

Razvoj ruralnog turizma u Virovitičko-podravskoj županiji od 1960-ih do danas - Analiza Virovitičkog lista

Balog, Katarina

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Academy of Arts and Culture in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:251:068512>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-03**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Academy of Arts and Culture in Osijek](#)



SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU
ODSJEK ZA KULTURU, MEDIJE I MENADŽMENT
SVEUČILIŠNI PREDDIPLOMSKI STUDIJ KULTURA, MEDIJ I
MENADŽMENT

KATARINA BALOG

**RAZVOJ RURALNOG TURIZMA U
VIROVITIČKO-PODRAVSKOJ ŽUPANIJI OD
1960-IH DO DANAS: ANALIZA VIROVITIČKOG
LISTA**

ZAVRŠNI RAD

MENTOR:
doc. dr. sc. Igor Mavrin

SAŽETAK

Turizam Virovitičko-podravske županije intenzivno se razvija od druge polovice 19. stoljeća u okviru pohoda i obilazaka trgovišta, sajmišta i hodočasničkih svetišta. Granično područje Slavonije i Podravine, mnoštvo prirodnih ljepota i bogata kultura oduvijek su predstavljali temelj turizma ovog kraja koji se i danas razvija. U teorijskom dijelu rada definirani su osnovni pojmovi vezani uz turizam poput turističke potražnje, ponude, potrošnje, tržišta i turističke destinacije kroz definicije različitih autora i njihovo viđenje turizma. Naglasak je stavljen na ruralni turizam kao relativno nov pojam u hrvatskoj turističkoj ponudi, a istaknuti su i pojmovi seoskog turizma, agroturizma te obiteljskog gospodarstva kao sastavni dijelovi ruralnog turizma. Kroz istraživački dio prikazan je pregled razvoja ruralnog turizma na području Virovitičko-podravske županije od 1960. godine do danas na temelju brojnih članaka Virovitičkog lista kao glavnog tjednika tog kraja. Navedeni su i glavni problemi koji su predstavljali prepreke u razvoju i iskorištavanju turističkih potencijala. Od samih početaka kada je glavna grana turizma bio isključivo lovni turizam do osnivanja Turističkih zajednica koje imaju glavnu ulogu u stvaranju turističke slike grada. Iskoristivši velik dio prirodnih i kulturno-povijesnih resursa navedeni su i nositelji današnjeg ruralnog turizma u Virovitičko-podravskoj županiji.

Ključne riječi: turistička destinacija, obiteljsko gospodarstvo, ruralna turistička destinacija, analiza sadržaja Virovitičkog lista, suvremeni ruralni turizam

ABSTRACT

Tourism in Virovitica-Podravina County has been developing intensively since the second half of the 19th century, primarily through visits to marketplaces, fairs, and pilgrimage sites. The border area between Slavonia and Podravina, with its many natural beauties and rich culture, has always been the foundation of tourism in this region, which continues to develop today. The theoretical part of this work defines the basic concepts related to tourism, such as tourist demand, supply, consumption, market and tourist destination, through the definitions of various authors and their views on tourism. The emphasis is placed on rural tourism as a relatively new concept in Croatian tourism offerings, with the terms rural tourism, agritourism and family farms highlighted as integral parts of rural tourism. The research section provides an overview of the development of rural tourism in Virovitica-Podravina County from 1960 to the present, based on numerous articles from the *Virovitički list*, the main weekly newspaper of the region. The main problems that have hindered the development and utilization of tourism potential are also mentioned. From the early days, when hunting tourism was the primary branch, to the establishment of Tourist Boards, which now play a key role in shaping the tourist image of the city. By utilizing a large portion of natural and cultural-historical resources, the key players in today's rural tourism in Virovitica-Podravina County are also identified.

Keywords: tourist destination, family farm, rural tourist destination, content analysis of *Virovitički list*, modern rural tourism

SADRŽAJ

1. Uvod	1
2. Osnovni pojmovi u turizmu	2
2.1. Turizam	2
2.2. Turistička ponuda, potražnja, potrošnja i tržište	3
2.3. Podjela turizma	4
3. Ruralni turizam	6
3.1. Definicija ruralnog turizma	6
3.2. Ruralni turizam, seoski turizam i agroturizam	7
3.3. Oblici ruralnog turizma	8
4. Važni čimbenici za razvoj ruralnog turizma	10
4.1. Turistička destinacija	10
4.1.1. Podjela turističkih destinacija	12
4.2. Obiteljsko gospodarstvo kao glavna ruralna turistička destinacija	12
5. Metodologija istraživanja	14
5.1. Određenje problema istraživanja	14
5.1.1. Problem i cilj istraživanja	14
5.2. Hipoteze istraživanja	14
5.3. Metodologija istraživanja	15
6. Čimbenici razvoja turizma u Virovitičko-podravskoj županiji	16
6.1. Geografski položaj grada Virovitice	16
6.2. Prirodni resursi grada Virovitice	16
6.3. Kulturno-povijesni spomenici na području Virovitičko-podravske županije	17
6.4. Prometna infrastruktura Virovitičko-podravske županije	18
7. Vremenski pregled ruralnog turizma dvadesetog stoljeća u Virovitičko-podravskoj županiji	19

7.1. Šezdesete godine – lovni turizam kao početak ruralnog turizma virovitičkog kraja	19
7.2. Sedamdesete godine	22
7.3. Osamdesete godine – propuštene turističke prilike.....	25
7.4. Devedesete godine kao doba važnih promjena za ruralni turizam	27
8. Suvremeni ruralni turizam.....	31
8.1. Seoski turizam u novom stoljeću	31
8.2. Sajmovi kao reprezentativni oblik ruralnog turizma	31
8.3. Nositelji današnjeg ruralnog turizma u Virovitičko-podravskoj županiji	33
10. Literatura.....	38
11. Prilozi	41
11.1. Popis slika.....	41
11.2. Popis tablica	41

1. Uvod

Hrvatska enciklopedija navodi kako se turizam u svojim prvim definicijama koje se javljaju 1905. godine opisuje kao pojava modernog doba, a povezuje se s putovanjem osoba izvan njihovog uobičajenog mjesta boravka u razdoblju do godinu dana. Motivi putovanja najčešće su odmor, upoznavanje novih krajeva, poslovni motivi i sl. Turist je glavna mjerna jedinica kojom se prati razvoj turizma nekog kraja. Turisti su u počecima razvoja turizma putovali isključivo radi odmora, no kroz desetljeća je došlo do promjena motiva putovanja. Današnji turisti žele aktivan odmor, kraće ostaju na istoj destinaciji, putuju češće te su u stalnoj potrazi za novim doživljajima.

U Hrvatskoj se turizam najviše razvija na Jadranskoj obali kao oblik masovnog turizma s glavnim motivom odmora. No, radi opisanih promjena i željom za upoznavanjem ostalih krajeva zemlje razvija se kontinentalni turizam. Hrvatska je bogata prirodnim jezerima, nacionalnim parkovima i parkovima prirode, tradicijom i autohtonim proizvodima, a sve su to motivi današnjih turističkih putovanja. Već spomenuti aktivni odmor odlika je ruralnog turizma koji se od 60-ih godina dvadesetog stoljeća počinje razvijati u Virovitičko-podravskoj županiji. Intenzivne rasprave o turizmu u tom kraju koje prenosi Virovitički list započele su 60-ih godina, no konkretne radnje koji su stvorile današnji turizam započele su dvadesetak godina kasnije. Savladavši brojne prepreke, zahvaljujući brojnim prirodnim resursima, bogatoj i raznolikoj kulturnoj baštini te neobičnom geografskom položaju, Virovitica danas ima razvijeni ruralni turizam.

2. Osnovni pojmovi u turizmu

U ovom poglavlju definirani su temeljni pojmovi u turizmu poput turističke ponude, potražnje, potrošnje i tržišta te je navedena podjela turizma na kojoj se temelji ovaj rad, a navedeni pojmovi definirani su radi lakšeg shvaćanja istraživačkog dijela te rada u cjelini.

2.1. Turizam

Turizam je važna djelatnost koja u 21. stoljeću ima sve veći gospodarski i društveni utjecaj, a definiranje samog turizma kao fenomena oduvijek je u fokusu istraživača. Za neke je turizam okolica, način života, odmor, putovanje dok je za druge, one koji rade u turizmu, izvor zarade, intenzivan rad, predanost i sl. Gledajući objektivne definicije turizma, izdvajaju se sljedeće: „Turizam kao ukupnost odnosa i pojava koji proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako je takvo putovanje poduzeto radi odmora i uživanja te se njime ne zasniva stalno prebivalište i ne poduzima se neka gospodarska djelatnost" (*Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krlež, 2013. – 2024). Definicija Svjetske turističke organizacije u turizam uključuje sve aktivnosti proizašle iz putovanja i boravaka osoba izvan njihove uobičajene sredine ne dulje od jedne godine radi odmora, poslovnog putovanja i drugih razloga nevezanih uz aktivnosti za koje bi primili ikakvu naknadu u mjestu koje posjećuju. (UNWTO, 1999.) U suvremenoj teoriji turizma definicije se svrstavaju u dvije skupine: *demand* – *side* definicije tj. definicije s aspekta potražnje i *supply* – *side* s aspekta ponude. Unatoč brojnim definicijama postoje obilježja koja su im zajednička: prostor, udaljenost, vrijeme i namjera putovanja. U teoriji to znači da turizam obuhvaća putovanja izvan svojeg prebivališta, trajanja ne duljeg od godinu dana s namjerom odmora, učenja, upoznavanja novoga. No razvoj turizma zahtjeva razvoj prometnih infrastruktura i turističkih posrednika kao i razvoj turističke svijesti okoline. Osnovne funkcije suvremenoga turizma dijele se na društvene (humanističke, neekonomske) i ekonomske. Kao što samo ime kaže, ekonomske funkcije odnose se na turistička djelovanja koja su usmjerena izrazito na gospodarske ciljeve i rezultiraju ekonomskim učincima kao što su povećavanje stope zaposlenosti, ostvarivanje profita ili aktiviranje nerazvijenih (najčešće ruralnih) područja. Neekonomske odnosno društvene funkcije usmjerene su prvenstveno na turiste, a s obzirom na velik broj sudionika u turizmu i njegovoj potražnji, funkcije ne djeluju samo na pojedince.

2.2. Turistička ponuda, potražnja, potrošnja i tržište

Valja razlikovati pojmove poput turističkog tržišta, potražnje, ponude i potrošnje. Hrvatska enciklopedija definira turističko tržište koje djeluje interakcijom ponude i potražnje na određenom prostoru i u određenom vremenu, a tržišta se međusobno razlikuju po resursima koje nude, sezonskim obilježjima i motivima potražnje. „Tržište je mehanizam koji nesvjesno vrši koordinaciju ljudi, aktivnosti i poduzeća preko sistema cijena. To je mjesto gdje kupci i prodavači, u međuodnosu određuju cijenu i količinu dobara, koja će se potrošiti u kružnom toku ekonomskog procesa." (Petrić, 2007: 78). Bitna razlika između turističkog tržišta i ostalih (robnih) je odvojenost ponude od potražnje što znači da kupac mora putovati do ponude što je u potpunosti suprotno od robnog tržišta gdje se roba šalje što bliže kupcima. Ponuda i potražnja se spajaju na mjestu proizvodnje ponude, tj. turističkih usluga.

Turistička potražnja određena je količina roba i usluga koju su turisti spremni kupiti tj. ukupan broj osoba koje sudjeluju u turističkim kretanjima. Rezultat je djelovanja različitih faktora kao npr. gospodarskih, socijalnih, ekoloških, političkih i tehničkih, koji se temelje na makrorazini. Takve faktore koji su ključni za odluke o putovanjima, prate i psihološki te socijalno gospodarski faktori, a oni se odražavaju na mikrorazini. Potražnja se prati radi poboljšavanja politike poslovanja, strategije razvoja, ekonomskih učinaka i marketinškog poslovanja. Petrić (2007: 125) navodi nekoliko aspekata s kojih se potražnja može definirati: aspekt ekonomije (ukupna količina roba i usluga koje su kupci spremni kupiti na tržištu), psihologije (motivacija i ponašanje kupaca) i aspekt geografije (ukupan broj osoba koje putuju ili žele putovati radi korištenja turističkih sadržaja i usluga na mjestima izvan njihova mjesta boravka i rada). Pod faktore koji utječu na turističku potražnju moguće je uključiti i kulturu naroda, navike stanovnika i njihovu potrebu za putovanjima, tj. čimbenike koji su fleksibilni te ih nije moguće generalizirati za sve turiste.

Turistička je ponuda dio turističkog tržišta na kojem se turistima nude i prodaju robe i usluge kojima oni zadovoljavaju svoje potrebe. Uključuje sve gospodarske i društvene sudionike jedne zemlje koji na izravan i neizravan način pridonose širenju i različitosti ukupne ponude. To mogu biti obrti koji prodaju svoje domaće proizvode turistima kojima to nije bio čimbenik njihova dolaska na destinaciju ili s druge strane to može biti jedinstvena atrakcija koja privlači velik broj turista. Dakle postoje različiti segmenti turističke ponude koji su međusobno povezani te

se nadopunjuju. Turistička ponuda može biti: osnovna (smještajni objekti, objekti za prehranu i točenje pića, objekti za zabavu i rekreaciju), komplementarna (dio ponude kojom se nadopunjuje osnovna turistička ponuda – jeftiniji oblici smještajnih kapaciteta – kampovi, odmarališta, privatna kućanstva) i kompleksna (sveukupna turistička ponuda nekog odredišta).

