



Ulaganje u budućnost

Europska unija

**STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA S PLANOM UPRAVLJANJA
„ETNOLOŠKIM CENTROM BARANJSKE BAŠTINE“ U BELOM MANASTIRU**



Srpanj 2015. godine

Informacije o sufinanciranju projekta

Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova EU: 8.545.267,15 kn

Grad Beli Manastir: 320.037,50 kn

Sadržaj ove strategije isključiva je odgovornost grada Belog Manastira.

Kontakti za dodatne informacije:

Grad Beli Manastir

Kralja Tomislava 53, 31 300 Beli Manastir

Tel: 031/ 710 200

Fax: 031/ 710 222

E-mail: k.zvecevac@beli-manastir.hr

www.beli-manastir.hr

Turistička zajednica Baranje

Imre Nagya 2, 31 300 Beli Manastir

Tel: 031/ 702 080

Fax: 031/ 495 975

E – mail: info@tzbaranje.hr

www.tzbaranje.hr

Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije

Račkoga 6, 10 000 Zagreb

Tel: 01/ 6400 600

Fax: 01/ 6400 644

E-mail: kabinet@mrrfeu.hr

Za više informacija o EU fondovima: www.strukturnifondovi.hr

Središnja agencija za financiranje i ugovaranje programa i projekata Europske unije

Ulica grada Vukovara 284, objekt C, 10 000 Zagreb

Tel: 01/ 6042 400

Fax: 01/ 6042 598

E-mail: info@safu.hr

www.safu.hr

SADRŽAJ

RIJEČ GRADONAČELNIKA	5
UVOD	7
1. METODOLOŠKI PRISTUP	9
2. STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA	11
2.1. Polazna pozicija	11
2.1.1. Priroda turističke potražnje	11
2.1.2. Postojeća turistička ponuda na području TZ Baranje	13
2.1.2.1. Turističke atrakcije Baranje i turistička infrastruktura	14
2.1.2.2. Postojeća smještajna infrastruktura	15
2.1.2.3. Opća infrastruktura i dostupnost	16
2.1.2.4. Raspoloživi turistički resursi i proizvodi	16
2.1.2.5. Turističke atrakcije	17
2.1.2.6. Proizvodi s izraženom perspektivom razvoja	20
2.1.2.7. Ljudski potencijali	22
2.1.3. Analiza konkurentske pozicije	22
3. KLJUČNI DIONICI RAZVOJA I STAVOVI KLJUČNIH DIONIKA	25
4. KLJUČNA PITANJA I OGRANIČENJA U RAZVOJU TURIZMA	27
5. RAZVOJNA NAČELA	32
5.1. Vizija, ciljevi i zadaci	33
5.1.1. Strateški ciljevi i zadaci razvoja turizma	33
6. PROVEDBA STRATEGIJE	34
6.1. Opis mjera za dostizanje ciljeva	34
6.2. Očekivani rezultati po prioritetima	35
6.2.1. Povećanje atraktivnosti, inovativnosti i konkurentnosti u turizam uz strateška povezivanja	35

6.2.1.1. Cikloturizam	35
6.2.1.2. Ruralni turizam, agroturizam i eko-turizam	36
6.2.1.3. Pustolovni, sportski turizam i izletnički turizam	37
6.2.1.4. Poslovni turizam	38
6.2.2. Međusektorsko povezivanje	38
6.2.3. Razvoj ruralnog turizma	38
6.3. Razvoj ljudskih resursa	39
6.4. Povećanje turističke potrošnje	39
6.2.5.1. Marketing aktivnost	37
7. PLAN UPRAVLJANJA ETNOLOŠKIM CENTROM BARANJSKE BAŠTINE	40
7.1. Projekt Etnološkog centra „Kuća baranjske baštine“	40
7.1.1. Arhitektura prostora Etnološkog centra	41
7.2. Vizija razvoja Etnološkog centra	42
7.3. Opći podaci o TZ Baranje	43
7.4. Strateški ciljevi i mjere za razvoj Etnološkog centra	48
7.5. Opis mjera za dostizanje ciljeva	48
7.6. Plan aktivnosti TZ Baranje	49
7.7. Planirani projekti	53
7.7.1. Marketing aktivnosti	53
7.8. Očuvanje kulturne baštine i podizanje vrijednosti područja	54
8. KOMUNIKACIJSKI PLAN	55
9. EKONOMSKI UČINCI	58
ZAKLJUČNO MIŠLJENJE	59

RIJEČ PREDsjedNIKA TZ BARANJE



Drage turističke djelatnice i turistički djelatnici,

Pred Vama se nalazi Strategija razvoja turizma s planom upravljanja Etnološkim centrom baranjske baštine. Ova strategija je po mnogo čemu posebna. Posebna je po tomu što mi je kao predsjedniku Turističke zajednice Baranje pripala čast da Vam predstavim prvu strategiju razvoja turizma na području kojim upravlja TZ Baranje. Druga posebnost je u tome što iza ove strategije stoji konkretan projekt izgradnje Etnološkog centra kulturne baštine kojim se u turističku ponudu Baranje uvodi potpuno novi sadržaj – kulturni turizam.

Razvoj grada Belog Manastira i jedinica lokalne samouprave koje pokriva TZ Baranje nalazi se na prekretnici. Dostupnost sredstava potpore iz EU fondova pruža nam svima priliku za brži razvoj i priključenje razvijenim europskim zemljama. Hoćemo li mi tu priliku iskoristiti ovisi prije svega o nama samima i načinu kako svi zajedno promišljamo svoju budućnosti. Izgradnju Etnološkog centra baranjske baštine smatramo jednim od stupova temeljaca uspješnom promišljanju naše zajedničke budućnosti do 2020. godine. Osobno sam uvjeren kako je izgradnja ovog kapitalnog multifunkcionalnog kulturnog i turističkog objekta jedan od kogača koji bi mogao dati novi zamah turističkom i gospodarskom sektoru na području Baranje.

Uvijek sam posebno isticao i bio ponosan na bogatstvo koje nose ljudi koji žive na području Baranje. Ponosno ističem višenacionalno i multikulturalno nasljeđe Baranje. To je posebna snaga

ovog područja koju je potrebno sačuvati i dodatno osnažiti jer nam to svima pruža nadu da ćemo lakše uspjeti prebroditi sve izazove koje pred nas postavlja suvremeni svijet. U razgovorima s gospodarstvenicima, turističkim i kulturnim djelatnicima, te predstavnicima javnog i civilnog sektora tražili smo način kako sačuvati taj društveni kapital i bogatstvo kojim se odlikuje prostor Baranje, kako ga unaprijediti, pokazati i prikazati drugim ljudima u izvornom obliku, ali na suvremen način tako da se podigne ukupna vrijednost područja.

Rješenje smo pronašli u adaptaciji zgrade bivšeg dječjeg vrtića korištenjem sredstva EU fondova izgradnjom Etnološkog centra baranjske baštine u Belom Manastiru. Na taj način smo sačuvali izvornu baranjsku arhitekturu i istodobno uveli inovativan sadržaj koji bi trebao postati referentna točka u razvoju kulturnog turizma na području Baranje u idućem srednjoročnom razdoblju. Etnološki centar baranjske baštine bit će namjenski multifunkcionalni prostor koji će u sebi objedinjavati najbolje što Baranja ima u kulturnom i turističkom smislu. Djelatnost Etnološkog centra nismo promatrali samo kroz etnološko-kulturni sadržaj, nego smo ga uvijek povezivali uz dugoročne strateške ciljeve razvoja turizma na destinacijskom području koju pokriva TZ Baranje.

Smatramo da jedino vezivanje djelatnosti Centra etnološke baštine uz postojeće atrakcije i selektivne oblike turizma s izraženom perspektivom razvoja na području Baranje kao što su kulturni turizam, cikloturizam, eko-turizam, pustolovni i sportski turizam, zdravstveni turizam i poslovni turizam predstavlja dobitnu kombinaciju u razvoju buduće turističke ponude TZ Baranje.

Ova strategija je posebna i po načinu nastanka jer se u njoj koristi „bottom-up“ metoda. Ona je nastala na temelju izraženih potreba koje su iskazali predstavnici javnog, civilnog i gospodarskog sektora uključujući i predstavnike sektora turizma na području TZ Baranje.

Strategija razvoja turizma i plan upravljanja Etnološkim centrom baranjske baštine usklađena je s nadređenim strateškim dokumentima: Strategijom razvoja turizma Republike Hrvatske od 2020. godine, Strategijom razvoja kulturnog turizma „Od turizma i kulture do kulturnog turizma“, postojećom Razvojnou strategijom Osječko-baranjske županije i Lokalnom razvojnom strategijom LAG područja Baranje i to je njezina dodatna snaga.

Tijekom izrade ove strategije iskazana je visoka razina zajedništva i svijesti o značaju i potrebi izgradnje Etnološkog centra baranjske baštine, te razvoju turizma na području koje pokriva TZ Baranje.

Želja mi je da se u budućnosti zadrži iskazana razina zajedništva, te da se ova strategija realizira u potpunosti sa svim istaknutim ciljevima, prioritetima i mjerama te planiranim projektima, a Vama turističkim poslasticima da ostvarite što bolje poslovne i životne rezultate jer je to put napretka Baranje u cjelini.

Ivan Doboš

UVOD

Gospodarski značaj turizma među razvijenim zemljama EU u posljednjih nekoliko desetljeća raste. Društvene promjene u svijetu dovele su do povećanja zarada stanovnika koji imaju sve više slobodnog vremena i mogućnosti da putuju. Znanstvena istraživanja pokazuju čvrstu korelaciju između razvijenosti zemlje i razvijenosti turizma u toj zemlji.

Turizam ima sve veći značaj u hrvatskom gospodarstvu. Razvoj i rast hrvatskog turizma, odnosno turizma na pojedinim područjima Republike Hrvatske ovisi o koordiniranom sustavnom razvoju i prilagođavanju turističkog proizvoda suvremenim tržišnim trendovima potražnje. Pri tome sve veći značaj imaju različiti oblici turizma specijalnih interesa, odnosno selektivni oblici turizma.

Uvažavajući navedenu činjenicu, izrađena je strategija razvoja turizma s planom upravljanja Etnološkim centrom baranjske baštine. Ova strategija razvoja turizma s planom upravljanja Etnološkim centrom baranjske baštine zamišljeni su kao dugoročne smjernice razvoja turizma i selektivnih oblika turizma naslonjenih na Etnološki centar. Ona nije strategija razvoja turizma na području Baranje niti ima zadaću to biti. Ona se djelomično dovodi u vezu s razvojem ruralnog turizma na području Baranje u općim dijelovima, ali ne zalazi mikroekonomski u njegovu razradu.

Na početku strategije govori se o metodološkom pristupu koji je korišten u izradi ovog materijala. Sama strategija podijeljena je u dva dijela. Prvi dio se odnosi se na izradu strategije razvoja turizma na području koje pokriva TZ Baranje. Ovaj dio obuhvaća opis postojećeg stanja i polazne pozicije stanja turizma na području TZ Baranje gdje je u središtu pozornosti analiza stanja postojeće potražnje i ponude. U pripremi ovog dijela studije korišteni su brojni javno objavljeni i drugi dostupni podaci vezani uz turističku potražnju i ponudu kako bi se dobio cjelovit uvid u polaznu poziciju. Nakon što se utvrdi polazna pozicija, primjenom metoda strateškog programiranja, mogu se planirati budući pravci razvoja i plan upravljanja budućim Etnološkim centrom baranjske baštine.

U pripremi strategije izvršena je analiza ključnih dionika koji imaju značajan utjecaj na razvoj turizma na području koje pokriva TZ Baranje. Turistički proizvod destinacije složen je proizvod u koji su uključene aktivnosti više sektora. U suradnji s predstavnicima TZ Baranje definirana su tri ključna sektora koja sudjeluju u formiranju baranjskog turističkog proizvoda, a bitni su za budući razvoj Etnološkog centra baranjske baštine. To su javni i civilni sektor, te sektor gospodarstva čiji se predstavnici nalaze izravno na tržištu i mogu dati jasniji pregled stanja po pojedinom sektoru.

Na temelju provedene analize ključnih pitanja i ograničenja u razvoju turizma na području koje pokriva TZ Baranje izrađena je SWOT analiza. SWOT analiza je nastala kao produkt održanih tematskih radionica tijekom procesa izrade strategije korištenjem „bottom-up“ pristupa kako bi se dobila potrebna mišljenja, stavovi i prijedlozi rješenja na najnižoj, lokalnoj razini od neposrednih sudionika koji će kreirati i sudjelovati u provedi ove strategije.

SWOT analiza je utjecala na definiranje razvojnih načela baranjskog turizma pri čemu su u prvi plan dovedeni partnerstvo, turizam na cijelom području, autentičnost i kreativnost, inovativni nastup na tržištu te kultura kvalitete u turizmu. Na temelju razvojnih načela i rezultata SWOT analize izrađeni su strateški ciljevi, prioriteti i mjere razvoja turizma na području TZ Baranje u razdoblju od 2015.-2020. godine s prijedlogom projektnih ideja.

Drugi dio strategije posvećen je dugoročnom planu upravljanja Etnološkim centrom baranjske baštine. On obuhvaća općenite podatke o projektu Etnološkog centra baranjske baštine, viziju projekta Etnološkog centra baranjske baštine gdje se u središte pozornosti dovodi plan provedbe strategije od strane TZ Baranje, odnosno realizacija dugoročnih strateških ciljeva pri čemu se daje opis mjera za dostizanje ciljeva i očekivanih rezultata po pojedinim mjerama.

Ovaj dio bitan je u strateškom promišljanju jer će rezultati provedbe strateških ciljeva, prioriteta i mjera utjecati na sposobnost TZ Baranje da učinkovito upravlja Etnološkim centrom baranjske baštine. Ne budu li se realizirale predviđeni ciljevi, prioriteti i mjere u dovoljnoj mjeri, za očekivati je kako će doći do smanjenja sposobnosti TZ Baranje da učinkovito upravlja Etnološkim centrom čime će se teret upravljanja u organizacijskom, kadrovskom i financijskom smislu prevaliti na Grad Beli Manastir i druge jedinice lokalne samouprave na kojima djeluje TZ Baranje, a u konačnici će se to odraziti na usporavanje razvoja turizam na području Baranje.

Plan upravljanja Etnološkim centrom baranjske baštine sadrži i plan aktivnosti u razdoblju od 2015.-2020. godine.

Na kraju projekta se daje plan komunikacijske strategije kao jedna od bitnih karika u ukupnoj realizaciji strategije i planu upravljanja projektom Etnološkog centra baranjske baštine.

Naglašavamo da je Strategija razvoja turizma i plan upravljanja Etnološkim centrom baranjske baštine usklađena s nadređenim strateškim dokumentima: Strategijom razvoja turizma Republike Hrvatske od 2020. godine, Strategijom razvoja kulturnog turizma „Od turizma i kulture do kulturnog turizma“, postojećom Razvojnom strategijom Osječko-baranjske županije i Lokalnom razvojnom strategijom LAG područja Baranje.

1. METODOLOŠKI PRISTUP

Strategija razvoja turizma i plan upravljanja Etnološkim centrom baranjske baštine zamišljena je kao sustavan program dugoročnih razvojnih ciljeva, prioriteta i mjera zasnovanih na elementima i metodologiji strateškog planiranja i programiranja. Svrha strateškog planiranja i programiranja je istražiti i oblikovati aktivnosti pojedinih subjekata/dionika te odabirom raspoloživih metoda i tehnika, organizacije, sredstava i kadrova odlučiti se za najpovoljniji izbor u provedbi zajednički definiranih dugoročnih ciljeva i mjera. Pri tome je bitno osigurati stalni nadzor nad provedbom strategije kako bi se utvrdilo jesu li zajednički ciljevi realno planirani i ostvarivi ili je potrebno dugoročne ciljeve mijenjati i prilagoditi novonastalim uvjetima.

Kao podloga strateškom planiranju i programiranju, služila je analiza turističke potražnje. U skladu s turističkom potražnjom traženi su odgovarajući sadržaji turističke ponude koji bi mogli zadovoljiti iskazanu potražnju turista. Izgradnja Etnološkog centra baranjske baštine koji je sufinanciran sredstvima Europske unije u sklopu Operativnog programa „Regionalna konkurentnost 2007.-2013.“ predstavlja značajan doprinos obogaćivanju turističke ponude na području Baranje i uvođenje novog, selektivnog oblika turizma- kulturnog turizma.

Za izradu Strategije prikupljene su informacije iz svih relevantnih izvora (predstavnici javnog, gospodarskog i civilnog sektora), zbog utvrđivanja ključnih elemenata o željenim pravcima razvoja budućeg Etnološkog centra „Kuća baranjske baštine“. Cilj je bio definirati sadržaje budućeg Etnološkog centra baranjske kulturne baštine unutar multifunkcionalnog prostora u kojem će se ugodno osjećati svaki posjetitelj. Tijekom zajedničkih radionica naglasak je bio na aktivnom promišljanju budućeg razvoja Etnološkog centra baranjske baštine te mogućim scenarijima događanja uzimajući u obzir svu složenost i lokalne specifičnosti okruženja i samog projekta. Zajedničkim pristupom nastojao se postići osjećaj kod svih dionika da su dio projekta, kako bi projekt u budućnosti doživjeli kao vlastiti projekt, uvažavajući načela svrsishodnosti, racionalnosti i praktičnih mogućnosti korištenja Etnološkog centra baranjske baštine u budućnosti u gospodarske i turističke svrhe.

U procesu izrade strategije razvoja organizirane su dvije sektorske radionice. Cilj organiziranja radionica bio izraditi analizu postojećih resursa i utvrditi potencijale za buduću razvoj Etnološkog centra na temelju prikupljenih podataka. Nakon toga je organizirana radionica međusektorskog tima na kojem se usvojila zbirna SWOT analiza, usuglasile vrijednosti, odredili ciljevi i prioritete. Na temelju utvrđenih ciljeva i prioriteta, radna skupina je dala prijedloge mjera po ciljevima uvažavajući metodologiju za izradu strateških dokumenata prema nacionalnim propisima te propisima i preporukama EU.

Utvrđeni ciljevi i prioritete bili su temelj za objavu pozivnog natječaja za dostavljanje projektnih prijedloga i projekata koji se mogu vezati uz razvoj turizma i poboljšanje upravljanja Etnološkim centrom kulturne baštine. Uvjet za prijavu na natječaj je bio da se projektna ideja/projekt uklapa u usvojene ciljeve, prioritete i mjere, a projektni prijedlozi obvezni su pridržavati se svih zakonom propisanih odredbi iz Zakona o zaštiti okoliša (NN 80/13 i 153/13), te Zakona o zaštiti

prirode (NN 80/13), sa sve sukladno direktivi 2001/42/EZ Europskog parlamenta i vijeća od 27.06.2001. godine o procjeni učinaka pojedinih planova i programa na okoliš.

2. STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA

2.1. Polazna pozicija

2.1.1. Priroda turističke potražnje

Preduvjet za razvoj bilo kojeg oblika turizma i turističkog proizvoda je turistička potražnja. Razvoj i rast hrvatskog turizma, kao i turizma na pojedinim područjima Republike Hrvatske ovisi o koordiniranom i sustavnom razvoju i prilagođavanju turističkog proizvoda suvremenim tržišnim trendovima potražnje, gdje sve veći značaj imaju različiti oblici turizma specijalnih interesa.¹ Za razvoj turizma je bitno da se uz osnovni turistički proizvod nude i popratni sadržaji s visokom razinom i kvalitetom usluga. Preduvjet za razvitak bilo kojeg oblika turizma specijalnog interesa, odnosno selektivnog oblika turizma, je postojanje turističke potražnje. Drugi važan preduvjet je postojanje turističkih i drugih resursa koji se mogu pretvoriti u turistički proizvod.

Republika Hrvatska određuje se kao destinacija masovnog turizma „mora i sunca“. Interes suvremenih turista prebacuje se u druge sfere pri čemu posebno zanimanje pobuđuju selektivni oblici turizma kao što su: sportski turizam, avanturistički turizam, „zeleni turizam“ poznat kao ekoturizam, robinzonski turizam, seoski turizam, agroturizam, urbani turizam, city breaks, kulturni turizam, vjerski turizam, kongresni turizam, zdravstveni turizam i drugo.

U Republici Hrvatskoj se provode sustavna tržišna istraživanja o stavovima i potrošnji turista od 1987. godine u organizaciji Instituta za turizam. Na temelju dostupnih rezultata tržišnih istraživanja TOMAS koja obuhvaćaju stavove i potrošnju turista u hrvatskim turističkim destinacijama za vrijeme ljeta, na jedrenju, kružnom putovanju ili tranzitu može se zaključiti da područje Baranje u turističkom smislu može iskoristiti sljedeća obilježja turističke potražnje za kojom postoji sve veće zanimanje:

1. Porast potražnje inozemnih turista za autentičnim turističkim i drugim proizvodima
2. Porast interesa postojećih inozemnih turista za hrvatsku kulturnu baštinu
3. Šetnje i izleti koji su među pet najpopularnijih aktivnosti inozemnih gostiju tijekom boravka u Hrvatskoj²

Provedenim tržišnim istraživanjima uočeni su sljedeći problemi u hrvatskom turizmu:

1. Inozemni gosti izražavaju nezadovoljstvo kulturnom ponudom, osobito označavanjem kulturnih znamenitosti
2. Gosti su nezadovoljni i nedovoljnim informacijama o tome što destinacije nude kao i njihovom kvalitetom

¹ Strategija razvoja kulturnog turizma, Institut za turizam, Zagreb, 2003, str. 3.

