 2019.godini, osim posjetitelja i izletnika, boravi i veliki broj studenata koji svoj smještaj upravo pronalaze u novoizgrađenom i moderno uređenom domu.

Tablica 4. Dolasci i noćenja u smještajnim objektima od 2011.-2018. Godine

GODINA	DOLASCI	NOĆENJA	TREND NOĆENJA
2011.	1812	4452	n/A
2012.	2030	4330	97%
2013.	2527	5224	121%
2014.	2639	5829	112%
2015.	3521	8035	138%
2016.	2914	7986	99%
2017.	2863	7938	99%
2018.	3679	11429	144%

Izvor: Turistička Zajednica grada Virovitice

2.5 Analiza stanja turizma u Virovitici

Provedenom SWOT analizom na temelju podataka, određene su prilike, prijetnje, slabosti i prednosti razvoja turizma u kontinentalnom dijelu Hrvatske. Zahvaljujući ustupljenim

rezultatima od strane Turističke Zajednice grada Virovitice, moguće je analizirati sadašnje, ali i predvidjeti buduće stanje razvoja grada.

Vanjski i unutarnji čimbenici doprinose utjecaju turizma, te analizi promatrane situacije. Osjećaj sigurnosti i zaštite, povoljan geoprometni položaj, prirodna baština, čist okoliš i pogodan geografski položaj, mogućnost obrazovanja, ali i dodatna profesionalna usavršavanja su tek jedne od brojnih snaga koje utječu na ostvarenje glavnog cilja grada i zajednice. Veliki značaj pridaje se i budućim planiranim poslovnim projektima, jača se svijest o promoviranju kontinentalnog turizma, te se iskorištavaju dobivena novčana sredstva od strane EU (EU fondovi) kako bi se razvila pogodna infrastruktura i otvorila mogućnost zapošljavanja većeg broja ljudi. Osim turističke infrastrukture, Virovitički krajolik može se pohvaliti i ljudskim potencijalom, gostoljubivošću i očuvanjem bogate tradicije starosjedioca grada.

Kako bi se poslovanje poboljšalo, te otvorile nove prilike za razvoj, kreativnost i segmentaciju tržišta, te dodatnu financijsku podršku, potrebno je ukloniti smetnje, tj. nedostatke koji trenutno kolaju kroz strategiju planiranog i provedenog razvoja. Naime, trenutni trend iseljavanja mladog obrazovnog stanovništva, utjecaj ne tako davne gospodarske krize, nedovoljno poznavanje stranih jezika, kao i nedovoljna iskorištenost kulturnog sadržaja, ali i mali smještajni kapacitet, koče pothvate i projekte, te ne dozvoljavaju povećanje prihoda i BDP. Uz to, nedovoljna podrška i zainteresiranost od strane nacionalne razine, konkurencija ostalih turističkih destinacija (ponajviše s Jadrana), te još uvijek neizgrađena brza cesta od Vrbovec-Bjelovar-Koprivnica-Virovitica ključne su prijetnje razvoja grada i kontinentalnog turizma.

2.5.1. Konkurencija grada Virovitice

Iako bogata poviješću, grad Virovitica ima vrlo slične karakteristike kao i drugi manji gradovi u regiji. S obzirom na veličinu i razvijenost, veliku konkurentnost na tržištu predstavlja grad Bjelovar i grad Đurđevac, koji osim povijesne turističke ponude, konkuriraju i u smještajnim kapacitetima, manifestacijama, prirodnim fenomenima i turističkim proizvodima poput gastronomije, wellnessa i eko-etno turizma.

3. Virovitica- grad budućnosti

Prema riječima direktorice turističke zajednice, kao i gradonačelnika, te ostalih čelnika i predstavnika grada i županije, izrađen je plan za obnovu i razvoj Virovitice do 2025. godine. Glavni cilj temelji se povećanje turističke atraktivnosti i konkurentnosti do 2025.godine. Grad Virovitica će u suradnji sa svojim dionicima uložiti svoje napore u brandiranje, inoviranje i diferencirani turizam koji će privući veći broj posjetitelja i pružiti dodanu vrijednost potencijalnim posjetiteljima. Kao prioritet navodi se i povećati kapacitet smještajnih jedinica, te poboljšati turistički, te povijesno kulturni turizam grada i županije. Uz to, važno je naglasiti i dovršavanje obnove turističkog Virovitičkog bisera (Dvorac Pejačević). Dvorac je najprepoznatljiviji simbol grada, predstavlja ogromni turistički potencijal. Njegova obnova i uređenje je jedan od glavnih bisera i čimbenika koji privlače turiste u grad Viroviticu.

