

Korištenje društvenih mreža u promociji turizma grada Orahovice

Šutić, Ines

Graduate thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Economics and Business / Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:148:748100>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported/Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-27**



Repository / Repozitorij:

[REPEFZG - Digital Repository - Faculty of Economics & Business Zagreb](#)



Sveučilište u Zagrebu

Ekonomski fakultet

**Specijalistički stručni diplomski studij Elektroničko poslovanje u
privatnom i javnom sektoru**

**Korištenje društvenih mreža u promociji turizma grada
Orahovice**

Diplomski rad

Ines Šutić

Zagreb, rujan 2024.

**Sveučilište u Zagrebu
Ekonomski fakultet**

**Specijalistički stručni diplomski studij Elektroničko poslovanje u
privatnom i javnom sektoru**

**Korištenje društvenih mreža u promociji turizma grada
Orahovice**

**The use of social networks in the promotion of tourism in the city
of Orahovica**

Diplomski rad

Student: Ines Šutić

JMBAG: 0067559376

Mentor: Izv.prof.dr.sc. Ljubica Milanović Glavan

Zagreb, rujan 2024.

INES ŠUTIĆ
Ime i prezime studenta/ice

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je DIPLOMSKI RAD
(vrsta rada)
isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a što pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Student/ica:

U Zagrebu, 22. 08. 2024.

Ines Šutić
(potpis)

SAŽETAK I KLJUČNE RIJEČI

Društvene mreže predstavljaju revolucionarnu promjenu u načinu na koji ljudi komuniciraju, dijele informacije i povezuju se na globalnoj razini. Postale su neizostavan dio suvremenog života stoga igraju ključnu ulogu u oblikovanju mnogih industrija uključujući i turizam. Društvene mreže sve se više koriste u svrhu putovanja zato što turisti mogu lakše istražiti turističke destinacije, isplanirati putovanje te dijeliti svoja iskustva. Društvene mreže poput Facebook-a, Instagram-a, Tik Tok-a, YouTube-a, omogućuju svojim korisnicima dijeljenje fotografija, videa i recenzija, što igra ključnu ulogu u procesu donošenja odluka za turističku destinaciju. S druge strane, turističke destinacije i pružatelji usluga prepoznali su važnost prisutnosti na društvenim mrežama te ih koriste za promociju i komunikaciju s potencijalnim posjetiteljima. *Influenceri* imaju veliku ulogu u promociji turističke destinacije budući da dosežu širu publiku stoga mogu privući veći broj posjetitelja. Međutim uvođenje društvenih mreža u turizam uključuje i izazove poput loših recenzija i negativnih komentara koji mogu uvelike utjecati na odabir turističke destinacije. Cilj ovog rada je istražiti kako društvene mreže utječu na turizam.

Ključne riječi: društvene mreže, turizam, turistička destinacija

SUMMARY AND KEYWORDS

Social networks represents a revolutionary change in the way people communicate, share information, and connect on a global scale. They have become an indispensable part of modern life and thus play a crucial role in shaping many industries, including tourism. Social networks are increasingly being used for travel purposes because tourists can more easily explore destinations, plan trips, and share their experiences. Platforms like Facebook, Instagram, TikTok, and YouTube allow users to share photos, videos, and reviews, which play a key role in the decision-making process for choosing a travel destination. On the other hand, tourist destinations and service providers have recognized the importance of having a presence on social networks and use these platforms for promotion and communication with potential visitors. Influencers play a significant role in promoting travel destinations since they reach a wider audience and can attract a larger number of visitors. However, the introduction of social networks into tourism also includes challenges such as bad reviews and negative comments, which can greatly impact the choice of a travel destination. The aim of this paper is to explore how social networks affects tourism.

Keywords: social networks, tourism, tourist destination

Sadržaj

1. UVOD	1
1.1. Predmet i cilj rada	1
1.2. Izvor podataka i metode prikupljanja	1
1.3. Sadržaj i struktura rada	1
2. DRUŠTVENE MREŽE	3
2.1. Pojam društvenih mreža.....	3
2.2. Uloga i utjecaj društvenih mreža na turizam	4
2.3. Prednosti i nedostaci društvenih mreža.....	5
3. GRAD ORAHOVICA	8
3.1. Povijest grada Orahovice.....	8
3.2. Razvoj turizma u Orahovici	10
3.3. Znamenitosti grada Orahovice.....	14
3.4. Turističke manifestacije grada Orahovice	30
4. UTJECAJ DRUŠTVENIH MREŽA NA TURIZAM GRADA ORAHOVICE	41
4.1. Promocija turističkih atrakcija putem društvenih mreža	41
4.2. Utjecaj društvenih mreža na turističku posjećenost	42
4.3. Izazovi i prilike promocije grada Orahovice putem društvenih mreža.....	43
5. ISTRAŽIVANJE UTJECAJA DRUŠTVENIH MREŽA NA ODABIR TURISTIČKE DESTINACIJE	44
5.1. Ciljevi istraživanja.....	44
5.2. Metodologija istraživanja	44
5.3. Rezultati istraživanja	44
ZAKLJUČAK	59
Literatura	61
Popis slika.....	64
Popis grafikona	66
Životopis	67

1. UVOD

Promjene u tehnologiji u posljednje vrijeme mijenjaju način na koji ljudi pristupaju informacijama. Najveće promjene počele su razvojem interneta koji je nadalje potaknuo razvoj digitalnih medija. Ono što se uzima kao moderni digitalni medij su društvene mreže. U današnje digitalno doba društvene mreže postale su neizostavan alat za marketing i promocije u gotovo svemu pa tako i u turizmu. Utjecaj društvenih mreža na odluke i mišljenja turista o turističkoj destinaciji ne mogu se zanemariti. Istraživanjem njihovog utjecaja na turizam može se pružiti uvid u to koliko oblikuju percepciju turističkih destinacija. Najpopularnije društvene mreže poput Facebook-a, Tik-Tok-a i Instagram-a sve se više koriste među turistima zbog toga što putem njih mogu istražiti turističke destinacije, pronaći preporuke te dijeliti svoja iskustva. Ovim radom prikazati će se uolikoj mjeri se koriste društvene mreže u svrhu putovanja odnosno odabira turističke destinacije te kolika je njihova važnost kao novog načina za promociju turizma.

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet diplomskog rada je korištenje društvenih mreža u promociji turizma grada Orahovice. Cilj rada je definirati pojam društvenih mreža te prikazati u kojoj mjeri se koriste u svrhu odabira turističke destinacije te koliku važnost imaju u promociji turizma. Također jedan od ciljeva ovog rada je promocija kontinentalnog turizma odnosno grada Orahovice.

1.2. Izvor podataka i metode prikupljanja

Prvi dio ovog diplomskog rada temeljen je na sekundarnim izvorima podataka koji su prikupljeni iz knjiga, znanstvenih članaka, elektroničkih izvora, oglasnika i časopisa. U prvom dijelu rada definirani su bitni pojmovi koji pomažu čitatelju shvatiti tematiku. Drugi dio ovog diplomskog rada temeljen je na primarnim izvorima podataka koji su prikupljeni online anketnim upitnikom.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Struktura i sadržaj rada su koncipirani u šest poglavlja. Sažetak i ključne riječi sadrže najbitnije informacije na hrvatskom i engleskom jeziku o tematici ovog diplomskog rada. Nakon sažetka slijedi uvod u kojem se definiraju predmet i ciljevi rada te izvori i metode prikupljanja podataka.

Drugo poglavlje naziva se *Društvene mreže* koje definira sam pojam društvenih mreža, govori o njihovoj ulozi u turizmu i o tome kako utječu na promociju turističke destinacije te koje su prednosti i nedostaci društvenih mreža za turizam.

U trećem poglavlju *Grad Orahovica* govori se o povijesti grada Orahovice, razvoju turizma te znamenitostima i turističkim manifestacijama.

Četvrto poglavlje naziva *Utjecaj društvenih mreža na turizam grada Orahovice* razmatra se promocija turističkih atrakcija putem društvenih mreža, koji je utjecaj društvenih mreža na turističku posjećenost, te koji su izazovi i prilike u promociji grada Orahovice na društvenim mrežama.

U petom poglavlju *Istraživanje utjecaja društvenih mreža na turizam grada Orahovice* definiraju se ciljevi istraživanja, metodologija istraživanja te se prikazuju rezultati istraživanja.

Šesto poglavlje obuhvaća zaključak o zadanoj temi.

2. DRUŠTVENE MREŽE

2.1. Pojam društvenih mreža

Društvene mreže su vrsta Internet usluge koja se najčešće javlja u obliku platforme ili web stranice koje služe za međusobno povezivanje korisnika u cijelom svijetu. Društvene mreže omogućuju korisnicima aktivno sudjelovanje stvaranju sadržaja, dijeljenju i komentiranju, čime se stvara dinamična i interaktivna zajednica, te imaju značajan utjecaj na različite aspekte života, uključujući ekonomiju, politiku, kulturu te između ostalog i na turizam. U posljednjem desetljeću društvene mreže doživjele su rapidan rast i razvoj. Prvi oblici društvenih mreža počinju se razvijati 90.-ih godina prošlog stoljeća. Jedna od prvih društvenih mreža nastala je 1997.godine naziva Sixdegrees na kojoj je korisnicima omogućeno napraviti svoj profil na koji se prijavljuju svojom mail adresom te stvarati liste prijatelja. Danas postoji na stotine različitih društvenih mreža, a najpoznatije među njima su Facebook, Instagram, YouTube, Tik-Tok, X, LinkedIn.. Kroz svoj rast i razvoj društvene mreže konstantno nailaze na velike promjene. Kroz godine se može vidjeti kako nailazimo na smjenu društvenih mreža, primjerice kako je Facebook zamijenio Myspace.

Facebook kao jednu od najpopularnijih društvenih mreža osnovao je Mark Zuckerberg 2004.godine. Danas ova mreža broji oko 2 milijarde aktivnih korisnika . Ova društvena mreža omogućuje stvaranje osobnog profila putem kojeg se možemo povezati sa prijateljima i obitelji koji su u različitim dijelovima svijeta. Također dijele se tekstualni statusi, videa i fotografije. Na Facebook-u postoji mogućnost stvaranja grupa ili stranica, prodaja i kupovina putem Marketplacea, igranje igrice, snimanje videa uživo, kreiranje događaja i slično.

Instagram je jedna od najpopularnijih društvenih mreža današnjice čiji je fokus dijeljenje fotografija i videozapisa. Osnovan je 2010.godine od strane Kevina Systroma i Mikea Kriegera. 2012.godine kupuje ga Facebook što povećava njegovu popularnost i razvoj. Instagram nudi različite filtere i alate za uređivanje fotografija i videozapisa. Jedna od ključnih značajki je *Stories* koja omogućuje dijeljenje videa i fotografija koji nestaju nakon 24 sata. Instagram omogućava i korištenje plaćenih oglasa, što turističkim destinacijama omogućava ciljanu promociju prema specifičnim demografskim skupinama i interesima.

Tik-Tok je društvena mreža koja je trenutno na svom vrhuncu. Pokrenut je 2016.godine od strane kineske kompanije ByteDance. Na toj društvenoj mreži stvaraju se i dijele kratki

videozapisi. TikTok nudi širok spektar alata za kreiranje videozapisa, uključujući filtre, efekte, glazbu i zvukove.

YouTube je najpoznatija platforma za dijeljenje video sadržaja. Osnovan je 2005.godine te danas broji preko dvije milijarde korisnika koji mogu besplatno kreirati vlastite kanale, prenositi videozapise te dijeliti sadržaj s globalnom publikom. YouTube nudi širok spektar video sadržaja, uključujući glazbene spotove, edukativne videozapise, dokumentarce, vlogove, recenzije proizvoda, prijenose uživo i još mnogo toga.

Činjenica je da društvene mreže nedvojbeno prate svakidašnji razvoj i unapređenje i zasigurno će kroz nadolazeće desetljeće pridobiti još više korisnika. Društvene mreže unazad nekoliko godina postaju sve popularnije jer upravo zbog njih cijeli svijet imamo na dlanu.



Slika 1. – društvene mreže – (<https://www.horizont.com.hr/top-6-razloga-zasto-koristiti-drustvene-mreze-13-blog>)

2.2. Uloga i utjecaj društvenih mreža na turizam

Društvene mreže su postale dio svakodnevice ljudi, ali isto tako i bilo koje djelatnosti. Njihova ekspanzija utječe na sve sfere društva, uključujući i turizam. Prilikom odabira turističke destinacije, turisti se sve više oslanjaju na društvene mreže kako bi pronašli inspiraciju, istražili ponudu, smještaj, sadržaje i recenzije drugih turista. Na platformama poput Facebook-a, Instagram-a, Tik-Tok-a, TripAdvisor-a postoji mogućnost dijeljenja sadržaja poput fotografija,

videozapisa, recenzija smještaja, hotela, restorana. Upravo te recenzije uvelike pomažu turistima u odluci o sljedećoj turističkoj destinaciji. Također jedna od dobrih strana društvenih mreža je to što tijekom putovanja turisti ostanu u kontaktu sa obitelji i prijateljima dijeleći svoje doživljaje, a osim toga mogu stupiti u kontakt sa nekim od stanovnika turističke destinacije kako bi ih savjetovali što posjetiti te im omogućili doživjeti destinaciju iz skroz drugačije perspektive. Društvene mreže se sve više koriste kao alat za promociju turističkih destinacija u turističkim organizacijama. Korištenjem društvenih mreža doseže se šira publika. Jedan od popularnih načina kako privući više turista je kroz *influencer marketing*. *Influenceri* sa velikim brojem pratitelja na društvenim mrežama koji dijele svoje doživljaje i iskustva uvelike utječu na odluku o tome koju turističku destinaciju posjetiti. Preporuke *influencera* o pojedinim hotelima, destinacijama, znamenitostima i aktivnostima mogu potaknuti svoje pratitelje da se odluče baš za ta mjesta. Potrebno je uložiti puno truda, kreativnosti, i ponajviše volje, ali za početak najvažnije je da se društvene mreže prepoznaju kao odličan kanal za promidžbu. Turističke organizacije kroz društvene mreže mogu uspostaviti direktnu interakciju sa potencijalnim i trenutnim posjetiteljima kroz održavanje *live* prijenosa, odgovaranja na poruke i komentare. Društvene mreže imaju velik utjecaj na turizam oblikujući način na koji turisti donose odluke o turističkoj destinaciji. Sve veći broj turističkih agencija koristi upravo društvene mreže za promociju sadržaja. Važno je prilagođavati se promjenama tržišta te koristiti sve mogućnosti koje društvene mreže nude jer će nastaviti i u budućnosti imati važnu ulogu u turizmu.

2.3. Prednosti i nedostaci društvenih mreža

Društvene mreže su donijele novi pristup marketingu i oglašavanju koji se pokazao iznimno uspješnim. Postale su neizostavan alat za promociju turističkih destinacija i organizacija. Potiču želju za putovanjem, olakšavaju planiranje i organizaciju putovanja, inspirativne su i povezuju ljude diljem svijeta. Iako su društvene mreže otvorile vrata potpuno novog virtualnog svijeta, imaju i svoje nedostatke.

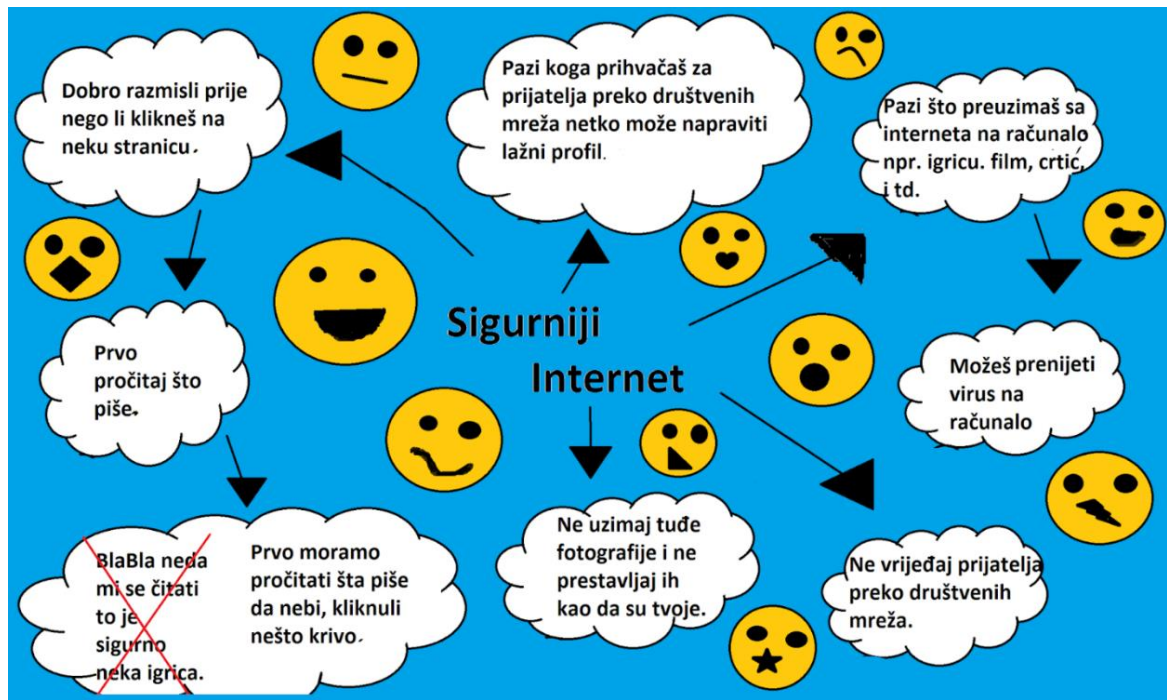
Prednosti društvenih mreža

- Povezanost na svjetskoj razini nudeći mogućnost uspostavljanja kontakta sa ljudima bilo gdje u svijetu. Danas je umrežen cijeli svijet te društvene mreže spajaju ljude putem poruka, videopoziva, audiopoziva, dijeljenjem sadržaja na profilima.
- Društvene mreže omogućuju globalnu vidljivost i na taj način usluge i proizvode promoviraju na globalnoj razini.

