

# Strategija razvoja turizma općine Vinica

---

Lazar, Ivica

Master's thesis / Diplomski rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:398391>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-08-10**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)



**SVEUČILIŠTE SJEVER**  
**SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN**



DIPLOMSKI RAD br. 337/PE/2020

**STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA**  
**OPĆINE VINICA**

Ivica Lazar

Varaždin, lipanj 2020.

**SVEUČILIŠTE SJEVER**  
**SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN**  
**Studij Poslovne ekonomije**



DIPLOMSKI RAD br. 337/PE/2020

**STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA**  
**OPĆINE VINICA**

Student:  
Ivica Lazar, 0688/336D

Mentorica:  
dr. sc. Vuković Dijana, v. pred.

Varaždin, lipanj 2020.

# Prijava diplomskog rada

## Definiranje teme diplomskog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za ekonomiju		
STUDIJ	diplomski sveučilišni studij Poslovna ekonomija		
PRESTUPNIK	Ivica Lazar	MATIČNI BROJ	0688/336D
DATUM	26.06.2020.	KOLIKO	Strategija marketinga u turizmu
NASLOV RADA	Strategija razvoja turizma općine Vinica		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	Tourism development strategy of Vinica municipality		
MENTOR	Dijana Vuković	ZVANJE	doc. dr. sc.
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. izv. prof. dr. sc. Ante Rončević, predsjednik		
	2. izv. prof. dr. sc. Petar Kurečić, član		
	3. doc. dr. sc. Dijana Vuković, mentorica		
	4. izv. prof. dr. sc. Anica Hunjet, zamjenski član		
	5. _____		

## Zadatak diplomskog rada

BROJ	337/PE/2020
OPIS	

Nova koncepcija turističkog razvoja mora biti utemeljena na načelima tržišta, privatne inicijative, ekonomije malih razmjera, novih vrijednosti, komplementarnosti obale i njenog zaleđa, kontinentalnog dijela, ekološke ravnoteže, te na načelu razvoja regije kao funkcionalne cjeline. Sve to podrazumijeva i novu koncepciju turističkog marketinga koji podrazumijeva pozicioniranje novih destinacija te njihov plasman na ciljane, alternativna turistička tržišta. U radu je potrebno:

1. objasniti suvremenu turističku potražnju;
2. definirati koncept održivog razvoja u turizmu;
3. analizirati prednosti i nedostatke ključnih elemenata razvoja Vinica;
4. provesti istraživanje sa ciljem atekiranja posebnosti i elemenata prepoznatljivosti Vinica;
5. definirati zaključak.

ZADATAK USUŠEN

03.07.2020.



POTPIS MENTORA

SVEUČILIŠTE  
SJEVER

## **Sažetak**

Razvoj turizma na području općine Vinica izuzetno je važan u njezinom daljnjem razvijanju zato što je turizam jedna od vodećih djelatnosti u Republici Hrvatskoj. Iz tog razloga potrebno je izgraditi strategiju razvoja turizma općine Vinica kao njezinog najvažnijeg dokumenta sa kojim bi se definirao smjer razvoja turizma općine Vinica. Poznato je kako su turisti sve zahtjevniji i stalno traže inovacije, a današnji izazovi popraćeni pandemijom COVID-19 traže nove načine doživljaja tih inovacija te nova ulaganja u turističku destinaciju.

U sadržaju rada izneseni su rezultati istraživanja, a primarni cilj istraživanja je saznati koliko su turisti upoznati sa turističkom atrakcijom općine Vinica sa naglaskom na arboretum Opeka te koje nove sadržaje i inovacije turisti žele doživjeti u turističkoj destinaciji. Također napravljena je analiza prednosti i nedostataka ključnih elemenata potrebnih za razvoj turizma u općini Vinica u kojoj jedan osvrt na turističke atrakcije koje bi trebale biti ključan element razvoja turističke destinacije.

**KLJUČNERIJEČI:** *turizam, turist, općina Vinica, arboretum Opeka, kontinentalni turizam*

## **ABSTRACT**

The development of tourism in the municipality of Vinica is a very important factor in its further development because tourism is one of the leading activities in the Republic of Croatia. For this reason, it is necessary to set up a tourism development strategy for the municipality of Vinica as the most significant document defining the direction of the tourism development in the area. It is widely known that tourists are more demanding and constantly require innovations, while current challenges, including the COVID 10 pandemic, compel us to explore new ways of experiencing those innovations and to make new investments in a tourist destination.

The research results are included in the content of the thesis, and the primary research goal was to find out to what extent the tourists are familiar with the tourist attractions of the Vinica municipality and, in particular, with the Opeka Arboretum, as well as what new facilities and innovations could be offered to tourists. There has also been an analysis carried out with regard to advantages and disadvantages of the key elements required for the development of tourism in the municipality of Vinica, in which the tourist attractions are mentioned that should become the key element contributing to the development of the tourist destination.

**KEYWORDS:** *tourism, tourist, municipality of Vinica, Opeka Arboretum, continental tourism*

## Sadržaj

1. UVOD .....	1
1.1. Predmet rada.....	2
1.2. Izvori i metode prikupljanja podataka .....	2
1.3. Struktura rada .....	2
2. ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA .....	4
2.1. Suвременa turistička potražnja.....	5
2.2. Koncept održive turističke destinacije .....	7
2.3. Okviri razvoja održive turističke destinacije .....	9
2.4. Zaštita destinacijskih vrijednosti i životne sredine .....	10
2.5. Atraktivnosti i elementi razvoja turističke destinacije .....	11
3. ANALIZA PREDNOSTI I NEDOSTATAKA KLJUČNIH ELEMENATA POTREBNIH ZA RAZVOJ TURIZMA U OPĆINI VINICA.....	13
3.1. Potražnja.....	13
3.2. Osnovni čimbenici materijalne osnove nužne za razvoj turizma .....	15
3.3. Prirodne vrijednosti i prirodni uvjeti.....	16
3.4. Kulturni i prirodni resursi nužni za razvoj .....	17
3.5. Kulturni i povijesni lokaliteti.....	20
3.5.1. Park Arboretum Opeka i Dvorac Opeka .....	23
3.5.2. Stari Grad (Burg Vinica).....	28
3.5.3. Kurije Patačić i Dolanjski .....	32
3.5.4. Ljetnikovac Bajnski Dvori.....	35
3.5.5. Dvorac Rupčić .....	38
3.5.6. Crkva sv. Marka.....	40
4. STRATEŠKI CILJEVI RAZVOJA .....	41
4.1. Stvaranje pozitivnog okruženja i preduvjeta za razvoj turističke inicijative.....	41
4.2. Infrastruktura turističke destinacije .....	43
4.3. Suprastruktura turističke destinacije.....	44
4.4. Identifikacija i valorizacija Vinice kao turističke destinacije .....	45
4.6. Konceptija turističkog razvoja općine Vinica sa aspekta prostora .....	46
4.7. Konceptija turističkog razvoja općine Vinica sa aspekta mogućnosti razvoja .....	48
5. REZULTATI ISTRAŽIVANJA .....	50
5.1. Ciljevi istraživanja.....	50
5.2. Metodologija istraživanja .....	51
5.3. Hipoteze istraživanja .....	52
5.4. Analiza istraživanja .....	52
5.5. Ograničenja istraživanja .....	74
6. ZAKLJUČAK .....	75
7. Literatura .....	77

## 1. UVOD

Godina 2020. donijela je puno toga novog što će imati dalekosežne posljedice u cjelokupnom razvoju čovječanstava pa tako i u turizmu. Realne promjene u okruženju predstavljaju nužnost donošenja novih dugoročnih strategija razvoja, ali i saniranja posljedica pandemije COVID-19. Nepoznavanje i nepraćenje trendova razvoja može dovesti turizam do pogrešnih odluka. Pogrešne odluke uskratit će mogućnost sagledavanja utjecaja demografskog, ekonomskog, ekološkog, političkog i tehnološkog okruženja i pravca budućeg razvoja turizma. Prepoznavanje problema i njihovo sprečavanje temelj su za dobro planiranje razvoja i plasmana integriranog turističkog proizvoda. Da bi se neka lokacija poput općine Vinice razvila u pravu destinaciju, mora sama po sebi imati predispozicije, temelje koji će joj to omogućiti i, što je najbitnije, treba imati pravilno usmjeren i osmišljen razvojni plan. Pritom se misli na određene čimbenike čvrsto povezane s razvojem jedne takve lokacije koji imaju velik utjecaj na nju, pa ih treba pažljivo ispitati i s pomoću njih upravljati razvojem lokacije. Atraktivnost i uspjeh jedne lokacije poput općine Vinice i njezine ponude u osnovi ovise samo o jednoj činjenici - o ocjeni onih kojima je namijenjena, a to su – izletnici i turisti. Unatoč svim nedaćama koje su pratile Hrvatsku u proteklom razdoblju, turizam je značajno podigao svoje poslovne rezultate, osobito od 2000. godine, a u vrijeme globalne krize proteklih nekoliko godina pokazao visoku rezistentnost, što je potvrđeno stopama rasta višim od onih što su ih postigle zemlje u konkurentskom okružju (Mediteran). Strategija razvoja turizma polazi od analize ključnih pokazatelja dostignutog razvoja, sagledavanja razvojnih ograničenja i razvojne mogućnosti koje se očitavaju iz relevantnih razvojnih trendova u globalnom okruženju te prepoznaju ključne činitelje uspjeha na koje se turistička politika mora usredotočiti u razdoblju razvoja. Za razliku od prirodnih atrakcija i kulturno-povijesne baštine, Hrvatska je izrazito siromašna u novostvorenim turističkim atrakcijama kao što su suvremeno opremljeni kongresni centri, tematski i/ili zabavni parkovi, golfska igrališta, centri za posjetitelje, kvalitetno osmišljene tematske rute te slični sadržaji turističke ponude bez kojih je izuzetno teško uspostaviti pretpostavke za proširenje međunarodno prepoznatljivog proizvodnog miksa, turističko aktiviranje kontinentalnog prostora, uključujući i prostor priobalnog zaleđa, te produljenje sezone. Sukladno iznesenom, strategija razvoja općine Vinice nužan je dokument razvoja nove turističke destinacije sadržajne i raznolike utemeljene na odrednicama ruralnog i kulturnog turizma koji ima mogućnosti za razvoj zabave i sporta koje su ujedno i kritične točke turističke ponude općine Vinice.



## **1.1. Predmet rada**

Predmet rada, kako i ideja izrade ovog rada je otkrivanje ponude i potražnje najvažnijih turističkih znamenitosti općine Vinice, te koliki potencijal posjeduju u daljnjem razvoju turizma na području općine Vinica.

Posebni dio predmeta rada je usmjeren na park Arboretum Opeka, najvažniju turističku destinaciju općine Vinica, kao i Varaždinske županije, koji trenutno na karti turizma ne zauzima dovoljan prostor, a kojega zaslužuje zbog svoje ljepote, ponude raznovrsnog bilja, kulturne baštine i raznih mogućnosti sportsko-rekreacijskog turizma.

Kroz rad će biti prezentirani rezultati poznavanja ispitanika za odabrane manifestacije ili atrakcije, mišljenje ispitanika o njihovoj važnosti u daljnjem razvoju turističke destinacije, s naglaskom na razvoj turizma u parku Arboretum Opeka.

## **1.2. Izvori i metode prikupljanja podataka**

Prilikom izrade ovog rada korišteni su primarni i sekundarni oblici prikupljanja podataka.

Primarni izvori podataka prikupljat će se osobno putem anketnog upitnika, nakon čega će se dobiveni rezultati analizirati, a na temelju čega će se donijeti zaključak i napisati analiza rezultata iz koje će se kasnije moći lakše izraditi strategija za daljnji razvoj turizma na području općine Vinica.

Sekundarni izvori podataka prikupljeni su iz raznih domaćih i stranih stručnih knjiga, znanstvenih članaka, časopisa i internetskih izvora. Velika prednost prikupljanja tih podataka je u tome što su lako dostupni, jeftini i brže se prikupljaju, pogotovo u današnje vrijeme kada nam je sve dostupno putem interneta i raznih internetskih biblioteka.

## **1.3. Struktura rada**

Struktura rada podijeljena je na šest smislenih cjelina.

U *Sažetku* autor ukratko opisuje teme te obraća pozornost na najvažnije činjenice i spominje popis ključnih riječi.

U dijelu *Uvod* definira se problem i glavni ciljevi rada. Kratko se opisuje metodologija rada i daju se osnovne smjernice o prikupljanju podataka za izradu rada, te se obrazlaže struktura rada.

U trećem dijelu rada pod nazivom *Održivi razvoj turizma*, obrazlaže se pojam održivog razvoja turizma. Navedeni naslov podijeljen je u još nekoliko cjelina koje opisuju pojmove suvremene turističke potražnje, koncepta održive turističke destinacije, okvirni razvoj održive turističke destinacije, zaštitu destinacijskih vrijednosti i životne sredine, atraktivnosti i elemente razvoja turističke destinacije ina kraju turističke atraktivnosti kao osnovni čimbenici razvoja turističke destinacije Vinica.

*Analiza prednosti i nedostataka ključnih elemenata potrebnih za razvoj turizma u općini Vinica* četvrti je dio rada te opisuje potražnju turista, i koje su to osnove nužne za razvoj turizma, poput prirodnih vrijednosti, kulturnih i prirodnih resursa ili povijesnih lokaliteta u kojem su djelu prezentirani povijesni lokaliteti turističke ponude općine Vinica.

Peta tema *Strateški ciljevi razvoja* definira koji su to potrebni preduvjeti za razvoj turističke inicijative uz razvijanje potrebne infrastrukture i suprastrukture turističke destinacije. Prepoznavanje Turističke destinacije Vinica uz zaboravljene proizvode, te koncepcija turističkog razvoja općine Vinica sa aspekta prostora i mogućnosti razvoja.

Najvažniji dio rada su *Rezultati istraživanja*. U ovom poglavlju opisana je veličina uzorka istraživanja, ciljevi istraživanja, metodologija istraživanja, hipoteze, ograničenja, a najveći dio se odnosi na poglavlje u kojem su prezentirani rezultati istraživanja.

U posljednjem dijelu iznesen je zaključak, nakon čega slijedi literatura, popis slika i tablica, te prilozi.

## 2. ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA

Problemom održivog razvoja turizma i njegovog istraživanja bave se mnogi ugledni znanstvenici i drugi stručnjaci u turizmu, koji na temelju raznih istraživanja pokušavaju otkriti kako najbolje provoditi održivi razvoj u turizmu. To podrazumijeva kvalitetno i odgovorno planiranje prostora, te kako u taj prostor uklopiti već postojeće ili nove lokalne kulturne vrijednosti, koje sa svojom posebnošću privlače turiste, a sa druge strane nemaju negativan utjecaj na okoliš.

Održivi razvoj znači i gospodarski i društveni rast usklađen s ekosustavima u kojima djeluje, pa je kao takav i dugoročno održiv (Črnjar, 2002.).

Pojam održivog razvoja proizlazi iz pojma općeg razvoja. Prema jednoj od mnogobrojnih definicija održivi razvoj je promjena strukture globalne proizvodnje i potrošnje koji ne remete ekosustave (Vukonić i Keča, 2001:190)

Održivi razvoj se može opisati kao ciljani trokut u kojem se uravnotežuju tri naizgled konfliktna područja: okoliš, društvo i ekonomija. Ta tri elementa turističkom razvoju moraju biti iskorištena tako da promoviraju ekološku odgovornost, ekonomsku efikasnost i društveno osjetljiv turizam na svim razinama. (Čavlek, Bartoluci i sur., 2011:421)

Održivi turizam može se definirati kao sposobnost turističke destinacije da ostane u ravnoteži s okruženjem, odnosno sposobnosti da ostane konkurentan na tržištu unatoč pojavi novih i manje posjećivanih destinacija te da privuče podjednako posjetitelje koji se vraćaju i one koji prvi puta dolaze (Vukonić, Čavlek i sur., 2001:253)

Održivi razvoj je razvoj kojim se zadovoljavaju potrebe današnjih naraštaja, a da se pritom ne ugrožava mogućnost budućih naraštaja u zadovoljavanju njihovih potreba. To znači da pri odlučivanju i provođenju aktivnosti kojima svaka organizacija stvara vrijednost treba sustavno uzimati u obzir ekonomske i društvene činitelje te činitelje vezane uz zaštitu okoliša. Održivi razvoj takav je razvoj u kojem su procesi promjena, upotrebe resursa, smjer intervencija, tehnološki razvoj i institucionalne promjene koje se provode u skladu s potrebama današnjih i budućih generacija (Bačun i sur., 2012).

## 2.1. Suvremena turistička potražnja

Najčešće se turistička potražnja za potrebe turističke statistike definira kao ukupan broj osoba koji sudjeluje u turističkim kretanjima ili se želi uključiti u turistička kretanja da bi se koristile različitim turističkim uslugama u mjestima izvan svoje uobičajene sredine u kojoj žive i/ili rade (Cooper i sur, 1998: 24). S ekonomskog aspekta turističku potražnju moguće je definirati kao količinu robe i usluga koja se pod određenim uvjetima i uz određenu cijenu može plasirati na turističkom tržištu, odnosno za koju postoji realan i objektivan interes mogućih turističkih korisnika (Vukonić i Čavlek, 2001;329)

Mnogi autori uzroke za promjene suvremenog turizma vide u izmjenama vrijednosnog sustava jer je to utjecalo na uspostavu novoga životnog obrasca. Iz navedenog odnosa proizlaze nove, sasvim drugačije turističke potrebe i novi oblici turizma koji se razvijaju da bi se zadovoljile novonastale potrebe. Došlo je do afirmacije takvih životnih potreba koje su u potpunosti izmijenile industrijski model turizma. Stavljene su naglasak na njegovu individualizaciju u skladu s novim životnim obrascem koji se mijenjao, između ostaloga, i pod utjecajem globalizacijskih procesa. Nove turističke potrebe zahtijevaju prilagodbu turističke ponude zahtjevima turističke potražnje. Pomiriti te suprotnosti, koje su istodobni proizvod globalnoga društva, nije moguće bez aktivnog pristupa promjeni dosadašnje turističke politike. Sve navedeno utjecalo je na pojavu da u malome vremenskom razdoblju, od Drugoga svjetskog rata do danas, turizam postane globalni fenomen, na što upućuje veliki broj sudionika koji se uključuju u svjetske turističke tijekove. (Pavlič, I. (2004). Suvremene tendencije u razvoju svjetskog turizma i globalizacijski procesi. *Naše more*, 51 (5-6), 214-226.)

Istraživanja koje je provela Svjetska turistička organizacija pokazuje da bi u vremenskom periodu od 2010.do 2020. godine broj putnika u međunarodnom putovanju trebao rasti po stopi od 4,1%. Prema tim istim predviđanjima broj putnika u 2020. godini, trebao bi doseći razinu od oko 1,54 milijardi ljudi, a dok se za razdoblje od 2010.do 2030. god. očekuje rast od 3,3%, što bi u konačnici 2030. godine iznosilo 1,8 milijardi ljudi.

Turizam ima važnu ulogu u Europskoj uniji zbog svojega gospodarskog potencijala i potencijala za zapošljavanje te zbog utjecaja na društvo i okoliš. Statistički podaci u području turizma upotrebljavaju se za praćenje politike turizma EU i za praćenje njezine regionalne politike i politike održivog razvoja, stoga je nužno praćenje i prikaz broja dolazaka međunarodnih turista u odnosu na domaće te ostvaren prihod (Tablica 1.)