„Jedna od temeljnih karakteristika turizma leži u tome da se “proizvod” konzumira na licu mjesta” (Sharpley i Telfer, 2014: 385). Vukonić i Čavlek (2001) definiraju turističku potrošnju kao ukupnu potrošnju pojedinca na proizvode i usluge koje turist kupuje ili konzumira kako bi zadovoljio svoje turističke potrebe, neovisno o tome je li se čin potrošnje dogodio prije, tijekom ili nakon putovanja. Jednostavnije rečeno, to su svi izdaci turista plaćeni vlastitim novcem za potrebe potrošene za vrijeme boravka u turističkoj destinaciji. Cjelokupno ostvarenu turističku potrošnju može se raščlaniti na dva strukturno različita segmenta: domaća i inozemna turistička potrošnja. Domaća turistička potrošnja odnosi se na potrošnju posjetitelja tijekom putovanja koje su obavili u svojoj zemlji i ta potrošnja iznosi mali udio u ukupnom BDP-u. Inozemna potrošnja odnosi se na izdatke međunarodne turističke potrošnje ostvarene izvan zemlje boravka i predstavlja velik udio u dohotku zemlje koju turisti posjećuju.

2.3. Podjela turizma

Hrvatska enciklopedija navodi jednostavnu podjelu turizma na masovni turizam (velik broj turista, organizirano putovanje, paket-aranžmani agencija i turoperatora, niske cijene) i alternativni ili održivi turizam (alternativa sadržajima i ponašanju turista, motivi turista u fokusu, ponuda u ravnoteži s okruženjem). Nadalje, razlikujemo specifične oblike turizma zasnovane na prirodnim resursima (zdravstveni turizam, sportski turizam, nautički turizam, ekoturizam, seoski turizam) te specifične oblike turizma zasnovane na društvenim resursima (kongresni turizam, kulturni turizam, gastronomski i enofilski turizam, turizam događanja). Gržinić (2019: 25) navodi osnovne razlike između masovnog i tematskog turizma te kreće od pojmovnog razlikovanja. Masovni turizam uz pitanje gdje?, a selektivni turizam kako? Masovni turizam veže se uz razvoj turističkih posrednika, poput agencija, koji kroz turistička naselja i *all-inclusive* ponude potiču veće dolaske, a rezultat takvog oblika turizma je boravišni turizam od najmanje tri uzastopna noćenja. Također, lako je zaključiti da nije namijenjen za potrebe pojedinaca već se realizira kroz grupne programe putovanja. Tematski je turizam s druge strane regresivan, optimiziran i dugoročan, a unutar sebe razvija

subspecijalizacije po pojedinoj temi. Velika se pozornost pridaje samoj destinaciji, izgledu iste i očuvanju okoliša.

3. Ruralni turizam

Ruralni turizam ključni je pojam ovog rada stoga su navedene neke od definicija te odnos pojma ruralnog turizma sa seoskim i agroturizmom. Također su navedeni i pojavni oblici ruralnog turizma te izdvojeni oni na kojima se temelji rad.

3.1. Definicija ruralnog turizma

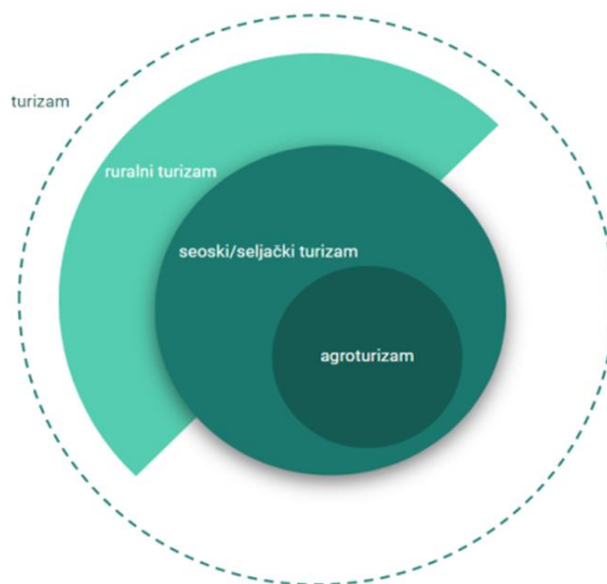
Rajko (2013: 50) opisuje ruralni turizam prema definiciji Vijeća Europe iz 1986. godine koji je određen kao oblik turizma koji obuhvaća sve aktivnosti ruralnog područja. Neke od najvažnijih karakteristika ruralnog ili seoskog turizma su odsutnost buke, očuvani okoliš, mirna sredina, domaća hrana, upoznavanje sa seoskim poslovima, komunikacija s domaćinima i brojne aktivnosti. Za razvoj turizma i poljoprivrede od velike je važnosti ukupni prostor, osobito ruralni. Neki od predmeta bavljenja Strategije ruralnog razvoja Europe koje navode Šehanović i sur. (1997: 447) su uzroci promjena na ruralnom prostoru, oživljavanje ruralne ekonomije, važne promjene u poljoprivredi, ruralni turizam, ruralna arhitektura i službe, kulturna baština i obrazovanje. Autori također navode da su ruralna područja nove turističke odrednice pa stoga ruralni turizam mora postati nova mogućnost razvoja. Ruralni turizam u svijetu bilježi rast te je posebno karakterističan za razvijene zemlje, no s druge strane vrlo je krhak jer lako doživljava prirodne i kulturološke štete pošto ruralna područja predstavljaju posebno osjetljive zone očuvanja prirodnog bogatstva i kulturno-povijesne baštine. Tubić (2019: 88) navodi definiciju autora Page i Connell (2006: 429) prema Sharpley i Sharpley (1997: 20) koji ruralni turizam percipiraju „u konceptualnom smislu, ruralni turizam može se definirati kao stanje svijesti, a u tehničkom prema aktivnostima, destinacijama i drugim mjerljivim, opipljivim obilježjima." „Ruralni turizam je ekonomska aktivnost koja ovisi o ruralnom području, te ga istovremeno i iskorištava." (Tubić 2019: 81). Iz definicije koju donosi Tubić može se zaključiti da ruralni turizam predstavlja poseban oblik u odnosu na ostale oblike turizma jer je riječ o "uzajamnom odnosu" u kojem ruralno područje daje plodove koji predstavljaju turističku ponudu, a s druge strane ta turistička ponuda prenosi znanje turistima koji često to prenose drugima.

3.2. Ruralni turizam, seoski turizam i agroturizam

„Ruralni turizam je najširi pojam koji sadržava sve turističke aktivnosti i usluge koje se odvijaju unutar ruralnog područja, odnosno obuhvaća spektar pojavnih ruralnih oblika turizma, kao što su primjerice seoski turizam, zdravstveni turizam, lovni i ribolovni turizam, kulturni turizam, vjerski turizam, eno i gastro turizam..." (Tubić 2019: 85)

Tubić (2019: 85) definira seoski turizam kao užu oblik ruralnog turizma, ali širi pojam od agroturizma. Riječ je o vrsti turizma čija je turistička ponuda vezana za ambijentalnost sela i njegove uže okoline te prateće tradicionalne aktivnosti (Baćac, 2011). U sadržaj seoskog turizma pripadaju aktivnosti poput agroturizma, kušaonica, izletišta, ruralnih kuća za odmor, obiteljski hoteli, seoske manifestacije, folklor i slično.

Agroturizam najuži je pojam od tri navedena, a definira se kao turizam na seljačkom gospodarstvu ili domaćinstvu ili turističkom seoskom obiteljskom gospodarstvu kojeg karakterizira neraskidivost i ovisnost o poljoprivrednoj djelatnosti što je glavna točka koja ga razlikuje od ostalih oblika ruralnog turizma. Agroturizam je dakle oblik turizma koji isključivo predstavlja dodatni izvor zarade poljoprivrednim domaćinstvima čiji je primarni cilj plasman domaćih proizvoda kroz turističku ponudu. „Agroturizam je užu pojam od ruralnog turizma, a istovremeno širi pojam od turizma na poljoprivrednom domaćinstvu (seoskom gospodarstvu) i vezan je ambijent sela i njegove uže okolice te sve njegove aktivnosti (poljoprivreda, manifestacije, gastronomija, folklor, etnologija, zanatstvo i ostala gospodarska aktivnost)." (Hajdaš, 2006:101). Tubić (2019: 86) izvodi zaključak da je agroturizam pojavni oblik seoskog turizma, a seoski turizam pojavna vrsta ruralnog turizma. Odnos pojmova turizma, ruralnog, seoskog turizma i agroturizma vidljiv je na Slici 1.



Slika 1 odnos ruralnog, seoskog i agroturizma

Izvor: Nejašmić, Barišić 2021: 7 (prema Svržnjak et al. (2014) i Baćac (2011))

3.3. Oblici ruralnog turizma

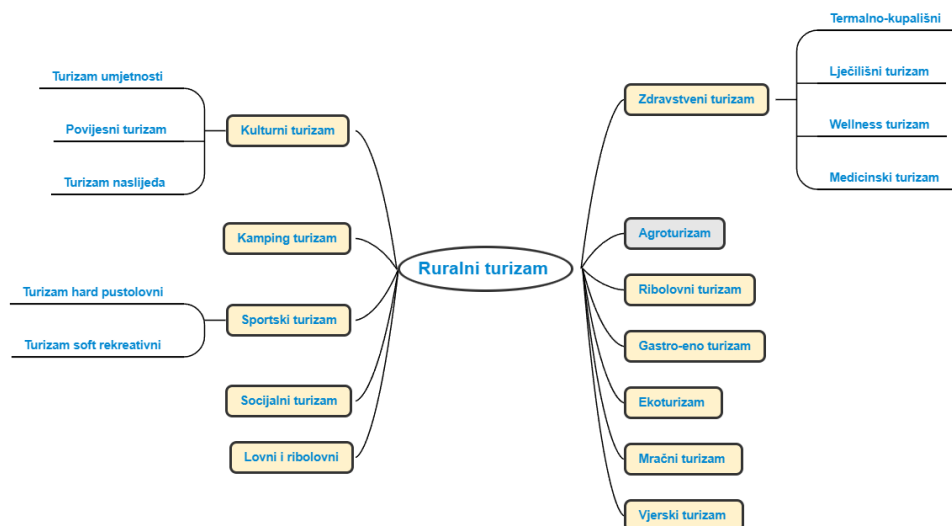
Ruralni i seoski turizam te agroturizam posebniji su od ostalih oblika ponajviše zbog odnosa između turista, tj. gosta i domaćina. To je lako objasniti na primjeru obiteljskih gospodarstava na kojima gost ima mogućnost dijeliti iskustvo življenja s domaćinom, učiti nova znanja i vještine, primati drugačije životne navike i prije svega upoznati tradiciju i biti dio domicilnog stanovništva. Usporedimo li to s uobičajenim masovnim turizmom koji je najzastupljeniji na hrvatskoj obali vidljiva je velika razlika. Masovni turizam promatra se isključivo kroz brojke kao što su noćenja, posjete, prodani suveniri i ostalo. Ruralni turizam svojim razvojem širi tradiciju kroz jedinstveno iskustvo. Turizam na seoskim gospodarstvima zahtjeva adekvatno uređenje objekta, educirano osoblje i kvalitetnu uslugu koja zadovoljava zadane kriterije. Važno je privući turiste ponudom poput uređenja samog okoliša, mogućnostima koje pruža objekt, aktivnostima, prometnom povezanosti s većim mjestima i slično.

Ružić (2009: 19) definira seljački ili agroturizam kao odmor na seljačkom gospodarstvu (registriranom obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu, poljoprivrednom obrtu, poljoprivrednom trgovačkom društvu d.o.o. ili d.d.) s korištenjem usluga smještaja, prehrane, pića, zabave, rekreacije i dr. u obiteljskim zgradama ili drugim smještajnim objektima (kamp, pansion, hotel) u okviru seljačkog gospodarstva. Oblici agroturizma s obzirom na usluge koje

pružaju mogu biti: oni koji pružaju samo usluge prehrane, oni koji pružaju usluge noćenja te oni koji pružaju oboje. Još jedan od kriterija podjele agroturizma su objekti u kojima se ostvaruje turizam kao što su odmor u ruralnoj kući tradicionalne arhitekture, u obiteljskom ruralnom hotelu, u ruralnim sobama i apartmanima tradicionalne arhitekture, u ruralnim sobama i apartmanima nove arhitekture, na poljoprivrednom gospodarstvu s eko ponudom (Ružić 2011: 7).

Još neki oblici selektivnog turizma koji su obilježeni specifičnim motivom koji posjetitelje privlači u točno određene destinacije su: sportsko-rekreacijski turizam, zdravstveni, kulturni, vjerski, lovni, ribolovni, edukacijski, nautički i prirodni turizam. Danas su turisti sve zahtjevniji te navike koje su turisti imali prije tridesetak godina uvelike se razlikuju od današnjih zahtjeva. Sve više posjetitelja zasićeni su odlaskom na more radi odmora stoga danas biraju učenje, za njih novih, znanja i vještina koje nisu lako dostupne putem interneta. Primjer su tradicionalna izrada meda, licitarskih srca koja su karakteristična za Slavoniju, ručna obrada drveta, pravljenje domaćeg sira i ostale vještine koje izumiru.

S obzirom na brojne navedene aktivnosti, atrakcije i obilježja ruralnog turizma te definicije koje obuhvaćaju različite selektivne oblike, na Slici 2 prikazani su pojavni oblici ruralnog turizma. Vodeći se ovim primjerom moguća je daljnja podjela i rasprava o različitim oblicima, no u ovom radu vodeća i glavna podjela bit će između ruralnog turizma i agroturizma.



