

# STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA OPĆINE STRIZIVOJNA 2018. – 2021.

---

Naručitelj: Općina Strizivojna

**OVAJ PROJEKT SUFINANCIRAN JE SREDSTVIMA EUROPSKE UNIJE**

**Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj**

**Strategija razvoja turizma Općine Strizivojna 2018. - 2021.**



**PROGRAM RURALNOG RAZVOJA 2014. - 2020.**

**Udio sufinanciranja: 85 % EU, 15 % RH**

**Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj: Europa ulaže u ruralna područja**

Pitanja u vezi sa sadržajem ovoga dokumenta molimo uputiti na adresu:

MICRO projekt d.o.o.  
Ruđera Boškovića 15, 21000 Split  
T: 021 555 400  
F: 021 555 406  
E: [info@ultima.com](mailto:info@ultima.com)  
W: [www.ultima.com](http://www.ultima.com)

#### Zaštita prava

Sadržaji što su ovdje izneseni izrađeni su isključivo za Općinu Strizivojna. MICRO projekt d.o.o. je izradio ovaj dokument za potrebe Općine Strizivojna u skladu sa zahtjevima Naručitelja, Općinom Strizivojna, samo za njegovu specifičnu primjenu. Ostale osobe koje koriste informacije iz ovoga dokumenta čine to na vlastitu odgovornost i vlastiti rizik.

© MICRO projekt d.o.o., 2019.

Sva prava pridržana.

Sadržaj ovoga dokumenta zaštićen je autorskim pravima. Izmjene, kraćenja, proširenja i nadopune moguće su samo uz prethodnu pisanu suglasnost društva s ograničenom odgovornošću MICRO projekt d.o.o., Split. Umnožavanje je dopušteno samo uz uvjet da na svakom primjerku ostane otisnuta gornja napomena o autorskim pravima. Objavljivanje ili prevođenje dopušteno je samo uz prethodni pisani pristanak društva s ograničenom odgovornošću MICRO projekt d.o.o., Split.

U Splitu, listopad 2019.

**MICRO projekt**

# SADRŽAJ

<b>1</b>	<b>UVOD</b> .....	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>KORIŠTENI METODOLOŠKI PRISTUP</b> .....	<b>5</b>
<b>3</b>	<b>ANALIZA STANJA</b> .....	<b>6</b>
<b>3.1</b>	<b>ANALIZA POSTOJEĆE STRATEŠKE DOKUMENTACIJE I STRATEŠKIH INICIJATIVA</b> .....	<b>6</b>
<b>3.2</b>	<b>KOMPARATIVNA ANALIZA RAZVOJA RURALNOG TURIZMA NA PODRUČJU REPUBLIKE HRVATSKE I U SUSJEDNIM ZEMLJAMA EU-A</b> .....	<b>7</b>
<b>3.3</b>	<b>ANALIZA POTENCIJALA RAZVOJA RURALNOG TURIZMA NA PODRUČJU OPĆINE STRIZIVOJNA 11</b>	
3.3.1	OPĆI PROFIL – OSJEČKO-BARANJSKA ŽUPANIJA .....	11
3.3.2	OPĆI PROFIL – OPĆINA STRIZIVOJNA .....	12
3.3.3	PRIRODNI RESURSI .....	14
3.3.4	KULTURNI RESURSI, MANIFESTACIJE I ATRAKCIJE .....	15
3.3.5	TURISTIČKA INFRASTRUKTURA I POKAZATELJI .....	20
<b>3.4</b>	<b>DEFINIRANJE OSNOVNOG STRATEŠKOG KONCEPTA ZA RAZVOJ RURALNOG TURIZMA</b> .....	<b>22</b>
<b>4</b>	<b>SWOT ANALIZA</b> .....	<b>24</b>
<b>5</b>	<b>DEFINIRANJE STRATEŠKIH CILJEVA U SEKTORU RURALNOG TURIZMA</b> .....	<b>25</b>
<b>5.1</b>	<b>STRATEŠKE ODREDNICE</b> .....	<b>25</b>
5.1.1	VIZIJA .....	26
5.1.2	CILJEVI I MJERE.....	27
<b>5.2</b>	<b>TURISTIČKI PROIZVOD</b> .....	<b>31</b>
<b>5.3</b>	<b>SMJERNICE ZA RAZVOJ DESTINACIJE</b> .....	<b>34</b>
5.3.1	ORGANIZACIJSKI MODELI.....	34
<b>6</b>	<b>OPERATIVNI PLANOWI</b> .....	<b>35</b>
<b>6.1</b>	<b>AKCIJSKI PLAN</b> .....	<b>35</b>
<b>6.2</b>	<b>FINANCIJSKI PLAN</b> .....	<b>36</b>
	<b>POPIS TABLICA</b> .....	<b>38</b>
	<b>POPIS SLIKA</b> .....	<b>38</b>
	<b>POPIS GRAFIKONA</b> .....	<b>38</b>

# 1 UVOD

Općina Strizivojna smjestila se na jugoistočnom djelu Osječko-baranjske županije. Administrativnu granicu dijeli sa još dvije županije, Brodsko-posavskom i Vukovarsko-srijemskom. Nalazi se u prostoru koji je tipičan za ravničarski dio istočne Hrvatske. Na temelju prostornih i zemljopisnih obilježja općine stanovništvo se tradicionalno usmjeravalo prema poljoprivredi, a druge djelatnosti poput turizma u ovoj su općini slabo zastupljene. Međutim, prepoznajući potencijal u aktualnim turističkim trendovima koji ukazuju na interes potrošača za boravak na neistraženim, autentičnim i ruralnim prostorima Općina Strizivojna pristupila je izradi „Strategije razvoja turizma Općine Strizivojna 2018. – 2021.“ (dalje u tekstu: Strategija). Strategijom se želi analizirati potencijal razvoja turističkog sektora kroz identifikaciju resursne osnove općine te izraditi prijedlog mjera kojima se može potaknuti razvoj turističkog proizvoda. Izrada Strategije podloga je razvoju planskog i održivog turizma te stvaranju ponude u skladu s mogućnostima i preferencijama općine i njenih stanovnika. Izrada strategije sufinancirana je iz Programa ruralnog razvoja Republike Hrvatske za razdoblje 2014. - 2020. kroz provedbu operacije 7.1.1. Sastavljanje i ažuriranje planova za razvoj jedinica lokalne samouprave (dalje u tekstu: Program).

U skladu sa odredbama Programa predmetna Strategija usklađena je s važećim strateškim okvirima na nacionalnoj, županijskoj i lokalnoj razini, a njen je sadržaj strukturiran u šest poglavlja:

- Uvod
- Korišteni metodološki pristup
- Analiza stanja
- SWOT analiza
- Strategija razvoja i
- Operativni planovi.

Izrada Strategije trajala je pet mjeseci, a detaljan proces izrade i korištena metodologija opisani su u idućem poglavlju.

## 2 KORIŠTENI METODOLOŠKI PRISTUP

Proces izrade Strategije započeo je istraživanjem resursne osnove koja je poslužila kao podloga za izradu poglavlja Analize stanja. Uz detaljnu analizu resursa relevantnih za razvoj turizma na području općine provedena je i analiza strateškog okvira na višoj razini kako bi se utvrdile smjernice, mogućnosti i ograničenja razvoja turizma na razini jedinice lokalne samouprave.

Prilikom istraživanja korištena je takozvana “desk metoda”. Korišteni su podatci dostupni na službenim stranicama Općine, Turističke zajednice Osječko-baranjske županije te informacije navedene u Strateškom razvojnom programu Općine Strizivojna za razdoblje od 2015. do 2020. godine. Ujedno su istraženi dostupni internetski izvori kojima se može doprinijeti utvrđivanju stvarnog stanja resursne osnove i stvaranju turističke ponude. Tako su istraživanjem obuhvaćene i stranice Državnog zavoda za statistiku, ponuda kulturno umjetničkih društava, muzeja, udruga i drugih relevantnih dionika.

Desk analiza nadopunjena je primarnim istraživanjem. Predstavnicima Općine dali su odgovore na pitanja postavljena od strane autora Strategije, a potom su popunjeni obrasci nužni za razumijevanje stanja i mogućnosti razvoja turizma u općini.

Izrada Strategije uključivala je aktivnu suradnju i dijalog s dionicima. Njima su na radnim skupinama prezentirani nalazi prethodno provedene analize stanja, a kroz otvoreni dijalog predložen je smjer razvoja turizma. Sudionici radnih skupina bili su pozvani predložiti projektne ideje i strateške odrednice razvoja turizma na području općine. Ovakav oblik komunikacije s dionicima stvorio je podlogu za izradu SWOT<sup>1</sup> analize te određivanje vizije i ciljeva kojima će općina u narednom periodu posvetiti svoje inicijative usmjerene razvoju turističkog proizvoda. Za vrijeme izrade Strategije održane su ukupno tri radne skupine što je direktno doprinijelo poštivanju načela transparentnosti i participativnosti. Na radnim skupinama je sudjelovalo ukupno šesnaest dionika koji svojim djelovanjem i aktivnostima mogu utjecati na razvoj turističke ponude u Općini Strizivojna. Sve ideje, prijedlozi i komentari prikupljeni kroz komunikaciju s dionicima doprinijeli su oblikovanju strateških odrednica i određivanju smjera razvoja turizma koji je detaljno opisan u poglavlju Akcijski plan.

---

<sup>1</sup> SWOT analiza predstavlja analizu situacije nužnu za kreiranje Strategije. Ona je kvalitativna analitička metoda kojom se kroz četiri promatrana čimbenika nastoji prikazati stanje u unutrašnjem i vanjskom okruženju. Čimbenici se odnose na snage, slabosti, prilike i prijetnje.

## 3 ANALIZA STANJA

Analiza stanja osnovna je podloga koja prethodi definiranju strateških odrednica na kojima će se temeljiti daljnji razvoj turizma na području Općine Strizivojna. Prilikom izrade analize stanja korišten je tzv. „top-down“ pristup, odnosno pristup odozgo prema dolje kojim analitički proces započinje analizama institucionalnog i strateškog okvira na nacionalnoj razini, a potom se postupno, preko županijske razine „sužava“ do razine promatrane općine. Također, u poglavlju „Analiza postojeće strateške dokumentacije i strateških inicijativa“ analizirale su se i sektorske strategije koje mogu doprinijeti razvoju turizma. Poglavlje 3.2. odnosi se na komparativnu analizu ruralnog turizma u zemljama Europske unije (u nastavku teksta: EU) i u Republici Hrvatskoj (u nastavku teksta: RH). U poglavlju 3.3. prikazana je analiza potencijala i resursne osnove Općine Strizivojna koja može poslužiti kao poluga razvoja turističke ponude. Posljednji korak analize trenutnog stanja odnosi se na definiranje osnovnog strateškog koncepta za razvoj ruralnog turizma.

### 3.1 Analiza postojeće strateške dokumentacije i strateških inicijativa

Prema Zakonu strateškog planiranja i upravljanja razvojem Republike Hrvatske (NN 123/2017) svi akti strateškog planiranja, odluke i djelovanje u okviru postupka strateškog planiranja i provedbe moraju biti usklađeni s ostalim aktima strateškog planiranja više ili jednake hijerarhijske razine. Navedena odredba korištena je i u izradi ove Strategije na način da su se analizirali strateški dokumenti višeg reda čije odredbe mogu biti relevantne za razvoj turizma u promatranoj općini. U nastavku je dan pregled provedene analize postojeće strateške dokumentacije i inicijativa u sektoru turizma na nacionalnoj i županijskoj razini.

„Strategija razvoja turizma RH do 2020.“ krovna je strategija u području razvoja hrvatskog turizma s kojom trebaju biti usklađeni svi strateški dokumenti na županijskim i lokalnim razinama. Vizija razvoja Hrvatskog turizma do 2020. godine je ravnomjerni razvoj turizma na cijelom prostoru RH te razvoj cjelogodišnje ponude uz autentične sadržaje i doživljaje. Strateški ciljevi koji iz nje proizlaze odnose se na poboljšanje strukture i kvalitete smještaja, nova zapošljavanja, investicije te povećanje turističke potrošnje. Strategijom se određuje spremnost turističkih proizvoda prema tri makroregije (sjevernom Jadranu, južnom Jadranu i kontinentalnoj Hrvatskoj) te tri razine konkurentnosti i atraktivnosti (visoka, srednja i niska). Prema navedenoj Strategiji kontinentalna Hrvatska visoko je konkurentna u kulturnom turizmu, srednje konkurentna i atraktivna za odmor u ruralnim područjima, poslovnom i zdravstvenom turizmu te visoko atraktivna u enoturizmu i gastroturizmu.

Iako je Osječko-baranjska županija tradicionalno okrenuta poljoprivrednoj proizvodnji u dokumentu „Županijska razvojna strategija Osječko-baranjske županije do 2020. godine“ prepoznaje se potencijal za razvoj turističkih proizvoda i aktivnosti. Uočene su mogućnosti za razvoj kontinentalnog turizma kroz ruralni/seoski turizam, cikloturizam, lov i ribolov, pješaćenje, poslovni turizam, športove na vodi, konjički turizam, ekoturizam, promatranje ptica i životinja, kulturni turizam, zdravlje i wellness, vinski i gastroturizam, riječna krstarenja i vjerski turizam. Vizijom razvoja Osječko-baranjske županije teži se širenju turističke ponude utemeljene na korištenju vlastitih resursa.

Na razini Osječko-baranjske županije koja razvoj turizma temelji na spoju poljoprivredne proizvodnje više dodane vrijednosti i inovativne turističke ponude donesen je „Master plan razvoja turizma Osječko-baranjske županije“. Razvoj turizma počiva i na suradnji s drugim podunavskim regijama, njegovanju multikulturalnosti, kulture i načina života. Naime, ova županija nudi brojne prednosti i mogućnosti koje se očituju kroz dobru prometnu povezanost cestom, zrakom ili rijekom, umirujući ambijent, očuvane dvorce, muzeje i povijest te očuvane prirodne ljepote što predstavlja potencijal razvoja konkurentne turističke ponude.

Analizom relevantnih strategija uočen je potencijal cikloturizma i identificirani su akti usmjereni na razvoj selektivnih oblika cikloturizma u regiji kojoj pripada Općina Strizivojna. U pitanju su nacionalni plan razvoja turizma prezentiran kroz "Akcijski plan razvoja turizma" izrađen od strane Ministarstva turizma i "Operativni plan razvoja cikloturizma Osječko-baranjske županije".

U svrhu razvoja cikloturizma na razini RH od strane Ministarstva turizma osnovano je Koordinacijsko tijelo za razvoj cikloturizma. Glavna prepreka prepoznata Akcijskim planom razvoja cikloturizma odnosi se na nedostatak cikloturističke infrastrukture. Cikloturizam je u dokumentu „Operativni plan razvoja cikloturizma Osječko-baranjske županije“ prepoznat kao jedan od najspremnijih turističkih proizvoda za razvoj kontinentalnog dijela Hrvatske u kojem je razvoj turizma još u povojima. Kako bi se unaprijedila cikloturistička ponuda na svim razinama potrebno je umrežiti postojeće i izgraditi dodatne rute te ih upotpuniti odmorištima i vidikovcima. Također, na biciklističkim rutama potrebno je osigurati smještajne kapacitete i ugostiteljsku ponudu.