Strateški razvoj, prioriteti, ciljevi i mjere usklađeni su sa Razvojem turizma Hrvatske, cjelokupno podupiru gospodarski i turistički razvoj mikroregije. Dodatnim planiranim educiranjem, ulaganjem u obrazovne programe za razvoj eko-turističkih proizvoda, stvara se preduvjet za osposobljavanje zainteresiranih poduzetnika koji su spremni ulagati u turistički sektor. Strategija turizma grada će na lokalnoj razini pružiti institucionalni okvir i podršku za uklanjanje poteškoća i ograničenja koji dakako postoje, ali ih se pokušava smanjiti na minimalnu razinu. Kroz svoje akcijske mjere, grad u suradnji s općinama i županijom doprinosi eliminaciji razvojnih ograničenja i pomanjkanja.

Uz dodatne napore i razvoj tehnologije, posjetiteljima će se pokušati pružiti i panoramski pogled na grad s brežuljaka Bilogore u prigradskom naselju Milanovac.

Potreba za razvojem turizma u kontinentalnom dijelu Hrvatskoj osigurava jačanje gospodarstva, zapošljavanje domaće radne snage i razvoj poljoprivrede kojoj je potrebno pridavati važnost i financijskom potporom poticati na proširenje gospodarstva.

Turizam, dakle, ostvaruje pozitivne ekonomske koristi za grad Viroviticu, međutim njegov je utjecaj vrlo neznatan i potrebno ga je dalje razvijati i pratiti kako bi uz razvoj turizma paralelno se razvijalo i gospodarstvo grada. Prateći potrebe turizma, razvijat će se i druge djelatnosti kao što su poljoprivreda, ugostiteljstvo, transport i izgradnja infrastrukture.

3.1. Ciljevi razvoja grada

Kvalitetno osmišljeni ciljevi i strategija razvoja grada do 2025.godine temelji se na ambicioznošću, jedinstvenosti i detaljnoj analizi, provedenom planu i osmišljenim projektima

koji su u fazi odobravanja od strane razvojne agencije VTA i VIDRA. Važno je napomenuti kako svaka planirana aktivnost koja se želi realizirati mora biti u skladu sa zaštitom vrijednosti i kvalitete jer upravo to čini grad poseban i jedinstven. Prvenstvena namjera svakog cilja je uključiti sve stanovnike grada Virovitice, da svojim doprinosom i radom sudjeluje u stvaranju nove stranice i turističke ponude i razvoja grada.

Početna faza strategijskog razvoja odnosi se na dostizanje konkurencije, dok je ključni cilj realizacija i provedba projekata uz pomoć lokalne, regionalne i državne razine.

Dugoročno, teži se dostizanju i prepoznatljivosti kvalitete ponude iz koje osim zadovoljnih posjetitelja, zadovoljstvo leži i u stanovnicima grada Virovitice. Turisti za vrijeme boravka u turističkoj destinaciji teže boljoj vrsti ponude, kvalitetne usluge i gostoprimstvu.

Ekonomski cilj usmjeren je na platnu bilancu i poboljšanje cjelokupnog gospodarstva i dohotka građana. Zahtijeva se korištenje potencijalne radne snage i dodatno zapošljavanje lokalnog stanovništva u svim gospodarskim sektorima.

„Socijalna i kulturna funkcija pripada neekonomskim funkcijama turizma. Utječe se na smanjenje socijalnih razlika između ljudi, dok kulturna funkcija pretpostavlja utjecaj što ga receptivne zemlje imaju na kulturnom planu prema inozemnim, ali i domaćim posjetiteljima, kao i značajan utjecaj na kulturne spoznaje domicilnog stanovništva u receptivnim područjima.“ (Vukonić, B,, Keča, K., 2001.)