Godina	Dolasci turista u milijunima	Prosječna stopa promjene u %	Prihod u milijardama USD	Prosječna stopa promjene u %
1950. - 1960.	25,2 - 69,3	10,65	2,1 - 6,9	12,63
1961. - 1965.	75,3 - 112,9	8,44	7,3 - 11,6	9,71
1966. - 1970.	119,9 - 165,8	6,70	13,3 - 17,9	6,12
1971. - 1975.	165,8 - 222,3	6,04	20,9 - 40,7	14,26
1976. - 1980.	228,9 - 285,9	4,55	44,4 - 103,1	18,35
1981. - 1985.	287,1 - 327,2	2,65	107,5 - 118,1	1,90
1986. - 1990.	338,9 - 458,2	6,22	143,5 - 268,9	13,38
1991. - 1995.	463,9 - 565,5	4,04	277,6 - 405,1	7,85
1996. - 1998.	596,5 - 625,2	1,58	435,6 - 444,7	0,69
1999. - 2002.	650,5 - 714,6	2,38	453,4 - 460,2	0,37
1950. - 2002.	25,2 - 714,6	6,64	2,1 - 460,2	10,92

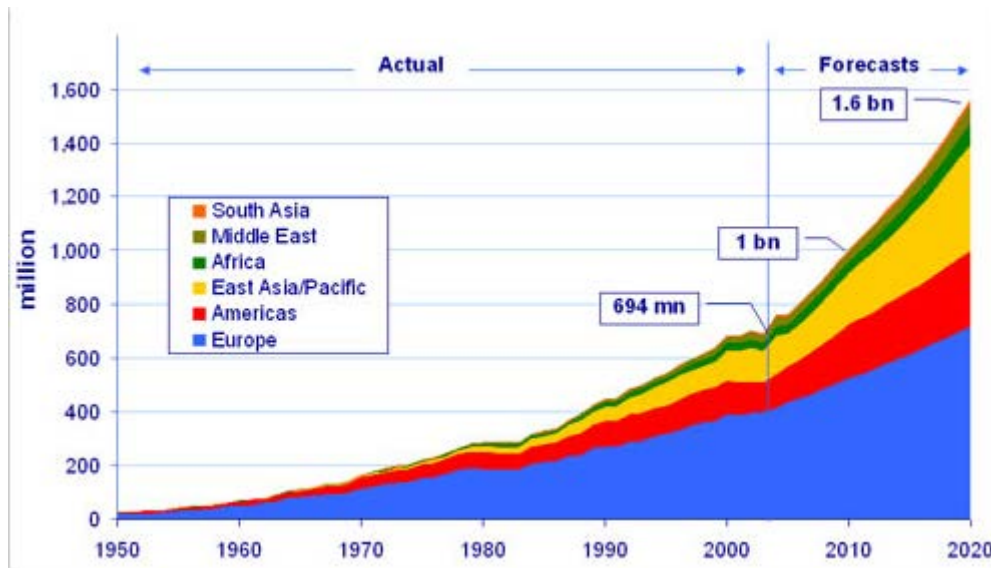
**Tablica br. 1 – Međunarodni dolasci turista i ostvareni prihodi od turizma u svijetu od 1950. do 2002.**

Izvor: [www.worldtourism.org](http://www.worldtourism.org)

Da bi se realno moglo procijeniti buduće turističke razvojne trendove hrvatskog turizma, potrebno je respektirati očekivane svjetske trendove međunarodnih turističkih putovanja posebice u Europi i Sredozemlju te u tom kontekstu ocijeniti objektivni položaj Hrvatske na svjetskom turističkom tržištu danas i u doglednoj budućnosti. Međutim, nemoguće je govoriti o budućnosti međunarodnih putovanja i turizma u dužem roku bez naznake osnovnih trendova u kretanju svjetske populacije. Ona generira subjekte turističkih putovanja te razvoj proizvodnih snaga kako temelja napretka civilizacije i kulture koji uvjetuju nastanak i razvoj međunarodnih putovanja i turizma, određujući im kvantifikaciju i kvalitativnu strukturu. (Geić, 2011).

Slika 1. donosi prikaz predviđanja razvoja svjetskog turizma iz koje je vidljivo da svi kontinenti bilježe razvoj turizma na vlastitom prostoru. Razvoj turizma je vezan uz određeni prostor čije karakteristike imaju određenu privlačnost za turiste. Te karakteristike mogu biti društvene ili prirodne. Na takvim prostorima nastala su određena mjesta koja su dobila naziv turistička mjesta zbog velike snage koju imaju u sebi, zbog ostvarenja određene potrošnje i intenziteta posjeta. Tako su turistička mjesta s vremenom dobila nazive primjerice jezerska,

klimatska, primorska, kulturno-povijesna i slično. Također, u turizmu ima važno mjesto i destinacija koja označava lokalitet, mjesto, regiju, zemlju pa i kontinent kao odredište turističkog putovanja. Ona sadrži fiksne i varijabilne čimbenike.



**Slika 1 – Predviđanja razvoja svjetskog turizma**

Izvor: Predviđanja razvoja svjetskog turizma u dokumentu

WTO-a Vizija turizma 2020. (Tourism 2020 Vision).

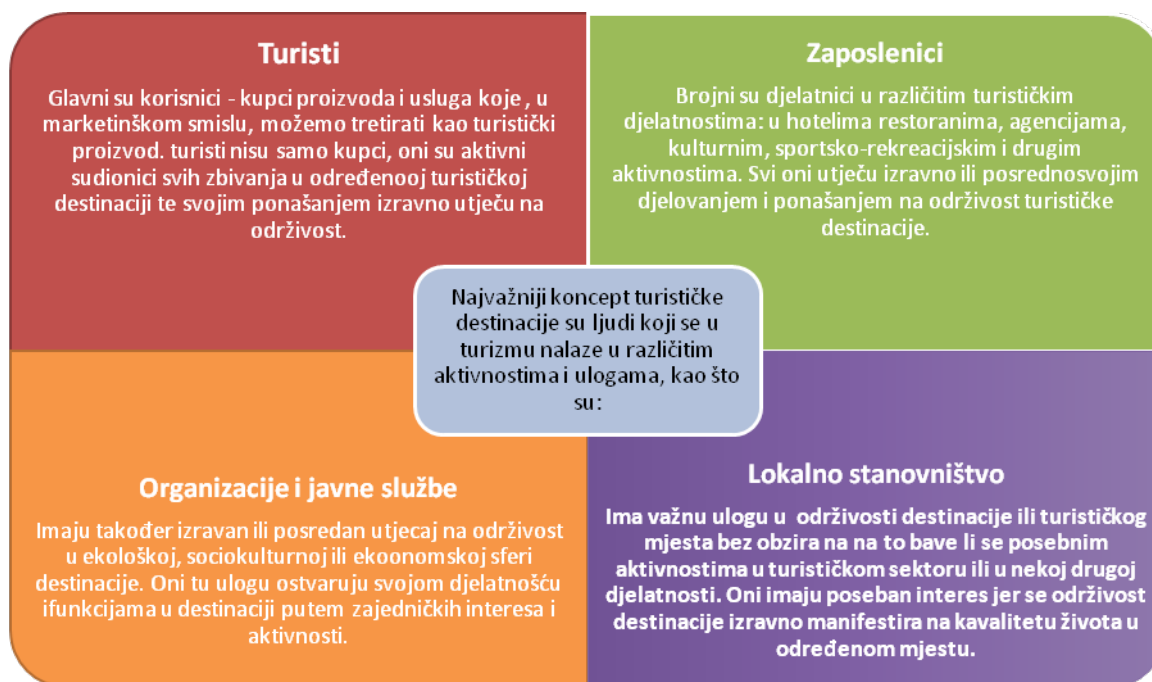
## 2.2. Koncept održive turističke destinacije

U okviru održivog razvoja smatra se da ekonomski razvoj, društveni razvoj i zaštita životne sredine predstavljaju međuzavisne i međusobno pomažuće komponente održivog razvoja, što je odgovarajući okvir za usmjeravanje napora prema dostizanju više kvalitete života za sve ljude. Kvaliteta života i blagostanje su pod utjecajem kako ekonomskih tako i neekonomskih činjenica, dohotka, stanja zdravlja ljudi, razine obrazovanja, kulturne raznovrsnosti, kvalitete društvene sredine, ljepote prirode i dr. (Popeska J., 2011,11), a taj isti model može se primijeniti u turizmu kao model održivog razvoja turizma.

Koncepcija održivog razvoja turizma razvijena je iz teorije održivog razvoja, koja se razvila kao reakcija na sve izraženije ekološke i sociokulturne probleme sa kojima je suočeno čovječanstvo, posebno urbana područja. Primjena koncepcije održivog razvoja u turizmu treba osigurati da nekontrolirani razvoj ne devastira resurse na temelju kojih se turizam i počeo razvijati na određenom području. Takva razvojna koncepcija razumije da se potrebe

sadašnjih naraštaja trebaju zadovoljavati tako da se time ne ugrozi mogućnost budućih naraštaja da zadovolje svoje potrebe. Stoga koncepcija održivog razvoja treba biti razvojna koncepcija turizma u sadašnjosti i u budućnosti na svim razinama njegovog razvoja. (Čavlek, Bartoluci i sur., 2011:415).

Slika 2. donosi prikaz sudionika koji se nalaze u turizmu u različitim aktivnostima i ulogama. Pokušaji definiranja zajednice pokazali su da nema jedne istine o tome što je zajednica te su uglavnom slijedili kriterij empiričnosti ili normativnosti. U deskriptivnom smislu distinkcija se može povući između zajednice u smislu lokalnosti i zajednice u smislu njezinih obilježja ili interesa. Potpora zajednice za razvoj turizma potrebna je u dostizanju komercijalne, sociokulturne, fiziološke, političke i ekonomske održivosti industrije stoga se smatra kako lokalno stanovništvo predstavlja ključnog sudionika u planu razvoja turizma određene lokacije.



**Slika 2 – Ljudi u konceptu turističke destinacije**

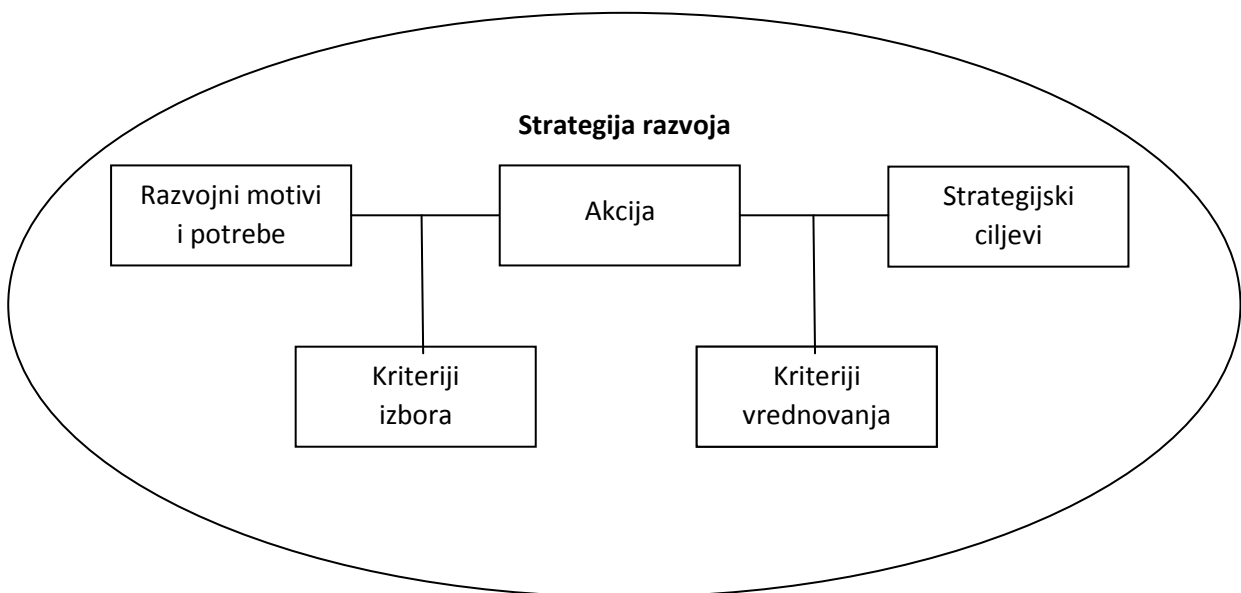
Izvor: Vlastita izrada autora

U turističkoj literaturi navode se brojna načela održivog razvoja. Većina autora navodi ova načela održivog razvoja (Vukonić i Keča, 2001:190):

- Načela ekološke održivosti
- Načela sociokulturne održivosti
- Načela ekonomske održivosti.

### 2.3. Okviri razvoja održive turističke destinacije

Koncepcija razvoja nije plan ili norma koji ostvaruju nositelji razvoja, već splet ciljeva i konkretnih uvjeta što svojim parametrima determiniraju razvojno okruženje i tako određuju smjer i doseg akcija koje poduzimaju nositelji razvoja. Stoga je razumijevanje razvojne koncepcije turizma, ali i koncepcije gospodarskog sustava, osnovni preduvjet za efikasno upravljanje turističkim razvojem i postignuće optimalne razine turističkog razvoja, na nacionalnoj i regionalnoj razini, ali u okviru dane koncepcije. (Dulčić, 2001:239). Pri koncipiranju razvoje strategije, nužno je utvrditi motive i stavove potrošača u turizmu te iste povezati sa utvrđenim ciljevima, koncepcijom, taktikama za njihovo ostvarivanje kako ne bi bila postavljena idealistička i neutemeljena koncepcija razvoja.



**Slika 3 – Koncepcija razvoja turizma**

Izvor:(Dulčić, 2001:239)

U slici 3 prikazan je odnos koncepcije razvoja kao okvira za upravljanje razvojem turizma i strategije razvoja. Tu se naglašava da se samo unutar koncepcije mogu poduzimati razvojne akcije i ostvarivati strategijski ciljevi. Koncepcijom je definiran način ukupne reprodukcije društva, odnosno zadani su parametri koji determiniraju djelovanje ili ponašanje svih aktera u razvojnom procesu. Iz svega toga možemo izvući zaključak da je strategija



razvoja model ili postupak kojim se realizira koncepcija razvoja turizma. Stoga se ne može definirati strategija razvoja turizma ako nije poznato za kakvu se koncepciju razvija strategija.

Da bi turizam na pravi način doprinio ukupnom razvoju, potrebno je da bude planiran i vođen na način koji doprinosi kvaliteti lokalnog stanovništva i zaštiti radnog i kulturnog okruženja. To predstavlja i osnovni koncept održivog razvoja, koji je još 1987. god. definiran od strane Svjetske komisije o životnoj sredini i razvoju u ključnom dokumentu „Naša zajednička budućnost“, kao razvoj koji zadovoljava potrebe sadašnje generacije bez ugrožavanja sposobnosti budućih generacija da zadovolje životne potrebe. (Popeska J., 2011:10).

#### **2.4. Zaštita destinacijskih vrijednosti i životne sredine**

Pojam masovnosti možemo poistovjetiti s pojmom okupiranja prirodnog prostora koji destinacija nudi gostima želeći pružiti gostima što ugodniji odmor, uz korištenje objekata infrastrukture i suprastrukture podsustava turističke ponude to se logično može negativno odraziti na prostorno-ekološke elemente destinacije i postati ograničavajućim faktorom turističke budućnosti. (Geić S., 2011:112)

Sezona koncentracija turističke potražnje ima niz negativnih ekonomskih i ekoloških posljedica za turističke destinacije.

- Sezonski karakter turističke potražnje utječe na stupanj iskorištenosti smještajnih kapaciteta.
- Opća turistička infrastruktura (umjetne atrakcije, objekti na plaži, parkirališta, ceste, marine itd..) ostvaruju prenizak stupanj iskorištenosti van sezone.
- Da bi se mogao nositi s vršnom sezonom, javni sektor se suočava s visokim operativnim troškovima poslovanja (policija, vatrogasna služba, kapaciteti bolnica itd.). Ovi troškovi nisu ograničeni samo na vršnu sezonu, već ostavljaju posljedice na poslovanje tijekom cijele godine.
- U mnogim turističkim regijama sezonski karakter dovodi do sezonske zaposlenosti. Radno vrijeme je često produženo.
- Turistički potrošači se suočavaju s visokim cijenama, prevelikom koncentracijom turističkog prometa, prometnim gužvama i često lošom uslugom, što se sve negativno odražava na njihovo zadovoljstvo.

- Koncentracija potražnje u kratkom vremenskom razdoblju najčešće izaziva ekološke posljedice ili vodi prekoračenju opterećenoga kapaciteta prirodnih ili kulturnih atrakcija. (Vanhove, 2005:14)

Kako bi se smanjile negativne posljedice sezonske koncentracije potražnje, mnoge turistički receptivne zemlje pokušavaju različitim mjerama utjecati na produženje turističke sezone. Na emotivnom turističkom tržištu također dolazi do promjena u trendovima turističke potražnje (provođenje jednog dugačkog odmora zamjenjuje se s dva ili više kraćih odmora, a raste i potražnja za vikend-putovanjima – do 3 dana). (Čavlek, Bartoluci i sur., 2011:55).

## **2.5. Atraktivnosti i elementi razvoja turističke destinacije**

Turističke destinacije međusobno se razlikuju po atraktivnom i zanimljivom sadržaju koji osigurava interes i posjećenost velikog broja potrošača u turizmu. Kao element turističkog proizvoda, atraktivnost održive turističke destinacije izravno utječe na popularnost i tržišnu konkurentnost destinacije na globalnom turističkom tržištu.

Atraktivnost destinacije (*eng. attraction*) podrazumijeva širok spektar prirodnih i društvenih pogodnosti koje se isporučuju potrošačima u turizmu. Izvorni čimbenici održive turističke destinacije (klima, flora, fauna, kulturno-povijesni spomenici, prirodne ljepote, antropogeni čimbenici i sl.) predstavljaju temelj za izgradnju atraktivnosti te podlogu za stvaranje imidža održive turističke destinacije i iniciraju akciju na motivacijski impuls potrošača u turizmu da posjete i jedno vrijeme provedu u odabranoj destinaciji. Iznimno puno različitih varijabli utječe na atraktivnost održive turističke destinacije, kao npr.: uvjeti za sport, rekreaciju i obrazovanje, prirodne ljepote i klimatski uvjeti, kulturne i socijalne osobitosti održive turističke destinacije, uvjeti za kupnju, infrastruktura destinacije, razina cijena turističkih proizvoda, pristupačnost, stavovi domicilnog stanovništva prema potrošačima u turizmu.

Kako bi se definirali izvorni elementi turističkog proizvoda onda treba poći od definicije da je turistički proizvod kombinacija materijalnih i nematerijalnih elemenata koji su značajni i neophodni u formiranju turističkog proizvoda:

- proizvodni elementi (geografski položaj destinacije, vegetacija destinacije, klima destinacije i sl.);

- opći elementi ljudskog postojanja i ponašanja(jezik, mentalitet domicilnog stanovništva, gostoljubivost, kultura, folklor, narodni običaji, antropogene vrijednosti destinacije, gospodarstvo, politika, zaštita okoliša, zaštita kulturne materijalne i nematerijalne baštine);
- opća infrastruktura (prometni položaj i povezanost, dostupnost destinacije, komunalna opremljenost);
- turistička opremljenost(posebna infrastruktura vezana za turistička putovanja, organizacija prihvata potrošača u turizmu, informiranje o turističkoj ponudi, snabdjevanje hotela, restorana, trgovinskih objekata, zabavni sadržaji, sportsko-rekreacijski elementi destinacije i sl.)

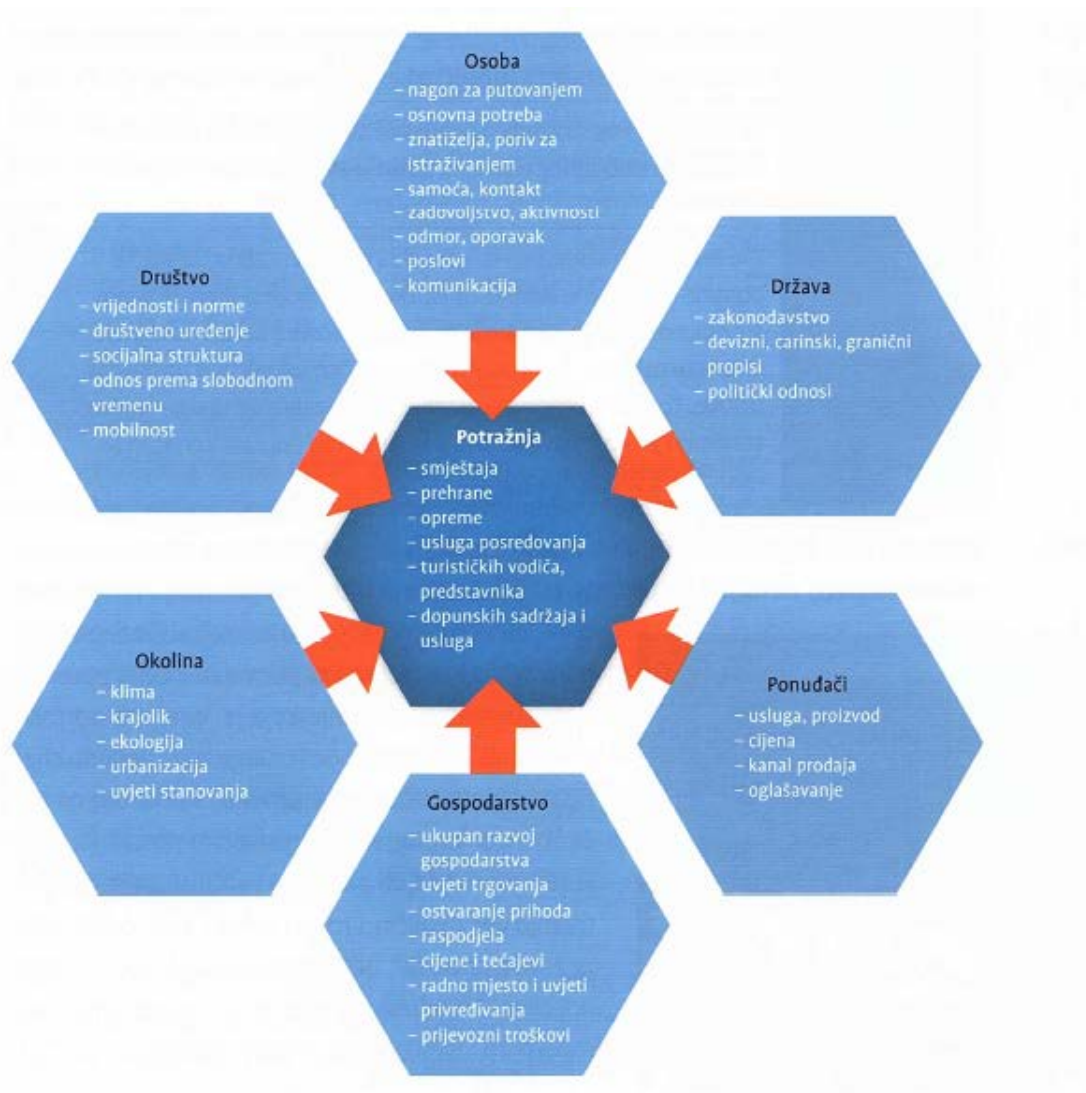
### **3. ANALIZA PREDNOSTI I NEDOSTATAKA KLJUČNIH ELEMENTATA POTREBNIH ZA RAZVOJ TURIZMA U OPĆINI VINICA**

Uvažavajući glavni dominantni motiv za putovanje kao potrebu za stjecanjem neponovljivog, jedinstvenog iskustva usporedno s povećanjem putovanja, nailazi se na ekspanziju sve većeg broja turističkih proizvoda temeljenih na ekonomiji doživljaja. Razvoj turističkih proizvoda zasnovanih na doživljaju kao ključnoj razmjenskoj vrijednosti zahtijeva interdisciplinarni pristup, koji uz aplicirane marketinške aktivnosti i konkurentsko pozicioniranje putem afirmiranja identiteta dovodi do pozicioniranja turističke ponude s gledišta ekonomije doživljaja, njezine komparativne analize sa ciljem utvrđivanja prednosti i nedostataka, kontinuiranim unapređenjem i razvojem. Elementima integriranog turističkog proizvoda mora se kontinuirano upravljati i istraživati na način da isti u svakom trenutku može zadovoljiti potražnju, prognozira buduću potražnju i da razvije novu potražnju. Destinacija predstavlja osnovni element, potencijal koji se koristi i naglašava u predviđanju produljenog perioda razvoja, i nužno je poštivati ekološke i etičke aspekte održivog ekonomskog razvoja i integrirati ih u koherentan sustav. Analiza stanja integriranog turističkog proizvoda predstavlja prvi korak procesa marketinškog planiranja turističke ponude na razini destinacije. Ovom analizom se obavlja uvid u stanje turističke ponude na turističkom tržištu, odnosno utvrđuje se njezina tržišna pozicija i način kako se došlo do te pozicije, stoga je analiza prednosti i nedostataka ključnih elemenata nužna za definiranje daljnjeg razvoja.