Slika 2 Različiti pojavni oblici i podoblici ruralnog turizma

Izvor: obrada autorice (prema Tubić 2019: 159)

4. Važni čimbenici za razvoj ruralnog turizma

Ružić (2009: 10) navodi najznačajnije pretpostavke razvoja ruralnog turizma: atraktivnosti lokacije, uređenost seljačkog turističkog gospodarstva i objekta za ostale oblike ruralnog turizma, atraktivnost ponude, zakonska osnova poslovanja. Najveći pokazatelji atraktivnosti kraja su čist zrak, zdrava klima i očuvana priroda. Navedene karakteristike osobito su važne u današnje vrijeme kada sve više ljudi odlazi iz grada u ruralna područja radi odmora od užurbanog života, zagađenog zraka i buke. Mogućnost slobodnog kretanja u prirodi uz rijeke, jezera ili planine također je važan čimbenik koji je s druge strane teško ostvariv zbog zaštite okoliša i zagađenja koje donose turisti. U navedenu skupinu pretpostavki spadaju i nematerijalna kulturna baština i radionice o istoj, npr. slavonski bećarac, narodne nošnje i sl. Kod uređenja turističkih gospodarstava važno je imati na umu dvije strane: funkcionalnost kako bi gostima bilo što ugodnije (adekvatan prilaz, parkirna mjesta, igralište za djecu), a s druge strane autentično uređenje koje će pratiti tradiciju kraja u kojem se objekt nalazi i njegova obilježja. Kao što je spomenuto u tekstu u atraktivnost ponude spadaju brojne radionice u kojima turisti mogu naučiti i primijeniti nova znanja poput berbe maslina i grožđa, izrada domaćeg sira ili vina i slično. Zakonska osnova poslovanja odnosi se na regulaciju zakonskim osnovama.

Tubić (2019: 96) navodi važnost dionika u analizi ruralnog turizma. Dionici su osobe koje imaju interes u procesu razvoja i odvijanja turističke djelatnosti ruralnog karaktera. Mogu biti: poduzetnici, investitori, radnici, dobavljači, lokalna i regionalna uprava, vlada, turistički potrošači i ostali. Tubić (2019: 96) prema Nair i sur. (2015) navodi uključenost četiri glavne skupine dionika, a to su: turisti, ruralna zajednica ili lokalno stanovništvo, tvrtke ili poduzetnici i vlada.

4.1. Turistička destinacija

Turistička se destinacija općenito odnosi na fizički prostor u kojem turist ostvaruje minimalno jedno noćenje te predstavlja neki cilj u turističkom putovanju. „Razvoj pojma turističke destinacije ima svoje logično ishodište u pojmu turističkog mjesta koja su svojim čimbenicima ponude stvarali intenzitet i kontinuitet posjeta, te na toj osnovi i egzistencijalna sredstva domicilnom stanovništvu“ (Magaš, 1997: 11). Uzimajući u obzir zemljopisna obilježja,

Holloway, Humphreys i Davidson u knjizi *The Business of Tourism* (2009) turističku destinaciju dijele u tri kategorije: morske (koje uključuju primorska odmarališta, prirodne plaže, krstarenje), ruralne destinacije (najčešće se odnose na jezera i planine, posjet zabačenijim ruralnim mjestima, agroturistička gospodarstva, posjet vinogradima, vrtovima) i urbane destinacije poput posjeta većim ili manjim gradovima. „Kriterij za određivanje ruralnih područja su: veličina naselja, gustoća naseljenosti, socio-ekonomska struktura i mobilnost stanovništva, administrativni status te urbana infrastruktura i morfološka obilježja." (Bilmajer 2021: 8). Turističke destinacije međusobno se razlikuju po svojim kapacitetima i ponudi za turiste. Popesku (2016: 30) sažima osnovne odrednice sadržaja pojma turističke destinacije na način da destinacije nudi velik broj proizvoda, usluga i iskustva posjetiteljima, najbitnija je jedinica na kojoj se definiraju sve ostale dimenzije turizma, osnovna je jedinica za analizu turizma. Turistička destinacija predstavlja srž cjelokupnog turizma jer je riječ o fizičkom prostoru u kojem se ostvaruju politika turizma i turistička ponuda. Također je mjesto koje zadovoljava potrebe turista, nudi mogućnost učenja novih vještina i znanja ili mogućnost odmora (ovisno o kojoj vrsti turizma je riječ). Rezultati ostvarenog turizma očituju se kroz posjećenost i noćenja u turističkim destinacijama. Za formiranje iste potrebna je prije svega kreativnost i inovativnost u smislu ponude turistima koja će se razlikovati od ponude drugih zemalja i predstavljati nešto novo. No, uz planiranje strategije razvoja turizma važno je imati na umu zaštitu okoliša i baštine (u slučaju kulturnog turizma) jer brojni su primjeri turizma koji je naštetio domicilnom stanovništvu i samoj destinaciji.

„Ruralna turistička destinacija predstavlja splet međusobno povezanih elemenata koju čine atrakcije, infrastruktura, dostupnost ili prometna povezanost, komunikacijske aktivnosti, odnosno promocija i informacijska tehnologija." (Tubić, 2019: 106). Za uspješnu ruralnu turističku destinaciju važno je da su navedeni čimbenici u sinergiji te da maksimaliziraju njihovo ostvarenje, a minimaliziraju negativan utjecaj turista. Najvažniji čimbenici za uspjeh turističke destinacije i njihov međusobni odnos prikazani su na Slici 3.



Slika 3 Ključni elementi za upravljanje ruralnim turističkim destinacijama

Izvor: obrada autorica (prema Tubić 2019: 106)

4.1.1. Podjela turističkih destinacija

Petrić (2011: 62) u knjizi *Upravljanje turističkom destinacijom* navodi kategorizaciju ruralnih turističkih destinacija na: tradicionalne popularne destinacije u blizini većih urbanih zajednica, tradicionalna odmarališta sa značajnim udjelom smještajnih i ostalih turističkih kapaciteta i infrastrukture, zaštićena područja koja razvijaju ekoturizam, ruralna područja gdje se značajan dio proizvoda temelji na malim povijesnim mjestima i selima te bogatim kulturno – povijesnim naslijeđem, udaljena područja koja svoj imidž temelje na bogatoj flori i fauni, bogata poljoprivredna područja gdje se stanovništvo bavi tradicionalnom poljoprivrednom proizvodnjom, područja u blizini mora koja žele razvijati ruralni turizam u svom neposrednom zaleđu i planinska ili šumska područja koja već imaju određeni oblik turizma, ali ga žele osnažiti i diversificirati.

4.2. Obiteljsko gospodarstvo kao glavna ruralna turistička destinacija

OPG je organizacijski oblik gospodarskog subjekta poljoprivrednika fizičke osobe koji radi stvaranja dohotka samostalno i trajno obavlja djelatnost poljoprivrede i s njom povezane

dopunske djelatnosti, a temelji se na korištenju vlastitih i/ili unajmljenih proizvodnih resursa te na radu, znanju i vještinama članova obitelji. Osnovna djelatnost na seoskom gospodarstvu je poljoprivreda, a turističke usluge mogu biti popratna djelatnost. (Dobrota, 2018) Prije samog stvaranja turističke ponude važno je procijeniti ima li uopće turističkog potencijala u okruženju i samom obiteljskom gospodarstvu koje mora biti adekvatno opremljeno i uređeno. U prethodnim poglavljima navedeni su činitelji koji utječu na turističku destinaciju i njenu ponudu, a Ćurić (2010: 102) izdvaja obilježja koja najviše utječu na obiteljsko gospodarstvo, a to su pogodna klima, očuvan okoliš i nezagađenost zraka, vode, tla, prometna povezanost s urbanim središtima u blizini i slično. Kod turističke djelatnosti obiteljskih gospodarstava nije dovoljno zadovoljiti osnovne uvjete prehrane i smještaja. Važno je prepoznati posebnost svog gospodarstva i iskoristiti njegov potencijal u potpunosti jer ono što poljoprivrednicima predstavlja svakodnevni posao i život to je za turiste neponovljiv događaj. Stoga posjetitelji često planiraju svoj posjet u sezoni određenih poslova kao npr. berba grožđa u rujnu, posveta vinograda, žetva, šišanje ovaca i sl. Uz ponudu na obiteljskom gospodarstvu, turisti često žele posjetiti i upoznati kulturu kraja u kojem se nalaze te je zbog toga važna prometna povezanost. S druge strane su turisti koji žele aktivni odmor uz trčanje, bicikliranje, planinarenje i hodanje pa domaćini moraju imati na umu što mogu pružiti turistima izvan svojeg gospodarstva. Neizostavni su i ljudski resursi jer oni koji rade na obiteljskom gospodarstvu osim znanja za obavljanje poljoprivrednih poslova moraju posjedovati komunikacijske i ugostiteljske vještine, ali i kreativnost u stvaranju ponude. Važno je i istražiti životni ciklus seoskih gospodarstava radi nužnog postojanja ciljanih skupina u svim životnim fazama koje osiguravaju njihov razvoj. Uz sve navedene karakteristike i obilježja koje gospodarstvo treba imati valja nadodati dinamičnost, fleksibilnost, korištenje autohtonih prirodnih, kulturnih i povijesnih dobara kraja.

5. Metodologija istraživanja

5.1. Određenje problema istraživanja

5.1.1. Problem i cilj istraživanja

Problemi koji se nastoje riješiti ovim istraživanjem jesu utjecaj različitih čimbenika na razvoj turizma u Virovitičko-podravskoj županiji, kako se (ruralni) turizam razvijao u posljednjih pedesetak godina te koji su ključni potencijali ruralnog turizma na području Virovitičko-podravske županije.

Cilj je prikazati same početke turizma u Virovitičko-podravskoj županiji i probleme koji su sprječavali razvoj istoga te ključne trenutke koji su rezultirali današnjim ruralnim turizmom na istom području. Također, nastoje se izdvojiti turistički potencijali na početku vremenskog perioda koji se istražuje i analizira se njihov napredak i razvoj sve do danas.

5.2. Hipoteze istraživanja

H1: Na početak razvoja turizma utjecale su promjene u načinu života stanovništva šezdesetih godina.

H2: Geografski položaj Virovitičko-podravske županije jedan je od potencijala za razvoj turizma.

H3: Turizam Virovitičko-podravske županije od samih početaka vezan je uz agroturizam, lovni i ribolovni, a manje uz kulturni turizam.

H4: Vlast u Jugoslaviji nije podupirala rad turističkih zajednica stoga nije dolazilo do razvoja kontinentalnog turizma.

H5: Razvoj ruralnog turizma kakvog danas poznajemo u Virovitičko-podravskoj županiji započinje osamdesetih i devedesetih godina dvadesetog stoljeća.

H6: Manifestacija Viroexpo učinila je Virovitičko-podravsku županiju prepoznatljivu na svjetskoj razini.

5.3. Metodologija istraživanja

Metoda istraživanja jest analiza medijskog sadržaja. Riječ je o digitaliziranom izdanju Virovitičkog lista te Virovitičkom zborniku koji sadrži brojne tekstove o povijesti grada i načinu života.

Virovitički list službeni je glasnik Virovitičko-podravске županije, a prvi broj izašao je 29. rujna 1953. U projektu digitalizacije Virovitičkog lista, digitalizirani su svi brojevi od 1953. pa sve do 2023. godine i dostupni su na stranicama Gradske knjižnice i čitaonice Virovitica. Upisivanjem ključne riječi turizam u tražilicu, analizirani su brojevi u kojima postoje članci na temu (ruralnog) turizma na području grada i okolice. Na taj način istraženi su uvjeti u kojima se turizam počeo razvijati, problemi koji su bili prisutni, važne osobe i udruge koje su bili pokretači istoga, vrste turizma i njegovi potencijali u posljednjih pedeset godina. Osim digitaliziranog izdanja Virovitičkog lista, korišten je i Virovitički zbornik 1234-1984 u kojem se među brojnim tekstovima različitih autora nalazi i tekst naslova *Razvijenost ugostiteljstva i turizma u općini Virovitici* te zbornik tekstova o povijesti grada koji se također odnose na turizam na području Virovitičko-podravске županije.

Razvoj turizma u Virovitičko-podravskoj županiji analiziran je kroz razne brojeve Virovitičkog lista u razdoblju od 1960. godine do 2020. godine. Brojevi koji su korišteni za potrebe ovog rada su: br. 354 (14.4.1961.), br. 364 (27.7.1961.), br. 552 (16.9.1966.), br. 582 (7.7.1967.), br. 570 (17.3.1967.), br. 681 (16.10.1969.), br. 708 (4.6.1970.), br. 733-734 (1.1.1971.), br. 746 (15.4.1971.), br. 810-811 (28.9.1972.), br. 873 (1.2.1974.), br. 960 (12.6.1976.), br. 988-989 (26.11.1976.), br. 1012 (3.6.1977.), br. 1015/16 (1.7.1977.), br. 1265-1267 (23.7.1982.), br. 1268 (13.8.1982.), br. 1375 (14.9.1984), br. 1413 (14.6.1985.), br. 1449 (7.3.1986.), br. 1503. (27.3.1987.), br. 1644 (15.12.1989.), br. 1669 (8.6.1990.), br. 1711 (26.4.1991.), br. 1794 (4.12.1992.), br. 1876 (1.7.1994.), br. 1882 (12.8.1994.), br. 1891 (14.10.1994.), br. 1893 (28.10.1994.), br. 1914 (24.3.1995.), br. 1949 (24.11.1995.), br. 1979 (21.6.1996.), br. 2046 (3.10.1997.), br. 2119 (12.3.1999.), br. 2129 (28.5.1999.), br. 1955 (5.1.1996.), br. 2253 (19.10.2001.), br. 2163 (28.1.2000.), br. 2586 (4.4.2008.), br. 3123 (31.8.2018.), br. 3172 (9.8.2019.), br. 2899 (8.5.2014.), br. 2965 (13.8.2015.), br. 3375-3376 (6.7.2023.), 3357-3358 (2.3.2023.). Sveukupno je analizirano 45 brojeva Virovitičkog lista u periodu od 1960. do 2023. godine.

