

Analiza vinskih manifestacija na području Slavonije

Tubić, Dejan; Kovačević, Martina; Golub, Barbara

Source / Izvornik: **ET²eR : ekonomija, turizam, telekomunikacije i računarstvo, 2023, 2, 15 - 20**

Journal article, Published version

Rad u časopisu, Objavljena verzija rada (izdavačev PDF)

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:165:749369>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-24**

Repository / Repozitorij:



[Virovitica University of Applied Sciences Repository - Virovitica University of Applied Sciences Academic Repository](#)





Veleučilište u Virovitici

Ekonomija, Turizam, Telekomunikacije i Računarstvo



ET²eR

vol. V, br. 2,
srpanj 2023.

Impressum

Nakladnik - Publisher:

Veleučilište u Virovitici -
Virovitica University of Applied
Sciences

Uredništvo - Editorial Board:

Dejan Tubić
Nikolina Pleša Puljić
Siniša Kovačević
Irena Bosnić
Anita Prelas Kovačević
Zrinka Blažević Bognar
Mladena Bedeković
Damir Ribić
Ivan Heđi
Ivana Vidak
Domagoj Karačić
Mato Bartoluci
Oliver Kesar
Željko Požega
Saša Petar
Vlado Halusek
Igor Petrović
Sanela Vrkljan
Đorđije Vasiljević
Viktória Szente
Joanna Pioch
Slagjana Stojanovska

Gavni urednik - Editor in chief:

Dejan Tubić

**Izvršni urednik - Executive
Editor:** Nikolina Pleša Puljić**Tehnički urednik - Technical
Editor:** Siniša Kovačević**Adresa uredništva - Address of
the Editorial Board:**

Veleučilište
u Virovitici
Matije Gupca 78, 33000 Virovitica
Tel: +385 33 721 099
Fax: +385 33 721 037
E-mail: urednik@vuv.hr

ISSN 2670-8930

Naslovnica-Front Page:

Veleučilište u Virovitici/
Virovitica University of Applied
Science

**Grafičko oblikovanje-Graphic
Design:** Veleučilište u Virovitici/
Virovitica University of Applied
Science**Godina postavljanja publikacije
na mrežu-Year of release:** 2023.
godina/Year 2023.**Učestalost izlaženja časopisa-
Publishing frequency:**
Dva puta godišnje/Biannually

ET²eR

Predgovor

”

Časopis „ET²eR – ekonomija, turizam, telekomunikacije i računarstvo” obuhvaća teme iz područja ekonomije, s posebnim naglaskom na poduzetništvo i menadžment, turizma, kao i teme iz domene informacijskih i komunikacijskih tehnologija te računalnog programiranja. Časopis se bavi i onim temama koje su povezane s problematikom interdisciplinarnog pristupa gore navedenih područja.

Časopis „ET²eR“ namijenjen je svima koji žele dati doprinos poticanju i razvijanju primijenjene stručne djelatnosti. Svrha časopisa je upoznavanje šire javnosti s novostima iz navedenih područja i popularizacija struke. Stoga ohrabrujem sve potencijalne autore da prijave svoje radove za objavljivanje.

Zahvaljujem se svim autorima, recenzentima, uredništvu časopisa te lektorici na znanju i trudu uloženom na kreiranje ovog broja časopisa „ET²eR – ekonomija, turizam, telekomunikacije i računarstvo”.

“

Glavni urednik

doc.dr.sc. Dejan Tubić, prof.v.š.

ET²eR

Sadržaj

The influence of subsidized housing loans on prices on the real estate market in the Republic of Croatia

1

Sandra Klarić
Petra Popek Biškupec
Marin Pajić

Modeli upravljanja projektnim ciklusom

7

Damir Ribić
Ema Sesvečan

Analiza vinskih manifestacija na području Slavonije

15

Dejan Tubić
Martina Kovačević
Barbara Golub

Fintech i potencijali za razvoj u Hrvatskoj

21

Jelena Žaja

Analiza doprinosa Jadrolinije Rijeka razvoju turizma Republike Hrvatske

27

Erika Gržin
Barbara Rudić
Dean Cerovac

2
eR

Analiza vinskih manifestacija na području Slavonije

Dejan Tubić¹, Martina Kovačević², Barbara Golub³

¹Veleučilište u Virovitici, Matije Gupca 78, Virovitica, Republika Hrvatska, dejan.tubic@vuv.hr