Osnovni faktor razvoja turizma veže se uz zaštitu okoliša i odgovorno ekološko ponašanje pojedinca jer je za turizam iznimno važan prostor i ljepota turističkog krajolika kojim se nastoji privući veliki broj posjetitelja i izletničkih grupa. Čovjek i industrija najveći su „krivci“ za zagađeni zrak i okoliš, pa se ekološkim standardima i mjerama nastoji suzbiti štetan utjecaj na ozonski omotač. S obzirom na postojanje velikog broja prirodnih bogatstva, poučnih i šumskih staza, lovni i ribolovni turizam, rekreacijski turizam kroz ravnice i listopadne šume, Virovitica se trudi postati destinacijom ugodnom za boravak turista.

Ciljevi razvoja turizma grada Virovitice:

- Uspostaviti turističku infrastrukturu
- Razvoj ljudskih potencijala u turizmu
- Osnivanje kvalitetne promocije grada kao poželjno i prepoznatljivo turističko odredište
- Ulaganje u poduzetništvo
- Investicije

- Novo zapošljavanje
- Povećavanje strukture i kvalitete smještajnog kapaciteta
- Povećanje potrošnje; priljev gradske blagajne

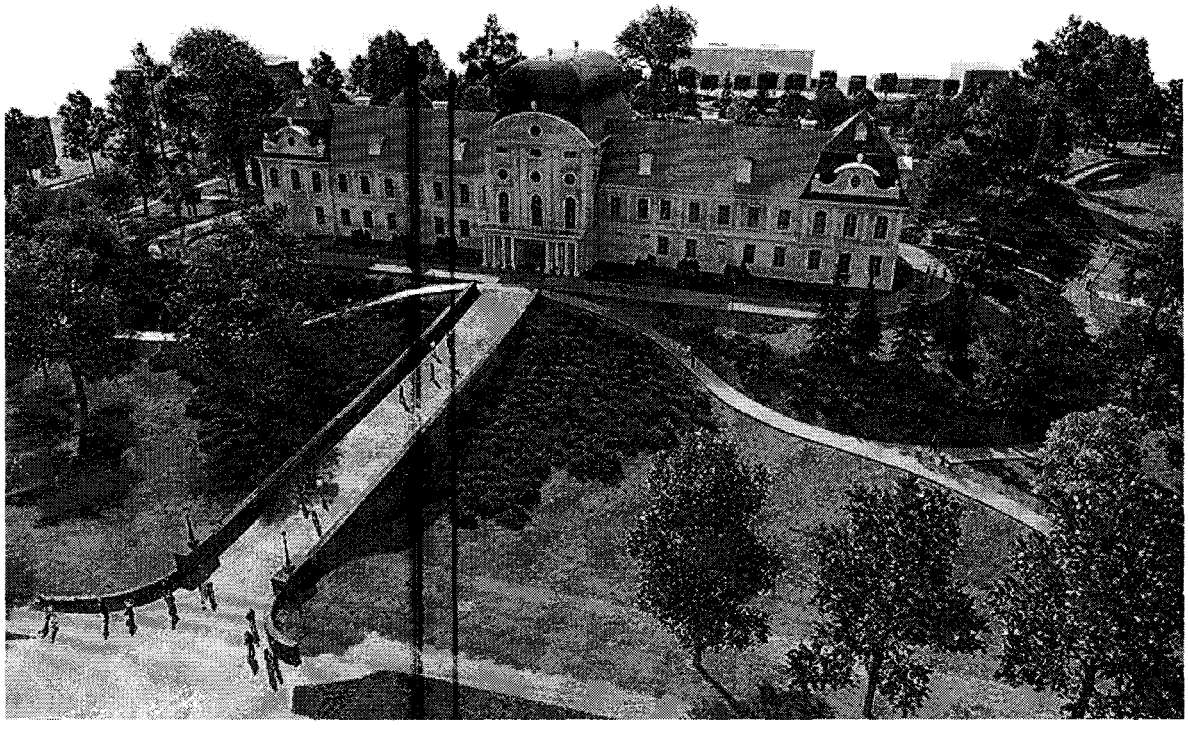
Izniman interes za grad Viroviticu i Virovitičko-podravsku županiju je razvoj turističkih događaja kako u gradu, tako i općinama.