Potencijal razvoja turizma razmatran je i u razvojnoj strategiji Općine Strizivojna. U okviru dokumenta „Strateški razvojni program Općine Strizivojna“ ističu se mogućnosti za razvoj lovnog turizma, razvoj specifičnih turističkih sadržaja te poticanje obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava da na svojim imanjima pružaju usluge, smještaja, hrane, rekreacije i prezentacije običaja, kulture i baštine. Kao jedan od prioriteta navodi se razvoj konkurentnog i održivog turizma, gospodarstva i poljoprivrede.

Horizontalna i vertikalna analiza predstavlja okvir za definiranje smjera za daljnji razvoj turističke ponude Općine Strizivojna. Prema analiziranim dokumentima daljnji razvoj trebao bi se temeljiti na razvoju ruralnog turizma koji će se upotpuniti lovnim turizmom, cikloturizmom, rekreativnim aktivnostima u prirodnom i očuvanom ambijentu uz prezentaciju lokalnih običaja i kulture. Zbog dobre prometne povezanosti i blizine većih središta poput Đakova, Osijeka i Slavenskog Broda, Strizivojna također ima predispoziciju za privlačenje gostiju na jednodnevne izlete i boravak u autentičnom slavonskom okruženju. Detaljan pregled uočenih prilika razmatran je u narednim poglavljima ove Strategije.

## **3.2 Komparativna analiza razvoja ruralnog turizma na području Republike Hrvatske i u susjednim zemljama EU-a**

Ovim poglavljem se analiziraju trendovi razvoja ruralnog turizma na području RH i zemalja u okruženju. Svrha komparativne analize je usporediti mogućnosti i načine iskorištavanja resursa u susjednim zemljama i RH s razvojnim kapacitetima kojima raspolaže Strizivojna. Cilj ove analize je sa definiranje turističkog proizvoda i niše na kojoj bi Strizivojna trebala temeljiti svoj razvoj.

Ruralna područja su mala naselja s niskom gustoćom naseljenosti u čijem okolišu ne dominiraju infrastruktura i stambene jedinice već livade, šume i planine, a većina stanovništva se bavi poljoprivredom. U RH na ruralnom prostoru, koji čini 99,24 % njene ukupne površine, prema popisu iz 2011. godine živi 75,08 % stanovništva. Iako je u pitanju visoki udio, važno je napomenuti da ruralni prostor kontinuirano bilježi negativne migracijske trendove, odnosno suočava se sa problemima iseljavanja stanovništva iz ruralnih mjesta u velike gradove uslijed loših gospodarskih mogućnosti. Ruralna područja obuhvaćaju cijelu površinu RH izuzev četiri urbana središta (Zagreb, Split, Rijeka i Osijek). Razlozi koji se najčešće spominju kao čimbenici zbog koji se napuštaju ruralni prostori i sela odnose se na nemogućnost zapošljavanja, napuštanje poljoprivrede koja je ranije bila primarna djelatnost te generalno slabiji standard i uvjeti života u ruralnim područjima. Ukoliko se sagleda segment turizma,

trendovi pokazuju da sve više turista teži za odmorom u ruralnim sredinama kako bi se opustili, uživali u prirodi te upoznali s načinom života i tradicijom ruralnih prostora.

Prema podacima Eurostata u 2017. godini u EU-28<sup>2</sup> evidentirano je 30,1 % noćenja u ruralnim područjima. Posebno značajne rezultate bilježe Austrija (66,5 %), Grčka (64,8 %) te Danska u kojoj je evidentirano 53,5 % noćenja u ruralnim područjima. U Hrvatskoj je također evidentiran značajan broj noćenja u ruralnim područjima od 64,6 %. Važno je napomenuti kako se noćenja u Danskoj, Grčkoj i Hrvatskoj u ruralnim područjima pretežno odvijaju u obalnim regijama dok su noćenja u Austriji evidentirana u alpskim regijama. Zanimljiva usporedba ruralnih područja Austrije i RH iz 2016. i 2017. godine u istraživanju Statistics Austria i WIFO pokazala je kako udio ruralnih i mješovitih područja u ukupnom području u RH iznosi 99,24 % dok u Austriji iznosi 90 %. Broj ukupno zabilježenih noćenja 2017. godine u Austriji iznosio je 141 milijun dok je ta brojka u Hrvatskoj 86,2 milijuna. Prihodi koji se ostvaruju od turizma u Austriji iznosili su 40 milijardi eura odnosno 8,80 % bruto domaćeg proizvoda (u nastavku teksta: BDP) dok je u Hrvatskoj navedeni prihod iznosio 11 milijardi eura što predstavlja 18,90 % BDP-a. Jedan od razloga koji je doveo do razlike u prihodima od turizma je provedba inicijative Austrian Farm Holidays kojom se poticalo pružatelja usluga u turizmu na udruživanje u istoimenu udrugu koja se financira iz članarina te pomoći resornih ministarstava. Aktivnosti udruge odnose se na marketinške promocije, istraživanje tržišta, međunarodne promocije, izrade promotivnih materijala te pristup edukacijama u svrhu pružanja što kvalitetnije usluge. Na ovaj način razvoj ruralnog turizma stavlja se u funkciju razvoja ruralnih prostora i povratka stanovništva na ruralna područja u kojima će se stvaranjem turističke ponude omogućiti zapošljavanje i ostvarivanje dohotka koji su nužni za razvoj ruralnih dijelova. Zajedničkim i usmjerenim pristupom svih dionika postiže se ciljana i ujednačena razina kvalitete, sinergija podsektora (npr. poljoprivreda i ugostiteljstvo) te kreira konzistentnost u brendu destinacije.

Hrvatska je zemlja iznimnih prirodnih ljepota, ugodne klime te bogate kulture i tradicije koja privlači veliki broj posjetitelja. Navedeni privlačni faktori razlog su rasta u broju turista i prihodima od turizma koji su postali glavni dohodak velikom broju stanovnika te jedna od vodećih gospodarskih grana u RH. Tako je u 2018. godini zabilježeno ukupno 89 651 000 noćenja te 18 666 000 dolazaka dok je procjena udjela turizma u BDP-u 19,6 %.

Vodeće regije prema broju noćenja i dolazaka u RH su Istra i Kvarner te Dalmacija. Glavni adut i razlog dolaska u navedene regije dugi niz godina bili su sunce i more. Ograničavajući faktor za razvoj takvog oblika turizma je svakako njegova sezonalnost te sve izraženija masovnost. Sezonalnost se očituje u kratkom trajanju turističke sezone uglavnom vezane za ljetne mjesecima i povoljne vremenske prilike. Koncept „sunca i mora“ bez dodatnih turističkih sadržaja dugi je niz godina bila jedina ponuda sve brojnijim turistima u RH. Takva ponuda dovela je do masovnog turizma koji prijeti narušavanju ekosustava, povijesnih i arheoloških lokaliteta te kvalitete života lokalnog stanovništva. Vodeće obalne regije prepoznale su nužnost razvoja selektivnih oblika turizma uključujući i razvoj ruralnog turizma. Iskorištavanje komparativnih prednosti koje Hrvatska ima za razvoj ruralnog turizma dobra je prilika za produženje turističke sezone u zaobalnim dijelovima regije. Na taj način u ruralna se područja privlače turisti koji preferiraju selektivne oblike turizma i kojima primarne preferencije nisu „sunce i more“. Tako je unazad nekoliko godina na području Dalmatinske zagore izgrađeno ili obnovljeno preko sto kuća za odmor s popratnim sadržajima poput bazena, teniskih igrališta i sl.

Kontinentalni turizam u RH još je u povojima, ali ima izniman potencijal u razvoju cjelogodišnje turističke ponude i ravnomjernog razvoja turizma cijelog područja RH. Turistički proizvodi na kojima se temelji razvoj turističke ponude kontinentalnog dijela RH, prepoznati u „Strategiji

---

<sup>2</sup> Europska unija trenutačno ima 28 država članica: Austrija, Belgija, Bugarska, Cipar, Češka, Danska, Estonija, Finska, Franciska, Grčka, Hrvatska, Irska, Italija, Latvija, Litva, Luksemburg, Mađarska, Malta, Nizozemska, Njemačka, Poljska, Portugal, Rumunjska, Slovačka, Slovenija, Španjolska, Švedska, Ujedinjena Kraljevina.

razvoja turizma RH do 2020.“, odnose se na kulturni turizam, odmor u ruralnim područjima te cikloturizam.

Kulturni turizam obuhvaća opipljive i neopipljive elemente povijesti, nasljeđa, umjetnosti i načina života neke regije. Opipljivu kulturu čine muzeji, galerije, spomenici, povijesni lokaliteti dok neopipljiva kultura obuhvaća običaje i tradiciju nekog prostora. Prema istraživanju koje je provela Svjetska turistička organizacija (UNWTO) u 2015. godini evidentirano je 40 % dolazaka turista sa svrhom sudjelovanja u kulturnim događanjima ili posjetima kulturnih znamenitosti, a navedeni broj je u neprestanom rastu. Na području Osječko-baranjske županije nalaze se brojne opipljive i neopipljive kulturne atrakcije. Među kulturnim atrakcijama ističu se Svetište Gospe od Utočišta u Aljmašu, Osječka tvrđa, dvorci u Bilju, Dardi, Tikvešu, Kneževu, dvorac obitelji Pejačević i crkva Uzvišenja Sv. Križa s mauzolejom grofova Pejačević. Bogatstvo kraja ogleda se i kroz bogate nošnje koje su posebne u svakom kraju županije. Među njima se posebno ističe nošnja Đakovštine koja je poznata po zlatovezu kojim je tkana. Kultura i tradicija prezentiraju se na brojnim smotrama folklorne koje se održavaju diljem županije te kroz tamburašku glazbu. Najveći broj posjetitelja okupljaju „Đakovački vezovi“ na kojima se u desetak dana trajanja prezentira oko sedamdeset folklornih skupina s oko četiri tisuće izvođača.

Ruralni turizam obuhvaća velik broj sektora i selektivnih oblika turizma koje uključuju enoturizam i gastronomski sektor, lov i ribolov, prirodne znamenitosti, kulturni turizam, zdravstveni turizam izletišta te brojne druge aktivnosti koje se povezuju uz život u ruralnim područjima. Na internetskim stranicama Turističke zajednice Osječko-baranjske županije promoviraju se izletišta i kuće u prirodi, zatim vinske ceste te Baranjsko, Đakovačko, Erdutsko i Feričanačko vinogorje. Osim toga na ovom području se nude mogućnosti za boravak i rekreaciju u prirodi poput fotosafaria, veslanja u kanuima, adrenalinskog sadržaja te lova i ribolova.

Od sportsko-rekreativnih aktivnosti cikloturizam predstavlja primarni turistički proizvod u Slavoniji. Razlog tome su prvenstveno reljefne predispozicije nizinskog područja koje je pogodno za bicikliste, veliki broj manje prometnih cesta i puteva te netaknuta priroda. Ujedno je prednost stvaranja cikloturističke ponude mogućnost međusobnog nadopunjavanja destinacija i time umanjivanje pojedinačnih nedostataka odnosno maksimalno iskorištenje prednosti poput ugostiteljske ponude, smještajnih kapaciteta ili prirodnih ljepota. Razlog tome je dinamičnost korištenja bicikla kao glavnog prijevoznog sredstva gdje se u jednom danu prolazi kroz više mjesta te biciklisti uglavnom mijenjaju veći broj destinacija na odmoru. Kroz Osječko-baranjsku županiju prolaze Dunavska i Dravska ruta na koje se, kroz IPA partnerski projekt „Zelena staza - staza koja spaja“, spaja dvadesetak manjih sela i naselja u ruralnim i zapostavljenim područjima Slavonije i južne Mađarske. Navedena ruta je od Strizivojne udaljena oko 58 km gdje se nalazi mjesto Stari Zdenkovci. Također se kroz projekt BICBC nastojalo poboljšati turističku infrastrukturu postavljanjem 20 parkirnih kućica uz smještajne objekte na području Osječko-baranjske županije. Prema podacima Europskog parlamenta iz 2013. godine broj cikloturista koji su ostvarili najmanje jedno noćenje procjenjuje se 20 milijuna. U prosjeku cikloturisti troše 53 eura dnevno, a njih čak 50 % putuje u paru dok ih oko 30 % dolazi u manjim grupama od tri do pet osoba, a 20 % cikloturista su samci. U sklopu Eurovelo (EV) svjetske rute kroz Hrvatsku prolazi Dunavska biciklistička ruta (EV6) koja je ujedno najbliža Strizivojni, a najbliža točka nalazi se u Vukovaru na udaljenosti od oko 58 km. Također kroz Hrvatsku prolaze i Mediteranska biciklistička ruta (EV8), Jantarna biciklistička ruta (EV9) te Dravska biciklistička ruta (EV13).

Važan segment prilikom dolaska na destinaciju i informiranja u današnje vrijeme čini i digitalni marketing. Prema podacima Eurostata za EU iz 2018. godine čak dvije skupine iznimno značajnih gostiju za hrvatsko tržište donose odluku online. Podaci upućuju da je čak 81 % Britanaca i 65 % Nijemaca svoje putovanje rezerviralo putem interneta. Prema istraživanju Tomas iz 2017. čak 88 % gostiju koji dolaze u RH unaprijed je rezerviralo usluge smještaja. Želje i preferencije turista mijenjaju se iz godine u godinu, a digitalni marketing kao kanal

prodaje i privlačenja turista predstavlja brz način komunikacije, ali i prikupljanja i slanja informacija od ciljanih skupina. U skladu s navedenim činjenicama prilikom formiranja turističkog proizvoda potrebno je uložiti značajne napore u stvaranje digitalnih alata kojima će se privući posjetitelje, ali i zadržati na određenoj destinaciji.

Susjedne zemlje poput Austrije razvoj ruralnog turizma temelje na cjelogodišnjoj ponudi dok se turistička ponuda u RH uglavnom povezuje uz ljetnu sezonu. Cjelogodišnja turistička ponuda u RH odnosi se isključivo na velika gradska središta poput Splita i Zagreba dok se u ruralnim područjima radi o uglavnom individualnim inicijativama koje u konačnici posjetiteljima ne nude potpuni turistički doživljaj određenog mjesta i regije. Kako bi se aktivirali potencijali kontinentalnog dijela RH i stvorila cjelogodišnja turistička ponuda potrebno je poticati lokalno stanovništvo na stvaranje autohtone, tradicijske ponude te im pružiti institucionalnu podršku od strane jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave i drugih institucionalnih dionika.