- Na društvenim mrežama ostvaruje se brza i laka komunikacija, razmjenjuju se razni podatci, lako se kreira i objavljuje sadržaj, besplatne su.
- Društvene mreže služe kao sredstvo oglašavanja jer nude mogućnost da pojedini proizvod ili usluga postanu viralni.
- Društvene mreže služe kao sredstvo za zabavu i opuštanje jer korisnici mogu čitati razne sadržaje, gledati razne videozapise i fotografije, igrati igrice.
- Putem društvenih mreža korisnici mogu izraziti svoju kreativnost poput fotografija i videozapisa što omogućuje dosezanje šire publike
- Jedna od bitnih stvari koju donose društvene mreže su recenzije koje pomažu u donošenju odluka o nekom proizvodu ili usluzi.

Nedostaci društvenih mreža

- Korištenje društvenih mreža često uključuje dijeljenje osobnih podataka što dovodi do narušavanja privatnosti stoga korisnici trebaju biti oprezni sa sadržajem koji objavljuju.
- Internet nudi mnogo informacija međutim neke od njih mogu biti i lažne. Društvene mreže omogućuju brzo širenje lažnih informacija što dovodi do pogrešnog informiranja javnosti.
- Društvene mreže mogu izazvati ovisnost i gubitak vremena stoga to može utjecati na mentalno zdravlje, produktivnost i osobne odnose.
- Na društvenim mrežama može doći do raznih prevara, zlostavljanja, govora mržnje.
- Profili na društvenim mrežama mogu biti "hakerani" što dovodi do narušavanja podataka ili poslovanja.
- Negativne recenzije mogu imati značajan utjecaj na poslovanje jer mogu odvratiti potencijalne klijente ili goste



Slika 2 – Prednosti i nedostaci društvenih mreža –
 (<https://mojsamomajblog.blogspot.com/2016/01/prednosti-i-nedostaci-interneta.html>)

3. GRAD ORAHOVICA

3.1. Povijest grada Orahovice

U prošlosti ime grada "Orahovica" prvi put je zabilježeno 1228.godine u dokumentima hrvatsko-ugarskog kralja Andrije II. iz dinastije Arpadovića pod imenom Raholcha u Križevačkoj županiji. U tom dokumentu kralj Andrija II. potvrđuje obiteljski posjed Osuvak pakračkom knezu Marcelu od plemena Teten. U ovom dokumentu navedeno je da između posjeda postoje dobre ceste kojima su ti posjedi povezani. Iz ovog izvora vidljivo je da su se posjedi orahovačkih plemića protezali od desne obale Drave pa sve do obronaka Papuka. U pisanim izvorima srednjeg vijeka ime grada Orahovica zabilježeno je kao grad (oppidum), imanje (possesio) i teritorij (territorium). U dokumentima je zabilježeno da je grad Orahovica sredinom 14. stoljeća kraljevsko imanje.

Naime, 1357.godine hrvatsko-ugarski kralj Ludovik Anževinac daje Orahovicu hrvatsko-ugarskom vlastelinu Nikoli Kontu Orahovačkom koji je bio moćan i utjecajan na dvoru kralja Ludovika vršeći funkciju palatina te sinu njegova brata, Jakobu Leukusu (Totu), kao zamjenu za grad Zrin. Poslije ove zamjene grad Orahovica se ubrzano razvija te uz zemljišni posjed postaje moćan zidani grad.

Ugledna hrvatska plemićka obitelj Gorjanski iz Gorjana poslije 1427. godine postaje vlasnik grada Orahovice koji je dobila nasljedstvom. Ova obitelj značajno je utjecala na gospodarstvo ovog kraja koje je unaprijedila i osnažila, a to je imalo utjecaja i na kulturni život u Orahovici. U njihovo vrijeme grad se proširuje i dograđeno je više utvrda.

Poslije obitelji Gorjanski u posjed grada Orahovice dolazi Lovro Iločki oko 1470.godine.

Godine 1522. vlasništvo nad gradom Orahovicom ima Ladislav More Iločki koji se oženio Magdalenom, udovicom Lovre Iločkog. On je zadnji gospodar prije dolaska Turaka u te krajeve.

Godine 1543. Turci osvajaju grad Orahovicu kojom vladaju 144 godine, odnosno do 1687. godine. Zadnji turski gospodari u Orahovici bili su zapovjednik grada Sulejman Bečir, aga u gradu bio je Mustafa Kabac, a spahija orahovački Ibrahim Bigaz.

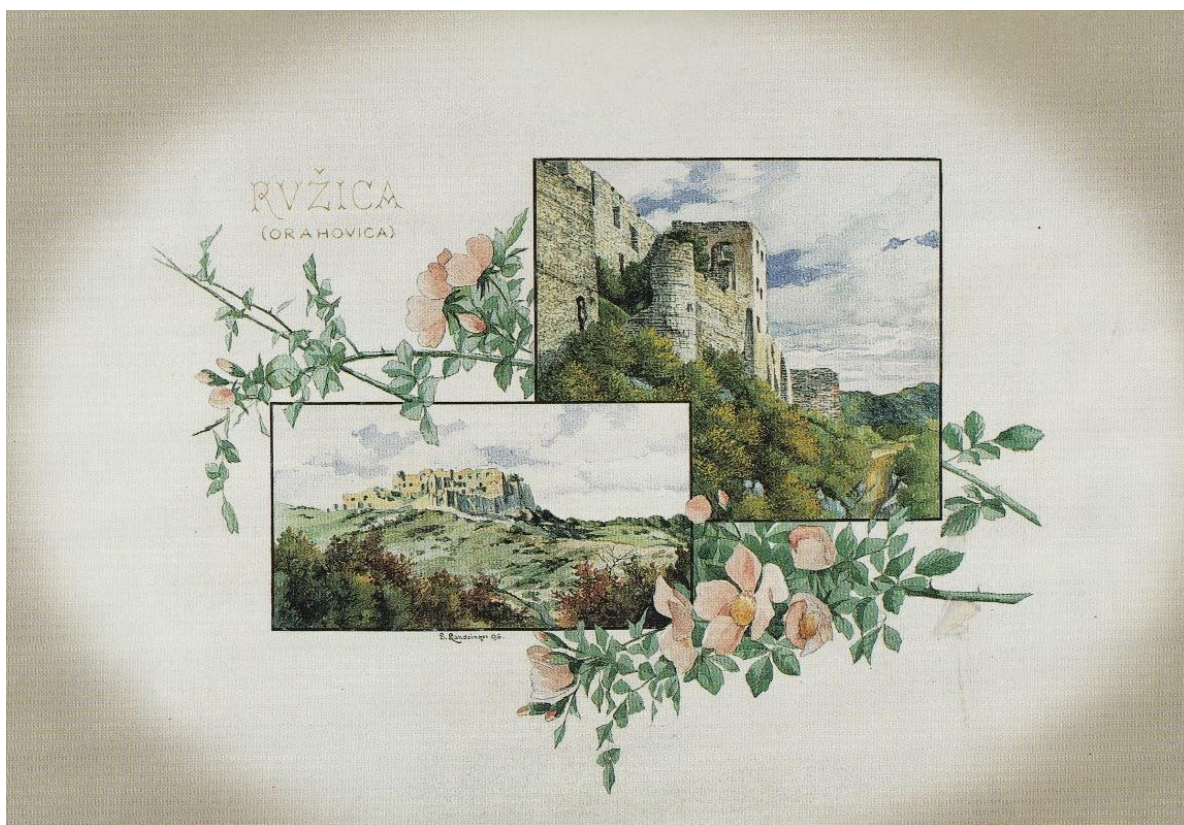
Turski putopisac Elvija Celebija, u svojim zapisima navodi da je grad Orahovica bogat kraj koji plaća carske poreze i druge obveze, a u svakom trenutku može dati i pet tisuća odabranih momaka sandžak-begovoj vojsci.

Poslije Turaka 1704. godine grad Orahovica sa cijelim posjedom postaje vlasništvom Carske komore.

1722. godine posebnim ukazom i odredbom carska je komora cjelokupni posjed prodala barunu Cordoniju. Barun Cordoni grad i posjed prodaje velikašu Fleischmanu, a on 1733. godine prodaje grad i posjed uglednim plemićima Antunu, Nikoli i Marku Pejačeviću.

1733. godine grofovi Pejačevići prodaju Orahovicu bogatašu iz Makedonije, Dimitriju plemenitom Mihaloviću. Ova obitelj u vlasništvu grada Orahovice bila je do kraja 19. stoljeća. Iz obitelji Mihalović je i Antun plemeniti Mihalović posljednji hrvatski ban, prije raspada Austro-ugarske i to u vremenu od 1917. do 1919. godine.

Grad Orahovica je kroz povijest usko povezana s utvrdom Ružica grad. Od Ružice grada danas su ostale samo ruševine. Po veličini ovih ruševinama vidi se da je Ružica grad nekada bila veliki srednjevjekovni utvrđeni grad u Slavoniji i jedan od većih u Hrvatskoj. Ove ruševine sada su evidentirane kao spomenik nulte kategorije.



Slika 3 – Povijest grada Orahovice – Landsinger, akvarel iz 1896. - scan iz knjige Orahovica, slike iz prošlosti - izdanje matica Hrvatska Orahovica 1998..

Stanovništvo Orahovice uvijek je u većini bilo rimokatoličko pa je zabilježeno da je u ranom srednjem vijeku od 1334. godine postojala katolička župa sa sjedištem u Orahovici.

Godine 1730. župu Orahovicu u kanonskoj vizitaciji posjetio je Juraj Dumbović, zagrebački kanonik i opat. To se događalo nakon što je Slavonija oslobođena od turske vlasti.

1754. godine obnovljena je župa u Orahovici.

1756. godine u središtu Orahovice sagrađena je sadašnja crkva Našašća sv. Križa. Prije je na tom mjestu postojala crkva izgrađena od drveta.

Godine 1800. obavljena je svečana posveta crkve Našašća Svetog Križa u gradu Orahovici, a obavio ju je Maksimilijan Vrhovac, zagrebački biskup.

Između prvog i drugog svjetskog rata jedan dio posjeda grada Orahovice pripao je pod kotar Slatina, a ostali dijelovi pod kotar Našice i Donji Miholjac.

1962. godine nakon ukidanja kotareva Orahovica je ustrojena kao općina.

1997. godine Orahovica dobiva status grada s 12 prigradskih naselja, a to su Dolci, Crkvari, Nova Jošava, Stara Jošava, Magadinovac, Donja Pištana, Gornja Pištana, Karlovac Feričanački, Duzluk, Šumeđe, Bijeljevina Orahovačka i Kokočak. Danas grad Orahovica s prigradskim naseljima ima 4537 stanovnika, a sam grad ima 3384 stanovnika (prema popisu stanovništva iz 2021. godine).

3.2. Razvoj turizma u Orahovici

U suvremenom razdoblju turizam je jedna od najsloženijih i najdinamičnijih pojava, a ima ga u svim područjima od poduzetništva, prirode, kulture, sporta, poljoprivrede, zemljopisa, okoliša, arhitekture, obrazovanja.

15.08.1849. godine u Orahovici je uspostavljena pošta i diližansa koja se bavi preuzimanjem i prijevozom poštanskih pošiljki, a ujedno je prevozila i putnike.

Iz zapisa orahovačkog učitelja Ferdinanda Ulsesa saznaje se da u Orahovicu dolazi mnogo svijeta pogledati ovaj romantični predio.

Od 1905. godine razvija se turizam na području grada Orahovice. Tada je utemeljeno „Društvo za proljepšavanje mjesta i okolice“, koje je vodio mjesni župnik Franjo Lampe. Ovo društvo je pokrenulo niz djelatnosti za uređenje grada, izgradnju kupališta, perivoja, pokretanje masovnog izletništva, otvaranje javnih putova i staza do poznatih spomenika u prirodi. Poslije

s ovim aktivnostima nastavlja mr.ph. Zvonimir Stošić kao predsjednik kulturno-prosvjetnog društva. Pravila „Društva za proljepšavanje mjesta i okolice“ odobrila je Zemaljska vlada Kraljevine Hrvatske, Slavonije i Dalmacije u Zagrebu 14.05.1905. godine. U pravilima se vide napori utemeljitelja koji žele urediti Orahovicu kako bi ona bila ljepša i žele stvoriti bolje uvjete za doček turista. U okviru ovog društva djelovalo je više sekcija s namjerom da Orahovica privuče izletnike i turiste. Tako postoji sekcija za prihvat stranaca i turista, radiosekcija, sekcija za izgradnju kupališta i perivoja, sekcija za zimske sportove, tenis, mačevanje, planinari, diletanti, glazbenici, čitaonica s knjižnicom.

1907. godine u Orahovicu dolazi prvi vlak uskotračnom željeznicom. Ovom željeznicom moglo se putovati na različite strane. Vlak je potaknuo dolazak trgovaca, obrtnika, službenika, radnika u kamenolomu, drvosječa sa njihovim obiteljima, a tada dolaze i prvi turisti i putnici namjernici.



Šumska željeznica. Orahovička okolica. Fotografija. Početak XX. stoljeća.

Slika 4 – Povijest grada Orahovice – Šumska željeznica, početak XX.stoljeća- scan iz knjige Orahovica, slike iz prošlosti -izdanje matica Hrvatska Orahovica 1998..

Ukazuju se potrebe za smještajnim kapacitetima te se u centru Orahovice gradi za tadašnje vrijeme suvremeni hotel čiji je vlasnik Leopold Spitzer. Pojedinci iz većih gradova su bili

pomalo ljubomorni na ovaj suvremeni hotel u Orahovici, te je jedan osječki novinar u svojim novinama pisao: „Zar je trebalo da čak i šekreti i kupaonice budu pod istim krovom, a uz to i preskupo plinsko osvjetljenje, što je prepotentno za selo Orahovicu“.



Orahovica, središte, oko 1912. Naklada F. J. Hocenski. (Uprava za zaštitu spomenika kulture, Zagreb)

Slika 5 – Povijest grada Orahovice – Orahovica, središte oko 1912.- scan iz knjige Orahovica, slike iz prošlosti -izdanje matica Hrvatska Orahovica 1998.

1914. godine Društvo za proljepšavanje mjesta i okolice u blizini centra grada sagradilo je kupalište koje je bilo ograđeno drvenim daskama. Kupalište je bilo malo, a na kupanje su dolazili samo muškarci. Ovo kupalište je prošireno 1922. godine te je tada imalo 24 kabine za presvlačenje, ležaljke, odskočnu dasku, tuš i raspored kupanja. Na ovom kupalištu je 1925. godine organiziran izbor za *miss* tadašnje države. Uz kupalište uređen je park s ružama penjačicama na metalnim i drvenim armaturama. Ovaj park postaje primjer uređenja modernog perivoja tog doba i plijenio je pažnju svojih sugrađana i turista svojom ljepotom.



Orahovica, gradsko kupalište, 1914. Razglednica. Foto Ollrom.

Slika 6 – Povijest grada Orahovice – Orahovica, gradsko kupalište 1914. Razglednica Foto Ollorm. - scan iz knjige Orahovica, slike iz prošlosti -izdanje matica Hrvatska Orahovica 1998..

U sačuvanom letku iz 1928. godine može se saznati kako vlasnik drugog hotela Matija Đikić poziva goste u Orahovicu na ljetovanje. Nudi svoje čiste i uredne sobe, zdravu domaću hranu, prvorazredno piće, uporabu kupaonice i električne rasvjete. Tih godina Orahovica postaje poznato turističko mjesto. Nazivaju je „Središte ubave slavonske Švice“ zbog svježeg zraka, izvorske vode, vinograda i bujnog zelenila. U to vrijeme u Orahovici zimi ima dosta snijega te postaje privlačna i zimi posebice skijašima. U to vrijeme posebno je atraktivna i skijaška šumska spustaška staza od samog vrha Papuka do Ružice grada pa dalje po čistim padinama do Orahovice.

Šezdesetih godina radi se na ozelenjavanju površina u centru grada, proširenju školskog botaničkog vrta, uređenju parkova i privatnih dvorišta.

Danas grad Orahovica gotovo svakodnevno mijenja svoj izgled. Uređuju se parkovi i šetnice. Rijeka Vučica koja prolazi kroz centar Orahovice je ozidana i premoštena novim mostovima. Također izgrađene su i otvorene pozornice u središnjem gradskom parku i manja pozornica u centru Orahovice. U središnjem parku obnovljena je stara vodenica, a obnovljena je i

lokomotiva koja je prometovala uskotračnom prugom kroz Orahovicu. Centar grada pretvoren je u pješačku zonu, a za motorna vozila je izgrađena obilaznica. Na pozornicama se odvijaju razne manifestacije poput koncerata poznatih pjevača i glazbenih skupina, nastupa folklornih društava i slično.