4. Dvorac Pejačević

Prema prethodnim navodima u radu, Dvorac Pejačević zajedno s Palačom i Gradskim parkom predstavlja najznačajniji simbol grada Virovitice. Vrlo prepoznatljiva građevina koja se nalazi u samom središtu grada na uzvišenom području, obnovljena je i restaurirana uz pomoć novčanih sredstava od strane EU fonda. Dvorac predstavlja vrijednu kulturno arhitektonsku baštinu, a svojom obnovom, lokacijom i sadržajem koji pruža, zasigurno i najveći turistički potencijal grada. Realizacija projekta je dio Akcijskog plana Strategije razvoja turizma grada Virovitice. U sklopu Dvorca, obnovljen je i Gradski Muzej Virovitica, koji osim kulturnih vrijednosti, posjeduje i brojne spise i dokumente kojima se potvrđuje bogata tisućljetna povijest grada.

„Projekt obnove kulturne baštine (Dvorac Pejačević i Gradskog parka Virovitica) i unapređenje upravljanja kulturnom baštinom doprinosi razvoju i razvojnom potencijalu kontinentalnog turizma te stvaranju boljih socio-ekonomskih uvjeta na lokalnoj i regionalnoj razini.“ (https://5do12.eu/)

Prema riječima gradonačelnika, na svečanoj sjednici i projekciji obnovljenog dvorca, projekt je napisala Razvojna agencija VTA, a sufinancirala ga je Europska unija iz europskih strukturnih i investicijskih fondova u financijskom razdoblju 2014. – 2020.
Glavni cilj projekta je uz pomoć obnovljene građevine, privući zainteresirane posjetitelje i turiste u kontinentalni regionalni kraj, te time omogućiti dodatan razvoj regije i samoga grada.



Slika 3: Projekt „5 do 12 za Dvorac“ (preuzeto sa stranice: https://5do12.eu/galerija/, 2019.)

5. Zaključak

Turizam je jedan od najznačajnijih i najjačih „industrija“ svijeta, te je za brojne zemlje značajni proizvod i „okidač“ zapošljavanja. Kao takav proces, obuhvaća niz okolnosti i splet pojava koji nastaju prilikom putovanja, čime se utječe na život pojedinca.

Unutrašnjost Hrvatske, tj. kontinentalni turizam još uvijek nije maksimalno iskorišten, pa se iz tog razloga pokušavaju uvesti promjene u preoblikovanje i modifikaciju pruženih turističkih ponuda unutar zemlje. Na primjeru drugih gradova koji su odlučili provesti strategiju razvoja, ugledala se i Virovitica. Dugoročni pravac djelovanja turističke zajednice, grada i svih relevantnih institucija određen je strategijom razvoja turizma u gradu Virovitici. Potpomognutim financijskim sredstvima i osmišljenim razvojnim projektima, te iznimnim naporom ljudskog rada, ostvaren je izniman doprinos razvoja grada i županije, što je u konačnici rezultiralo i gospodarskim rastom. Zbog povoljnog geografskog položaja grad nudi savršeni spoj slavonske i podravske kulture koja obiluje kako prirodnim, tako gastronomskim, povijesnim, i reljefnim bogatstvima. Razvoj turizma je u uskoj vezi s gospodarstvom cijele Hrvatske, te se smatra kao jedan od utjecajnih pokretača svake grane koja pridonosi ostvarenju rastućeg BDP-a. U svrhu pojašnjenja ciljeva, rad se bazirao na povijesti, kulturi i prirodnom bogatstvu krajolika Virovitičko-podravske županije.

Navedeni elementi turističke ponude predstavljaju sadržaj za potencijalni razvoj, te poboljšanje turističkih proizvoda za turiste svih generacija i uzrasta. Sve je veći naglasak na društveno odgovorno poslovanje i zaštitu okoliša, ali i na ulaganje u infrastrukturu i prometnu povezanost s ostalim dijelovima Lijepe Naše. Posljednjih par godina važnost se pridaje kontinentalnom turizmu, pa se otvara mogućnost dodatne zarade i popularizacije ovog vida turizma koji u bliskoj budućnosti zasigurno ima visoki potencijal za razvoj i napredovanje. Pridaje se važnost na povezanosti s lokalnim sredinama, odnosno domaćim stanovništvom, kako bi se turistima i prilikom kraćih posjeta i obilazaka ponudili dodatni zanimljivi sadržaji, te predstavile posebnosti samog lokaliteta, ali i destinacije na kojoj se nalazi.