## 3.3 Analiza potencijala razvoja ruralnog turizma na području Općine Strizivojna

### 3.3.1 OPĆI PROFIL – OSJEČKO-BARANJSKA ŽUPANIJA

Osječko-baranjska županija smještena je u istočnom dijelu Republike Hrvatske i zauzima površinu od 4149 km<sup>2</sup>. Glavno administrativno središte županije je grad Osijek. Prema popisu stanovništva iz 2011. godine u županiji je evidentirano 305 032 stanovnika od čega je 51,84 % žena i 48,16 % muškaraca. Na sjeveru Osječko-baranjska županija (dalje u tekstu: OBŽ) graniči sa Mađarskom, na istoku sa Srbijom, na zapadu s Virovitičko-podravskom i Požeško-slavonskom županijom, na jugu s Brodsko-posavskom, a na jugoistoku s Vukovarsko-srijemskom županijom. Reljef Osječko-baranjske županije pretežito je nizinsko područje s dvije velike rijeke, Dunavom i Dravom. Osim nizinskog područja u reljefu se izdvajaju naplavne ravni, riječne terase, fluvio-močvarne nizine, lesne zaravni i prigorsko područje. Prema Koeppenovoj<sup>3</sup> klasifikaciji klima županije je umjereno topla i kišna bez značajnih sušnih razdoblja. Oborine su ravnomjerno raspoređene tijekom cijele godine, a variraju od 609 mm do 792 mm. Srednja godišnja temperatura je 10° C. Najhladniji mjesec je siječanj kad temperature mogu biti ispod - 25° C dok su maksimalne temperature u srpnju i kolovozu kada znaju prelaziti 40° C.

Gospodarski razvoj na području županije temelji se na poljoprivredi i pratećoj industriji od koje se posebno izdvaja prerađivačka industrija koja je u 2015. godini imala udio od 21,9 % u bruto dodanoj vrijednosti OBŽ-a. Istodobno je udio poljoprivrede, šumarstva i ribarstva u bruto dodanoj vrijedno OBŽ-a iznosio 12,5 %.

U 2011. godini je u OBŽ-u bilo 95 300 zaposlenih. Prema nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti u prerađivačkoj industriji bilo je zaposleno 17,33 % stanovništva, 14,9 % u kategoriji trgovina na veliko i malo, popravak motornih vozila i motocikala, a u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i posluživanja hrane koje su usko povezane s turizmom djeluje 4,26 % zaposlenih.

Na području Osječko-baranjske županije u 2018. godini bila su evidentirana ukupno 11 933 obiteljska poljoprivredna gospodarstva s ukupno 9538 članova.

Prema vrsti uporabe poljoprivrednog zemljišta oranice zauzimaju najveću površinu s ukupno 852 298 ha, zatim livade sa 100 819 ha te krški pašnjaci sa površinom od 73 566 ha. Brojno stanje domaćih životinja na području Osječko-baranjske županije u 2018. godini iznosilo je 79 599 goveda, 1722 konja, 52 magarca, 310 898 svinja, 39 388 ovaca te 2201 koza.

Osječko-baranjska županija ima dobru prometnu povezanost s drugim dijelovima RH, ali i sa susjednim zemljama. Na području OBŽ-a postoji 1650 km cesta, od čega 43 km autocesta, 467 km državnih, 653 km županijskih i 487 km lokalnih cesta. Na području OBŽ-a nalazi se 269 km željezničke pruge sa 31 željezničkom postajom. Sustav željeznica koristi se sve rjeđe zbog spore i nedovoljne modernizacije. Riječna luka nalazi se u Osijeku na rijeci Dravi, a u blizini ušća u Dunav koji je najduža rijeka na području Europske unije te povezuje deset država na prostoru od Njemačke do Crnog mora. Zbog nedovoljnih ulaganju u održavanje plovnih putova i riječni promet ima silaznu putanju iako bi navedeni plovni putovi značajno doprinijeli razvoju riječnog cruising turizma. U Osijeku se nalazi međunarodna zračna luka koja bilježi konstantan porast broja putnika. Tako je u 2017. godini prevezeno 43 373 putnika što je usporedno s 2016. godinom porast od 41 %.

---

<sup>3</sup> Köppenova klasifikacija klime temelji se na statistički dobivenim, točno određenim vrijednostima godišnjih i mjesečnih temperatura i padalina.

### 3.3.2 OPĆI PROFIL – OPĆINA STRIZIVOJNA

Općina Strizivojna smjestila se na jugoistočnom dijelu Osječko-baranjske županije koja zajedno s još četiri županije (Virovitičko-podravskom, Požeško-slavonskom, Brodsko-posavskom i Vukovarsko-srijemskom) pripada geografskom prostoru Slavonije.

Općina Strizivojna zauzima površinu od 36,26 km<sup>2</sup> a čine je dva naselja, administrativno središte Strizivojna te naselje Merolino Sikirevačko. Na sjeveru Općina Strizivojna graniči s Gradom Đakovom u Osječko-baranjskoj županiji dok s jugozapada i jugoistoka graniči s općinama Vrpolje, Velika Kapanica i Gudinci u Brodsko-posavskoj županiji. S istočne i sjeveroistočne strane Općina Strizivojna graniči s Općinom Stari Mikanovci u Vukovarsko-srijemskoj županiji.

*Slika 1. Geografski smještaj Općine Strizivojna na karti Republike Hrvatske*



*Izvor: Obrada autora*

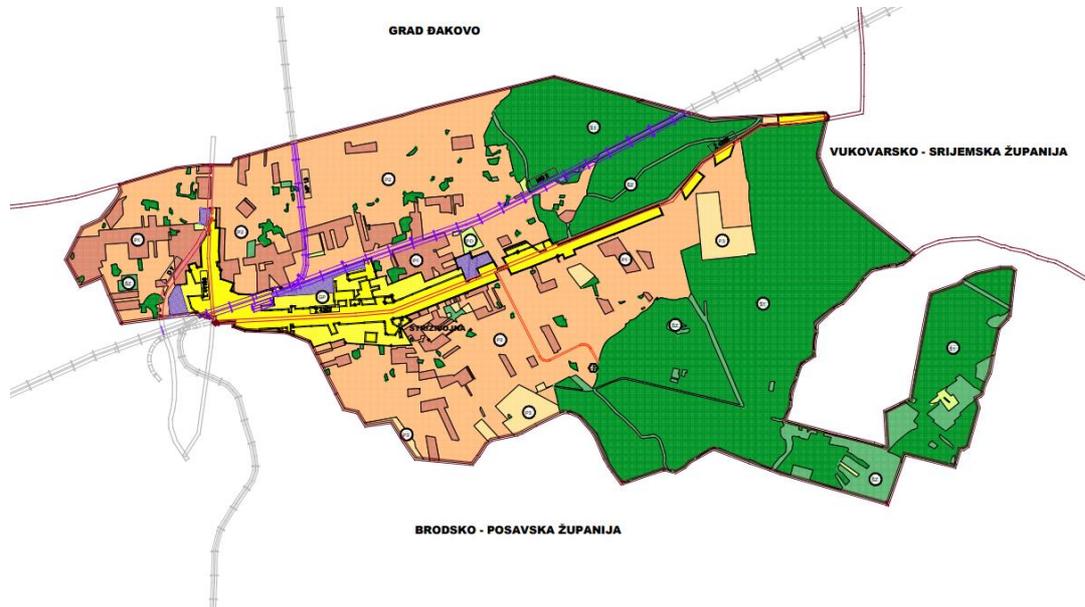
Općina Strizivojna ima longitudinalni položaj uz županijsku cestu 4202 (Bartolovci (D525) - A.G. Grada Slavenskog Broda - Garčin - Strizivojna - St. Mikanovci (D46)). Županijska cesta 4202, čija je ukupna dužina 48,63 km, prolazi i kroz Strizivojnu u dužini od 7,3 km. Ona nosi naziv Ulica braće Radić i poznata je kao najduža ulica u Hrvatskoj.

Nadalje kroz općinu u smjeru sjever-jug u okviru 5C paneuroskog prometnog koridora prolazi trasa državne ceste D7 (Granični prijelaz Duboševica - Beli Manastir - Osijek - Đakovo - Granični prijelaz Slavonski Šamac, granica Republika Bosna i Hercegovina) te lokalna cesta L44138 (D7- Ž4202).

Prema Odluci o razvrstavanju željezničkih pruga područjem Općine Strizivojna prolaze dva međunarodna željeznička koridora. Koridor M302 Osijek - Đakovo - kolodvor Strizivojna/Vrpolje u dužini od 48,38 km te koridor M303 kolodvor Strizivojna/Vrpolje - Slavonski Šamac - Državna granica - (Bosanski Šamac) u dužini od 23,3 km.

Najbliži autobusni kolodvor nalazi se u Đakovu na udaljenosti od 11,7 km. Zračna luka nalazi se na udaljenosti od 64,5 km u Osijeku. Na idućoj slici dan je prikaz prostornog plana Općine Strizivojna s naznačenim cestama, naseljima, gospodarskim zonama te poljoprivrednim i šumskim zonama.

Slika 2. Prostorni plan Općine Strizivojna



Izvor: <https://www.strizivojna.hr/opcina-strizivojna/prostorni-plan-uredjenja/>

Prema popisu stanovništva iz 2011. godine Općina Strizivojna brojila je 2525 stanovnika. Od tog broja 50,34 % je osoba muškog spola dok je 49,66 % osoba ženskog spola. Ako se ti podatci usporede s onima s popisa stanovništva iz 2001. godine na kojem je zabilježeno 2759 stanovnika, može se zaključiti da je došlo je u razdoblju od deset godina došlo do pada broja stanovnika od 9,27 %. Stanovništvo poglavito živi u naselju Strizivojna dok je naselje Merolino Sikirevačko prema popisu stanovnika iz 2011. bilo bez stanovnika. Popisom je također zabilježeno da Općina Strizivojna broji 728 kućanstava. Prema indeksu razvijenosti<sup>4</sup> Općina Strizivojna spada u II. razvojnu skupinu s indeksom razvijenosti od 95,397. U II. skupinu spadaju jedinice lokalne samouprave koje se prema vrijednosti indeksa nalaze u trećoj četvrtini ispodprosječno rangiranih jedinica lokalne samouprave.

Na području Općine Strizivojna prema podacima Državnog zavoda za statistiku iz 2011. godine bilo je zaposleno ukupno 687 osoba. Glavna gospodarska djelatnost prema broju zaposlenih je prerađivačka industrija koja u najvećoj mjeri obuhvaća drvnu industriju (233), a potom slijede poljoprivreda, ribarstvo i šumarstvo (77), građevinarstvo (71), trgovina na veliko i malo, popravak motornih vozila i motocikala (69) te prijevoz i skladištenje (65). U djelatnosti pružanja smještaja te pripremi i usluživanju hrane koja je izravno povezana uz turizam bilo je zaposleno svega 16 osoba.

Ujedno je na području Općine Strizivojna registrirano ukupno 131 poljoprivredno gospodarstvo s ukupno 150 članova. Prema vrsti uporabe poljoprivrednog zemljišta najveći broj parcela odnosi se na oranice (1001), zatim voćnjake (36), livade (22), pašnjake (9), staklenike na

<sup>4</sup> Indeks razvijenosti kompozitni je pokazatelj koji se računa kao prilagođeni prosjek standardiziranih vrijednosti društveno-gospodarskih pokazatelja radi mjerenja stupnja razvijenosti JLP(R)S-a u određenom razdoblju. Za izračun indeksa razvijenosti koriste se slijedeći pokazatelji: prosječni dohodak po stanovniku, prosječni izvorni prihodi po stanovniku, prosječna stopa nezaposlenosti, opće kretanje stanovništva, stupanj obrazovanosti stanovništva (tercijarno obrazovanje) i indeks starenja.

oranici (5), miješane trajne nasade (4) te vinograde (4). Prema brojnom stanju životinja na dan 31. 12. 2018. godine na području Općine Strizivojna evidentirano je 1489 goveda, 2291 svinja, 74 ovce, 47 konja te 5 koza.

### 3.3.3 PRIRODNI RESURSI

Općina Strizivojna smještena je u istočnom dijelu Republike Hrvatske na prostoru gdje južni dijelovi đakovačkog ravnjaka prelaze u nizinsko područje. Klima na području istočne Hrvatske umjereno je kontinentalna. Osnovne karakteristike ove klime su česte i intenzivne promjene vremena. Srednje mjesečne temperature više su od 10° C tijekom više od 4 mjeseca godišnje, srednja temperature najtoplijeg mjeseca je ispod 22° C, a srednje temperature najhladnijeg mjeseca kreću se između -3 i +18° C. Prosječna godišnja količina oborina iznosi od 700 do 800 mm.

Prema podacima Hrvatskih šuma, šume i šumska zemljišta obuhvaćaju 77,1% ukupne površine općine odnosno 1506,04 ha. Na području općine zastupljene su šume hrasta lužnjaka sa žutilovkom. Ujedno se prema strukturi zemljišta na području Strizivojne prostire i 53 ha livada od kojih se ističe livada pod nazivom Brežnička za koju postoji idejni projekt iskorištavanja.

Uz jugoistočnu granicu Strizivojne prolazi rječica Biđ koja izvire kod Slavenskog Broda te utječe u Bosut u Cerni. Na obali rijeke nalazilo se nekoliko mjesta koja su nekoć služila kao izletišta i kupališta međutim trenutno su zapuštena i potrebna im je obnova.

Na području Općine Strizivojna nalazi se zajedničko lovište broj 19 (2105 ha) i vlastito otvoreno lovište br. XVI/9 „Merolino“ (8302 ha). Lovačko društvo Fazan koje je osnovano 1946. godine i broji 25 aktivnih lovaca brine se za lovišta i održava ih. Na njima obitavaju srna obična, zec obični, fazan, trčka, divlja svinja, jazavac, lisica i dr. Na području Strizivojne lovcima je na raspolaganju lovački dom koji je u procesu uređivanja kako bi se izgradili smještajni kapaciteti za potrebe lovaca.

S obzirom da Općina Strizivojna nema zaštićenih resursa u kategoriji prirodnih dobara, a isti se nalaze na neposrednoj udaljenosti u OBŽ-a promatrani su kao potencijalni motiv dolaska i osnova za stvaranje sinergijske ponude.

Zakonom o zaštiti prirode na području Osječko-baranjske županije zaštićeno je 18 prirodnih područja, a s njih 16 upravlja JU Agencija za upravljanje zaštićenim prirodnim vrijednostima na području Osječko-baranjske županije. Ostalim dvama - Parkom prirode i Zoološkim rezervatom upravlja Park prirode Kopački rit. U tablici 1 navedene su zaštićene prirodne vrijednosti na području Osječko-baranjske županije.