3.3. Znamenitosti grada Orahovice

Grad Orahovica turistima može ponuditi svoje prirodne ljepote, povijesne lokalitete, kulturna, zabavna i sportska događanja, izletničko rekreacijske prostore te gastronomsku ponudu.

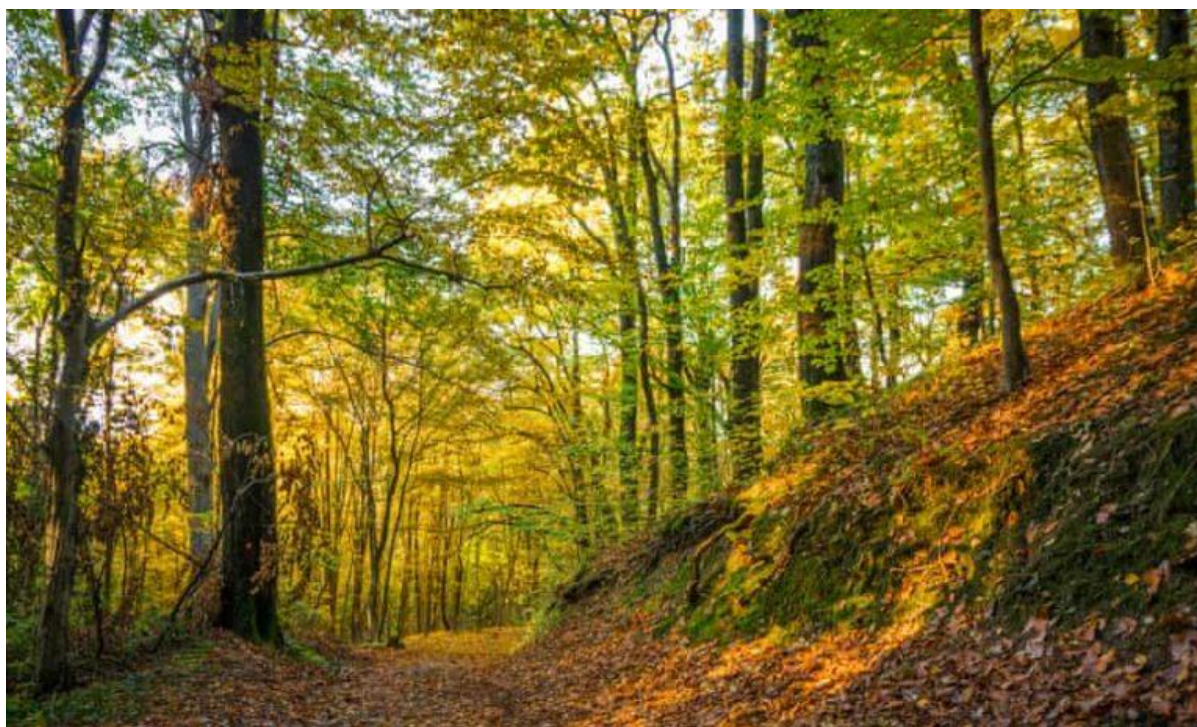
Neke od znamenitosti grada Orahovice koje privlače turiste su:

Park prirode Papuk je prepoznatljiva turistička destinacija grada Orahovice. Papuk je najljepša planina Slavonije. U njemu postoji iznimna biološka raznolikost kao i bogata kulturno-povijesna baština. Zbog svog vrijednog geološkog nasljeđa dio je europske i svjetske asocijacije geoparkova. Parkom prirode proglašen je 23. travnja 1999. godine.

Virovitičko-podravska županija svojim Prostornim planom za zaštitu na području Parka prirode Papuk predviđjela je slijedeće lokalitete:

- Mrtvi dol (šumska vegetacija) u kategoriji posebni rezervat
- Rustine (geomorfološki); u kategoriji “spomenik prirode“:
- područje oko Ružice grada i područje oko pravoslavnog manastira Sv. Nikola u kategoriji „značajni krajobraz“:
- lokalitet Merkur; šuma Albus; središnji gradski park u Orahovici u kategoriji „spomenik parkovne arhitekture“:

Prema podacima javne ustanove Park prirode Papuk ovu turističku destinaciju godišnje posjeti oko 120.000 turista.



Slika 7 -Park prirode Papuk – foto (https://rva.hr/vijest/2022/park-prirode-papuk-nasao-se-na-popisu-skrivenih-mjesta-za-posjetiti-u-hrvatskoj/#google_vignette)

Orahovačko jezero je umjetno jezero namijenjeno za odmor i rekreaciju - kupanje. Jezero je izgrađeno 1961. godine gradnjom brane između valovitih obronaka Papuka, nadomak Orahovice, a puni se planinskom pitkom vodom s Papuka. Dužina jezera je 208 metara dok je široko od 48 do 85 metara. Kod brane je najveća dubina i iznosi 6 metara. Obala jezera je dugačka 570 metara i uz nju je uređena staza za šetnju i plaža za kupaće. Iznad jezera su razvaline Ružica grada i listopadne šume. Uz jezero je bilo sagrađeno 35 bungalova za smještaj turista i restoran. Bungalovi su pripadali uglavnom poduzećima iz Osijeka. 1970-ih i 1980-ih godina je jezero posjećivalo godišnje oko 30.000 do 35.000 turista. Prije Domovinskog rata ovi bungalovi i restoran su zbog slabog održavanja bili devastirani, a privatizacijom su i propali. Danas su uklonjeni i na njihovom mjestu su sagrađeni novi bungalovi i hotel koji još nisu u funkciji jer se čeka uporabna dozvola. Novih 14 bungalova moći će primiti 28 osoba , a hotel 52 osobe. Uz jezero je sagrađeno više od 200 parkirnih mjesta i posebna parkirališta za autobuse. Također uz samo jezero su izgrađeni novi sportski tereni za odbojku na pijesku, mali nogomet i košarku. Izgrađeni su novi toaleti te dječja igrališta. Uređene su površine namijenjene za roštilj i kampiranje, biciklističke i planinarske staze, poučna staza Ružica na kojoj se uz pomoć poučnih ploča turisti upoznaju s bogatstvom i vrijednostima šuma Parka

prirode Papuk, te iznimne geološke vrijednosti područja. Tijekom ljeta odnosno sezone jezero posjeti više od 250.000 turista.

Grad Orahovica ulaže značajna sredstva u projekt izgradnje i uređenja turističko-rekreacijskog centra Jezero-Hercegovac-Ružica grad. Ovaj projekt financira se sredstvima europskih fondova u iznosu od 10.5 milijuna eura, a 9 milijuna eura je nepovratno. Preko jezera Hercegovac, vlasništvo poduzeća "Radlovac", uredit će se zip line sa predivnim pogledom. Nabavljen je i električni vlakčić koji vozi turiste od centra Orahovice do jezera.



Slika 8 – Orahovačko jezero – foto autor

Razvaline Ružica grada nalaze se na udaljenosti 2,5 kilometara sjeverozapadno od centra Orahovice, iznad Orahovačkog jezera, okružene listopadnom šumom. Smještena je na padinama Papuka na 378 metra nadmorske visine. Ružica grad je bio grad, dvor i tvrđava. U sklopu grada nalazila se gotička crkvice, a ispod grada su bile plemićke kurije. Ružica grad se prvi put spominje 1321. godine, a procvat doživljava početkom 15. stoljeća, dok je bila u vlasništvu knezova Nikole i Lovre Iločkog. U Ružici gradu unatoč svim ratnim zbivanjima i stalne opasnosti od turskih osvajanja dolazi do značajnog napretka u kulturi i umjetnosti, a talijanski umjetnici donose renesansu. Ni danas se ne zna kako je grad dobio ime, tko ga je izgradio i kada. Dosta je teško rekonstruirati nekadašnji izgled Ružice grada koja je imala mnogo tornjeva, okružena snažnim kamenim zidovima. Danas su to ruševine, ali se po tim

ruševinama vidi da je to nekada bio velik i moćan grad. Nakon smrti Lovre Iločkog, dinastičke borbe i turska osvajanja prekidaju uspon Ružice grada.

Padom u ruke Turaka 1542. godine, a naročito nakon njihovog odlaska 1687. godine, Ružica grad gubi na značenju i nikada više nije vratila svoju cjelovitost i značaj te se postupno pretvara u ruševinu. Danas je zaštićena kao spomenik kulture najviše kategorije.



Slika 9 – Razvaline Ružice grada - foto autor

Stari grad Oršulić nalazi se oko 2 kilometra udaljen od Ružice grada, na 700 metara nadmorske visine. Po dužini veći je od Ružice grada, od koje je stariji i jednostavnije građen. Ove ruševine još uvijek nisu dovoljno istražene, te su za sada velika povijesna nepoznanica. Stari grad Oršulić je omiljena destinacija planinara i rijetkih izletnika.



*Slika 10 – ruševine starog grada Oršulić, u Parku prirode Papuk u blizini Orahovice –
(<https://blagamisterije.com/duboko-u-papuku-stoje-rusevine-starog-grada-cije-je-pravo-ime-izgubljeno-u-vremenu-cije-je-postojanje-prava-misterija/11327/>)*

Centar za edukaciju Gradskog društva Crvenog križa Osijek poznatije kao dječje odmaralište "Merkur" u Orahovici danas je lijepo uređeni kompleks. Sastoji se od tri zgrade u lijepo uređenom okolišu. U centru se nalaze smještajni kapaciteti za goste, restoran, dvorane za održavanje konferencija i seminara, tereni za sport i rekreaciju, unutarnji grijani bazen i ograđeno parkiralište. U centru se odvijaju različite aktivnosti u organizaciji Crvenog križa Osijek, a to su škola u prirodi za učenike osnovnih škola, obuka neplivača uglavnom školske djece, obuka članstva i ekipa Crvenog križa, razni seminari, znanstveni programi, savjetovanja i radionice za razvoj civilnog društva. Svaka zgrada u kompleksu ima svoje ime. Tako se u zgradi „Ham“ nalazi bazen dužine 17 metara, a širine 8 metara, dubina je od 1,10 do 1,35 metara. Voda u bazenu se grije. Na katu ove zgrade nalazi se dvorana s kapacitetom 40 mjesta te sobe za smještaj gostiju. U zgradi „Čiki“ nalazi se prostorija za dnevni boravak i sobe za smještaj gostiju. U zgradi s imenom „Čandro“ nalazi se kuhinja s velikom blagovaonicom i dvije veće učionice. Ove učionice mogu se spojiti te tada nastaje dvorana sa 120 mjesta. Hrana u centru je kvalitetna s naglaskom na slavonskoj kuhinji, iako se jelovnici prilagođavaju potrebama gostiju. Smještaj gostiju je u jednokrevetnim, dvokrevetnim ili u višekrevetnim

sobama. U centru se može smjestiti 254 gosta. Sve zgrade u kompleksu su međusobno povezane hodnicima i svi ulazi su prilagođeni za osobe s invaliditetom.



Slika 11 - Centar za edukaciju Gradskog društva Crvenog križa Osijek u Orahovici – prije dječje odmaralište Merkur – (<https://www.vpz.hr/2015/11/09/turisticki-kompleks-merkur-u-orahovici-bit-ce-otvoren-u-sijecnju-2016/>)

U Centru za edukaciju Gradskog društva Crvenog križa Osijek provodi se „Škola u prirodi“ i obuka za neplivače za djecu osnovnih škola, obuka, edukacija i treninzi članova Crvenog križa, ljetne škole, međunarodne razmjene i slično, a sve u skladu sa Zakonom o hrvatskom Crvenom križu.



Slika 12 – Bazen Centra za edukaciju Gradskog društva Crvenog križa Osijek u Orahovici – prije dječje odmaralište Merkur – (<https://www.hck.hr/novosti/znanje-plivanja-civilizacijska-potreba-suvremenog-covjeka/11065>)

Danas je ovo jedan od najmodernijih i najljepših centara ovog tipa u Europi. Godišnje kroz centar prođe od 3.500 do 4.000 djece u školi u prirodi, obuci neplivača, te mnogo drugih posjetitelja.

Sveučilišni studij fizioterapije u Orahovici – . Zahvaljujući nastojanjima i uloženom trudu prof.dr.sc. Aleksandra Včeva, inače rođenog Orahovčanina, dekana Fakulteta za dentalnu medicinu i zdravstvo u Osijeku, Orahovica je postala najmanji sveučilišni grad u Hrvatskoj. Sveučilišni studij fizioterapije u Orahovici je s radom počeo 2016. godine i to prvo kao dislocirani sveučilišni preddiplomski studij. Već slijedeće studentske godine odnosno 2017/2018., s radom je počeo i sveučilišni diplomski studij fizioterapije. Ovaj studij ima veliki značaj za grad Orahovicu, Slavoniju a i Hrvatsku, jer u Orahovicu dolaze studirati fizioterapiju studenti iz svih krajeva Hrvatske.



*Slika 13 – Zgrada Sveučilišnog studija fizioterapije u Orahovici –
(<https://www.fdmz.hr/index.php/hr/fakultet/povijest-fakulteta>)*

Crkva Našašća sv. Križa je župna crkva koja se nalazi u centru grada Orahovice. Sagrađena je 1756. godine u stilu baroka. Ovu crkvu 1800. godine posvetio je zagrebački biskup Maksimilijan Vrhovac. Naziv crkve vezan je uz sv. Jelenu i pronalazak ostataka križa u Jeruzalemu za koji se pretpostavlja da je Isusov. Uzvišenje sv. Križa po starom se kalendaru slavilo 3.svibnja pa se taj datum sada slavi i u orahovačkoj župi, a tada se slavi i Dan grada Orahovice.

Nekada u Orahovici je postojala i crkva sv. Katarine tako da se u župi slavi i njezin blagdan 25. studenog. Njoj je posvećen lijevi oltar u župnoj crkvi, desni Majci Božjoj, a središnji Našašću sv. Križa. U crkvi se nalazi i relikvijar s moćima sv. Križa, no nigdje nema traga o tome kada je tamo donesen. Orahovica je sjedištem župe postala 1334. godine. Orahovačkoj župi danas pripada deset sela, ukupno ima oko 5000 vjernika.



Slika 14 – Crkva Našašća sv. Križa u Oraševici – (<https://www.tzgorahovica.hr/2022/01/crkva-nasasca-sv-križa/>)

Crkva sv. Lovre u Crkvarima je gotička sakralna građevina sa grobljem, kasnije barokizirana. Ova crkva predmet je dugogodišnjih arheoloških istraživanja. Arheološka istraživanja su pokazala da je ova crkva sagrađena na temeljima ranosrednjovjekovnog groblja iz 11. stoljeća. Za vrijeme turskih osvajanja i pustošenja na kraju kasnog srednjeg vijeka, crkva je izgubila na važnosti pa je preinačena u mali sakralni objekt sa sakristijom. Danas je to manja kapela koja se koristi prilikom održavanja misnih slavlja. Ova crkva je spomenik nulte kategorije.



Slika 15 – Crkva sv. Lovre u Crkvarima kod Orahovice – (<https://www.tzgorahovica.hr/2022/01/crkva-sv-lovre-crkvari/>)

Vodenica se nalazi u središnjem parku grada Orahovice. Sagrađena je 1850. godine, a pokretana je vodom iz rijeke Vučice koja protječe kroz centar grada Orahovice. U izgradnji drvene vodenice sudjelovalo je više orahovačkih obitelji te su oni bili i vlasnici. Vlasnike vodenice zvali su „poredari“. „Poredari“ su određivali red kada će koja obitelj koristiti vodenicu za mljevenje žitarica. Vlasnici vodenice „poredari“ zapošljavali su majstora mlinara, kojeg su plaćali. Mlinar je vodio brigu o vodenici i o mljevenju žitarica. Prema potrebama vodenica je radila cijeli dan, a ponekad i preko noći. Ova vodenica s radom je prestala 1948. godine. Obnovljena je 2010. godine i sada je ukras u parku i budi sjećanja na stare zanate.



Slika 16 – Vodenica u Orahovici – (https://www.google.com/search?sca_esv=7714)

Lokomotiva „Ćiro“ nalazi se u parku u centru Orahovice na mjestu nekadašnjeg željezničkog kolodvora. „Ćiro“ je popularni naziv za lokomotivu koja je vukla vagone uskotračnom prugom poznatom kao Gutmanova željeznica. Lokomotiva je izrađena 1939. godine u Münchenu, bila je među rijetkima zbog pogona na šest osovina. Danas je možda jedina koja je ostala sačuvana u Europi. Gutmanova željeznica bila je mreža uskotračnih pruga dužine oko 165 km, a povezivala je slavonske gradove i manja naselja od Orahovice sve do Osijeka. Namjena ove pruge bila je prvenstveno za prijevoz kamena i drveta sa slavonskih planina Papuka i Krndije do Belišća gdje se nalazila tvornica papira. Služila je i za prijevoz putnika, turista i druge robe. „Ćiro“ je svoju posljednju vožnju odvezio 1967. godine na relaciji od Orahovice do Čačinaca. Od ove godine ovom prugom kojom je nekada vozio „Ćiro“, prometuje turistički vlakić u vlasništvu grada Orahovice, a koji prevozi turiste na relaciji od Orahovice do orahovačkog jezera i nazad.