#### **3.1. Potražnja**

Najčešće se turistička potražnja za potrebe turističke statistike definira kao ukupan broj osoba koji sudjeluje u turističkim kretanjima ili se želi uključiti u turistička kretanja da bi se koristile različitim turističkim uslugama u mjestima izvan svoje uobičajene sredine u kojoj žive i/ili rade (Cooper i sur, 1998: 24). Razvojem turizma i rastom potražnje, u svijetu dolazi do stvaranja novih turističkih proizvoda, koji su odgovor na sve zahtjevnije potrebe turista obzirom da klasični oblici turizma više nisu dovoljni za zadovoljavanje njihovih potreba. Potražnja za integriranim turističkim proizvodima pod utjecajem je niza čimbenika od kojih je

potrebno izdvojiti potrošače u turizmu, gospodarstvo, državu, okolinu, društvo i osobu (Slika 4.)



**Slika 4 – Čimbenici koji utječu na turističku potražnju**

Izvor:(Čavlek, Bartoluci i sur., 2011:55)

Turističku potražnju karakteriziraju:

- *Dislociranost* - znači da je turistička potražnja prostorno odvojena od turističke ponude pa samim time to obilježje uvjetuje korištenje transportnog sustava i marketinških aktivnosti te uvjetuje i bitno različite odnose na relaciji ponuda-potražnja

- *Heterogenost*- turistička je potražnja heterogena s gledišta različite strukture kulturnih potreba, navika i sklonosti pojedinih potrošača, u što se uključuje i raznovrsna vjerska ili politička pripadnost, a također i s aspekta različitih i raznovrsnih ili sportskih potreba i sklonosti pojedinih kategorija turista. Ti nematerijalni, pa i iracionalni elementi duhovne nadogradnje često opredjeljuju turističku potražnju.
- *Elastičnost turističke potražnje* – osnovna specijalnost turističke potražnje, a ona se osobito manifestira u odnosu na dohodak turista te u odnosu na cijene turističkih usluga. S tih aspekta moguće je ustvrditi da je turistička potražnja visokoelastična ekonomska kategorija.
- *Dinamičnost potražnje* - ogleda se u njezinoj izrazitoj dinamici, odnosno pokretljivosti. To je ujedno i temeljni uvjet funkcioniranja turističkog tržišta jer u suprotnom ne bi bilo turizma. Turistička potražnja he uvijek bila dinamična. Međutim, intenzitet i geografska disperzija turističke potražnje nikad nije bila veća nego što je danas.
- *Sezonski karakter* – je jedna od glavnih osobina turističke potražnje kojom se naglašava ograničeno vrijeme koje stoji turistima na raspolaganju za turistička putovanja i boravke, a koje se svodi uglavnom na vrijeme godišnjeg odmora, dane vikenda i blagdane. (Čavlek, Bartoluci i sur., 2011:55).

### 3.2. Osnovni čimbenici materijalne osnove nužne za razvoj turizma

Materijalna osnova turizma je skup raznovrsnih prirodnih ili ljudskim djelatnostima stvorenih materijalnih dobara i vrijednosti, namijenjenih ili pogodnih za turistički boravak, rekreaciju, uživanje i osvajanje novih saznanja ljudi.

Stvaranje materijalne osnove razvoja turizma nove turističke destinacije zahtijeva koordinaciju menadžmentskih aktivnosti, planiranje, organizaciju, motivaciju i kontrolu. Također, vrlo je bitna usklađenost menadžmenta sa aktivnostima NTO-a (strategije razvoja turizma, strategije promocije na inozemnim tržištima) i principa i usluga prirodne i životne sredine kao preduvjeta razvoja turizma. Važni faktori stvaranja materijalne osnove razvoja turizma svakako jesu investicije i vremenski faktor (rokovi – ulaganja). Investicijska ulaganja u materijalnu osnovu destinacije često imaju dvodimenzionalni pristup – ulaganja u infrastrukturu i ulaganja u suprastrukturu. Rokovi ulaganja važni su zato što (velika) investicijska ulaganja zahtijevaju velike fiksne troškove i direktno su proporcionalni vremenskom periodu. Kraći period zahtijeva veće izdatke za kratak rok i cijena ulaganja je

veća. Za stvaranje materijalne osnove jako je važno zajedničko poslovno ulaganje (JOINT VENTURE) različitih deviznih rezidenata (domaćeg i stranog, privatnog i državnog kapitala) koji zajednički obavljaju poduzetničku funkciju i zajednički snose rizik te izvlače korist od korištenja materijalne baze. (Vujović, S. Profilacija definicije, uloge i značaja materijalne osnove u razvoju turizma 2002:147)

Atraktivnost određenog prostora privlači masu turista. Uključivanje tih prostranih cjelina u svjetska turistička kretanja nije ni lako ni brzo. Motivacijski potencijali su bazični elementi, međutim, tek kompletnom izgradnjom infrastrukture i povezivanjem određenog prostora s izvorima tražnje zatvara se krug od motivacije i podsticanja preko mogućnosti, do zadovoljenja potreba i emitivnih i receptivnih sudionika. (Štetić Snežana, Turistička geografija, SCUHU,1999.)

### **3.3. Prirodne vrijednosti i prirodni uvjeti**

U ekonomiji se resursi definiraju kao materijalna i duhovna dobra koja se mogu gospodarski iskoristiti (valorizirati), odnosno kao čimbenici koji se rabe u proizvodnji nekih roba ili usluga i sudjeluju u stvaranju bruto domaćeg proizvoda. Što je bogatstvo resursa veće i raznovrsnije, to su veće mogućnosti opsega i kvalitete proizvodnje dobara, odnosno pružanja usluga.

Prirodni resursi, a posebice prirodne atrakcije i atraktivnosti još uvijek su jedan od osnovnih motiva turističkih putovanja, što govori o njihovoj intenzivnoj turističkoj valorizaciji, a tim i mogućem narušavanju. (Geić S., 2011:105)

Već dugo postoje brojne interdisciplinarnе znanosti kao što su geografija, ekonomija, ekologija, sociologija, a po nekim turističkim autorima i turizmologija, u kojima se tretiraju problemi okruženja i okoliša u sklopu turističkog razvitka sa zadovoljavajućim teorijskim suglasjem kroz koncept održivog razvitka, instrumente prihvatnog kapaciteta, uz brojne razrađene modele klasifikacije i procjene. To su LAC model, PREPARE koncept i sl., koji se koriste u ekologiji, ekonomiji i planiranju prostora, pa i onog turističke namjene (Geić, S., 2007).

### 3.4. Kulturni i prirodni resursi nužni za razvoj

Prirodni resursi jesu skup faktora proizvodnje poput rada i kapitala, koji djeluju u kombinaciji s ostalim proizvodima i faktorima, a njihov doprinos razvoju zavisi o spletu ekonomskih, institucionalnih i fizičkih uvjeta kojima se uključuju u proizvodni i razvojni proces. Sve se to sublimira u cijeni uporabe prirodnih resursa kao proizvodnih inputa i u odnosu cijene prema razvojnom učinku, koji generira uporabu faktora.

S ekonomskog stajališta svi prirodni resursi koji se koriste u razvoju turizma mogu se podijeliti prema načinu na koji cijenom sudjeluju u procesu proizvodnje turističke usluge. No, taj kriterij zahtijeva relativno složeno strukturiranje resursne osnove. Uobičajena je podjela prirodnih resursa na:

- **Javna dobra** – ona koja služe čitavoj zajednici, nedjeljiva su i usmjerena svakom pojedincu neovisno od toga da li ih on želi ili ne želi koristiti ili kupiti. Mnoge usluge državnih institucija imaju značaj javnih dobra.
- **Privatna dobra** – za razliku od javnih, ona su koja se odnose na pojedinca, a korist i štete od dobra ili usluge ne obuhvaćaju zajednicu, već se uvijek odnose na konkretnu fizičku i/ili pravnu osobu. (Dulčić, 2001:162)

Pogledom na tablicu br. 2 – klasifikacija turističkih prirodnih resursa koju je u okviru Zagrebačkog instituta za Turizam, razvio E. Kušen, vidljivo je kako turistička destinacija, a time i turistička destinacija općine Vinica u okviru prirodnih atrakcija vrlo bogata sa svojim sadržajem. Ako krenemo od geoloških značajki možemo spomenuti kako se turistička destinacija općine Vinica prostorno širi pitomim obroncima Haloze i rubnim dijelom Panonske nizine, a što ju čini vrlo reljefno oblikovanom s nizinskim i brdovitim dijelom, na kojima se nalazi mnoštvo vidikovaca te špilja Vinica. Općina Vinica vrlo je bogata svojim šumama, u kojima se nalazi vrlo bogati životinjski svijet, a isto je odlično povezano sa vrlo dobro uređenim puteljcima. Posebnu atraktivnost općine Vinica zauzima prirodna baština u kojoj se nalaze dva spomenika vrtne arhitekture. Prvi je Arboretum opeka u kojem se nalazi više od 100000 primjeraka drveća, grmova, povijuša i cvijeća, a dok je drugi par Bajnski dvori koji se nalazi se u neposrednoj blizini autohtone šume hrasta kitnjaka i graba i ima pejzažna obilježja. Osim samoniklih hrastova i grabova u perivoju se nalaze i listačeegzote, te brojne vrste četinjača koje mu daju osobito obilježje. Tablica 2. donosi pregled uobičajenih prirodnih turističkih atrakcija. Obzirom na raznovrsnost prirodnih turističkih atrakcija iste su svrstane u



nekoliko različitih kategorija kao npr. obzirom na geološke značaje razlikuju se (spilje, nizine, planine, pustinje, otoci, stijene, vidikovci, kanjoni i paleontološki lokaliteti) prema klimi moguće je govoriti i mediteranskoj i planinskoj klimi, prema vodi (more, rijeke, jezera, vodopadi, morska obala, plaže, kupališta) biljni svijet (šume i botanički vrtovi); životinjski svijet (divljač, zoološki vrtovi, lovišta, ribolovna područja); prirodna baština (nacionalni parkovi, parkovi prirode, prirodni rezervati, zaštićena močvarna područja, park-šume, spomenici vrtne arhitekture, zaštićene biljne i životinjske vrste).

**Tablica 2 –Pregled uobičajenih vrsta prirodnih turističkih atrakcija**

<b>1. PRIRODNE ATRAKCIJE</b>	
<b>1.1. Geološke značajke</b>	<b>1.4. Biljni svijet</b>
Spilje	Šume
Planine	Botanički vrtovi
Nizine	<b>1.5. Životinjski svijet</b>
Pustinje	Divljač
Otoci	Zoološki vrtovi
Stijene	Lovišta
Vidikovci	Ribolovna područja
Kanjoni/klanci	<b>1.6. Prirodna baština</b>
Paleontološki lokaliteti	Nacionalni parkovi
<b>1.2. Klima</b>	Parkovi prirode
Mediteranska klima	Prirodni rezervati
Planinska klima	Zaštićena močvarna područja
<b>1.3. Voda</b>	Park-šume
More	Spomenici vrtne arhitekture
Rijeke	Zaštićene biljne i životinjske vrste
Jezera	Zaštićena pojedinačna stabla
Vodopadi	
Morska obala	
Plaže	
Kupališta	

Izvor: Kušen, E: Turistička atrakcijska osnova, Institut za turizam Zagreb, 2002:27

Korištenje kulture u turizmu i razvitak kulturnog turizma mora se temeljiti na razvoju menadžmenta kulturnih resursa i planskim dokumentima određenoj razvojnoj politici. Pri tome ciljevi turističke politike destinacije obuhvaćaju potrebu razumijevanja i korištenja kulture u turizmu na tri načina:

- Podupiranje razvoja kulturnog i umjetničkog stvaralaštva
- Korištenje umjetnosti i kulture kao sredstva postizanja izvankulturnih ciljeva
- Oblikovanje turističke kulture u kulture politike tako da se kultura i kulturni razvitak shvaća kao široki i prilagodljivi resurs koji stvara identitet i imidž te povećava blagostanje zajednice. (Geić S., 2011:186).

Autori Richie i Zins (1997.), citiraju 12 elemenata kulture koje su uočili i smatraju ih zanimljivim za turiste:

- zanatstvo, obrtništvo kao vještina i proizvodi,
- jezik,
- tradicija,
- gastronomija,
- glazba, umjetnost,
- povijest kraja, zemlje, uključujući i vizualizacije, zapise,
- radne navike ljudi, tehnologija kojom se koriste,
- arhitektura koja pruža različita iskustva u krajoliku.
- religija, uključujući i sve one vidljive manifestacije istog,
- obrazovni sustav,
- sam izgled ljudi, način oblačenja i
- aktivnosti u slobodnom vremenu

Tablica br.3 donosi pregled uobičajenih vrsta kulturno-turističkih atrakcija iz kojeg možemo zaključiti kako je turistička ponuda općine Vinica vrlo bogata sa svojom kulturno-povijesnom baštinom koju čine spomenici kulture, Stari Grad (Burg Vinica), dvorac Opeka i dvorac Rupčić, kurije Patačić i Dolanjski, crkva sv. Marka, ljetnikovac Banjski Dvori i dr.. Također kroz godinu u općini Vinica odvijaju se razne kulturne manifestacije, od kojih je najpoznatija Martinje u Općini Vinica, na kojoj se mogu isprobati razne zaboravljene delicije koje su pripremali mještani, a također se može upoznati s načinom života u Vinici,

rukotvorinama, folklorom i tradicijom. Tablica 3 donosi prikaz svjetske baštine koji se definiraju kao lokaliteti jedinstvenih vrijednosti i ljepote, a svrstani su u nekoliko kategorija:

- kulturno-povijesna baština;
- kulturne i vjerne ustanove;
- kulturne manifestacije;
- znameniti ljudi i događaji;
- kultura života i rada

**Tablica 3 – Pregled uobičajenih vrsta kulturno turističkih atrakcija**

<b>1. KULTURNO-POVIJESNE ATRAKCIJE</b>	
<b>1.1. Kulturno-povijesna baština</b>	<b>1.3. Kulturne manifestacije</b>
spomenici kulture	festivali
arheološka nalazišta	predstave
zaštićene urbane cjeline	<b>1.4. Znameniti ljudi i događaji</b>
stari gradovi	<b>1.5. Kultura života i rada</b>
dvorci	gastronomija
crkve	način života lokalnog stanovništva
<b>1.2. Kulturne i vjerske ustanove</b>	etničnost
muzeji	folklor i tradicija
kazališta	rukotvorine
hodočasnička središta	

Izvor: Kušen, E: Turistička atrakcijska osnova, Institut za turizam Zagreb, 2002:27

### **3.5. Kulturni i povijesni lokaliteti**

Najstariji zapis o postojanju mjesta Vinica potječe iz 1334. godine, što se vidi iz popisa župa Zagrebačke biskupije. To je najstariji i jedini sredovječni popis župa kojeg je sastavio arhiđakon Ivan i uvrstio u Statut zagrebačkog kaptola. Originalni zapis govori o "*Itemsancti Marci de Vinnicha*", dakle o župi sv. Marka u Vinici. Iako se radi o prvom

spomenu imena Vinica, ne zna se točno kad je osnovana, no poznato je da su se prve župe osnivale u krajevima s većom gustoćom stanovništva. Stoga je sigurno da je Vinica nastala prije spomenute 1334. godine. Potvrda tome jesu i istraživanja koja su dokazala da su se najstarija naselja formirala na prostorima sjecišta putova, napose uz neki vodeni put, te dobar prometni položaj. Upravo te preduvjete Vinica je potpuno zadovoljavala s obzirom da se nalazila na križanju stare rimske prometne linije od sjevera prema jugu. Bile su to strateški važne ceste, koje su vodile iz prostora srednje Europe preko Ptuja (Poetovio) prema Osijeku (Mursa) uz vodeni put Drave, od Ptuja prema Varaždinskim Toplicama (AquaeIasae) i Šćitarjevu (Andautonia). Te je putove presijecala iz smjera Ivanca "*viaexercitualis*", "*viamilitum*", "*Milichkavulicza*", pri izlasku na cestu prema Ludbregu (Iovia) i Osijeku.

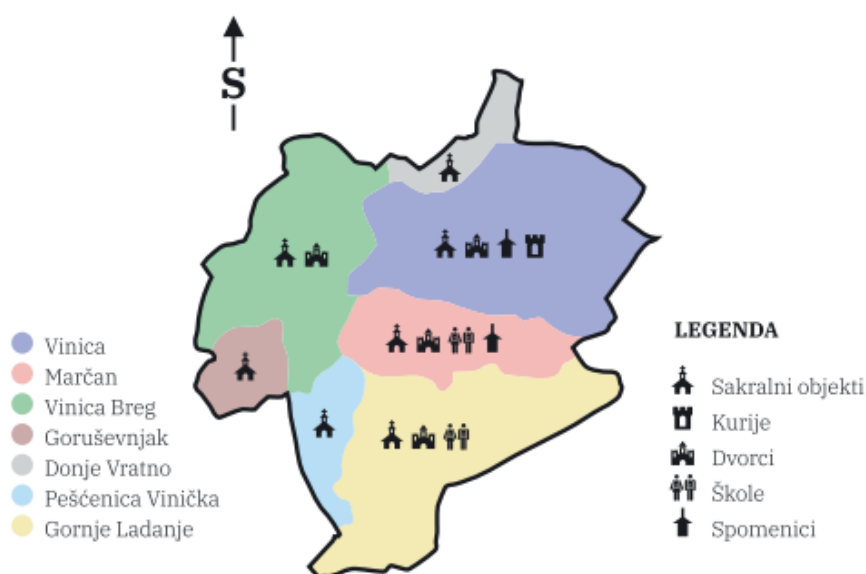
Upravo je od Vinice preko brdovitog kraja Bednje do crkve sv. Tri kralja (Komin) i dalje zapadno od Lonje išla značajna *AquaViva-Pyri*. Prometnu važnost daje i prijelaz preko Drave kod današnjeg Formina (Forum Minor). Dobar prometni položaj, plodna ravnica, pitomi obronci Haloze obrasli šumama i blizina vode, te bogatstvo flore i faune razlozi su da se ovdje živi od davnina. Značajne tragove na ovom području ostavile su razne etničke grupacije s vlastitim kulturama, koje su našle već autohtonu kulturu, što dokazuju arheološki nalazi i istraživanja provedena u ovom kraju. Prateći pisane izvore može se naići na stalno spominjanje imena Vinica (u raznim varijantama kao: *Vinnicha*, *Vinika*, *Wynycza*, *Vinitza*, *Vinicius* itd.) što je dokaz kontinuiteta naselja.

Pored spomenutih starih prometnica, na jednom od brežuljaka Vinica Brega nalazi se grad Vinica kojeg spominju izvori prve polovice 14. stoljeća i bilježe ga kao *castrum Vinica*, a kroz povijest nastajala je i ostala kulturno povijesna baština koju čine razni spomenici kulture, dvorci Opeka i Rupčić, kurije Patačić i Dolanjski, crkva sv. Marka, ljetnikovac Banjski Dvori i dr., a koje ćemo se u nastavku malo detaljnije opisati i prezentirati.

Na području općine Vinica nalazi se 15 kulturnih dobara. Od toga 9 dobara pripada kategoriji profana graditeljska baština, 2 dobra pripadaju kategoriji sakralna graditeljska baština, 2 dobra pripadaju kategoriji arheološka baština, 1 dobro pripada kategoriji sakralno-profana graditeljska baština, a 1 dobro pripada kategoriji glazbeni instrument. Lokacije navedenih dobara prikazane su u slici broj 4.