Budućim investiranjem u sustav lokalne zajednice očekuje da će se sve više jačati svijest o potrebi ulaganja u grad, stanovništvo i bisere Virovitičkog krajolika, te potaknuti želju mladog obrazovanog stanovništva za život u svom gradu, no isto tako privući nove ljude iz drugih krajeva zemlje, ali i svijeta koji bi svojim radom, stečenim znanjem pridonijeli i dodatno stimulirali potencijalni razvoj i poboljšanje ekonomije grada i regije.

Literatura

KNJIGE

1. Bartoluci, M. (2013). Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva. Zagreb: Školska knjiga
2. Čorak, S., Mikačić, V., Trezner, Ţ. (2009.), Osnove turizma, Školska knjiga, Zagreb
3. Dulčić, A., Petrić, L. (2001), Upravljanje razvojem turizma, Zagreb: Mate.
4. Horvat, R., (2001.) Povijest grada Virovitice, Virovitica: Matica Hrvatska
5. Moutinho, L., (2005), Strateški menadžment u turizmu, Zagreb

STRATEGIJE

1. Glavni plan i strategija razvoja turizma Republike Hrvatske http://iztzg.hr/UserFiles/Pdf/Izvjestaj-10-Strategija-razvoja-turizma-RH.pdf
2. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. Godine
3. Strategija razvoja turizma Grada Virovitice 2015. – 2025.

ČLANCI

Završena obnova Dvorca Pejačević i Gradskog parka, dostupno na: https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/najveci-i-najznacajniji-projekt-grada-virovitice-zavrsena-obnova-dvorca-pejacevic-i-gradskog-parka/9283739/ (pristupila 3.9.2019.)

WEB STRANICE

1. Hrvatska enciklopedija, dostupno na: http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=62763 (pristupila 22.lipanj 2019)
2. Kronologija povijesti Virovitice, dostupno na: http://www.danijel.info/virovitica/kronologija/index.html (pristupila 22 lipanj 2019)
3. Turistička Zajednica grada Virovitice, dostupno na: https://www.tz-virovitica.hr/hr/ (pristupila u lipnju i kolovozu 2019.)
4. Determinante emitivnog razvoja turizma, dostupno na: https://dr.nsk.hr/islandora/object/efst:1843/preview (pristupila u kolovozu 2019.)
5. „5 do 12 za Dvorac“, dostupno na:

https://www.turizmoteka.hr/destinacije/5-do-12-za-dvorac/ (pristupila 26.kolovoza 2019 i rujan 2019)

6. Državni Zavod za Statistiku, podaci o noćenju za 2018.godinu, dostupno na: https://www.dzs.hr/ (pristupila 30. Kolovoza i rujan 2019.)

7. Nautički turizam, dostupno na: https://www.visitadriatic.eu/dozivite-hrvatsku/nauticki-turizam/ (pristupila 30. kolovoza 2019.)

8. Gastro i eno ponuda grada Virovitice, dostupno na: http://www.tz-virovitica.hr/gastro-i-eno-ponuda/ (pristupila 30.kolovoza 2019.)

9. Razvojna agencija VTA, dostupno na: https://vta.hr/ (pristupila rujan 2019.)

POPIS TABLICA

Tablica 1. 4 razvojne faze turizma prema Freyeru.....4
Tablica 2. Manifestacije u gradu Virovitici.....14
Tablica 3. Kulturna baština grada Virovitice.....17
Tablica 4. Dolasci i noćenja u smještajnim objektima od 2011.-2018. Godine.....19

POPIS SLIKA

Slika 1. Čimbenici koji utječu na turističku potražnju.....9
Slika 2. Čimbenici koji utječu na turističku ponudu.....10
Slika 3. Projekt „5 do 12 za Dvorac".....25