6. Čimbenici razvoja turizma u Virovitičko-podravskoj županiji

Područje Virovitičko-podravske županije obiluje prirodnim, kulturnim, povijesnim i gospodarskim resursima koji predstavljaju temelj za razvoj turizma, ponajprije ruralnog koji je vezan uz prirodu, brda, vinograde i rijeke. Analizirana je i prometna infrastruktura grada kao jedan od važnih čimbenika za razvoj svakog grada, a samim time i svih njegovih gospodarskih grana.

6.1. Geografski položaj grada Virovitice

Virovitica je smještena u srednjem dijelu Podravine na dodiru podravske ravnice i uzdignute Bilogore na 15 kilometara od Drave. „Prometno se Virovitica nalazi na mjestu križanja cestovnog i željezničkog pravca istok – zapad i pravca sjever – jug, i važna je prometna veza naše zemlje s Mađarskom i ostalim zemljama Srednje Europe." (Kovačević, 1996: 217). Povijesni položaj grada zasigurno je imao utjecaj na njenu današnjicu. Za vrijeme Austro-Ugarske, Virovitica je bila županijsko mjesto preko kojeg se širio mađarski utjecaj, a dokaz tome je željeznička pruga Virovitica – Budimpešta koja je postojala prije nego ona sa Zagrebom. No, stvaranjem Jugoslavije Virovitica postaje pogranično naselje radi favoriziranja posavskog pravca kao glavnog dijela prometnog sustava. Ipak je danas Virovitica vratila svoj položaj postavši, u samostalnoj Hrvatskoj, županijsko središte.

6.2. Prirodni resursi grada Virovitice

Belić i Brdar (1986: 261) navode kako su prirodni faktori za razvoj turizma u virovitičkom kraju zadovoljavajući. „Prostrana lovna područja s raznovrsnom divljači (uzgoj divljači organiziran je na 60 714 hektara lovnih površina) na obroncima Bilogore i nizinskom dijelu općine, prisutnost vodenih tokova pogodnih za ribolov i jezera za sportsku rekreaciju te mirni šumski predjeli, dobra su osnova turističko-ugostiteljskog razvoja." (Belić, Brdar 1986: 216).

Prirodni resursi koji predstavljaju turistički potencijali su vinogradi s klijetima na obroncima Bilogore, seoski pejzaži u nizinskom i brdskom području, šumovito područje uz cestu prema Grubišnom Polju gdje se nalaze ribnjaci koje čine vode stajaćice, tekućice, sjenovite šume i manje čistine. Opisano područje odlično pogoduje za izgradnju rekreacijsko-sportskog centra, no taj projekt i dalje nije realiziran unatoč čestom spominjanju. Opisani ribnjaci odlično upotpunjuju nedostatak prirodnih rijeka koje se odnose isključivo na rijeku Ođenicu čije je korito gotovo presušilo i neuređeno je. Drava koja predstavlja granicu s Mađarskom služi kao mjesto ribolovnog turizma iako ima potencijale za gradnju vikendica i smještaja u njejoj blizini, ali i za razvoj raznih sportova. Nadalje, postoje dokazi kako je područje Virovitice bogato termalnom i mineralnom vodom što predstavlja izniman turistički potencijal, no nažalost bez realizacije. U prirodne resurse važno je uvrstiti već spomenuta šumovita područja hrasta, bukve, graba i ostalih bjelogorica kao mjesto šetnje i odmora od gradskog, ubrzanog i bučnog života. Još jedan važan prirodan resurs jesu vinogradi, a dokaz tome su Dragutin Tari i Julijan Žagi koji u knjizi *Virovitica: izabrane teme vinogradarstvo* izdvajaju kao zaseban sektor turizma pod naslovom *Vinogradarstvo i bilogorske klijeti*. „Za Virovitičane, vinograd je *turizam u malom*“ (Tari, Žagi 1996: 225). Uz prvi spomen Virovitice 1234. godine javljaju se i vinogradi čiji su se urodi morali dati kraljici Mariji, ženi kralja Bele IV. Nakon toga slijede zapisi o turskom uništavanju vinograda, no već početkom 18. stoljeća spominje se grof Kardona i njegovi vinogradi, a u to je vrijeme vinogradarstvo bilo važnije od poljoprivrede i stočarstva. Do promjene dolazi 1880. kada se javljaju bolesti na vinovoj lozi zbog kojih izumire autohtona loza kadarka te se mnogi okreću novim uvoznim vrstama otpornima na bolesti. Iz najvažnije grane gospodarstva vinogradarstvo se pretvara u manje unosno zanimanje koje se temelji na ljubavi prema vinogradima, klijetima, vikendicama i odmoru izvan grada. O ozbiljnosti ove ljubavi govori i činjenica da je 21. siječnja 1993. godine osnovano *Društvo vinogradara i voćara* s ciljem unapređenja vinogradarske i voćarske proizvodnje navode Dragutin i Žari (1996: 224).

6.3. Kulturno-povijesni spomenici na području Virovitičko-podravске županije

Dodatak spomenutim prirodnim resursima su povijesne građevine koje su u razvijenom gradu dokaz važnih povijesnih trenutaka. Najznačajniji spomenik nalazi se u središtu grada Virovitice kao mjesto okupljanja građana, a riječ je o dvorcu obitelji Pejačević izgrađenom 1804. godine. 2020. godine dvorac je u potpunosti obnovljen projektom *5 do 12 za dvorac* u trajanju od 36

mjeseci i vrijednosti 81 milijuna kuna. Projektom je povijesnom značenju dvorca zasigurno dodana vanjska ljepota i obnovljen prvotni izgled dvorca i mostova koji ga spajaju s gradskim šetnicama. Dvorac se opravdano naziva (turističkim) biserom grada Virovitice. Nasuprot dvorca nalazi se Crkva sv. Roka i franjevački samostan izgrađeni 1752. godine. Riječ je o važnom povijesnom spomeniku kulture jer je crkva barokna građevina s bogatim i vrijednim unutrašnjim uređenjima među kojima su brojni oltari i prepoznatljivi barokni ukrasi. U samostanu se nalazi stara knjižnica i zbirka umjetničkih slika velikih imena baroka, a u sklopu samostana su i franjevačke ljekarne koje su predstavljale prethodnicu javne ljekarne. Nedaleko Virovitice, u Suhopolju, nalaze se dva važna spomenika. Crkva sv. Terezije izgrađena je 1807. godine te je među najzanimljivijim klasicističkim ostvarenjima u našoj zemlji te dvorac obitelji Janković koji je izgrađen nešto kasnije, u drugoj polovici 19. stoljeća u duhu historicizma s detaljima neogotike. Uz građevine povijesnog značaja, raznolika etnografska bogatstva koja su sadržana u sačuvanim običajima, nošnji i arhitekturi također obogaćuju virovitičku turističku ponudu. Uz sve veće povećanje urbanizacije, kulturno umjetnička društva postaju sve važnija, a neka od njih na području VPŽ su HPD "Rodoljub" Virovitica, Gradska glazba Virovitica, Kulturno-umjetnička udruga "Progres", Češka beseda Virovitica, Hrvatska udruga pripovjedača "Pričalica".

6.4. Prometna infrastruktura Virovitičko-podravske županije

Geoprometni položaj Grada Virovitice definiran je centralnim položajem na sjecištu dvaju pravaca, državne ceste D2 i državne ceste D5 navode Kos, Milojević, Feletar (2012: 188). U željezničkom prometu na području grada križaju se pravci Koprivnica – Osijek te pruga Banova Jaruga – Pčelić. Grad Virovitica ima istaknut položaj kao središte administrativnih, gospodarskih, trgovačkih i prometnih funkcija što zasigurno određuje njegov položaj. Od druge polovice 20. stoljeća pa sve do danas traje modernizacija cestovnog i željezničkog prometa, a grad ima povoljnu uvjetovanost za razvoj prometovanja osobito radi blizine granice s Mađarskom. Unatoč povoljnom prometnom položaju grad i županija i danas su prometno izolirani u odnosu na Republiku Hrvatsku na što upućuje činjenica da niti jedna suvremenija prometnica ne prolazi njome zaključuju Kos, Milojević, Feletar (2012: 188). Godine 2023. krenula je izgradnja brze ceste Vrbovec – Bjelovar – Virovitica – GP Terezino polje, a tim je projektom glavni cilj povezati istok županije sa županijskim središtem kao i smanjiti vrijeme putovanja do Zagreba i drugih dijelova Republike Hrvatske.

7. Vremenski pregled ruralnog turizma dvadesetog stoljeća u Virovitičko-podravskoj županiji

Vremenski period u kojem se analizira razvoj (ruralnog) turizma u Virovitičko-podravskoj županiji jest od 1960. do 2020. godine s naglaskom na period od 60-ih godina do 2000. godine kada se stvaraju temelji današnjeg turizma.

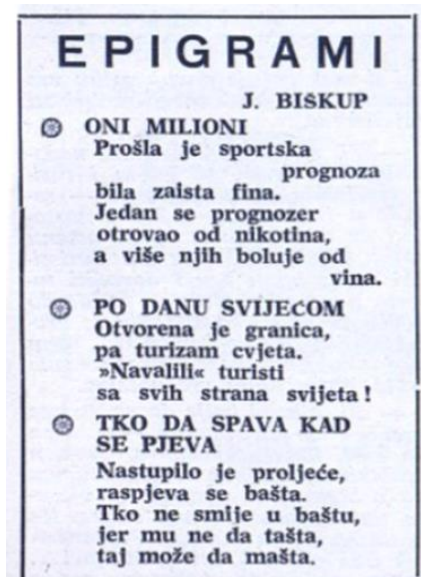
7.1. Šezdesete godine – lovni turizam kao početak ruralnog turizma virovitičkog kraja

Šezdesete su godine prekretnice u cijelome svijetu na svim društvenim razinama od promjena životnih navika pojedinaca pa sve do promjena društva u cjelini i borbe za potpuno nove društvene vrijednosti. U tim se okvirima razvija i turizam kao jedan od načina trošenja slobodnog vremena. Slobodno vrijeme novi je i važan pojam za stvaranje turizma kakvog danas poznajemo.

Virovitički list 1961. godine u 354. broju donosi izvještaj s Godišnje skupštine turističkog saveza te donosi niz mogućnosti turističkog razvoja na području kotara. Na državnoj razini izdvaja se odmaralište u Poreču, no glavni je problem mali broj radnika kao turista u odmaralištu stoga se kao glavno rješenje nameće rješavanje izletničkih mjesta na području kotara. Glavna prepreka u razvoju turističke grane u kontinentalnom dijelu Hrvatske jest percepcija turizma kao luksuza, a ne potrebe što potvrđuje i zaključak turističke skupštine. „Kroz diskusiju utvrđena je činjenica, da je turizam kod nas do sada smatran više kao luksuz, nego kao stvarna potreba i interes radnih ljudi." (M. 1961:4) Godine 1961. Virovitica raspolaže izletištem Milanovac i sedam lugarskih i lovačkih kuća koje raspolažu s ukupno 16 ležajeva. Navedeni se ležajevi jasno povezuju sa sezonom odstrela visoke divljači, a kao jedno od rješenja proširenja izletišta jest njihovo preuređenje i korištenje za vrijeme ljetne i zimske sezone. Najvažniji prijedlozi prethodno spomenute skupštine navedeni su u Tablici 1, a to su: proglašenje svih komuna, osim Čađavice, turističkim mjestima, uvođenje boravišne takse te učlanjenje svih privrednih poduzeća u turistički savez. Još jedan od problema koji je prisutan šezdesetih godina jesu ugostiteljski objekti koji su usko povezani s turizmom jer su dotad bili pasivni stoga skupština zaključuje kako se ubuduće trebaju usmjeriti k razvoju turizma. „Opći zaključak skupštine je, da se turizam kod nas postavi kao sveopća briga svih institucija,