Tablica 1. Zaštićena područja Osječko-baranjske županije

Kategorija zaštite	Naziv
Park prirode	Kopački rit
Posebni rezervat	Kopački rit (zoološki)
	Podpanj (ornitološki)
Regionalni park	Mura - Drava
Značajni krajobraz	Erdut
Spomenik parkovne arhitekture	Bilje - park oko dvorca
	Čepin - park oko dvorca
	Dalj - park u patrijaršiju
	Donji Miholjac - park oko dvorca
	Đakovo - Strossmayerov perivoj
	Đakovo - mali park
	Kneževo - park oko dvorca
	Našice - park oko dvorca
	Osijek - park kralja Petra Krešimira IV
	Osijek - perivoj kralja Tomislava
	Tenja - park oko dvorca
Valpovo - perivoj oko dvorca	
Spomenik prirode	Travnjačka površina na Biljskom groblju

Izvor: [http://www.obz-zastita-prirode.hr/pdf/Godisnjak\\_2013.pdf](http://www.obz-zastita-prirode.hr/pdf/Godisnjak_2013.pdf)

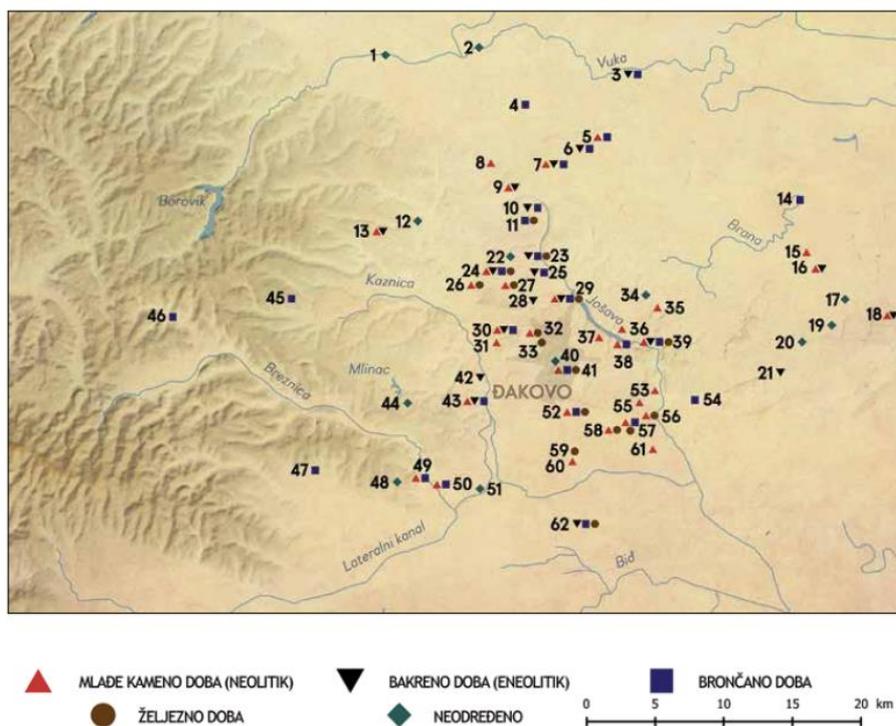
Važnost promatranja prirodnih resursa svakako leži u motivima koji pokreću turiste za dolazak u Hrvatsku. Tako je istraživanje koje je 2017. godine proveo Institut za turizam pokazalo kako 54,9 % turista dolazi zbog odmora i opuštanja, 31,1 % zbog novih iskustava i doživljaja, 29 % zbog gastronomije, 26,2 % zbog upoznavanja prirodnih ljepota, 19,8 % odabralo je Hrvatsku zbog bavljenja sportom i rekreacijom, a 12,3 % zbog upoznavanja kulturnih znamenitosti i događanja (uz napomenu da je postojala mogućnost odabira više odgovora). Također je 84,6 % ispitanika ljepotu prirode i krajolika u istraživanju Tomasa iz 2017. godine odabralo kao element koji pruža najveći stupanj zadovoljstva unutar turističke ponude mjesta. Zbog sveg navedenog prirodne ljepote predstavljaju resurs na kojima se treba temeljiti turistička ponude i daljnji razvoj dodatnih aktivnosti posebice u područjima u kojima priroda nije uništena betonizacijom ili joj je narušen izgled zbog prevelikog broja posjetitelja. Aktiviranje potencijala koje nude prirodni resursi na održiv i odgovoran način predstavlja mogućnost za stvaranje atraktivne i jedinstvene turističke ponude.

### 3.3.4 KULTURNI RESURSI, MANIFESTACIJE I ATRAKCIJE

Na području Strizivojne nalazi se jedno zaštićeno nepokretno kulturno dobro. U pitanju je arheološko nalazište „Šimenica“. To je malo prirodno uzvišenje na kojemu se nalaze ulomci keramike i kućnog lijepa koji su u procesu oranja izbili na površinu. Iako jedini zaštićeni kulturni resurs na području općine, ovo arheološko nalazište dio je šire arheološke baštine i građe<sup>5</sup> Đakovšitne, kojoj općina pripada.

<sup>5</sup> Građa podrazumijeva sve vrste predmeta koje se sakupljaju, opisuju i prezentiraju kao muzejski predmeti, dakle sva civilizacijska, kulturna i prirodna dobra kao dio nacionalne i općeljudske baštine.

Slika 3. Prapovijesni lokaliteti u Đakovštini (Strizivojna - „Šimenica“ br. 62)



Izvor: <https://muzej-djakovstine.hr/wp-content/uploads/2018/11/stalni-postav-arheologije-web.pdf>

Na području Općine Strizivojna nalaze se i dvije crkve. Župna crkva Svetog Martina je obnovljena 1937. godine. Prvotno sagrađena crkva bila je skromne i rustikalne drvene građe. U razdoblju od 1835. do 1836. na njenom je mjestu podignuta nova zidana građevina. Bila je to jednobrodna longitudinalna građevina s apsidom i tornjem ukomponiranim u pročelje. Kako tadašnja veličina crkve nije zadovoljavala potrebe sve veće župe sredinom 1936. godine pokrenuta je nadogradnja odnosno proširenje svetišne strane za osam metara. Druga crkva je kapela Svetoga Križa sagrađena 1890. godine na groblju u Strizivojni. U naselju Merolino Sikirevačko nalazi se kapelica sv. Antuna. Navedene crkve ne nalaze se u registru kulturnih dobara RH no imaju velik značaj za lokalno stanovništvo, njihovu kulturu i običaje.

Slika 4. Crkva sv. Martina i Kapela Svetog Križa



Izvor: [https://www.facebook.com/pg/opcina.strizivojna/photos/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/opcina.strizivojna/photos/?ref=page_internal)

Na području Općine Strizivojna aktivno je desetak udruga koje zajedničkim radom i suradnjom sa općinom tijekom godine organiziraju veliki broj manifestacija. U idućoj tablici dan je prikaz manifestacija koje se održavaju tijekom 2019. godine.

Tablica 2. Kalendar planiranih manifestacija na području Općine Strizivojna u 2019. godini

Mjesec	Organizator	Događaj
Siječanj	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kulturno-umjetničko društvo „Šokadija“ (u daljnjem tekstu: KUD)</li> <li>Lovačko društvo „Fazan“ (u daljnjem tekstu: LD)</li> <li>Seljačka Sloga</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>6. 1. 2019. - Božićni koncert</li> <li>19. 1. 2019. - Lovačka zabava</li> <li>26. 1. 2019. - Vinkovo</li> </ul>
Veljača	<ul style="list-style-type: none"> <li>Seljačka Sloga</li> <li>Nogometni klub "Šokadija" (u daljnjem tekstu: NK)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>10. 2. 2019. - Pokladno jahanje</li> <li>16. 2. 2019. - Plavo-bijela noć</li> </ul>
Ožujak	<ul style="list-style-type: none"> <li>KUD „Šokadija“</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>3. 3. 2019. - Dječji Maskenbal</li> <li>5. 3. 2019. - Maskenbal</li> </ul>
Travanj	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nije primjenjivo (u daljnjem tekstu: NP)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>NP</li> </ul>
Svibanj	<ul style="list-style-type: none"> <li>NP</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>NP</li> </ul>
Lipanj	<ul style="list-style-type: none"> <li>Općina Strizivojna</li> <li>Općina Strizivojna</li> <li>Mala Bosna</li> <li>KUD „Šokadija“</li> <li>Općina Strizivojna</li> <li>LD „Fazan“</li> <li>Općina Strizivojna</li> <li>Općina Strizivojna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>21. 6. 2019. - Rock Koncert</li> <li>22. 6. 2019. - Civilna zaštita vježba</li> <li>23. 6. 2019. - Ivanje</li> <li>24. 6. 2019. - Dječja smotra folklor</li> <li>24. 6. 2019. - Tamburaški koncert</li> <li>25. 6. 2019. - Natjecanje u kuhanju čobanca</li> <li>26. 6. 2019. - Polaganje vijenaca</li> <li>27. 6. 2019. - Svečana sjednica</li> </ul>
Srpanj	<ul style="list-style-type: none"> <li>NP</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>NP</li> </ul>
Kolovoz	<ul style="list-style-type: none"> <li>Torbara</li> <li>Različak</li> <li>Seljačka Sloga</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>3. 8. 2019. - Natjecanje u nogometu na pijesku</li> <li>5. 8. 2019. - Likovna kolonija</li> <li>24. 8. 2019. - Žetvena večera</li> </ul>

Mjesec	Organizator	Događaj
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Odbojkaški klub Strizivojna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 30. 8. 2019. - Cener</li> </ul>
Rujan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konjička Udruga</li> <li>• KUD „Šokadija“</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 9. 2019. - Konjičko natjecanje</li> <li>• 21. 9.2019. - Bečarluk</li> </ul>
Listopad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• KUD "Šokadija"</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Smotra pučkog crkvenog pjevanja</li> </ul>
Studeni	<ul style="list-style-type: none"> <li>• NP</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• NP</li> </ul>
Prosinac	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Općina Strizivojna u suradnji s udrugama Umirovljenici / Veterani</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 21. 12. 2019. - Božićni sajam</li> <li>• Godišnja okupljanja</li> </ul>

Izvor: Općina Strizivojna

Odbojkaški klub Strizivojna je u suradnji s Općinom u 2018. godini organizirao prvu utrku pod nazivom Noćni cener najdužom ulicom u Hrvatskoj. Na natjecanju je ukupno sudjelovalo 110 natjecatelja, a nakon utrke i podjele nagrada organiziran je koncert.

Udruga Različak na dan 5. kolovoza koji je Dan pobjede i domovinske zahvalnosti organizira likovnu koloniju. Likovna kolonija okuplja oko 40 slikara iz Slavonije i Baranje koji kroz ugodno druženje na svoja platna prenesu dojmove iz prostora i okruženja u kojem se kolonija održava.

Hrvatsko seljačko prosvjetno i dobrotvorno društvo Seljačka sloga ogranak Strizivojna osnovano je prije 15 godina i broji oko 35 članova. Seljačka sloga nositelj je nekoliko manifestacija koje se održavaju na području općine, a u rad nastoje uključiti što više mladih kako bi im potaknuli svijest o važnosti i njegovanju tradicije i kulture svoga kraja. U siječnju se održava „Vinkovo“, blagdan na kojem se blagoslivlja mlado vino te razmjenjuju iskustva i savjeti među vinarima uz popratnu zakusku. Nadalje društvo u veljači organizira „Pokladno jahanje“ koje okupi oko 50 konjanika koji u narodnim nošnjama svoga kraja prolaze kroz selo. Konjanici dolaze iz različitih krajeva Slavonije i na taj način njeguju običaje. Za sudionike manifestacije po završetku se organizira svečana večera sa zabavnim programom.

Slika 5. Pokladno jahanje u Općini Strizivojna



Izvor: [http://www.orescanin.eu/konjanici\\_i\\_kocije/strizivojna\\_pokladno\\_jahanje\\_2017.html](http://www.orescanin.eu/konjanici_i_kocije/strizivojna_pokladno_jahanje_2017.html)

Pod vodstvom društva Seljačka sloga 24. 8. organizira se Žetvena večera. Ova manifestacija nastala je pod geslom „U spomen dana kada je kruh bio svetinja, a žetva radost“. Njome se želi prikazati običaje završetka žetve i zahvaliti Bogu za godišnji urod. Običaj koji se vezuje uz manifestaciju je postavljanje zadnjeg žetvenog snopa vezanog s tri uzice na tlo, klečanje uz njega te molitvu. Manifestacija započinje povratkom seljaka iz žetve na šokačkim kolima, zatim se dočekuju gosti, a sve bude popraćeno kulturno-umjetničkim programom, koncertom, tombolom, dražbom slika, izborom kraljice žetve itd.

Slika 6. Prikaz običaja na Žetvenoj večeri



Izvor: <http://drum.hr/strizivojna-21-zetvena-vecera/>

Kulturno-umjetničko društvo „Šokadija“ iz Strizivojne kroz godinu organizira nekoliko manifestacija na području općine. U siječnju na blagdan Sveta tri kralja organiziraju koncert pod nazivom „Mir, zlato, tamijan“. Osim KUD-a „Šokadija“ na koncertu nastupa i nekoliko gostujućih KUD-ova. U veljači se organizira dječji maskenbal u Hrvatskom domu kako bi se i najmlađi mještani Strizivojne dobro zabavili i upoznali pokladne običaje. Za najmlađe članove KUD-a svake se godine 24. 6. organizira Dječja smotra folkloru kako bi djeca pokazala svoj rad tijekom godine. Bečarluk je manifestacija koja predstavlja nadmetanje u bečarskim pjevačkim vještinama. Ova manifestacija održava se u rujnu te promovira bečarac koji je zaštićeno nematerijalno kulturno dobro. Bečarac predstavlja vokalno-instrumentalni napjev, veselog i vedrog teksta prožetog alegorijama i metaforama.<sup>6</sup> U organizaciji KUD-a „Šokadija“ u listopadu se također organizira „Smotra crkvenog pučkog pjevanja“, a svake godine bude posvećena drugoj duhovnoj tematici.

Ženska pjevačka skupina Druge osnovana je 1998. godine te broji ukupno 24 članice. U suradnji s KUD-om Šokadija ona organizira brojne manifestacije, a zajedno nastupaju na smotrama diljem Hrvatske i izvan nje.

Lovačko društvo „Fazan“ u siječnju organizira Lovačku zabavu, a u mjesecu lipnju natjecanje u kuhanju čobanca. Na taj način lovačko društvo njeguje i prezentira gastronomske delicije slavonskog kraja. Pripremaju se jela od ulovljene divljači na razne načine, a jelo koje se najčešće priprema je čobanac, ljuti jušni gulaš.

Udruga „Mala Bosna“ u lipnju organizira Ivanje, manifestaciju na kojoj posjetitelji mogu igrati razne sportske igre, konzumirati hranu i piće, a glavno događanje je paljenje ivanjskih krijesova „Pale lile“ u večernjim satima.

Nadalje se u Strizivojni organizira i konjičko natjecanje u organizaciji Konjičke udruge u mjesecu rujnu. U organizaciji Općine u lipnju se održavaju rock koncert i tamburaški koncert, a u prosincu Božićni sajam. Nogometni klub „Šokadija“ u veljači organizira Plavo-bijelu noć dok u ljetnim mjesecima organiziraju Ljetnu ligu. Udruga „Torbara“ organizira natjecanje u nogometu na pijesku.