Slika 17 – Lokomotiva “Čiro” – (<https://www.tzgorahovica.hr/2022/01/lokomotiva-80-81/>)



Slika 18 – Turistički vlakić u Orahovici – (<https://www.tzgorahovica.hr/2024/08/orahovacki-turisticki-vlagic-ne-vozi-do-daljnega-u-pitanju-je-kvar/>)

Kurija Mihalović sagrađena je krajem 18. odnosno početkom 19. stoljeća. Gradila ju je plemenitaška obitelj Mihalović koja je 176 godina imala u vlasništvu dvorac i imanja u Orahovici. Nakon drugog svjetskog rata ova kurija je prenamijenjena u Dom zdravlja, a jedno vrijeme u njoj se nalazilo i rodilište. Izgradnjom novog Doma zdravlja ispražnjene prostorije kurije preuređuju se i u nju smještaju uredi gradskih službi, velika gradska vijećnica, postava muzeja Slavonije iz Osijeka i gradska knjižnica. Godine 2019. grad Orahovica ovu kuriju daruje i daje u vlasništvo Fakultetu za dentalnu medicinu i zdravstvo iz Osijeka. Fakultet vrši veću rekonstrukciju i obnovu kurije i u njene prostorije smješta Centar za prevenciju, dijagnostiku, liječenje i rehabilitaciju kardiovaskularnih bolesnika. Ovo je prvi ovakav centar u Slavoniji, a slični njemu postoje još u Krapinskim toplicama i Opatiji. Hrvatsko kardiovaskularno društvo ovom projektu daje podršku zato što je u kontinentalnoj Hrvatskoj u gradu Orahovici najbolja mikroklima za liječenje kardiovaskularnih bolesnika. Centar nije dovršen, u planu je još izgradnja stacionara sa 80 bolesničkih kreveta, restoran i bazen za hidroterapiju. U ovom Centru će orahovački studenti fizioterapije imati praksu.



Slika 19 – Kurija Mihalović u koja je darovana Fakultetu za dentalnu medicinu i zdravstvu iz Osijeka – foto S.Bošnjak

Manastir Sv. Nikole – pravoslavni manastir i crkva sagrađeni su 1594. godine. Smješten je na livadi ispod obronaka planine Krndija, južno od Orahovice uz cestu Orahovica - Kutjevo. Prema povijesnim izvorima i arheološkim ispitivanjima pretpostavlja se da je na istom mjestu

u srednjem vijeku oko 1102. godine postojao je rimokatolički samostan pustinjačkog reda sv. Augustina. Zidovi u manastiru i u manastirskoj crkvi oslikani su freskama sa svetačkim likovima. Danas se u manastiru okupljaju pravoslavni vjernici za vrijeme pravoslavnih vjerskih praznika, obično dva puta godišnje, a tijekom godine posjećuju ga turisti i planinari. Manastir je kao spomenik nulte kategorije upisan u Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske.



Slika 20 – Manastir sv. Nikole –
[\(https://www.kulturni-turizam.com/hrv/sadrzaj/istrazitepapuk/3172/opsirnije/\)](https://www.kulturni-turizam.com/hrv/sadrzaj/istrazitepapuk/3172/opsirnije/)

Orahovačka vinska cesta – Vinska cesta danas ide od vinograda smještenog na lokaciji Jezerac, gdje se nalazi vinograd Poljoprivrednog poduzeća Orahovica i tu se mogu kušati vrhunska vina ovog poduzeća predvođena najpoznatijim orahovačkim vinom Zelenim Silvancem, pa se kreće do vinarije obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva Patkoš gdje se mogu kušati njihova vrhunska vina i domaći obiteljski suhomesnati proizvodi, potom se dolazi do vinograda OPG Matković gdje se mogu kušati njihova vina pod nazivom Iskrena vina obitelji Matković i na kraju do vinograda obitelji Stanka Jovića koji je poznat po svojim

kvalitetnim vinima. Na području grada Orahovice postoji duga tradicija uzgoja vinograda i proizvodnje kvalitetnih vina. Poznate lokacije orahovačkih vinograda su Albus, Starac, Plavšićevo brdo, Popinjača,, Jezercac i druge. U gradu Orahovici proizvode se vrhunska vina od kojih je najpoznatije i najkvalitetnije Zeleni silvanac, te druga vrhunska vina poput Chardonnaya, Pinota sivog, Graševine, Frankovke, Cabernet Sauvignona.

Planinarski dom Jankovac smješten je u parku prirode Papuk na 475 metara nadmorske visine, okružen bukovim šumama. Ispred doma nalazi se livada i tri jezera, te potok Kovačica koji se preko velike stijene obrušava u kanjon rijeke pri čemu čini slap po nazivu Skakavac. Ovaj slap visok je 28 metara. Planinarski dom je namijenjen za odmor i rekreaciju. U domu se nalazi više soba sa sveukupno 64 kreveta. Sobe su dvokrevetne, trokrevetne i višekrevetne. U domu je i restoran s ponudom jela od divljači i svježe ribe.



Slika 21 – Planinarski dom Jankovac – (<https://www.pp-papuk.hr/planinarski-dom-jankovac/>)

Planinarske staze grada Orahovice u dužini od 82 kilometra na području Papuka i Krndije su dio Slavenskog planinarskog puta koji je dug 360 kilometara. Brigu o obilježavanju i održavanju ovih planinarskih staza vodi Hrvatsko planinarsko društvo iz Orahovice. HPD Orahovica raspolaže planinarskom kućom „Šaševo“ koja se nalazi na granici planina Krndija i Papuk. U ovoj kući može noćiti dvanaest osoba. Ishodište jedne planinarske staze grada

Orahovice je na orahovačkom jezeru, prema Ružici gradu i razvalinama starog grada Oršulić, pokraj Antine spilje nastavlja se do vrha Kapovca na Krndiji. Druga staza ide od sela Duzluk do kamene litice Stjenjak visoke oko 60 metara ili se litica zaobilazi uz Duzlučki potok kroz šumu do manastira sv. Nikole i dalje kroz šumu do Iskrice i Petrovog vrha gdje se staze razdvajaju prema Feričancima, Našicama i Kutjevu.

Druga staza vodi kroz selo Duzluk, preko Stjenjaka-kamene litice vulkanskog porijekla, visoke cca 60 metara za spretnije hodaće ili okolo, preko Duzlučkog potoka, pa uz brdo kroz šumu do manastira Sv. Nikole. Od Manastira lijepom stazom kroz šumu stiže se do a Iskrice, a onda uz brdo do Tromede i Petrovog vrha, odakle vode staze prema Kutjevu, Našicama i Feričancima.

Poučna staza „Ružica grad“ polazi od Jezera kroz šumu do razvalina Ružice grada. Dugačka je 800 metara. Na strmijim dijelovima staze postavljene su stube. Uz stazu su postavljene 23 edukativne table koje slikovno i pisanim riječima poučavaju turiste o vrijednoj kulturno-povijesnoj baštini ovog područja, geološkim karakteristikama, te biološkoj raznolikosti šume i životinjama koje u njoj obitavaju.

Vidikovac na Petrovom vrhu nalazi se na 700 metara nadmorske visine na planini Krndija. Kraj njega prolazi asfaltirana cesta na relaciji Orahovica – Kutjevo. Pristup Petrovom vrhu je sa četiri strane, od kojih su planinarske staze s tri strane označene, a jedna je neoznačena. Vidikovac je uređen, te uz njega postoji veliko mjesto za parkiranje, postavljen je i stol s drvenim klupama. Pogled s vidikovca na obronke s gustom šumom, manastir sv. Nikole i orahovački kraj je impresivan, a za vrijeme lijepog vremena može se vidjeti i preko Mađarske granice pogotovo brda Meček (Mecsek) i Aršanj (Szársomlyó).

Ribnjaci športskog ribolovnog društva „Šaran“ iz Orahovice nalaze se pokraj sela Duzluk, a sastoje se od tri jezera i ribolovnog doma. Ribnjaci i dom zauzimaju površinu od 8.000 m², a u njima ima više vrsta slatkovodne ribe i to šaran, tolstolobik, štika, smuđ i som. Na ribnjacima se održavaju ribolovna natjecanja.

Obiteljska poljoprivredna gospodarstva (OPG) predstavljaju veliki potencijal za razvoj seoskog turizma. U gradu Orahovici turistima nude smještaj OPG ‘Odmor u zelenom’ i OPG „Šimatić“.

Lovna područja – Lovačka udruga „Vepar“ iz Orahovice gospodari s dva lovišta i to državnim lovištem na Orahovačkoj planini na površini od 5838 hektara i županijskim lovištem Orahovica

na površini od 6072 hektara. U lovištu ima razne divljači i to divlje svinje, srne, jeleni, a od sitnije divljači fazani, zečevi, divlja patka, prepelice i drugo. Preko lovačkih udruga razvija se lovni turizam na području Orahovice.

Turističko-rekreacijski kompleks “Jezero – Hercegovac – Ružica grad” - Još uvijek traju radovi na ovom kompleksu koji su sada pri kraju. Do sada je izgrađen hotel koji će u ponudi imati 62 kreveta, izgrađeno je i 14 bungalova u kojima ima 28 kreveta (čeka se samo uporabna dozvola). Izgrađeni su i uređeni sanitarni čvorovi oko jezera, uređeno je jezero i sportski tereni za odbojku na pijesku, košarku i mali nogomet, a izgrađena su i uređena dječja igrališta. U ovom projektu nalazi se i jezero Hercegovac iznad kojeg je postavljen *zipline* (još nije u uporabi). U planu je uređenje staza do razvalina Ružice grada i izgradnja multimedijalnog Edukativnog centra Orahovica – Škola u prirodi. Ovaj projekt u većem dijelu sufinancira Europska unija i to sa više od 9 milijuna eura, a cijeli projekt vrijedan je 10,8 milijuna eura.

3.4. Turističke manifestacije grada Orahovice

Turističke manifestacije grada Orahovice privlače mnoštvo posjetitelja i turista. Veći dio ovih manifestacija organizira grad Orahovica i Turistička zajednica grada Orahovice, a drugi dio udruge uz pomoć grada. Ovdje će se spomenuti nekoliko najvažnijih manifestacija.

Dan grada Orahovice i blagdan Našašća sv. Križa – Grad Orahovica se u pisanim dokumentima spominje od 1228. godine. Svake godine slavi se 3. svibnja – na blagdan Našašća sv. Križa. Ovogodišnja središnja proslava 796. Dana grada Orahovice i blagdana Našašća sv. Križa održavala se od 27. travnja do 12. svibnja. Svaki dan kroz ovo vrijeme održavao se niz manifestacija kao što su izložbe fotografija, prvosvibanjski piknik, razni koncerti, crkvena događanja poput Sakramenta sv. Potvrde, svečane sjednice grada i druga kulturna i sportska događanja. Za vrijeme ovih događanja grad Orahovicu posjećuje više tisuća gostiju.

795. DAN GRADA ORAHOVICE I BLAGDAN

NAŠAŠĆA SV. KRIŽA

29. travnja, subota:

16:00h - 6. Memorijalni turnir Pave Vukelić-Pajo, mini rukomet, Središnji gradski trg

1. svibnja, ponedjeljak:

12,00h - Prvosvibanjski piknik, podjela graha, Središnji gradski park

2. svibnja, utorak:

10,00h - „Slavonijo dično ti je ime“, školski projekt, OŠ IBM

17,00h - „Sedemdesetletnik“, Vojo Lukić, predstavlanje knjige, Restoran Ložiona (A.Mihanovića 14)

19,00h - „Jednostavno naši“ – izložba fotografija UHBL-PTSP-VPŽ i RVRG, CB Blues

3. svibnja, srijeda:

DAN GRADA ORAHOVICE

8,00h - Budnica kroz grad- Puhачki orkestar DVD-a

10,30h - Polaganje vijenaca i paljenje svijeća kod spomenika Hrvatskih branitelja u centru grada Orahovica

10,45h - Polaganje vijenaca i paljenje svijeća kod križa na Gradskom groblju

11,00h - **Sakrament svete Potvrde, sveta Misa, crkva Našašća sv. Križa**

13,00h - Svečana sjednica Gradskog vijeća, Multifunkcionalna dvorana (bivše kino Papuk)

20,30h - **Koncert grupe „Vigor“, Središnji gradski park**

4. svibnja, četvrtak:

14,00h - Obilježavanje sv. Florijana, školski poligon, DVD Orahovica

5. svibnja, petak:

17,00h - Teniski turnir parova Orahovica 2023. - TK Orahovica, tenis tereni

17,00h - Pub kviz „Zajedno u ratu, zajedno i u miru“ HVIDRA Orahovica, Multifunkcionalna dvorana (bivše kino Papuk)

7. svibnja, nedjelja:

11,00h - **Prva sv. Pričest, sveta Misa, crkva Našašća sv. Križa**

20,00h - Stand up komedija- Goran Vinčić - Udruga P.A.U.K. , Multifunkcionalna dvorana (bivše kino Papuk)

Grupa „Vigor“,
Središnji gradski
park 3. Svibnja 2023.



Slika 22 - Objava na Facebooku za Dan grada Orahovice i blagdan Našašća sv. Križa – (<https://radioorahovica.hr/?p=14847>)

Orahovačko proljeće je kulturno-zabavna, turistička, glazbena i sportska manifestacija. Sve je počelo 1959. godine kada se središnjom orahovačkom ulicom prošetala povorka učenika Osnovne škole Orahovica u sportskoj odjeći i okićena cvijećem. Ovaj prvi orahovački cvjetni korzo organizirali su nastavnici osnovne škole s roditeljima i učenicima te od tada postaje tradicija koja je izrasla u turističku manifestaciju "Orahovačko proljeće" koja godinama oduševljava brojne posjetitelje. "Orahovačko proljeće" je s godinama obogaćivano novim sadržajima u koja su se uključila brojna kulturno-umjetnička društva. Bogatstvo ove manifestacije traje više dana, čitav tjedan pa i duže. Već duži niz godina sve započinje likovnom kolonijom, predstavljajima knjiga za mlade i odrasle, književnim večerima, koncertima, kazališnim predstavama, kino predstavama s odabranim filmovima. Događaju se razna sportska natjecanja u nogometu, rukometu, košarci, tenisu, boćanju, šahu i drugim

sportovima. Svoja natjecanja imaju i ribolovna i lovačka društva. Zadnji dan "Orahovačkog proljeća" je uvijek u lipnju i to prve nedjelje. Tada vrtićka i školska djeca odjevena u cvjetne kostime prolaze kroz grad, a iza njih idu razna folklorna društva odjevena u narodne nošnje svog kraja. Nakon prolaska kroz grad okupljaju se u centralnom gradskom parku gdje na ljetnoj pozornici imaju svoje nastupe u kojima sviraju, pjevaju i plešu. Ova manifestacija privlači veliki broj turista.



Slika 23 – Orahovačko proljeće - <https://www.orahovica.hr/2022/06/u-velikoj-cvjetnoj-povorci-vise-od-1-000-sudionika-orahovacko-proljece-jos-jednom-potvrdilo-epitet-jedne-od-najvecih-kulturno-turistickih-manifestacija-u-slavoniji-i-baranji/>

**Pod visokim pokroviteljstvom
Ministarstva turizma i sporta
i Ministarstva poljoprivrede**



24. svibnja, petak
20,00h - Otvorenje izložbe fotografija „Sva naša proljeća“, UHBL-PTSP-VP i RVRG Orahovica, CB Blues - Izložba traje do 15. lipnja

25. svibnja, subota
15,00h - Otvoreno prvenstvo grada Orahovice u rješavanju Sudoku zadataka, Enigmatska udruga Orahovica, multifunkcionalna dvorana „Papuk“ (kino dvorana)
17,00h - Pub kviz „Orahovačko proljeće“, Enigmatska udruga Orahovica, multifunkcionalna dvorana „Papuk“ (kino dvorana)

26. svibnja, nedjelja
III. Susret Off Road Orahovica, Off road klub Orahovica, Nova Jošava 41.
- 12,00h - izložba old timer automobila
- 13,00h - kružna utrka brzina, prelazak prepreka
- 15,00h - pokazana vožnja cross motora, quadova na poligonu
- 16,00h - proglašenje pobjednika, tombole i povlačenje užeta

27. svibnja, ponedjeljak
17,00 - 20,00h - Otvorenje izložbe „Koloristične dimenzije“, Gita Art Majer, multifunkcionalna dvorana „Papuk“ (kino dvorana) - izložba traje do 28. svibnja 2024.
19,00h - Otvorenje izložbe „Orahovica nekada i sada“, Ogranak Matice Hrvatske Orahovica, hotel Dukat - izložba traje do 02. lipnja 2024.