² Strategija razvoja kulturnog turizma, Institut za turizam, Zagreb, 2003, str. 8.

3. Izraženo je nezadovoljstvo inozemnih gostiju raznolikošću kulturne i druge turističke ponude
4. Inozemni gosti nezadovoljni su ponudom organiziranih izleta
5. Nezadovoljstvo prevladava i kod mogućnosti za kupnju³

Na temelju navedenih obilježja suvremene turističke potražnje i uočenih problema u hrvatskom turizmu, ova strategija naglasak stavlja na mjere jačanja vlastitih prednosti područja Baranje kao turističke destinacije te na otklanjanju uočenih problema pri čemu se posebna pozornost poklanja komunikacijskoj strategiji.

Kada se govori o domaćoj turističkoj potražnji i potrošnji, ona je poprilično zanemarena pri promišljanju budućih razvojnih smjernica. Provedena istraživanja pokazuju kako je inozemnoj turističkoj potražnji većina kulturnih resursa zanimljiva samo ako se nudi u okviru tematizirane rute. Ovo je činjenica koja se treba stalno imati na umu pri definiranju ciljeva, mjera i plana aktivnosti budućeg Etnološkog centra baranjske baštine. Pored toga, potrebno je stalno voditi računa kako je ključ održivosti kulturnih proizvoda domaće tržište, lokalno i regionalno jer za takvim proizvodima postoji izraženiji interes i potražnja. Oslanjanje na domaće tržište turističke potražnje ublažava sezonalnost inozemne potražnje te omogućuje destinacijama na kontinentalnom dijelu Republike Hrvatske razvoj kvalitetnih kulturnih turističkih proizvoda i određene aktivnosti tijekom cijele godine. Potražnja domaćeg tržišta može se stimulirati jačim lokalnim i regionalnim marketingom unutar kojeg će koristi ostvariti i turistički sektor.

Raspoloživi, dostupni podaci o kretanju turizmu na području Baranje pokazuju kako je domaća potražnja imala dominantnu ulogu do 2012. godine. Učinci ekonomske krize koja u Republici Hrvatskoj traje punih šest godina, a koja je utjecala na smanjenje kupovne moći domaćeg stanovništva, odrazili su se na domaću potražnju. Tijekom 2013. i 2014. godine na području Baranje je došlo do preokreta trenda i počela je jačati inozemna potražnja. Značajan utjecaj na promjenu trenda i rast inozemne potražnje imala je činjenica ulaska Republike Hrvatske među članice EU i ulazak na tržište s preko 500 milijuna ljudi uz smanjene prepreke prilikom prelaska državne granice, te promjene u turističkoj potražnji razvijenih europskih zemalja.

Statistički podaci o broj dolazaka i broju registriranih noćenja u turističkim objektima na područje Baranje prikazani su u tablicama.

Tablica 1. Broj dolazaka gostiju na područje Baranje

R/b	Opis	2009	2010	2011	2012	2013	2014
1.	Domaći turisti	3.732	3.033	3.198	3.799	3.982	4.306
2.	Strani turisti	1.321	1.375	2.081	2.191	1.954	3.179
I	UKUPNO	5.053	4.408	5.179	5.990	5.936	7.485

Izvor podataka: TZ Baranje

³ Strategija razvoja kulturnog turizma, Institut za turizma, Zagreb, 2003, str. 8.

Podaci iz tablice pokazuju stalni trend rasta dolaska domaćih i inozemnih turista u Baranju, osim 2013. godine kada je došlo do stagnacije broja posjeta prvenstveno stranih turista.

Tablica 2. Broj ostvarenih noćenja na području Baranje

R/b	Opis	2009	2010	2011	2012	2013	2014
1.	Domaći turisti	5.679	8.482	5.648	7.456	9.821	7.956
2.	Strani turisti	2.345	3.328	3.915	3.964	4.729	5.128
I	UKUPNO	8.024	11.810	9.563	11.420	14.560	13.084

Izvor podataka: TZ Baranje

Podaci iz tablice pokazuju trend rasta noćenja u posljednjih 6 godina. Najveći broj noćenja ostvaruje se u malim privatnim smještajnim kapacitetima. Provedena istraživanja u razvijenim turističkim zemljama pokazuju kako opada zanimanje turista za smještajem u hotelima. Ovo odražava činjenicu da gosti ne žele boraviti u hotelu jer im hotel pruža istu vrstu doživljaja bez obzira u kojoj se zemlji nalazili. Suvremeni turist želi se približiti običnom čovjeku i susresti s potrebnom srdačnošću i druželjubivosti domaćina.

Iskorištenost smještajnih kapaciteta na području Baranje pokazuje veliku sezonalnost i to je problem koji je potrebno riješiti u budućnosti jer utječe na ukupnu korištenost i produktivnost postojećih kapaciteta.

2.1.2. Postojeća turistička ponuda na području TZ Baranje

Hrvatska pripada zemljama koje privlače posjetitelje više odlikama svog prirodnog prostora i bogatstvom kulturno-povijesne baštine nego kvalitetom, raspoloživošću i/ili raznovrsnošću novostvorenih turističkih atrakcija⁴. Bogatstvo hrvatske kulturno-povijesne baštine, također, čini veliku snagu resursno-atraktivne osnove Hrvatske⁵. Republika Hrvatska u svojoj bogatoj kulturno-povijesnoj baštini raspolaže s više od tisuću dvoraca, kurija i utvrda što je iznimni potencijal za budući turistički razvoj, posebice kontinentalnog dijela zemlje⁶.

Područje Baranje svojim prirodnim i kulturno-povijesnim obilježjima utkanim u bogatu kulturno-povijesnu baštinu dio je tog nedovoljno iskorištenog potencijala za razvoj kontinentalnog turizma u Republici Hrvatskoj.

Na temelju uvida u prirodu suvremene turističke potražnje, potrebno je sagledati postojeću turističku ponudu kako bi se napravila svojevrsna „inventura“ postojećeg stanja. Tek na temelju provedene analize mogu se utvrditi ciljevi i mjere za buduće strateško planiranje i programiranje razvoja turizma.

⁴ Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, str.5.

⁵ Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, str.5.

⁶ Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, str.5.

2.1.2.1. Turističke atrakcije Baranje i turistička infrastruktura

Područje Baranje predstavlja jedinstven prirodni prostor s bogatom kulturno-povijesnom baštinom koja do sada nije potpuno vrednovana u gospodarskom smislu.

Položaj grada Belog Manastira kao upravnog i administrativnog središta Baranje u okruženju brojnih prirodnih potencijala (Kopački rit, rijeke Dunav i Drava, baranjska lovišta, vinske ceste na Banskom brdu, poljoprivredno područje pogodno za „zeleni turizam“ i agroturizam) nije dovoljno vrednovan kroz turizam što je rezultiralo skromnim turističkim razvojem⁷.

Kulturno-povijesnu baštinu Baranje, koja predstavlja neobnovljivo blago, potrebno je dodatno vrednovati i iskoristiti kao turistički proizvod i turističku atrakciju te uključiti u razvojne smjernice razvoja turizma u idućem srednjoročnom razdoblju od 2015.-2020. godine. Etnološki centar „Kuća baranjske baštine“ treba postati i biti središte sustava vrednovanja baranjske kulturno-povijesne baštine za turističko i gospodarsko korištenje.

Područje Baranje posjeduje veći broj dvoraca u koje je upisano povijesno nasljeđe. Dvorce je potrebno obnoviti (dvorac Eugena Savojskog u Bilju, dvorac Esterhazy u Dardi, dvorac u Tikvešu, dvorac u Kneževu) i staviti ih u funkciju turizma. Neriješeni vlasnički odnosi i kompleksnog zahvata te visina potrebnih sredstava za obnovu dvoraca, ostavlja te dvorce izvan funkcije i namjenskog korištenja. Riječ je o iznimnim kulturnim vrijednostima koji su pod zaštitom Ministarstva kulture RH. Za stavljanje u funkciju baranjskih dvoraca kao turističkog proizvoda potrebno je uključiti jedinice lokalne samouprave na čijim se područjima te turističke atrakcije nalaze. Dobro osmišljenom razvojnom strategijom jedinica lokalne samouprave i korištenjem sredstava iz Europskih fondova u okviru prijave na pozivne natječaje za Pripremu i provedbu integriranih razvojnih programa za obnovu kulturne baštine, uz partnerstvo s Turističkom zajednicom Baranje i drugim turističkim zajednicama koje djeluju na području Baranje, navedeni dvorci se mogu pretvoriti u turističke objekte i nekima vratiti prvobitna namjena kao što je lovački dvorac Eugena Savojskog u Bilju. Unatoč velikom potencijalu i bogatstvu koje imaju kao prirodne, povijesne i kulturne atrakcije tek je njihov manji dio turistički valoriziran i uključen u ukupnu destinacijsku ponudu područja Baranje. Zadaća Etnološkog centra „Kuća baranjske baštine“ je pokazati iznimni povijesni i kulturni značaj navedenih dvoraca, te podići svijest lokalnog stanovništva o vrijednosti navedenih objekata koji se mogu staviti u funkciju i na taj način podići gospodarska vrijednost područja.

Područje Baranje siromašno je u novostvorenim turističkim atrakcijama kao što su tematski ili zabavni parkovi, centri za posjetitelje, kvalitetno osmišljene tematske rute i slični sadržaji bez kojih je danas gotovo nemoguće uspostaviti pretpostavke za razvoj međunarodno prepoznatog marketing miksa i turističko aktiviranje kontinentalnog prostora. Baranji danas nedostaju povezane kvalitetne biciklističke staze sa svom potrebnom infrastrukturom te centri sportskog

⁷ Urbanistički plan uređenja Belog Manastira, knjiga 1, B.Manastir, 2008. godina, str. 41.

turizma i drugi sadržaji selektivnih oblika turizma potrebni za dugoročno održivo pozicioniranje baranjskog, kontinentalnog turizma na tržištu posebnih interesa.

2.1.2.2. Postojeća smještajna infrastruktura

Kao što je ranije naglašeno, turističkoj potražnji većina kulturnih resursa zanimljiva je samo ako se nudi u okviru tematizirane rute. Za definiranje tematiziranih ruta jedna od ključnih pretpostavki je postojanje smještajne infrastrukture. Postojeća smještajna infrastruktura na području Baranje zanimljiva je turističkim zajednicama u definiranju turističke ponude i njezinoj promociji te zbog činjenice da boravišna pristojba predstavlja izvorni prihod kojim se financira rad lokalnih turističkih ureda i zajednica. Na području Baranje djeluju tri turističke zajednice: TZ Baranje, TZ Bilje i TZ Draž.

Postojeći smještajni kapaciteti po pojedinim turističkim zajednicama prikazani su u tablici.

Tablica 3. Postojeći smještajni kapaciteti -2014. godina

R/b	Opis	TZ Baranje	TZ Bilje	TZ Draž	UKUPNO	% UDIO
1.	Hoteli	126	29	-	155	17,4
2.	Privatni smještaj	314	293	32	639	71,9
3.	Smještaj-državno vlasništvo Hrvatske šume	27	-	-	27	3,0
4.	Kamp odmorišta	-	68	-	68	7,7
I	UKUPNO:	467	390	32	889	100,01

Izvor podataka: TZ Baranje

Područje Baranje na kraju 2014. godine raspolagalo je s ukupno 889 smještajnih kapaciteta, od čega u hotelima 17,4 %, privatnim smještajnim objektima 71,9% i ostalim objektima vezanim uz smještaj 10,7% .

Na području Baranje djeluju dva hotela. To su Hotel Patria u Belom Manastiru i Hotel Lug u Lugu.

Podaci iz tablice pokazuju da u ponudi postojeće smještajne infrastrukture dominira privatni smještaj što je dobra pretpostavka za razvoj ruralnog turizma u kojem će veći broj ljudi pronaći dodatne izvore zarade.

Najveći broj smještajnih jedinica jesu privatni smještaj manjeg kapaciteta. Ovi smještajni kapaciteti rasprostrti na cijelom području Baranje. Po količini raspoloživih manjih privatnih smještajnih kapaciteta prednjači Općina Bilje (293 kreveta), Općina Kneževi Vinogradi (220 kreveta) i Grad Beli Manastir (62 kreveta) i to su jedinice lokalne samouprave koje imaju najviše izražene potencijale za razvoj ruralnog i kontinentalnog turizma na području Baranje.

Kada se usporedi broj ostvarenih noćenja u 2014. godini s brojem postojećih smještajnih kapaciteta, dobije se prosjek od 14,7 noćenja po krevetu godišnje što je jako malo i pokazuje veliku sezonalnost turizma u Baranji i nisku razinu korištenja smještajnih kapaciteta jer se turisti kratko zadržavaju na području Baranje.

2.1.2.3. Opća infrastruktura i dostupnost

Stanje prometne infrastrukture na području Baranje se u posljednjih 10 godina se znatno poboljšalo. Cijelo područje Baranje prometno je dobro povezano mrežom državnih, regionalnih i lokalnih cesta što daje značajnu prednost u odnosu na susjedna i potencijalno konkurentna područja Republike Mađarske i Republike Srbije. Područje Baranje u prometnom i turističkom smislu mnogo očekuje od buduće međunarodne autoceste Koridor VC koja treba povezati Budimpeštu s Lukom Ploče preko Bosne i Hercegovine i postat će najkraći prometni pravac koji povezuju srednju Europu s Jadranom.

Na području Baranje se u posljednjih 20 godina dosta uložilo u unapređenje prometne i turističke, smeđe signalizacije, te u izgradnju vinskih cesta.

Izraženi su problemi u izgradnji biciklističkih staza i ruta jer uz biciklističke staze i ceste nisu izgrađeni potrebni uslužni objekti. Isto tako, zbog neulaganja u razvoj željezničkog prometa ovaj vid prijevoza putnika je potpuno marginaliziran iako se područje Baranje nalazi između susjedne Republike Mađarske na sjeveru i Republike Srbije na Istoku.

Značajan čimbenik razvoja u turizma na području Baranje može imati Zračna luka Osijek čiji potencijali do sada nisu dovoljno iskorišteni.

Stanje komunalne infrastrukture je zadovoljavajuća. Područje Baranje telekomunikacijski je pokriveno na europskoj razini i u idućem razdoblju je potrebno pratiti europske trendove kako bi se ostvarili ciljevi iz strategije Europa 2020 koji uključuje tri tematska prioriteta: pametan rast, održiv rast i uključiv rast.

Sustav elektroopskrbe i vodoopskrbe na području Baranje u potpunosti je prilagođen potrebama pružanja turističkih djelatnosti.

Svakako treba spomenuti kvalitetne vodne resurse i kvalitetu vode za piće iz javnih vodoopskrbnih sustava na području Baranje, tako da je i to važan dio turističke prepoznatljivosti Baranje koja nije potpuno iskorištena i naglašena u promociji.

2.1.2.4. Raspoloživi turistički resursi i turistički proizvodi

Turistički proizvod na području Baranje u posljednjih deset godina nije se značajnije mijenjao. Uvažavajući dosadašnji doprinos u turističkom prihodu, turistički proizvodi područja Baranje mogu se podijeliti na dominantne proizvode koji čine najmanje 5 % u strukturi prihoda i proizvode s izraženom strukturom razvoja.

Prema dostupnim podacima⁸ svojim udjelom u strukturi prihoda dominantni turistički proizvod na području Baranje je:

⁸ Izvor Turistička zajednica Osječko-baranjske županije

Gastronomija i enologija - složeni proizvod koji koriste gotovo svi turisti i zbog toga je vrlo teško biti izrazito prepoznatljiv i jedinstven na tržištu u ovom segmentu. Relativno malen broj međunarodnih turista putuje isključivo radi gastro-enološkog iskustva, pa rast potražnje ovog turističkog proizvoda generira uglavnom domaća populacija⁹.

Gastronomija i enologija su razvijeni i dominantni turistički proizvod u Baranji jer je područje Baranje na turističkoj karti RH poznato kao „mjesto gdje se dobro jede“. U idućem razdoblju u razvoj ovog turističkog proizvoda potrebno je uključiti znanstvene institucije (Prehrambeno-tehnološki i Poljoprivredni fakultet u Osijeku) u sektor gastronomije, te Institut za vinarstvo iz Zagreba u sektoru enologije, uz obrazovanje domaćih proizvođača vina i someliera koji bi unaprijedila i podigla marketinška podrška proizvođačima vina s područja Baranje.

2.1.2.5. Turističke atrakcije

Najznačajnija turistička atrakcija na području Baranje je park prirode „Kopački rit“ koja predstavlja turistički magnet.

Jedna od najznačajnijih potencijalnih turističkih atrakcija na području Baranje su dvorci iz 18 i 19. stoljeća koji nisu stavljeni u turističku funkciju. Organiziranje tematske rute posjete baranjskim dvorcima predstavlja značajan potencijal u sklopu kojeg će se organizirati i posjeta Etnološkom centru baranjske baštine te na taj način upotpuniti i zadovoljiti turistička potražnja. Pregled dvorac koji su zaštićeni kao spomenici kulture i imaju značajan turistički potencijal za razvoj turizma u Baranji prikazani su u tablici.

Tablica 4. Dvorci u Baranji

R/b	Opis	Mjesto	Napomena
1	Dvorac Eugena Savoyskog	Bilje	Vlasništvo Hrvatskih šuma
2	Dvorac obitelji Esterhazy	Dvorac	Vlasništvo Općine Darda
3	Dvorac u Tikvešu	Lug	Vlasništvo RH
4	Beljski dvorac u Kneževu	Kneževo	Vlasništvo Belje d.d.

Izvor podataka: TZ Baranje

Dvorac Eugena Savoyskog u Bilju u vlasništvu je Hrvatskih šuma d.d. Dvorac je u dosta lošem stanju i neophodno je poduzeti mjere za restauraciju i zaštitu objekta jer će vremenom sve više propadati.

Dvorac obitelji Esterhazy u vlasništvu je Općine Darda koja nema sredstava za obnovu dvorca i stavljanje u funkciju. Prema procjenama, obnova dvorca Esterhazy stajala bi oko 45 milijuna kuna. Obnovljeni dvorac služio bi kao odmorište za poslovne ljude koji dolaze u lov ili na odmor u Baranju.

⁹ Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, str.9.

Dvorac u Tikvešu vlasništvo je Republike Hrvatske i nije obnovljen. Obnavljanjem dvorcu bi se mogla vratiti prvobitno namjena jer je služio kao dvorac za lov, a u njemu bi bili smješteni gosti visokog ranga koji će dolaziti u lov na visoko cijenjenu divljač „Baranjskog jelena“ čiji je uzgojni oblik potrebno zaštititi kao izvorno hrvatski proizvod.

Beljski dvorac u Kneževu je napušten i izložen propadanju. Dvorac je potrebno zaštititi i prenamijeniti u apartmane i pansionere u kojem će odsjedati bolje plaćeni gosti koji su željni mira izvan gradske vreve, te biti aktivni sudionici lovnog ili ribolovnog turizma ili kao promatrači ptica u Kopačkom ritu.

Na području Baranje nalazi se vrijedna nepokretna kulturna baština koja predstavlja potencijal za turističku ponudu kako je prikazano u tablicama.

Tablica 5. Etno zbirke i spomenici u Baranji

R/b	Opis	Mjesto	Napomena
1	Šokačka kuća	Topolje	Etno zbirka narodnih nošnji i alata
2	Baranjski biseri	Suza	Etno zbirka OPG Kolar
3	Eko centar Zlatna greda	Zlatna greda	Udruga „Zeleni Osijek“
4	Stari mlin u Duboševici	Duboševica	Izvan funkcije
5	Spomenik Batinskoj bitci	Batina	Pod zaštitom Ministarstva kulture RH

Izvor podataka: TZ Baranje

Zaštićena sakralna povijesna-kulturna baština Baranje koja u sebi nosi turistički potencijal prikazana je u tablici.