Općina Strizivojna na svom području nema razvijenu turističku infrastrukturu niti zabilježene dolaske i noćenja odnosno turistička kretanja. Potencijal koji Općina Strizivojna ima, a odnosi se na razvoj turističkog proizvoda može se povezati uz brojne manifestacije i najdužu ulicu u Hrvatskoj te nadogradnju i povezivanje s turističkom ponudom jedinica lokalne i područne samouprave u okruženju. Potencijal postoji i kroz razvoj tematskih ruta i privlačenja gostiju

<sup>6</sup> <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=6212&kdId=364978804>

posebnih interesa. Zanimljive su primjerice i mogućnosti razvoja ponude vezane uz roman Agathe Christie „Ubojstvo u Orient Expressu“. Orient Express je jedan od najslavnijih vlakova svih vremena, a prema opisima iz romana, ubojstvo koje razrješava najpoznatiji detektiv svih vremena Hercule Poirot, dogodilo se upravo na području Općine Strizivojna. Kako bi se razvijale projektne ideje utemeljene na romanu „Ubojstvo u Orient Expressu“ potrebno je prethodno izvršiti predradnje po pitanju autorskih prava. Potencijal također postoji i kroz razvoj gastronomske ponude koja bi se temeljila na tradicionalnim receptima poput rezanaca „na brdo“. Nekoliko su se godina kroz školske inicijative održavale radionice izrade tradicionalnih rezanaca koji bi mogli biti nositelj gastronomske ponude, ali i element za razvoj autohtonog suvenira.

U ovom poglavlju prikazan je kalendar manifestacija. Iz sveg navedenog vidljivo je kako bogatstvo i potencijal za razvoj turističkog proizvoda i ponude leži u aktivnoj zajednici i velikom broju udruga koje aktivno rade na očuvanju tradicije i kulture ove slavonske općine. Manifestacije koje se održavaju na području općine uglavnom su lokalnog karaktera, a prema vrsti događanja mogu se podijeliti na kulturna, zabavna, sportska te rekreacijska događanja. Određene manifestacije, poput Pokladnog jahanja, koje se odvijaju na području općine nemaju samo lokalni značaj nego se vezuju uz cijelu regiju Slavonije. Kako bi manifestacije postale glavni razlog dolazaka turista na područje Strizivojne potrebno je uložiti dodatne napore u organizaciju i njihovu promociju.

### 3.3.5 TURISTIČKA INFRASTRUKTURA I POKAZATELJI

Prema dostupnim informacijama kojima raspolaže turistička zajednica Osječko-baranjske županije na području Općine Strizivojna nema registriranih turističkih objekata pa tako ni ostvarenog turističkog prometa. Na području Strizivojne evidentirana su tri ugostiteljska objekta koja zadovoljavaju potrebe lokalnog stanovništva. Zbog izostanka infrastrukture i statistike na lokalnoj razini, ovim poglavljem daje se pregled turističkih pokazatelja na razini županije kojoj općina pripada kako bi se dobio opći dojam o turističkim kretanjima.

U Osječko-baranjskoj županiji je u 2018. godini zabilježeno 99 025 dolazaka turista te 194 904 noćenja. Najveći broj noćenja zabilježen je u Osijeku koji je ujedno i administrativno središte županije u kojem je bilo 110 412 noćenja. U Gradu Đakovu s kojim graniči Općina Strizivojna zabilježeno je 18 657 noćenja. Podataka o prosječnoj potrošnji gostiju u Osječko-baranjskoj županiji nema no za hrvatski turizam dostupni su podaci o potrošnji sedam primorskih županija<sup>7</sup>. Istraživanje provedeno u 2017. godini pokazalo je kako prosječni dnevni izdaci u ovim županijama iznose 79 eura po osobi i noćenju. Od navedenog iznosa 49 % se odnosi na uslugu smještaja, 17 % na uslugu hrane i pića te 34 % na ostale usluge. S obzirom na standard i cjelokupnu ponudu Osječko-baranjske županije u kojoj se turizam nalazi u povojima, u usporedbi s tradicionalno turističkim županijama, potrošnja posjetitelja u Osječko-baranjskoj županiji je zasigurno ispod potrošnje u primorskim županijama.

Unutar „Master plana razvoja turizma Osječko-baranjske županije“, prepoznata su tri područja koja predstavljaju podlogu za razvoj turizma, a odnose se na:

- kratke odmore
- touring<sup>8</sup> te
- zdravlje i wellness.

Resursna osnova kojom raspolaže Općina Strizivojna daje mogućnost razvoja touring turizma u kojem će Strizivojna predstavljati jedno od odredišta prilikom obilaska susjednih općina i gradova. Osječko-baranjska županija poznata je po brojnim prirodnim i kulturnim atrakcijama. Od prirodnih atrakcija najznačajniji su park prirode Kopački rit, doline rijeka Drave i Dunava.

<sup>7</sup> Primorske županije obuhvaćaju: Istarsku županiju, Primorsko-goransku županiju, Ličko-senjsku županiju, Zadarsku županiju, Šibensko-kninsku županiju, Splitsko-dalmatinsku županiju i Dubrovačko-neretvansku županiju.

<sup>8</sup> Oblik putovanja u kojem se u jednom putovanju posjeti nekoliko turističkih destinacija.

Gradovi Osijek, Našice, Đakovo i Donji Miholjac ističu se po bogatoj kulturno-povijesnoj baštini dok se na području županije nalaze brojni dvorci, sakralni objekti i svetišta.

Navedeni resursi raspoređeni su na području cijele županije, a aktivnim djelovanjem dionika u turizmu mogu se povezati u cjelovitu turističku ponudu u koju se može uvrstiti i Strizivojna sa svim resursima i potencijalima koje ima.

### 3.4 Definiranje osnovnog strateškog koncepta za razvoj ruralnog turizma

Općina Strizivojna nalazi se u jugoistočnom dijelu Osječko-baranjske županije, a granicu dijeli s Brodsko-posavskom i Vukovarsko-srijemskom županijom. S obzirom da je smještena na dodiru tri županije prepoznat je njen prometni potencijal za razvoj dnevnih turističkih posjeta. Prednost dobre prometne povezanosti i geografskog smještaja očituje se u blizini svih značajnijih gradova na području Slavonije poput Đakova na udaljenosti od oko 13 km, Vinkovaca na udaljenosti od oko 38 km, Slavenskog Broda koji se nalazi na udaljenosti od oko 40 km i Osijeka na udaljenosti od 50 km.

Turistička infrastruktura i prihvatni kapaciteti na području Općine Strizivojna nisu razvijeni i predstavljaju ograničavajući faktor u privlačenju većeg broja posjetitelja. Međutim navedeno ne mora nužno biti ograničenje za razvoj turističke ponude nego se može promatrati kao prilika razvoja ponude koja ne ovisi o smještajnim kapacitetima kao što su primjerice dnevni posjeti za izlete, rekreaciju, sudjelovanje na manifestacijama i sl. Kroz analizu stanja promatranog područja ustanovljeno je da je da su udruge na području općine jedan od glavnih potencijala za razvoj turističkog proizvoda. Manifestacije na kojima društvena zajednica radi potrebno je unaprijediti popratnim sadržajima kojima će se, uz domicilno stanovništvo, zadovoljiti želje i preferencije dodatnih posjetitelja. Uz sadržaje postojećih manifestacija potrebno je razmotriti i njihovu nadopunu kako bi se istaknule i valorizirale specifičnosti općine. Primjerice utrka Noćni cener vezana za najdužu ulicu u Hrvatskoj bi mogla postati prepoznatljiva ne samo u regiji nego i šire uz interes velikog broja rekreativnih i profesionalnih trkača. Zanimljivo za turističku ponudu svakako može biti kreiranje sadržaja izravno vezanih za radnju romana „Ubojstvo u Orient Expressu“. Osim što je u pitanju globalno prepoznatljiv roman riječ je i o motivu koji je bio inspiracija višestrukim ekranizacijama. Stoga se radnja spomenutog romana može transferirati u atraktivne manifestacije i prateću ponudu, a lokaciju učiniti atraktivnom posjetiteljima kao što je primjerice slučaj s lokalitetima na kojima je sniman *Winnetou* (Starigrad – Paklenica), *Game of Thrones* (Grad Kaštela) i sl.

U suradnji sa susjednim općinama i gradovima potrebno je osmisliti poludnevne ili cjelodnevne posjete Općini Strizivojna iz obližnjih turističkih destinacija poput Đakova ili Osijeka čije su udaljenosti precizirane na početku poglavlja. Posjete trebaju biti usklađene s kalendarom događanja manifestacije jer su one trenutno jedini razvijeni privlačni faktor. Manifestacije su odraz tradicije, života i običaja ovoga kraja i njegovih stanovnika no važno je pokrenuti i nove festivale ili događanja kojima će Općina Strizivojna stvoriti vlastiti imidž i postati prepoznatljiva. U svijetu su brojni primjeri turističkih destinacija koje neobičnim festivalima privlače desetine tisuća ljudi. Tako se u Španjolskoj mogu izdvojiti „La tomatina“ na kojoj se turisti gađaju prezrelim rajčicama ili tradicionalna utrka s bikovima. U Engleskoj je poznat gastronomski festival koji se obilježava utrkom ljudi za kotrljajućim kolutom sira niz jako strmo brdo. Navedene manifestacije nisu vezane uz prirodne ljepote ili značajne kulturne atrakcije ali su pokazatelj kako i najneobičnije ideje mogu postati privlačne određenim skupinama turista željnih autentičnosti, adrenalina i dobre zabave. Općina Strizivojna bi se prilikom određivanja manifestacija trebala svakako voditi ciljanim skupinama koje posjećuju obližnje destinacije, a Strizivojna će im biti jedna od točaka prilikom odlaska na glavnu destinaciju.

Druga mogućnost koju je potrebno razviti, a dijelom je vezana uz održavanje manifestacija je brendiranje najduže ulice u Hrvatskoj koja prolazi kroz Strizivojnu. Najduža ulica predstavlja potencijalnu atrakciju koja bi brendiranjem postala prepoznatljivi zaštitni znak Strizivojne. Asocijacije na gradove često su vezane uz glavne ulice koje su bile odraz života stanovnika, mjesta druženja i rasonode. Tako se uz Zadar vezuje Kalemarga, uz Rijeku Korzo, uz Dubrovnik Stradun, a uz Zagreb Ilica. Glavne ulice predstavljaju žile kucavice, frekventne lokacije na kojima se susreću stanovnici, na njima se nalaze brojne znamenitosti i trgovine. One su poznate na globalnoj razini, a ne samo lokalnom stanovništvu. Kako bi najduža ulica u Hrvatskoj koja se nalazi u Strizivojni bila prepoznatljiva potrebno je osmisliti dodatne sadržaje

koji posjetitelje motiviraju na dolazak. Sadržaji prvenstveno trebaju biti vezani uz lokalni način života i manifestacije koje se odražavaju u općini. One svakako trebaju sadržavati odgovarajuću gastronomsku ponudu specifičnu za slavonske namirnice i jela, prodaju domaćih poljoprivrednih proizvoda i/ili lokalnih suvenira. Kako bi najduža ulica bila privlačna za turiste potrebno je odrediti zaustavne točke na kojima će se moći informirati o mjestu i običajima, o tome kako je ulica nastala i sl. te ujedno imati i motiv za konzumaciju i potrošnju. Zaustavne točke trebale bi biti povezane s digitalnim sadržajima koji su jedan od glavnih alata i načina informiranja turista o sadržajima na destinaciji. Prolazak turista ulicom prilika je za lokalne poduzetnike, osobito poljoprivrednike da izlože svoje proizvode na kućnom pragu i/ili pristupe njihovoj preradi. Aktivacijom ulice ujedno se otvaraju mogućnosti i poticaji za otvaranje kušaonica lokalnih proizvoda i kao prilika za stvaranje dodane vrijednosti i prodaje većeg broja proizvoda. Također bi se na prilazima kućama i na glavnoj ulici trebale posaditi biljke tipične za Slavoniju, a okućnice i pročelja objekata autentično urediti uz podršku Općine koja bi koordinirala i financijski potpomogla ovaj proces.

Nadalje, Slavonija je prepoznata kao regija privlačna za cikloturiste što može biti jedan od motiva za dolazak u Strizivojnu. U tu svrhu potrebno je izgraditi biciklističke poligone ili parkove (npr. „pump track“ poligone<sup>9</sup>, skakaonice i sl.) te biciklističku infrastrukturu duž najduže ulice u Hrvatskoj. Biciklističku stazu potrebno je u suradnji sa susjednim jedinicama lokalne samouprave spojiti u duže biciklističke rute, te upotpuniti dodanim sadržajima koji su tzv. „bike friendly“.

Jedan od potencijala za stvaranje turističke ponude i privlačni faktor za posjetitelje su i sadržaji koji se potencijalno mogu smjestiti uz obalu rječice Bič koja je u prošlosti bila omiljeno izletišta za lokalno stanovništvo, ali je u posljednje vrijeme zapuštena kao i svi prostori pogodni za rekreaciju, odmor i ribolov većeg broja posjetitelja.

Kako bi se razvila turistička potrošnja na manje atraktivnim područjima Ministarstvo turizma razvija ideju pod nazivom „CRO card“. Projektom bi poduzetnici svojim zaposlenicima uplaćivali određenu svotu novca koju bi zaposlenici potom mogli potrošiti na turistički odmor na destinacijama unutar Hrvatske s posebnim naglaskom i pogodnostima za kontinentalni dio Hrvatske te zaleđe jadranske obale.

Dobra prilika za nositelje obiteljskih poljoprivrednih gospodarstva je i korištenje sredstava financiranja iz Mjere 6 - Razvoj poljoprivrednih gospodarstva i poslovanja, a posebice na podmjere 6.2. i 6.4. koje se odnose na razvoj i ulaganja u nepoljoprivredne djelatnosti. Nepoljoprivredne djelatnosti odnose se na stvaranje turističke ponude otvaranja smještajnih kapaciteta, kušaonica i sl. na seoskim gospodarstvima. Korištenjem navedenih podmjera obiteljska poljoprivredna gospodarstva, kojih je na području općine 131, upotpunila bi svoju ponudu i na taj način bi dodatno privukla posjetitelje u ruralna područja poput Strizivojne. Obiteljska poljoprivredna gospodarstva mjesta su na kojima se uz dobru organizaciju i navedene poticaje mogu prezentirati lokalni običaji, degustirati tradicionalni specijaliteti poput rezanaca „na brdo“<sup>10</sup>, pružiti autentičan doživljaj, odmor i opuštanje. Tako se primjerice posjetiteljima na obiteljskim imanjima može ponuditi smještaj, branje lokalnih proizvoda, degustacija lokalnih specijaliteta, sudjelovanje na tradicionalnim igrama (npr. skakanje u vrećama, potezanje konopa i sl.), umjetnički program koji se odnosi na izvođenje lokalnih pjesama i plesova i mnoge druge mogućnosti koje obiteljska gospodarstva mogu prilagoditi individualnim mogućnostima i željama. Ujedno ponudu mogu učiniti dodatno atraktivnom i privlačnom za različite vrste posjetitelja pa tako mogu postaviti spremište za odlaganje bicikala ili urediti prostore za igranje djece kako bi privukli obitelji sa djecom.

---

<sup>9</sup> Radi se o kružnom zemljanom ili asfaltnom poligonu na kojem biciklisti umjesto pedaliranja koriste težinu tijela, nagibe zavoja i vrstu podloge sa čime postižu brzinu kretanja.