28. svibnja, utorak
9,00 - 12,00h - Izložba „Koloristične dimenzije“, Gita Art Majer, multifunkcionalna dvorana „Papuk“ (kino dvorana)

29. svibnja, srijeda
19,00h - „Baka ima dečka“ - komedija za odrasle u izvedbi Miro Čabraja i Asim Ugljen, središnji gradski park

30. svibnja, četvrtak
18,00h - Otvorenje izložbe „Ratne odore tijekom domovinskog rata“, Spomen soba Udruge specijalne policije (Stjepana Mlakara 3), USPDR „Orao“ Orahovica- Našice - izložba traje do 1. lipnja 2024.
19,00h - Koncert KUD Orahovica i KUD Crkvari s prijateljima, središnji gradski park

31. svibnja, petak
9,00h - 1. dječja biciklijada O.Š. Ivane Brlić-Maturanić Orahovica
9,00h - start, središnji gradski trg
10,15h - dolazak na Jezero,
10,30h - KVIZ, Jezero
12,00h - podjela zahvalnica, središnji gradski trg
17,00h - Međunarodni tenis turnir „Orahovačko proljeće 2024“, Tenis klub Orahovica, tenis tereni

21.15h – koncert Tomislav Bralić i klapa Intrade, središnji gradski park

1. lipnja, subota
10,00h - Pagoland, igre za djecu i odrasle, središnji gradski park - traje od 1.-2. lipnja
10,00h - NK „Papuk Osječko 1664“ – ŽNK „Virovitica, prvenstvena utakmica početnici ŠN „Orahovica“, igralište NK „Papuk“ Orahovica
11,00h - NK „Papuk Osječko 1664“ – NK „Graničar, Okrugljača, ŠN „Orahovica“, prvenstvena utakmica mladi pioniri, igralište NK „Papuk“ Orahovica
15,00h - Svečano otvaranje Međunarodnog tenis turnira „Orahovačko proljeće 2024“, Tenis klub Orahovica, tenis tereni
18,30h - NK „Papuk Osječko 1664“ – NK „Mladost“ Đakovačka Satnica, veteranska nogometna utakmica, SRD „Papuk“ Orahovica, igralište NK „Papuk“ Orahovica

21,15 sati – koncert Zlatko Pejaković, središnji gradski park

2. lipnja, nedjelja
7,00h - Kup grada Orahovica u natjecanju „Lov ribe udicom na plavak“, ŠRK Šaran, Duzlička jezera
10,00h - Pagoland, igre za djecu i odrasle, središnji gradski park
10,00 - 17,00h - Izložba modela od LEGO kockica „LegoGrad“, Udruga P.A.U.K. multifunkcionalna dvorana „Papuk“ (kino dvorana)

10,00 sati - „Cvjetni korzo“, povorka kroz centar grada
11,00h - Video booth 360, središnji gradski park
11,00h - Izložba ručnih radova „Zlatne godine“, Orahovačka udruga umirovljenika i starijih osoba Orahovica, središnji gradski park
11,00h - Izložba radova Udruge Jaglac, središnji gradski park

11,30h - Međunarodna smotra folklor, središnji gradski park
13,00h - Finale Međunarodnog tenis turnira „Orahovačko proljeće 2024“, Tenis klub Orahovica, tenis tereni
19,00h - „Obilježnica 15. godina rada područnog odjela Glazbene škole Milka Kelemena“ - koncert tamburaškog orkestra, pjevačkog zbora i gosti polaznika Glazbene škole Milka Kelemena, središnji gradski park
*organizator zadržava pravo izmjene satnice



Slika 24 – Objava na Facebooku za 56. Orahovačko proljeće - <https://www.orahovica.hr/2024/05/ovog-petka-ocekuju-nas-prvi-dogadaji-povodom-56-orahovackog-proljeća-koje-ce-se-održati-sve-do-2-lipnja/>

Dani piva - Craft beer festival događa se tijekom kolovoza i to petkom i subotom te je postao središnji orahovački ljetni događaj koji privlači mnoštvo posjetitelja iz cijele kontinentalne Hrvatske. Na festivalu se predstavlja više craft pivovara, a uz piće i hranu odvijaju se koncerti rock glazbe. Uz zabavne sadržaje za sve posjetitelje priprema se natjecanje u ispijanju piva u dvije kategorije i to za žene i muškarce.



Slika 25 – Objava na Facebooku za Dane piva – Craft beer fest Orahovica - <https://www.facebook.com/p/Orahovica-CRAFT-BEER-FEST-100083534040259/>

Sajam vina i kulena – krajem lipnja ili početkom srpnja u središnjem gradskom parku u Orahovici održava se Sajam vina i kulena. Na ovom sajmu se ocjenjuje više desetina uzoraka vina i kulena od raznih proizvođača, a sve je popraćeno kulturno glazbenim programom. Ovaj sajam privlači veliki broj posjetitelja koji kušaju ponuđeno vino i kulen i pri tome se dobro zabavljaju.



Slika 26 – Objava na Facebooku za Sajam vina i kulena u Orahovici - <https://radioorahovica.hr/?p=31533>

Prvenstvo grada Orahovice u kuhanju ribljeg paprikaša - u listopadu se održava Prvenstvo grada Orahovice u kuhanju ribljeg paprikaša. Ovu manifestaciju organizira športsko ribolovni klub „Šaran“ uz potporu grada Orahovice i Turističke zajednice grada Orahovice. Sve prijavljene natjecateljske ekipe od organizatora dobivaju ribu i sve ostalo što je potrebno za kuhanje ribljeg paprikaša. Nakon što je riblji paprikaš skuhan odabire se najbolji koji se nagrađuje prigodnim nagradama.

RIBIČKI DAN
XVIII. KUP Turističke zajednice Grada Orahovice
i 28. Otvoreno prvenstvo grada Orahovice
u kuhanju ribljeg paprikaša

8. listopada 2023.

XVIII. KUP TZ Grada Orahovice
sportsko- rekreativni ribnjak
ŠRK Šaran Orahovica u Duzluku

od 7:00h
do 14:00h

28. Otvoreno prvenstvo
grada Orahovice u kuhanju
ribljeg paprikaša
Središnji gradski park
Sudionicima osigurano:
1šaran, 1l vina, ložište i drva,
stol i dvije klupe
Prijave do 4. listopada
2023. (srijeda) do 15:00H
na broj: 099 262 0336
početak u 15:00h

HRVATSKA
Puna života

ŠRK
ŠARAN
ORAHOVICA

SLAVONIJA i
PODRAVINA
TURISTIČKA ZAJEDNICA
VIROVITIČKO-PODRAVSKE ŽUPANIJE

Slika 27 – Objava na Facebooku za Ribički dan odnosno Prvenstvo grada Orahovice u kuhanju ribljeg paprikaša - <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=335306798887560&set=pb.100072247261717.-2207520000&type=3&locale=hr> HR

Prvenstvo grada Orahovice u kuhanju čobanca - u rujnu ili listopadu se održava Prvenstvo grada Orahovice u kuhanju čobanca kojeg tradicionalno organiziraju grad Orahovica, Turistička zajednica grada Orahovice i Lovačka udruga "Vepar". Svake godine na prvenstvo se prijavljuje više desetaka ekipa koje pokazuju svoje kuharsko umijeće u pripremanju čobanca. Ove ekipe ocjenjuje stručni žiri, a najbolji dobivaju prigodne nagrade. Mnogobrojni posjetitelji ove manifestacije ponuđeni su dobrim čobancem i pićem.



30 prvenstvo
grada Orahovice u
kuhanju čobanca

GRAD ORAHOVICA

Turistička zajednica
grada Orahovice

24. rujna 2023. (nedjelja) u 15,00h
SREDIŠNJI GRADSKI PARK

LU"Vepar"

SLAVONIJA i
PODRAVINA

TURISTIČKA ZAJEDNICA
VIROVITIČKO-PODRAVSKE ŽUPANIJE

HRVATSKA
Puna života

Sudionicima
osigurano:
1kg mesa (divljač)
1l vina
ložište i drva
stol i 2. klupe

Prijave do 20. rujna 2023. (srijeda)
do 15,00h na broj telefona: 099 262 0336

Slika 28 – Objava na Facebooku za Prvenstvo grada Orahovice u kuhanju čobanca -
<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=321452126939694&set=pb.100072247261717.-2207520000&type=3&locale=hr> HR

Kestenijada - u organizaciji grada Orahovice i Turističke zajednice grada u listopadu se u središnjem orahovačkom gradskom parku održavaju tradicionalni Dani kestena i vina - kestenijada. Za mnoštvo posjetitelja priprema se više stotina kilograma kestena koje na prepoznatljiv način tradicionalno pripremaju članovi Hrvatskog planinarskog društva Orahovica. Uz kestene se može okrijepiti vrhunskom kapljicom orahovačkih mladih vina nekoliko poznatih vinara, a među izlagačima predstavljaju se i proizvođači meda, kao i neke druge udruge sa svojim proizvodima. Manifestaciji nazoči veliki broj posjetitelja.

15. dani kestena i vina

14. listopada 2023. u 14,00h

Središnji gradski park, Orahovica

**-pečeno kestenje
-desert od kestena**

**Nastupa:
Royal band**

GRAD ORAHOVICA

Turistička zajednica
grada Orahovice

SLAVONIJA i
PODRAVINA

TURISTIČKA ZAJEDNICA
VIROVITIČKO-PODRAVSKE ŽUPANIJE

HRVATSKA
Puna života

Slika 29 – Objava na Facebooku za Dane kestena i vina u Orahovici - <https://www.icv.hr/2023/10/u-subotu-14-listopada-u-orahovici-se-odrzava-tradicionalna-manifestacija-dani-kestena-i-vina-u-svom-15-izdanju/>

Ferragosto Jam - do prošle godine prvog vikenda u kolovozu u Orahovici je održavan festival "Ferragosto Jam". Festival je trajao četiri dana i to kao najveći u ovom dijelu Hrvatske. Na festivalu su nastupali brojni izvođači pop, rock i druge glazbe. Sve se odvijalo na orahovačkom jezeru gdje se okupljalo više tisuća mladih ljudi iz Hrvatske i Europe koji su kampirali, roštiljali, zabavljali se i *partijali* do ranih jutarnjih sati. Uz dobru zabavu i razgovore o glazbi mnogi mladi ljudi stjecali su tu nove prijatelje i širili svoja poznanstva. Festival "Ferragosto Jam" je zbog toga nazivan festivalom s dušom.

Ferragosto JAM 9

ULAZNICE
 FESTIVALSKA: 100/125 KN
 JEDNODNEVNA: 80/95 KN

JOSIPA LISAC ▪ BAJAGA I INSTRUKTORI
 ELEMENTAL ▪ SIX PACK ▪ EDO MAJKA
 PIPS, CHIPS & VIDEOCLIPS ▪ KAWASAKI 3P ▪ ATHEIST RAP
 MTDE ▪ ABOP ▪ MAŠINKO ▪ LAKA ▪ KIŠA METAKA ▪ M.O.R.T.
 MIKI SOLUS ▪ LOŠ PRIMJER ▪ ONE STEP AWAY ▪ BRUT
 ROCHELLE, ROCHELLE ▪ FAST RESPONSE ▪ SAUCESCE ▪ FAJRUNT
 LOVELY QUINGES ▪ AUGUSTE ▪ TI ▪ LADY JELENA
 ŠIMEK ▪ MIXED UP MARY ▪ BILLIE JOAN ▪ OGNJEN ČUDOREDE
 PLASTIC KNIVES ▪ BEAT BUSTERS ▪ VRH ▪ BASSINGAI!
 BLAW:BLAW ▪ ERVIN MANDARI ▪ REVOLT DJ' s
 #DJFJ crew ▪ DANCE HARD ▪ NAŠA STVAR

04.-07. kolovoza 2016
 Orahovačko jezero

Slika 30 – Objava na Facebooku za festival Ferragosto jam u Orahovici - https://www.facebook.com/FerragostoJAM/photos/t.100044536985066/1030235063721741/?type=3&locale=hr_HR

Wine&Run - Turistička zajednica grada Orahovice u rujnu je organizator i domaćin eventa pod nazivom WINE & RUN – vinski maraton. Na ovaj event može se prijaviti najviše 100 osoba. Svaki sudionik eventa treba uplatiti 22,00 eura za troškove u svezi kušanja vina na pet lokacija, za domjenak, zabavu uz sviranje tamburaša i ostale troškove.



PRIJAVA za event – 'WINE&RUN' - vinski maraton, Orahovica (subota, 21. rujna 2024.)

Poštovani ispunjavanjem ovog obrasca prijavljujete se za sudjelovanje na eventu 'Wine&Run' u sklopu ciklusa vinskih manifestacija 'Slavonija i Podravina, wine not!? 2024:'

Detalji o eventu:
Datum i vrijeme: subota, 21. rujna, s početkom u 12:00, planirano trajanje do 17:00
Lokacija: Centar za posjetitelje Stara ložiona, Ul. Antuna Mihanovića 14, Orahovica
Cijena sudjelovanja na eventu: 22,00 €
Cijena kotizacije uključuje:
- Vinsku čašu, tobolac za čašu, kabanicu, ruksak i vodu, kušanje vina na lokacijama te domjenak na cilju u Staroj ložioni

Slika 31 – Objava na Facebooku za event Wine&run u Orahovici - <https://radioorahovica.hr/?p=32973>

Ljetna škola mladih Crvenog križa Osječko-baranjske županije u Orahovici održava se tradicionalno svake godine u kolovozu u centru za edukaciju Merkur u Orahovici na kojoj sudjeluje preko 100 mladih iz društava Hrvatskog crvenog križa iz cijele Republike Hrvatske, Bosne i Hercegovine, Srbije, a ove godine i mladi Ukrajinici koji se nalaze na području Republike Hrvatske pod međunarodnom zaštitom zbog rata u Ukrajini. Tijekom Ljetne škole mladi imaju priliku sudjelovati u radionicama i predavanjima renomiranih predavača o temama kao što su: međunarodno humanitarno pravo, ljudska prava, klimatske promjene i drugo. U programu Ljetne škole su osposobljavanje za voditelje programa prve pomoći, osposobljavanje za voditelje programa realističnog prikaza ozljeda, osposobljavanje za voditelje programa vezanih za migracije, stereotipe, predrasude i prevenciju, trgovanje ljudima osposobljavanje za voditelje preventivnih programa, osposobljavanje za članove terenskih jedinica i drugo.



Slika 32 – Objava na Facebooku za Ljetnu školu mladih Crvenog križa Osijek u Orahovici - https://www.facebook.com/photo?fbid=1315688575912928&set=pcb.1315688642579588&locale=hr_HR

Smještajni kapaciteti grada Orahovice su osigurani u hotelu „Ružica grad“ koji raspolaže sa 14 ležajeva (trenutno zatvoren), hotelu „Dukat“ s 46 ležajeva, gostionici „Sport“ s 10 ležaja, OPG Šimatić s 6 ležajeva, OPG Odmor u zelenom s 5 ležajeva, te Centar za edukaciju Merkur s 254 ležaja.

4. UTJECAJ DRUŠTVENIH MREŽA NA TURIZAM GRADA ORAHOVICE

Društvene mreže poput Facebook-a, YouTube-a, Instagram-a i TikToka-a imaju značajan utjecaj na turizam, pa tako i na turizam grada Orahovice i to na način kako ljudi planiraju i doživljavaju svoja putovanja. Putem društvenih mreža turisti dijele fotografije i videozapise, opisuju svoje utiske te na taj način utječu na druge da posjete određene znamenitosti ili manifestacije na području grada Orahovice.

4.1. Promocija turističkih atrakcija putem društvenih mreža

Društvene mreže poput Facebook-a, YouTube-a, Instagram-a, TikTok-a imaju značajnu ulogu u promociji turističkih znamenitosti i manifestacija, a kada se radi o manjem gradu poput Orahovice, ta uloga može biti osobito važna. Na Facebook i YouTube stranicama grada Orahovice, Turističke zajednice grada Orahovice i Radio postaje Orahovica često puta se oglašavaju predstojeće manifestacije koje će se događati u gradu, kao i znamenitosti grada Orahovice, te se na taj način privlače potencijalni turisti da prisustvuju tim manifestacijama i da obiđu znamenitosti grada Orahovice. Sami posjetitelji tih manifestacija i znamenitosti grada Orahovice, kao i građani Orahovice na svojim Facebook profilima ili YouTubeu kanalu objavljuju fotografije i videozapise, te opisuju svoje utiske i na taj način vrše promidžbu turizma grada Orahovice. Društvene mreže na promociju turističkih atrakcija grada Orahovice utječu na više načina, a neki od njih su:

Grad Orahovica korištenjem plaćenih oglasa na društvenim mrežama koji su usmjereni prema korisnicima prema njihovim interesima, demografskim podacima, ponašanjem na mreži i njihovoj lokaciji. Na ovaj način ciljano promovira svoje prirodne ljepote, povijesne znamenitosti i kulturne događaje. Putem društvenih mreža grad Orahovica dijeli vizualne sadržaje poput fotografija i videozapisa koji prikazuju njezine atrakcije kao što su jezero na kojem boravi veliki broj kupaca tijekom ljeta, jezera Hercegovac na kojem se uređuje zip line, parka prirode Papuk, razvalina srednjovjekovnog grada Ružice grada i drugih znamenitosti kao i mnoštva manifestacija poput Orahovačkog proljeća, Dana grada Orahovice. Dane piva – Craft beer festival, Sajam vina i kulena, Ferragosto Jam, kestenijade, čobanijade i drugih. Ovi sadržaji privlače pažnju potencijalnih turista kod kojih se stvara želja da ovu destinaciju dožive uživo. Preko platformi društvenih mreža lokalna zajednica, turistički vodiči i turisti dijele svoja

iskustva, preporuke i savjete. Ova uključenost zajednice pomaže kod daljnje promocije turističkih atrakcija. Društvene mreže su idealne za promociju lokalnih događanja kao što su kulturne manifestacije, sportska natjecanja, razna društvena događanja koja omogućavaju korisnicima da se prijave, postavljaju pitanja i dijele događanja s prijateljima. Društvene mreže omogućavaju turistima da ostave recenzije i ocjene za različite atrakcije, događanja, ugostiteljske objekte, smještaj i slično. Putem pozitivnih recenzija i ocjena daju preporuke koje mogu privući nove turiste u Orahovicu, a grad kroz povratne informacije daje do znanja da je sve ocjene i recenzije shvatio ozbiljno i da radi na poboljšanju svih uvjeta na zadovoljstvo budućih turista. Raznim interaktivnim kampanjama na društvenim mrežama kao primjerice foto-natječaj gdje turisti dijele svoje fotografije o posjeti gradu, te za najbolju fotografiju dobiju primjerenu nagradu. Ova aktivnost stvara dodatno angažiranje i povećava vidljivost grada na društvenim mrežama. Preko društvenih mreža dolazi se do brže komunikacije gdje se kroz komentare lokalne vlasti i turističke zajednice može brzo odgovoriti na upite turista pružajući im obavijesti o smještaju, događanjima i atrakcijama. Ova direktna i brza komunikacija dovodi do boljeg dojma o gradu i potiče nove turiste na dolazak. Korištenjem navedenih alata i strategija, društvene mreže mogu značajno doprinijeti povećanju turističke vidljivosti grada Orahovice, privlačeći nove turiste i time doprinijeti rastu lokalnog gospodarstva.