Tablica 6. Sakralna povijesno-kulturna baština Baranje –Katoličke crkve

R/b	Opis	Mjesto	Napomena
1	Crkva Sv. Martina	Beli Manastir	
2	Crkva Sv. Valentina	Batina	
3	Crkva sv. Barbare	Draž	
4	Crkva srca Isusovog	Draž	
5	Crkva sv. Petra i Pavla	Topolje	
6	Crkva sv. Marka evanđeliste	Topolje	
7	Crkva sv. Hildegarde	Kneževo	
8	Crkva sv. Lovre	Baranjsko Petrovo selo	
9	Crkva bezgrešnog začetca Blažene djevice Marije	Bilje	
10	Crkva sv. Margarete	Lug	
11	Crkva Pohoda blažene djevice Marije	Branjina	
12	Crkva Uzvišenja svetog križa	Branjin Vrh	
13	Crkva Presvetog srca isusovog	Čeminac	
14	Crkva sv. Vendelina	Jagodnjak	
15	Crkva sv. Emerika	Karanac	
16	Crkva Rđenja sv. Ivana Krstitelja	Darda	
17	Kapelica sv. Josipa radnika	Gajić	

18	Crkva sv. Mihaela arkandela	Kn. Vinogradi	
19	Crkva sv. Uršule	Grabovac	
20	Crkva sv. Donata	Karanac	
21	Kapela Imena Marijina	Kotlina	
22	Crkva sv. Marije Magdalene	Luč	
23	Crkva Sv. Josipa radnika	Šumarina	
24	Crkva Našašća svetog križa	Petlovac	
25	Kapela Blažene djevice Marije	Bolman	
26	Crkva sv. Josipa	Popovac	
27	Crkva sv. Ane	Podolje	
28	Crkva rođenja blažene djevice Marije	Torjanci	
29	Crkva Našašća Svetog križa	Zmajevac	
30	Crkva sv. Antuna Padovanskog	Suza	

Izvor podataka: TZ Baranje

Tablica 7. Sakralna povijesno-kulturna baština Baranje –Pravoslavne crkve

R/b	Opis	Mjesto	Napomena
1	Crkva sv. Arhangela Mihaila	Beli Manastir	
2	Crkva sv. Arhangela Mihaila	Darda	
3	Crkva sv. Nikole	Jagodnjak	
4	Crkva sv. Petra i Pavla	Bolman	
5	Crkva Vavedenja presvete Bogorodice	Popovac	
6	Crkva sv. Nikole	Branjina	
7	Crkva sv. Velikomučenika Georgija	Kneževo	
8	Crkva sv. Stefana Štiljanovića	Karanac	
9	Crkva Vavedenja presvete Bogorodice	Kn. Vinogradi	

Izvor podataka: TZ Baranje

Tablica 8. Sakralna povijesno-kulturna baština Baranje –Reformirane kršćanske crkve

R/b	Opis	Mjesto	Napomena
1	Reformirana kršćanska crkva	Karanac	
2	Reformatska crkva	Suza	
3	Reformatska crkva	Zmajevac	
4	Reformirana kršćanska crkva	Kotlina	
5	Reformirana kršćanska crkva	Kamenac	
6	Reformatska kršćanska crkva	Kopačevo	
7	Reformirana kršćanska crkva	Lug	
8	Reformatska crkva	Kn. Vinogradi	
9	Kršćanska adventistička crkva	Beli Manastir	
10	Mjesna adventistička crkva	Darda	
11	Mjesna adventistička crkva	Draž	

Izvor podataka: TZ Baranje

Na području Baranje nalaze se i dva vjerska lokaliteta prikazana u tablici.

Tablica 9. Vjerski lokaliteti

R/b	Opis	Mjesto	Napomena
1	Svetište Marije Lurdske	Popovac	
2	Studenac izvor svete vode	Branjina	

Izvor podataka: TZ Baranje

Svetište Marije Lurdske u Popovcu već se koristi kao objekt na kojem se održava marijanska manifestacija lokalnog karaktera.

Popis sakralnih objekata pokazuje bogatu kulturnu baštinu Baranje koja je potrebno pretvoriti u projekte kulturnog turizma. U nekoliko katoličkih crkava na području Baranje postoje orgulje koje je izradio svjetski poznati graditelj orgulja Jozsef Angster, rođen 07.07.1834. godine u Jagodnjaku, a umro je 09.06.1918. godine u Pečuhu. Ove vjerske objekte koje imaju ugrađene originalne Angsterove orgulje moguće je koristiti kao turističku atrakciju za tematiziranu rutu „Tragom Angsterovih orgulja“. To treba biti međunarodni projekt suradnje koje će tematski povezivati orguljaška glazba crkava u kojima je Jozsef Angster ugradio orgulje (Pariz, Beč, Budimpešta, Međimurje (Prelog i Kotoriba), Valpovo, Karanac, Duboševica, Čepin i druga mjesta). Etnološki centar baranjske baštine treba organizirati međunarodnu manifestaciju „Tragom Angsterovih orgulja“ koja će uključiti posjete vjerskim objektima uz izvorni zvuk Angsterovih orgulja, te ponuditi i druge turističke sadržaje s određenog područja.

2.1.2.6. Proizvodi s izraženom perspektivom razvoja

Za razvoj turizma na određenom području potrebno je utvrditi koji su to turistički proizvodi s izraženom perspektivom razvoja. Na temelju provedene analize utvrđeno je kako su turistički proizvodi s izraženom perspektivom razvoja na području koje pokriva TZ Baranje:

1. Kulturni turizam – u posljednjih 10 godina u Republici Hrvatskoj je mnogo učinjeno na ovom području nakon što je donesena državna strategija razvoja kulturnog turizma. Ključne barijere u daljnjem razvoju kulturnog turizma leže u sustavu komercijalizacije tog vida turizma i uključivanja u svjetske trendove, a potom i u sustave destinacijskog upravljanja kojima bi se kulturni sadržaji na pravi način integrirali u pozicioniranje i isporuku ukupnog doživljaja na razini pojedinih destinacija. Grad Beli Manastir uočio je problem kako na području Baranje ne postoji sustavno bavljenje očuvanjem kulturne baranjske baštine koja se postupno gubi i pada u zaborav. Projekt Etnološkog centra baranjske baštine je zamišljen kao svojevrstni muzej baranjske tradicije i baštine, ali njegov sadržaj nužno je staviti u turističku svrhu i prilagoditi ga suvremenim trendovima u svijetu tako s njegovim sadržajem mogu, putem suvremenih tehnoloških dostignuća upoznati posjetitelji s bilo kojeg mjesta putem Internet mreže.
2. Cikloturizam – Suvremeni način života koji karakterizira slaba fizička aktivnost ljudi, utječe da se sve veći broj ljudi okreće bicikliranju kao jednoj od važnih aktivnosti za smanjenje

navedenog nedostatka koji ozbiljno ugrožava zdravlje velikog dijela populacije. Procjenjuje se da će udio putovanja u kojima je bicikl glavno prijevozno sredstvo u idućih 10 godina porasti za više od 10 postotnih bodova. Ljudi za vrijeme godišnjih odmora izvan urbanih sredina vole voziti bicikl kao vid rekreacije. Područje Baranje posjeduje nekoliko izgrađenih biciklističkih staza, od kojih su neke dio planiranih međunarodnih biciklističkih ruta, a nisu međusobno povezane. Uz biciklističke staze nisu postavljeni potrebni objekti i sadržaji za bicikliste kao što su kampovi, prenoćišta i drugi sadržaji tako da cikloturizam na području Baranje još uvijek nije adekvatno valoriziran niti komercijaliziran.

3. Ekoturizam – briga o zdravoj prehrani sve više zaokuplja zanimanje ljudi koji stanuju u urbanim sredinama, a podržan je rastućom ekološkom svijesti kupaca. Usprkos raspoloživosti, atraktivnosti i očuvanosti prirodnih resursa, ekoturizam u Hrvatskoj je još uvijek izrazito slabo razvijen¹⁰. Ovo vrijedi i za područje Baranje na kojem nije razvijena ekološka proizvodnja ratarskih kultura, tako da slijedom toga nije došlo do vezivanja ekološke proizvodnje i turističke ponude.
4. Pustolovni i sportski turizam – ova skupina turizma pripada brzo rastućoj grupi proizvoda a uključuje kajak, kanuing, adrenalinske sportove, lov, ribolov i druge oblike pustolovnog turizma. Područje Baranje bogato je vodnim resursima. Potrebno je organizirati udruge ili privatnu inicijativu, uz uklanjanje zakonskih prepreka, da se vodni resursi počnu koristiti u turističke svrhe. Na području Baranje, u Općini Popovac nalazi se napušteni rudnik bazalta za kojim interes pokazuju speleolozi i kemičari. Do rudnika je potrebno izgraditi biciklističku i avanturističku stazu.
5. Zdravstveni turizam – riječ je o proizvodu koji na globalnoj razini raste po stopi između 15% i 20% godišnje. Prirodne ljepote Baranje i povoljna klima uz konkurentne cijene i općenito dobru reputaciju zdravstvenih usluga u RH, stvaraju mogućnost za razvoj zdravstvenog turizma na području Baranje kroz pružanje određenih zdravstvenih usluga (medicinski turizam) ili wellnes usluga. Značajnu ulogu u razvoju zdravstvenog turizma na području Baranje mogu imati probna istraživanja o izvorištima tople vode na području Općine Kneževi Vinogradi, te uređenjem napuštenih pustara za odmor. Pozitivnim rezultatima istraživanja stvorila bi se mogućnost razvoja toplica i posebnih vidova zdravstvenog turizma u Baranji. Za razvoj zdravstvenog turizma u Baranji značajnu ulogu mogu imati i obnovljene Bizovačke toplice gdje bi se turistima, u sklopu višednevnih turističkih aranžmana nudili planirani odlasci u toplice.
6. Poslovni turizam – ovaj vid turizma je vrlo osjetljiv na domaće i globalne ekonomske trendove. Iskustva razvijenih turističkih zemalja pokazuju da grupni poslovni gosti čine

¹⁰ Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, str.9.

relativno stabilan izvor potražnje, koja značajno ovisno o trendovima i mijenja samo svoja kvalitativna obilježja. Na području Baranje je izrazit nedostatak kongresne infrastrukture (kongresni centri) i pratećih sadržaja koji bi bili sastavni dio ponude uključivo od prostora za paint ball, sportskih sadržaja ili trim staza. Kongresu dvoranu kapaciteta 600 mjesta posjeduje jedino Hotel Patria u Belom Manastiru. Uklanjanjem ovih nedostataka, uz angažiranje svih ostalih turističkih djelatnika, moguće se stvoriti nišu za kvalitetniji iskorak na području Baranje za pružanje i organiziranje usluga poslovnog turizma za manje skupine.

2.1.2.7. Ljudski potencijali

Pretraživanjem javno dostupnih podataka nije bilo moguće utvrditi broj zaposlenika koji su bili izravno zaposleni u turizmu na dan 31.12.2014. godine. Poznato je da se veliki broj stanovnika Baranje neizravno naslanja na turistički sektor kao dobavljači potrebnih sirovina za pružanje turističkih i ugostiteljskih usluga (povrće, riba, paprika, meso, začini i drugo).

2.1.3. Analiza konkurentske pozicije

Baranja pripada među prepoznatljiva i razvijenija područja kontinentalnog turizma Republike Hrvatske zahvaljujući svome geostrateškom položaju, prirodnom rezervatu Kopački rit te djelovanju turističkih entuzijasta i djelatnika koji su prepoznali prednosti ovog područja i mogućnosti stvaranja profita pružanjem turističkih usluga.

Ključna konkurentska prednost područja Baranje jeste geostrateški položaj i Kopački rit. Zahvaljujući velikom bogatstvu i raznolikosti divljih vrsta, te posebno velikom broju biljnih vrsta, Hrvatska je jedna od triju europskih zemalja s najvećom biljnom raznolikošću na području Europe. U trenutku pristupa Europskoj Unij, Republika Hrvatska ima obvezu provedbe Direktive o pticama, te Direktive o staništima na svom teritoriju.¹¹ Značajan dio područje Baranje nalazi se u prijedlogu NATURA 2000 kao važno područje u Republici Hrvatskoj za očuvanje ugroženih europskih vrsta i staništa zahvaljujući prije svega području Kopačkog rita i rijeke Dunav. Područje Parka prirode "Kopački rit" nalazi se na najnižem dijelu Baranje, gdje se nadmorske visine terena kreću od 78 m (dno Kopačkog jezera) do 86 m. Zbog iznimne prirodne vrijednosti Kopački rit je 1993. godine uvršten na popis područja zaštićenih Konvencijom o vlažnim područjima od međunarodnog značaja¹². Na području Kopačkog rita imaju svoje stanište 54 vrste ptica, a prema posljednjem podacima tijekom brojanja 2012. godine prebrojano je 28.550 ptičjih jedinki¹³, po čemu je najveći prirodni rezervat ptica u Europi, te oko 260 vrsta biljaka među kojima su i mnoge rijetke vrste, koje rastu samo na nekoliko mjesta u Republici Hrvatskoj. Među 54 vrste sisavaca svakako se izdvaja „Baranjski jelen“ koji je zbog svojih kvaliteta

¹¹ Veliki dio odredbi ovih direktiva već je ugrađen u Zakon o zaštiti prirode (NN 70/2005).

¹² www.kopacki-rit.com/zastita.html

¹³ www.kopacki-rit.com/docs/prebojavanje_2012.pdf

prenesen na područje Australije i Novog Zelanda.¹⁴ Zbog svih svojih posebnosti, Kopački rit je prepoznat kao turistički magnet i on predstavlja ulazna turistička vrata za područje Baranje.

Postojanje zaštićenih područja Natura 2000 predstavlja veliku prednost jer pruža mogućnost očuvanja ugroženih vrsta flore i faune i zadržavanje biološke raznolikosti, ali je istodobno i slabost jer se u zaštićenim područjima propisuju visoki standardi zaštite okoliša i zakonski se ograničavaju mogućnosti izgradnje kako bi se zadržala izvorna biološka baština¹⁵.

Na temelju dostupnih informacija Kopački rit je tijekom 2014. godine posjetilo preko 27 tisuća posjetitelja¹⁶. U idućim godinama očekuje se rast broja posjetitelja, osobito nakon što je 2015. godine završen projekt izgradnje šetnice po Kopačkom ritu. Kopački rit kao javna institucija nema vlastitih kapaciteta za smještaj posjetitelja što pruža priliku malim privatnim iznajmljivačima u neposrednoj blizini za nuđenje svojih kapaciteta.

Pored Kopačkog rita na prepoznatljivost Baranje kao turističke destinacije utječu zadržana autentična ruralna obilježja pri čemu se izdvajaju etno selo Karanac i etno selo Gajić, te druga naselja koja nastoje očuvati izvornost i autentičnost ruralnog ambijenta, izgrađene vinske ceste i izgrađena prometna infrastruktura.

Konkurenti području Baranje su susjedne zemlje Mađarska i Srbija koje imaju sličnu turističku ponudu. Veliki napor u jačanju svoje turističke ponude čini Republika Mađarska koje se usmjerila na jačanje svoje konkurentske pozicije na tržištu vina u susjednom Šiklošu i Vilany. Razine turističke ponude susjedne Republike Srbije je na nižoj razini osobito u dijelu marketinga i turističke izgrađenosti kapaciteta što kompenziraju nižim cijenama .

Konkurentnosti Baranje u turističkom smislu u odnosu na slične sredine vidljiva je po raspoloživim smještajnim kapacitetima (oko 900 kreveta), te sve izraženijem afinitetu stanovništva prema sektoru ruralnog turizmu i pružanju turističkih usluga.

Temeljni problem je usitnjenost i rascjepkanost turističke ponude čime se stvara međusobna unutrašnja konkurentnost na području i ostvaruju manji ekonomski učinci od turizma nego je realno moguće.

Najvažnija receptivna područja s kojih dolaze turisti u Baranju su Mađarska, Njemačka, Austrija i Srbija.

U idućem razdoblju potrebno je napraviti iskorak korištenjem prednosti Zračne luke Osijek i pokušati dovesti u Baranju goste iz udaljenijih zemalja EU, a ne samo iz zemalja susjedstva koji u Baranju dolaze vlastitim prijevozom ili biciklima. Za tu svrhu potrebno je pokrenuti

¹⁴ Više o svemu vidjeli na www.kopacki-rit.com/florafauna.html

¹⁵ Lokalna razvojna strategija Baranje 2013.-2014., LAG Baranja, str.7

¹⁶ ww.radio-baranja.hr/vijesti/gospodarstvo/9256-opai-o-2014godini-u-kopakom-ritu.html

komunikacijsku i marketing kampanju sukladno koja će naglasiti konkurentske prednosti područja Baranje. Tržišna pozicija Baranje u pružanju turističkih usluga u odnosu na konkurenciju odraz je tržišne spremnosti njezinih dominantnih proizvoda i proizvoda s izraženom perspektivom razvoja. Za kontinentalnu Hrvatsku najspremniji proizvodi su kulturni turizam, odmor u ruralnim sredinama i cikloturizam¹⁷, te je u tu svrhu potrebno jačati vlastite komparativne prednosti u odnosu na konkurenciju i definirati ih kao prioritetna područja.

¹⁷ Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, str.16

3. KLJUČNI DIONICI RAZVOJA I STAVOVI KLJUČNIH DIONIKA

Prilikom izrade ove strategije uvažena su mišljenja predstavnika različitih sektora koji su vezani uz turističku djelatnost na području koje pokriva TZ Baranje. Turistički proizvod destinacije složen je proizvod u koji su uključene aktivnosti više sektora. U suradnji s predstavnicima TZ Baranje definirana su tri ključna sektora koja imaju najveći utjecaj u formiranju turističkog proizvoda, a bitni su za budući planirani razvoj Etnološkog centra baranjske baštine. To su javni i civilni sektor, te sektor gospodarstva koji se nalazi izravno na tržištu.

U prostorijama Gradske uprave Belog Manastira održane su dvije tematske radionice vezane uz izradu strategije razvoja turizma i plan upravljanja Etnološkim centrom baranjske baštine. Sudionicima tematskih radionica predstavljena je metodologija i svrha izrade strategije koja ima ključni cilj dati doprinos uspješnom i učinkovitom dugoročnom upravljanju razvojem Etnološkog centra baranjske baštine. Sudionici su na radionicama upućeni na mogućnosti korištenje sredstava iz strukturnih fondova Europske unije koja im stoje na raspolaganju kako bi podigli svoju konkurentnost i na taj način dali još veći doprinos samom projektu.

1. Javni sektor – obuhvatio je predstavnike javne uprave, predstavnike tvrtki u vlasništvu/suvlasništvu jedinica lokalne samouprave koje su osnivači TZ Baranje i predstavnike javnih institucija (u prilogu br.3.-lista sudionika). Informaciju o tematskim radionicama TZ Baranje je poslala na sve relevantne adrese tako da su se svi zainteresirani mogli uključiti sukladno svojim prioritetima, resursima i interesima.

Kod predstavnika javnog sektora iskazana je visoka razina svijesti o važnosti i budućoj ulozi Etnološkog centra baranjske baštine kao kulturnom i turističkom proizvodu koji može podići vrijednost područja. Pri tome su naglasili kako je potrebno razmišljati o stavkama koje povećavaju rast potražnje za takvom vrstom turističkih proizvoda, a vezane su uz domenu javnog sektora kao što su komunalna i druga infrastruktura, obrazovanje i vještine, istraživanje i razvoj te inovacije, ulaganje u mreže, primjerice brzi internet, energetska i prometna povezanost i da sve treba biti usklađeno s ključnim tematskim područjima „viših strategija“. (Lokalne razvojne strategije Baranje, razvojne strategije Osječko-baranjske županije, Sektorske strategije, Operativni programi i strategija Europa 2020).

2. Sektor gospodarstva – obuhvatio je predstavnike obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava, obrta i mikro i malih poduzeća koji se bave različitim djelatnostima – od poljoprivrednih proizvođača do pružatelja turističkih ili ugostiteljskih usluga (u prilogu br. 3- lista sudionika).

Istaknut je problem nedovoljnog informiranja o trendovima o turizmu, osobito o kulturnom turizmu. Jačanjem dvosmjernog protoka informacija trebalo bi olakšati zajedničko planiranje budućih aktivnosti naročito onih vezanih za ponude koja bi se mogle uključiti u djelatnosti Etnološkog centra baranjske baštine. Razina međusobnog povjerenja među malih poduzetnicima je na niskoj razini i nema spremnosti za zajedničko djelovanje. Sve veća razina skeptičnosti i pomanjkanja volje za pokretanjem novih poduzetničkih i drugih inicijativa jer se ljudi boje

zaduživati i preuzeti rizik što predstavlja ozbiljno ograničenje razvoja gospodarstva i turizma na području Baranje.

3. Civilni sektor – obuhvatio je selektivne i birane predstavnike udruga različitih profila koji bi mogli pružiti kvalitetnu ponudu u okviru djelovanja Etnološkog centra baranjske baštine i utjecati na njegov razvoj, od udruga za zaštitu kulturnih znamenitosti i tradicije pa do udruga za zaštitu okoliša i sportskih udruga. (u prilogu br.3.- lista sudionika).

Predstavnici udruga su važan segment i poveznica između različitih sektora. Udruge s područja koje pokriva TZ Baranje bez obzira na interesnu orijentaciju i članstvo složne su u ocjeni kako se zajedničkim djelovanjem može postići puno više, nego da svaka udruga radi sama za sebe.