<sup>10</sup> Rezanci „na brdo“ su tradicionalni rezanci koji se u Strizivojni, ali i ostatku Slavonije ručno rade za velike svečanosti kao što su vjenčanja, krštenja, zaruke i sl.

## 4 SWOT ANALIZA

SWOT analiza prikazana je kao kratki paragraf snaga, slabosti, prilika i prijetnji analiziranog područja.

Tablica 3. SWOT analiza

S	SNAGE	W	SLABOSTI
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Najduža ulica u RH nalazi se na području Općine Strizivojna</li> <li>- Blizina kontinentalnih turističkih odredišta (Đakovo, Osijek, Slavonski Brod)</li> <li>- Rječica Biđ (rekreacija, ribolov i sl.)</li> <li>- Idejni projekt i prostor livade „Brežnička“ za izgradnju izletišta</li> <li>- Izgradnja i opremanje smještajnih kapaciteta u lovačkom domu</li> <li>- Razvoj gastronomske ponude utemeljene na izradi i degustaciji rezanaca „na brdo“</li> <li>- Radnja ubojstva iz romana “Ubojstvo u Orient Expressu” odvila se na području općine</li> <li>- Aktivna društvena zajednica</li> <li>- Lovište i lovački dom</li> <li>- Manifestacije koje su raspoređene tijekom cijele godine</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nepostojanje turističke infrastrukture</li> <li>- Nepostojanje smještajnih kapaciteta</li> <li>- Slaba ponuda dodatnih sadržaja</li> <li>- Nedostatak inovativne ponude</li> <li>- Nedostatak turističke tradicije</li> <li>- Nepostojanje mreže biciklističkih staza</li> <li>- Nepostojanje marketinške kampanje za privlačenje turista</li> <li>- Niska razina povezanosti s drugim jedinicama lokalne samouprave u okruženju</li> <li>- Slaba primjena digitalnih kanala za promociju i distribuciju ponude</li> </ul>
O	PRILIKE	T	PRIJETNJE
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Udruživanje sa susjednim općinama i gradovima</li> <li>- Mogućnost iskorištavanja EU fondova u svrhu stvaranja turističke ponude</li> <li>- Rastući trend turista za dolazak u ruralna područja</li> <li>- Blizina velikih gradova</li> <li>- Bogata tradicija i kultura</li> <li>- Dobra prometna povezanost</li> <li>- Očuvan okoliš</li> <li>- Povoljni klimatski uvjeti</li> <li>- Iskorištavanje mogućnosti digitalnog marketinga</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mala i nedostatna ulaganja u stvaranje turističke ponude</li> <li>- Nedostatak razvojnih projekata</li> <li>- Nepovoljna gospodarska situacija na širem području (Slavonija)</li> <li>- Velik interes za posjećivanjem sadržaja u turizmu kreiranih u zaobalnim dijelovima Istre i Dalmacije</li> </ul>

Izvor: Obrada autora

# 5 DEFINIRANJE STRATEŠKIH CILJEVA U SEKTORU RURALNOG TURIZMA

## 5.1 Strateške odrednice

Analizom stanja ustanovljeni su resursi i potencijali kojima raspolaže Općina Strizivojna. U nastavku je određena vizija kojom će se uz pripadajuće strateške ciljeve i mjere dovesti do stvaranja prepoznatljivog turističkog proizvoda i destinacije kakva Strizivojna u budućnosti želi postati.

Tablica 4. Strateške odrednice

Destinacija za rekreaciju i očuvanu tradiciju na kućnom pragu			
SC1	Unaprjeđenje turističke infrastrukture	SC2	Aktivno brendiranje sadržaja i turistička promocija općine Strizivojna
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uređenje najduže ulice u RH na autentičan način</li> <li>- Izgradnja pješačkih i biciklističkih staza te označavanje popratnom signalizacijom</li> <li>- Postavljanje smeđe turističke signalizacije</li> <li>- Uređenje izletišta "Brežnička" s umjetnim jezerom, zdravstveno-rehabilitacijskim centrom te adrenalinskim parkom</li> <li>- Razvoj lovnog turizma koji uključuje dogradnju smještajnih kapaciteta u lovačkom domu</li> <li>- Izgradnja i opremanje tradicijskog centra kulture</li> <li>- Izgradnja "pump" track poligona</li> <li>- Uspostava sportsko-rekreacijskog sadržaja za djecu i odrasle na otvorenom</li> <li>- Uređenje izletišta na rječici Biđ</li> <li>- Uređenje okoliša i pristupne ceste oko kapelice sv. Antuna u Merolinu</li> <li>- Projekt Orient Express</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Unaprjeđenje biciklističkih ruta i pratećih sadržaja</li> <li>- Poticanje otvaranja smještajnih kapaciteta sa bike &amp; bed oznakom (izgradnja, uređenje i opremanje)</li> <li>- Mjere poticanja OPG-ova na prodaju domaćih proizvoda na kućnom pragu</li> <li>- Izrada digitalnih sadržaja / identiteta</li> <li>- Obogaćivanje sadržaja utrke najdužom ulicom - Noćni cener</li> <li>- Radionice, promoviranje i zaštita „rezanaca na brdo"</li> <li>- Marketinške aktivnosti promocije turizma (brendiranje manifestacije Žetvena večera kao prepoznatljivog kulturnog zbivanja u Strizivojni, Likovna kolonija)</li> <li>- Promocija lovačkog turizma i organizacija susreta lovaca</li> <li>- Poticanje turističkih agencija na kreiranje turističkih aranžmana i/ili izleta na području Općine Strizivojna</li> <li>- Osmišljavanje i prodaja suvenira</li> <li>- Istraživanje i izrada dokumentacije o postojanju termalnih izvora na području općine</li> </ul>

Izvor: Obrada autora

### 5.1.1 VIZIJA

Vizija razvoja turizma Općine Strizivojna sažeti je prikaz onoga što u budućnosti općina želi biti i što želi predstavljati kao turističko odredište. Njome se određuje smjer u kojemu se općina želi razvijati:

**Destinacija za rekreaciju i očuvanu tradiciju na kućnom pragu**

Vizija je sastavljena od nekoliko elemenata koji se mogu promatrati zasebno, ali i kao cjelina. S obzirom da na području općine ne postoje smještajni kapaciteti ni turistička infrastruktura, nisu zabilježeni turistički dolasci ni noćenja. Promatrajući navedene elemente kao obilježje razvijenosti sektora turizma može se zaključiti kako ova gospodarska grana, iznimno značajna u nacionalnom kontekstu, u Općini Strizivojna nije zastupljena. No navedene činjenice mogu se promatrati i s pozitivne strane jer ostavljaju prostor za promišljen i planski razvoj turističke ponude koja je u skladu s mogućnostima općine i njenih žitelja. Koncept održivog razvoja turističke ponude na prostoru kojeg nije obuhvatio val masovnih turističkih dolazaka, izgradnje, zagađenja i drugih negativnih efekata koje donosi razvoj turizma predstavlja odličnu priliku i prednost prilikom privlačenja turista koji cijene očuvanu prirodu, nasljeđe i autentično iskustvo. Upravo su očuvana priroda i tradicija glavne prednosti Općine Strizivojna na kojima se može temeljiti daljnji razvoj turističke ponude. Nadalje element vizije koji se odnosi na rekreaciju predstavlja smjer i „nišu“ koja će se razvijati u budućnosti. Bavljenje sportskim aktivnostima već duži niz godina nije samo trend nego i način života. Stoga će široki spektar sportske infrastrukture, koja je planirana kroz provedbu strateških odrednica, značajno doprinijeti privlačenju većeg broja gostiju. U prilog tome ide i poticaj razvoju ponude aktivnog odmora i cikloturizma na županijskoj i nacionalnoj razini.

Terminom „kućni prag“ kao elementom vizije sažeto je nekoliko elemenata koji će biti prednost u privlačenju turista. Na samom početku analize stanja navedeno je kako je Općina Strizivojna poznata po najduljoj ulici u RH što samo po sebi predstavlja znak prepoznatljivosti i jedinstvene ponude. Osim toga važno je uočiti da se Općina Strizivojna nalazi na dodiru triju županija što podrazumijeva velik broj stanovnika i potencijalnih posjetitelja koji žive u samoj blizini ove turističke destinacije. Prag je ujedno i asocijacija na domaćinski i autentični doživljaj koji bi svojim gostima ponudila Strizivojna.

## 5.1.2 CILJEVI I MJERE

Kako bi se vizija određena i opisana u prethodnom poglavlju implementirala potrebno je definirati strateške ciljeve koji će upotpunjeni pratećim mjerama (projektima) doprinijeti stvaranju turističke destinacije. Planirane mjere raspoređene su unutar dva strateška cilja koji se mogu podijeliti na primarne projekte i projekte podrške. Obje grupe strateških ciljeva međusobno se nadopunjuju i tvore sinergijski učinak kojim se doprinosi stvaranju funkcionalne ponude u skladu s mogućnostima i željama lokalne zajednice.

### 5.1.2.1 Primarni projekti

Primarni projekti odnose se prvenstveno na infrastrukturne projekte kojima će općina svojim posjetiteljima pružiti osnovne preduvjete za aktivnosti u kojima se želi specijalizirati. Lokalnom stanovništvu infrastruktura će biti dodatan poticaj za pokretanje privatnih inicijativa u turizmu. Infrastrukturni projekti odnose se u prvom redu na uređenje najduže ulice u RH koja se nalazi u Strizivojnoj te izgradnju i označavanje biciklističkih staza. Projektima podrške ovi će zahvati u prostoru biti nadopunjeni dodatnim i komplementarnim sadržajima kojima će se stvoriti turističke proizvode dodane vrijednosti. Uz ove dvije mjere namjera je izgraditi sportsko-rekreativne sadržaje i poligone za djecu i odrasle. U zavali rječice Biđ planirano je i uređenje izletničke zone koja će služiti za odmor, rekreaciju i druženje.

Tablica 5. Popis indikatora predviđenih za ostvarivanje mjera unutar strateškog cilja 1

Primarni projekti – strateški cilj 1	Indikator
Uređenje najduže ulice u RH na autentičan način	– uređene okućnice i pročelja
Izgradnja pješačkih i biciklističkih staza te označavanje popratnom signalizacijom	– izgrađene i označene staze
Postavljanje smeđe turističke signalizacije	– postavljena smeđa signalizacija
Uređenje izletišta „Brežnička“ s umjetnim jezerom, zdravstveno-rehabilitacijskim centrom i adrenalinskim parkom	– postavljene vanjske fitness sprave – napravljeno umjetno jezero za sportski i rekreacijski ribolov – izgrađen poligon za terapijsko jahanje konja – postavljen parkur za natjecateljsko jahanje – izgrađena pozornica za održavanje raznih okupljanja i predstava – montirane natkrivene sjenice s roštiljem – izgrađeno dječje igralište – izgrađeni sanitarni čvorovi
Razvoj lovnog turizma koji uključuje dogradnju smještajnih kapaciteta u lovačkom domu	– uređen lovački dom – broj noćenja ostvarenih u lovačkom domu
Izgradnja i opremanje tradicijskog centra kulture	– uređen tradicijski centar kulture – održani programi i manifestacije – broj posjetitelja
Izgradnja „pump“ track poligona	– izrađen biciklistički poligon
Uspostava sportsko-rekreativnog sadržaja za djecu i odrasle na otvorenom	– izgrađeni sportsko-rekreativni sadržaji
Uređenje izletišta na rječici Biđ	– ukupna uređena zelena površina – broj posjetitelja
Uređenje okoliša i pristupne ceste oko kapelice sv. Antuna u Merolinu	– uređen okoliš – dužina uređene pristupne ceste (u km)
Projekt Orient Express	– uređena čekaonica na željezničkom kolodvoru – uređenje vagona u stilu Orient Expressa – uređen park – uređeni ugostiteljski objekti – uređena šuma – osmišljeni popratni sadržaji (predstave, obilasci i sl.)

Izvor: Obrada autora

Strizivojna je poznata po najdužoj ulici u RH koja će u velikoj mjeri biti čimbenik privlačenja turista kojima ta ulica treba pružiti sadržaje za opuštanje, razonodu, upoznavanje tradicije te rekreaciju. Projektom uređenja i opremanja najduže ulice sredstva će se uložiti u obnovu prilaza kućama, sadnju cvijeća, stabala i drugog zelenila koje će biti u skladu sa arhitekturom kuća i krajobrazom kakav je karakterističan za slavonska naselja. Navedeno će doprinijeti povećanju prepoznatljivosti najduže ulice u RH i stvaranju autentičnog doživljaja. Uz to će se stanovništvo potaknuti na razvoj ugostiteljske ponude utemeljene na tradicionalnim recepturama, prodaji lokalnih prehrambenih proizvoda i suvenira i druge sadržaje kojima se posjetiteljima može ponuditi jedinstveno iskustvo.

Izgradnjom pješačkih i biciklističkih staza posjetiteljima će se pružiti mogućnost za rekreativne aktivnosti, a Strizivojna će se pozicionirati kao destinacija privlačna biciklistima. Ujedno je planirano biciklističkim stazama Strizivojnu povezati sa susjednim mjestima na korist lokalnom stanovništvu, ali i svih posjetitelja. Izgradnja staza treba biti popraćena izgradnjom pratećih sadržaja kao što su punionice za bicikle, odmarališta, signalizacije i sl.

Na području općine nalazi se velik broj livada, a na jednoj od njih, pod nazivom „Brežnička“, planirana je kroz strateški cilj 1 izgradnja svih potrebnih sadržaja. Predviđeno je kompletno uređenje prostora k. č. br. 974 i 977 ukupne površine 116 000 m<sup>2</sup> sa sportsko-rekreacijskim i zdravstvenim sadržajima. U tu svrhu izgradit će se nove pješačke i biciklističke staze, vanjske fitness sprave, umjetno jezero za sportski i rekreacijski ribolov, poligon za terapijsko jahanje konja, kao i parkur<sup>11</sup> za natjecateljsko jahanje. Aktivnosti vezane uz terapijsko jahanje i konjička sportska natjecanja projektne su aktivnosti koje bi se dodatno mogle upotpuniti aktivnostima koje se odvijaju sklopu Državne ergele Đakovo koju godišnje posjeti preko 20 000 posjetitelja. S obzirom na to da se prostor planira obogatiti javnim i društvenim sadržajima, predviđena je i izgradnja pozornice za održavanje raznih okupljanja i predstava. Oko jezera postaviti će se natkrivene sjenice s roštiljem za odmor i razonodu svih stanovnika i posjetitelja Strizivojne te sanitarni čvor.

Na području općine aktivno je lovačko društvo koje koristi prostorije lovačkog doma. Lovački dom u fazi je obnove. Potrebna su dodatna ulaganja u njen završetak čime bi se prostor dao na korištenje i drugim lovcima koji bi dolazili loviti na područje Općine Strizivojna, ali i na područje susjednih općina koje joj gravitiraju.