privrednih, političkih, društvenih, kao i vlasti, tako da turizam bude zajednička tema svih građana našeg kotara." (M. 1961:4). Izletišta Milanovac udaljeno je oko 3 kilometra od grada Virovitice, a najveći potencijal jesu pješačke staze na brdima koje vode do vikendica i vinograda koje su u svojim počecima služile isključivo kao odmor vlasnicima, a danas sadrže turistički potencijal. U navedenom članku jasno je kako je turizam na Jadranskoj obali šezdesetih godina puno napredniji u odnosu na kontinentalni kojeg gotovo da i nema, što je i danas, nakon šezdeset godina i dalje prisutno, iako u manjem omjeru. Nadalje, dvadeset brojeva kasnije izlazi novi članak na temu problematike turizma u Virovitičko-podravskoj županiji pod naslovom *U našem kotaru postoje uvjeti za turizam ali se na tom planu sporo napreduje*. Navodi se kako se potrebe razvijaju brže od same realizacije, no ipak navode primjere izvršavanja obaveza kao npr. u Voćinu podignuta brana na rijeci Voćinki radi kupališta, otvaranje bifea u parku, prokopavanje kanala radi dovođenja svježije ribe u svrhu uzgoja iste u Novom Gracu, podizanje spomen-parka u Pitomači, a sve su to važni koraci za razvijanje turizma u ovom desetljeću. „I, konačno, kada si čovjek pogleda živopisno tršćano kamp naselje na Šoderici kod Koprivnice i u mislima ga poveže s ambijentom budućeg bilogorskog jezera ili voćinskog parka, onda si zaista poželi da te misli što prije postanu i stvarnost." (P.J. 1961:4). U deset brojeva prije isti autor piše članak o rekreaciji na Bilogorskim jezerima, a radi se o nadogradnji brane na devetom ribnjaku sa svrhom dobivanja jezera u najljepšem predjelu bilogorskih šuma pod ovlasti Turističkog društva Bilogora, Virovitica. „U posljednje vrijeme kod radnih ljudi sve više vlada interes i potreba za rekreacijom tj. izletničkim turizmom, odmorom i rasonodom u prirodi." (P.J. 1961:2) No, problem visokih cijena prijevoza i usluga u udaljenim odmaralištima i izletištima prepreka je u ostvarivanju navedenog interesa. Napredak između nekoliko brojeva *Lista* vidljiv je u perspektivi shvaćanja turizma koji sve više postaje potreba negoli luksuz. Stanovništvo ima sve više slobodnog vremena, a raste broj onih koji žive u urbanim središtima gdje nemaju prilike za rekreacijom i odmorom stoga posežu za udaljenijim odmaralištima čiji broj nije proporcionalan broju zainteresiranih. To je razlog visokih cijena prijevoza i usluga udaljenijih odmarališta. Godine 1966. u 552. broju turizam se spominje u sličnom kontekstu kao prethodnih godina, a to je iskorištavanje voda tekućica na području županije. Tablica 1 navodi još jedan važan potez koji je prepoznat u ovom broju, a to je važnost rijeke Drave, ali i problem sve manje populacije ribe radi nekontroliranog ribolova kojemu se pokušava pristupiti kroz nekoliko rješenja. Predloženo je da se Dravi da zakonski status sportske ribolovne vode kako bi se zabranio svaki vid neprivrednog ribolova, obogaćenje vode plemenitom ribom, razvijanje rekreativnog ribolova i aktiviranje ribolovnih i lovačkih društava. Isticanje problematike dokaz je velikog interesa građana za ribolovom što proizlazi iz činjenica da

stanovništvo ima sve više slobodnog vremena, a to je šezdesetih godina predstavljalo jednu od polazišnih točaka razvoja turizma. Opisane potrebe turista zadovoljavaju Virovitički ribnjaci koji predstavljaju niz od 9 ribnjaka udaljenih 7 km južno od grada. Danas su ribnjaci stalna lokacija ljubitelja sportskog ribolova, no dugo je vremena trebalo da se iskoristi njihov turistički potencijal. U 582. broju spominje se dosad nespomenuta grana turizma, a iz današnje perspektive izrazito razvijena, auto-moto turizam. U sklopu članka o sve većem interesu za autoškole proveden je intervju sa sekretarom Auto-moto društva koji navodi kako su postignuti značajni rezultati na području društvene djelatnosti kao što su: saobraćajno-tehnički odgoj građana, sigurnost cestovnog prometa, auto-moto turizam, auto-moto sport i dr. Novi problemi koji se navode u 570. broju jest mentalitet građana i otpor prema građenju sportsko-rekreacijskog centra na ribnjacima, a samim time dolazi i do nezainteresiranosti Turističkog saveza za ozbiljnijim razvojem turizma na područjima tadašnje općine. Kao jedno od rješenja u članku navodi se snažnija propaganda u cilju promjene mentaliteta ljudi i stvaranja interesa na korist stanovnika, ali i posjetitelja. Mentalitet građana koji se ostvaruje kao otpor prema stvaranju nečeg novog zasigurno je rezultat nedovoljne upoznatosti stanovništva s projektom i ciljevima istoga što se u članku opisuje kao propaganda dok je danas to poznato kao plan razvoja i upoznavanje građana s radom turističkih zajednica. Kraj desetljeća zaključuje se s modernizacijom prometnice Virovitica – Grubišno Polje koja bi uveliko utjecala na razvoj lovnog turizma jer obilje bjelogoričnih i crnogoričnih šuma punih divljači privlači domaće i strane lovce. Kroz pregled prvog analiziranog desetljeća vidljivi su korijeni današnjih turističkih potencijala Virovitičko-podravske županije, no isto tako vidljivi su problemi koji su djelomično riješeni do danas.



Slika 4 Epigram o turizmu u Virovitici

Izvor: Virovitički List, br. 663., 1969. godina

Godina	Događaj
1961.	Proglašenje većina komuna turističkim mjestima i naplaćivanje boravišne takse
1966.	Prepoznati potencijali Drave kao sportska ribolovna voda
1969.	Modernizacija prometnice Virovitica – Grubišno polje

Tablica 1 istaknuti događaji važni za razvoj turizma Virovitičko-podravske županije šezdesetih godina

Izvor: obrada autorice (prema: Virovitički list)

7.2. Sedamdesete godine

Sedamdesete su godine vrijeme kada se sve više uočavaju problemi te se traže konstruktivni savjeti i načini njihova rješavanja. Vlast i dalje ne donosi konkretan plan razvoja već sve ostaje

na lokalnoj razini i njihovim mogućnostima. U prethodnom desetljeću prepoznati su prirodni resursi kao potencijali koji bi se trebali iskoristiti, a sada su na red došli ljudski potencijali bez kojih je nemoguće ostvariti turizam bilo koje vrste.

Sedamdesete započinju sjednicom Savjeta za ugostiteljstvo i turizam Osnovne privredne komore s glavnom problematikom ugostiteljstva u smislu nedostatka obrazovanih radnika za ugostiteljske objekte te nedovoljna povezanost ugostiteljstva s turističkim organizacijama. „Na dnevnom redu bila je rasprava o razvojnim mogućnostima ugostiteljske i turističke djelatnosti za razdoblje od 1971. do 1975. godine." (R. 1970:2) Zaključak, i istaknuti događaj koji je naveden u Tablici 2 te kojim započinje ovo desetljeće u pogledu turizma je da se nastavi s doškolovanjem kadrova, no konačan stav nije donesen. Nastavak problema odnosi se na dvorac grofa Jankovića u Suhopolju koji naočigled propada bez jasne vizije njegovog obnavljanja kao i bez sredstava. „Dvorac grofa Jankovića s prekrasnom park-šumom na 14 jutara i egzotičnim drvećem, od kojih su neka prava rijetkost u Evropi, propada na očigled, mještana, a da sami nisu u stanju nešto ozbiljnije poduzeti za spas tog neprocjenjivog bogatstva, — Teško nam je, a i neugodno zbog toga — rekao nam je Josip Fett, direktor osnovne škole i predsjednik Savjeta mjesne zajednice u Suhopolju. — Svi smatraju da bi to trebalo urediti, ali ne znaju kako." (Putrić 1971:7). Navode se i ideje oko gradnje rekreacijskog centra te bazena u okolici, no sve su to ideje koje niti pedeset godina kasnije nisu u potpunosti realizirane. Članak A sada s riječi na djela donosi izvještaj s Godišnje skupštine Turističkog saveza Virovitica, ocijenjene kao dosad najuspješnije jer je bila bogata konstruktivna diskusija koja je osim navođenja problema pružila i vrlo dobre prijedloge za njihova rješenja. Otvaranje graničnog prijelaza i modernizacija prometa, gradnja hotela, akcija na uređenju i adaptaciji gradskog kupališta te osnivanje Turističkog saveza neki su od primjera uspješnih projekata kojima se postavljaju ozbiljni temelji za turizam kakvog danas poznajemo u gradu. Godina 1971. zasigurno je najznačajnija godina. No i dalje je tu problem dvorca i stare ljekarne kao dva glavna kulturno-povijesna spomenika u gradu te radne snage u ugostiteljskim objektima. „U reprezentativne objekte treba postaviti i reprezentativne ljude" zaključuje Milan Glumac, član Izvršnog odbora. Počinje se govoriti o problemima Kupališnog lječilišta u Daruvaru te borbi za zdravstveni turizam kroz razgovor s ravnateljem Jaroslavom Rolincom. Kao najveći problem izdvaja se činjenica da je liječenje oboljelih prepušteno isključivo zdravstvenim ustanovama te se na taj način zapostavljaju prirodna lječilišta, a na području djelovanja Zavoda za zapošljavanje Virovitica u to vrijeme djeluju lječilište u Daruvaru i Lipiku. Kroz članak je jasno kako, osim zdravstvenog doprinosa lječilišta, postoji i turistički jer korisnici nisu samo lokalni ljudi već i stranci koji

svoje liječenje plaćaju samostalno. Dakle, uz prirodni turizam koji se najviše naglašava i kulturno-povijesni kojem se ne daje dovoljno pažnje iako ima velike potencijale, prepoznaje se i zdravstveni turizam koji je izrazito važan radi nalazišta geotermalnih voda koja sama pozivaju na stvaranje zdravstvenog turizma. Luka Šteković 1974. godine donosi članak o lovnom turizmu u Virovitici te ocjenu tajnika Saveza lovačkih društava općine Virovitica Ivana Muheka koji potvrđuje kako je sezona bila vrlo dobra, osobito radi dolaska lovaca iz drugih država, ponajprije Italije. Virovitica, za razliku od ostalih mjesta koja imaju razvijena lovišta, ima odličan smještaj za strane turiste što predstavlja važan faktor za razvoj istoga. Iz rubrike Aktualno 1976. godine izdvaja se izvješće o Nacrtu društvenog Dana Jugoslavije za razdoblje od 1976. do 1980. godine u kojem se navodi, između ostalog, 25 milijardi dinara za turizam. Ne postoje podaci za koje oblike turizma je namijenjen iznos, no odnosi se na povećanje broja ležajeva u hotelskim i ostalim turističkim objektima. Lako je za pretpostaviti kako je riječ o turizmu na Jadranskoj obali jer je u to vrijeme jako malo turističkih objekata u kontinentalnom dijelu Hrvatske, a s obzirom da vlast ne podržava rad Turističkog saveza teško je povjerovati da će financijska sredstva na državnoj razini biti usmjerena na razvoj ruralnog turizma koji nije unosan kao masovni turizam na obali. Još jedan važan korak prema razvoju turizma osamdesetih kojeg prikazuje Tablica 2 je vijest iz 988-989 broja *Lista* „Prošlog petka je u maloj vijećnici Skupštine općine na inicijativu Turističkog saveza općine i savjeta Mjesne zajednice Virovitica održana osnivačka skupština Turističkog društva Virovitice." (L.Š. 1976:5). 1012. broj najavljuje četvrto kulinarsko natjecanje u Virovitici u organizaciji Vijeća za ugostiteljstvo i turizam Privredne komore regije Bjelovar i Ugostiteljsko poduzeće Slavonija Virovitica. O važnosti natjecanja govore njegovi osnovni ciljevi, a to su: poticanje organizacije i osnovnih organizacija udruženog rada bilogorsko-podravске regije na veće zalaganje u daljnjem razvoju kvalitete ugostiteljske i turističke ponude te propagiranje domaćih i lokalnih autohtonih specijaliteta. Dakle, turizam grada proširuje se izvan svojih granica te se udružuje s gradom Bjelovarom koji ima jednake turističke ciljeve te velike potencijale. To je važan korak jer se jednom gradu poput Virovitice teško pojaviti na tržištu dok se udruženjem dvaju gradova jednakih ciljeva stvaraju autohtoni proizvodi koje će biti lakše prepoznati na široj sceni. Ovo desetljeće završava s važnim člankom u području kulture, a to je izvješće s godišnje skupštine Turističkog saveza općine Virovitice na kojoj su doneseni važni zaključci. Inicirati, pokrenuti i sudjelovati u akcijama turističkog obilježavanja Virovitice i njezine općine. Na konkretnim primjerima to znači; „brigu o održavanju parkova i zelenih površina, isticanje javnih turističkih informacija, uređenje naselja, sudjelovanje u raspravama o urbanističkim i drugim rješenjima pojedinih dijelova grada i općine, unapređenje usluga u trgovini i ugostiteljstvu, otvaranje

specijaliziranih radnji s domaćom kuhinjom itd." (L.Š. 1978:6). I dalje prioritetni zadaci su štampanje turističkih prospekata grada i općine, osnivanje turističkih društava te priprema za izgradnju sportsko-rekreacijskog centra u blizini ribnjaka.