4.2. Utjecaj društvenih mreža na turističku posjećenost

Društvene mreže imaju velik utjecaj na turističku posjećenost. One utječu na to kako ljudi biraju turističke destinacije i kako doživljavaju svoja putovanja. Preko društvenih mreža turisti dobivaju inspiraciju za svoje putovanje i to pregledavajući fotografije, videozapise i opise koje drugi dijele na mrežama poput Facebook-a, Instagram-a, YouTube-a i drugih društvenih mreža. Ovo dovodi do povećanja turističke posjećenosti, a posebice turističke destinacije koja je vizualno privlačna. Pozitivne recenzije i preporuke preko društvenih mreža motiviraju druge turiste za dolazak u grad Orahovicu. Turistička zajednica grada Orahovice i Grad Orahovic preko društvenih mreža promoviraju svoje turističke manifestacije i događanja kao što su Orahovačko proljeće, Dan grada Orahovice, Prvenstvo grada u kuhanju ribljeg paprikaša, Prvenstvo grada u kuhanju čobanca, dani piva – Craft beer festival i slično. Ove događaje nastoji se brendirati i na taj način promovirati. Na ovaj način stvara se prepoznatljiv imidž turističke destinacije gdje se privlače turisti specifičnim marketinškim porukama. Na društvenim mrežama veliku ulogu u promociji turističkih destinacija imaju influenceri. Oni imaju veliki broj pratitelja te prilikom podjele svojih iskustava iz određene turističke destinacije mogu značajno utjecati na posjećenost toga mjesta.

4.3. Izazovi i prilike promocije grada Orahovice putem društvenih mreža

Promocija grada Orahovice putem društvenih mreža nosi sa sobom i izazove i prilike koje mogu imati svoj pozitivan, ali i negativan utjecaj. Društvene mreže omogućavaju gradu Orahovici da dođe do šire publike, uključujući potencijalne turiste iz drugih dijelova Hrvatske i inozemstva. Korištenjem društvenih mreža kao što su Facebook, Instagram i YouTube, grad promovira svoje prirodne ljepote, kulturne, sportske i društvene događaje te povijesne znamenitosti. Društvene mreže omogućavaju precizno ciljanje oglasa prema specifičnim demografskim skupinama. Orahovica može kreirati kampanje usmjerene na obiteljske izlete, ljubitelje prirode, povijesti, avanturističkog turizma, prilagođavajući poruke i sadržaj specifičnim interesima tih grupa. Kroz društvene mreže grad Orahovica može izravno komunicirati s potencijalnim turistima. Grad može postavljati pitanja, odgovarati na komentare i poticati korisnike da dijele svoja iskustva. Takav angažman pomaže u izgradnji zajednice i stvaranju osobnije veze s turistima. Turisti koji su posjetili grad Orahovicu mogu dijeliti svoja iskustva putem fotografija, videozapisa i recenzija na društvenim mrežama. Ovi sadržaji mogu poslužiti kao autentična promocija grada, jer potencijalni turisti često vjeruju iskustvima drugih turista. Korištenje društvenih mreža je znatno jeftinije u usporedbi s tradicionalnim marketingom poput tiskanih oglasa, televizije ili radija. S malim proračunom može se doći do široke publike i tim imati značajan utjecaj. Negativni utjecaj društvenih mreža može biti u prekomjernom turizmu, ako su kampanje na društvenim mrežama previše uspješne. Nagli porast turista može preopteretiti lokalnu infrastrukturu i resurse, što može dovesti do lošeg utjecaja na okoliš i smanjenje kvalitete života za lokalno stanovništvo. Promocija putem društvenih mreža zahtijeva kontinuiran rad, uključujući redovito objavljivanje, odgovaranje na komentare i praćenje trendova. Održavanje stalne prisutnosti može biti izazovno, posebno ako grad nema dovoljno resursa ili osoblja za tu svrhu.

5. ISTRAŽIVANJE UTJECAJA DRUŠTVENIH MREŽA NA ODABIR TURISTIČKE DESTINACIJE

5.1. Ciljevi istraživanja

Glavni cilj ovog rada bio je istražiti kako društvene mreže utječu na odabir turističke destinacije. Ostali ciljevi provedenog istraživanja bili su:

1. Ispitati koji su razlozi korištenja društvenih mreža kod odabira turističke destinacije
2. Istražiti koliko preporuke obitelji, prijatelja i *influencera* utječu na odluku o turističkoj destinaciji
3. Procijeniti koliko su društvene mreže važne u donošenju odluke o turističkoj destinaciji u odnosu na neke druge izvore informacija
4. Spoznati koja društvena mreža najviše utječe na donošenje odluke o turističkoj destinaciji

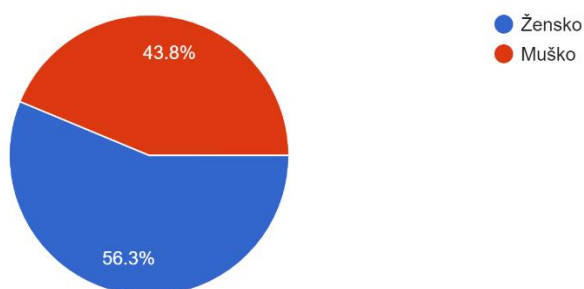
5.2. Metodologija istraživanja

Za provedeno istraživanje o utjecaju društvenih mreža na odabir turističke destinacije izrađen je anketni upitnik putem Google obrasca. Anketa je oglašavana putem Facebook-a i Instagram-a u razdoblju od 03. do 09. srpnja 2024.godine. U anketi je dozvoljeno sudjelovanje svim punoljetnim osobama i ispunilo ju je 240 osoba. Anketa je sastavljena od pitanja o demografskim podacima, koje su navike korištenja društvenih mreža, utječu li na odabir turističke destinacije i koji su izvori prikupljanja informacija o turističkoj destinaciji.

5.3. Rezultati istraživanja

U provedenom istraživanju sudjelovalo je 240 ispitanika. Od 240 ispitanika sudjelovalo je 135 osoba ženskog spola dok je ostalih 105 ispitanika muškog spola. Veći broj ispitanika čini ženski spol kao što se može vidjeti u grafikonu 1.

Spol
240 responses

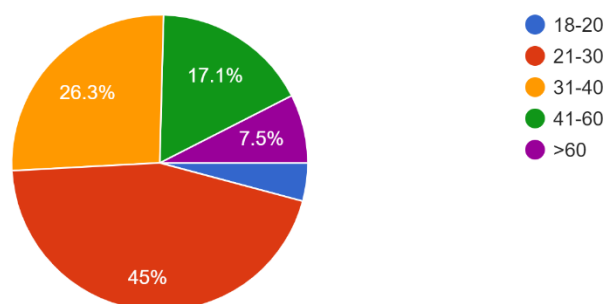


Grafikon 1 Spol

Izvor: izrada autora

Većina ispitanika ima između 21 i 30 godina, njih 108 od ukupnog broja ispitanika, dok najmanji broj čine ispitanici između 18 i 20 godina, što se može vidjeti na grafikonu 2.

Dob
240 responses



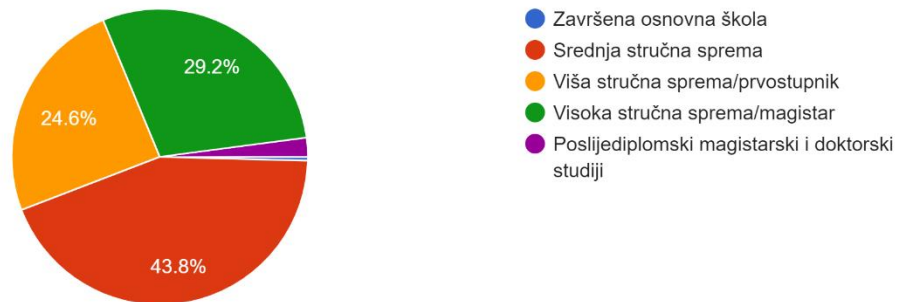
Grafikon 2 Dob

Izvor: izrada autora

Stupanj obrazovanja koji prevladava među ispitanicima je SSS odnosno srednja stručna sprema, zatim slijede VSS i VŠS. Najmanji broj ispitanika ima završenu osnovnu školu.

Stupanj obrazovanja

240 responses



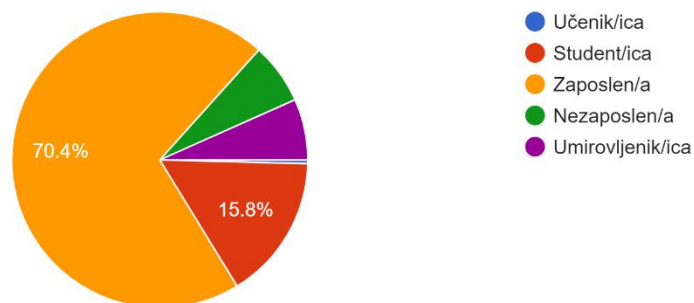
Grafikon 3 Stupanj obrazovanja

Izvor: izrada autora

Među ispitanicima njih 169 se izjasnilo kao zaposleno dok najmanji broj čine učenici, nezaposleni i umirovljenici što se može vidjeti na grafikonu 4.

Vrsta zaposlenja

240 responses



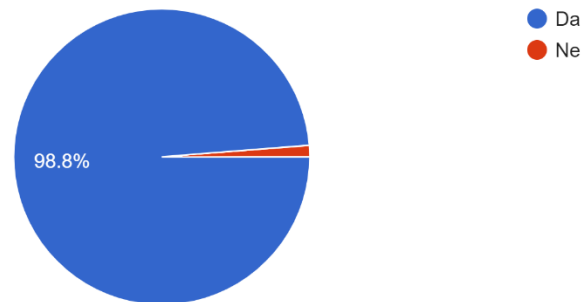
Grafikon 4 Vrsta zaposlenja

Izvor: izrada autora

Na pitanje o korištenju društvenih mreža velik broj ispitanika odgovara sa "da", njih 237 od 240.

Koristite li društvene mreže?

240 responses



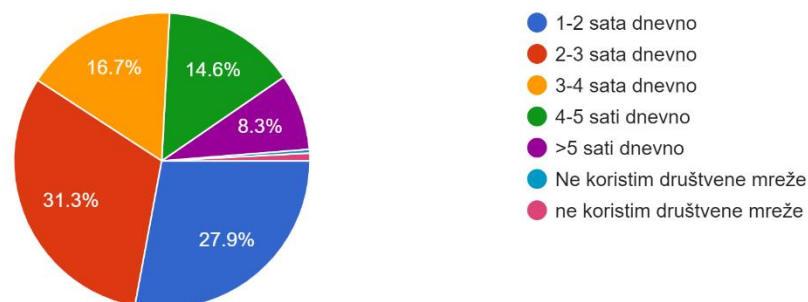
Grafikon 5 Društvene mreže

Izvor: izrada autora

Većina ispitanika se izjasnila da društvene mreže koristi 2 do 3 sata i 1 do 2 sata dnevno što se može primijetiti u grafikonu 6.

Koliko često koristite društvene mreže?

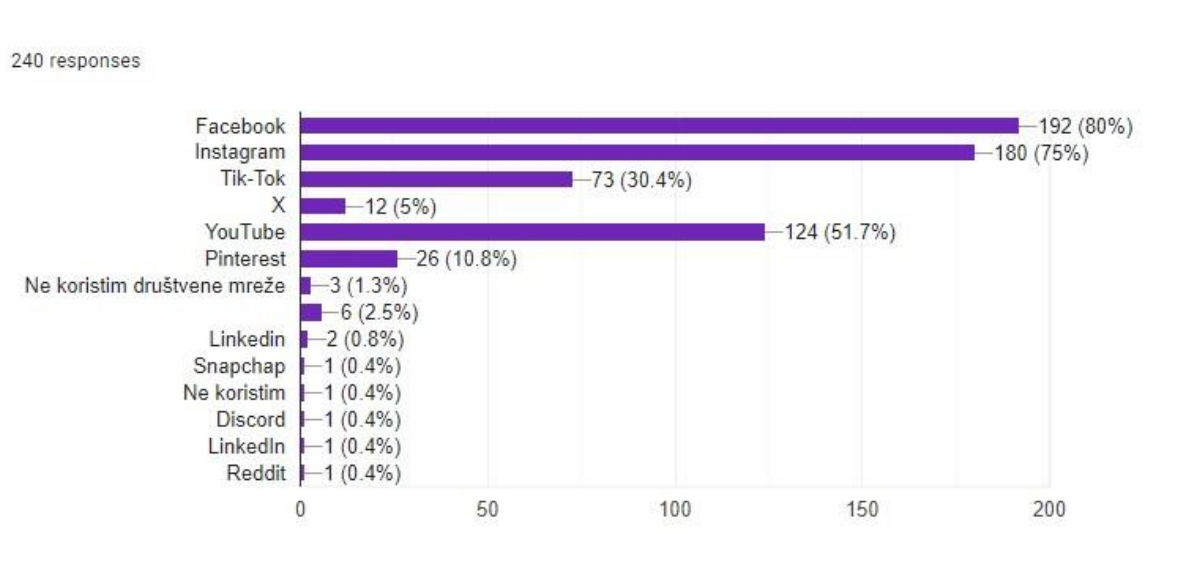
240 responses



Grafikon 6 Učestalost korištenja društvenih mreža

Izvor: izrada autora

Facebook, Instagram i YouTube imaju najviše odgovora na pitanje koje društvene mreže ispitanici najčešće koriste. Slijede ih Tik-Tok i Pinterest, dok najmanje odgovora imaju LinkedIn, Snapchat, Reddit i Discord.



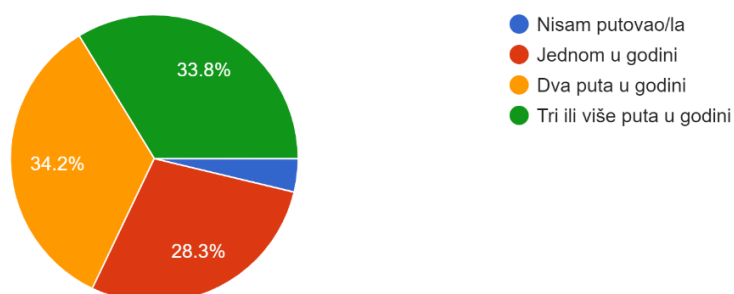
Grafikon 7 Najčešće korištene društvene mreže

Izvor: izrada autora

U anketi je postavljeno pitanje koliko često ispitanici putuju turistički na što je najviše odgovora bilo dva puta u godini. Odmah za tim slijede odgovori sa jednom i tri ili više puta u godini. Ispitanika koji nisu putovali ima najmanje.

Koliko često putujete turistički?

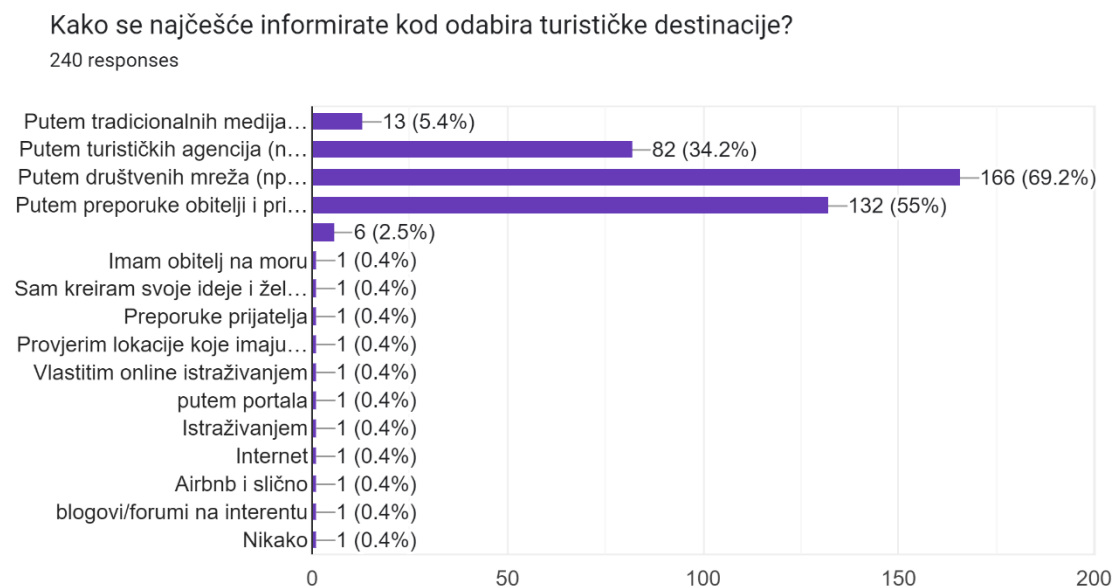
240 responses



Grafikon 8 Učestalost putovanja

Izvor: izrada autora

Kod odabira kako se najčešće informirati za odabir turističke destinacije ispitanici su odgovorili putem društvenih mreža. Odmah nakon društvenih mreža slijede preporuke obitelji i prijatelja te putem turističkih agencija. Vlastitim istraživanjem, portali, blogovi dobili su najmanje odgovora.