Kroz projekt izgradnje i opremanja tradicijskog centra kulture namjera je dobiti multifunkcionalni prostor u kojem će se objediniti kulturni sadržaji. U okviru ovog objekta bi se smjestili muzej, knjižnica i čitaonica te prostor za prodaju autohtonih proizvoda s područja Općine Strizivojna. Namjena centra ujedno će biti i održavanje druženja i proba KUD-a Šokadija, ženske vokalne skupine Druge, muške vokalne skupine Strossmayer i drugih udruga koje su iznimno aktivne i značajne za kulturni život općine.

Uz izgradnju biciklističke staze „pump“ track poligon predstavlja dodatnu atrakciju za sve ljubitelje biciklizma, adrenalina i rekreacije na biciklu. Izgradnjom navedenog poligona privući će se rekreativce, ali i profesionalce kojima će poligon biti dodatna pogodnost na destinaciji.

Na katastarskim česticama 1842 i 1843, k. o. Strizivojna ukupne površine 1982 m<sup>2</sup> planirana je izgradnja sportsko-rekreacijskog sadržaja za djecu i odrasle na otvorenom. Lokacija za izgradnju je prilagođena je stanovništvu, jer se u blizini nalazi osnovna škola, dječji vrtić, nogometno igralište i zgrada Općine.

Izletište na rječici Biđ nekad je bilo vrlo popularno no dugi niz godina je zapušteno. Provedbom mjere iz ovog strateškog cilja postavile bi se sjenice, roštilji i izvor pitke vode, a uredila bi se i korita za ribolov. Zanimljiv aspekt ovog projekta je planirano postavljanje smještajnih kapaciteta u obliku buradi (vinskih bačava).

---

<sup>11</sup> Parkur je ring u kojemu su postavljene prepone koje se koriste u konjičkim sportovima.

Kako bi se turistima, ali i lokalnom stanovništvu, omogućila dostupnost vjerskih sadržaja izgradit će se pristupna cesta te urediti okoliš oko kapelice sv. Antuna u Merolinu. Navedena ulaganja predstavljat će početak razvoja sakralnog turizma u kojem Općina također vidi dugoročni potencijal.

Projektom Orient Express planirana je suradnja Općine i Hrvatskih željeznica na uređenju kolodvora i prostora oko njega u skladu s opisom iz romana Agathe Christie. Uz uređenje prostora na kolodvoru planirano je i uređenje četiri vagona u glamuroznom stilu Orient Expressa. Nadalje projektom je predviđeno urediti čekaonicu i dio kolodvora u kojem se kupuju karte, organizirati tematske turističke ture i postaviti informacijske table koje će biti dio tematske šetnice kroz šumu. Planirano je postavljanje i digitalnih stupova kojima će se posjetiteljima omogućiti da kroz animacije i istraživačku igru upoznaju likove i radnju romana. Posjetitelji će se tu moći fotografirati i digitalnim alatima na sliku dodati lik iz romana po izboru.

### 5.1.2.2 Projekti podrške

Projekti podrške odnose se na projekte koji se nalaze u funkciji razvoja turističkog proizvoda i destinacije pomoću kojih će Strizivojna postati prepoznatljiva. Strateški cilj 2 odnosi se na aktivno brendiranje sadržaja i turističku promociju Općine Strizivojna. Projekti koji se odnose na provedbu strateškog cilja 2 prvenstveno se odnose na marketinške aktivnosti i promociju proizvoda i aktivnosti po kojima će Strizivojna postati prepoznatljiva. Također su projektnim aktivnostima planirani poticaji za lokalno stanovništvo i turističke agencije koji će biti usmjereni na otvaranje smještajnih kapaciteta te kreiranje turističkih sadržaja na području Općine Strizivojna. Sredstva se također planiraju uložiti u osmišljavanje prepoznatljivog suvenira, obogaćivanje sadržaja manifestacija i održavanje radionica te izradu digitalnih sadržaja.

Tablica 6. Popis indikatora predviđenih za ostvarivanje mjera unutar strateškog cilja 2

Projekti podrške – strateški cilj 2	Indikator
Unaprjeđenje biciklističkih ruta i pratećih sadržaja	– promovirani biciklistički sadržaji u Strizivojni – broj posjetitelja
Poticanje otvaranja smještajnih kapaciteta sa bike&bed oznakom (izgradnja, uređenje i opremanje)	– uplaćeni poticaji zainteresiranom stanovništvu – broj smještajnih jedinica
Mjere poticanja OPG-ova na prodaju domaćih proizvoda na kućnom pragu	– uplaćeni poticaji OPG-ovima – broj OPG-ova s predmetnom ponudom
Izrada digitalnih sadržaja / identiteta	– izrađena aplikacija – broj korisnika
Obogaćivanje sadržaja utrke najdužom ulicom - Noćni cener	– osmišljeni i implementirani sadržaji – broj sudionika
Radionice, promoviranje i zaštita "rezanaca na brdo"	– održane radionice – broj posjetitelja
Marketinške aktivnosti promocije turizma (Brendiranje manifestacije Žetvena večera kao prepoznatljivog kulturnog zbivanja u Strizivojni, Likovna kolonija)	– broj promotivnih aktivnosti – broj posjetitelja
Promocija lovačkog turizma i organizacija susreta lovaca	– broj posjetitelja
Poticanje turističkih agencija na kreiranje turističkih aranžmana i/ili izleta na području Općine Strizivojna	– broj izletničkih paketa koji uključuju Strizivojnu – broj agencija koji u ponudi imaju rute u Općini Strizivojna – broj posjetitelja
Osmišljavanje i prodaja suvenira	– osmišljen suvenir – broj prodanih suvenira
Istraživanje i izrada dokumentacije o postojanju termalnih izvora na području općine	– izrađen elaborat

Izvor: Obrada autora

Budući suvremeni turisti očekuju da fizička infrastruktura bude popraćena odgovarajućim digitalnim sadržajima namjera je Općine Strizivojna unaprijeđenu biciklističku infrastrukturu (ista je predmetom projekata iz strateškog cilja 1) nadopuniti digitalnim kartama i povezati

rutama sa susjednim općinama. Ujedno će se marketinškim aktivnostima Strizivojna promovirati kao biciklističko odredište i jedna od brojnih slavonskih ruta koju vrijedi posjetiti biciklirajući.

Kako bi se lokalno stanovništvo odlučilo na otvaranje smještajnih kapaciteta, posebice onih sa bike&bed oznakama novčanim iznosima stimulirat će se ulaganje u ovakav oblik smještaja. Ovisno o pojedinačnim potrebama odredit će se program potpora, uvjeti i iznosi koji će se dodijeliti lokalnom stanovništvu u ovisnosti o vrsti ulaganja (izgradnja, uređenje ili opremanje).

Kroz projekt poticanja vlasnika OPG-ova na prodaju proizvoda na kućnom pragu lokalnom stanovništvu omogućit će se ostvarivanje dodatne zarade i drugog dohotka.

Utrka Noćni cener poznata je u bližoj okolini te ju je potrebno upotpuniti dodatnim sadržajima poput glazbenih nastupa i gastronomske usluge koja će biti u skladu da slavonskim običajima.

Radionice, promoviranje i zaštita rezanaca „na brdo“ aktivnost su koja će rezance koji su poznati lokalnom stanovništvu učiniti poznatima širim interesnim skupinama te na taj način postati jedan od prepoznatljivih gastronomskih simbola Strizivojne. Ujedno je priprema i prodaja rezanaca „na brdo“ prilika za lokalno stanovništvo koje poznaje način i tradiciju pripreme iste i prodaje u prikladnim pakiranjima. Ovaj proizvod ujedno može biti i prilika za razvoj autentične gastronomske ponude, osobito u okviru inicijativa usmjerenih na valorizaciju najduže ulice na kojoj se mogu otvoriti kušaonice, ugostiteljski objekti i sl. Promocijom tradicionalnih receptura pripreme te ujedno otkrivanjem novih načina prezentacije, pripreme, konzumacije rezanaca otvara se prilika za kreiranje jedinstvene i specifične gastronomske ponude.

Kroz mjere iz ovog cilja se također planiraju promovirati turističke manifestacije poput Žetvene večere i Likovne kolonije ali i pojačati promocija lovačkog turizma i organizacija susreta lovaca. Ujedno će se turističke agencije poticati na kreiranje turističkih aranžmana i/ili izleta na području Općine Strizivojna.

Sredstva će se uložiti i u osmišljavanje suvenira koji će biti prepoznatljiv simbol Strizivojne te će predstavljati vizualni identitet općine. Bilo bi prikladno kada bi suvenir bio odraz resursa ili simbola po kome je Strizivojna poznata kao što je otok Brač poznat po suvenirima od Bračkog kamena. Tako bi primjerice suvenir Strizivojne mogao biti izrađen od drva kao glavnog prirodnog resursa i nositelja prerađivačke industrije koja je uz poljoprivredu glavna gospodarska grana.

Kako bi se ustanovilo postojanje termalnih izvora na području općine dio sredstava uložiti će se u istraživanje i izrada dokumentacije o postojanju termalnih izvora. Termalni izvori bili bi dodatna prednost razvoju zdravstvenog turizma po kojim su u OBŽ poznate Bizovačke toplice.

Digitalnim sadržajima povezat će se nekoliko projekata te će se na zanimljiv i interaktivan način posjetitelje zainteresirati za boravak u Strizivojni. Digitalni marketing, rezervacije i informiranje o destinaciji glavne su metode koje turisti koriste na svojim putovanjima te će na taj način Strizivojna u korak pratiti svjetske trendove rezervacije i informiranja posjetitelja o destinaciji. Razvojem digitalnih sadržaja doprinijet će se i planu da Strizivojna u budućnosti postane „pametna“ općina te da u što većem obimu koristi nova tehnološka dostignuća.

## 5.2 Turistički proizvod

Definicija turističkog proizvoda razlikuje se od klasične konzumacije standardnih, opipljivih dobara. Turistički proizvodi uvelike se odnose na dobivenu uslugu i doživljaj koji se stječe boravkom na destinaciji a samo jedan mali segment turističke potrošnje čine opipljivi proizvodi koje će kupci ponijeti sa sobom prilikom odlaska iz destinacije. S obzirom na navedeno turistički proizvod prvenstveno treba predstavljati skup misli o kojima će posjetitelj razmišljati kad mu netko spomene određenu destinaciju ili kada poželi konzumirati određeni oblik odmora.

Sukladno analizom turističkih resursa ustanovljeni su potencijali i mogućnosti koje Općina Strizivojna ima te je određena vizija, strateški ciljevi i mjere koje će zajedničkim djelovanjem svih dionika s područja Općine Strizivojna dovesti do aktivacije turističkih potencijala.

Iako u vrijeme izrade strategije nisu uočeni značajni turistički kapaciteti zaključeno je kako se provedbom predloženih mjera oni mogu kreirati i smjesti Strizivojnu na kartu kontinentalnih destinacija. Prilika Općine Strizivojna osobito se uočava u ponudi jednodnevnih turističkih izleta u prirodu i velikom broju rekreativnih sadržaja na malom području uz uključenje elemenata tradicijskog načina života.

Zbog nedostatka smještajnih kapaciteta ciljano tržište koje će se nastojati privući u Strizivojnu su stanovnici iz okolnih općina i gradova kojima bi Strizivojna mogla biti zanimljiva vikend i izletišna destinacija te gosti koji su na proputovanju ili borave u susjednim destinacijama poput grada Đakova, Osijeka i sl. Strategijom razvoja turizma za regiju Slavonije predviđen je razvoj gradskog turizma, gastroturizma, enoturizma, cikloturizma i ruralnog/seoskog turizma kao primarnih proizvoda. Prema odabranim turističkim proizvodima koji su karakteristični za OBŽ prepoznaje se i nekoliko turističkih proizvoda prema potrošačkim segmentima. Ponuda koja će se aktivirati provedbom mjera unutar strateških ciljeva privlačna je obiteljima s djecom te populaciji od 25 do 34 godine, odnosno mladim parovima bez djece, kao i „empty nestersima“ koji su u dobi od 50 do 65 godina. Privlačni faktori za sve navedene ciljane skupine odnose se na očuvanu prirodu te mogućnosti za bavljenje rekreativnim i sportskim aktivnostima. Razlika između ciljanih skupina je u tome što će obitelji s djecom dolaziti uglavnom iz obližnjih gradova i županija jer je njihov boravak vezan uz vikende i jednodnevne izlete. Ponuda koja je privlačna za ovu skupinu odnosi se na dječje parkove i igraonice te korištenje izletničke infrastrukture (stolova, klupa, roštilja) uz rijeku Biđ te izletišta Brežnička na kojem će se napraviti rehabilitacijski sadržaji za terapijsko i sportsko jahanje konja te umjetno jezero pogodno za rekreaciju. Skupinu parova privlače rekreativne aktivnosti: bicikliranje, pješačenje u šumskim područjima, adrenalinski park te upoznavanje života i običaja lokalnog stanovništva. Također ovu će skupinu posjetitelja činiti i zaljubljenici u knjige/filmove koji se vezuju uz roman „Ubojstvo u Orient Expressu“ koje će privući priča o ubojstvu koje se dogodilo na području Strizivojne. Navedena turistička niša predstavlja značajnu priliku koja bi uz kvalitetne projektne aktivnosti mogla privući velik broj zainteresiranih posjetitelja i brendirati Strizivojnu kao što je slučaj s poznatim gradovima u kojima su se odvijale radnje brojnih knjiških i filmskih uspješnica.

Sve planirane aktivnosti povezane su s boravkom na otvorenom stoga će najveći broj posjetitelja Strizivojnu posjećivati kada to vremenske prilike budu dozvoljavale odnosno u proljeće, ljeto i jesen. Kako bi se stvorio imidž izletničke destinacije nužno je aktivirati sve dionike bilo da se radi o nositeljima vlasti ili o lokalnom stanovništvu koje će zajedničkim snagama stvoriti atmosferu i doživljaj za sve posjetitelje koji prilikom prvog dolaska moraju osjetiti sve ono što je vizijom određeno, a u posjetiteljima će pobuditi želju za ponovnim dolaskom u Strizivojnu. Na idućoj slici prikazane su asocijacije koje će posjetitelje potaknuti na dolazak u Strizivojnu, a u skladu su s trenutnim mogućnostima i planiranim strateškim ciljevima.

Slika 7. Asocijacije koje tvore turistički proizvod Općine Strizivojna



Izvor: Obrada autora

Asocijacije svakako predstavljaju osjećaj i zamisao svakog pojedinca no smjer razvoja turizma na području Općine Strizivojna treba težiti ka stvaranju destinacije koja pruža uživanje u netaknutoj prirodi, potiče posjetitelje na bavljenje rekreativnim aktivnostima, druženje i zajedništvo. Također potencijal i asocijacije koje se mogu iskoristiti kroz projekte Orient Express stvaraju dodatnu znatiželju kod skupina posjetitelja koji su upoznati s radnjom romana i filmskih ekranizacija.

Strizivojna će razvojem svih planiranih projektnih aktivnosti razvoj turizma usmjeriti prvenstveno na kratke vikend izlete i privlačenje turista iz obližnjih destinacija. Prvenstveni razlog je nepostojanje smještajnih kapaciteta koji će se projektnim aktivnostima nastojati poticati, ali prvenstveno ovise o mogućnostima i željama lokalnog stanovništva koje kroz privatne inicijative treba otvoriti smještajne kapacitete. Zadaća Općine kao nositelja projekata je svakako usmjeravanje i stvaranje poticajne atmosfere i izgradnja potrebne popratne javne infrastrukture.