### Dobra općine Vinica:

- Arheološko nalazište Šincekova jama
- Arheološko nalazište Stari grad Vinica (burg Vinica)
- Crkva sv. Marka i kurija župnog dvora
- Dvorac Bajnski dvori
- Grobna kapela obitelji Erdödy
- Kurija Köröskeny-Rupčić
- Kompleks dvorca Opeka i arboretuma
- Kurija Matachich – Dolansky
- Kurija Patačić,
- Orgulje u crkvi sv. Marka Evanđelista
- Pil sv. Benedikta
- Pranger “Sramotni stup”,
- Tradicijska vinička kuća
- Zdenac s kipom sv. Ivana Nepomuka



**Slika 3 – Prikaz kulturnih dobra na području općine Vinica**

Izvor: Kelemenić M., 130 godina vatrogastva u Vinici, 2019:27

### 3.5.1. Park Arboretum Opeka i Dvorac Opeka

U dinamičnom krajoliku općine Vinica, točnije u Marčanu smjestio se arboretum Opeka. Općina Vinica se prostorno širi pitomim obroncima Haloze i rubnim dijelom Panonske nizine (regija Hrvatsko zagorje-Gornja hrvatska Podravina) u sjeverozapadnom dijelu varaždinske županije. Arboretum Opeka prostire se na površini od 64 hektara, jednim dijelom u podnožju Haloze, a djelomično u ravnici zaštićenoj od vjetrova sa sjevera, juga i zapada. Klimatske prilike u parku su povoljne za uzgoj većine biljaka jer se park nalazi pod utjecajem umjereno tople klime. Obzirom na pejzažne elemente, park je podijeljen u dva dijela. Prvi je donji dio-ravničarski dio, oblikovan po svim principima vrtne arhitekture po uzoru na engleske parkove, s obiljem raznovrsnog biljnog inventara. Svi pojedini primjerci ucrtani su u Nacrt Arboretuma. Drugi dio je formiran kao park-šuma, gusta prirodna šuma koja štiti park, a prostire se po brežuljcima.

Prema Osnovnoj geološkoj karti 1:1 000 000, litološki sastav područja arboretuma čine u većem dijelu trotonske naslage koje su sastavljene od vapnenačkih pješčenjaka, litotamijskih i drugih biogenih vapnenaca, konglomeratima.

Vegetacijski pokrov je promijenjen kroz dugi niz godina od svog izvornog oblika unošenjem velikog broja biljaka. Donji dio parka koji obuhvaća 10 hektara je u potpunosti promijenjen, dok je gornji dio vegetacije jako dobro očuvan.

Svojom ljepotom, svježinom i bogatstvom egzotičnih primjeraka privlači botaničke, vrtne arhitekate i ostale hortikulturalne stručnjake iz zemlje i čitavog svijeta.

Arboretum Opeka smatra se spomenikom prirode i zelenim centrom kulture zato što je jedan od rijetkih parkova s puno raznovrsnih biljaka. Uz to arboretum Opeka posjetiteljima može ponuditi mnogo zanimljivih povijesnih priča i kulturne ostavštine. Dvorac Opeka je sagrađen u baroknom stilu i doživio je nekoliko pregradnji. To je kulturno dobro prve kategorije zaštićeno rješenjem o preventivnoj zaštiti 773/1- 66 od 26.11.1966. g., te novijim rješenjem o preventivnoj zaštiti koje je upisano u Registar kulturnih dobara pod brojem P-771 od 13.04.2004.g. (Šumarski institut Jastrebarsko: Projekt idejnog rješenja očuvanja i revitalizacije kulturne baštine arboretuma Opeke, Jastrebarsko 2004., str. 1-17).



**Slika 4 – biljni svijet parka Arboretum Opeka**

Izvor: Samostalna izrada autora

Na sljedećoj stranici prikazana je slika 6 na kojoj je prikazan kompleks arboretum Opeka te lokacije na kojima se nalaze najpoznatije atrakcije po kojima je park arboretum Opeka najprepoznatljiviji u smislu turizma.





**Slika 5 – Prikaz lokacija u Arboretumu Opeka**

Izvor: Samostalna izrada autora



Dvorac Opeka je zgrada s glavnim pročeljem orijentirana prema sjeveru. Danas stare zidove dvorca ukrašavaju biljke penjačice. Dvorac se mijenjao nadogradnjama. U početku je imao tlocrt slova U. U doba historizma dobiva kule i terase, a unutarnje dvorište dvorca bilo je uokvireno arkadnim hodnikom čiji su lukovi počivali na kolumnama. Danas su te kolumne zazidane. Jednostavno komponirani portal s karakteristikama 17. st., završava grbom obitelji Drašković. Grb je podijeljen u četiri polja koja ispunjavaju četiri grifa s jabukom u pandžama izlazeći iz krune. Nakon uklanjanja krovišta radi obnove koja nije bila odmah izvršena, uslijedilo je propadanje drvene oplata i oronjavanje zidova. Krov je sada pokriven crijepom, a ispod njega je potkrovni vijenac s nizom konzola. Iako je izmijenjen u duhu historizma, ovaj dvorac sačuvao je svoju specifičnu atmosferu i šarm, i po svojoj tlocrtnoj dispoziciji i po povezanosti s krajolikom, tako da zaslužuje najveću moguću pažnju. U veži dvorca uzidani su rimski kameni spomenici. Pročelja unutrašnjeg dvorišta bila su nekada otvorena arkadnim hodnicima koji su kasnije zazidani, ali zbog uronjavanja opeke opet su vidljivi. U periodu od 1954. – 1958. g. dvorac je preuređen za potrebe Vrtlarskog učilišta te je zbog tih pregradnji tijekom vremena izgubio izvornu stilsku vrijednost pa zbog toga danas pripada drugoj spomeničkoj kategoriji. (Anđelko Koščak: Župa sv. Marka Evanđelista-Vinica, Zagreb-Vinica, 2013: 331-343)

Unutrašnjost dvorca danas je i više nego u jednom stanju, a što je prikazano u slici 5. Potrebno je naći sredstva i mogućnosti za zaustavljanje njegovog daljnjeg propadanja. Unatoč ruševnom izgledu, dvorac je i danas statički još dovoljno čvrst da se može očuvati. Postojeći arhitektonski planovi omogućuju vraćanje ove zgrade u prvobitni oblik, a njegova kulturno - povijesna vrijednost opravdava znatna ulaganja koja su potrebna za zaštitu i prenamjenu. Dvorac Opeka je kulturno dobro prve kategorije 13 zaštićeno rješenjem o preventivnoj zaštiti 773/1-66 od 26.11.1966. g., te novijim rješenjem o preventivnoj zaštiti koje je upisano u Registar kulturnih dobara pod brojem P-771 od 13.04.2004.g. Dvorac Opeka je u vlasništvu Republike Hrvatske. (Šumarski institut Jastrebarsko: Projekt idejnog rješenja očuvanja i revitalizacije kulturne baštine arboretuma Opeke, Jastrebarsko 2004:1-17)



**Slika 6 – Današnji devastirani izgled Dvorca Opeka**

Izvor: Samostalna izrada autora

Dvorac je u kratkom razdoblju izgubio svoju strukturu, prvobitno zbog nemara kako države tako i vandala koji su iz godine u godinu uništavali i palili zidove i stropove u dvorcu. Objekt je bez ikakvog nadzora te u dvorac može ući tko god i kad god to poželi. Rezultati takvog stanja su zapanjujući. Unutar dvorca rijetko koji zid nije išaran grafitima i degutantnim rečenicama. Jasno se vide tragovi paleža kako poda tako i stropova i namjerno uništavanje dijelova krova kako bi unutra ulazila svjetlost. Jedino što još nije ukradeno iz dvorca su dvije kade koje se nalaze u prednjem dijelu dvorca. Sav ostali namještaj ukraden je, uklonjen ili kompletno devastiran. Zbog ovakvih postupaka okolnih vandala i tko zna koga još, nije preporučljivo ulaziti u dvorac niti se tamo zadržavati.



**Slika 7 - 3D vizualizacija dvorca**

Izvor: Dokumentacija HRZ-a, izradili V. Klemens, M. Bogadi

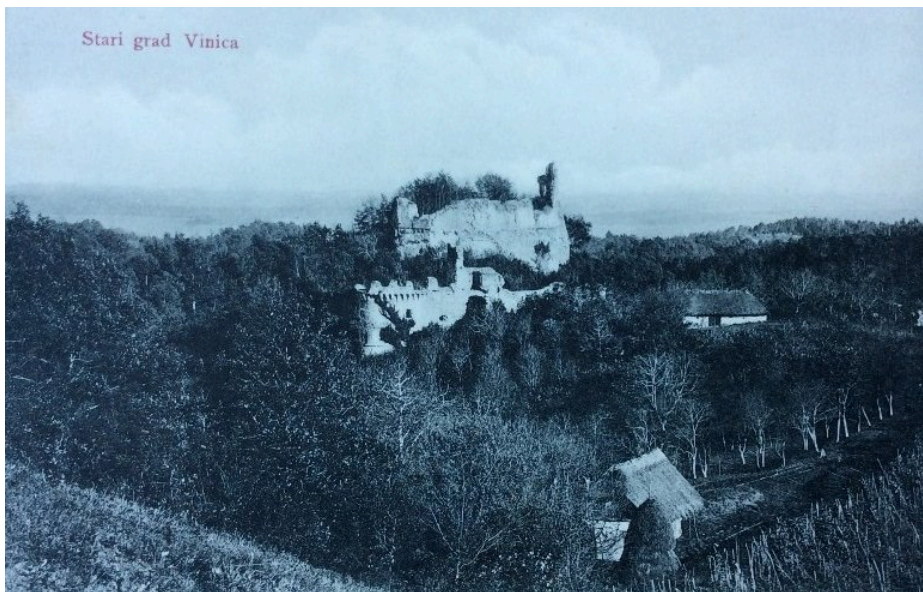
Za potrebe Hrvatskog restauratorskog zavoda 3D vizualizaciju dvorca izradili su V. Klemens i M. Bogadi, a ista je prikazana na slici 8, iz koje je vidljivo velebno izdanje dvorca u njegovim najboljim danima.

### **3.5.2. Stari Grad (Burg Vinica)**

Stari grad Vinica smješten je oko 1,5 km od centra naselja Vinica prema naselju VinicaBreg, na nadmorskoj visini od oko 260 m. Pretpostavlja se da je na mjestu Burga još u prapovijesti bilo naselje, na što upućuju nalazi, a kao Castrum Vinica prvi put se spominje 1353.godine, ali nije bilo poznato tko mu je tada bio vlasnik.

Poznato je da je 1555.godine Castrum Vinicu zadesio katastrofalni požar te ga gotovo u potpunosti uništio. No castrum je bio obnovljen i opet postao metom prepiranja.1567. godine, nakon smrti posljednjeg Gyulaya, vinički su posjedi pripali Nikoli Istvanffiyu (1524. do 1615.), a castrum je zatim, zajedno sa ostalim posjedima, mijenjao vlasnike, a značajno je da su vlasnici bili redom iz kraljevskih ili grofovskih, uglavnom visoko pozicioniranih i utjecajnih obitelji.

Iako je od viničkogcastruma ostala samo ruševina, zahvaljujući nekim dokumentima kao npr. popisu Gyulayevog imanja, može se vjerno predočiti njegov originalni izgled. Sačuvani ostaci vidljivi u slici 9, vrlo podsjećaju na Veliki tabor, a ostaci Starog grada osobito su značajni zbog dobro očuvane visine zidina s kojih se prostire veličanstven pogled prema čitavom Varaždinskom polju. Stari grad Vinica ima status kulturnog dobra.



**Slika 8 – Stari grad (Burg Vinica)**

Izvor: Kelemenović M.; 130 godina vatrogastva u Vinici

Utvrda je s krajem srednjovjekovnog razdoblja izgubila na strateškoj važnosti, napuštena je te se već u 17. stoljeću spominje kao ruševna. Činjenica da je utvrda u određenom razdoblju bila kraljevski posjed ostavila je vjerojatno trag na njoj, kao i na crkvi pod njezinim patronatom, u ovom slučaju crkvi sv. Marka u Marčanu. Jezgru utvrđenja, njegov najstariji i najupečatljiviji dio čini središnja peterokutna građevina, na kojoj se usprkos oštećenjima razaznaje čvrsta gradnja debelih zidova, bez ikakvih otvora u donjim zonama. Prvo je to bila samostalna građevina, koja je poslije nadograđena i opasana novim zidinama renesansne forme. Najstariji dio, odnosno središnja građevina peterokutnog tlocrta, prati konfiguraciju terena te je izdužena u smjeru sjever – jug. Vanjsko lice zida očuvano je samo u gornjim zonama očuvanog dijela građevine. Za zidanje vanjskog lica korišten je kamen koji je priklesavan kako bi se dobili kvadratični oblici. Tako klesani blokovi slagani su u pravilne redove nejednake debljine. Unutrašnjost zida ispunjena je komadima kamena lomljenca različite veličine, vezivnim materijalom i manjom količinom cigle. U unutrašnjosti je vidljivo



lice zida te rupe od greda koje su nosile strop. Koliko etaža je ovaj dio utvrde sveukupno imao, za sada nije moguće pretpostaviti, ne postoje povijesni podaci o utvrđi, kao ni crteži na osnovi kojih bi se mogao utvrditi njezin izgled. Vanjski obod utvrde mlađeg je nastanka. Iz godine 1568. postoji opis nastao prilikom popisivanja Gylayevih imanja, a iz opisa se može zaključiti da je utvrda već tada imala svoj glavni oblik. Dok se na fotografijama nastalima 1921. godine mogu razaznati kule s kruništima, današnje stanje je mnogo ruševnije, te se zbog gustog raslinja jedva može iščitati tlocrtna dispozicija zidova. Primjećuje se razlika u gradnji u odnosu na stariji dio te su zidovi građeni od priklesanih lomljenaca koji su različito slagani. Na dijelovima zida slagani su u relativno pravilne tanke redove, uz ubacivanje većeg kamenja. Ostali dijelovi zida građeni su od djelomično obrađivanog kamenja koji, iako nije slagan u pravilne redove, pokazuje nakanu majstora za što urednijom izvedbom. Također su vidljivi ostaci žbuke. (Vinica i Pranger; Ivana Peškan, Vesna Pascuttini–Juraga, znanstveni rad). Današnje stanje starog grada prikazano je u slici 9.



**Slika 9 – Stari grad danas**

Izvor: Samostalna izrada autora

Nedovršena maketa starog grada koju od gipsa izrađuje vlč. Mario Filipović, župnik Župe svete Barbare u Natkrižovljanu, u omjeru 1:100 prikazana je u slici 10., a ista zorno prikazuje kako je Stari grad izgledao u 16. st.



**Slika 10 –Maketa starog grada**

Izvor: Samostalna izrada autora

### 3.5.3. Kurije Patačić i Dolanjski

Kurija Patačić datira u 17. stoljeće prema karakterističnoj prostornoj organizaciji ostvarenoj nizanjem prostorija s obje strane središnjeg hodnika na svakoj etaži. Prvotni vlasnici nisu poznati, ali arhivski izvori govore da su kuriju u najranije doba posjedovali grofovi Draškovići, koji su je 1738. prodali isusovcima. Isusovci su kuriju 1740.godine dali značajno obnoviti, prigradivši arkadne hodnike uz južno i istočno pročelje, te stubište i kapelu. U 19. stoljeću došlo je do novih većih zahvata u unutrašnjosti te preoblikovanja pročelja s drukčijim rasporedom prozorskih osi i lezenama u žbuci. U 20. stoljeću u unutrašnjosti su srušeni gotovo svi pregradni zidovi na gornjim etažama, a zapuštenost je uzrokovala i urušavanje istočnog dijela arkadnog hodnika, nakon čega je uslijedila njegova rekonstrukcija. U tako izrazito pregrađivanom objektu čitanje konzervatorskih nalaza znatno je otežano, ali se pažljivijim uvidom i proučavanjem povijesnih izvora mogu razlučiti građevinski slojevi, a na temelju njih i postaviti osnovno usmjerenje konzervatorske prezentacije.

Nekadašnja isusovačka kurija u Vinici (slika 11) smještena je u središtu naselja, sjevernim pročeljem okrenuta prema glavnom viničkom trgu. Troetažno zdanje, približno kvadratnog tlocrta, natkriveno četverostrešnim krovom, zadržalo je dominantan položaj na trgu, u ambijentu skromnih seoskih prizemnica.(Godišnjak zaštite spomenika kulture Hrvatske 36-2012.)



**Slika 11 – Kurija Patačić nekadi danas**

Izvor: Samostalna izrada autora



Kurija Dolanjski (slika 12), smještena je u središnjem dijelu Vinice, jedna je od niza baroknih kurija po kojima je ovo mjesto bilo posebno poznato. Nekad trokrilna, danas sa svoja dva krila formira tlocrt slova L. Visoka arhitektonska vrijednost očituje se očuvanim izvornim rasporedom svodjenih prostora, mnoštvom kamenih detalja i arhitektonskih elemenata koji govore o povijesno i građevinski složenom objektu, a dok je najpoznatija po tome što su joj zidovi oslikani sa freskama.



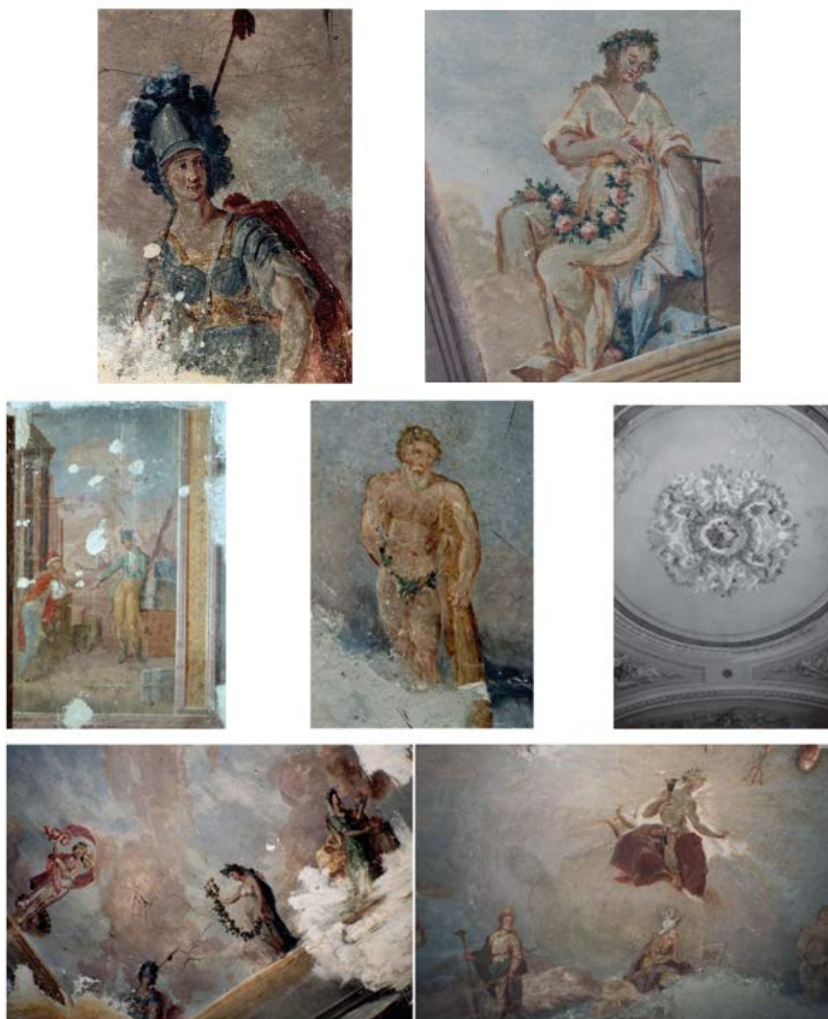
**Slika 12 –Kurija Matačić-Dolansky**

Izvor: Samostalna izrada autora

Svodove i zidove triju prostorija u kuriji Matačić-Dolansky u Vinici krasi oslici prikazani u slici 14, a koji su danas prebojani bijelom i plavom kredom. Kurija i oslici fotografirani su krajem posljednjeg desetljeća 20. stoljeća, i prema istoj foto-dokumentaciji iščitava se njihov smještaj, stilske značajke i ikonografija. Prostorije su smještene u zapadnom krilu kurije, te su svodene sa dva bačvasta svoda. Prva je prebojana u plavo, pa se floralni oslik samo nazire. Svodovi i zidove druge prostorije ukrašava klasicistički oslik floralno-vegetabilnih motiva koji je u 19. stoljeću radio nepoznati zidni slikar izraženog klasicističkog



znanja. Treća prostorija u potpunosti je bila oslikana. Zidove krasi sakralni, svjetovni i prizori iz plemićkoga života dok svodove krasi naslikano nebesko prostranstvo Olimpa na kojem obitavaju grčki, rimski te egipatski bogovi i božice. Oslík kasnobarokno-klasicističkih značajki radila su dvojica (možda više) nepoznatih autora. Jedan autor je vrsniji u oblikovanju volumena i pravilnijem prikazu skladnog ljudskog tijela. Ikonografija toga oslika otkriva da su za prikaz bogova slikari slijedili likovne i skulpturalne predloške ranijih razdoblja, neke predočene na grafikama. Ikonografija otkriva i kako je nepoznati naručitelj oslika bio izvrstan poznavatelj antičke mitologije. Odjeća koji nose likovi iz svakidašnjeg plemićkog života karakteristična je za razdoblje empira, a zbog stilskih karakteristika izvedba oslika smješta se u razdoblje oko 1800. godine, čime se pridružuje korpusu brojnih zidnih oslika s kraja 18. stoljeća i početka 19. stoljeća u sjeverozapadnom području Hrvatske.