Najveći dio udruga se i dalje naslanja na lokalni i regionalni proračun, koji ima više „simboličko“ značenje u smislu podrške nego što zaista može poslužiti za provedbu kvalitetnih i dugoročnih programa. Pred udruge se sada stavljaju dodatni izazovi jer se očekuje podizanje stupanja profesionalizacije, osobito nakon 01. listopada 2014. godine, kada je donesen novi Zakon o udrugama. Od udruga se očekuje da preuzmu dio odgovornosti na volonterskoj osnovi i trebaju se javljati na Pozive za dodjelu bespovratnih sredstava, što je za većinu postojećih lokalnih udruga prezahtjevan zadatak. TZ Baranje kroz upravljanje Etnološkim centrom baranjske baštine očekuju upravo od udruga veliku pomoć u radu.

4. KLJUČNA PITANJA I OGRANIČENJA U RAZVOJU TURIZMA

U strategiji razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine izrijekom se naglašava: „U uvjetima niske konkurentnosti operativnog poslovnog okruženja i pomanjkanja regulatornih funkcija između državne, regionalne i lokalne razine, doprinos hrvatskog turizma gospodarskom i društvenom razvoju zemlje je manji od objektivno mogućeg¹⁸.“

Ukupni hrvatski turizam još uvijek obilježava:

1. Nedovoljna diferenciranost proizvoda i usluga
2. Pomanjkanje inovativnih i kvalitetnih sadržaja boravka gostiju
3. Rast temeljen najviše na ekspanziji obiteljskog smještaja u kućanstvima
4. Nedovoljno dobra povezanost zračnim putem
5. Statičan sustav nacionalnog marketinga
6. Premalen broj globalno brendiranih destinacija
7. Neadekvatna destinacijska turistička infrastruktura
8. Naslijeđena orijentacija lokalnog stanovništva prema sezonskom poslovanju¹⁹

Neki od navedenih problema i ograničenja javljaju se u razvoju turizma u Baranji. Bez obzira na produljenu financijsku krizu koja će, najvjerojatnije utjecati na razvoj turizma u Baranji do 2020. godine, potrebno je raditi na uklanjanju što većeg broja razvojnih ograničenja. Posebnu pozornost treba posvetiti jačanju poduzetničkog interesa u turizmu i ulaganjima u turistički sektor. Značajan napor treba učiniti na unapređenju turističkog lanca vrijednosti u turističkim destinacijama pri čemu se u velikoj mjeri treba oslanjati na dostupna sredstva iz EU fondova i to iz Europskog fonda za regionalni razvoj (EFRD) i Kohezijskog fonda (CF) za projekte iz Operativnog programa „Konkurentnost i kohezija“; Europskog socijalnog fonda (ESF) za projekte iz Operativnog programa „Jačanje ljudskih resursa“ i Europskog poljoprivrednog fonda za ruralni razvoj (EAFRD) za projekte iz „Programa ruralnog razvoja Republike Hrvatske za razdoblje 2014.-2020. godine“ po mjerama namijenjenim diverzifikaciji nepoljoprivrednih djelatnosti, koordinirano s Lokalnom akcijskom grupom – LAG Baranja kroz pripremu, izradu i provedbu Lokalne razvojne strategije LAG područja Baranje.

U tu svrhu potrebno je da država poduzme proaktivne poticajne mjere, prvenstveno u funkciji ubrzavanja turističkog razvoja u kontinentalnom dijelu zemlje.

¹⁸ Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, str.16

¹⁹ Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, str.16

Temeljna razvojna ograničenja u turizmu su:

1. **Kvaliteta i struktura ponude** – na području Baranje prevladava obiteljski smještaj koji komplicira upravljanje destinacijama zbog velikog broja malih dionika jer ne postoji jasna strategija upravljanja niti jasna zakonodavna regulacija vezana uz tržišno prepoznatljive oznake kvalitete kako bi se poticala i nagrađivala izvrsnost u sektoru. Struktura postojeće ponude je jednodimenzionalna s dominantnim proizvodom jer nedostaju osmišljene tematske rute, tematski zabavni ili sportski parkovi, kulturni sadržaji kojima bi se upotpunila ponuda i mijenjala percepcija destinacije, te na taj način omogućilo stvaranje međunarodno prepoznatih relevantnih događaja koji bi mogli destinaciju repositionirati kao prepoznatljivu destinaciju izvan lokalnih ili regionalnih okvira uz prepoznatljiv marketing miks koji uključuje konkurentan proizvod, konkurentnu cijenu, distribuciju i promociju. U tu svrhu potrebno je poduzeti korake da se promijeni uloga i svrha postojanja turističkih zajednica tako da one u budućnosti upravljaju ukupnom turističkom destinacijom na području za koje su zadužene.
2. **Nepovoljna investicijska klima** – koja je rezultat pretjeranog administriranja, dugih rokova ishoda potrebnih dozvola, neusklađenosti zakonskih propisa i nedovoljno jasnih procedura za realizaciju investicija, dugih rokova pripreme projekta, visokih troškova financiranja i drugih ograničavajućih čimbenika.
3. **Ograničenja u marketingu i prodaji** – rezultat su nedovoljno jasno utvrđene nadležnosti komercijalizacije i razvoja turističkih proizvoda na razinu upravljanja destinacijom, nedostatak sredstava turističkih zajednica za promotivne kampanje na nacionalnoj razini što otežava pozicioniranje lokalnih i regionalnih atrakcija, pasivan odnos prema internet marketingu i društvenim mrežama na regionalnoj i lokalnoj razini, nedovoljna istraživanja tržišta namijenjena turističkom sektoru, nedovoljno poznavanje primjera dobre prakse iz uspješnih turističkih zemalja kontinentalnog turizma koji bi se mogli prenijeti na lokalno tlo.
4. **Ljudski potencijali i upravljanje kvalitetom** – postojeći sustav formalnog obrazovanja nije prilagođen potrebama turizma na području Baranje jer ne postoje trening centri u kojima bi se mogli usavršavati turistički djelatnici.
5. **Zakonski okvir i upravljanje** – veliki broj zakonskih akata koji se brzo mijenjaju i reguliraju ili indirektno utječu na djelatnost turizma stvara zbrku i nesigurnost kod turističkih poduzetnika i radnika. Jedinice iz sustava turističkih zajednica jedina su zakonski uređena potpora sustavu upravljanja turizmom, no njihova misija je u praksi pretežito usmjerena na marketing i sporedne djelatnosti, a tek manjim dijelom na razvoj proizvoda²⁰, što bi im trebao

²⁰ Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, str.24

biti prvi zadatak. Turističke zajednice zbog svoje usitnjenosti raspolažu oskudnim materijalnim i ljudskim potencijalima što utječe na njihovu efikasnost. Odluke o upravljanju turističkim destinacijama donose se najčešće ovisno o individualnim stavovima općinskih, gradskih ili županijskih vlasti ili pod utjecajem različitih zainteresiranih skupina. Na području Baranje odnedavno se ističe problem prihvatnih kapaciteta prilikom jednodnevnih posjeta turista s kruzera, što je generalni problem u hrvatskom turizmu.

U pripremi izrade ove strategije organizirane su dvije radionice u vijećnici Grada Belog Manastira kako bi se dobila kvalitetna analiza ključnih pitanja i ograničenja razvoja turizma na području koje pokriva TZ Baranje. Prva radionica je okupila 23 predstavnika javnog sektora i predstavnike kojima je osnovna djelatnost turizam i nuđenje smještajnih kapaciteta. Na drugoj radionici bilo je ukupno 24 predstavnika od čega 20 predstavnika civilnog sektora, te 3 predstavnika malih poljoprivrednih gospodarstava koji su spremni prodavati svoje suvenire i proizvode u Etnološkom centru baranjske baštine.

Kao rezultat provedenih radionica nastala je SWOT analiza prikazana u tablici.

Tablica 10. - Rezultati SWOT analize

PREDNOSTI	SLABOSTI
-povoljan geoprometni položaj	-razjedinjenost i negativan stav većine stanovništva prema promjeni, niska razina povjerenja među ljudima
-multikulturalnost	-nedovoljan informiranost i nemotiviranost stanovništva za poduzetničke inicijative
-bogata povijest, tradicija o običaji stanovništva Baranje	-niska razina osviještenosti o mogućnostima turizma i gospodarskog razvitka
-prirodna bogatstva i očuvan okoliš (zemljište, okoliš, Dunav, Drava, Kopački rit) te zadržana autentična ruralna obilježja (etno selo Karanac, etno selo Gajić)	-nedostatak sredstava i raznovrsnosti turističkih sadržaja
-nedostatak industrije stvara osnovu za očuvani okoliš i mogućnosti za „zeleni turizam“	-nedovoljna promocija kontinentalnog turizma u odnosi na morski turizam
-izgrađena infrastruktura (Luka u Batini, ceste, blizina zračne luke Osijek, bazeni u Kn. Vinogradima i Belom Manastiru)	-veliki utjecaj politike na svakodnevni život i razjedinjenost zbog toga
-dobar image Baranje kao turističke destinacije	-visoka razina nezaposlenosti stanovništva
-gatori, vinski podrumi, vinske ceste	-jednolična turistička ponuda
-bogata gastro ponuda i prepoznatljivi baranjski proizvodi (kulen, paprika, vino, med)	- razjedinjenost/usitnjenost turističke ponude (nedostatak jedinstvene turističke ponude Baranje)
-ponuda ekoloških proizvoda	
-postoji visoka razina znanja u kulturi i turizmu (volonteri i	

<p>mladi)</p> <p>-razvijen civilni sektor (udruge)</p> <p>-blizina Osijeka kao regionalnog i kulturnog središta</p>	<p>kao turističke destinacije)</p> <p>- nedovoljno pozicioniranje Baranje kao turističke destinacije nedostatak DMC kao promotora regije</p> <p>-nedostatak turističke agencije na području Baranje</p> <p>-međusobna nepovezanost izgrađenih biciklističkih staza i nepostojanje sadržaja uz biciklističke staze</p> <p>-ne postoji podjela smještajnih kapaciteta u Baranji prema razini kvalitete i sadržaju smještaja</p> <p>-nedovoljno poznavanje stranih jezika stanovnika za djelatnost turizma</p> <p>-nedostatak baranjskog suvenira</p> <p>-slaba suradnja između sektora (javnog, poduzetničkog i civilnog)</p> <p>-nedovoljan suradnja sa susjednim zemljama na polju kulture i turizma</p> <p>-veliki broj udruga koje se financiraju isključivo iz sredstava proračuna JLS (nedostatak ljudskih resursa za projektno financiranje)</p>
<p>PRILIKE</p> <p>-dostupnost sredstava iz EU fondova</p> <p>-jedinstvena ponuda kulturne baštine Baranje na jednom mjestu i razvoj kulturnog turizma</p> <p>-digitalizacija i veća dostupnost kulturne baštine</p> <p>-internacionalizacija kulturne, gastro-enološke i turističke ponude Baranje</p> <p>-podizanje svijesti kod lokalnog stanovništva o vrijednosti područja</p> <p>-regionalno povezivanje, međunarodna kulturna i turistička suradnja Hrvatska-Mađarska-Srbija</p>	<p>PRIJETNJE</p> <p>-odlazak mladih, starenje populacije i odljev mozgova</p> <p>-nedovoljna spremnost/kapacitiranost za privlačenje sredstava iz Strukturnih fondova EU</p> <p>-nesloga</p> <p>-konkurencija iz susjedstva s boljim ponudama</p> <p>-nedovoljna povezanost subjekata u funkciji turizma</p> <p>-zakonodavstvo i česte promjene zakonskih propisa</p>

<p>-povijesno nasljeđe Baranje kao osnovica za stvaranje projektnih ideja i regionalnog povezivanja</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dunavska strategija kao prilika za uključivanje u velike regionalne projekte - bolja prometna povezanost i veći priliv tranzitnih putnika s potencijalom za zadržavanjem kroz koridor Vc - u skorije vrijeme dvije velike atrakcije u okruženju (Vučedol i Akvapark Bizovačke toplice) koje će privući veliki broj turista u regiju - trendovi u turizmu (doživljaj, češća i kraća putovanja, eko i dodana vrijednost) - strategija i trend razvoja socijalnog turizma otvaraju veliki potencijal za prihvat gostiju izvan sezone (osobe s invaliditetom, starije osobe, mladi, ostale marginalizirane skupine) 	<p>-negativistički medijski natpisi koji odvlače goste i odbija turiste</p> <p>-prirodne nepogode, globalno zatopljenje i klimatske promjene</p> <p>-spora reakcija na nacionalnoj razini na inicijative iz lokalnih sredina</p>
---	--

5. RAZVOJNA NAČELA

Turistička zajednica Baranje brinut će o razvoju turizma na svom području. Poželjan razvoj turizma na području koje pokriva TZ Baranje podrazumijeva upravljanje resursima koji udovoljavaju temeljnim ekonomskim, socijalnim i estetskim kriterijima dugoročno održivog poslovanja uz očuvanje kulturnih vrijednosti te ekološkog sustava na području Baranje.

Temeljna načela za razvoj turizma su:

1. **Partnerstvo** – turistički proizvod je složen proizvod i njegov razvoj podrazumijeva vertikalnu (nacionalno-regionalno-lokalno) i horizontalnu (međuresornu) suradnju, ali i suradnju nositelja javne vlasti s privatnim sektorom (poduzetnici), civilnim sektorom, institucijama u sferi zaštite okoliša, kulture, prometa, zdravstva, sigurnosti i slično.
2. **Turizam na cijelom prostoru** – ubrzani razvoj kontinentalnog turizma nije moguć bez kapitalnih investicija u resursno-atrakcijsku osnovu uz korištenje sredstava iz EU fondova.
3. **Autentičnost i kreativnost** – diferenciranje od konkurentskih destinacija treba temeljiti ponajviše na njegovanju prirodne, sociokulturne i proizvodne (doživljajne) autentičnosti, odnosno na kreativnosti u razvoju proizvoda, destinacijskom pozicioniranju i komunikaciji s tržištem.
4. **Inovativni tržišni nastup** – područje Baranje treba u promotivnom smislu temeljiti na identitetskim i vrijednosnim obilježjima kao što su raznolikost, autentičnost, očuvanost okoliša, bogatstvo vode, dobre hrane, gostoljubivosti i ljepote.
5. **Kultura kvalitete** – temelji se na znatnijem unapređenju postojeće razine kvalitete i izvrsnosti u pružanju turističkih usluga

Za realizaciju i provedbu temeljnih razvojnih načela potrebno je uložiti dodatne napore i raditi na podizanju kvalitativnih kategorija objekata turističke ponude s naglaskom da se poradi na uvođenju obveznog licenciranja pojedinih vrsta turističkih usluga i uvođenje certifikacijskih shema i znakova kojima će se vizualno jasno razlikovati pojedini tipovi turističkih usluga ruralnog turizma.

5.1. Vizija, ciljevi i zadaci

Vizija razvoja turizma temelji se na tri aspekta:

1. **konceptualni** – koji traži odgovor na pitanje kakav bi turizam trebao biti
2. **operativni** – koji traži dogovor na pitanje koji su ključni preduvjeti razvoja turizma
3. **proizvodni** – čime bi turizam trebao i mogao privlačiti potražnju

Odgovor na ova pitanja proizlaze iz razvojnih načela po kojima bi turizam na području koje pokriva TZ Baranje trebao biti prepoznatljiv i razvijen na cijelom prostoru, raznovrstan i inovativan. Ključni su sljedeći preduvjeti: dugoročna zaštita i održivo upravljanje prostorom, konkurentnost, povećanje znanja i vještina na svim razinama. Za to je potrebno osigurati kvalitetu i izvrsnost u ponudi, gostoljubivost, autentičnost i raznovrsnost doživljaja te atraktivnost za ulaganja i sigurnost.

Na temelju navedenog formulirana je sljedeća vizija razvoja turizma na području Baranje do 2020. godine:

Područje Baranje kao jedinstvena i prepoznatljiva turistička destinacija za ugodan boravak svakog gosta kojem se nudi očuvan okoliš, široko otvoreno srce, gostoljubivost i raznovrsnost izvornih doživljaja i stvaraju nova radna mjesta na načelima održivog razvoja.

5.1.1. Strateški ciljevi i zadaci razvoja turizma

Za realizaciju razvojne vizije potrebno je odrediti dugoročne, strateške ciljeve razvoja. Strateški ciljevi utemeljeni su na rezultatima analize dosadašnjih razvojnih postignuća i problema, analizi postojećeg stanja područja, provedenoj SWOT analizi i zajedničkoj viziji koja je definirana na temelju stavova, želja i promišljanja lokalnog stanovništva, te usklađivanja sa strateškim dokumentima višeg reda.

Strateški ciljevi određuju smjer kretanja budućih razvojnih procesa koji bi razvoj turizma na području Baranje trebali unaprijediti i u velikom stupnju izjednačiti s razvijenim ruralnim područjima Republike Hrvatske i razvijenim ruralnim područjima Europske Unije.

U tom smislu određeni su glavni strateški ciljevi i to:

1. **Povećanje atraktivnosti i konkurentnosti sektora turizma uz strateška i poslovna povezivanja**
2. **Razvoj ljudskih resursa i zapošljavanje u sektoru turizma**
3. **Povećanje turističke potrošnje**
4. **Očuvanje kulturne baštine i podizanje vrijednosti područja.**

6. PROVEDBA STRATEGIJE

6.1. Opis mjera za dostizanje ciljeva

Strateški ciljevi obuhvaćaju široko područje gospodarskog i društvenog života stoga su definirani kroz četiri strateška cilja. U provedbi postavljenih ciljeva, zasigurno će postojati određena ograničenja koja će utjecati na dinamiku i obujam njihove realizacije. Zbog toga su ovom strategijom definirana i prioriteta područja te mjere za dostizanje ciljeva kako je to prikazano u tablici.

Tablica 11: Ciljevi, prioriteta i mjere

CILJ 1	Povećanje atraktivnosti i konkurentnosti turizma uz strateška i poslovna povezivanja
PRIORITETI	MJERE
1.1. Povećanje atraktivnosti, inovativnosti i konkurentnosti u turizam	1.1.1. Razvoj turističke ponude 1.1.2. Uvođenje novih oblika turizma u ponudu i razvoj specifičnih oblika turizma
1.2. Međusektorsko povezivanje resursa	1.2.1. Razvoj partnerstva i poslovnog povezivanja 1.2.2. Diversifikacija gospodarskih aktivnosti u turizmu 1.2.3. Razvoj udruga i klastera
1.3. Razvoj ruralnog turizma	1.3.1. Jačanje mirko i malih poduzetnika u turizmu 1.3.2. Poticanje rada novih poduzetnika u turizmu 1.3.3. Poticanje razvoja ruralnog turizma 1.3.4. Upravljanje procesima
CILJ 2	Razvoj ljudskih resursa
PRIORITETI	MJERE
2.1. Snaženje ljudskih kapaciteta	2.1.1. Poticanje razvoja ljudskih kapaciteta u turizmu
2.2. Snaženje lokalnih kapaciteta za ruralni turizam i upravljanje na načelima	2.2.1. Jačanje znanja o ruralnom turizmu 2.2.2. Pобољшanje informacijskih i komunikacijskih kanala 2.2.4. Uključivanje stanovnika u programe turizma, kulture i sporta
CILJ 3	Povećanje turističke potrošnje
3.1. Razvoj i promocija lokalnih turističkih i drugih proizvoda	3.1.1. Promocija lokalnih turističkih proizvoda 3.1.2.. Promocija lokalnih agro-turističkih proizvoda
3.2. Ulaganja u nove turističke atrakcije	3.2.1. Razvoj novih turističkih atrakcija
CILJ 4	Očuvanje kulturne baštine i podizanje vrijednosti područja

PRIORITETI	MJERE
4.1. Očuvanje kulturne baštine	4.1. 1. Očuvanje kulturne baštine, tradicijskih običaja i arhitektonskih vrijednosti područja
4.2. Podizanje vrijednosti područja	4.2.1. Podizanje svijesti o vrijednostima područja i gospodarskom korištenju tih vrijednosti 4.2.2. Provedba infrastrukturnih projekata 4.2.3. Promocija vrijednosti Baranje

6.2. Očekivani rezultati po prioritetima

6.2.1. Povećanje atraktivnosti, inovativnosti i konkurentnosti u turizam uz strateška povezivanja

Dominantan proizvod u ponudi na području koje pokriva TZ Baranje je gastro-enologija. Oslanjanje na ovaj dominantni turistički proizvod neće dugoročno doprinosti unapređenju konkurentske pozicije na razini destinacije. Kopački rit kao turistički magnet nalazi se na području kojim upravlja Turistička zajednica Bilje. Teritorijalna rascjepkanost nadležnosti pojedinih turističkih zajednica nad ukupnim prostorom Baranje dovodi do neusklađenih turističkih ponuda čime se smanjuje atraktivnost i konkurentnost područja Baranje kao turističke destinacije.

U razdoblju do 2020. godine TZ Baranje se treba pojačano okrenuti strateškim povezivanjima i jačanju postojeće ponude, kojom će se omogućiti zajedničko djelovanje kroz jedinstveno upravljanje destinacijom kako bi se gosti Kopačkog rita zadržali u dvodnevnom ili višednevnim turističkim boravcima na području Baranje. Za realizaciju ovog prioriteta posebnu pozornost treba usmjeriti razvoju novih turističkih proizvoda koji će omogućiti aktiviranje turističkih potencijala.