²Veleučilište u Virovitici, Matije Gupca 78, Virovitica, Republika Hrvatska, martina.kovacevic@vuv.hr

³Veleučilište u Virovitici, Matije Gupca 78, Virovitica, Republika Hrvatska, barbara.golub@vuv.hr

Sažetak

Sredinom 19. stoljeća bilježe se prva putovanja s motivom kušanja vina. Sve do danas taj motiv je prisutan u svijesti potrošača. Razvojem vinskog turizma s raznolikom turističkom ponudom zadovoljavaju se motivi vinskih turista koji su usmjereni na kušaonice, upoznavanje lokalne kulture i tradicije, edukacije u vinskom pogledu te naposljetku stvaranje novih iskustava. Turistička ponuda u kontekstu vinskog turizma podrazumijeva i vinske manifestacije koje nastoje stvoriti integriranu turističku ponudu ruralne destinacije. Vinske manifestacije prikazuju kulturu vinogradarstva i podrumarstva kroz zabavne sadržaje koji nastoje potaknuti turista na određene aktivnosti kao što su berbe grožđa, šetnju, edukaciju... Cilj rada je analizirati vinske manifestacije na području Slavonije, turističke regije u Republici Hrvatskoj koja je poznata po brojnim sortama vina od kojih se najviše ističe Graševina. Analiza je obuhvatila ukupno 5 županija, a prikazuje brojnost manifestacija, njihove sažete opise, učestalost odvijanja, trajanje i period u godini kada se odvijaju te otvorenost ili pak ograničenost za posjetitelje.

Ključne riječi

Slavonija, vinski turisti, vinske manifestacije, vinski turizam

Abstract

In the middle of the 19th century, the first trips with the motive of wine tasting were recorded. To this day, this motive is present in minds of consumers. The development of wine tourism with a diverse tourism offer leads to a greater satisfaction of the motives of wine tourists who are focused on tasting rooms, getting acquainted with the local culture and traditions, education about wine and, ultimately, creating new experiences. Tourism offer in the context of wine tourism also includes wine events which strive to create an integrated tourism offer of a rural destination. Wine events present the culture of viticulture and winemaking through entertaining content whose aim is to encourage tourists to certain activities such as grape picking, walks, education... The aim of the paper is to analyze wine events in the area of Slavonija, a tourist region in the Republic of Croatia which is know for its numerous wine varieties, with Graševina as the most prominent one. The analysis covers a total of five counties and shows the number of events, their brief description, frequency of occurrence, duration, and period of the year when they take place, as well as openness or limited access for visitors.

Keywords

Slavonia, wine events, wine tourism, wine tourists

Uvod

Vinski turizam prisutan je u turističkim regijama diljem Republike Hrvatske. Specifičan je s obzirom na regiju u kojoj se odvija te vinima koja prevladavaju na određenom području. Obzirom na raznolikost vinskih sorti svaka regija prepoznatljiva je po nekoj od njih, tako je u Istri poznata Malvazija istarska, u Dalmaciji Plavac mali, dok je u Slavoniji najpoznatija Graševina. Vinski turizam prema Hall i sur. (2000:3) može se definirati kao oblik turizma koji podrazumijeva „posjet vinogradima, vinarijama, vinskim festivalima i izložbama vina za koje su kušanje vina od grožđa i/ili doživljaj atributa vinorodne regije primarni motivacijski čimbenici za posjetitelje“. Getz (2000) navodi da vinski turizam podrazumijeva putovanje koje je motivirano privlačnošću vinogradarskih područja i vinarijama te da ujedno predstavlja marketinšku nišu i priliku za direktnu prodaju vina. Prema Dobrota (2020) postoje 4 vrste vinskog turizma:

1. Vinski turizam otvorenih vrata (posjet vinarijama i kušanju vina)
2. Edukativno-zabavni vinski turizam (nadogradnja prethodne vrste koja podrazumijeva edukaciju i razne aktivnosti poput berbe grožđa)
3. Visokobudžetni vinski turizam (objekti za širu publiku poput restorana i hotela koji promoviraju vina različitih proizvođača)
4. Manifestacijski vinski turizam (uključuju događaje čiji je izravni fokus na vinu poput festivala berbe i festivale vina).