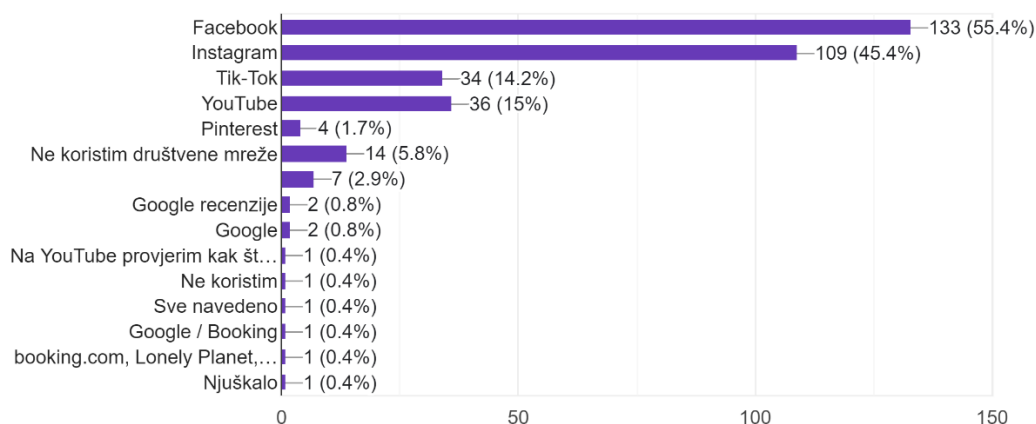
Grafikon 9 Informiranje o turističkoj destinaciji

Izvor: izrada autora

Na pitanje koje društvene mreže najčešće koristite kod odabira turističke destinacije odgovori ispitanika su Facebook i Instagram, zatim slijede Tik-Tok i YouTube. Najmanje ispitanika koristi Google, Njuškalo, Booking.

Koje društvene mreže najviše koristite kad birate turističku destinaciju? (Moguće je odabrati više odgovora.)

240 responses



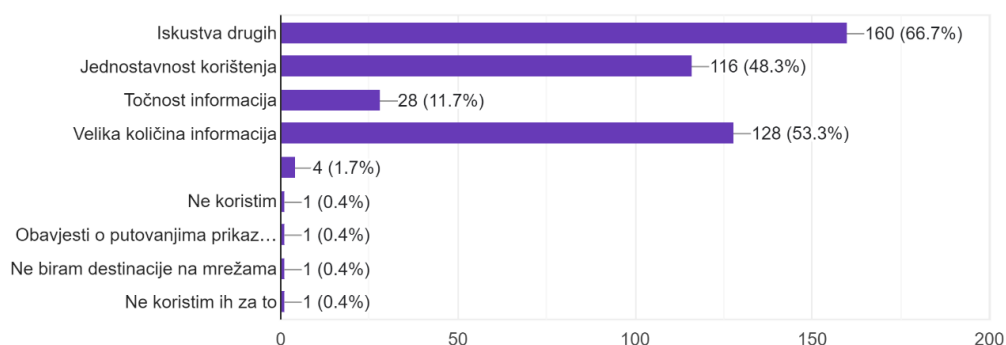
Grafikon 10 Najčešće korištene društvene mreže pri odabiru turističke destinacije

Izvor: izrada autora

Sljedeće pitanje je o razlozima korištenja društvenih mreža kod odabira turističke destinacije. Ispitanici su odgovorili da koriste društvene mreže za odabir turističke destinacije zbog iskustava drugih, velike količine i točnosti informacija te jednostavnost korištenja. Vrlo mali broj ispitanika je odgovorio da ne koristi društvene mreže kod odabira turističke destinacije.

Koji su Vaši razlozi korištenja društvenih mreža kod odabira turističke destinacije? (moguće je odabrati više odgovora)

240 responses



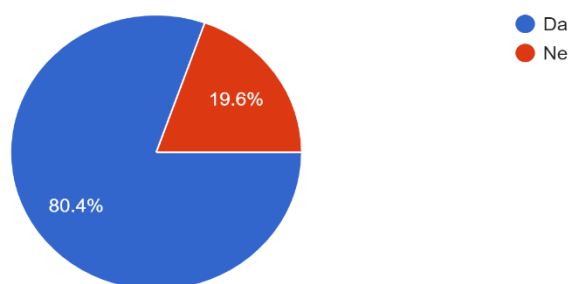
Grafikon 11 Razlozi korištenja društvenih mreža pri odabiru turističke destinacije

Izvor: izrada autora

Na pitanje jesu li ikada posjetili neku od turističkih destinacija koju su vidjeli putem društvenim mreža 193 ispitanika su odgovorila sa "da", dok je ostalih 47 ispitanika odgovorio sa "ne".

Jeste li ikada posjetili neku destinaciju koju su Vam preporučili putem društvenih mreža?

240 responses



Grafikon 12 Posjećenost turističkoj destinaciji preporukom društvenih mreža

Izvor: Izrada autora

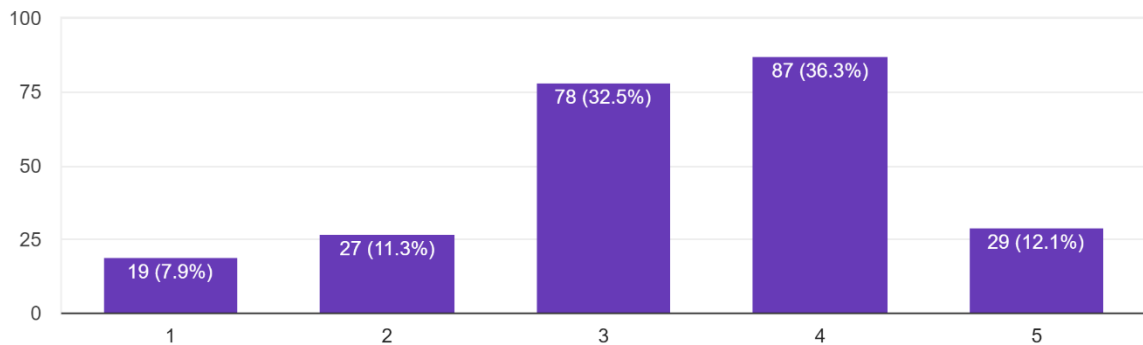
Sljedećih 5 pitanja odnosi se na tvrdnje koje su ispitanici ocjenjivali od 1(uopće se ne slažem) do 5(u potpunosti se slažem).

Prva tvrdnja: Kod odabira turističke destinacije društvene mreže utječu na moj odabir.

Najviše ispitanika odgovorilo je ocjenom 4(slažem se) dok je najmanje ispitanika odgovorilo ocjenom 1(uopće se ne slažem).

Kod odabira turističke destinacije društvene mreže utječu na moj odabir. Odgovor označite prema skali gdje je 1 najmanja vrijednost, a 5 najveća vrije...cijeniti; 4 - slažem se; 5 - u potpunosti se slažem).

240 responses



Grafikon 13 Utjecaj društvenih mreža pri odabiru turističke destinacije

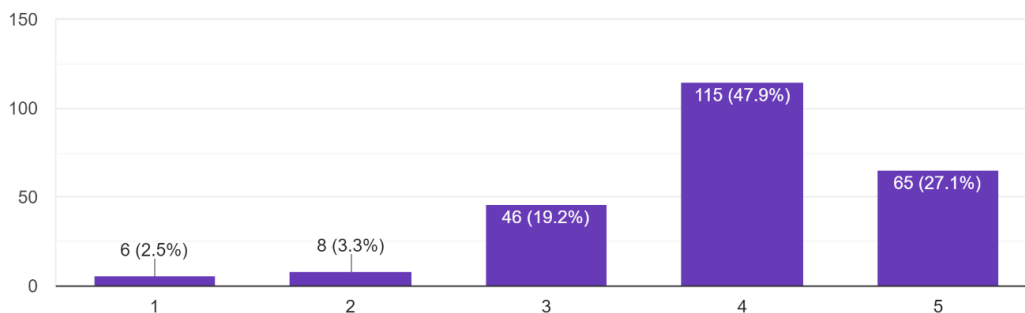
Izvor: Izrada autora

Druga tvrdnja: Društvene mreže su koristan izvor informacija vezanih uz odabir turističke destinacije.

Najviše ispitanika odgovorilo je ocjenom 4(slažem se) dok je najmanje ispitanika odgovorilo ocjenom 1(uopće se ne slažem).

Društvene mreže su koristan izvor informacija vezanih uz odabir turističke destinacije. Odgovor označite prema skali gdje je 1 najmanja vrijednost, a...ijeniti; 4 - slažem se; 5 - u potpunosti se slažem).

240 responses



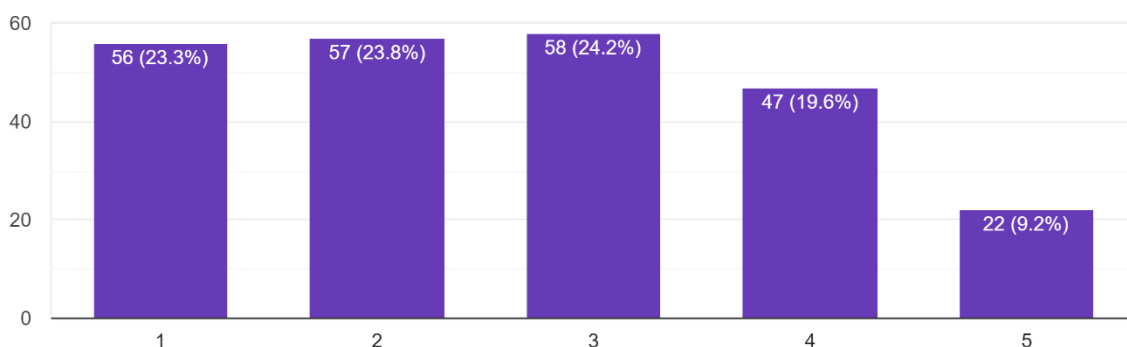
Grafikon 14 Korisnost društvenih mreža kao izvor informacija za odabir turističke destinacije

Izvor: izrada autora

Treća tvrdnja: Kod planiranja putovanja bitno mi je podijeliti svoja iskustva na društvenim mrežama.

Najviše ispitanika odgovorilo je ocjenom 3(ne mogu procijeniti) dok je najmanje ispitanika odgovorilo ocjenom 5(u potpunosti se slažem).

Kod planiranja putovanja bitno mi je podijeliti svoja iskustva na društvenim mrežama.
Odgovor označite prema skali gdje je 1 najmanja vrije...ijeniti; 4 - slažem se; 5 - u potpunosti se slažem).
240 responses



Grafikon 15 Dijeljenje iskustva na društvenim mrežama

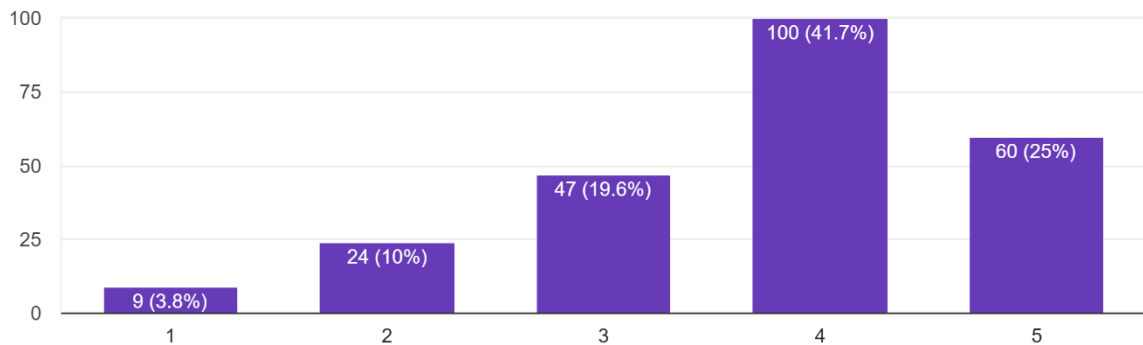
Izvor: izrada autora

Četvrta tvrdnja: Smatram da društvene mreže imaju jak utjecaj na odabir turističke destinacije.

Najviše ispitanika odgovorilo je ocjenom 4(slažem se) dok je najmanje ispitanika odgovorilo ocjenom 1(uopće se ne slažem).

Smatram da društvene mreže imaju jak utjecaj na odabir turističke destinacije. Odgovor označite prema skali gdje je 1 najmanja vrijednost, a 5 najveć...cijeniti; 4 - slažem se; 5 - u potpunosti se slažem).

240 responses



Grafikon 16 Utjecaj društvenih mreža na odabir turističke destinacije

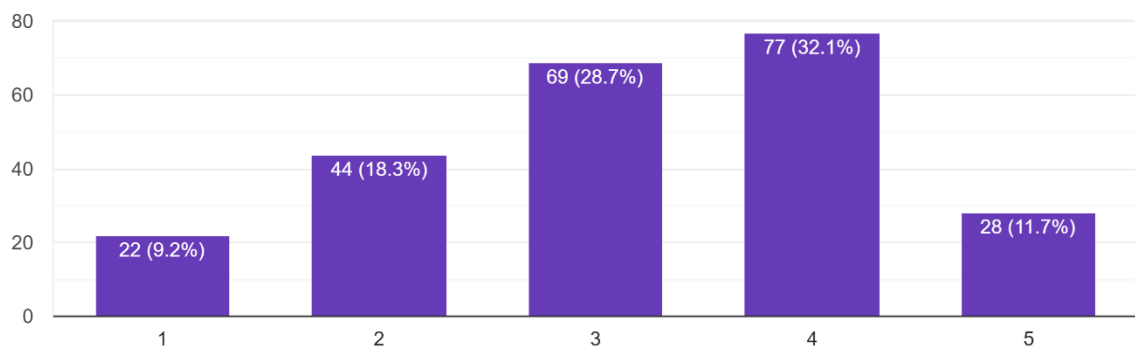
Izvor: izrada autora

Peta tvrdnja: Objave mojih poznanika utječu na moj odabir turističke destinacije.

Najviše ispitanika odgovorilo je ocjenom 4(slažem se) dok je najmanje ispitanika odgovorilo ocjenom 1(uopće se ne slažem).

Objave mojih poznanika utječu na moj odabir turističke destinacije. Odgovor označite prema skali gdje je 1 najmanja vrijednost, a 5 najveća vrijednost...cijeniti; 4 - slažem se; 5 - u potpunosti se slažem).

240 responses



Grafikon 17 Objave poznanika

Izvor: izrada autora

Sljedeće tvrdnje ispitanici su ocjenjivali na skali od 1(uopće se ne slažem) do 5(u potpunosti se slažem).

Prva tvrdnja: Na društvenim mrežama tražim ideje za putovanja.

Najviše ispitanika odgovorilo je ocjenom 4(slažem se) dok je najmanje ispitanika odgovorilo ocjenama 1(uopće se ne slažem) i 2(ne slažem se).

Druga tvrdnja: Prije putovanja na društvenim mrežama često tražim iskustva i recenzije turista o turističkoj destinaciji.

Najviše ispitanika odgovorilo je ocjenom 4(slažem se) dok je najmanje ispitanika odgovorilo ocjenama 1(uopće se ne slažem).

Treća tvrdnja: Na društvenim mrežama uspoređujem turističke destinacije.

Najviše ispitanika odgovorilo je ocjenom 4(slažem se) dok je najmanje ispitanika odgovorilo ocjenama 1(uopće se ne slažem).

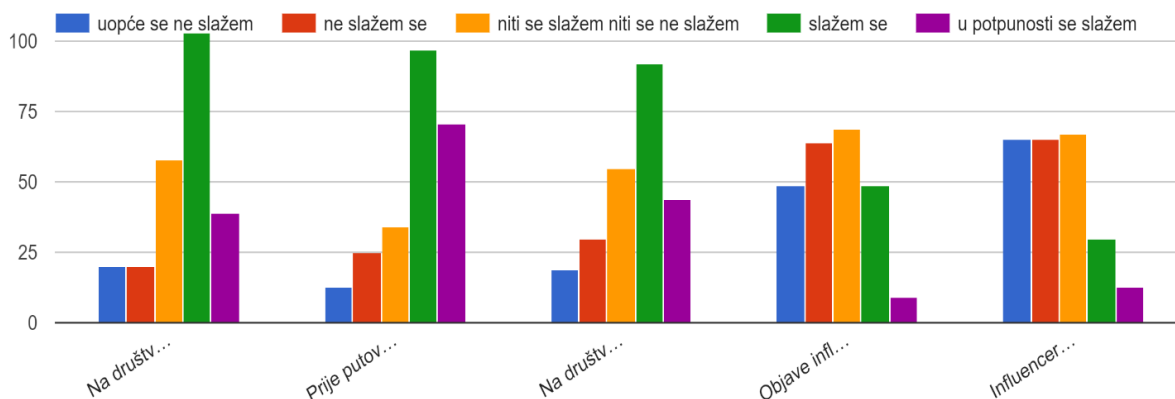
Četvrta tvrdnja: Objave influencera potiču me na planiranje putovanja i odabir turističke destinacije.

Najviše ispitanika odgovorilo je ocjenom 3(niti se slažem niti se ne slažem) dok je najmanje ispitanika odgovorilo ocjenama 5(u potpunosti se slažem).