**Slika 13 – Oslíkani zidovi kurije Patačić**

Izvor: Ana Kaniški, Zidni oslići kurije Matačić-Dolansky u Vinici

### 3.5.4. Ljetnikovac Bajnski Dvori

Bajnski dvori (slika 14) je nekadašnji dvorac koji se nalazi u sklopu naselja Gornje Ladanje u općini Vinica, Varaždinska županija, oko 15 kilometara zapadno od Varaždina.

Taj je dvorac nastao početkom 17. stoljeća kada su na tom mjestu vlastelinstvo osnovali plemići Bot od Bajne, obitelj ugarskog podrijetla, koja je jedno stoljeće ranije dala dva hrvatska bana, Ivana (1493..) i Andriju (1505.-1507.). Kasnije su cijelo imanje posjedovali članovi obitelji Baćan (mađarski: Batthyány), Erded (mađarski: Erdődy) i Feštetić. Uz dvorac se nalazio i perivoj s pejzažnim obilježjima, te jezero i dvorska kapela, koji danas čine vrijedan kompleks spomenika graditeljstva i parkovne arhitekture.



**Slika 14 – Dvorac danas**

Izvor: Samostalna izrada autora

Ivan Erdődy bio je posljednji nasljedni veliki župan varaždinski, časti koja mu je pripala zbog obiteljskih zasluga u borbi protiv Turaka. On je 1845. godine prodao svoje posjede Moslavinu i Nove Dvore klanječke. S druge strane, grofica Terezija Raczysky prodala je 1887. godine svoje posjede u tadašnjoj ruskoj Poljskoj. U dvorcu je bilo i umjetnina svjetskog glasa poput djela Anthonisa van Dyyka, Rubensa, Rembrandta i Murrila. Dvorske komore bile su prepune knjiga, umjetnina od mramora, srebra i bronce, a vitrine od mahagonija i ebanovine čuvale su skupocjeni porculan Alt Wien.



**Slika 15 – Fotografija dvorca iz 1913. godine**

Izvor: Kelemenić M., 130 godina vatrogastva u Vinici

Dvorac je u 19. stoljeću dograđen i obnovljen u duhu historicizma što je prikazano u slici 15, ali je u nemirnim vremenima krajem Prvog svjetskog rata godine 1918. većim dijelom srušen i zapaljen, kojom prigodom su u njemu uništene brojne umjetnine, dragocjenosti, knjige i inventar. Do danas je sačuvano samo istočno krilo dvorca, gdje su nakon drugog svjetskog rata pa sve donedavno bili bolnički odjeli varaždinskog Medicinskog centra.



**Slika 16 – Razglednica Bajnskih dvora**

Izvor: Koščak A. Župa sv. Marka Evanđelista – Vinica, 2013:322



O veličini i ljepoti Bajnskih dvora govori nam i razglednica prikazana na slici 16 koja nam prikazuje pogled na Dvorac sa jezera koje se nalazi u podnožju parka Bajnskidvori.

Postupkom denacionalizacije 2010. godine, kompletno imanje je vraćeno potomcima obitelji Bonjeković koji su kupili imanje nakon Prvog svjetskog rata te njime još uvijek upravljaju, a kako isto imanje izgleda danas prikazano je u slici 17.



**Slika 17 – Priroda ljetnikovca Bajnski dvori**

Izvor: Samostalna izrada autora

### 3.5.5. Dvorac Rupčić

Dvorac Rupčić nalazi se na malenom brežuljku sa sjeverne strane mjesta Vinica. Tlocrtne je površine 1254 m<sup>2</sup>, isti se sastoji od podruma, prizemlja, kata i visokog potkrovlja. Dvorcu pripada zemljište u ukupnoj površini od 49272 m<sup>2</sup> (cca 5ha). Dvorac-kurija proizlazi iz 17. stoljeća, prvotno izgrađeno u obliku slova L, a kasnije su dodana još dva krila, tako da je dvorac-kurija četverokutne tlocrtne dispozicije, s atrijskim, unutarnjim dvorištem.

Kroz svoju povijest promijenio je mnogo vlasnika, a iz popisa desetine varaždinskog arhidakonata po župama iz sredine 1808. godine saznajemo kako je dvorac bio u vlasništvu obitelji Patačić.

Posljednji vlasnik dvorca bio je Mato Rupčić za kojega Stjepan pl. Belošević u svojoj knjizi o Varaždinskoj županji piše: uživa vinograde i šume, pa na maksimumu istoga, ako i mučeno, vodi veoma racionalno gospodarstvo. Do ulaza u dvorac vodi aleja divljih kestenova duga 110 metara. Jugoistočno od dvorca bio je prostrani vrt od 1,85 hektara. ( Koščak A. Župa sv. Marka Evanđelista – Vinica, 2013:322)

Značajnu ulogu Dvorac Rupčić imao je tokom domovinskog rata, naime 5. pješaka bojna Vinica ustrojena je u srpnju 1991. iz formacije Nastavnog centra za obuku jedinica za posebne namjene MUP-a u Vinici kod Varaždina (Dvorac Rupčić) i dobila je kodni naziv Oblak. U sklopu novog preustroja oružanih snaga Hrvatske vojske koncem 1992. godine ta se bojna transformira u 7. gardijsku motorizirano-tenkovsku brigadu s postojećim časničkim, dočasničkim i vojničkim kadrom. Nakon iseljenja vojske u dvorac su se smjestile izbjeglice iz ratno zahvaćene Slavonije, a da bi 2000. godine, dvorac bio vraćen obitelji Rupčić koji su ga kasnije preprodali privatnom vlasniku, a današnje stanje dvorca vidljivo je u slici 19.



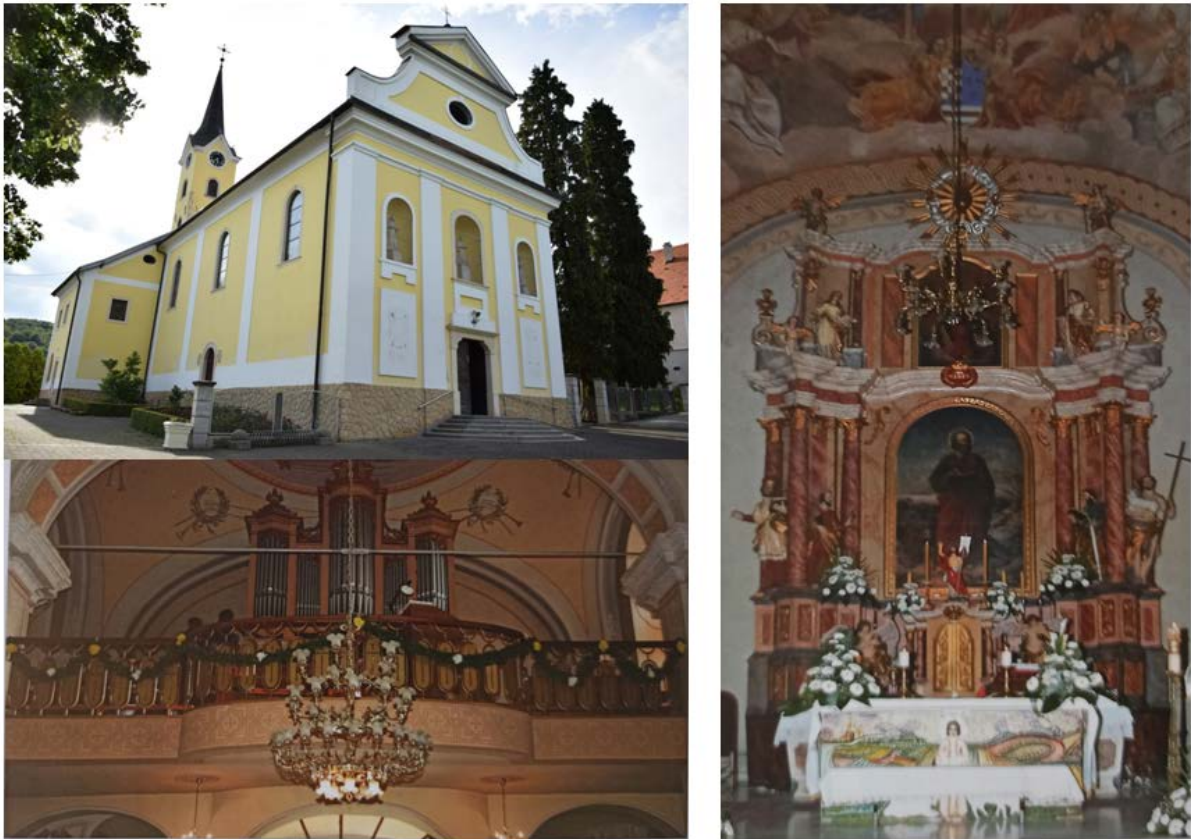
**Slika 18 – Dvorac Rupčić**

Izvor: Tim nekretnine



### 3.5.6. Crkva sv. Marka

Na lijepom, istaknutom dijelu Marčana, odnosno na razmeđi sela Marčan i nekadašnjeg trgovišta, danas općinskog sjedišta Vinica, nalazi se župna crkva sv. Marka evanđelista. Na tome je mjestu današnja kasnobarokna, a tu je stajala i nekadašnja ranogotička župna crkva. Od nekadašnje župne crkve, velikim dijelom porušene 1808. god. ostao je stajati veći dio zvonika te ulazni dio odnosno portal župne crkve, koji više nema tu funkciju, pojedini cjeloviti kameni spomenici u samoj crkvi (spomen ploče, dijelovi pričesne klupe, svetohranište) te nekoliko vrlo značajnih kamenitih fragmenata. Današnja crkva je djelo ptujskih zidarskih i umjetničkih majstora. (Koščak A. Župa sv. Marka Evanđelista – Vinica, 2013:53). Izgled crkve i njezina unutrašnjost prikazane su u slici 20.



**Slika 19 – Crkva sv. Marka**

Izvor: Samostalna izrada autora

## 4. STRATEŠKI CILJEVI RAZVOJA

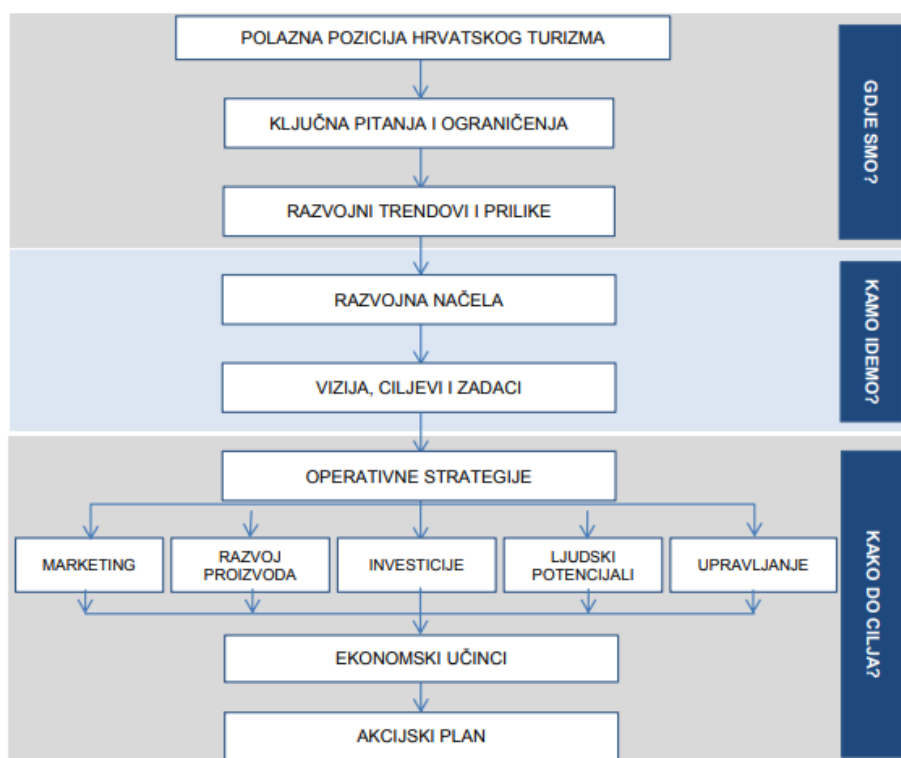
Hrvatski turistički proizvod tipičan je predstavnik tzv. proizvoda „sunca i mora“ što ga nude mediteranske zemlje, definirane kao konkurentne kojese već ušle u fazu zrelosti, a ovisno o pojedinačnoj destinaciji i u fazu pada. Inovacijom proizvoda, nalaženjem nove uporabne vrijednosti ili usmjerivanjem prema novim ciljnim segmentima, nastoji se revitalizirati potražnja. U tom smislu Hrvatska mora težiti kvalitetnom razvoju ili tzv. „razvoju u dubinu“ odnosno konceptu strateškog marketinga koji podrazumijeva definiranje turističkog proizvoda, uz naglašavanje onoga štoHrvatsku čini drugačijom ili u dovoljnoj mjeri konkurentnom u usporedbi s ostalim mediteranskim destinacijama. Dakle, strategija hrvatskog turizma mora biti jasna u odnosu na: tržište, domicilno stanovništvo, nositelje ponude i konkurenciju. Ovakav pristup izradi strategije jasna je vizija i za politički odgovorne kao i za poduzetništvo i menagment. (Magaš D., 2000:11). Prema Magašu hrvatski turizam trebao bi se okrenuti prema unutrašnjosti kako bi se stvorila nova vrijednost i konkurentnost pred ostalim mediteranskim destinacijama. Prema tomstrateški ciljevi razvoja trebali bi biti usmjereni na razvoj kontinentalnog oblika turizma i produženja turističke sezone.

### 4.1. Stvaranje pozitivnog okružja i preduvjeta za razvoj turističke inicijative

Razvoj turizma u najužem je smislu riječi vezan je uz konkretan prostor čija obilježja i resursi (prirodni i/ili društveni) imaju određenu privlačnost za turiste. Na takvim prostorima isprofilirala su se određena mjesta koja su, upravo zbog svoje privlačnosti počela ostvarivati intenzivniji promet posjetitelja (turista) kao i turističku potrošnju, što je pak dovelo do veće orijentacije lokalnog stanovništva na bavljenje turizmom. (Petrić L., 2001:13).

Povodom stvaranjapozitivnog okruženja i preduvjeta za razvoj turističke inicijative donijete su razne strategije i odluke za razvoj turizma, što sa državne razine, županijske ili lokalne razine. Hrvatski sabor, na 8. sjednici održanoj 26. 4. 2013. godine, usvojio je Strategiju razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine. Navedena struktura dokumenta prikazana je u slici 20.





**Slika 20 – prikaz strukture „Strategija razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine.“**

Izvor: Strategija razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine

U strategiji razvoja turizma RH navedeni su i proizvodi s izraženom perspektivom razvoja i to: Zdravstveni turizam, gastronomija i enologija, ruralni i planinski turizam, golf turizam, pustolovni i sportski turizam i eko-turizam.

Također, Varaždinska županija u srpnju 2015. godine donijela je dokument „Strategija razvoja turizma Varaždinske županije 2015. – 2025.“, a strategija je strukturirana tako da obuhvati tri osnovne tematske cjeline: Analizu okruženja, Strategiju turističkog razvoja, Akcijski plan implementacijskih aktivnosti. U navedenom dokumentu pod resursno-atraktivskom osnovom spominju se i sljedeće atrakcije na području općine Vinica i to: Arboretum Opeka zajedno sa Dvorcem i Srednjom školom, središte Općine Vinica, Dvorci Vinica donja i gornja, lovište Zelendvor, Viničke jeseni.

Općina Vinica još uvijek nije donijela strategiju razvoja turizma Općine Vinica, a najvažniji dokument razvoja turizma općine Vinica je projekt „Rekonstrukcija dvorca Opeka za potrebe regionalnog centra kompetentnosti u poljoprivredi“, na što će biti utrošeno 43 milijuna kuna. Dvorac Opeka ne samo da će napokon biti u potpunosti rekonstruiran, i to za potrebe centra kompetentnosti u poljoprivredi, nego će se u njemu nalaziti niz novih i važnih

sadržaja. Tako će u dvorcu Opeka biti uređeni smještajni kapaciteti za učenike iz drugih dijelova Hrvatskete predavače i pedagoško osoblje, za što je predviđeno 50 kreveta u dvokrevetnim i trokrevetnim sobama. U dvorcu će se ujedno nalaziti genetska baza sjemena, laboratorij za analizu tla, vina, octa, meda i biljni ulja, centar za floristiku, učionica i praktikum za dendrologiju (znanost o poznavanju drvenastog bilja), vinski praktikum, vinski podrum, kušaonica vina, a bit će uređeni i prostori za novi predmet, projektiranje i dizajniranje okućnica, vrtova i parkova – uređenje eksterijera.

#### **4.2. Infrastruktura turističke destinacije**

Infrastrukturu predstavljaju svi izgrađeni objekti i sustavi tehničke prirode, a koji omogućuju: socijalno, političko, ekonomsko, komunikacijsko funkcioniranje. Mogu biti u državnom i privatnom vlasništvu. Najuobičajeniju infrastrukturu čine: prometnice, vodovodi, kanalizacija, komunikacijska mreža, elektroopskrbna mreža.

Doživljaj turističke destinacije uobičajeno počinje već prilikom prelaska nacionalne granice, neovisno o tome da li turist dolazi cestom, zrakom, željeznicom ili vodenim putem. Kvaliteta prometnica i raznovrsnost turističkih ponuda uz nju, pretvaraju putovanje do željene destinacije u vrlo zanimljivo iskustvo. Podizanje kvalitete prometne infrastrukture zasigurno će rezultirati s većim dolaskom turista, koji tada postaju potencijalni potrošači svih dobara i usluga koje im se nađu na putu do njihova odredišta. Osim toga što dobra infrastruktura turistima omogućava brzo i kvalitetno putovanje, omogućuje i regijama koje se nađu na tom putu prezentaciju svojih proizvoda i usluga, a koje mogu biti potencijalno zanimljive posjetiteljima. Nacionalni parkovi, parkovi prirode i druga atraktivna odredišta s razvojem prometne infrastrukture dobivaju novu priliku za valorizaciju prirodnih i kulturnih potencijala. Stoga je potrebno ostvariti kvalitetnu prometnu infrastrukturu, koja je vrlo važna i bez koje zasigurno ne bi bilo niti turizma. (Nefat-Samaržija, A., (2006): Razvojni čimbenici hrvatske turističke industrije)

Područje općine Vinica vrlo je dobro povezano cestovnim putem te se nalaziu središtu kruga veličine 100 km kojeg okružuju gradovi kao što su Zagreb, Maribor, Graz i dr., Na samo 17 km od Općine Vinica nalazi se Grad Varaždin sa kojim je općina Vinica odlično povezana sa nekoliko vrlo uređenih prometnica, a dok se do grada Varaždina lako može doći cestovnim, zračnim ili željezničkim putem.

### 4.3. Suprastruktura turističke destinacije

Turistička suprastruktura jeste skup građevina, uređaja i posebno uređenih dijelova zemljišta za potrebe turizma. Turističku suprastrukturu tako čine garaže i parkirališta s organiziranom naplatom, kongresni centri, dvorane, klizališta, skijališna podrška, igrališta, zabavni parkovi, kupališta, kupališna podrška, šetnice, staze, izletišta i sportsko-rekreacijski centri. (Vojnović, N., (2017): Prirodna osnova i turizam,)

Prema podacima koji su ustupljeni od strane Turističke zajednice Varaždinske županije za posljednje tri godine koji su prikazani u tablici 4, vidljivo je kako su se smještajni objekti na području općine Vinica promet počeli otvarati u drugoj polovici 2019. godine. Do mjeseca lipnja 2020. godine općina Vinica broji ukupno 6 objekata smještenih u kategoriju „Objekti u domaćinstvu“, u kojima se nalazi ukupno 19 kreveta. U razdoblju od 01.01.2020.do 03.06.2020. godine ostvareno je ukupno 163 noćenja, što je i dosta velika brojka poradi pada kretanja turista izazvane posljedicom pandemije COVID-19.

Godina promatranog razdoblja	Broj objekata	Broj kreveta	Broj noćenja
2018 god.	0	0	0
2019. god.	6	19	235
01.01.2019. – 03.06.2020. god.	6	19	163

**Tablica 4 – smještajni kapaciteti Općine Vinica**

Izvor: Samostalna izrada autora

Na području općine Vinica nalazi se 10 ugostiteljskih objekata od kojih samo jedan nudi sadržaj hrane i pića, a dok svi ostali nude samo piće. Od ostale suprastrukture najznačajnija je dentalna ponuda, po čemu je općina Vinica vrlo prepoznatljiva i izvan granica Republike Hrvatske. Istu tu ponudu čine dvije dentalne poliklinike u kojoj svaka zapošljava preko trideset zaposlenika specijaliziranih za dentalnu medicinu. Područje općine Vinica vrlo je brežuljkasto i na njemu se smjestilo mnoštvo vinograda koji su povezani sa odličnim vinskih cestama, na kojima se mogu naći razna obiteljska gospodarstva koja se bave proizvodnjom vina i drugim domaćim proizvodima.