Vinorodni krajevi koji njeguju tradiciju vinogradarstva i podrumarstva imaju predispozicije za razvoj vinskog turizma koji danas privlači brojne turiste, tj. vinske turiste. Vinski turisti prema Mitchell i Hall (2006) mogu se karakterizirati kao osobe između 30 i 50 godina starosti, s visokim obrazovanjem, umjerenim prihodima, koji redovito konzumiraju vino, imaju srednju do visoku razinu znanja o vinu te žive u blizini vinskih regija. Dobrota (2020) navodi 3 vrste vinskih turista:

- Vinski geek (profesionalac, vrsni poznavatelj vina, upoznat s procesom proizvodnje, privržen privatnim turama radi osobnog upoznavanja s vlasnicima/voditeljima vinarija)
- Gastro turist (glavni motiv kušanje, sljubljivanje jela s vinima, rado se uključuje u kulinarske tečajeve)
- Usputni vinski turist (želi uživati u trenutku, putuje uz druge motive osim motiva kušanja vina).

Sustav vinskog turizma ogleda se u dvije strane: ponuda i potražnja. Strana potražnje sastoji se od percepcije, motivacije i očekivanja vinskog turista, dok strana industrijske ponude uključuju sve resurse poduzeća i institucija koje ih pretvaraju u vinski turistički proizvod (Santos i sur., 2019). Manila (2012.) ističe tipologiju proizvoda vinskog turizma unutar koje podrazumijeva: vinske ceste, planinarenje u vinogradima, organizirane ture i boravak u vinogradima, izučavanje enologije, posjetu vinskim podrumima, muzeje vina, blagdane i festivale, stručne prezentacije i degustacije vina, lokalne sajmove i akcije prodaje vina. Od svih navedenih proizvoda vinskog turizma ovaj rad će se bazirati na vinskim manifestacijama za koje Manila (2012.) smatra da predstavljaju događaje s ciljem očuvanja lokalne tradicije, poticanja promocije vina, unaprjeđenje proizvodnje vina na novim područjima. Prema Roberts i Sparks (2006:11) vinski festivali i događanja prilika su za istraživanje tržišnih segmenata vinskog turizma te ujedno sažimaju sve što regija ima za ponuditi vinskim turistima. Osim turističkih atrakcija usko vezanih za vino i vinogradarstvo, vinorodno područje mora obuhvatiti i ostalu prirodnu i društvenu turističku ponudu destinacije (Jahić, 2016). Santos i sur. (2019) prema Pine i Gilmore (1999) prikazali su vinski turizam kroz ekonomiju doživljaja (Tablica 1.).

TABLICA 1: EKONOMIJA DOŽIVLJAJA I VINSKI TURIZAM

ZABAVA Turisti su angažirani predstavama.	EDUKACIJA Turisti unaprjeđuju svoje znanje ili vještine.
-koncerti u vinskom podrumu, glazba u vinogradu	-Degustacija vina i seminari
-demonstracija miješanja vina	-kulinarsko-vinska sljubljivanja
-demonstracija farme i hrane	-seminari o proizvodnji domaćeg vina
-posjeti muzejima i znamenitostima	-tečajevi kuhanja i rukotvorina
ESTETIKA Turisti su obogaćeni senzualnim okruženjima.	ESKAPIZAM Turisti su zaokupljeni sudjelovanjem u drugom vremenu i mjestu.
-konzumacija 'winescape-a'	-pješačenje vinogradima, biciklističke ture
-uživanje u jedinstvenom smještaju (B&B) i vinima	-letjeti balonom iznad vinograda
-vožnja seoskim cestama obrubljenim vinogradima	-obilazak vinograda konjima i kočijama
-sajmovi umjetnosti i zanata u vinarijama	-berba grožđa, vožnja beračem

Izvor: Santos, V. R., Ramos, P., Almeida, N., & Santos-Pavón, E. (2019). *Wine and wine tourism experience: a theoretical and conceptual review. Worldwide Hospitality and Tourism Themes* prema Pine, D. and Gilmore, J. (1999), *The Experience Economy*, Harvard Business Press, Boston