Polazeći od globalnih trendova na turističkom tržištu i kvalitetne resursno atrakcijske osnove, odnosno razvojnih potencijala pojedinih turističkih proizvoda, uz postojeće dominantne turističke proizvode, za razvoj turizma u Baranji posebno su važne sljedeće grupe proizvoda selektivnog turizma: kulturni turizam, cikloturizam (biking), ruralni i agroturizam, pustolovni turizam, sportski i izletnički turizam, lov, ribolov, poslovni turizam i zdravstveni turizam te nekoliko specifičnih grupa proizvoda kao što su eko-turizam i omladinski turizam.

Za razvoj pojedinih proizvoda izuzetno je važno osigurati inovativnu i suvremenu komunikaciju s tržištem što se prije svega odnosi na bitan iskorak u e-marketingu.

6.2.1.1. Cikloturizam

Područje Baranje zanimljivo je za razvoj cikloturizma jer postaje dio mreže biciklističkih staza koje bi trebale povezati srednju Europu s Jadranom. Na području Baranje već postoje izgrađene

lokalne biciklističke staze koje je potrebno međusobno povezati u međunarodnu trasu Budimpešta-Jadran. Za razvoj cikloturizma potrebno je izgraditi dijelove biciklističkih staza tako da se područje Baranje može obići kružno od Osijeka, Bilja do mađarske granice, te nazad preko Belog Manastira do Baranjskog Petrovog sela i Jagodnjaka prema Osijeku. Uz biciklističke staze pored atraktivnih prirodnih resursa potrebno je izgraditi kvalitetnu infrastrukturu poput tematskih bike parkova/područja, markiranih ruta i staza, smještajnih kapaciteta za bicikliste (kampovi, hosteli, prenoćišta), mjere sigurnosti, međusobno natjecanje cikloturista, korištenje biciklističkih iskaznica uz ponudu drugih komplementarnih iskustava i sadržaja poput ekoturizma ili kulturnog turizma. Za razvoj cikloturizma do 2020. godine značajnu ulogu imat će izgradnja međunarodnog koridora Vc koji će povezati Budimpeštu s lukom Ploče, pa će biti potrebno izgraditi biciklističku rutu koja će pratiti međunarodnu cestu. U tu svrhu potrebna su nova ulaganja u osposobljavanje manje prometnih lokalnih cesta, seoskih putova, riječnih nasipa i napuštenih pruga za biciklističke staze.

Prioritetne aktivnosti u ovom sektoru turističke ponude su:

- izrada programa cikloturizma na području Baranje
- označavanje biciklističkih staza potrebnim znakovljem
- opremanje novih staza adekvatnom turističkom signalizacijom i interpretacijom (putokazi, info punktovi i drugo) te pratećim sadržajima (odmorišta za bicikliste, vidikovci, servisi za popravak opreme) – (Biciklistička staza Beremend-Petlovac-Beli Manastir) i povezivanje s međunarodnim biciklističkim rutama
- razvoj smještajnih kapaciteta prema „bed & bike“ standardima kao što su hosteli, pansioni, kampovi, seoska gospodarstva
- osmišljavanje lokalnih i internacionalnih natjecanja i manifestacija (Zeleni otok i sve jedinice lokalne samouprave)
- proširivanje ponude dodatnim uslugama vezanim uz zabavu i sportske aktivnosti

6.2.1.2. Ruralni turizam, agroturizam i eko-turizam

Područje Baranje po svojim prirodnim i društveno-ekonomskim osobinama ima komparativne prednosti za razvoj ruralnog turizma, agroturizma i eko-turizma u odnosu na ostale dijelove Republike Hrvatske. Dio poduzetnika s područja Baranje je prepoznao te komparativne prednosti i počeo se baviti poslovima kontinentalnog turizma. Baranja po ostvarenih dosadašnjim rezultatima pripada skupini vodećih područja kontinentalnog turizma u Republici Hrvatskoj. Cilj je 2020. godine da Baranja bude među četiri vodeće regije kontinentalnog turizma u RH. Za realizaciju navedenog cilja potrebno je uspostaviti sustav podrške koji uključuje informiranje, edukaciju i udruživanje malih poduzetnika kako bi se stvorile tematizirane i sadržajne ponude na

baranjskim seoskim gospodarstvima ali na razini destinacija ili klastera. Značajnu ulogu u tome imat će dostupna sredstva iz strukturnih fondova Europske unije.

Prioritetne aktivnosti u ovom sektoru turističke ponude su:

- Izrada Plana razvoja ruralnog turizma na području TZ Baranje u suradnji Ministarstvom poljoprivrede, Ministarstvom turizma, jedinicama lokalne samouprave i Lokalnom akcijskom grupom LAG Baranja
- Izrada plana razvoja lovnog i ribolovnog turizma na području TZ Baranje u suradnji s Ministarstvom poljoprivrede, Hrvatskim šumama, Hrvatskim vodama i jedinicama lokalne samouprave
- Izrada plana turističke valorizacije rijeka, jezera i ostalih unutarnjih voda
- Tematiziranje ponude grupiranjem seoskih domaćinstava po principu klastera prema različitim temama (obiteljska gospodarstva s organskom proizvodnjom, eko domaćinstva, domaćinstva za jahanje, domaćinstva za smještaj cikloturista
- Razvoj više „etno sela“ na području Baranje revitalizacijom napuštenih ruralnih cjelina kao što su pustare i druga naselja uz osiguranje životnosti u takvim prostorima

6.2.1.3. Pustolovni, sportski turizam i izletnički turizam

Područje Baranje pruža mogućnosti za razvoj pustolovnog i sportskog turizma. Za razvoj pustolovnog i sportskog turizma uz atraktivnost prirodnih resursa, doprinos čini kvalitetna proizvodna infrastruktura poput markiranih ruta i staza, mogućnosti smještaja gostiju, te uz potrebne mjere sigurnosti nuđenje drugih komplementarnih iskustava.

Prioritetne aktivnosti u ovom sektoru turističke ponude su:

- Revitalizacija ranije utvrđenih ruta pustolovnog turizma na području Baranje
- Proširenje i inoviranje ruta pustolovnog turizma na području Baranje proširenjem na područje Banskog brda –rudnik bazalta
- Izgradnja sportskih terena za tenis i sportsko penjanje
- Izgradnja zabavnih i aqua parkova, zatvorenih bazena
- Organiziranje lokalnih i međunarodnih kajak i kanu natjecanja na rijekama Dunav i Drava
- Izgradnja izletničkih i trim staza na Banskom brdu
- Označavanje triatlonskih i drugih ruta i održavanje natjecanja
- proširivanje ponude dodatnim uslugama vezanim uz zabavu i sportske aktivnosti

6.2.1.4. Poslovni turizam

Za razvoj poslovnog turizma na području TZ Baranje postoje odgovarajući kapaciteti za smještaj do 200 gostiju koje je potrebno adaptirati i prilagoditi zahtjevima klijenata.

U tu svrhu potrebno je staviti u funkciju multifunkcionalan prostor na području Baranje koji će tijekom proljeća i jeseni moći pružiti kapacitete za skupove do 200 sudionika uz svu potrebnu prateću infrastrukturu uključujući prostore za zabavu i sportsko-rekreacijske aktivnosti.

6.2.2. Međusektorsko povezivanje resursa

Mjerama međusektorskog povezivanja resursa poticat će se razvoj partnerstava i poslovnog povezivanja između srodnih djelatnosti na horizontalnoj osnovi, te vertikalnoj osnovi između različitih djelatnosti kako bi se dobio turistički proizvod više vrijednosti.

Kroz ovu mjeru poticat će se osnivanje najmanje jedne privatne turističke agencije na području Baranje udruživanjem domaćih vinara koji raspolažu i smještajnim kapacitetima kako bi se ispunila praznina koje nedostaje. Značajnu ulogu u radu privatne turističke agencije imat će TZ Baranje koja će raditi na promociji destinacije Baranje kao turističke atrakcije.

TZ Baranje će raditi na diversifikaciji gospodarskih aktivnosti u turizmu na način da će poticati što veći broj fizičkih i pravnih osoba da se uključe u poslove turizma kako bi se diverzificirala i obogatila turistička ponuda pri čemu će se tražiti i koordinirano djelovanje između turističkih subjekata. U tu svrhu poticat će se osnivanje različitih udruga koje će zastupati i braniti svoje interese u turističkoj djelatnosti kao što je udruga ugostitelja, udruga privatnih iznajmljivača smještaja, udruga vinara, udruga agroturista i slično.

6.2.3. Razvoj ruralnog turizma

Mjerama razvoja ruralnog turizma poticat će se projekti koji se temelje na povezivanju poljoprivredne proizvodnje i turističke ponude. U sklopu ovih mjera podupirat će se projekti seoskog turizma kako bi se poljoprivrednim proizvođačima omogućilo da u sklopu svog obiteljskog gospodarstva povećaju mogućnosti prodaje vlastitih proizvoda na kućnom pragu i kroz turističku ponudu steknu dodatni izvor prihoda. Podupirat će se projekti i programi koji doprinose povećanju smještajnih kapaciteta za seoski turizam, nadogradnju gospodarskih objekata za pružanje usluga seoskog i kontinentalnog turizma, izgradnja unutarnjih zatvorenih bazena, apartotela, motela, izgradnju kušaonica vina, uređenju vlastitih ribolovnih terena i uređenju „vinskih cesta“.

Jedna od važnih stavki u okviru ovih mjera razvoja turizam je poticanje novih poduzetnika u turizmu kako bi se dio stanovništva odmakao od tradicionalne poljoprivredne proizvodnje i diverzificirao svoju djelatnost i tako umanjio rizike svog poslovanja.

TZ Baranje će kroz mjere razvoja ruralnog turizma biti u obvezi upravljati turističkim procesima na svom području, ne samo kroz promociju destinacije nego i kroz aktivnu pomoć u realizaciji gospodarskih interesa pravnih i fizičkih osoba koje pružaju ugostiteljske i druge turističke usluge ili obavljaju drugu djelatnost neposredno povezanu s turizmom.

6.3. Razvoj ljudski resursa

Mjere razvoja ljudskih resursa usmjerit će se na programe i projekte kojima je cilj poboljšanje mogućnosti stanovnika područja Baranje da se upoznaju s novim informacijama i znanjima, osobito onima vezanim uz zaštitu okoliša i razvoj turističkog proizvoda. Mjerama će se podupirati projekti suvremenih tehnologija, učenja koje omogućuju bolji pristup usvajanja praktičnih vještina kod budućih turističkih djelatnika, te kod jedinica lokalne samouprave i civilnog sektora. Naglasak će biti na stjecanju praktičnih znanja i vještina koje osiguravaju veću konkurentnost na tržištu rada, samozapošljavanje, doprinose razvojnim projektima te društvenim i tehnološkim inovacijama.

Mjerama će se dati podrška razmjeni znanja i informacija koje će pomoći svim dionicima da povećaju svoje kapacitete znanja i vještina kako bi unaprijedili turistički proizvoda na cijelom području Baranje.

U tu svrhu organizirat će se radionice na kojima će se podizati svijest i jačati znanja o ruralnom turizmu, poboljšanju informacijskih i komunikacijskih kanala u turizmu.

Bitna stavka u okviru ovog skupa mjera bit će uključivanje lokalnih stanovnika u programe turizma, kulture i sporta. TZ Baranje provodit će akciju izbora najuređenije okućnice i drugih programa Hrvatske turističke zajednice kojima je cilj urediti životni prostor, te poticati i sudjelovati u organiziranju kulturnih manifestacija kako bi se privuklo domicilno stanovništvo da sudjeluje u njima s ciljem potvrđivanja autentičnosti kulturnih zbivanja jer suvremeni turisti traže i inzistiraju na autentičnosti svakog događaja i doživljaja u kojem sudjeluju.

6.4. Povećanje turističke potrošnje

Mjerama povećanja turističke potrošnje želi se postići da se domaći ili inozemni turist što više zadrži u prostoru i da bude turist a ne izletnik, te da po mogućnosti što više ostavi novca u području gdje boravi. U tu svrhu TZ Baranje imat će zadaću upravljati turističkom destinacijom i promovirati turističku destinaciju uz promociju lokalnih turističkih i drugih proizvoda kroz cjelovit i osmišljen plan marketing aktivnosti.

7. PLAN UPRAVLJANJA ETNOLOŠKIM CENTROM BARANJSKE BAŠTINE

7.1. Projekt Etnološkog centra „Kuća baranjske baštine“

Etnološki centar „Kuća baranjske baštine“ predstavlja novi turistički proizvod i njime se povećava ponuda u sektoru turizma na području TZ Baranje.

U pripremi projekta izgradnje Etnološkog centra „Kuća baranjske baštine“ uočeno je da Baranja u turističkoj nema uređenih turističkih kompleksa koji su orijentirani razvoju cjelogodišnjeg turizma, te da nema niti jednog muzeja, galerije ili stalnog izložbenog prostora za lokalne proizvođače autohtonih proizvoda i suvenira.

Zbog toga je donesena odluka da se adaptacijom i dogradnjom postojeće zgrade u vlasništvu Grada Belog Manastira i uređenjem dvorišnog prostora riješi uočeni problem i razvije nova vrsta turizma na području Baranje - kulturni turizam utemeljen na načelima financijske, ekonomske i društvene održivosti.

Etnološki centar „Kuća baranjske baštine“ zamišljen je kao multifunkcionalni prostor u vlasništvu Grada Belog Manastira, koji će biti dan na upravljanje Turističkoj zajednici Baranje, a predstavlja jedan od ključnih objekata na koji će se naslanjati budući razvoj kulturnog turizma na području Baranje.

Na području Baranje, prema popisu iz 2011. godine živi 19 različitih naroda i narodnosti što predstavlja ogromno multikulturalno bogatstvo temeljeno na etnološkom nasljeđu koje stoji neotkriveno i nije pravilno valorizirano. Aktivnošću udruga koje djeluju na području kulture i građana, na području Grada Belog Manastira i ostalih jedinica lokalne samouprave prikupljen je veliki broj predmeta, zapisa narodnih običaja, narodnih nošnji i drugih vrijednosti koje čine vrijedan turistički potencijal. Izgradnjom etnološkog centra kulturne baštine Baranje, pruža se mogućnost postavljanja etnološke zbirke prikupljenih starih predmeta koji su u vlasništvu udruga i drugih institucija tako da oni budu vidljivi na jednom mjestu. Kako bi se sačuvali stari baranjski običaji, udruge će unutar etnološkog centra uprizoriti tradicijska događanja kojima će moći prisustvovati do 120 posjetitelja jer je projektom predviđena izgradnja pozornice sa 120 sjedala za publiku. Cijeli događaj će se snimiti i iz njega izraditi kratki dokumentarni filmovi. Na taj način će se dokumentirati sam događaj, a izvorni običaji (berba grožđa, žetvene zabave, vjenčanja, pripreme za kirbaj, poklade, pudarine, priprema zimnice i slično) arhivirat će se u digitalnom obliku i sačuvati od zaborava.

Zaposlenici TZ Baranje, koji će upravljati projektom Etnološkog centra baranjske baštine, koristit će ove filmove za prikazivanje turistima koji posjete centar. Kraći dijelovi filmova bit će putem Internet mreže i suvremenih tehnologija dostupni i „virtulanim“ posjetiteljima tako da se potakne zanimanje kod njih da posjete uživo Etnološki centar.

Etnološki centar će imati stalni izložbeni i prodajni prostor za proizvođače autohtonih proizvoda, etno kuhinju, staru krušnu peć, etno postav starih alata i odjeće, galerijski prostor sa stalnim i

varijabilnim postavkama. Ukupni sadržaj Etnološkog centra bit će dostupan i „virtualnim posjetiteljima“ u manjem dijelu putem suvremenih tehnologija i Internet mreže. Cilj projekta je prije sveg privući što više domaćih i inozemnih turista da uživo posjete Etnološki centar, da se upoznaju s kulturnom baštinom Baranje vođeni stručnim osobama iz TZ Baranje i da na licu mjesta kupe autohtone baranjske proizvode i tako upotpune svoj doživljaj Baranje kao turističke destinacije.

Prema dostupnim podacima na području Baranje ima preko 30 obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava koja se bave proizvodnjom hrane po starim, tradicionalnim recepturama počevši od proizvodnje crvene mljevene paprike, domaće zimnice, domaćih kolača, mesnih prerađevina (kulena, kobasice, čvaraka) i drugih proizvoda. Dio obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava orijentiran je na proizvodnju vina, rakija i drugih proizvoda od voća i povrća, te se bavi uslugama iznajmljivanja turističkog smještaja. Etnološki centar baranjske baštine otvorit će svoja vrata svih zainteresiranim osobama tako da će moći u samom Etnološkom centru prodavati svoje suvenire i proizvode, a to će im ujedno biti prilika za reklamu i upoznavanje turista s vlastitim proizvodima. Prodaju autohtonih proizvoda obavljat će mali poduzetnici sami unutar predviđenog prostora Etnološkog centra.

Na taj način Etnološki centar će pomagati malih baranjskim poduzetnicima u prodaji svojih proizvoda (vina, rakija, mljevene paprike, tipičnih baranjskih mesnih prerađevina, zimnice, kolača i drugih proizvoda, te originalnih baranjskih suvenira, rukotvorina, nakita i narodnih nošnji vezanih uz baranjski kraj) a na njima je da svojom inovativnošću, kvalitetom i konkurentnom cijenom privuku pažnju potencijalnih kupaca.

S obzirom da je Baranja poznata i priznata pčelarska regija, u sklopu projekta kojim će upravljati TZ Baranje bit će izrađena posjetnica sa sjemenkama medonosnog bilja kako bi se podigla svijest o važnosti medonosnog bilja i povećala proizvodnja meda. U dvorištu Etnološkog centra bit će zasađene autohtone medonosne biljke s područja Baranje.

Etnološki centar bit će središte razvoja kulturnog turizma u Baranji jer će kao posjetiteljski centar udovoljavati i sljedećim funkcijama: pružanje informacija, savjetovanje posjetitelja, osiguranje stručnog vođenja, edukacija, prodaja suvenira, održavanje izložbi i drugih kulturnih događanja te povezivati turističke subjekte i obavljati promociju područja Baranje.

7.1.1. Arhitektura prostora Etnološkog centra

Etnološki centar baranjske baštine nalazi se u obnovljenoj zgradi bivšeg dječjeg vrtića u Belom Manastira koja će biti adaptirana i prenamijenjena pri čemu će pročelje zgrade zadržati stari izgled. Nakon ulaska u Etnološki centar kroz kolni ulaz, s desne strane će se nalaziti prostorije s uredom Turističke zajednice Baranje površine 44,4 m² u sklopu kojih će biti i suvenirnica u kojoj će zaposlenici TZ Baranje zainteresiranim turistima prodavati posebno dizajnirane suvenire tematski vezane uz kulturnu baštinu i tradiciju Baranje.

S lijeve strane zgrade nalazit će se stalni postav s izložbenim eksponatima baranjske baštine koje će turisti razgledati uz stručnu pomoć vodiča. Nakon razgledanja izloženih eksponata turisti će moći prijeći u kuhinju u kojoj će im se nuditi specijaliteti tradicionalne baranjske kuhinje, te usluge iz caffè bara. Kuhinja i caffè bar dat će se u najam onim udrugama koje dostave najbolji program i projekt vezan uz socijalno poduzetništvo i tematski su naslonjeni na tradiciju Baranje. Na taj način žele potaknuti projekti socijalnog poduzetništva u Gradu Belom Manastiru. Ukoliko ne bude zainteresiranih udruga za najam ovog prostora isti će se dati na korištenje lokalnim malim poduzetnicima pod posebnim uvjetima.

U sklopu Etnološkog centra nalazit će se i dvije prostorije ukupne površine 130 m² u kojima će biti promjenjivi postavi. U ovim prostorima će biti izložbe slika, etnološke građe vezane uz područje Baranje iz drugih fundusa, održavanje radionica vezanih uz tradicionalna zanimanja, projekti razmjene kulturnih dobara i slično.

U dvorištu Etnološkog centra, ukopana u zemlji nalazit će se pozornica i dvorana sa 120 sjedećih mjesta na kojoj će se organizirati različite kulturne i druge manifestacije, a dvorana će se moći i iznajmljivati zainteresiranim strankama za održavanje poslovnih ili kulturnih događaja.

Ispred Etnološkog centra nalazit će se parkiralište na koje će moći parkirati autobusi koji dovode organizirane skupine turista.