U nastavku se nalazi sažetak turističkog proizvoda na kojem će Strizivojna temeljiti daljnji razvoj.

Tablica 7. Sažetak turističkog proizvoda Općine Strizivojna

Vizija	Destinacija očuvane tradicije i mogućnosti za rekreaciju na kućnom pragu		
Pozicioniranje & imidž	Destinacija za jednodnevne izlete i „touring“ posjete.		
Ciljana tržišta	<p><b>Mladi</b></p> <p>Dobne skupine od 24 do 34 godine, zaposleni, orijentirani na posao, samci i parovi bez djece, <i>ovisni</i> o internetu, žive zdravi način i života i biraju aktivni turizam, posjećuju destinacije na proputovanjima</p>	<p><b>Obitelji s djecom</b></p> <p>Dobne skupine od 35 do 45 godina, zaposleni, motivirani sadržajima za djecu koji se mogu kombinirati odmorom za roditelje (gastronomija, boravak u prirodi), preferiraju preporuke u odabiru destinacija</p>	<p><b>Zrela dob</b></p> <p>Dobne skupine iznad 65 godina, umirovljenici, motivirani odmorom i autentičnim doživljajem, preferiraju boravak u prirodi, koriste konvencionalne kanale informiranja i odabira destinacija (turističke agencije)</p>
Proizvod	<p><b>Aktivni turizam</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- cikloturizam</li> <li>- pješaćenje</li> <li>- sadržaji za rekreaciju u prirodi</li> <li>- lovni turizam</li> <li>- konjički sportovi</li> <li>- ribolov</li> </ul>		
	<p><b>Ruralni turizam</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- upoznavanje manifestacija, običaja i kulture</li> <li>- gastronomija</li> <li>- ponuda na OPG-ovima uz mogućnost smještaja i aktivnosti za veći broj dobrih skupina.</li> </ul>		
	<p><b>Književno-filmski turizam</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- upoznavanje lokacije na kojoj se dogodila radnja iz djela „Ubojstvo u Orient Expressu“, aktivnosti za interesne skupine poput igrica i sl.</li> </ul>		
Cijena	- Srednji cjenovni razred		
Distribucija	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Izravno na destinaciji</li> <li>- Mobilne aplikacije</li> <li>- Posrednici</li> </ul>		
Promocija	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Internet (blogeri, forumi, aplikacije)</li> <li>- Preporuke (blogeri, forumi, turističke agencije, prijatelji)</li> <li>- Plakati (na srodnim destinacijama i u okruženju)</li> <li>- Letci (na frekventnim lokacijama i info punktovima)</li> </ul>		

Izvor: Obrada autora

## 5.3 Smjernice za razvoj destinacije

### 5.3.1 ORGANIZACIJSKI MODELI

Nositelj razvoja turizma je Općina koja će uz planiranje svih aktivnosti imati i značajan udio u financiranju svih projekata. Provedbu i implementaciju projekata nadzirat će Načelnik koji će o svim zbivanjima periodično izvještavati Općinsko vijeće.

Za vrijeme pisanja predmetne strategije organizirane su radne skupine na kojima su mogli sudjelovati svi zainteresirani dionici što je doprinijelo uključivanju cijele zajednice u razvoj održivog turizma. U svrhu nastavka daljnjeg transparentnog postupanja i uključivanja javnosti u cijeli proces te provedbe planiranih mjera u dogovorenim vremenskim rokovima predlaže se angažiranje jedne kvalificirane osobe. To može biti osoba koja radi na sličnim poslovima u Općini ili se pak može zaposliti nova osoba koja će pratiti provedbu i ispunjenje svih indikatora koji su određeni kao ciljani pokazatelji ispunjenja projekata. Djelatnik uključen u aktivnosti će o svim aktivnostima redovno izvještavati načelnika i dionike koji su povezani s razvojem turističke ponude.

Nadalje potrebno je organizirati javne tribine na kojima će svi zainteresirani dionici moći izreći svoje ideje, želje i potrebe koje bi doprinijele razvoju turizma te pratiti razvoj i napredak provedbe strateških ciljeva. U svrhu kontinuiranog obavještavanja i transparentnosti na internetskim stranicama Općine novozaposlena osoba će redovno informirati javnost o svim aktualnostima koje se odnose na projektne aktivnosti. Po završetku svih planiranih aktivnosti izradit će se konačno izvješće kojim će se dati pregled svih aktivnosti i ciljanih vrijednosti indikatora te ispunjenih vrijednosti pokazatelja. Po završetku planiranih aktivnosti predlaže se provesti procjenu o potrebi osnivanja ureda turističke zajednice ovisno o potrebama koje će se očitovati kroz broj turističkih posjeta i razvijenih smještajnih, ugostiteljskih i drugih turističkih sadržaja. Jedna od potencijalnih lokacija za smještaj turističke zajednice ili turističko informativnog centra svakako je novoizgrađeni tradicijski centar kulture koji će imati dvojak u ulogu.

Važnu ulogu u razvoju ponude i njenom promoviranju imat će Turistička zajednica Osječko-baranjske županije koja na svojim stranicama treba ponuditi izlete na kojima je jedno od odredišta Strizivojna. Ujedno je prilikom organizacije manifestacija na području Strizivojne potrebna pomoć TZ-a kako bi se one podigle na višu razinu u smislu organizacije i kvalitete sadržaja kao i promocije što je od velikog značaja ukoliko se želi privući širu publiku, a ne samo lokalno stanovništvo.

## 6 OPERATIVNI PLANOVI

### 6.1 Akcijski plan

U nastavku se nalazi tablica akcijskog plana za period od 2019. do 2023. godine za planirane projekte unutar strateškog cilja 1 i strateškog cilja 2.

Tablica 8. Akcijski plan

SC	Naziv projekta	Godine provedbe projekta				
		2019.	2020.	2021.	2022.	2023.
SC1	Uređenje najduže ulice u RH na autentičan način		x	x		
	Izgradnja pješačkih i biciklističkih staza te označavanje popratnom signalizacijom	x	x	x	x	
	Postavljanje smeđe turističke signalizacije		x	x		
	Uređenje izletišta „Brežnička“ s umjetnim jezerom, zdravstveno-rehabilitacijskim centrom te adrenalinskim parkom			x	x	
	Razvoj lovnog turizma koji uključuje dogradnju smještajnih kapaciteta u lovačkom domu			x		
	Izgradnja i opremanje tradicijskog centra kulture			x	x	x
	Izgradnja „pump“ track poligona		x	x		
	Uspostava sportsko-rekreacijskog sadržaja za djecu i odrasle na otvorenom		x			
	Uređenje izletišta na rječici Biđ			x		
	Uređenje okoliša i pristupne ceste oko kapelice sv. Antuna u Merolinu		x			
SC2	Projekt Orient Express		x	x	x	x
	Unaprjeđenje biciklističkih ruta i pratećih sadržaja		x	x	x	x
	Poticanje otvaranja smještajnih kapaciteta s bike & bed oznakom (izgradnja, uređenje i opremanje)		x			
	Mjere poticanja OPG-ova na prodaju domaćih proizvoda na kućnom pragu		x			
	Izrada digitalnih sadržaja/identiteta		x			
	Obogaćivanje sadržaja utrke najdužom ulicom - Noćni cener		x			
	Radionice, promoviranje i zaštita rezanaca „na brdo“		x	x	x	x
	Marketinške aktivnosti promocije turizma (brendiranje manifestacije Žetvena večera kao prepoznatljivog kulturnog zbivanja u Strizivojnoj, Likovna kolonija)		x	x	x	x
	Promocija lovačkog turizma i organizacija susreta lovaca			x	x	x
	Poticanje turističkih agencija na kreiranje turističkih aranžmana i/ili izleta na području Općine Strizivojna	x	x	x	x	x
Osmišljavanje i prodaja suvenira	x	x	x			
Istraživanje i izrada dokumentacije o postojanju termalnih izvora na području općine	x					

## 6.2 Financijski plan

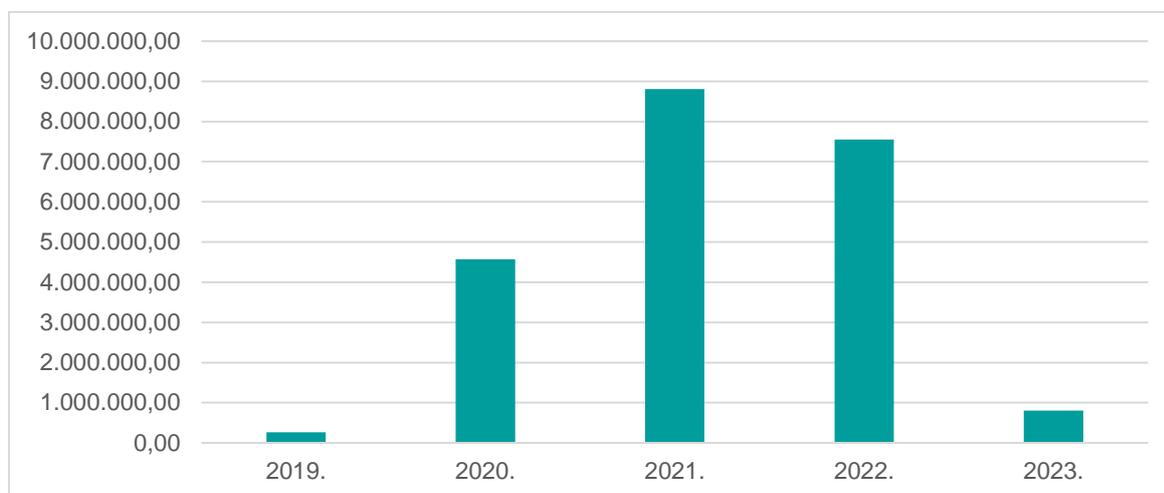
U nastavku se nalazi financijski plan za period od 2019. do 2023. godine za projekte planirane unutar strateškog cilja 1 i strateškog cilja 2.

Tablica 9. Financijski plan

SC	Naziv projekta	Iznosi po godinama promatranja				
		2019.	2020.	2021.	2022.	2023.
SC1	Uređenje i opremanje najduže ulice u RH na autentičan način		250.000,00	250.000,00		
	Izgradnja pješačkih i biciklističkih staza te označavanje popratnom signalizacijom	100.000,00	1.000.000,00	1.000.000,00	550.000,00	
	Postavljanje smeđe turističke signalizacije		50.000,00	50.000,00		
	Uređenje izletišta „Brežnička“ s umjetnim jezerom kao zdravstveno-rehabilitacijskog centra i adrenalinskog parka			4.200.000,00	4.200.000,00	
	Razvoj lovnog turizma koji uključuje dogradnju smještajnih kapaciteta u lovačkom domu			180.000,00		
	Izgradnja i opremanje tradicijskog centra kulture			2.000.000,00	2.500.000,00	500.000,00
	„Pump“ track poligon		50.000,00	50.000,00		
	Uspostava sportsko-rekreacijskog sadržaja za djecu i odrasle na otvorenom		400.000,00			
	Uređenje izletišta na rječici Biđ			200.000,00		
	Uređenje okoliša i pristupne ceste oko kapelice sv. Antuna u Merolinu		1.000.000,00			
SC2	Projekt Orient Express		950.000,00	750.000,00	200.000,00	200.000,00
	Unaprjeđenje biciklističkih ruta i pratećih sadržaja		20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00
	Poticanje otvaranja smještajnih kapaciteta s bike & bed oznakom (izgradnja, uređenje i opremanje)		50.000,00			
	Mjere poticanja OPG-ova na prodaju domaćih proizvoda na kućnom pragu		100.000,00			
	Izrada digitalnih sadržaja/identiteta		100.000,00			
	Obogaćivanje sadržaja utrke najdužom ulicom - Noćni cener		500.000,00			
	Radionice, promoviranje i zaštita „rezanaca na brdo“		50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00
	Marketinške aktivnosti promocije turizma (brendiranje manifestacije Žetvena večera kao prepoznatljivog kulturnog zbivanja u Strizivojnoj, Likovna kolonija)		15.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
	Promocija lovačkog turizma i organizacija susreta lovaca			10.000,00	10.000,00	10.000,00
	Poticanje turističkih agencija na kreiranje turističkih aranžmana i/ili izleta na području Općine Strizivojna	15.000,00	15.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
Osmišljavanje i prodaja suvenira	50.000,00	25.000,00	25.000,00			
Istraživanje i izrada dokumentacije o postojanju termalnih izvora na području općine	100.000,00					
<b>Ukupno</b>		<b>265.000,00</b>	<b>4.575.000,00</b>	<b>8.805.000,00</b>	<b>7.550.000,00</b>	<b>800.000,00</b>

Na idućem grafikonu prikazana je financijska alokacija sredstava za mjere unutar strateških ciljeva.

Grafikon 1. Financijska alokacija sredstava u periodu od 2019. do 2023. godine



Izvor: Obrada autora

U razdoblju od 2019. do 2023. godine planirano je ukupno ulaganje od 21.995.000,00 kn. Iz grafikona je vidljivo kako je najveći iznos planiran u 2021. godini te iznosi 8.805.000,00 kn. Raspodjela troškova u skladu je s planiranim aktivnostima i značajnim infrastrukturnim radovima po godinama.

Sredstva koja će se uložiti u provedbu planiranih projektnih aktivnosti financirat će se djelomično iz proračuna Općine, a djelom iz sredstava osiguranih iz EU fondova.

## POPIS TABLICA

Tablica 1. Zaštićena područja Osječko-baranjske županije .....	15
Tablica 2. Kalendar planiranih manifestacija na području Općine Strizivojna u 2019. godini.	17
Tablica 3. SWOT analiza .....	24
Tablica 4. Strateške odrednice .....	25
Tablica 5. Popis indikatora predviđenih za ostvarivanje mjera unutar strateškog cilja 1 .....	27
Tablica 6. Popis indikatora predviđenih za ostvarivanje mjera unutar strateškog cilja 2 .....	29
Tablica 7. Sažetak turističkog proizvoda Općine Strizivojna .....	33
Tablica 8. Akcijski plan .....	35
Tablica 9. Financijski plan .....	36

## POPIS SLIKA

Slika 1. Geografski smještaj Općine Strizivojna na karti Republike Hrvatske .....	12
Slika 2. Prostorni plan Općine Strizivojna .....	13
Slika 3. Prapovijesni lokaliteti u Đakovštini (Strizivojna - „Šimenica“ br. 62).....	16
Slika 4. Crkva sv. Martina i Kapela Svetog Križa .....	17
Slika 5. Pokladno jahanje u Općini Strizivojna .....	18
Slika 6. Prikaz običaja na Žetvenoj večeri.....	19
Slika 7. Asocijacije koje tvore turistički proizvod Općine Strizivojna.....	32

## POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Financijska alokacija sredstava u periodu od 2019. do 2023. godine .....	37
--	----