Iz navedenog prikaza u Tablici 1. vidljivo je da se vinskim turizmom pruža cjelokupni doživljaj za vinske turiste, bilo to kroz zabavu, edukaciju, estetiku ili pak

eskapizam koji turiste potiče na van uobičajene aktivnosti. Osim pozitivnih učinaka za posjetitelje, razvijanje vinskog turizma prema Sekulić, Mandarić i Milanović (2016) značajno utječe i na razvoj ruralnih područja obzirom da se odvija van urbanih središta.

1. Analiza vinskih manifestacija

Pregledom službenih web stranica Turističkih zajednica (TZ) na području Slavonije stvoren je uvid koliko vinskih manifestacija se odvija unutar 5 županija, u kojoj točno destinaciji, njihovo vrijeme trajanja, učestalost odvijanja te jesu li manifestacije

organizirane za ograničeni broj sudionika ili su pak otvorenog tipa. Analizirana su web sjedišta i službene Facebook stranice TZ Brodsko-posavske, TZ Osječko-baranjske, TZ Požeško-slavonske, TZ Virovitičko-podravске i TZ Vukovarsko-srijemske županije. Sekundarni podaci analizirani su deskriptivnom metodom, a prikupljeni su zaključno s 2022. godinom. U Tablici 2. prikazana je analiza vinskih manifestacija na području Brodsko-posavske županije. Vidljivo je da se unutar županije odvija jedna vinska manifestacija otvorenog tipa te da ima dugu tradiciju u učestalosti odvijanja.

TABLICA 2: VINSKE MANIFESTACIJE BRODSKO-POSAVSKE ŽUPANIJE

Redni broj	Destinacija	Naziv manifestacije	Opis manifestacije	Sudionici/posjetitelji	Trajanje manifestacije (broj dana)	Vrijeme odvijanja (mjesec)	Učestalost odvijanja
1.	Brodski Stupnik	Stupnička Berba Grožđa	Obilježavanje početka berbe grožđa spojem tradicije, gastronomije i folklor.	Otvorenog tipa (posjetitelji)	1	rujan	36. put

Izvor: izrada autora prema <https://tzbpz.hr/> (25.11.2022.)

U Tablici 3. prikazana je analiza vinskih manifestacija na području Osječko-baranjske županije. Vidljivo je da se unutar županije odvija 6 vinskih manifestacija, među kojima se nalazi i najmasovnija manifestacija koja

uključuje 2500 sudionika i 6000 posjetitelja - Vinski bor maraton u Zmajevcu. Većina vinskih manifestacija unutar županije je otvorenog tipa.

TABLICA 3: VINSKE MANIFESTACIJE OSJEČKO-BARANJSKE ŽUPANIJE

Redni broj	Destinacija	Naziv manifestacije	Opis manifestacije	Sudionici/posjetitelji	Trajanje manifestacije (broj dana)	Vrijeme odvijanja (mjesec)	Učestalost odvijanja
1.	Trnava	Zlatni wineend	Spoj tradicije i dobre zabave protkane edukativnim sadržajem i okusima i mirisima zavičaja.	Otvorenog tipa (posjetitelji)	2	rujan-listopad	2. put
2.	Erdut	Wine and Bike Tour Erdut	Manifestacija kojom se slavi vino, umjetnost, ljepota druženja, multikulturalnost i zadnje dane ljeta na obalama Dunava.	Ograničeni broj sudionika	1	rujan	8. put
3.	Zmajevac	Vinski bor maraton u Zmajevcu	Najstarija je i najmasovnija manifestacija takvog tipa u Hrvatskoj u kojoj sudjeluje preko 20 vinarija, 2500 sudionika maratona i oko 6000 posjetitelja. Uz manifestaciju uključeni su glazbeni i folklorni program.	Ograničeni broj sudionika + posjetitelji	3	rujan	17. put
4.	Osijek	Festival vina, delicija i ugodnog življenja WineOS	Važnost manifestacije ogleda se u boljoj promociji proizvođača vina i podizanje svijesti lokalnog stanovništva o važnosti njegovanja i unapređenja kulture stola. Manifestacija uključuje i razne popratne aktivnosti poput radionica, predavanja i gastronomije.	Otvorenog tipa (posjetitelji)	2	siječanj	7. put
5.	Osijek	Večer vina i umjetnosti	Rezultat je spajanja vina, domaćih proizvoda, glazbe i umjetnosti u sadržaj kojim se predstavlja ponuda vinskog turizma i kulture Slavonije i Baranje.	Otvorenog tipa (posjetitelji)	1	svibanj i srpanj	10. put