Peta tvrdnja: Influencere smatram važnim izvorom informacija za planiranje putovanja.

Najviše ispitanika odgovorilo je ocjenama od 1 do 3(uopće se ne slažem, ne slažem se, niti se slažem niti se ne slažem) dok je najmanje ispitanika odgovorilo ocjenama 5(u potpunosti se slažem).

Pročitajte sljedeće tvrdnje i odredite u kojoj se mjeri ta tvrdnja odnosi na Vas. Odgovor označite prema skali gdje je 1 najmanja vrijednost, a 5 najveća vrijednost. (1 - uopće... se ne slažem; 4 - slažem se; 5 - u potpunosti se slažem).



Grafikon 18 Tvrdnje

Izvor: izrada autora

Sljedeće tvrdnje ispitanici su ocjenjivali na skali od 1(uopće se ne slažem) do 5(u potpunosti se slažem).

Prva tvrdnja: Tijekom putovanja na društvenim mrežama dijelim fotografije i videozapise s drugima o turističkoj destinaciji.

Najviše ispitanika odgovorilo je ocjenom 4(slažem se) dok je najmanje ispitanika odgovorilo ocjenama 1(uopće se ne slažem) i 5(u potpunosti se slažem).

Druga tvrdnja: Tijekom putovanja koristim društvene mreže za dodatne informacije o turističkoj destinaciji.

Najviše ispitanika odgovorilo je ocjenom 4(slažem se) dok je najmanje ispitanika odgovorilo ocjenom 1(uopće se ne slažem).

Treća tvrdnja: Tijekom putovanja na društvenim mrežama dijelim svoje mišljenje i dojmove o turističkoj destinaciji.

Najviše ispitanika odgovorilo je ocjenom 3(niti se slažem niti se ne slažem) dok je najmanje ispitanika odgovorilo ocjenom 5(u potpunosti se slažem).

Četvrta tvrdnja: Nakon putovanja na društvenim mrežama dijelim fotografije i videozapise s drugima o turističkoj destinaciji.

Najviše ispitanika odgovorilo je ocjenom 4(slažem se) dok je najmanje ispitanika odgovorilo ocjenom 1(uopće se ne slažem).

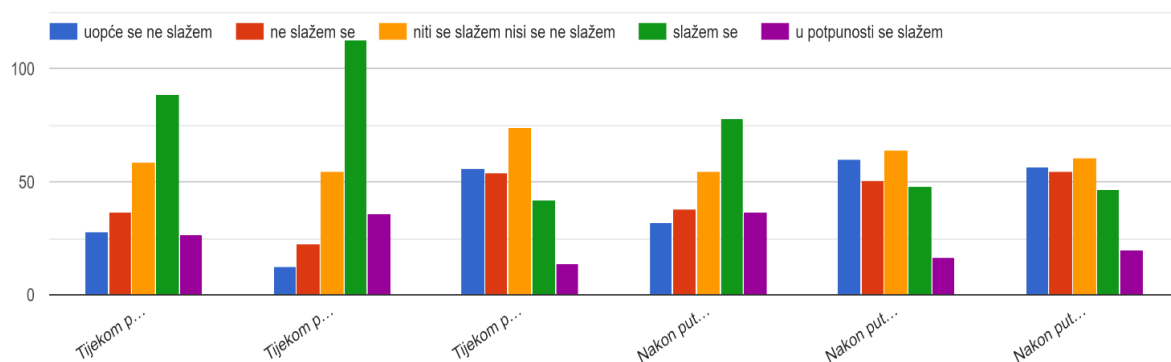
Peta tvrdnja: Nakon putovanja na društvenim mrežama dijelim svoje mišljenje i dojmove o turističkoj destinaciji.

Najviše ispitanika odgovorilo je ocjenama 3(niti se slažem niti se ne slažem) i 1(uopće se ne slažem) dok je najmanje ispitanika odgovorilo ocjenom 5(u potpunosti se slažem).

Šesta tvrdnja: Nakon putovanja na društvenim mrežama ocjenjujem destinaciju i/ili ostavljam recenziju.

Podjednako ispitanika odgovorilo je ocjenama 1(uopće se ne slažem), 2(ne slažem se) i 3(niti se slažem, niti se ne slažem) i 4(slažem se) dok je najmanje ispitanika odgovorilo ocjenom 5(uopće se ne slažem).

Pročitajte sljedeće tvrdnje i odredite u kojoj se mjeri ta tvrdnja odnosi na Vas. Odgovor označite prema skali gdje je 1 najmanja vrijednost, a 5 najveća vrijednost. (1 - uopće se ne slažem; 2 - ne slažem... slažem niti se ne slažem; 3 - slažem se; 4 - slažem se; 5 - u potpunosti se slažem).



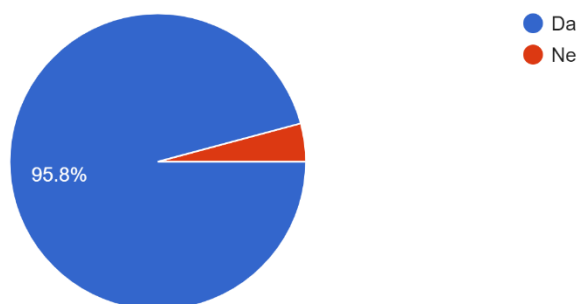
Grafikon 19 Tvrdnje

Izvor: izrada autora

Posljednje pitanje u anketi bilo je smatraju li ispitanici da će promocija putovanja preko društvenih mreža postati još popularnija na što je 230 ispitanika odgovorilo sa "da", dok je 10 ispitanika odgovorilo sa "ne".

Smatrate li da će promocija putovanja preko društvenih mreža u budućnosti postati još popularnija?

240 responses



Grafikon 20 Promocija putovanja preko društvenih mreža

Izvor: izrada autora

ZAKLJUČAK

Društvene mreže postale su nezamjenjiv alat u promociji turizma. Promijenile su način na koji ljudi prikupljaju informacije, donose odluke, istražuju te dijele svoja iskustva. Omogućuju turističkim destinacijama da se predstave globalnoj publici pružajući priliku za osobnom interakcijom sa potencijalnim posjetiteljima. Društvene mreže poput Facebook-a, Instagram-a, TikTok-a pružaju moćne alate koji naglašavaju kreativnost i atraktivno vizualni sadržaj pomoću kojeg se pojedina turistička destinacija može istaknuti. Također olakšana je komunikacija između potencijalnih posjetitelja i turističkog subjekta putem direktnih poruka, recenzija, pitanja u komentarima što pridonosi stvaranju povjerenja i lojalnosti. Osim što povećavaju vidljivosti turističkih destinacija, društvene mreže utječu na donošenje odluka i kreiranju percepcije o pojedinoj turističkoj destinaciji. Zbog mogućnosti dijeljenja sadržaja na društvenim mrežama poput fotografija i videozapisa, svojih iskustava, ostavljanja recenzija, potiču na želju za posjetom i interesom za pojedinu turističku destinaciju. Međutim bitno je napomenuti kako društvene mreže zahtijevaju stalno praćenje marketinških trendova, inovativnost i prilagođavanje strategijama.

Društvene mreže privlače nove turiste i povećavaju globalnu vidljivost stoga turistički subjekti koji se žele istaknuti i rasti u današnjem digitalnom dobu moraju ulagati u društvene mreže i iskoristiti ih kao moćan alat za promociju turističke destinacije.

U ovom diplomskom radu provelo se istraživanje o utjecaju društvenih mreža na odabir turističke destinacije. Provedeno je kvantitativno istraživanje na uzorku od 240 punoljetnih ispitanika koristeći anketu kreiranu u Google obrascu. Dobiveni rezultati ukazuju na to da većina ispitanika koristi društvene mreže 2 do 3 sata dnevno. Najčešće korištene društvene mreže među ispitanicima su Facebook, Instagram, YouTube i Tik-Tok. Svoju inspiraciju za putovanja najčešće traže na društvenim mrežama, a to su Facebook, Instagram i YouTube. Razlozi korištenja društvenih mreža za planiranje putovanja su velika količina i točnost informacija, iskustva drugih i jednostavnost korištenja. Zaključak provedene ankete je da društvene mreže imaju veliku ulogu u turističkoj industriji jer utječu na donošenje odluka o turističkoj destinaciji i da će promocija turističkih destinacija putem društvenih mreža u budućnosti samo rasti.

Diplomski rad sa znanstvene strane doprinosi novoj literaturi o društvenim mrežama u turizmu i njihovom utjecaju na turističku destinaciju. Kombinacijom primarnih i sekundarnih podataka

te metodama istraživanja ovaj diplomski rad pruža temelje za daljnja istraživanja o utjecaju društvenih mreža na turističku industriju. Što se tiče stručnog doprinosa ovaj diplomski rad kroz provedeno anketno istraživanje ukazuje na to što turiste najviše privlači kod odabira turističkih destinacija putem društvenih mreža, koje su im navike tijekom i nakon putovanja te tako može pomoći u načinu kreiranja sadržaja na društvenim mrežama kako bi se privuklo još više turista.

Ograničenja koja su se mogla dogoditi prilikom istraživanja su nedostupnost interneta u određenim područjima što može isključiti dio ispitanika, nepristranost ispitanika, davanje odgovora koji se ne odnose na njih.

Preporuke za daljnja istraživanja uključuju proširenje ankete među različitim skupinama ispitanika na različitim destinacijama, širenje anketa na različitim platformama, praćenje marketinških trendova.

Literatura

1. Milanović Glavan, Ljubica ; Džajo, Tina ; Mihelja Žaja, Maja: DRUŠTVENE MREŽE U TURISTIČKOM POSLOVANJU: STUDIJE SLUČAJA IZ REPUBLIKE HRVATSKE // Proceedings of the 7th International Conference Vallis Aurea, focus on Research and Innovation / Katalinić, Branko (ur.). Požega: Veleučilište u Požegi, 2020. str. 421-427
<https://www.croris.hr/crosbi/publikacija/prilog-skup/694302>
2. Milanović Glavan, Ljubica ; Svekrić, Dora: USAGE OF SMART SOLUTIONS AND DEVELOPMENT OF THE SMART CITIES: CASE STUDY OF VELIKA GORICA // Conference Proceedings of the 3rd International Conference on the ECONOMICS OF THE DECOUPLING (ICED) / Družić, Gordan ; Rogić Dumančić, Lucija (ur.). Zagreb: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 2022. str. 435-452
<https://www.croris.hr/crosbi/publikacija/prilog-skup/716836>
3. Čavlek N., Matečić I., Ferjanić Hodak D., (2010.): Pokretači inovacija u turizmu: Neki teoretski i praktični aspekti, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb
4. Dulčić A. (1991.): Turizam- načela razvoja i praksa, Institut za turizam Zagreb, Ekonomski fakultet Split
5. Dulčić A., Petrić L. (2001.): Upravljanje razvojem turizma, Mate d.o.o., Zagreb
6. Pike S., (2010) Marketing turističkog odredišta, Zagreb:M Plus d.o.o.
7. Senečić J. i Vukonić B. (1997) Marketing u turizmu, Zagreb, mikrorad d.o.o.
8. Raza I. (2006) Marketing u turizmu, hotelijerstvu i ugostiteljstvu, Zagreb, M Plus d.o.o.
9. Panian, Ž.: Elektroničko poslovanje druge generacije, Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb, 2013.
10. Andelic, V., Grmuša, T. (2017): Društvene mreže kao medij promocije turističkih odredišta kod mladih, Media, Culture and Public Relations, 8 (2), str. 182–193.
11. Lah, I. (2020): Utjecaj društvenih medija na percepciju svijeta i društvenih odnosa,

Diplomski rad, Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet, Zagreb.

12. Vulić, V. (2011): Društveni mediji kao inovativni oblik neplaćenih medija, *Medijski dijalozi*, 9 (4), str. 115–132
13. Barišić, P. (2017); Utjecaj društvenih medija na proces odabira turističke destinacije, doktorski rad, Ekonomski fakultet Zagreb
14. Ive Mažuran (2008): Orahovica 1228. – 2008., srednjovjekovna tvrđava, utvrđeni dvor, trgovište i grad, izd. Ogranak Matice hrvatske Orahovica
15. Petrović T. (2015): 110 godina turizma u Orahovici, izdanje Turistička zajednica grada Orahovice
16. Sučić S. (1998): Orahovica, slike iz prošlosti, izd. Ogranak Matice hrvatske Orahovica
17. Zec D. (2005): Spomenica Srednje škole u Orahovici MCMLXV. – MMV. -izdanje Srednja škola „Stjepan Ivšić“ Orahovica
18. Grgurić I. (2023): Orahovica – zagrljaj u jednom pogledu, izd. Ogranak Matice hrvatske Orahovica
19. <https://www.tzgorahovica.hr/o-orahovici/>
20. <https://hr.wikipedia.org/wiki/Orahovica>
21. https://hr.wikipedia.org/wiki/Dru%C5%A1tveni_mediji
22. <https://repozitorij.aukos.unios.hr/islandora/object/aukos%3A138/datastream/PDF/view>
23. <https://hrcak.srce.hr/file/294005>
24. https://akcija.com.hr/Kako%20koristiti%20društvene%20mreže%20u%20poslovanju%20ebook_010.pdf
25. Orahovački glasnik: mjesečnik grada Orahovice
26. Orahovački list: glasilo grada Orahovice
27. Portal ICV: <https://www.icv.hr/>

28. Kronika: glasilo Virovitičko-podravske županije

Popis slika

Slika 1 Društvene mreže.....	4
Slika 2 Prednosti i nedostaci društvenih mreža.....	7
Slika 3 Povijest grada Orahovice.....	9
Slika 4 Povijest grada Orahovice-Šumska željeznica.....	11
Slika 5 Povijest grada Orahovice-središte.....	12
Slika 6 Povijest grada Orahovice-gradsko kupalište.....	13
Slika 7 Park prirode Papuk.....	15
Slika 8 Orahovačko jezero.....	16
Slika 9 Razvaline Ružice grada.....	17
Slika 10 Ruševine starog grada Oršulić.....	18
Slika 11 Centar za edukaciju Gradskog crvenog križa.....	19
Slika 12 Bazen centra za edukaciju Gradskog crvenog križa.....	20
Slika 13 Zgrada Sveučilišnog studija fizioterapije u Orahovici.....	21
Slika 14 Crkva Našašća sv. Križa.....	22
Slika 15 Crkva sv. Lovre u Crkvarima.....	23
Slika 16 Vodenica.....	24
Slika 17 Lokomotiva "Ćiro".....	25
Slika 18 Turistički vlakić.....	25
Slika 19 Kurija Mihalovića.....	26
Slika 20 Manastir sv. Nikole.....	27
Slika 21 Planinarski dom Jankovac.....	28
Slika 22 Facebook objava za Dan grada.....	31
Slika 23 Orahovačko proljeće.....	32
Slika 24 Facebook objava za Orahovačko proljeće.....	33
Slika 25 Facebook objava za Dane piva.....	34
Slika 26 Facebook objava za Sajam vina i kulena.....	34
Slika 27 Facebook objava za Ribički dan.....	35

Slika 28 Facebook objava za kuhanje čobanca.....	36
Slika 29 Facebook objava za Dane kestena i vina.....	37
Slika 30 Facebook objava za Ferragosto Jam.....	38
Slika 31 Facebook objava za event Wine&run.....	39
Slika 32 Facebook objava za ljetnu školu mladih Crvenog križa Osijek u Orahovici.....	40

Popis grafikona

Grafikon 1 Spol.....	45
Grafikon 2 Dob.....	45
Grafikon 3 Stupanj obrazovanja.....	46
Grafikon 4 Vrsta zaposlenja.....	46
Grafikon 5 Društvene mreže.....	47
Grafikon 6 Učestalost korištenja društvenih mreža.....	47
Grafikon 7 Najčešće korištene društvene mreže.....	48
Grafikon 8 Učestalost putovanja.....	48
Grafikon 9 Informiranje o turističkoj destinaciji.....	49
Grafikon 10 Najčešće korištene društvene mreže pri odabiru turističke destinacije.....	50
Grafikon 11 Razlozi korištenja društvenih mreža pri odabiru turističke destinacije.....	50
Grafikon 12 Posjećenost turističkoj destinaciji preporukom društvenih mreža.....	51
Grafikon 13 Utjecaj društvenih mreža pri odabiru turističke destinacije.....	52
Grafikon 14 Korisnost društ. mreža kao izvor informacija za odabir turističke destinacije...52	
Grafikon 15 Dijeljenje sadržaja na društvenim mrežama.....	53
Grafikon 16 Utjecaj društvenih mreža na odabir turističke destinacije.....	54
Grafikon 17 Objave poznanika.....	54
Grafikon 18 Tvrdnje.....	56
Grafikon 19 Tvrdnje.....	57
Grafikon 20 Promocija putovanja preko društvenih mreža.....	58

INES ŠUTIĆ

OBRAZOVANJE

2021-2024 Stručni diplomski studij Elektroničko poslovanje u privatnom i javnom sektoru

2016-2021 Preddiplomski stručni studij Računovodstvo i financije

RADNO ISKUSTVO

2019 - 2022 EUROHERC OSIGURANJE d.d. - rad u call centru- naplata potraživanja, prodaja polica automobilske odgovornosti

2022 - Odvjetničko društvo Grgić&partneri - administrativni poslovi

JEZICI

Hrvatski
Engleski

VJEŠTINE

MS Office
komunikativnost
odgovornost
informatička pismenost
timski rad
organiziranost