#### **4.4. Identifikacija i valorizacija Vinice kao turističke destinacije**

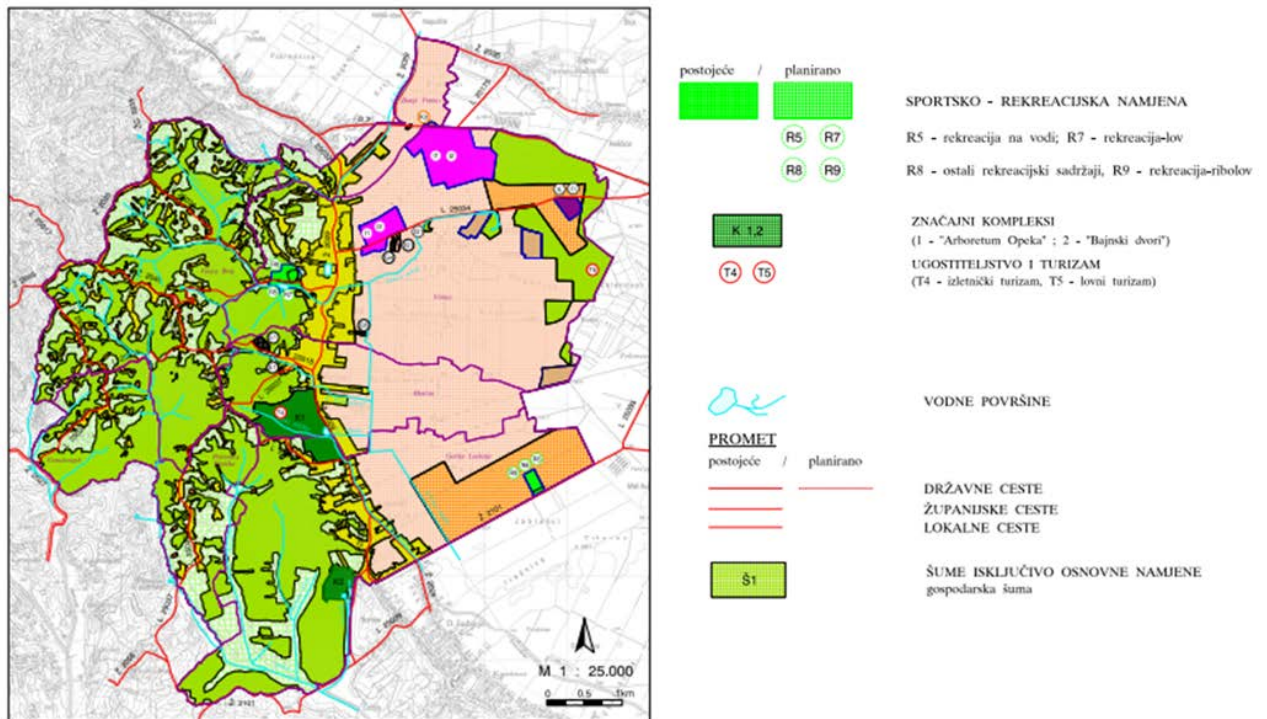
Identifikacija i valorizacija je iskaz konkurentnog identiteta mjesta, integrirajući u sebi bit lokalnog karaktera s posjetiteljima te relevantnim i motivirajućim obilježjima destinacije i sadržajima putovanja. Brendiranje je danas prepoznato kao ključan alat u diferencijaciji i stvaranju tržišne prepoznatljivosti destinacija, s obzirom na činjenicu da se obećani brend mora moći i doživjeti, jednako tako i alat za usmjeravanje razvoja turističke ponude i destinacije u cjelini.

Općina Vinica do sada se na karti turizma identificirala kako turistička destinacija najpoznatija po parku Arboretum Opeka te brojem privatnih kuća za odmor, okruženih vinogradima, koje koristi pretežno lokalno stanovništvo za bijeg od svakodnevnice.

Nedvojbeno je kako djelatnici Općine Vinica trebaju i dalje raditi na valorizaciji arboretuma Opeka kako njezinog najjačeg identiteta, a na temeljima arboretuma Opeka potrebno je izgraditi mrežu ostalih kurija i dvoraca općine Vinica, kao prepoznatljivog mjesta u kojeg su nekada rado u svoje ljetnikovce dolazili odmarati razni plemići. Sam naziv Općine Vinica karakterizira da se radi o mjestu prepunog vina, po čemu je vjerojatno i potekao naziv Vinica, a također ako pogledamo geografski oblik općine Vinice vidljivo je kako općina Vinica ima oblik grozda vinove loze na čemu je potrebno izgraditi prepoznatljiv brend kvalitetnih vina sa viničkog vinogorja, koje su nekada konzumirali i na samom Bečkom dvoru.

#### 4.6. Konceptija turističkog razvoja općine Vinica sa aspekta prostora

Općina Vinica se prostorno širi pitomim obroncima Haloze i rubnim dijelom Panonske nizine (regija Hrvatsko zagorje-Gornja hrvatska Podravina) u sjeverozapadnom dijelu varaždinske županije, a isto ju čini vrlo reljefno razvijenom.



Slika 21 – prostorni plan Općine Vinica

Izvor: Prostorni plan Općine Vinica

Pogledom na sliku 21 veliki dio općine Vinica zauzimaju šume i vinogradi koji su se pretežno smjestili u zapadnom djelu općine Vinica, a odlično su povezani sa cestama sa suvremenim kolničkim zastorom ili makadamskim putem, što ih čini izrazito pogodnima za razvijanje cikloturizma i pješačkih staza. Uz vrlo mala ulaganja navedene ceste mogle bi se označiti i povezivati sve atrakcije na području općine Vinica u jednom kružnom putovanju kroz turističku destinaciju.

Svijetlozelenom bojom označeni su prostori sportsko rekreativske namjene i to šljunčara u Gornjem Ladanju i ribnjak koji je smješten u samom središtu općine Vinica u predjelu zvanom Gorica, a sa kojeg se pruža prekrasan pogled na Stari Grad Vinica. U sklopu

ribnjaka uređena je šetnica koja bi se postavljanjem drvenog dijela šetnice dužine nekih 20 metara mogla spojiti u prstenasti oblik, čime bi dobila na svojoj atraktivnosti i bila bi idealna za popodnevne šetnje. U cilju daljnjeg razvoja sportsko rekreacijskog centra u produžetku ribnjaka nalazi se uređena livada na kojoj bi se mogla izraditi sportsko rekreacijska igrališta (teniska, nogometna, košarkaška) i sl..., dok se sa zapadne strane nalazi novo izgrađena ribička kućica što ribnjak čini idealnim za razvijanje ribolovnog turizma.

Sa obronaka koji su se smjestili na samim počecima obronaka Haloze vidljiv je prekrasan pogled prikazan u slici 22 prema rubnim dijelovima Panonske nizine. Na lokacijama koje pružaju prekrasan pogled bilo bi potrebno urediti i izgraditi vidikovce koji pružaju pogled na Grad Varaždin, Ivančicu i susjednu Republiku Sloveniju, koja je udaljena 8 km od općine Vinica te su dobro vidljivi njezini gradovi Ormož i Ptuj.



**Slika 22 – jedan od pogleda prema rubnim dijelovima Panonske nizine**

Izvor: samostalna izrada autora

#### **4.7. Konceptija turističkog razvoja općine Vinica sa aspekta mogućnosti razvoja**

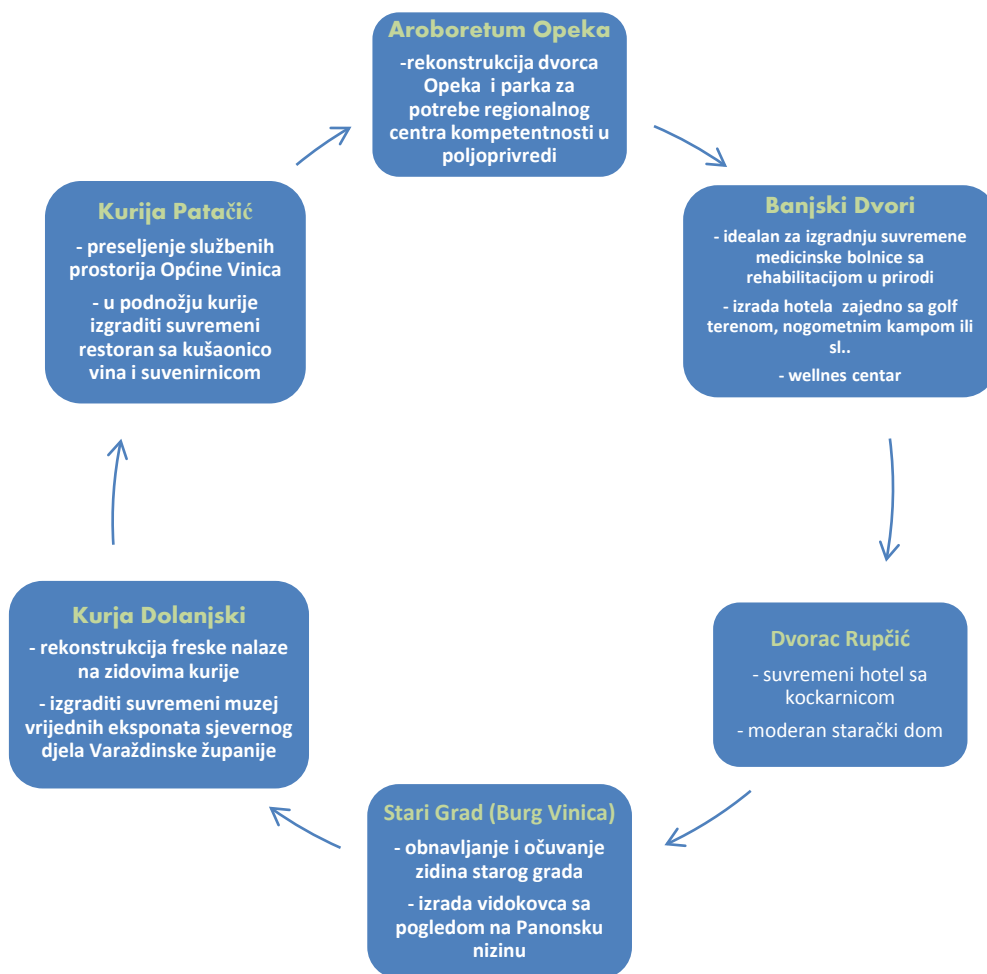
Sa aspekta gledanja mogućeg daljnjeg razvoja turizma općine Vinica pruža se sasvim velika lepeza mogućnosti razvoja turizma na području općine Vinica te stvaranja dodatne ponude.

Zbog svoje reljefne razvijenosti, bogate kulturne ponude, svojih prirodnih ljepota uz malo vizije turistička ponuda općine Vinica vrlo lako bi se mogla pretvoriti u vodeću kontinentalnu turističku destinaciju Varaždinske Županije, a možda i sjevernog dijela Republike Hrvatske.

Stvaranjem priče „Općina Vinica, mjesto u kojem su ljetovali plemići“ moglo bi povezati sve viničke atrakcije u zanimljivu turističku ponudu, koja bi svakom turistu nudila nešto zanimljivo. Za tu priču potrebno bi bilo pronaći rješenja za uređenje kurija i dvoraca koji se nalaze na području općine Vinica te ih povezati sa označavanjem biciklističkih i pješačkih staza, kao i suvremenih cestovnih puteva za one koji više vole putovati automobilom.

Zbog vrlo skromne gastronomske ponude na području Općine Vinica potrebno je daljnje ulaganje u što bogatiju gastronomsku ponudu u kojoj bi se mogli pronaći proizvodi domaćih poljoprivrednih gospodarstava po principu sa polja do stola, a također bi se u gastronomskoj ponudi trebali pronaći zaboravljeni recepti viničke kuhinje. Nadalje, potrebno je dodatno ulaganje u smještajne kapacitete na području Općine Vinica kojih trenutno ima samo šest, a posebno u izgradnjusuvremenog i luksuznog hotela koji bi privukao i strane turiste pogotovo iz dijelovaAzije.

Na slici 23 prikazana je vizija uređenja kurija i dvoraca i njihovog povezivanja u cilju stvaranja nove dodatne turističke ponude na području turističke destinacije Općine Vinica.



**Slika 23 – vizija dvoraca i kurija sa pogleda autora**

Izvor: vlastita izrada autora

Prema mišljenju autora ovog diplomskog rada turizam u općini Vinica nužno je razvijati kao produkt doživljaja, iskustva, u kojem posjetitelj prosuđuje sve pojedinačne pojmove i attribute zanimljivosti i ne samo kroz kulturne vrijednosti, već i prirodne. Turizam u općini Vinica potreban je zbog mnogih razloga; stvara pozitivni ekonomski i socijalni učinak, jača, uspostavlja i regenerira identitet, pomaže u zaštiti kulturne baštine, sa kulturom doprinosi harmoniji i razumijevanju među ljudima, kulturni baštinski turizam pomaže samoj kulturi i obnavlja turizam.



## 5. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

U poglavlju 5 ovog diplomskog rada predstaviti će se predmet, svrha i ciljevi istraživanja te postavljene hipoteze. Nakon statističke obrade će se temeljem prikupljenih podataka potvrditi ili opovrgnuti postavljene hipoteze te donijeti zaključak o provedenom istraživanju. Istraživanjem se nastojalo utvrditi stavove ispitanika o održivom razvoju u turizmu, destinaciji Vinice i njezinoj prepoznatljivosti. Dobivenim odgovorima na pitanja poput: *U kojoj mjeri je razvijen turizam u općini Vinica?*; *Koju vrstu atrakcija poznajete, a da Vas iste asociraju na Vinicu?*, nastojalo se utvrditi ciljeve i motive odabira Vinice kao destinacije za odmor te identificirati mogućnosti daljnjeg razvoja Vinice.

Pretpostavlja se da su sve osobe koje su sudjelovale u istraživanju aktivni turisti te da su barem osnovno upoznati s pojmom održivog razvoja u turizmu, selektivnim oblicima turizma i atraktivnošću turističke destinacije.

### 5.1. Ciljevi istraživanja

Uočen je problem nepostojanja ili nedovoljno detaljno razrađenih planova ili strategija koje bi omogućile turistički razvoj općine Vinica. Podaci govore kako općina na području Varaždinske županije posjeduje tek osnovni dokument, odnosno *Prostorni plan uređenja općine*. Raznolikost prirodnih resursa kao i geografski položaj danas su veliki potencijal za razvoj turizma destinacije. Veliki resurs kulturno-povijesne baštine općine Vinica danas su neiskorišteni u pravoj mjeri ili ih se uopće ne prezentira u turističkoj ponudi.

Razvoj nove ponude turizma na području Varaždinske županije zahtijeva, između ostalog, osmišljavanje i pokretanje određenog broja ključnih programskih aktivnosti te s njima povezanih konkretnih razvojno-investicijskih projekata koji će svojim kvalitativnim značajkama biti u stanju autonomno privlačiti nove segmente turističke potražnje, podizati kvalitetu i/ili raznovrsnost destinacijske ponude, ne samo općine Vinica, već i cijele Varaždinske županije te dodatno pridonijeti unapređenju međunarodnog *imidža* hrvatskog turizma. Stoga, nužno je utvrditi prepoznatljivost općine Vinica kao i prepoznatljivost viničkih znamenitosti i manifestacija.

Nadalje, cilj istraživanja je prepoznati koji kulturno-povijesni resursi više privlače turiste te koja je uloga parka Arboretum Opeka u prepoznatljivosti i pozicioniranju Vinice kao destinacije. Današnje ozbiljne turističke politike, koje su vođene na principima ekonomije

doživljaja, sve su više usmjerene na izgradnju, njegovanje i isticanje vlastitih dugoročnih strateških potencijala iza kojih stoje ponude i proizvodi koje je vrlo teško kopirati te koji, stoga, predstavljaju strateške resurse za održivi uspjeh u budućnosti. Zato je nužno utvrditi mogući razvoj turizma općine Vinica i definirati Arboretum Opeku kao glavni potencijal razvoja cijele općine, ali i sadržajno nedostatan kao turistički proizvod.

Kako bi se pristupilo pozicioniranju na turističkom tržištu i donošenju jasne strategije razvoja ruralnog turizma na području Varaždinske županije kao i mjesta općine Vinica u ukupnoj turističkoj ponudi, nužno je komunicirati prema ciljnoj skupini kako bi se istražilo trenutno stanje i odredila pozicija na turističkom tržištu.

Ciljevi istraživanja su:

- utvrditi da li postojeća turistička ponuda sa svim svojim poticajima kao i nedostacima, kulturno-povijesnom baštinom i ekološko uravnoteženom destinacijom omogućava ozbiljniji razvoj turizma na prostoru općine Vinica te njegov doprinos održivom razvoju turizma;
- utvrditi postojanost resursa koji su značajni u funkciji turizma i pronalazak brojnih mogućnosti i smjerova razvoja turizma u općini Vinica

## **5.2. Metodologija istraživanja**

U izradi diplomskog rada korišteni su primarni i sekundarni izvori prikupljanja podataka. Za potrebe ovog rada izrađen je anketni upitnik pomoću kojeg se putem primarnih pitanja došlo do informacija o spolu ispitanika, starosti, stupnju obrazovanja, motivima dolaska turista u Općinu Vinica, koliko turist prepoznaje turističku ponudu Općine Vinica, o novim sadržajima koje bi turist volio vidjeti u turističkoj ponudi Općine Vinica, koliko je turist upoznat sa sadržajem i turističkom ponudom parka Arboretum Opeka, te što bi novo želio turist doživjeti unutar parka Arboretum Opeka.

Prilikom prikupljanja podataka korištena je metoda ispitivanja pomoću anketnog upitnika uz model lijevka. Ispitanici su potpuno anonimno pristupili popunjavanju ankete u tiskanom obliku koji je podijeljen slučajnim turistima na području Općine Vinica, te on-line putem na temelju slučajnog uzorka. Anketa je provedena u razdoblju od 14. do 28. siječnja 2020. godine, a u istoj je sudjelovalo 173 ispitanika koji su odgovarali na 29 pitanja otvorenog i zatvorenog tipa.

### 5.3. Hipoteze istraživanja

**Hipoteza H1:** Raznolikost prirodnih resursa kao i geografski položaj danas su veliki potencijal za razvoj turizma destinacije;

*Obrazloženje hipoteze H1:* Analiza stanja, resursa i ostalih elemenata koji utječu na razvoj turizma na prostoru općine Vinica te cijele Varaždinske županije, pokazuje da postoje pretpostavke i resursi koji bi mogli omogućiti razvoj turizma na tom prostoru.

**Hipoteza H2:** Brojni resursi kulturno povijesne baštine danas su neiskorišteni u pravoj mjeri ili ih se uopće ne prezentira u turističkoj ponudi;

*Obrazloženje hipoteze H2:* Postojeće stanje ponude te način upravljanja općinom Vinica kao destinacijom zasigurno ne otvaraju mogućnost ozbiljnom razvoju turizma na prostoru s obzirom da velik broj kulturno-povijesne baštine nije stavljen u funkciju turizma. Ukoliko se isti ne stave u funkciju turizma, zasigurno neće postati značajnijim čimbenicima razvoja općine Vinica u turističkom smislu.

**Hipoteza H3:** Turisti nisu dovoljno upoznati sa sadržajem parka Arboretum Opeka te žele nove sadržaje;

*Obrazloženje hipoteze H3:* Bogatstvo flore i faune, ekološki čist park Arboretum Opeka, plodno su tlo za razvoj ekološkog turizma i mamac su za nove potrošače. Održivi razvoj mora stalno biti "nit vodilja" razvoja i postojeći sadržaj oplemeniti s onim aktivnostima i manifestacijama koji neće uništiti bogatstvo flore i faune.

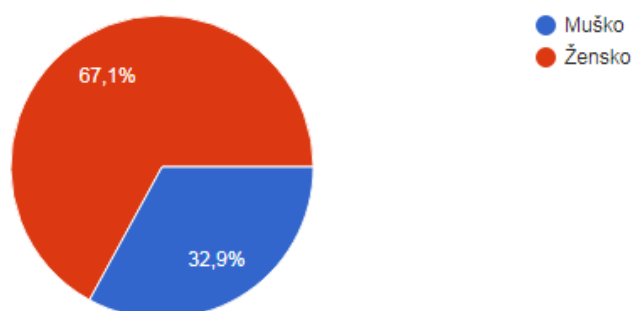
### 5.4. Analiza istraživanja

Anketa se sastoji od 29 pitanja podijeljenih u 4 skupine, a od kojih je 28 pitanja zatvorenog tipa i 1 pitanje otvorenog tipa.

Prvi dio sadrži 5 pitanja koja se odnose na osnovnodemografsko podrijetlo i osobni profil ispitanika. Drugi dio ankete (od 6. do 12. pitanja) odnosi se na hipotezu broj jedan (H1). Treći dio ankete (od 13. do 18. pitanja) odnosi se na potvrđivanje hipoteze broj dva (H2), dok su se četvrti dio ankete (od 19. do 29. pitanja) odnosi se na hipotezu broj tri (H3).

Nakon provedenog istraživanja provedena je analiza odgovora svih pitanja te u nastavku slijedi evaluacija dobivenih rezultata pomoću ankete.

## 1. Spol sudionika

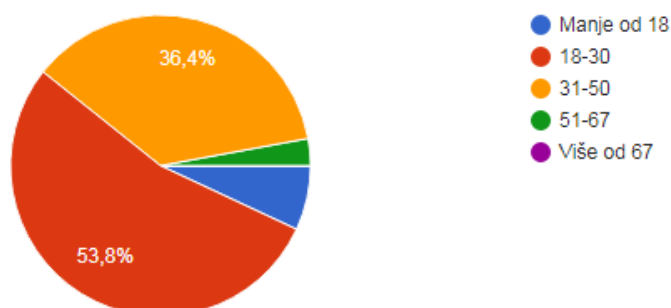


**Grafikon br.1 - Spol sudionika**

Izvor: Autor; rezultat istraživanja pomoću ankete

Analizom prvog anketnog pitanja vidljivo je kako je od 173 ispitanika koji su sudjelovali u anketi, njih 116 (67,1%) ženskog roda, a 57 ispitanika (32,9%) muškog su roda.