6.	Kneževi vinogradi, Zmajevac, Batina	Gatorfest – festival dobrog vina u Baranji	Promocija turističke ponude s naglaskom na vinsku ponudu kraja.	Otvorenog tipa (posjetitelji)	3	lipanj	8. put (zadnje 2020)
----	-------------------------------------	--	---	-------------------------------	---	--------	----------------------

Izvor: izrada autora prema <https://visitslavoniabaranja.com/> (25.11.2022.)

U Tablici 4. prikazana je analiza vinskih manifestacija na području Požeško-slavonske županije. Vidljivo je da se unutar županije odvija 5 vinskih manifestacija

otvorenog tipa. Većina manifestacija traje jedan dan, a kao najznačajnija istaknula se manifestacija „Festival graševine“ koja ima dugu tradiciju odvijanja.

TABLICA 4: VINSKE MANIFESTACIJE POŽEŠKO-SLAVONSKE ŽUPANIJE

Redni broj	Destinacija	Naziv manifestacije	Opis manifestacije	Sudionici/ posjetitelji	Trajanje manifestacije (broj dana)	Vrijeme odvijanja (mjesec)	Učestalost odvijanja
1.	Kaptol	“SLANVIN” festival slanine i vina	Gastro manifestacija u kojoj se sljubljuje vino lokalnih proizvođača kutjevačkog vinogorja s domaćim specijalitetom, slaninom pečenom na ražnju. U sklopu manifestacije moguće je obići i etno sajam domaćih proizvoda i rukotvorina.	Otvorenog tipa (posjetitelji)	1	svibanj	6. put
2.	Požega	Festival kulena i vina	Festival kulena i vina objedinjuje dvije tradicionalne manifestacije – požešku Kulenijadu i Ivanjski krijes, a obogaćen je enološkom pričom, sajmom antikviteta i prodajnom izložbom, kojima se nastoji prezentirati eno-gastronomska ponuda slavonskog kraja.	Otvorenog tipa (posjetitelji)	1	lipanj	1.put
3.	Kutjevo	Festival graševine	Manifestacija koja sljubljuje glazbu i vino, okuplja stručnjake u vinogradarskoj proizvodnji, ljubitelje tamburaške glazbe i brojne druge goste.	Otvorenog tipa (posjetitelji)	3	svibanj	15.put
4.	Kutjevo	Kutjevačko Martinje	Blagdan sv. Martina ili popularno Martinje na Trgu graševine svake godine okupi nekoliko tisuća planinara i rekreativaca iz cijele Hrvatske kao i susjednih država.	Otvorenog tipa (posjetitelji)	1	studenj	Dugi niz godina
5.	Kutjevo	Martinje i Okusi jeseni	Pod imenom Martinje & Okusi jeseni krije se jesenski sajam s mnoštvom štandova s bogatom i ukusnom ponudom, obred krštenja mošta i zabavan glazbeni program u Šetališnoj zoni.	Otvorenog tipa (posjetitelji)	1	studenj	Dugi niz godina

Izvor: izrada autora prema <https://tzzps.hr/> (25.11.2022.)

U Tablici 5. prikazana je analiza vinskih manifestacija na području Virovitičko – podravske županije. Vidljivo je da se unutar županije odvija 6 vinskih manifestacija pod zajedničkim imenom „Vinski festival Slavonija i Podravina, wine not?“ koja podrazumijeva 6 različitih lokacija i različite termine. Iako se manifestacije

odvijaju koncem rujna, pojedina manifestacija održava se u različitom datumu tako da sudionici mogu sudjelovati na svakoj. Kao što je već navedeno, manifestacija je na svim lokacijama namijenjena samo za ograničeni broj sudionika u rasponu od 50-70 ispitanika.