Godina	Događaj
1970.	Doškoloavanje ugostiteljskih kadrova, osnivanje Turističkog saveza
1976.	Održana osnivačka skupština Turističkog društva Virovitica
1978.	Kulinarsko natjecanje u suradnji s gradom Bjelovarom

Tablica 2 istaknuti događaji važni za razvoj turizma Virovitičko-podravske županije sedamdesetih godina

Izvor: obrada autorice (prema: Virovitički List)

7.3. Osamdesete godine – propuštene turističke prilike

Prema analizi turizma osamdesetih godina u Virovitičkom listu, ovo se desetljeće može nazvati desetljećem problematike jer se turizam oko Virovitice počinje sve više razvijati dok Virovitica ne poduzima velike korake što rezultira dojmom da grad stoji i ne napreduje. No, u broju 1265-1266 tema rubrike Moja mjesna zajednica je Detkovac kojeg je iz siromaštva spasila duhanska industrija, a postoje i ovdje temelji za turizam. Do jezera Limana sagrađen je šodrani put koji omogućava pristup jezercu na kojem postoji mogućnost i gradnje ribarskih kućica. U planu je proširenje plaže i izgradnja svlačionica, a za to su i osigurana sredstva od 50 000 dinara. Opisano uređenje okoliša Jezera jedini je značajniji podatak osamdesetih godina naveden u Tablici 3. U 1268. broju izlazi članak naslova *Neostvarene turističke ambicije virovitičkog kraja – turizam na papiru*. Glavna problematika teksta je Turistički savez općine čija aktivnost nije dovoljno respektirana, a njihov duh i namjere nisu doživljene od strane zainteresiranih. Članak je objavljen za vrijeme ljetne sezone, no Virovitica i njena okolica nisu nikako djelovali kao mjesta u turističkoj sezoni. Od svih prethodno navedenih projekata (sportsko-rekreacijski

centar, bazeni i sl.) niti jedan nije bio spreman za ovu sezonu, a po svemu sudeći niti za sezone u bližoj budućnosti. Sve više je prisutna problematika uređenja grada i mentaliteta građana koji nemaju usađene turističke navike stoga se turističke ideje teško ostvaruju. Građani većinom imaju pritužbe za izgled i uređenost grada koji po njihovom mišljenju nije u skladu s gradom koji pokušava dobiti turistički epitet. Prvi se put spominje problem tranzitnog turizma kao neiskorištenog potencijala 1985. godine. „Za tranzitni turizam i efekte koje on daje Virovitica je zainteresirana, ali koliko će koristiti biti od rijeke modernih nomada u mnogome zavisi od ukupne turističke ponude virovitičkog kraja. Međutim, ona je lijepo prezentirana u svim razvojnim planovima, ali je do sada zaista malo učinjeno u praksi. Nije li krajnje vrijeme da se svestranije priđe turističkoj ponudi virovitičkog kraja s obzirom na njegove prometne i druge prednosti?" (Jesenković 1985:5). Tekstovi o problematici tranzitnog turizma nastavljaju se i u sljedećoj predsezoni. Došlo je do minimalnih poboljšanja koja nisu uspjela zadržati broj gostiju. Virovitica je i dalje jedna od glavnih stanica putnicima sa sjevera prema jugu, no prepreke koje bi ih zaustavile nisu postavljene. Na graničnom prijelazu Terezino polje postoje usluge mjenjačnice, hrane i pića no približavajući se gradu situacija se mijenja. Za razliku od prethodne godine postavljeni su znakovi koji upućuju turiste na benzinske pumpe, mjenjačnice i trgovine, a Hotel Slavonija preuredio je svoju unutrašnjost. No obećani auto-kamp nije izgrađen niti postoji uređeno parkiralište kao opcija odmora na putu do Jadrana. Problematika tranzitnog turizma nastavit će se i u sljedećem desetljeću. Osamdesete godine završavaju tekstom *Koliko volimo svoj grad* Milana Nefa koji opisuje Viroviticu kao veliko selo s punim neiskorištenim potencijalom. Unatoč sjedištu općinske vlasti, razvijenog osnovnoškولstva, Centra kulture, razvijene industrije, stogodišnje tradicije novinarstva, grad ne posjeduje arhitektonski izgrađen centar koji bi privlačio turiste. Autor navodi kako prosjek dižu dvorac u sjedištu Virovitice te Suhopolju, no nedovoljno s obzirom na neodržavani okoliš.

Godina	Događaj
1982.	Osigurana sredstva za uređenje okolice jezera Liman

Tablica 3 istaknuti događaji važni za razvoj turizma Virovitičko-podravске županije osamdesetih godina

Izvor: obrada autorice (prema: Virovitički List)

7.4. *Devedesete godine kao doba važnih promjena za ruralni turizam*

Devedesete godine predstavljaju burno razdoblje hrvatske povijesti, no nakon osamostaljenja i stvaranja neovisne i samostalne Republike Hrvatske turizam kao gospodarska grana koja je u bivšoj državi postojala samo kao odmor na Jadranskoj obali, sada se počinje razvijati u kontinentalnom dijelu zemlje, a ponajviše kroz manifestacije koje predstavljaju autohtone proizvode svakog područja. 90-e godine prošloga stoljeća započinju kritičkim člankom koji daje dojam posljednjeg poziva na buđenje i stvaranje jasnih turističkih akcija u Virovitici, a kao glavni problem izdvaja pitanje kako objediniti sve oblasti i kako zainteresirati sve djelatnosti kojima turizam može donijeti koristi. Turistički savez koji bi trebao poticati razvoj turizma u Virovitici nema autoritet, a slika iz središta grada odbija kako građane, tako i turiste. Tranzitni, lovni i rekreativni turizam temelj su virovitičkog turizma koji ima sve potrebne potencijale, no manjak ljudskih resursa i ignoriranje vlasti otežavaju razvoj. Početkom 90-ih, točnije 1991. godine po prvi put se spominje ideja seoskog turizma. Tablica 4. u ovom desetljeću prikazuje više značajnih događaja koji su postavili temelj ruralnog turizma kakvog danas poznajemo, a među prvima je poduzimanje inicijative Saveza seljaka Hrvatske za razvoja seoskog turizma na državnoj razini, a samim time i u virovitičkoj općini. „Za razvoj seoskog turizma i seosko područje virovitičke općine ima gotovo sve pretpostavke, jer i mnoga naša sela nalikuju evropskim naseljima s razvijenim komunalnim i društvenim standardom, a cijelo područje i mnogim turističkim atrakcijama." (L.Š. 1991:4). Godinu kasnije dolazi do još jednog važnog koraka. U sklopu Turističke zajednice općine sudjelovat će i Odbor za razvoj seoskog turizma, sa zadatkom prikupljanja zainteresiranih obitelji za razvoj ove vrste turizma. Važno je uočiti kako se 1991. prvi put spomenuo pojam seoskog turizma u Virovitičkom listu, a već godinu kasnije osnovan je Odbor za njegov razvoj kojemu je zadatak poticanje razvoja i informiranje stanovništva dok se s druge strane u prethodnih dvadeset godina proteže problematika lovnog turizma, nedovoljno smještaja, tranzitnog turizma i propuštanja prilika zaustavljanja turista u Virovitici. To dokazuje dvije važne stvari. Osamostaljenjem Hrvatske vlast počinje doživljavati kontinentalni turizam kao važnu granu koja doprinosi cijeloj zemlji, a s druge strane napredak seoskog turizma u kratkom roku dokaz je kako Virovitičko-podravska županija posjeduje potrebne uvjete za razvoj istog te je to potrebno samo uočiti i iskoristiti taj potencijal. Godine 1994. i dalje se nastavlja ista problematika kao i prethodnih godina, a to je neiskorištavanje tranzitnog turizma. Ovo razdoblje predstavlja krizne godine za bilo kakav razvoj turizma u Virovitici, a dokaz tome je članak Z. Jesenkovića *Ususret turističkoj sezoni – i dalje smo mrvice.*

„Ima mjesta koja svoju turističku priliku nisu nikada iskoristila kako valja. Među njima, svim lijepim i velikim planovima unatoč, nažalost je i Virovitica." (Jasenković, 1994:2). Turistima je potrebno ponuditi razloge za zaustavljanje, a za primjer se uzima GP Terezino Polje gdje je Čazmatrans otvorio restoran s terasom kojeg putnici rijetko zaobilaze. U Virovitici je jedini dobar primjer *Trgocentar-fest* koji zaustavlja putnike i nudi im dobar provod dok se ostali razlozi nalaze tek izvan grada, a niti oni nisu iskorišteni – pr. dugo očekivani auto-kamp na Ribnjacima. Broj 1882. donosi izvješće sa sastanka u Virovitici na kojem je sudjelovala zamjenica ministra turizma Vinka Cetinski. „Virovitičko-podravska županije ima sve uvjete za dinamičan razvoj seoskog turizma, smatra doministica mr. Vinka Cetinski." (M.V., P.Š. 1994:3). Također se navodi kako je turizam pokretač svih ostalih djelatnosti, a alternativa poznatom morskom turizmu je kontinentalni turizam sa svim selektivnim oblicima. Ističe se kako virovitičko područje ima sve uvjete za razvoj seoskog turizma, a to su čista priroda, proizvodnja zdrave hrane, kadrovski potencijal i uređenje smještajnih kapaciteta. Prvi članak u kojem Ministarstvo daje pomoć pri izradi imidža prospekta županije koji će prezentirati na sajmovima i ostalim događajima još jedan je od velikih koraka u posljednjem desetljeću naveden u Tablici 4. Važno je uočiti kako se perspektiva o kontinentalnom turizmu mijenja što je također dokaz o promjenama i napretku. Veliki korak za općinu Pitomača, ali i za cijelu županiju je osnivanje Turističke zajednice općine Pitomača na inicijativu Bože Čule koji navodi sve potencijale i ljepote toga kraja: Smotra izvornog folklor, Glazbeni festival Pjesme Podravine i Podravlja, ribolov na Dravi, izletnički turizam na Bilogori, vinogorje na Aršanjskom brijegu, privatno ugostiteljstvo, Grabrovnica kao rodno mjesto Petra Preradovića. Naravno da je riječ o resursima koji pružaju temelj za razvoj seoskog turizma. Opisuje kako Turistička zajednica osigurava sredstva iz boravišne takse, članarine pravnih i fizičkih osoba, iz proračuna općine i dobrovoljnih priloga. Zasigurno veliki korak ka današnjem poimanju turizma i turističke promocije je tiskanje kataloga turističke ponude za 1995. godinu s fotografijama u boji i tekstom na nekoliko stranih jezika koji će biti dostavljeni turističkima agencijama u zemlji i inozemstvu. Polovicom desetljeća Virovitica s punim pravo dobiva Turističku zajednicu Grada. 1994. broj 1893. donosi tekst „Grad koji iza sebe ima 760 godina tradicije, u kojemu se začeci turizma bilježe još prije osamdeset godina, jednostavno mora više nego do sada raditi na svojoj prepoznatljivosti i traženju mjesta na hrvatskoj turističkoj razglednici, rečeno je na skupu." (Z.J. 1994:9). Na skupštini je zaključeno kako Virovitica iz svih prethodno navedenih primjera mora iskoristiti puni potencijal – ribnjaci, tranzitni turizam, lokalna lovišta. U sljedećoj godini nastavljaju se važni koraci za turizam virovitičkog kraja osnivanjem Turističke zajednice Virovitičko-podravske županije na čelu s predsjednicom

Marijankom Nemet. Veliki korak u povezivanju plodnih ravnica s primorjem te stvaranju ponude s autohtonim jelima svih krajeva Hrvatske. Turistička zajednica Virovitičko-podravske županije 1995. godine po prvi put je sudjelovala na Međunarodnom turističkom sajmu u Zagrebu, a u središtu je bio seoski turizam stoga je TZ županiju predstavila prije svega sa zdravom hranom i plodovima naših područja. Velika je to stvar za županiju koja do te godine nije imala svoju Turističku zajednicu i koja je okupila sve turističke potencijale kraja i predstavila ih publici. Članak *Turistička poruka o identitetu* (Božić, V., 1996.) jasno se dotiče važnosti stvaranja turističke slike županije. Doministrica turizma Vinka Cetinski mnogo je učinila za razvoj turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj, točnije u Virovitičko-podravskoj županiji. Dokaz tome je i navedeni članak koji je zapravo razgovor s doministicom u sklopu njenog posjeta Orahovačkog proljeća. „Percepcija turističkih mogućnosti naše zemlje svela se samo na sunce i more. Turistički identitet vraćamo ne plakatima i mitinzima već na ovakav konkretan način kao što je "Orahovačko proljeće" stari običaji, gostoljubivost, etnogastronomija, rekreacija." (Božić 1996:3). Navodi i važnost prefiksa YU koje valja otrgnuti i stvoriti vlastiti identitet kroz ono autohtono, prepoznatljivo i što se može poslati u svijet kao zaštitni znak kraja. Problemi nepostojanja odmarališta i kupališta na području županije kao lokacije za odmor građana urbanih središta koji se spominje već šezdesetih godina djelomično je riješen 30 godina kasnije kada izlazi članak kako je Orahovačko jezero postalo stalna zamjena Slavoncima za Jadransko more. Od 1997. godine u Virovitičkom Listu sve više se spominje pojam i ideja seoskog turizma, a ponajviše je vezan za područje oko Drave i manifestacije koje predstavljaju autohtone proizvode kraja te ga uzdižu na višu razinu. Kao najava opisane grane turizma 1997. godine i posljednji istaknuti događaj u Tablici 4 jest izgradnja skelskih pristaništa na Dravi koja osiguravaju siguran prijevoz na Križnicu u općini Pitomača. Ondje je započeo i seoski turizam s 14 kreveta, a grade se i novi objekti. Telekomunikacijski je centar izgradio čvrsti objekt na desnoj obali rijeke te postavio automatsku telefonsku centralu i proveo telefonski kabel za Križnicu, a pioniri seoskog turizma na tom kraju su bračni par Barica i Ivan Seidl koji su prepoznali potencijal tog kraja i svoju ljubav prema istome podijelili s drugima. Ovo plodno desetljeće s temom turizma u Listu završava tekstom o Podgorju i prirodnim ljepotama Bilogore koji su idealna lokacija za sve one željne odmora od gradske buke, užurbanog života i zagađenog zraka.