7.2. Vizija razvoja Etnološkog centra

Vizija razvoja Etnološkog centra temelji se na tri aspekta:

- 1. konceptualni** - traži odgovor na pitanje kakav bi Etnološki centar trebao biti
- 2. operativni** – traži dogovor na pitanje koji su ključni preduvjeti razvoja Etnološkog centra
- 3. proizvodni** – čime bi Etnološki centar trebao i mogao privlačiti potražnju

Odgovor na ova pitanja proizlaze iz načela razvoja kulturnog turizma na području koje pokriva TZ Baranje. Etnološki centar u sebi spaja turizam i kulturu područja Baranje i po tome bi trebao biti prepoznatljiv i inovativan. Kako bi Etnološki centar ispunio svoju zadaću on treba biti prije svega središnje mjesto kulturnog turizma u Baranji i kao takav stavljen u gospodarsku funkciju, te treba biti mjesto oko kojeg će se ispreplitati ostale turistički sadržaji. Za to su je potrebno da Etnološki centar bude uređen na visokoj stručnoj osnovi u smislu prezentacije etnološke građe, da se njime učinkovito i održivo upravlja pri čemu je bitno da zaposlenici i osobe koje će se povremeno uključivati u rad Etnološkog centra povećaju svoja znanja i vještine na svim razinama. Preduvjet je da se osigura kvaliteta i izvrsnost u ponudi Etnološkog centra, gostoljubivost, autentičnost i raznovrsnost doživljaja kako bi se kroz njegov rad stjecao prvi dojam o vrijednosti područja Baranje u turističkom i kulturnom smislu.

Na temelju navedenog formulirana je sljedeća vizija razvoja Etnološkog centra baranjske baštine do 2020. godine:

Etnološki centar baranjske baštine kao prepoznatljiva i vrhunski vođena turistička destinacija na načelima održivog razvoja koja svojim gostima nudi široko otvoreno srce, gostoljubivost, autentičnost i jedinstveni izvorni doživljaj ukupne vrijednosti područja Baranje.

7.3. Opći podaci o Turističkoj zajednici Baranje

Grad Beli Manastir prepustit će upravljanje nad Etnološkim centrom „Baranjske kulturne baštine“ TZ Baranje. Rad Turističkih zajednica na području Republike Hrvatske reguliran je prema Zakonu o turističkim zajednicama i promociji turizma (NN 152/08). Navedenim zakonom propisano je da se „turističke zajednice osnivaju radi promicanja i unapređenja turizma Republike Hrvatske i gospodarskih interesa pravnih i fizičkih osoba koje pružaju ugostiteljske i druge turističke usluge ili obavljaju drugu djelatnost neposredno povezanu s turizmom na način da upravljaju destinacijom na razini za koju su osnovane.²¹

TZ Baranje imat će zadaću da pored svojih osnovnih zadaća koje su propisane prema Zakonu o turističkim zajednicama i promociji turizma (NN 152/08), obavlja i zadaće upravljanja etnološkim centrom sukladno ovoj strategiji razvoja turizma.

Prema Zakonu o turističkim zajednicama najznačajnije zadaće Turističke zajednice Baranje su²²:

1. promoviranje turističke destinacije na razini Područja samostalno i putem udruženog oglašavanja,
2. upravljanje javnom turističkom infrastrukturom danom na upravljanje od strane Područja,
3. sudjelovanje u definiranju ciljeva i politike razvoja turizma na nivou Područja,

Zakonom je pripisano da turistička zajednica ne smije obavljati gospodarske djelatnosti, osim ako Zakonom nije drugačije propisano, a iznimno turistička zajednica može²³:

1. upravljati javnom turističkom infrastrukturom danom na upravljanje od strane jedinice lokalne samouprave,
2. organizirati manifestacije i priredbe,
3. objavljivati komercijalne oglase na svojim promotivnim materijalima,

²¹ Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, Narodne novine 152/2008

²² Statut TZ Baranje, Službeni glasnik Grada Belog Manastira 2/2010

²³ Statut TZ Baranje, Službeni glasnik Grada Belog Manastira 2/2010

4. prodavati suvenire, turističke karte i vodiče, osim vlastitog promotivnog materijala,
5. obavljati druge poslove i zadaće od javnog interesa u funkciji razvoja turizma i destinacije koje nisu u suprotnosti sa Zakonom, drugim propisima i Statutom.

Najviše tijelo upravljanja u Turističkoj zajednici Baranje je Skupština. Skupština TZ Baranje trenutno broji 23 člana a sastoji se od predstavnika fizičkih i pravnih osoba s područja djelovanja Zajednice, razmjerno visini udjela pojedinog člana u prihodu Zajednice.

Izvršno tijelo Skupštine je Turističko vijeće TZ Baranje koje je odgovorno Skupštini Zajednice i broji 9 članova.

Turistička zajednica Baranje ima svoj Turistički ured koji je trenutno smještan u iznajmljenim prostorijama u Belom Manastiru, Imre Nagy 2, vlasništvo Grada Belog Manastira i zapošljava 3 djelatnika.

Nakon završetku izgradnje Etnološkog centra doći će do preseljenja TZ Baranje na novu lokaciju. TZ Baranje će nakon preseljenja preuzeti u potpunosti upravljanje Etnološkim centrom. Etnološki centar bit će središnje mjesto za razvoj kulturnog turizma u Baranji.

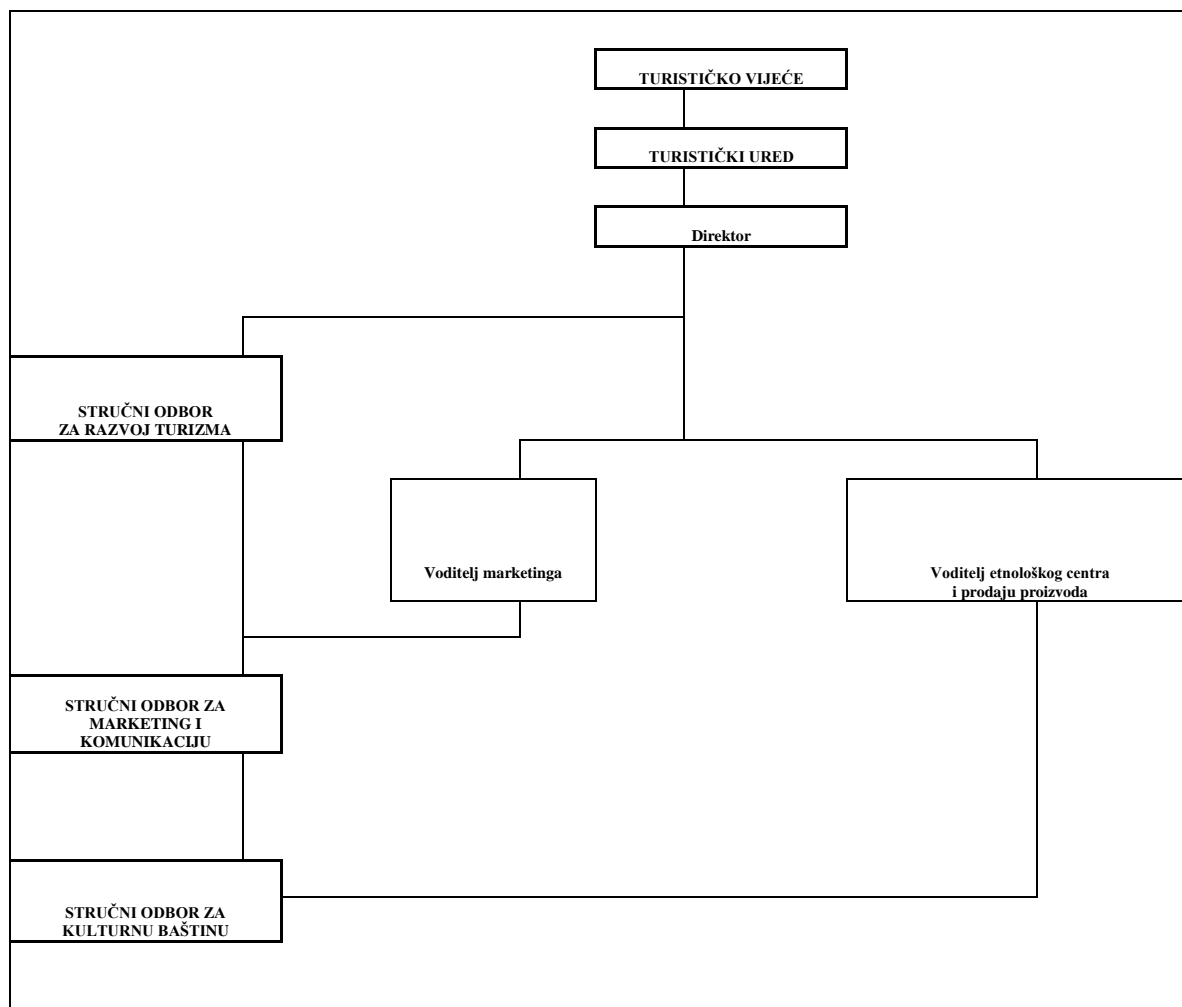
Preseljenjem ureda u prostorije Etnološkog centra baranjske baštine, pred TZ Baranje se postavljaju novi zadaci. TZ Baranje se nakon preseljenja na novu lokaciju treba restrukturirati jer će dobiti nove zadatke od upravljanja objektom Etnološkog centra do upravljanja ukupnom turističkom destinacijom tj. prerasti u destinacijsku menadžment organizaciju-DMO na području koje pokriva. Upravljanje turističkom destinacijom je složen i vrlo zahtjevan posao.

Turistički ured TZ Baranje ima ograničene financijske mogućnosti kojima raspolaže i zbog toga se strategijom ne predviđa zapošljavanje novih osoba u samom uredu. Projektom izgradnje Etnološkog centra baranjske baštine za troje zaposlenika TZ Baranje se sufinanciran dio iznosa bruto plaće. Završetkom projekta, plaće zaposlenika TZ Baranje financirat će se isključivo iz prihoda koje će ostvariti TZ Baranja. Zbog toga je izuzetno bitno da TZ Baranja bude spremna preuzeti upravljanje objektom Etnološkog centra u cijelosti i da istodobno preraste u destinacijsku menadžment organizaciju-DMO koja će upravljati razvojem turizma na području koje pokriva. To će biti izazovan zadatak jer će TZ Baranje trebati provesti ovu strategiju na način da provodi projekte u kojima će moći participirati kao partner kako bi se ostvario nadzor i omogućilo djelomično sufinanciranje plaća zaposlenika dok se cijela strategija razvoja turizma ne provede i stavi u funkciju, te ostvare planirani ekonomski učinci.

Ključ za opravdanost projekta Etnološkog centra i njegovu financijsku i ekonomsku održivost jeste razvoj turizma na području koje pokriva TZ Baranje kako bi se povećao iznos boravišnih pristojbi i turističkih naknada, te donacija i priljev sredstava iz EU projekata. Na taj način osigurao bi se stabilan novčani tok u poslovanju i svakodnevnom obavljanju radnih zadataka TZ Baranje.

Planirana organizacijska struktura TZ Baranje prikazana je u shemi.

Shema 1. Organizacijski ustroj TZ Baranje



Radom TZ Baranje upravljat će turističko vijeće. U TZ Baranje i dalje će biti zaposlena tri djelatnika od kojih će direktor biti izvršni rukovoditelj i zakonski zastupnik TZ Baranje, odgovoran za ukupni rad. U Uredu TZ Baranje formirat će se odjel za marketing i komunikaciju, te odjel za prodaju. Voditelj odjela za prodaju bit će ujedno i voditelj Etnološkog centra

Voditelj odjel za marketing i komunikaciju imat će zadaću i odgovornost za provedbu svih marketing aktivnosti i ispunjavanje zadaća iz komunikacijskog plana. Voditelj Etnološkog centra i odjela za prodaju imat će zadaću i odgovornost za vođenje ukupnog poslovanja Etnološkog centra u cjelini, te osmišljavati sadržaje, proizvode i prodaju unutar Etnološkog centra, te na razini ukupne destinacije TZ Baranje.

U okviru DMO uspostaviti će se stručni odbor za razvoj turizma, stručni odbor za marketing i komunikaciju i stručni odbor za kulturnu baštinu. Stručni odbori radit će po potrebi i za svoj rad dobivati naknadu a činili bi ga stručni ljudi iz javnog sektora, civilnog sektora i sektora

gospodarstva. Odbori bi imali ulogu stručnih tijela s ciljem da pomažu u radu, usmjeravaju i daju prijedloge za bolji rad DMO, odnosno TZ Baranje.

Stručni odbor za razvoj turizma imat će zadatak predlagati nove projekte koji doprinose razvoju turizma na razini destinacije.

Stručni odbor za marketing i komunikaciju imat će zadatak predlagati uspješne taktike u provedbi marketing aktivnosti i komunikacijske strategije koje doprinose razvoju turizma.

Stručni odbor za kulturnu baštinu činit će predstavnici iz sektora kulture i udruga a bit će zaduženi za osmišljavanje kulturnog programa te poticanje i podršku razvoja kulturnog turizma na razini destinacije.

Uspješna provedba ove strategije ovisit će i o upravljanju procesima unutar sustava Turističke zajednice Hrvatske i pretpostavlja organizacijske prilagodbe na razini Ministarstva turizma u okviru funkcioniranja turističkih zajednica te međuresorne suradnje ministarstava i ureda povezanih s turističkom aktivnošću.

To prije svega podrazumijeva povećanje učinkovitosti sustava Turističkih zajednica i njihovu orijentaciju za sustavnu provedbu poslova destinacijskog upravljanja. Današnje turističke zajednice potrebno je kroz proces racionalizacije sustava i teritorijalnog okrupnjavanja dovesti u situaciju da prerastu u prave destinacijske menadžment organizacije (DMO). Za to je potrebno turističke zajednice kadrovski ojačati i ekipirati, osigurati im dodatnu edukaciju za poslove upravljanja destinacijskim razvojem u svrhu jačanje konkurentnosti destinacije i sposobnosti koordinacije i usklađivanja interesa dionika u destinaciji koji često mogu biti u potpuno suprotstavljeni.

U upravljanje destinacijom potrebno je na različite načine pojačano uključiti predstavnike lokalnog stanovništva kako bi se osigurao destinacijski razvoj po mjeri lokalne zajednice, pri čemu se treba ugledati na pozitivna europska iskustva formiranja lokalnih akcijskih grupa (LAG-ova) i provedbe CLLD/LEADER strategije.

Mogući dodatni izvor prihoda za turističke zajednice su prihodi od pružanja komercijalnih usluga kojima se neće narušavati tržišna utakmica. Lokalne turističke zajednice trebat će se pojačano baviti razvojem i unapređenjem sustava destinacijskih turističkih doživljaja kroz povezivanje različitih razvojnih dionika (javnog, gospodarskog i civilnog sektora).

U tu svrhu bit će potrebno ojačati TZ Baranje u organizacijskom, kadrovskom i financijskom smislu, a to neće biti moguće bez osjetnog jačanja i razvitka turizma na području Baranje. Jedino se jačanjem i razvojem turizma na području Baranje mogu stvoriti financijske pretpostavke da se iz sredstava boravišne pristojbe, turističkih članarina, donacija i pružanja komercijalnih usluga osigura dovoljno sredstava za financijsku samodostatnost i održivost. Značajnu ulogu pri tome mogu imati sredstva sufinanciranja iz EU fondova u kojima bi TZ Baranje bila partner u provedbi

čime bi se osigurao nadzor nad samom realizacijom projekata uz mogućnost zapošljavanja turističkih djelatnika kroz projekt.

Za pretvaranje TZ Baranje u DMO bit će potrebno poduzeti ozbiljnu reorganizaciju i restrukturiranje postojećeg djelovanja turističkih zajednica na području Baranje u što je potrebno uključiti sve ključne dionike počevši od javne uprave, gospodarstvenika koje su izravno ili neizravno vezani uz turizam i civilni sektora, uz odgovarajuće zakonske pretpostavke na nacionalnoj razini. Ukoliko bi se mijenjale zakonske odredbe o radu turističkih zajednica i došlo do njihovog povezivanja i okrupnjavanja s ciljem organizacijskog, kadrovske i financijskog jačanja to bi moglo zahtijevati izradu nove strategije razvoja turizma na području cijele Baranje.

Ovom strategijom i planom upravljanja Etnološkim centrom predviđa se da zaposlenici TZ Baranje u okviru svojih redovitih djelatnosti pružaju sve potrebne informacije posjetiteljima u skladu sa svojim mogućnostima.

Za vrijeme boravka turista u Etnološkom centru TZ Baranje će osigurati stručno vođenje kroz postav angažiranjem stručnih osoba kao i prilikom organiziranja edukacija.

Na prodaji suvenira koja će biti bit će organizirana kao komisiona prodaja zaposlit će se osoba koja ima zaključen Ugovor na određeno radno vrijeme i neće opterećivati proračun TZ Baranje.

U budućem radu i razvoju Etnološkog centra baranjske baštine značajnu ulogu imat će udruge koje djeluju na području TZ Baranje i posvećene su djelatnostima u kulturi. Na području Grada Belog Manastira djeluje 11 udruga u kulturi koje u svojim programima rada i aktivnostima njeguju i promiču etnološku baštinu stanovnika ovog područja. Na tematskim radionicama koje su organizirane tijekom izrade ove strategije udruge su imali različite stavove o modelu razvoja Etnološkog centra „Baranjske baštine“ što ne začuđuje s obzirom na različite interese. Na radionicama se maksimalna pozornost posvetila mogućnostima financiranja projekta koje udrugama nude različita Ministarstva (Ministarstvo kulture, Ministarstvo turizma, Ministarstvo malog poduzetništva i Ministarstvo poljoprivrede).

Na tematskim radionicama je iznesen stav da većina udruga na području Grada Belog Manastira i ostalih jedinica lokalne samouprave s područja koje pokriva TZ Baranje, drži da su „male“ i da im primjenom novog Zakona o udrugama i novim pravilima financijskog poslovanja prijete gašenje jer ne vide mogućnosti za nastavak rada ili dosadašnje osobe koje zastupaju udrugu ne žele to više raditi iz straha zbog sve zahtjevnijeg administrativnog pristupa što je jedan od ograničavajućih čimbenika.

Od udruga se očekuje aktivan pristup u projektu Etnološkog centra baranjske baštine jer bi trebale osmisliti i ponuditi projekte naslonjene na Etnološki centar baranjske baštine. Tijekom provedbe projekta udruge u kulturi će oplemeniti sadržaj etno centra na način da će unutar njega i u vanjskom dvorištu (vrtni paviljon s pozornicom i sjedećim mjestima) uprizoriti tradicijska događanja, a sudjelovat će u stručnim edukacijama projekta i sudjelovati u snimanju dokumentarnih filmova o tradicijama ovog kraja.

Poduzetnički centar Beli Manastir d.o.o. u suradnji s TZ Baranje organizirat će posebne tematske okrugle stolove samo za predstavnike udruga u kulturi na kojima će se vidjeti kakvim organizacijskim, kadrovskim i financijskim mogućnostima raspolažu udruge koje bi se mogle uključiti u rad Etnološkog centra. Na okruglom stolu će se definirati i konkretni programi i projekti koji će se prijaviti na natječaj Ministarstva kulture za iduću godinu sukladno potrebama Etnološkog centra u okviru jednogodišnjih i višegodišnjih programa, a u kojima bi TZ Baranje bila partner u provedbi. To će ujedno biti prilika TZ Baranje da kao partner kroz višegodišnje projekte osigura sufinanciranje dijela plaća za svoje zaposlenike. Pri tome je najvažnije osigurati nadzor da kod korištenja sredstava iz različitih izvora ne dođe do dvostrukog financiranja istog projekta.

Na temelju ulaganja u izgradnju Etnološkog centra „Kuća baranjske baštine“ stvara se jezgra oko koje se mogu graditi projekti i organizirati tematske rute s obzirom na bogatu kulturno-povijesnu baštinu u što je uključeno nekoliko dvoraca na području Baranje koje je potrebno obnoviti, restaurirati i staviti u funkciju kao prihvatilište za lovce i druge visoko platežne turiste do 2020. godine.

7.4. Strateški ciljevi i mjere za razvoj Etnološkog centra

Za realizaciju razvojne vizije Etnološkog centra potrebno je odrediti dugoročne, strateške ciljeve razvoja. Strateški ciljevi određuju smjer kretanja budućih razvojnih procesa Etnološkog centra baranjske baštine kao središnjeg mjesta za razvoj kulturnog turizma u Baranji.

Temeljni strateški ciljevi Etnološkog centra baranjske baštine su:

- 1. stvaranje prepoznatljivog proizvoda kulturnog turizma na području Baranje**
- 2. jačanje kapaciteta kulturnog turizma**
- 3. podizanje svijesti o vrijednosti područja**

7.5. Opis mjera za dostizanje ciljeva

Zbog toga su ovom strategijom definirana i prioritetna područja te mjere za dostizanje ciljeva kako je to prikazano u tablici.