## 2. Starosna dob



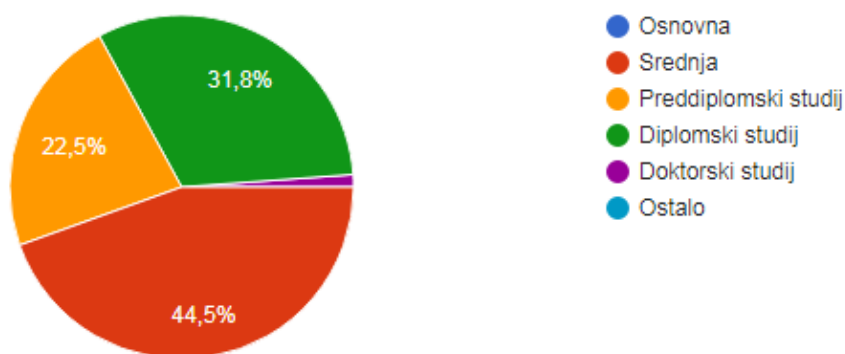
**Grafikon br.2- Starosna dob**

Izvor: Autor; rezultat istraživanja pomoću ankete

Drugo pitanje u anketi odnosilo se na spol ispitanika. Iz analize ankete zaključuje se da je najveći broj ispitanika koji su sudjelovali u anketi starosti između 18 – 30 godina, odnosno 53,8% ukupnih ispitanika. Sljedeći najbrojniji ispitanici spadaju u dobnu skupinu između 31 –

50 godina (36,4%), zatim slijede ispitanici s manje od 18 godina (6,9%) dok najmanji postotak ispitanika (2,9%) pripadaju dobnoj skupini između 51 – 67 godina. U anketi nije sudjelovao niti jedan ispitanik koji je stariji od 67 godina.

### 3. Stupanj obrazovanja

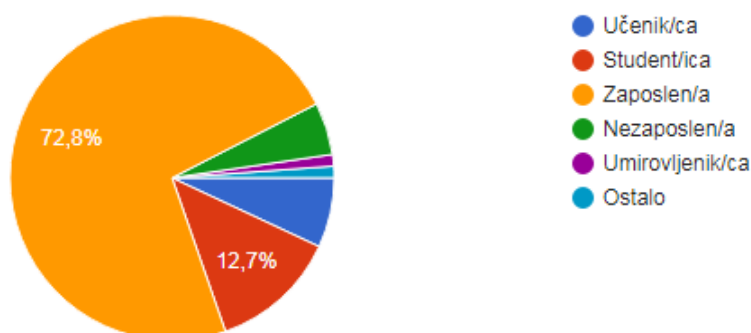


**Grafikon br.3 - Stupanj obrazovanja**

Izvor: Autor; rezultat istraživanja pomoću ankete

Sljedeće pitanje u anketi odnosi se na status obrazovanja ispitanika. Prema analizi dobivenih odgovora dolazi se do saznanja da najveći udio ispitanika njih 77 (44,5%) ima završenu srednju školu, tj. srednju stručnu spremu. Nakon toga slijede ispitanici sa diplomskim studijem i to njih 55 (31,8%), pa ih slijede ispitanici sa preddiplomskim studijem njih 39 (22,5%) i 2 ispitanika (1,2%) završili su doktorski studij tj. imaju stupanj doktora znanosti. U anketi nije sudjelovao niti jedan ispitanik sa završenom osnovnom školom ili nekim drugim oblikom obrazovanja.

### 4. Status zaposlenja

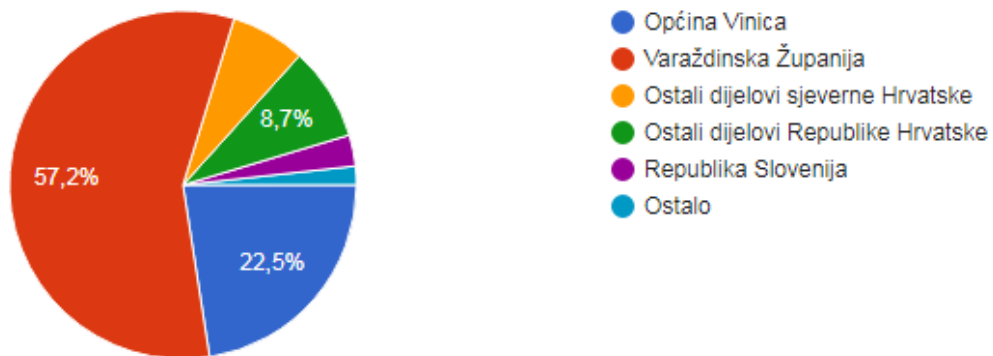


#### Grafikon br.4 – Stupanj zaposlenja

Izvor: Autor; rezultat istraživanja pomoću ankete

U četvrtom pitanju u anketi dolazimo do saznanja da je 126 ispitanika (72,8%) zaposleno; 22 ispitanika (12,7%) su studenti. Također, u anketi je sudjelovalo 12 učenika (6,9%); 9 nezaposlenih osoba(5,2%); 2 umirovljenika(1,2%) i 2 osobe (1,2%) sa ostalim statusom.

#### 5. Mjesto prebivališta

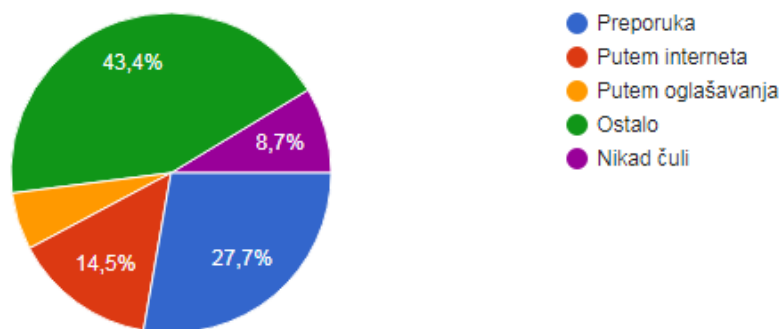


#### Grafikon br.5 – Mjesto prebivališta

Izvor: Autor; rezultat istraživanja pomoću ankete

Analizom pitanja čiji je bio cilj saznati iz kojeg prostornog područja dolaze ispitanici vidljivo je da najveći broj ispitanika dolazi iz Varaždinske županije, od kuda ih dolazi njih 99 (57,2%). Sljedeći najbrojniji ispitanici dolaze iz područja općine Vinica i to 39 ispitanika (22,5%). Manji dio ispitanika (8,7%) dolazi iz ostalih dijelova sjeverne Hrvatske; 6,9% iz ostalih dijelova Republike Hrvatske, a 5 ispitanika (2,9%) dolazi iz Republike Slovenije. Preostali ispitanici (1,7%) dolaze iz nekih drugih područja.

#### 6. Na koji način ste saznali za turističku destinaciju Općina Vinica?



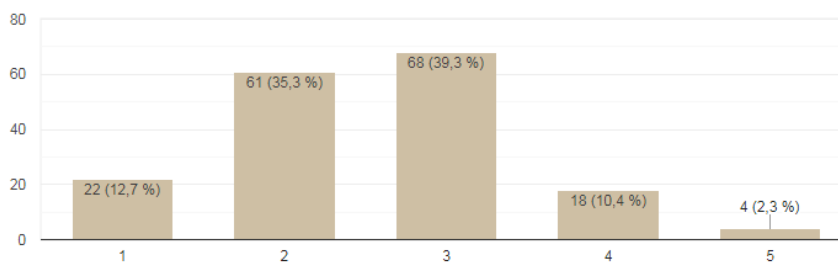
**Grafikon br.6 – Na koji način ste saznali za turističku destinaciju općina Vinica?**

Izvor: Autor; rezultat istraživanja pomoću ankete

Na šestom pitanju pokušalo se doći do odgovora na koji način su ispitanici saznali za turističku destinaciju općine Vinica te da li je, kao takvu, uopće prepoznaju kao turističku destinaciju. Analizom anketnog pitanja vidljivo je da je najveći broj ispitanika njih 75 (43,4%) za turističku destinaciju Općina Vinica saznao na razne odnosno ostale načine. Njih 48 (27,7%) za turističku destinaciju saznalo je putem preporuke. Putem interneta za turističku destinaciju saznalo je 25 ispitanika (14,5%), a samo 10 ispitanika (5,8%) za turističku destinaciju čulo je putem nekog oblika oglašavanja. 15 ispitanika (8,7%) nikad nije čulo za turističku destinaciju Općina Vinica.

## 7. U kojoj mjeri je razvijen turizam Općine Vinica?

Na temelju Likretove ljestvice (od 1 do 5) ispitanicima je omogućeno da prema vlastitom mišljenju ocijene tvrdnju u kojoj je mjeri razvijen turizam općine Vinica. Ispitanici su prilikom ispunjavanja ankete mogli zaokružiti jedan broj uz koji su bile istaknute sljedeće tvrdnje: 1-uopće nije razvijen, 2- nedovoljno razvijen, 3- djelomično razvijen, 4- dovoljno razvijen, 5-potpuno razvijen.

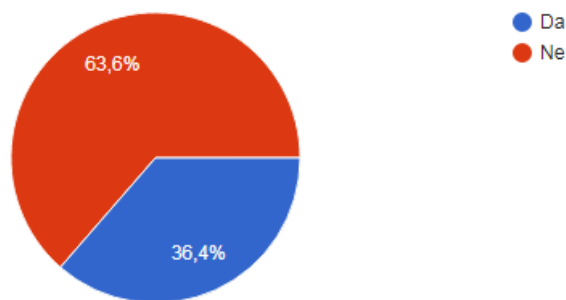


**Grafikon br.7 – U kojoj mjeri je razvijen turizam Općine Vinica?**

Izvor: Autor; rezultat istraživanja pomoću ankete

Temeljem analize ovog anketnog pitanja dolazise do tvrdnje kako ispitanici smatraju da turizam u općini Vinica nije dovoljno razvijen iz razloga što se 68 ispitanika (39,3%) izjasnilo da je on djelomično razvijen. Njih 61 (35,3%)stajališta je da je on nedovoljno razvijen, a 22 ispitanika (12,7%) stajališta je kako turizam u općini Vinica nije uopće razvijen. S druge strane, njih 18 (10,4%)ustvrdilo je kako je turizam općine Vinica dovoljno razvijen, a svega samo 4 ispitanika(2,3%) ustvrdila su kako je turizam općine Vinica potpuno razvijen.

#### 8. Da li znate da u Općini Vinica postoji čak 6 kurija i dvoraca?



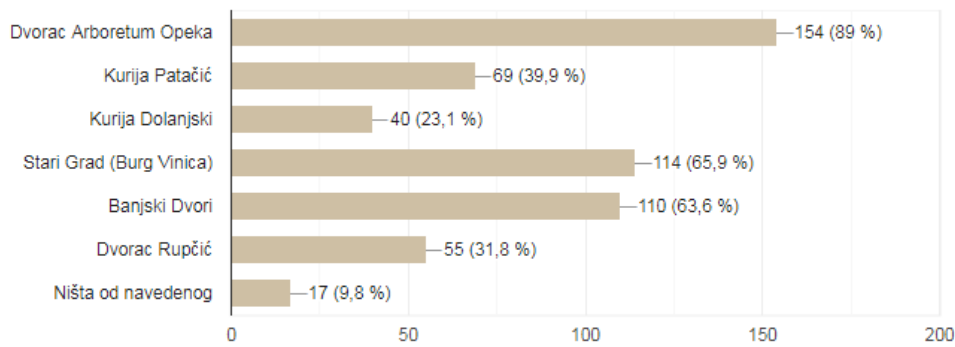
**Grafikon br.8 – Da li znate da u Općini Vinica postoji čak 6 kurija i dvoraca?**

Izvor: Autor; rezultat istraživanja pomoću ankete

Na 8. anketno pitanje 110 ispitanika (63,6%) odgovorilo je da ne zna da u općini Vinica postoje čak 6 kurija i dvoraca dok je s navedenom tvrdnjom upoznato 63 ispitanika (36,4%).



## 9. Za koje kurije i dvorce ste čuli u Općini Vinica?

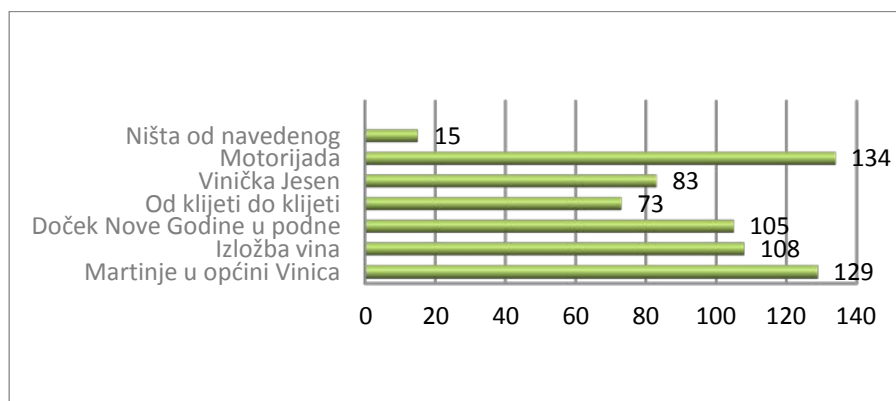


**Grafikon br.9– Za koje kurije i dvorce ste čuli u Općini Vinica?**

Izvor: Autor; rezultat istraživanja pomoću ankete

U ovome pitanju sa mogućnošću više odgovora, željelo se doći do spoznaje po kojim kurijama i dvorcima je ispitanicima prepoznatljiva turistička destinacija općine Vinica. Analizom odgovora iz ankete može se zaključiti kako je dvorac Arboretum Opeka apsolutno najpoznatiji dvorac u općini Vinica te ga prepoznaje 154 ispitanika odnosno 89% od ukupno 173 anketirana ispitanika. Vrlo prepoznatljivi je i Stari Grad (Burg Vinica) kojega prepoznaje 114 ispitanika (65,9%) i Banjski Dvori koje prepoznaje 110 ispitanika (63,6%). Od ostalih ponuđenih kurija i dvoraca, Kuriju Patačić prepoznalo je 69 ispitanika (39,9%), zatim Dvorac Rupčić kojega je prepoznalo 55 ispitanika(31,8%) i Kuriju Dolanjski koju prepoznaje 40 ispitanika (23,1%). Preostalih 15 ispitanika (9,8%)ne prepoznaju ni jednu kuriju ili dvorac na području turističke destinacije općine Vinica.

## 10. Da li ste čuli za koju od ispod navedenih manifestacija koje se održavaju u općini Vinica?

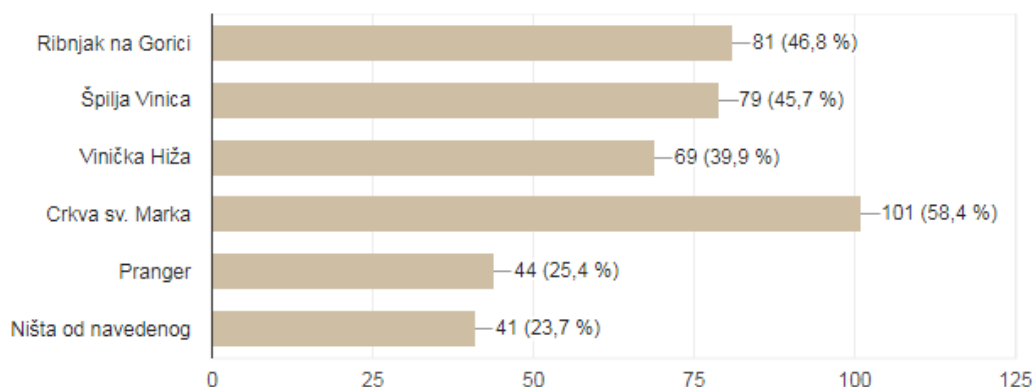


**Grafikon br.10 – Da li ste čuli za koju od ispod navedenih manifestacija koje se održavaju u općini Vinica?**

Izvor: Autor; rezultat istraživanja pomoću ankete

Na pitanje broj 10 bilo je više mogućih odgovora. Pomoću odgovora na to pitanje željelo se saznati po kojim manifestacijama je prepoznatljiva turistička destinacija općine Vinica. Analizom postavljenog pitanja dolazimo do zaključka kako je najprepoznatljivija manifestacija "Motorijada" koju prepoznaje 134 ispitanika (77%), nakon čega slijedi "Martinje u općini Vinica" koje prepoznaje 129 ispitanika, odnosno njih 74,6% . Gotovo izjednačene manifestacije su "Izložba vina" koju prepoznaje 108 ispitanika (62,4%) i "Doček Nove Godine u podne" koju prepoznaje 105 ispitanika, odnosno njih 60,7%. Od ostalih ponuđenih manifestacija, manifestaciju "Vinička Jesen" prepoznaje 83 ispitanika (48,9%) te manifestaciju "Od klijeti do klijeti" prepoznaje 73 ispitanika (42,2%), a 15 se ispitanika (8,7%) izjasnilo da ne prepoznaje niti jednu od ponuđenih manifestacija koje se održavaju na području općine Vinica.

### 11. Da li ste čuli za ostale atrakcije Općine Vinica?



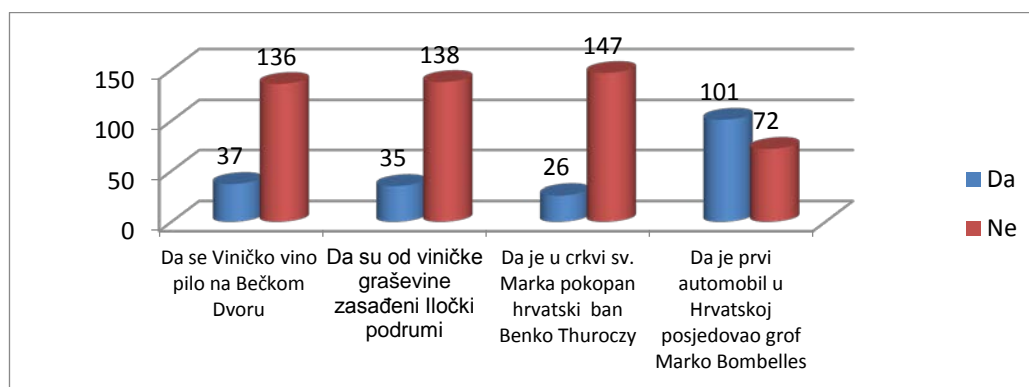
**Grafikonbr. 11 – Da li ste čuli za ostale atrakcije općine Vinica?**

Izvor: Autor; rezultat istraživanja pomoću ankete

Analizom odgovora na postavljeno pitanje vidljivo kako je 101 ispitanik (58,4%) od ostalih znamenitosti na području općine Vinica prepoznao "Crkvu sv. Marka", a nakon čega 81 ispitanik (46,8%) prepoznaje atrakciju "Ribnjak na Gorici" i "Špilju Vinica" koju prepoznaje 79 ispitanika (45,7%). Od ostalih ponuđenih atrakcija na području općine Vinica njih 69 ispitanika (39,9%) prepoznaju "Viničkuhižu" te 44 ispitanika (25,4%) prepoznaju

atrakciju "Pranger". Iz ankete je također vidljivo kako 41 ispitanik (23,7%) nije čuo niti za jednu ponuđenu atrakciju na području općine Vinica.

## 12. Jeste li znali?



**Grafikon12 – Jeste li znali?**

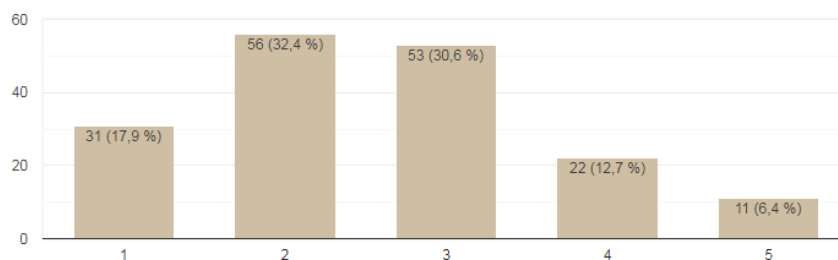
Izvor: Autor; rezultat istraživanja pomoću ankete

U ovome pitanju sa četiri potpitanja ponuđenih odgovorada i ne, pokušava se doznati koliko su ispitanici upoznati sa tvrdnjama "Da se viničko vino pilo na Bečkom Dvoru"; "Da su od viničke graševine zasađeni Iločki podrumi": "Da je u Crkvi sv. Marka pokopan hrvatski ban BenkoThuroczy" i "Da je prvi automobil u Hrvatskoj posjedovao grof Marko Bombelles". Analizom odgovora na postavljena pitanja dolazi se do spoznaje kako 136 ispitanika nije upoznato s time da se viničko vino pilo na Bečkom Dvoru, dok je sa navedenom spoznajom upoznato 37 ispitanika. Dalje dolazimo do spoznaje da 138 ispitanika nije upoznato da su od viničke graševine zasađeni Iločki podrumi, a istu spoznaju prepoznaje 35 ispitanika. Također 147 ispitanika nije upoznato sa tvrdnjom da je u Crkvi sv. Marka evanđeliste pokopan hrvatski ban BenkoThuroczy, a dok 26 ispitanika tvrdi kako znaju za navedenu spoznaju. Postavljenim pod pitanjem da je prvi automobil u Hrvatskoj posjedovao grof Marko Bombelles dolazi se do saznanja kako je navedenu tvrdnju znalo 101 ispitanik, a 72 ispitanika nisu upoznata s navedenom tvrdnjom. Sveobuhvatnom analizom dobivenih odgovora zaključuje se su ispitanici loše upoznati s tvrdnjama iz ovog pitanja.