Godina	Događaji
1991.	Savez seljaka Hrvatske potiče inicijativu razvoja seoskog turizma na državnoj razini
1992.	Osnovan Odbor za razvoj seoskog turizma
1994.	Ministarstvo turizma počinje ulagati u turizam Virovitičko-podravske županije, prvo izdanje sajma Slavin
1995.	Počinje tiskanje katalog turističkih ponuda
1996.	Prvo sudjelovanje TZ Virovitičko-podravske županije na Međunarodnom turističkom sajmu u Zagrebu, prvo izdanje izložbe Agroexpo
1997.	Izgrađena skelska pristaništa na Dravi u općini Pitomača

Tablica 4 istaknuti događaji važni za razvoj turizma Virovitičko-podravske županije devedesetih godina

Izvor: obrada autorice (prema: Virovitički List)

8. Suvremeni ruralni turizam

Suvremeni ruralni turizam odnosi se na turizam koji je danas prisutan, na manifestacije koje privlače velik broj ljudi raznolikim sadržajem, na smještaje koji su spoj modernog i autohtonog te nudi jedinstveno iskustvo u prirodnom okruženju.

8.1. Seoski turizam u novom stoljeću

U Orahovici je 2000. godine u organizaciji Kluba članova "Selo" i suorganizaciji Ministarstva turizma održan obrazovni seminar članova turističkih seljačkih gospodarstava. Seminar je održan diljem cijele Hrvatske, a u Orahovici je održan za područje Slavonije i Baranje. Dokaz važnosti seminara je činjenica da svi polaznici dobivaju uvjerenje bez kojeg je nemoguće seljačkim kućanstvima baviti se turizmom. Klub članova "Selo" rade na ostvarivanju ideje razvoja seoskog turizma, a osnovali su strukovnu udrugu Klub članova "Selo" i kao pravno tijelo dio su programa vlade i ostvarili su pravo na sredstva iz proračuna. Njihov primarni fokus stavljen je na poticanje, razvoj, unapređivanje i promociju ruralnih područja, turizma, kulture, održivosti, poduzetništva i zapošljavanja. Cilj obrazovanja bio je razvoj turističke ponude na selu te očuvanje prirodnog i sociokulturnog okoliša. Godine 2008. izlazi članak pod naslovom *Virovitičko-podravska županija za ruralni turizam*, a odnosi se na potpisivanje Deklaracije o ruralnom turizmu. Naime, županijsko poglavarstvo ovlastilo je tadašnjeg župana Tomislava Tolušića da potpiše Deklaraciju o ruralnom turizmu prema kojoj je ruralni turizam ključna odrednica u revitalizaciji hrvatskog sela. Ovom deklaracijom cilj je potvrditi da se stalnim radom na razvoju ruralnog turizma ova grana može podići na razinu kvalitetnog turističkog proizvoda.

8.2. Sajmovi kao reprezentativni oblik ruralnog turizma

Devedesetih godina javlja se sve više sajmova u kontinentalnom dijelu Hrvatske, a na području Virovitičko-podravske županije najpoznatiji su *Slavin* i *Agroexpo*, danas poznatiji pod nazivom *Viroexpo*.

U Virovitičkom listu 1999. godine izlazi prilog o orahovačkom sajmu *Slavin*. "Tradicionalni Orahovački sajam vinogradarstva, vinarstva i voćarstva "SLAVIN99" – Specijalizirana priredba

međunarodnog značaja." (K.K. 1999:9). Riječ je o sajmu čiji su najvažniji trenuci navedeni u Tablici 5., a održava se od 1994. godine i odnosi se na promidžbu hrvatskih vina i nagrađivanje najboljih. Cilj je sajma pridonijeti razvoju kontinentalnog turizma, a turizam je sastavni dio sajma zato što je vino nezaobilazna turistička ponuda virovitičkog kraja. U sklopu 19. međunarodnog sajma *Slavin* održana je i prva *Kulenijada* kojom je glavno mjesto, koje je dotad zauzimalo samo vino, ustupljeno i kulenu kao autohtonom proizvodu cijele Slavonije. Organizatori često ističu kako se sajam najviše organizira radi izlagača kojima takvi oblici sajmovi pružaju priliku za širenje svoje publike i upoznavanje s novim potrošačima. Sajam je i natjecateljskog karaktera stoga i osvojene nagrade dokaz su kvalitete domaćih vina. Od 2015. godine ovaj je sajam poznat pod nazivom *Sajam vina i kulena* kojim se nastavlja tradicija započeta 1994. godine s istim ciljem promoviranja vinogradarstva, voćarstva, turizma, tradicije, gastronomije, domaćih proizvoda i suvenira.

Godina	Događaj
1999.	Prilog o sajmu Slavin
2013.	U sklopu sajma održana Kulenijada
2015.	Mijenja naziv u Sajam vina i kulena

Tablica 5 važni događaji za razvoj sajma Slavin

Izvor: obrada autorice (prema: Virovitički list)

Sličnog je karaktera i *Viroexpo*. 1996. godine, po uzoru na ostale gradove, Virovitica najavljuje *Agroexpo*. U organizaciji županijskih komora Hrvatske gospodarske komore, Hrvatske obrtničke komore i Hrvatske veterinarske komore u Virovitici se održao 19. siječnja prvi *Agroexpo* – izložba poljoprivrednih proizvoda Virovitičko-podravske županije s ciljem upoznavanja kupaca s ponudom i mogućnostima lokalnog gospodarstva. „Prva izložba agrarnih proizvoda Virovitičko-podravske županije impresionirala ponudom i kakvoćom ne samo poslovne partnere i goste Virovitice, već i same organizatore i izlagače." (Kovačević 1996:4) Nakon početnog uspjeha, sajam se nastavlja održavati svake godine, a 2002. godina predstavlja prekretnicu. Na zajedničkom sastanku Izvršnog i Organizacijskog odbora 2001. godine dotadašnjeg Sajma agroproizvoda i agroopereme *Agroexpo* donesena je odluka o promjeni

naziva i sadržaja tog sajma u naziv *Međunarodni sajam gospodarstva, obrtništva i poljoprivrede Viroexpo*, a po prvi put pod tim nazivom održat će se od 25. siječnja do 27. siječnja 2002. godine. Novi naziv donio je i povećani izložbeni prostor koji je obuhvaćao 1400 četvornih metara sportske dvorane za više od 160 domaćih i inozemnih izlagača. Pod novim nazivom sajam se održava i danas, a svake godine rezultira sve većim brojevima proizvoda i izlagača. U prilogu se nalazi Tablica 6. koja prikazuje najvažnije godine za razvoj Viroexpa kojeg danas posjećuju mnogi. Zasigurno je da je sajam *Viroexpo* koji je u svom početku bio zamišljen samo kao izložba pridonio popularizaciji Virovitičko-podravške županije, autohtonih proizvoda tog kraja, ali i ruralnog turizma kojeg nudi. Dokaz rasta sajma su brojke iz 2023. godine kada je površina na kojoj se održavao sajam iznosila 21 000 četvornih metara unutarnjeg i vanjskog prostora s više od 500 izlagača iz cijele Europe. Prepoznatljivost sajma je u suradnji sa zemljama iz cijeloga svijeta te spajanju tradicionalnih proizvoda s najnovijom tehnologijom.

Godina	Događaji
1996.	Prvi put održan pod nazivom Agroexpo
2001.	Donesena odluka o promjeni sadržaja i naziva sajma
2002.	Prvi put se održava pod novim nazivom – Međunarodni sajam gospodarstva, obrtništva i poljoprivrede Viroexpo, povećani izložbeni prostor

Tablica 6 važni događaji za razvoj sajma Viroexpo

Izvor: obrada autorice (prema Virovitički List)

8.3. Nositelji današnjeg ruralnog turizma u Virovitičko-podravskoj županiji

More nemamo, ali turisti nas vole zbog predivnih dvoraca, seoskih imanja, domaće hrane i netaknute prirode naslov je članka u 3172. broju Virovitičkog lista u kojem su navedena najpoznatija turistička odredišta u Virovitičko-podravskoj županiji zajedno s ponudom koju nude. Prvi od njih je Dvorac Kurija Janković koji je renoviran 2012. godine u sklopu

cikloturizma, grana turizma koja se nastavlja na Virovitičkim ribnjacima gdje se nalazi staza pod nazivom *Put šarana*. Put šarana omiljena je destinacija ljubitelja adrenalina, biciklistička staza duljine 11,3 kilometra. *Put Šarana Outdoor Weekend* je sportsko turistički događaj koji okuplja velik broj rekreacijskih, ali i profesionalnih biciklista. Primjer spomenutih vinograda i vikendica je *Podrum Vinoda Vukosavljevića* koji je nastao iz ljubavi, hobija i vlastite potrebe obitelji Kaša i Kovač. Agroturističko imanje *Pustara Višnjica* bogata je ruralnom baštinom koja nudi pregršt zanimljivosti, a glavne atrakcije su konji, čari prirode i domaća hrana. Pustara je također dio cikloturističkih puteva uz rijeku Dravu i planinu Papuk. U podravskom kraju županije nalazi se rodna kuća Petra Preradovića u Grabrovnici. Općina Pitomača renovirala je, adaptirala i uredila pjesnikovu kuću kao suvremeni interpretacijski centar koji je prožet multimedijским i interaktivnim sadržajima. Dvorci koji su u prošlosti bili zanemareni i neodržavani danas predstavljaju bisere ruralnog turizma. S jedne strane Dvorac Janković u Suhopolju s petnaest dizajniranih soba, multimedijalnom dvoranom, 5D kinom, kreativnim laboratorijem te *wellness* centrom, a s druge strane, u središtu Virovitice, Dvorac Pejačević kojem je vraćen njegov prvobitni izgled u projektu obnavljanja dvorca i okolice. Danas je sjedište Gradskega muzeja zajedno s Turističkom zajednicom i suvenirnicom. Najpoznatiji primjer ruralnog turizma zasigurno je *Zlatni klas Otrovanec*, restoran koji je 2018. godine osvojio Godišnju nagradu za promicanje seoskog turizma. Branko Tkalec i njegova obitelj 1977. godine otvorili su restoran u Otrovancu. Već tada je to bilo nešto novo zbog spajanja starog i poznatog, ali u novom ruhu. U početku je imanje imalo dva jutra, dok se danas mogu pohvaliti zemljištem na šest jutara gdje uzgajaju hranu koju nude u okviru svojih menija i prepoznatljivih starinskih jela. Na imanju su prepoznatljivi i konji te mogućnost vožnje kočijom. Zbog navedenih obilježja koje restoran nudi *Zlatni klas Otrovanec* nosi epitet etno destinacija virovitičkog kraja. Godine 2023. u Virovitičko-podravsku županiju pristigla su dva Zlatna suncokreta, a riječ je o prestižnim nacionalnim turističkim nagradama. Geoinfo centar Voćin Parka Prirode Papuk pobjednik je bio u kategoriji „Ruralno turistički projekt“, a Destilerija Kostelac Fructus iz Orahovice osvojila je nagradu u kategoriji „Craft turizam“. Nadalje, priznanje su dobili i Vina Dvojak iz Virovitice za kreativnu prezentaciju u vinskom turizmu. Riječ je o nagradama koje su uručene u organizaciji Hrvatske udruge za turizam *Klub članova Selo*. Udruga koja je na svojim samim počecima održavala seminare o ruralnom turizmu diljem Hrvatske, pa tako i u Orahovici za područje Slavonije i Baranja, nakon više od dvadeset godina u isti taj kraj šalje zaslužene nagrade za razvoj ruralnog turizma i popularizaciju istoga kroz domaće turističke proizvode.

9. Rasprava i zaključak

U Republici Hrvatskoj se pojam turizma danas uvelike razlikuje od poimanja turizma u njegovim počecima kada je isključivo bio vezan uz Jadransku obalu. Danas se pojam turizma proširio i na kontinentalni dio države gdje se on naziva ruralnim turizmom. Svrha turizma više nije isključivo odmor već upoznavanje novih krajeva, učenje o njima te proživljavanje različitih autohtonih iskustava. U odnosu na susjedne države, Hrvatskoj je trebalo dugo vremena kako bi vlast prepoznala potencijal opisanog turizma i uvrstila ga u stalnu turističku ponudu zemlje te ga povezala s ostalim gospodarskim granama. Specifičnosti su ruralnog turizma aktivni odmor, predstavljanje svakodnevnice seoskog stanovništva turistima kao jedinstveno iskustvo, spoj tradicionalnog i modernog te iskorištavanje prirodnih resursa poput šuma, jezera, planina, vinograda i voćnjaka. Važnu ulogu u ruralnom turizmu, kao i u svakoj grani turizma, imaju ljudski resursi za koje je važno da posjeduju određenu razinu znanja o turizmu kako bi na najbolji način znali turistima predstaviti ono što nude, ali i kreativnost jer je ruralni turizam velikom broju ljudi svakodnevnica dok turistima to predstavlja nešto novo i vrijedno posjeta.

Virovitičko-podravska županija danas ima razvijeni ruralni turizam, no trebao je dug period kako bi se turistički potencijali koji su oduvijek postojali u potpunosti iskoristili i ponudili turistima. Specifičan položaj grada na granici Slavonije i Podravine te na sjecištu nekoliko pravaca, Virovitici daje prednost pri stvaranju turističke ponude radi bogatih prirodnih resursa, kulturne baštine i prometne povezanosti.