Tablica 11: Ciljevi, prioriteti i mjere

CILJ 1	Stvaranje prepoznatljivog proizvoda kulturnog turizma na području Baranje
PRIORITETI	MJERE
1.1. Povećanje prepoznatljivosti destinacije	1.1.1. Jačanje promotivnih sposobnosti TZ Baranje 1.1.2. Otvaranje novih kanala komunikacije TZ Baranje 1.1.3. Organiziranje inovativnih kulturnih i zabavnih sadržaja na temu baranjske baštine

1.2. Obogaćivanje turističke ponude	1.2.1. Stvaranje novih turističkih proizvoda 1.2.2. Razvoj novih suvenira
1.3. Međusektorsko povezivanje	1.3.1. Razvoj partnerstva s obrazovnim institucijama, kulturnim ustanovama i udrugama vezanim uz kulturu 1.3.2. Poslovnog povezivanje sa sličnim institucijama u RH i inozemstvu 1.3.3. Jačanje poslovnog povezivanja s turističkim agencijama, JUPP Kopački rit i drugim djelatnicima u turizmu
CILJ 2	Jačanje kapaciteta kulturnog turizma
PRIORITETI	MJERE
2.1. Snažjenje lokalnih kapaciteta za kulturni turizam	2.1.1. Jačanje znanja stanovnika o kulturnom turizmu 2.1.2. Jačanje udruga koje se bave djelatnostima kulture 2.1.3. Uključivanje stanovnika u programe kulturnog turizma
2.2. Jačanje ljudskih kapaciteta	2.2.1. Poticanje razvoja ljudskih kapaciteta u kulturnom turizmu (turistički vodiči, Odjel kulturologije na Filozofskom fakultetu u Osijeku) 2.2.2. Poticanje prodajnih vještina u kulturnom turizmu i turizmu općenito
CILJ 3	Podizanje svijesti o vrijednosti područja
PRIORITETI	MJERE
3.1. Očuvanje materijalne i nematerijalne kulturne baštine	3.1. 1. Edukacije o očuvanju kulturne baštine, tradicijskih običaja i arhitektonskih vrijednosti područja 3.1.2. Podizanje svijesti o vrijednostima područja i gospodarskom korištenju tih vrijednosti
3.2. Korištenje vrijednosti područja u gospodarske svrhe	3.2.1. Obnova i izgradnja drugih objekata kulturnog turizma i stavljanje u turističku funkciju 3.2.2. Brendiranje karakterističnih „baranjskih proizvoda“ 3.2.3. Promocija vrijednosti Baranje

7.6. Plan aktivnosti TZ Baranje

Za realizaciju plana aktivnosti TZ Baranje preduvjeti su:

1. dovršiti u predviđenom roku izgradnju Etnološkog centra baranjske kulturne baštine,
2. izraditi Akcijski plan razvoja kulturnog turizma na području Baranje u suradnji s Ministarstvom kulture RH, jedinicama lokalne samouprave i turističkim zajednicama koje djeluju na području Baranje,
3. organizirati edukacije za zaposlenike TZ Baranje i za potencijalne korisnike Etnološkog centra, te za osobe koje se namjeravaju baviti pružanjem turističkih usluga i sadržaja,

4. povećati broj fizičkih i pravnih osoba koje se bave djelatnosti turizma i smještaja na području koje pokriva TZ Baranje,

5. identifikacija novih projekata koji su inovativni i doprinose jačanju imidža destinacije,

6. poticanje razvoja kulturnih tematskih cesta i putova (povijesne ceste, vinske ceste, vjerske ceste) s jasnim razvojnim kriterijima i sustavima upravljanja,

7. prilagođavanje radnog vremena potrebama turista i korištenje suvremene tehnologije i Internet mreže da se sadržaj približi što većem broju potencijalnih posjetitelja uz prijevode na više stranih jezika,

8. proširivanje ponude dodatnim uslugama vezanim uz zabavu i sportske aktivnosti

Sukladno ciljevima i prioritetima razvoja za sljedeće razdoblje TZ Baranje je utvrdila akcijski plan provedbe strategije razvoja za razdoblje 2015.-2020. godine. Aktivnosti su usmjerene na ostvarenje zacrtanih ciljeva te na organizacijski razvoj.

Kod izrade akcijskog plana vodilo se računa i o raspoloživim resursima (primarno ljudskim) te dostupnosti sredstava potrebnih za realizaciju zacrtanih ciljeva. Naglasak je na određivanju realno provedivih aktivnosti za planirano razdoblje.

Za potrebe učinkovitog djelovanja TZ Baranja ne planira povećavati broj stalno zaposlenih, a u skladu s financijskim mogućnostima uzimat će se osobe na određeno radno vrijeme, te koristiti mlade obrazovane osobe koje će se primati na stručno usavršavanje u sklopu mjera aktivnog zapošljavanja.

Provedbu aktivnosti iz ovog akcijskog plana sustavno će pratiti Turističko vijeće TZ Baranje, koordinacija će biti povjerena Predsjedniku turističkog vijeća, dok su za samu provedbu određeni nositelji po aktivnostima.

Tablica 12: Plan aktivnosti za razdoblje 2015.-2020. godine

#	Planirane aktivnosti / očekivani rezultati	Razdoblje	Nositelji
Cilj 1: Povećanje atraktivnosti, inovativnost i konkurentnosti u turizmu			
1.1.	Organiziranje Baranjskih tematskih foruma za turističke djelatnike	Rujan –prosinac 2015.	Ured TZ Baranje, JLS, Udruga Slap, poduzetnici, udruge
<i>Očekivani rezultati:</i>			
<ul style="list-style-type: none"> • Održana 2 tematska foruma s najmanje 40 sudionika • Uspostavljena najmanje 2 modela poslovne suradnje 			
1.2.	Organiziranje tematskih foruma za turističke djelatnike 1. Upoznavanje turističkih djelatnika sa standardima turističke djelatnosti 2. Način ostvarivanja potpora u turizmu	Siječanj 2016	Ured TZ Baranje, Udruga Slap, Ministarstvo turizma,

<p><i>Očekivani rezultati:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Održana 2 tematska foruma sa najmanje 40 sudionika Podignuta razina znanja o standardima turističke djelatnosti i načina ostvarivanja potpora u turizmu 			
1.3.	Povezivanje turističkih djelatnika s ciljem stvaranja partnerstava i poslovnog povezivanja sa znanstvenim institucijama u cilju razvoja turističkog proizvoda i ponude te razvoja udruga i klastera u turizmu	Veljača -lipanj 2016	Ured TZ Baranje Institut za turizam, Ekonomski fakultet, LAG Baranja
<p><i>Očekivani rezultati:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Osnivanje turističke agencije na području Branje i najmanje 2 udruge vezne uz turizam 			
1.4.	Održavanje radionica za mikro i male poduzetnike u turizmu	Rujan-prosinac 2016	TZ Baranje, Ministarstvo turizma, lokalni poduzetnici, LAG Baranja, Poduzetnički centar BM
<p><i>Očekivani rezultati:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Održano 3 radionica s najmanje 45 sudionika Podignuta razina znanja o turizmu, kreiranju i promociji kulturnih turističkih proizvoda, zajedničkom nastupanju na tržištu i unapređenju usluga opskrbe pripremljenom hranom i pićem 			
Cilj 2: Razvoj ljudskih resursa			
2.1.	Izrada curriculuma za edukacijske programe	Srpanj-rujan 2015	TZ Baranje, Udruga SLAP, Ekonomski fakultet Osijek
<p><i>Očekivani rezultati:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Izrađena 4 curriculuma za jačanje kapaciteta za upravljanje u turizmu 			
2.2.	Održavanje foruma za udruge u kulturi na temu „Što možemo ponuditi Etnološkom centru“	Kolovoz-rujan 2015	Udruga Slap, lokne udruge Poduzetnički centar BM
<p><i>Očekivani rezultati:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Izrađena najmanje 4 programska prijedloga za Ministarstvo turizma RH u svrhu upotpunjenja ponude u Etnološkom centru 			
2.3.	Organiziranje radionica za mlade poduzetnike u turizmu	Svibanj-prosinac 2016	TZ Baranje, SLAP, Poduzetnički centar
<p><i>Očekivani rezultati:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Osposobljeno 10 mladih poduzetnika za ruralni turizam kroz 3 modula edukacije 			
2.4.	Edukacijski program za razvoj administrativnih kapaciteta za EU projekte	rujan-prosinac 2016	TZ Baranje, SLAP, Poduzetnički centar
<p><i>Očekivani rezultati:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> 12-15 mladih visokoobrazovanih ljudi osposobljeno za administriranje i provedbu projekata prema EU standardima 			
Cilj 3: Povećanje turističke potrošnje			
3.1.	Izrada plana javnih kulturnih događanja na području Baranje	Rujan –prosinac 2015	Ured TZ, JLS
<p><i>Očekivani rezultati:</i></p>			

<ul style="list-style-type: none"> Izrađen jedinstveni plan kulturnih događanja na području Baranje i akcijski plan sudjelovanja TZ Baranje 			
3.2.	Sudjelovanje u organizaciji javnih kulturnih i turističkih događanja na području Baranje	Siječanj-prosinac 2015, 2016,2017,2018,2019, 2020	TZ Baranja i članovi TZ Baranje
<p>Očekivani rezultati:</p> <ul style="list-style-type: none"> TZ Baranje aktivno sudjelovao u najmanje 6 javnih događanja svake godine na području Baranje 			
3.3.	Održavanje radionica za mikro i male poduzetnike- prodajne vještine	Rujan-prosinac 2015	TZ Baranje, Udruga Slap, Institut za turizam , Poduzetnički centar B.M.
<p>Očekivani rezultati:</p> <ul style="list-style-type: none"> Održane 2 radionice s najmanje 30 sudionika 			
3.4.	Priprema i provedba promotivna kampanje	Siječanj-travanj 2016	TZ Baranje, Slap, LAG, JLS
<p>Očekivani rezultati:</p> <ul style="list-style-type: none"> Izrađen plan promotivne kampanje Provedena promotivna kampanja 			
Cilj 4: Očuvanje kulturne baštine i podizanje vrijednosti područja			
4.1.	Izrada marketing plana za TZ Baranje	Rujan-prosinac 2015	TZ Baranje, Slap
<p>Očekivani rezultati:</p> <ul style="list-style-type: none"> Izrađen marketing plan pozicioniranja TZ Baranje 			
4.2.	Izrada plana javnih kulturnih događanja na području Baranje	Rujan –prosinac 2015	TZ Baranja, JLS,
<p>Očekivani rezultati:</p> <ul style="list-style-type: none"> Izrađen jedinstveni plan kulturnih događanja na području Baranje i akcijski plan sudjelovanja TZ Baranje 			
4.3.	Sudjelovanje u organizaciji javnih kulturnih događanja na području Baranje	travanj-prosinac 2016.-2020.godine	TZ Baranje, Članovi TZ Baranje
<p>Očekivani rezultati:</p> <ul style="list-style-type: none"> TZ Baranje aktivno sudjelovao u najmanje 10 javnih događanja na području Baranje 			
4.4.	Održavanje radionica stručne radne skupine za brendiranje proizvoda Baranje	svibanj-listopad 2016.	TZ Baranje, LAG Baranja, SLAP, Ministarstvo poljoprivrede, JLS
<p>Očekivani rezultati:</p> <ul style="list-style-type: none"> Izrađen operativni plan brendiranja Baranje te plan zaštite 2-4 lokalna proizvoda 			
4.6.	Priprema i provedba promotivne kampanje	Siječanj -travanj 2016	TZ Baranje, SLAP, JLS
<p>Očekivani rezultati:</p> <ul style="list-style-type: none"> Izrađen plan promotivne kampanje Provedena promotivna kampanja 			

7.7. Planirani projekti

Tijekom izrade razvojne strategije turizma i plana upravljanja Etnološkim centrom baranjske baštine upućen je javni poziv za dostavljanje razvojnih projektnih ideja i gotovih projekta javnom, gospodarskom i civilnom sektoru.

U cilju povećanja broja projekata održana je i posebni forum za predstavnike udruga koje se bave očuvanjem kulturne baštine kako bi im se pomoglo da dođu do kvalitetnih jednogodišnjih i trogodišnjih programa potreba u kulturi s ciljem da upotpune sadržaje Etnološkog centra baranjske baštine.

Popis planiranih projekata za razvoj turizma nalazi se u prilogu ove strategije i njezin je sastavni dio.

Realizacijom navedenih projekata, prema procjeni, stvorili bi se uvjeti za novo zapošljavanje najmanje 80 osoba u turističkom sektoru što bi bio značajan doprinos s obzirom na postojeću situaciju s nezaposlenošću.

7.7.1. Marketing aktivnosti

Aktivnosti marketinga usmjerit će se prema prije svega prema domaćem tržištu pri čemu će fokus biti umjeren na organizirane skupine školske djece ne samo s područja Baranje, nego s područja Osječko-baranjske županije i šire s područja Republike Hrvatske i iz inozemstva koja će posjetiti Etnološki centar.

Prema dostupnim podacima na području Baranje ima 11 matičnih škola i 21 područna škola koje pohađa 3.478 učenika i tri srednje škole s 1.000 učenika.²⁴

Navedeni broj djece predstavlja značajnu ciljanu grupu prema kojoj će se usmjeriti marketing aktivnosti kroz publikacije, letke, radijske emisije i neposredne kontakte sa školama.

Etnološki centar baranjske baštine trebao bi u budućnosti kroz suradnju s Javnom ustanovom park prirode „Kopački rit“ stvoriti bitnu poveznicu između kulturnih sadržaja i vrijednosti koje nudi Baranja i izletničke vrijednosti zaštićene prirodne baštine Kopačkog rita.

Zbog toga za drugu skupinu marketing aktivnosti činiti aktivnosti usmjerene prema turističkim agencijama za koje će se osmisliti i realizirati jednodnevne i dvodnevne tematske rute koje će uključivati posjete Kopačkom ritu i posjete obnovljenim povijesnim dvorcima Baranje. Turistička zajednica Baranje zajedno s turističkim agencijama izradit će plan jednodnevnih i višednevnih tematskih ruta za turiste s jasno utvrđenim tematskim i vremenskim okvirom takve rute i ponuditi tržištu. Turističkim agencijama dostavljat će se informativni materijali namijenjeni pojedinicima

²⁴ Izvor: www.lag.baranja.hr: Lokalna razvoja strategija 2013.-2014-LAG Baranja, str. 25

sektorima i ciljanim skupinama kako bi se privukli potencijalni korisnici Etnološkog centra baranjske baštine.

Treću skupinu marketing aktivnosti čine aktivnosti usmjerene prema tzv. „zlatnoj dobi“ – domaćim i inozemnim umirovljenicima iznad 60 godina koja aktivno putuje i zainteresirani su za obilazak sadržaja kulturnog turizma i glavnih atrakcija. Ova skupina turista cijeni udobnost smještaja, cjenovno su osjetljivi, putuju pretežito u proljeće i jesen a najviše uvažavaju preporuke kao izvor informacija. Ova skupina posjetitelja je osobito zanimljiva stoga što pruža mogućnost cjelogodišnjeg turizma i zbog toga im treba posvetiti posebnu pažnju uz organiziranje kraćih rekreativnih tura praćenih šetnjom u prirodi. Marketing aktivnosti upriličit će se kroz marketing miks tako da će se nuditi popusti za umirovljenike za cjelodnevni ili višednevni boravak na području koje pokriva TZ Baranje.

Četvrtu skupinu marketing aktivnosti čine aktivnosti usmjerene prema organizatorima poslovnih putovanja. Riječ je o specijaliziranim posrednicima za poslovna putovanja koja se odvijaju pretežito u proljeće i u jesen. Ova skupina posjetitelja preferira atraktivnije destinacije i višu kvalitetu usluga što se može zadovoljiti usmjeravanjem dijela baranjskih poduzetnika na pružanje takvih vrsta turističkih usluga koja će sadržavati mogućnosti održavanja poslovnih tim-buildinga u adekvatnim prostorima uz moguće pružanje sportskih i rekreativnih usluga (point-ball, mali nogomet, košarka, plivanje) kao što je sportski kompleks „Bazeni“ u Kn. Vinogradima. Marketing aktivnosti ovoj skupini korisnika usmjeravat će se putem posebnih ponuda koje će biti osmišljene prema organizatorima poslovnih putovanja.

7.8. Očuvanje kulturne baštine i podizanje vrijednosti područja

Mjerama očuvanja kulturne baštine, tradicijskih običaja i arhitektonskih vrijednosti područja poticat će se programi i projekti kojima je cilj očuvati kulturnu baštinu i tradicijske vrijednosti područja Baranje. Sam projekt izgradnje Etnološkog centra baranjske baštine predstavlja specifični oblik turističke ponude kroz kulturni turizam i znači obogaćivanje ukupne turističke ponude Baranje. Istodobno, Etnološki centar ima ulogu i čuvara kulturna baštine područja Baranje.

TZ Baranje kroz projekt izgradnje Etnološkog centra podupirat će se projekti „Baranjskih buša“, „Baranjskog bećarca“ i drugih manifestacija koje doprinose raznolikosti turističke ponude Baranje. U sklopu ove mjere podupirat će se projekti i programi kojima je cilj evidentirati, registrirati, katalogizirati i javnosti prezentirati arhitektonske vrijedne objekte na području Baranje i arhitektonski specifične objekte za područje Baranje kao što su podrumi u lesu ili baranjska kuća.

Poseban naglasak u svim projektima bit će na podizanju i jačanju svijesti o vrijednosti područja u etnološkom i ekonomskom smislu, kako bi Baranja postala prepoznatljiva kao jedinstveno područje na turističkoj karti Republike Hrvatske.

8. KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA

Komunikacijska strategija provedbe i praćenja provedbe Strategije razvoja upravljanja etnološkim centrom „Baranjske kulturne baštine“ bit će usmjerena na informiranje ciljnih skupina i poticanje ciljnih skupina na aktivno uključivanje u provedu ove strategije.

Na taj način ostvarit će se dvosmjerna komunikacija s ciljanim skupinama kako bi se ciljane skupine istodobno izvještavalo o provođenju same strategije te podizala svijest o njihovoj važnosti razvoj turističke ponude na području koje pokriva TZ Baranja i održivosti projekta Etnološkog centra baranjske baštine kao novog turističkog proizvoda u ovom prostoru čiji je temeljni cilj valorizirati domicilnu kulturnu baštinu sa svrhom očuvanja i podizanja vrijednosti područja.

Komunikacijskom strategijom doprinosit će se podizanju svijesti svih dionika o njihovoj ulozi u provedbi strategije razvoja turizma i planu upravljanja etnološkim centrom baranjske baštine, te informirati javnost i sve partnere o značaju etnološkog centra za ujednačen razvoj turizma, a osobito kulturnog turizma na području Baranje.

Kako bi javnost bila upoznata s provedbom ciljeva, prioriteta i mjera iz ove strategije plan je obratiti se sljedećim ciljanim skupinama:

- Suradnicima/partnerima u izradi ove strategije iz javnog, poslovnog i civilnog sektora
- Medijima
- Turističkim agencijama i drugim turističkim zajednicama na području osječko-baranjske županije i Republike Hrvatske
- Svim građanima na području koje pokriva TZ Baranje i šire

Komunikacijska strategija definirana je u uskoj suradnji s partnerima okupljenim oko izgradnje Etnološkog centra i TZ Baranje koji su bili angažirani oko i na izradi ove strategije.

Opći cilj komunikacijske strategije je informirati ciljne skupine o provedbi aktivnosti i mjera iz ove strategije kako bi se postigla dvosmjerna komunikacija.

Temeljna načela na kojima će temeljiti sve komunikacijske aktivnosti u okviru provedbe ove strategije su:

- Informacije će biti prezentirane u jasnom i lako razumljivom obliku
- Informacije će biti prilagođene ciljnim skupinama kojima su namijenjene
- Informacije će biti prilagođene specifičnostima komunikacijskih kanala preko kojih će biti odaslane

- Informacije će biti objavljivane redovito kako bi se osigurao kontinuiran utjecaj na ciljne skupine
- Svi partneri bit će aktivno uključeni u proces informiranja javnosti s posebnim naglaskom na pripremu informativnog sadržaja, strukturi informacija i odabiru prikladnog medija.
- Pri provedbi komunikacijske strategije posebna pozornost bit će usmjerena na osiguranje jednakog pristupa informacija svim ciljanim skupinama i pojedincima.

Provedba Komunikacijske strategije i upoznavanje šire javnost sa Strategijom upravljanja Etnološkim centrom „Baranjske kulturne baštine“ i važnosti ove strategije za društveno-ekonomski razvoj usmjerena je na širu zajednicu područja Baranje. Ovdje se prije svega misli na širu zajednicu onih dionika koji nisu izravno uključeni u provedu strategije, ali koje se provedbom strategije želi potaknuti na aktivan angažman u provedi aktivnosti važnih za ostvarenje ciljeva ove strategije.

Najvažniji cilj je informirati javnost, podići svijest i razumijevanje o važnosti ove strategije, omogućiti ciljanim skupinama razumijevanje prioriteta i mjera kao i samu svrhu strategije i njezinu usklađenost s ostalim strateškim dokumentima na regionalnoj, nacionalnoj i europskoj razini kako bi se optimalno iskoristili svi raspoloživi ljudski i materijalni resursi u ostvarenju zajedničke vizije.