TABLICA 5: VINSKE MANIFESTACIJE VIROVITIČKO-PODRAVSKE ŽUPANIJE

Redni broj	Destinacija	Naziv manifestacije	Opis manifestacije	Sudionici/ posjetitelji	Trajanje manifestacije (broj dana)	Vrijeme odvijanja (mjesec)	Učestalost odvijanja
1.	Suhopolje	Vinski festival "Slavonija i Podravina, wine not!?" ; 'Ružičasti noćturno u plemićkom ruhu'	U jedinstvenom ambijentu dvorca Jaković u Suhopolju organizirana je kušaonica rose vina uz zvukove gitare za mogućih 50 posjetitelja.	Ograničen broj sudionika	1	rujan	2.put
2.	Park šuma Jankovac	Vinski festival "Slavonija i Podravina, wine not!?" ; 'Vinski piknik na planini'	U spakiranoj piknik košari za ukupno 60 posjetitelja nalaze se dekica, čaše, otvarač i butelja vina.	Ograničen broj sudionika	1	rujan	2.put
3.	Virovitica	Vinski festival "Slavonija i Podravina, wine not!?" ; 'WINE&ART' u Dvorcu Pejačević	Uz stručno vodstvo enologinje ukupno 50 posjetitelja može degustirati vino, gurmanske zalogaje te uživati u glazbi i aktualnoj izložbi u stoljetnom dvorcu Pejačević.	Ograničen broj sudionika	1	rujan	2.put
4.	Noskovci	Vinski festival "Slavonija i Podravina, wine not!?" ; 'Priča o graševini'	Stručna enologinja priča priču za ukupno 50 sudionika o vrhunskoj graševini, sorti koja u Slavoniji i Podravini daje iznimne rezultate. Festival je popraćen glazbenim programom i storytellingom.	Ograničen broj sudionika	1	rujan	2.put
5.	Orahovica	Vinski festival "Slavonija i Podravina, wine not!?" ; 'WINE&RUN' – vinski maraton	Spoj aktivnog odmora i hedonizma, pogled na pejzaž, druženje i pozitivna energija za ukupno 70 posjetitelja. Kušaonica vina na ukupno 5 lokacija uz glazbeni program.	Ograničen broj sudionika	1	rujan	2.put
6.	Grabrovnica	Vinski festival "Slavonija i Podravina, wine not!?" ; 'Vino i poezija'	Prikaz vina kroz pjesmu, u stihu i na platnu za ukupno 50 sudionika.	Ograničen broj sudionika	1	listopad	2.put

Izvor: izrada autora prema <http://www.tzvpz.hr/> (28.11.2022.)

U Tablici 6. prikazana je analiza vinskih manifestacija na području Vukovarsko-srijemske županije. Unutar destinacije nalazi se dvije vinske manifestacije u destinaciji Ilok koje su otvorenog tipa. Ističe se

manifestacija „Iločka berba grožđa“ koja ima dugogodišnju tradiciju.

TABLICA 6: VINSKE MANIFESTACIJE VUKOVARSKO-SRIJEMSKJE ŽUPANIJE

Redni broj	Destinacija	Naziv manifestacije	Opis manifestacije	Sudionici/ posjetitelji	Trajanje manifestacije (broj dana)	Vrijeme odvijanja (mjesec)	Učestalost odvijanja
1.	Ilok	Iločka berba grožđa	Iločka berba grožđa proizašla je iz starog srijemsko-slavonskog običaja okupljanja pučana u vrijeme početka berbe sa svrhom čuvanja vinograda, slavljenja dobre godine i uroda te neizbježnog druženja. Događaj je popraćen gastronomskom ponudom, glazbenim programom, radionicama, natjecanjima i izložbom.	Otvorenog tipa (posjetitelji)	3	kolovoz-rujan	55. put

2.	Ilok	Festival traminca	Festival podrazumijeva kušanje vina, odnosno traminca koji upravo na festivalu imaju svoju svjetsku premijeru. Festival je popraćen gastronomskom ponudom.	Otvorenog tipa (posjetitelji)	2	lipanj	4. put
----	------	-------------------	--	-------------------------------	---	--------	--------

Izvor: izrada autora prema <https://www.visitvukovar-srijem.com/hr/> (28.11.2022.)