U ovom završnom radu naglasak je na povijesnom pregledu (od 1960. godine) razvoja turizma u Virovitičko-podravskoj županiji kroz četrdesetak brojeva Virovitičkog lista. Analiza pokazuje kako se intenzivno počinje raspravljati o turizmu šezdesetih godina, ponajviše u okviru lovnog turizma koji je već tada bio razvijen jer su popunjeni smještaji bili povezani sa sezonom odstrela divljači. Prisutnost lovnog turizma od 60-ih godina dvadesetog stoljeća potvrđuju početnu hipotezu kako je lovni turizam temelj turizma Virovitičko-podravske županije koji se zadržao do danas. Na potvrdu opisane hipoteze (H3) nadodaje se i činjenica da je do obnavljanja kulturnih spomenika virovitičkog kraja došlo tek u 21. stoljeću što znači da se dosta kasno počelo ulagati u kulturni turizam kao jedan od potencijalnih turističkih resursa. Na lovni turizam nastavlja se ribolovni turizam kojim se bave rekreativni ribolovci radi sve više slobodnog vremena što kasnije dovodi do problema manjka riječne životinjske populacije, no bavljenje ribolovom radi slobodnog vremena dokazuje prvu hipotezu kako je drugačiji način života doveo

potrebe za turizmom u obliku odmarališta i rekreativnih ruta za šetnju izvan grada. Brojni su članci u kojima se navode prirodni resursi koje je potrebno iskoristiti kako bi se stvorila turistička ponuda, no trebalo je dugo vremena kako bi se riječi pretvorile u djela. Razlog tom problemu je mentalitet građana, ali i vlasti koji su turizam vezali samo uz masovni turizam Jadranske obale smatrajući da kontinentalna Hrvatska nema dovoljno potencijala. Do osamdesetih godina bilo je mnogo propuštenih prilika, najviše u tranzitnom turizmu jer je Virovitica bila obvezna, ali samo prolazna stanica turista koji su putovali sa sjevera na jug što dokazuje hipotezu o geografskom položaju Virovitičko-podravske županije kao jednom od najvažnijih turističkih potencijala koji se zadržao do danas. Najveći problem bila je činjenica kako u Virovitici nisu postojale prepreke koje bi turiste zaustavile u gradu i upoznale ih s ponudom dok su okolna mjesta tu priliku iskorištavala i profitirala. Devedesete godine donijele su velike korake za razvoj ruralnog turizma prije svega osnivanjem Odbora za razvoj seoskog turizma, zatim pomoći Ministarstva turizma što je prvi put da državna vlast preko Ministarstva progovara o razvoju kontinentalnog turizma u virovitičkom kraju te se time ta grana turizma uzdiže s lokalne na državnu razinu. Nadalje, osniva se Turistička zajednica Grada, a zatim i Virovitičko-podravske županije te se po prvi put pojavljuje na Međunarodnom turističkom sajmu u Zagrebu gdje se predstavlja kao turistički potencijal Hrvatske. Krajem desetljeća razvija se i seoski turizam dravske obale, na Križnici. Opisani događaji u devedesetim godinama jasno pokazuju kako kontinentalni turizam postaje jednak masovnom turizmu na obali stoga su četvrta i peta hipoteza o razvoju turizma nakon izlaska iz Jugoslavije i promjenom vlasti devedesetih godina potvrđene. Od 2000. godine radilo se na razvoju seoskog turizma kroz različite seminare kojima je cilj bio kroz obrazovanje stanovništva stvaranje seoskog turizma i očuvanje sociokulturnog identiteta. Potpisana je i Deklaracija o ruralnom turizmu kao još jedan važan korak k promidžbi Virovitičko-podravskog kraja. Danas su glavni nositelji ruralnog turizma virovitičkog kraja obnovljeni dvorci i kurije, prirodni resursi koji predstavljaju odmor od urbanog načina života, seoska gospodarstva koja nude autohtone proizvode te međunarodni sajmovi poznati na svjetskoj sceni. Međunarodni sajam gospodarstva, obrtništva i poljoprivrede *Viroexpo*, prvi put održan 1996. godine, danas se održava na više od 21 000 četvornih metara izložbenog prostora s više od 500 izlagača pred više od 33 000 posjetitelja. Opisane brojke i usporedba prvog održanog sajma s ovogodišnjim sajmom jasno pokazuje kako je *Viroexpo* učinio Viroviticu prepoznatljivu na svjetskoj razini i dokazuje hipotezu šest.

Ruralni turizam Virovitičko-podravske županije danas ima značajan doprinos u turizmu Republike Hrvatske, no bilo je potrebno mnogo vremena da se potencijal ovog kraja prepozna,

iskoristi i uvrsti na popis turističkih lokacija Republike Hrvatske. Lovni i ribolovni turizam koji su prisutni od samih početaka turizma i danas su dominantni u ponudi uz prirodne ljepote, seoska gospodarstva i kulturno-povijesni turizam prožet suvremenim tehnologijama.

10. Literatura

1. Baćac, R. (2011) Priručnik za bavljenje seoskim turizmom - korak po korak od ideje do uspješnog poslovanja. Zagreb: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske.
2. Bilmajer, S. (2021) Ruralni turizam : Završni rad, Završni rad, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, URL: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:145:850641> (Datum pristupa: 11.07.2024.)
3. Božić, V. (1996) Turistička poruka o identitetu. *Virovitički list*, 1979, str. 3.
4. Ćurić, K. (2010) Agroturizam kao dodatne djelatnosti na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima, Praktični menadžment: stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta, 1(1), str. 101-104. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/67853> (Datum pristupa: 12.07.2024.)
5. Dobrota, A. (2018) Što je seoski turizam i kako spojiti poljoprivredu s turizmom u Hrvatskoj? *Cimerfraj.hr* URL: <https://www.cimerfraj.hr/aktualno/seoski-turizam-hrvatska> (Datum pristupa: 1.9.2024.)
6. Gržinić, J. (2019) Uvod u turizam - povijest, razvoj, perspektive. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli.
7. Hajdaš Dončić, S., Štefanec P. (2006) Agroturizam. Pregrada: Matis.
8. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje (2023) Definiranje pojma turizma URL: <https://enciklopedija.hr/clanak/turizam> (Datum pristupa: 12.07.2024.)
9. Jurakić, M., Franc, S., Barišić, P., Koščak, M., Penezić, N., ur. (2021) Zbrnik radova 1. međunarodna znanstveno-stručna konferencija za razvoj ruralnog turizma „Održivi i odgovorni razvoj u ruralnom turizmu“. Zagreb. VIMAL AKADEMIJA.
10. Jasenković, Z., (1985) Zašto nema interesa?: Virovitički kraj i tranzitni turizam. *Virovitički list*, 1985, str. 5
11. Jasenković, Z., (1994) Ususret turističkoj sezoni – i dalje smo mrvice. *Virovitički list*, 1876, str. 2
12. J.Z., (1994) Osnovana Turistička zajednica Grada Virovitice: Od turizma ostvariti što više. *Virovitički list*, 1893, str. 9
13. Kos, G., Milojević, D., i Feletar, P. (2012) Razvitak prometnog sustava grada Virovitice kao središta Podravine, *Podravina*, 11(21), str. 186-204. URL: <https://hrcak.srce.hr/86092> (Datum pristupa: 25.06.2024.)
14. Kovačević, K. (1996) Agroexpo '96: Vrhunska izložba županijskog agro proizvoda. *Virovitički list*, 1958, str. 4

15. K., K. (1999) Za mjesec dana tradicionalni orahovački sajam vinogradarstva, vinarstva i voćarstva, "SLAVIN99" otvara vrata posjetiteljima: Specijalizirana priredba međunarodnog značaja. *Virovitički list*, 2115, str. 9
16. Kovačević, Z., (1996) Turističke značajke Virovitice. U: D. Feletar, ur. Virovitica: izabrane teme. Koprivnica: Gradsko poglavarstvo, pp. 217-221.
17. Krajnović, A., Čičin-Šain, D., i Predovan, M. (2011) Strateško upravljanje razvojem ruralnog turizma – problemi i smjernice, *Oeconomica Jadertina*, Vol. 1, No. 1: 30-45. URL: <https://hrcak.srce.hr/6820> (Datum pristupa: 12.07.2024.)
18. M., (1961) Znatne perspektivne mogućnosti razvoja turizma u našem kotaru. *Virovitički list*, 354, str. 4
19. M.V., P.Š., (1994) Turističke perspektive Virovitičko-podravske županije: Budućnost u lovnom, tranzitnom i seoskom turizmu. *Virovitički list*, 1882, str. 2
20. Magaš, D. (1997) Turistička destinacija. Opatija: Hotelijerski fakultet. URL: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:814790> (Datum pristupa: 06.02.2024.)
21. Nef, M., (1989.) Koliko volimo svoj grad? *Virovitički list*, 1644, str. 4
22. Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i ribarstva. URL: [Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i ribarstva - Pitanja i odgovori](#) (Datum pristupa: 14.02.2024.)
23. P.J., (1961) Lijepa perspektiva za izletnički turizam i rekreaciju na Bilogorskim jezerima. *Virovitički list*, 363, str. 2
24. P.J., (1961) U našem kotaru postoje uvjeti za turizam ali se na tom planu sporo napreduje. *Virovitički list*, 374, str. 4
25. Petrić, L., (2007) Osnove turizma. Split: Ekonomski fakultet u Splitu
26. Petrić, L., (2011) Upravljanje turističkom destinacijom, Ekonomski fakultet u Splitu, Split
27. Popesku, J. (2016) Menadžment turističke destinacije, 5. izmijenjeno i dopunjeno izd. Beograd: Univerzitet Singidunum. URL: https://www.researchgate.net/profile/Jovan-Popesku/publication/317729945_Menadzment_turisticke_destinacije/links/5a20474d4585158865c4e4d9/Menadzment-turisticke-destinacije.pdf (Datum pristupa: 12.7.2024.)
28. Putrić, M. (1971) Samodoprinos za dvorac? *Virovitički list*, 733-734, str. 7
29. R., (1970.) Protiv povećanja broja uposlenih u privatnom sektoru. *Virovitički list*, 708, str. 2
30. Rajko, M. (2013) Institucionalni model razvoja ruralnog turizma na primjeru Središnje Istre, *Oeconomica Jadertina*, 3(2), str. 50-62. URL: <https://hrcak.srce.hr/114927> (Datum pristupa: 24.06.2024.)
31. Ružić, P. (2009) Ruralni turizam. Poreč: Institut za poljoprivredu i turizam. (Datum pristupa: <https://hrcak.srce.hr/file/127293>)

32. Šehanović J., Milotić A., Peršurić Đ., Tomić Z.; Turizam i poljoprivreda (1997); Povezanost turizma i poljoprivrede; URL: <https://hrcak.srce.hr//182347> (Datum pristupa: 12.06.2024.)
33. Šteković, L., (1974) Oko 600.000 dinara iz lovnog turizma: svaka daljnja sezona bolja od prethodne. *Virovitički list*, 873, str. 3
34. Š., L., (1976) U Virovitici osnovano Turističko društvo: Na konstituirajućoj sjednici donijet će se plan rada za 1977. godinu. *Virovitički list*, 988-989, str. 5
35. Š., L., (1978) Turizam: Više pažnje primarnim zadacima. *Virovitički list*, 1051, str. 6
36. Š., L., (1991) Šansa – seoski turizam. *Virovitički list*, 1711, str. 5
37. Tari, D., (1996) Vinogradarstvo i bilogorske klijeti. U: D. Feletar, ur. Virovitica: izabrane teme. Koprivnica: Gradsko poglavarstvo, pp. 222-225
38. Tubić, D. (2019) Ruralni turizam: od teorije do empirije. Virovitica: Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici
39. Virovitičko-podravska županija. URL: [Brojnim projektima u Virovitičko-podravskoj županiji nastavlja se s ulaganjima u prometnu infrastrukturu - Virovitičko-podravska županija \(vpz.hr\)](https://www.vpz.hr/nastavlja-se-s-ulaganjima-u-prometnu-infrastrukturu-virovitičko-podravska-županija), (Datum pristupa 26.06.2024.)
40. Virovitički zbornik, (1986) Razvijenost ugostiteljstva i turizma u općini Virovitica. U: A. Mohorovičić, ur. Virovitički zbornik 1234-1984. Virovitica: JAZU, pp. 621-632
41. Vlada Republike Hrvatske (2013) Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine. Zagreb. URL: [130426-Strategija-turizam-2020.pdf \(gov.hr\)](https://www.gov.hr/130426-Strategija-turizam-2020.pdf) (Datum pristupa:12.07.2024.)
42. Vukonić B., Čavlek, N. (2001) Rječnik turizma. Zagreb: Masmedia
43. Vukonić, B. (2005) Povijest hrvatskog turizma. Zagreb: Prometej

11. Prilozi

11.1. Popis slika

Slika 1 odnos ruralnog, seoskog i agroturizma	8
Slika 2 Različiti pojavni oblici i podoblici ruralnog turizma	9
Slika 3 Ključni elementi za upravljanje ruralnim turističkim destinacijama	12
Slika 4 Epigram o turizmu u Virovitici.....	22

11.2. Popis tablica

Tablica 1 istaknuti događaji važni za razvoj turizma Virovitičko-podravske županije šezdesetih godina	22
Tablica 2 istaknuti događaji važni za razvoj turizma Virovitičko-podravske županije sedamdesetih godina.....	25
Tablica 3 istaknuti događaji važni za razvoj turizma Virovitičko-podravske županije osamdesetih godina	26
Tablica 4 istaknuti događaji važni za razvoj turizma Virovitičko-podravske županije devedesetih godina	30
Tablica 5 važni događaji za razvoj sajma Slavin.....	32
Tablica 6 važni događaji za razvoj sajma Viroexpo	33