Pristup informacijama

U skladu sa zakonodavstvom Republike Hrvatske Plan komunikacije će voditi računa o pravu na jednak pristup informacijama. Model komunikacije prilagodit će se pojedinim ciljanim skupinama. Svi materijali bit će dostupni u prikladnim formatima te će pravo na informaciju biti zajamčeno svima kroz upotrebu lako dostupnih i prilagodljivih oblika distribucije informacija (službena web-stranica TZ Baranje, dostupne društvene mreže itd).

Plan komunikacijskih aktivnosti prema pojedinim ciljanim skupinama:

Komunikacijske aktivnosti su usmjerene prema različitim skupinama pojedinaca i pravnih osoba s lokalne i regionalne razine kao i prema pojedinim sektorima, gdje svi imaju različite potrebe koje zahtijevaju posebne metode komunikacije.

Sudionici/partneri u izradi Strategije iz svih sektora

Službena internetska stranica TZ Baranje, kao nositelja izrade i provedbe Strategije, redovito će objavljivati relevantne informacije vezane uz provedbu Strategije te tijekom godine, ovisno o iskazanoj potrebi, održavati konzultacijske sastanke zbog razmjene i širenja informacija. Informacije će biti namijenjene tijelima i institucijama, te pojedincima na regionalnoj i nacionalnoj razini, kao i na razini statističkih regija čije aktivnosti imaju, bilo posredno bilo neposredno, utjecaj na okvir za provedbu Strategije.

Turistički ured TZ Baranje bit će polazna točka u pripremi svih informacija koje se tiču provedbe strategije te njezinih postignuća. U Turističkom uredu TZ Baranje kreirat će se informativni materijali namijenjeni pojedinim sektorima i ciljanim skupinama o procesu provedbe ciljeva, prioriteta i mjera iz ove strategije, prikupljati i analizirati prispjele informacije od strane građana, potencijalnih korisnika, odgovarati na eventualna pitanja i biti u stalnoj komunikaciji s ostalim tijelima na regionalnoj i nacionalnoj razini.

Posebna pozornost posvetit će se potencijalnim korisnicima koji se nalaze na području koje pokriva TZ Baranje kako bi se imala mogućnost ravnopravno sudjelovati u razvojnim projektima ili aktivnostima pod svakim razvojnim prioritetom/mjerom predviđenim u ovoj strategiji. Neophodno je da potencijalni korisnici znaju i razumiju koje se im se mogućnosti nude i na koji način oni mogu ostvariti svoju korist. Stoga će se kontinuirano raditi na informiranju i komunikaciji, te edukaciji potencijalnih korisničkih skupina kao što su poduzetnici, udruge, javni sektor, ustanove i drugi.

Mediji

Rad s medijima će biti uređen tako da osigura širenje informacija o razvojnoj strategiji i dopiranje informacija do različitih ciljnih skupina iz različitih sektora. Mediji (posebno oni lokalni) služiti će kao komunikacijski kanali za prijenos informacija, ne samo široj javnosti, nego i potencijalnim korisnicima. Komunikacija s medijima bit će proaktivna, a obuhvaćat će izradu priopćenja za tisak, brošure, letke i obavijesti za medije koji će omogućiti pravovremeno pružanje traženih informacija te informiranje o pojedinim projektima koji se „naslanjaju“ na ovu strategiju.

Građani i šira javnost

Od iznimne važnosti je upoznati širu javnost s ciljevima, prioritetima i mjerama iz ove strategije, te načinom provedbe i praćenja. Građani i šira javnost bit će upoznata upoznata s ovom strategijom putem internetskih stranica svih relevantnih dionika na čijim će stranicama također biti poveznica (linkovi) na službenu stranicu TZ Baranje.

Lokalni i regionalni mediji imat će značajnu ulogu u prijenosu informacija ciljanoj skupini, posebno kroz objavu u nacionalnom, regionalnom i lokalnom tisku te putem emisija i promidžbi na radiju i televiziji kako bi se podigla svijest o značaju i učincima provedbe strategije.

Kako bi se podigla svijest o značaju Strategije te prikupile i distribuirale relevantne informacije na službenoj internetskoj stranici TZ Baranje bit će trajno prezentiran dio informacija iz ove strategije (predstavljanje Ciljeva, Prioriteta i Mjera kao osnovnih odrednica iz strategije i akcijskog plana), dok će se tekuće informacije prezentirati putem web-priloga. Birane informacije distribuirat će se putem drugih internetskih portala, ovisno o njihovoj posjećenosti i ciljanoj skupini kojoj se obraćaju.

9. EKONOMSKI UČINCI

Očekivani učinci turističke aktivnosti i Etnološkog centra baranjske baštine u razdoblju od 2015.-2020. godine mogu se podijeliti u dva razdoblja:

1. razdoblje od 2015.-2017. godine
2. razdoblje od 2018.-2020. godine

U razdoblje do 2017. godine potrebno je učiniti dodatne napore da se ojača TZ Baranje, da se uklone manja razvojna ograničenja i pripreme razvojni projekti naznačeni u ovoj strategiji te provede akcijski plan i tržišno pozicionira Etnološki centar baranjske baštine. Unatoč očekivanoj uspješnoj provedbi većine planiranih mjera iz ove strategije, u ovom razdoblju nije moguće očekivati značajnije ekonomske učinke u odvijanju turističke djelatnosti.

U razdoblju od 2018. do 2020. godine, u uvjetima otklonjenih razvojnih ograničenja i završenih priprema projekta sufinanciranih sredstava iz EU fondova te poduzetih mjera na povećanju efikasnosti djelovanja turističkih zajednica i snaženja lokalnih kapaciteta, te stavljanja Etnološkog centra baranjske baštine u punu funkciju mogu se očekivati povratni učinci novih izgrađenih smještajnih kapaciteta i novih sadržaja namijenjenih povećanju kvalitete i raznolikosti turističke ponude na području koje pokriva TZ Baranje.

Realizacijom strategije očekuju se otvaranje i zapošljavanje najmanje 80 novih radnika u sektoru turizma što će se odraziti na povećanu ukupnu kvalitetu turističkog sektora na području Baranje, te na fiskalne kapacitete proračuna jedinica lokalne samouprave i na povećane prihode TZ Baranje koje će ostvarivati od boravišne pristojbe, turističkih naknada, donacija i sredstava potpore iz projekata koji se financiraju iz EU fondova.

Planiranim rastom zapošljavanja u sektoru turizma, potaknut će se zapošljavanje mlade i stručne radne snage u ruralnim područjima što je jedna od temeljnih prioriteta strateškog dokumenta Europa 2020.

ZAKLJUČNO MIŠLJENJE

Društvene promjene u svijetu dovele su do povećanja zarada stanovnika koji imaju sve više slobodnog vremena i mogućnosti da putuju. Znanstvena istraživanja pokazuju čvrstu korelaciju između razvijenosti zemlje i razvijenosti turizma u toj zemlji.

Turizam ima sve veći značaj u hrvatskom gospodarstvu. Pri tome sve veći značaj imaju različiti oblici turizma specijalnih interesa, odnosno selektivni oblici turizma.

Strategija razvoja turizma s planom upravljanja Etnološkim centrom baranjske baštine nije strategija razvoja turizma na ukupnom području Baranje niti ima zadaću to biti. Ona se dovodi se u vezu s razvojem ruralnog turizma na području Baranje u općim dijelovima, ali ne zalazi mikroekonomski u njegovu razradu.

Dokument se sastoji iz dva međusobno povezana dijela. Prvi dio obuhvaća strategiju razvoja turizma na području koje pokriva TZ Baranje, a drugi dio predstavlja plan upravljanja Etnološkim centrom baranjske baštine.

Strategija razvoja turizma zamišljena je kao sustavan program dugoročnih razvojnih ciljeva, prioriteta i mjera zasnovanih na elementima i metodologiji strateškog planiranja i programiranja. Kao temelj strateškom planiranju i programiranju služila je analiza turističke potražnje. U skladu s turističkom potražnjom traženi su odgovarajući sadržaji turističke ponude koji bi mogli zadovoljiti iskazanu potražnju turista u budućnosti.

U procesu izrade strategije razvoja organizirane su dvije sektorske radionice na kojima je izrađena analiza postojećih resursa i utvrđeni potencijali za budući razvoj turizma i Etnološkog centra. Nakon toga su se usvojili zbirna SWOT analiza, te usuglasile vrijednosti, odredili ciljevi i prioriteta.

Na temelju utvrđenih ciljeva i prioriteta izneseni su prijedlozi mjera po ciljevima uz puno uvažavanje metodologije za izradu strateških dokumenata sukladno važećim nacionalnim propisima te propisima i preporukama EU.

Republika Hrvatska određuje se kao destinacija masovnog turizma. Interes suvremenih turista sve više se prebacuje u druge sfere pri čemu posebno zanimanje pobuđuju selektivni oblici turizma kao što su: sportski turizam, avanturistički turizam, „zeleni turizam“ poznat kao ekoturizam, robinzonski turizam, seoski turizam, agroturizam, urbani turizam, city breaks, kulturni turizam, vjerski turizma, kongresni turizam, zdravstveni turizam i drugo. Područje Baranje svojim prirodnim i kulturno-povijesnim obilježjima utkanim u bogatu kulturno-povijesnu baštinu dio su nedovoljno iskorištenog potencijala za razvoj kontinentalnog turizma u Republici Hrvatskoj i selektivnih oblika turizma.

Područje Baranje na kraju 2014. godine raspolagalo je s ukupno 889 smještajnih kapaciteta, od čega u hotelima 17,4 %, privatnim smještajnim objektima 71,9% i ostalim objektima vezanim uz

smještaj 10,7%. Podaci pokazuju trend rasta noćenja na području Baranje u posljednjih 6 godina. Najveći broj noćenja ostvario se u malim privatnim smještajnim kapacitetima.

Gastronomija i enologija su razvijeni i dominantni turistički proizvod jer je područje Baranje poznato kao „mjesto gdje se dobro jede“. Potrebno je znati da su gastronomija i enologija složeni proizvodi koji koriste gotovo svi turisti i zbog toga je vrlo teško biti izrazito prepoznatljiv i jedinstven na tržištu u ovom segmentu.

Na temelju provedene analize utvrđeno je da su perspektivni oblici turizma za područje Baranje: kulturni turizam, cikloturizam, pustolovni i sportski turizam, zdravstveni turizam i poslovni turizam.

U idućem razdoblju TZ Baranje treba raditi na uklanjanju razvojnih ograničenja i posebnu pozornost posvetiti jačanju poduzetničkog interesa u turizmu i ulaganjima u turistički sektor.

Značajan napor treba učiniti na unapređenju turističkog lanca vrijednosti u turističkim destinacijama pri čemu se u velikoj mjeri treba oslanjati na dostupna sredstva iz EU fondova i to iz Europskog fonda za regionalni razvoj (EFRD) i Kohezijskog fonda (CF) za projekte iz Operativnog programa „Konkurentnost i kohezija“; Europskog socijalnog fonda (ESF) za projekte iz Operativnog programa „Jačanje ljudskih resursa“ i Europskog poljoprivrednog fonda za ruralni razvoj (EAFRD) za projekte iz „Programa ruralnog razvoja Republike Hrvatske za razdoblje 2014.-2020. godine“ po mjerama namijenjenim diverzifikaciji nepoljoprivrednih djelatnosti, koordinirano s Lokalnom akcijskom grupom – LAG Baranja kroz pripremu, izradu i provedbu Lokalne razvojne strategije LAG područja Baranje.

Plan upravljanja Etnološkim centrom baranjske baštine temelji se na činjenici da položaj grada Belog Manastira kao upravnog i administrativnog središta Baranje u okruženju brojnih prirodnih potencijala (Kopački rit, rijeke Dunav i Drava, baranjska lovišta, vinske ceste na Banskom brdu, poljoprivredno područje pogodno za „zeleni turizma“ i agroturizam) nije dovoljno vrednovan kroz turizam što je rezultiralo skromnim turističkim razvojem. Grad Beli Manastir treba vratiti prijašnju ulogu tranzitnog mjesta baranjskog turizma kroz proširenje turističke ponude. Uz postojanje hotela s četiri zvjezdice, grad Beli Manastir se odlučio na izgradnju Etnološkog centra „Kuća baranjske baštine“. Kulturno-povijesnu baštinu Baranje potrebno je dodatno vrednovati i iskoristiti kao turistički proizvod i turističku atrakciju. Etnološki centar baranjske baštine treba središte sustava vrednovanja ukupne baranjske kulturno-povijesne baštine. To će biti objekt u kojem će se objediniti baranjska kultura i turizam u novi proizvod – kulturni turizam i kao takav ponuditi tržištu u sklopu proširenja turističke ponude.

Vizija Etnološki centar baranjske baštine je da bude prepoznatljiva i vrhunski vođena turistička destinacija na načelima održivog razvoja koja svojim gostima nudi široko otvoreno srce, gostoljubivost, autentičnost i jedinstveni izvorni doživljaj ukupne vrijednosti područja Baranje

Ključ održivosti kulturnih proizvoda je domaće tržište, lokalno i regionalno jer za takvim proizvodima postoji izraženiji interes i potražnja. Inozemnoj turističkoj potražnji kulturni resursi su zanimljivi samo ako se nudi u okviru tematizirane rute. Ovo je činjenica o kojoj se stalno

vodilo računa pri definiranju ciljeva i plana aktivnosti budućeg Etnološkog centra baranjske baštine.

U sklopu objekta Etnološkog centra nalazite će se stalni postav bogate etnološke zbirke „Kuća baranjske baštine“. Etnološki centar će udovoljavati i sljedećim funkcijama: pružanje informacija, savjetovanje posjetitelja, osiguranje stručnog vođenja, edukacija, prodaja suvenira, održavanje izložbi i događanja te povezivanje turističkih subjekata i promociji područja Baranje.

Turistička zajednica Baranje će se po završetku izgradnje Etnološkog centra preseliti na novu lokaciju i preuzeti u potpunosti upravljanje Etnološkim centrom. Na taj način Etnološki centar će biti središnje mjesto za razvoj kulturnog turizma u Baranji. Preseljenjem na novu lokaciju TZ Baranje se treba restrukturirati jer će dobiti nove zadatke kroz upravljanje objektom Etnološkog centra, a trebat će upravljati i ukupnom turističkom destinacijom tj. prerasti u destinacijsku menadžment organizaciju-DMO na području koje pokriva.

PRILOZI:

Prilog 1.- Plan projektnih ideja 2015.-2020. godine

Prilog 2.- Popis osoba koje su sudjelovale u izradi strategije

Prilog 1. - Plan projektnih ideja 2015.-2020. godine

R/b	Naziv projekta	Nositelj projekta
A	ULAGANJE U TURISTIČKU INFRASTRUKTURU	
1.	Šećeransko jezero – gradsko izletište i odmorište	Grad Beli Manastir, TZ Baranje
2.	Izgradnja poligona za hodanje, šetnice i trim staze s planinskim domom Bansko brdo –rinski putovi	Grad Beli Manastir,TZ Baranje, udruge
3.	Izgradnja poletno-sletne staze u Šećerani za rekreativno-turističke letove	Grad Beli Manastir, privatna inicijativa
4.	Obnova industrijske baština Šećerane i stavljanje u turističku funkciju –hostel, turistički vlakić –„Čiro“	Grad Beli Manastir, TZ Baranje
6.	Biciklistička staza Beremend-Petlovac-Beli Manastir s pratećim sadržajima	Općina Petlovac, Grad Beli Manastir, TZ Baranje
7.	Izgradnja teniskih trena u Kn. Vinogradima	Općina Kn. Vinogradi
8	Rekonstrukcija bazena i izgradnja Aqua-parka u Kn. Vinogradima	Općina Kn. Vinogradi
9.	Izgradnja zatvorenog bazena u Kn. Vinogradima	Općina Kn. Vinogradi
10	Izgradnja „Kuće baranjskog kulina“ u Jagodnjaku	Općina Jagodnjak
11.	Izgradnja biciklističke staze Mohač-Beli Manastir-Darda-s nastavkom Bilje-Osijek („Sulejmanov put)“	Općina Darda, privatna inicijativa
12.	Obnova baranjskih dvoraca u Dardi, Bilju, Tikvešu, Kneževu	JLS,Ministarstvo kulture
B	ULAGANJA U TURISTIČKE OBJEKTE-JAVNO PRIVATNO PARTNERSTVO	
13.	Izgradnja hotela u Kn. Vinogradima –stara vinarija	Privatna inicijativa, Općina Kn. Vinogradi
14.	Izgradnja odmorišta ili hostela za bicikliste na potezu Petlovac-Šećerana (privatna ili javna inicijativa)	Općine Petlovac, Grad Beli Manastir, privatna inicijativa
15.	Izgradnja biciklističke i avanturističke staze –„Bazaltni put“ u Popovcu	Općina Popovac, TZ Baranje
16.	Uređenje jezera „Repnjak“ – uređenja odmorište s kajak i kanuing terenom te ribolovnom stazom	Općina Petlovac, privatna inicijativa/udruge
17.	„Drava rafting“ Belišće-Osijek	Općina Petlovac,, privatna inicijativa/udruge, TZ Baranje
B	KULTURNO-TURISTIČKI PROJEKTI	

18.	Baranjski triatlon na Šećeranskom jezeru ili Dravi	Grad Beli Manastir, TZ Baranje, udruge
19.	Baranja trekking	Grad Beli Manastir, TZ Baranje, udruge
20.	Utrka prijateljstva –Baja-Batina-Vukovar (motorni čamci)	Općina Kn. Vinogradi, TZ Baranje, udruge
21.	Vinski maraton	Općina Kn. Vinogradi, TZ Baranje, udruge
22.	Slama festival	Grad Beli Manastir, TZ Baranje
23.	Međunarodna manifestacija „Tragom Angsterovih orgulja“	Grad Beli Manastir, TZ Baranje, Ministarstvo kulture, udruge
24.	Međunarodna manifestacija „Berba grožđe u Baranji“	TZ Baranje, JLS, Belje d.d.
25.	Radionice „Očuvajmo stare zanate“ – filcanje vune i izrada predmeta od češljane vune s baranjskim motivima te osnove tkanja na malim tarama i druge vještine	Mirovna grupa „Oaza“, TZ Baranje, Etnološki centar baranjske baštine
26.	„I u trećoj dobi zajedno“-kreativne radionice za starije osobe za izradu suvenira i stjecanje vještina u drugim kulturnim djelatnostima	Matica umirovljenika Grada Belog Manastira, TZ Baranje, Etnološki centar Baranjske baštine, Grad B.Manastir, OBŽ

Prilog 2.- Popis osoba koje su sudjelovale u nastanku dokumenta:

R/b	Ime i prezime	Organizacija
1.	Kornelija Pacanović Zvečevac	Grad Beli Manastir
2.	Predrag Stojanović	Grad Beli Manastir
3.	Jasmina Doboš	TZ Baranje
4.	Željka Bagarić	TZ Baranje
5.	Ines Palko	Općina KN. Vinogradi
6.	Ivan Doboš	Grad Beli Manastir
7.	Nada Čučković	TZ Baranje
8.	Jovana Radulović	TZ Baranje
10.	Ivana Vadlja	Baranjska razvoja agencija-BARA
11.	Goran Kovač	Baranjska razvojan agencija-BARA
12.	Saša Šuvakov	TZ Baranje
13.	Edo Jurić	Centar za kulutru
14.	Richard Apel	OPG „Tri mudraca“
15.	Škrobo Vladimir	Baranjska kuća
16.	Anđelko Balaban	Općina Jagodnjak
18.	Lidija Dabić	LAG Baranja
19.	Helena Ivičin	OŠ „Dr. Franjo Tuđman“ Beli Manastir
20.	Miroslav Ivičin	KUD „Mladi šokci“ Duboševica
21.	Ružica Radovanović	Općina Darda
22.	Bojana Tešić	Baranjska razvojna agencija-BARA
23.	Nada Šinko	Hrvatski zavod za zapošljavanje B.Manastir
24.	Laura Blagus Tenjeri	Poduzetnički centar Beli Manastir d.o.o.
25.	Stanko Dabić	Modra nit d.o.o.
26.	Marija Sičajmov	Udruga „Hrvatska žena Baranja“
27.	Radmila Ognjenović	SUŽ „Dukat“

28.	Davorin Taslidžić	Zavod za baranjsku povjesnicu
29.	Daniela Taslidžić Herman	Gradsko kazalište Beli Manastir
30.	Renata Čepe	Savez mađarskih udruga B.Manastir
31.	Ružica Joh	Matica umirovljenika Hrvatske Beli Manastir
32.	Katica Ničin	Matica umirovljenika Beli Manastir
33.	Mirela Alagić	P.G.D.I. Beli Manastir
34.	Gordana Musa Balaš	Općina Kn. Vinogradi
35.	Ina Gorup	HKUD Beli Manastir
36.	Ljubica Bošnjak	OPG Bošnjak
37.	Andrija Bošnjak	OPG Bošnjak
38.	Maria Babli	Mađarska katolička žena
39.	Vera Jurić	Hrvatska žena Katarina Zrinski
40.	Franciška Drgalić	Matica umirovljenika Hrvatske Beli Manastir
41.	Branko Vuk	Nezavisna medijska mreža
42.	Tanja Horvat	Općina Jagodnjak