Unutar gotovo svih destinacija održavaju se i vinske manifestacije Martinje (u studenom) i Vincekovo (u siječnju). Navedene dvije manifestacije otvorenog su tipa te privlače veći broj vinskih turista s motivima uživanja u ceremonijalima i kušanju vina. Gotovo svi programi unutar navedenih manifestacija uključuju glazbene programe te kušanje autohtone tradicionalne gastronomske ponude. Time se stvara zaokružena turistička ponuda koja pruža prvenstveno zabavu, potom edukaciju te doživljaj za svakog vinskog turista.

2. Zaključak

Vinske manifestacije obogaćuju ruralnu turističku ponudu Slavonije obuhvativši s jedne strane proizvodnju vina i s druge strane njihovu ponudu kroz turizam. U Slavoniji se održavaju brojne vinske manifestacije koje privlače veći broj vinskih turista. Manifestacije se razlikuju po broju mogućih posjetitelja, odnosno sudionika, međutim većina ih je

otvorenog tipa te ne iziskuje ograničenje za posjetitelje. Vinske manifestacije uključuju razne vinska natjecanja, kušaonice vina, sudjelovanje u vinskim pohodima i slično, a sve sa svrhom pružanja jedinstvenog doživljaja za turiste. One su ujedno i prilika vinarima da se istaknu na zasićenom vinskom tržištu, te da kroz turizam i zanimljive sadržaje privuku turiste u autohtoni ruralni kraj. Na području Slavonije zaokružuje se vinsko-ruralna turistička ponuda na način da se uz razne kušaonice vina prikazuju i tradicionalni poslovi, kultura kraja te način nekadašnjeg življenja na ruralnom prostoru. Uz sve navedeno, neizostavna je glazba i gastronomija stoga se u današnjem poimanju vinskog turizma često nailazi na naziv eno-gastronomija. Buduća istraživanja mogu biti usmjerena na proučavanje stavova posjetitelja o zadovoljstvu organizacije vinskih manifestacija kao i proučavanje stavova organizatora za potrebama ovakvih događanja.

Literatura

- [1] Manila, M. (2012): *Wine tourism – a great tourism off er face to new challenges*, *Journal of tourism*, Iss. 23., 47-59.
- [2] Hall, M., Sharples, L., Combourn, B., & Macionis, N. (eds.). (2000): *Wine tourism around the world: Development, management and markets*. Oxford: Butterworth Heinemann.
- [3] Mitchell, R. and Hall, C.M. (2006): *Wine tourism research: the state of play*. *Tourism Research International*, Vol. 9, No. 4, pp. 307-332.
- [4] Sekulić, D., Mandarić, M., & Milovanović, V. (2016): *Motivation of travelers for participation in wine tourism in Serbia*. *Economics of Agriculture*, 63(4), 1237-1252.
- [5] Jahić, H. (2016): *Vinski turizam i vinske ceste u Hercegovsko-Neretvanskom kantonu – stanje i perspektive*. *Acta geographica Bosniae et Herzegovinae*, (6), 93, 112.
- [6] Getz, D. (2000). *Explore wine tourism: management, development & destinations*. Cognizant Communication Corporation
- [7] Dobrota, A. (2020): *Vinski turizam u Hrvatskoj: Zanemareni potencijal u doba sve većeg uvoza i manje domaće proizvodnje vina*, <https://www.cimerfaj.hr/ideje/vinski-turizam-hrvatska> (24.01.2023.)
- [8] Službene stranice TZ Brodsko-posavske županije, <https://tzbpz.hr/> (25.11.2022.)
- [9] Službene stranice TZ Osječko-baranjske županije, <https://visitslavoniabaranja.com/> (25.11.2022.)
- [10] Službene stranice TZ Požeško-slavonske županije, <https://tzzps.hr/> (25.11.2022.)
- [11] Službene stranice TZ Virovitičko-podravskoe županije, <http://www.tzvpz.hr/> (28.11.2022.)
- [12] Službene stranice TZ Vukovarsko-srijemske županije, <https://www.visitvukovar-srijem.com/hr/> (28.11.2022.)