## 13. Koliko ste upoznati sa kulturnom i turističkom ponudom općine Vinica?

Ovo pitanje je zamišljeno na način da ispitanici na temelju dosadašnjih pitanja u anketi pomoću Likretove ljestvice (od 1 do 5) prema vlastitom mišljenju ocijene tvrdnju koliko su upoznati sa kulturnom i turističkom ponudom Općine Vinica. Ispitanici su prilikom

ispunjavanje ankete mogli zaokružiti jedan broj uz koji su bile istaknute sljedeće tvrdnje: 1- uopće nisam upoznat, 2- nedovoljno, 3- djelomično, 4- dovoljno, 5- potpuno.

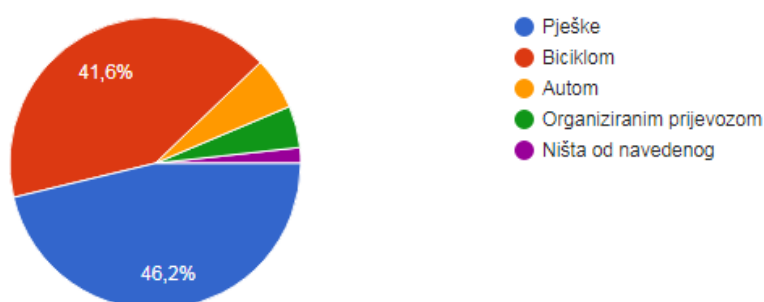


**Grafikonbr. 13– Koliko ste upoznati sa kulturnom i turističkom ponudom općine Vinica?**

Izvor: Autor; rezultat istraživanja pomoću ankete

Temeljem analize grafikona koji prikazuje u kojoj mjeri su ispitanici upoznati sa kulturnom i turističkom ponudom općine Vinica vidljivo je da je najveći broj ispitanika, njih 56 (32,4%) nedovoljno upoznato s kulturnom i turističkom ponudom općine Vinica, nakon čega slijedi 53 ispitanika (30,6%) koji su djelomično upoznati i 31 ispitanik (17,9%) koji uopće nisu upoznati s kulturnom i turističkom ponudom općine Vinica. Daljnjom analizom ankete vidljivo je kako je 22 ispitanika (12,7%) dovoljno upoznato, a samo 11 ispitanika (6,4%) je potpuno upoznato s kulturnom i turističkom ponudom općine Vinica.

#### 14. Kako biste voljeli razgledati viničke znamenitosti



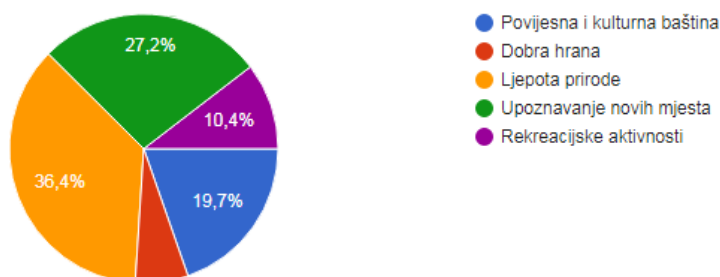
**Grafikonbr. 14– Kako biste voljeli razgledati Viničke znamenitosti**

Izvor: Autor; rezultat istraživanja pomoću ankete

U ovom pitanju pokušavamo doći do odgovora kako potencijalni turisti žele razgledati razgledativiničke znamenitosti. Analizom dobivenih odgovora dolazi do umalo jednake podjele među ispitanicima koji bi znamenitosti voljeli pogledati pješke i onih koji bi voljeli

iste običi biciklom. Blagu prednost od 80 ispitanika (46,2%) znamenitosti bi voljelo obilaziti pješke, a njih 72 (41,6%) iste znamenitosti voljelo bi obilaziti biciklom. Njih 10 ispitanika (5,8%) znamenitosti bi voljelo obilaziti automobilom, 8 ispitanika (4,6%) organiziranim prijevozom, a 3 ispitanika (1,7%) znamenitosti bi voljeli obilaziti na neki drugi način koji nije naveden u mogućim odgovorima.

### 15. Koji su Vaši motivi odlaska u određenu turističku destinaciju na kontinentu?



**Grafikonbr. 15 – Koji su Vaši motivi odlaska u određenu turističku destinaciju na kontinentu?**

Izvor: Autor; rezultat istraživanja pomoću ankete

Kod odabira kontinentalne turističke destinacije koju ispitanici planiraju posjetiti, glavni motiv posjeta je ljepota prirode za koju se odlučilo 63 ispitanika (36,4%). Nakon ljepote prirode, glavni motiv odlaska je upoznavanje novih mjesta za koje se odlučilo 47 ispitanika (27,2%). Na trećem mjestu nalazi se povijesna i kulturna baština koju bira 34 ispitanika (19,7%), a za njima slijede rekreacijske aktivnosti koje su bitne 18 ispitanika (10,4%). Na posljednjem mjestu nalazi se odabir dobre hrane za koju se odlučilo 11 ispitanika (6,4%).

### 16. Znamenitosti kao potencijal privlačenja turista

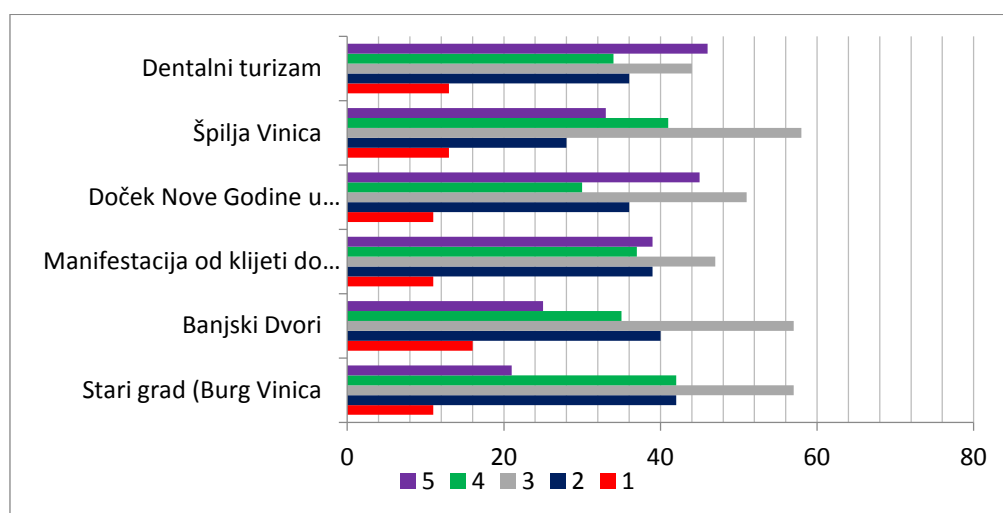
Navedeno pitanje je zamišljeno na način da ispitanici na temelju ponuđenih znamenitosti u anketi pomoću Likretove ljestvice (od 1 do 5) prema vlastitom mišljenju ocjene svaku ponuđenu znamenitost kao potencijal privlačenja turista. Ocjena 1 najmanja moguća ocjena, a ocjena 5 je najveća moguća ocjena. Ispitanicima je ponuđeno: "Stari Grad (Burg Vinica)", "Banjski Dvori", "Manifestacija od klijeti do klijeti", "Doček Nove Godine u podne", "Špilja Vinica" i "Dentalni turizam".

	1	2	3	4	5	Prosječna ocjena
Dentalni turizam	13	36	44	34	46	3,60
Špilja Vinica	13	28	58	41	33	3,30
Doček Nove Godine u podne	11	36	51	30	45	3,36
Manifestacija od klijeti do klijeti	11	39	47	37	39	3,31
Banjski Dvori	16	40	57	35	25	3,12
Stari Grad (Burg Vinica)	11	42	57	21	21	3,08

**Tablica br. 5 -Znamenitosti kao potencijal privlačenja turista**

Izvor: Autor; rezultat istraživanja pomoću ankete

Analizom pitanja koju smo proveli na način da je za svaku znamenitost za koju autor želi saznati koliki je potencijal privlačenja turista uzeta srednja ocjena, pa je potom napravljena međusobna usporedba između navedenih znamenitosti. Najvišu prosječnu ocjenu u iznosu od 3,60 dodijeljena je dentalnom turizmu, nakon čega slijedi manifestacija "Doček Nove godine u podne" sa prosječnom ocjenom 3,36. S vrlo malim neznatnim postotkom na trećem mjestu se našla nova manifestacija "Od kljete do kljete" koja se samo dvije godine održava na Vinici sa prosječnom ocjenom 3,31, a dok ju slijedi "Špilja Vinica" sa prosječnom ocjenom 3,30. "Stari Grad (Burg Vinica)" dobio je prosječnu ocjenu 3,12, a na posljednjem mjestu kao potencijal privlačenja turista stoje "Banjski Dvori" sa prosječnom ocjenom 3,08.



**Grafikonbr. 16 – Znamenitosti kao potencijal privlačenja turista**

Izvor: Autor; rezultat istraživanja pomoću ankete

## 17. U slučaju da niste, da li biste posjetili navedene atrakcije ili manifestacije?

	Da	Ne	Već posjetio
Stari Grad (Burg Vinica)	100	6	67
Bajnski Dvori	97	18	58
Manifestaciju od klijeti do klijeti	122	36	15
Doček Nove Godine u podne	85	41	47
Špilja Vinica	127	8	38
Motorijada	55	25	89

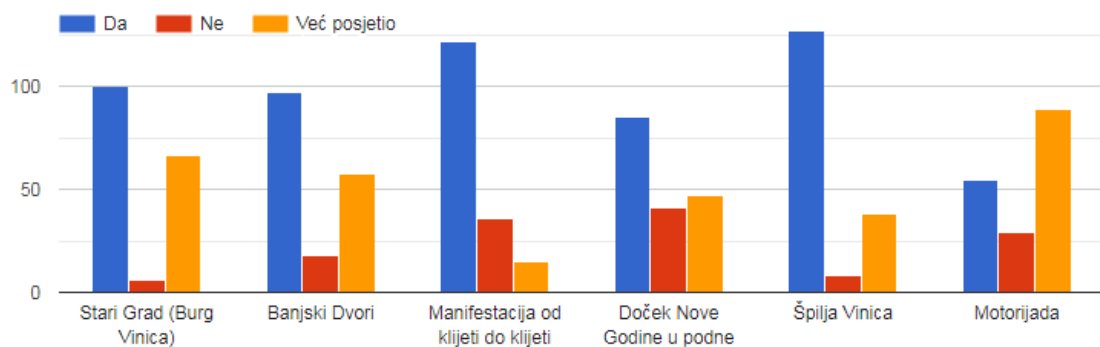
**Tablica br. 6 – U slučaju da niste, da li biste posjetili navedene atrakcije ili manifestacije**

Izvor: Autor; rezultat istraživanja pomoću ankete

U ovome pitanju željelo se saznati koje su to atrakcije ili manifestacije koje bi ispitanici voljeli posjetiti na području općine Vinica ili su ih već posjetili, a autor ih smatra kao vrlo važan potencijal privlačenja turista.

Usporednom analizom tablice i grafikona vidljivo je kako bi najviše ispitanika (njih 127) željelo posjetiti "Špilju Vinica", dok je 38 ispitanika istu već posjetilo, a 8 ispitanika špilju nije voljno posjetiti. Nakon špilje popularnosti slijedi manifestacija "Od kljete do kljete" koju bi voljelo posjetiti 122 ispitanika, a dok je istu posjetilo već 15 ispitanika, a 36 ispitanika ista ne zanima. Na trećem mjestu nalazi se "Stari grad (Burg Vinica)" kojega bi voljelo posjetiti 100 ispitanika, 67 ih je već posjetilo, a 6 ispitanika isti nije voljno posjetiti. Nakon toga nam slijede "Bajnski Dvori" koje je bi željeli posjetiti 97 ispitanika, 58 ih je već posjetilo, a 18 ispitanika nisu izrazili želju da ih posjete. Manifestacija "Doček Nove Godine u podne" našla se na preposljednjem mjestu, a istu bi željelo posjetiti 85 ispitanika, 47 ju je već posjetilo, a 41 ispitanik nije iskazao želju da sudjeluje na manifestaciji. Na posljednjem mjestu se pronašla "Motorijada" s 55 ispitanika koji bi voljeli posjetiti, 89 koji su je već posjetili i 25 koji je ne bi voljeli posjetiti.





**Grafikon br.17 – U slučaju da niste, da li biste posjetili navedene atrakcije ili manifestacije**

Izvor: Autor; rezultat istraživanja pomoću ankete

### 18. Koliko ste upoznati sa znamenitostima koje se nalaze unutar parka Arboretum Opeka

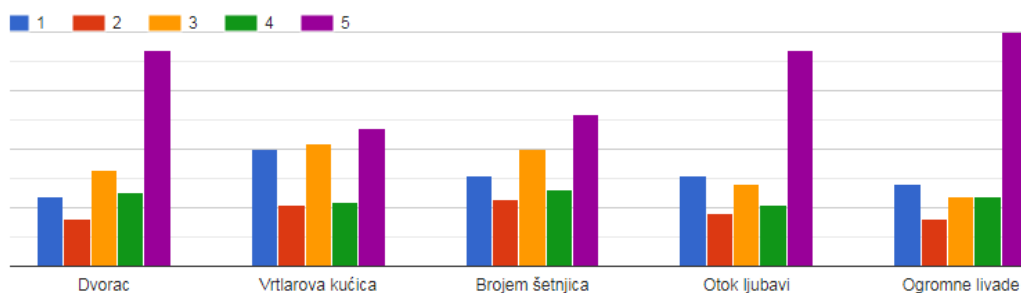
Navedeno pitanje zamišljeno je na način da se ispitanici u anketi pomoću Likretove ljestvice (od 1 do 5) prema vlastitom mišljenju, ocjenom od 1 do 5, izjasne koliko su upoznati sa znamenitostima koje se nalaze unutar parka Arboretum Opeka. Pa je tako ispitanicima u anketi ponuđeno da ocijene dvorac, vrtlarovu kućicu, šetnice, livade i "Otok ljubavi".

	1	2	3	4	5	Prosječna ocjena
Dvorac	24	16	33	25	74	3,61
Vrtlarova kućica	40	21	42	22	47	3,06
Brojem šetnjica	31	23	40	26	52	3,24
Otok ljubavi	31	18	28	21	74	3,49
Ogromne livade	28	16	24	24	80	3,63

**Tablica br. 7- Koliko ste upoznati sa znamenitostima koje se nalaze unutar parka Arboretum Opeka**

Izvor: Autor; rezultat istraživanja pomoću ankete

Pogledom na Grafikon19, vidljivo je kako je velik broj ispitanika sve ponuđene znamenitosti ocijenio ocjenom odličan, te da je upoznat sa navedenim znamenitostima. Ako za svaku znamenitost uzmemo prosječnu ocjenu najveću ocjenu su dobile ogromne livade sa prosječnom ocjenom 3,63, a dok ih uz malu nezatnu razliku slijedi dvorac sa prosječnom ocjenom 3,61. Nakon toga slijedi "Otok ljubavi" sa prosječnom ocjenom 3,49. Broj šetnicaje sa prosječnom ocjenom od 3,24 na pretposljednem mjestu, a na posljednjem mjestu nalazi se vrtlarova kućica sa prosječnom ocjenom 3,06.

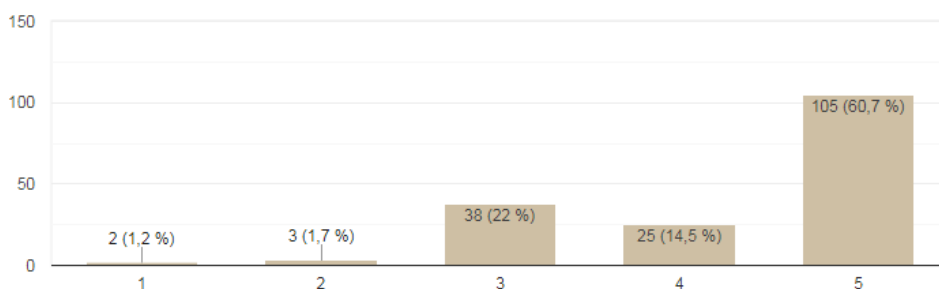


**Grafikonbr. 18 – Koliko ste upoznati s znamenitostima koje se nalaze unutar parka Arboretum Opeka**

Izvor: Autor; rezultat istraživanja pomoću ankete

### 19. Arboretom Opeka je najznačajnija turistička destinacija Općine Vinica?

Ovo pitanje je zamišljeno na način da ispitanici na temelju vlastitog mišljenja pomoću Likretove ljestvice (od 1 do 5) prema vlastitom mišljenju, ocjenom od 1 do 5, potvrde ili negiraju tvrdnju da je Arboretum Opeka najznačajnija turistička destinacija općine Vinica.

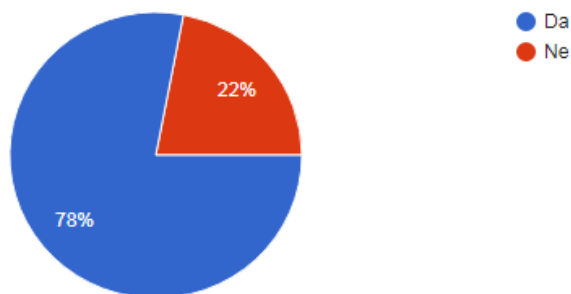


**Grafikonbr. 19 – Arboretum Opeka je najznačajnija turistička destinacija Općine Vinica**

Izvor: Autor; rezultat istraživanja pomoću ankete

Pogledamo li Grafikonbroj 18 vidljivo je da je čak 105 ispitanika (60,7%) od ukupno 173 ispitanika koji su sudjelovali u anketi, navedenu tvrdnju označilo ocjenom odlično te se u potpunosti slažu kako je Arboretum Opeka najznačajnija turistička destinacija općine Vinica. Zatim slijedi 38 ispitanika (22%) koji su navedenu tvrdnju ocijenili ocjenom dobar, dok je 25 ispitanika (14,5%) ocjenom vrlo dobar potvrdilo da se slažu da je Arboretum Opeka najznačajnija turistička destinacija. Navedenu tvrdnju 3 ispitanika (1,7%) ocijenilo je ocjenom dovoljan, a samo 2 ispitanika (1,2%) u potpunosti negira ovu tvrdnju i smatra da Arboretum Opeka nije najznačajnija turistička destinacija općine Vinica.

## 20. Jeste li ikada posjetili park Arboretum Opeka?

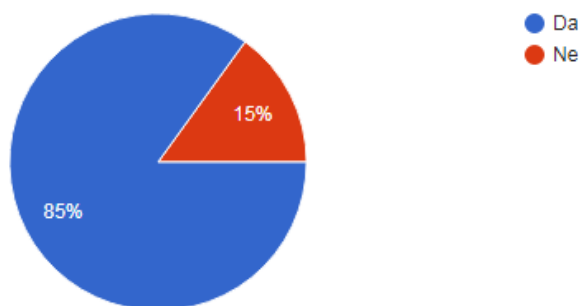


**Grafikonbr. 20 – Jeste li ikada posjetili park Arboretum Opeka?**

Izvor: Autor; rezultat istraživanja pomoću ankete

Ovim pitanjem pokušalo su utvrditi koliko je ispitanika posjetilo park Arboretum Opeka. Analizom dobivenih odgovora (~~na iznenađenje autora~~) vidljivo je kako je 135 ispitanika (78%) posjetilo park Arboretum Opeka, a 38 ispitanika (22%) nikad nije posjetilo park Arboretum Opeka.

## 21. Da li znate gdje se nalazi park Arboretum Opeka?

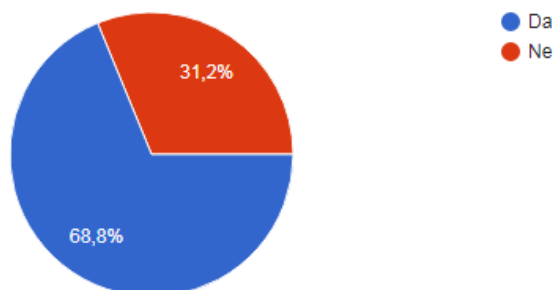


**Grafikonbr. 21 – Da li znate gdje se nalazi park Arboretum Opeka**

Izvor: Autor; rezultat istraživanja pomoću ankete

Na postavljeno pitanje se 147 ispitanika (85%) izjasnilo da znade gdje je smješten park Arboretum Opeka dok 26 ispitanika (15%) nije upoznato gdje se nalazi park Arboretum Opeka.

**22. Jeste li znali da je Arboretum Opeka najznačajniji i najbogatiji u Hrvatskoj, a na teritoriju Arboretuma postoji više od 800 različitih vrsta drveća, grmlja, povijuša i cvijeća?**



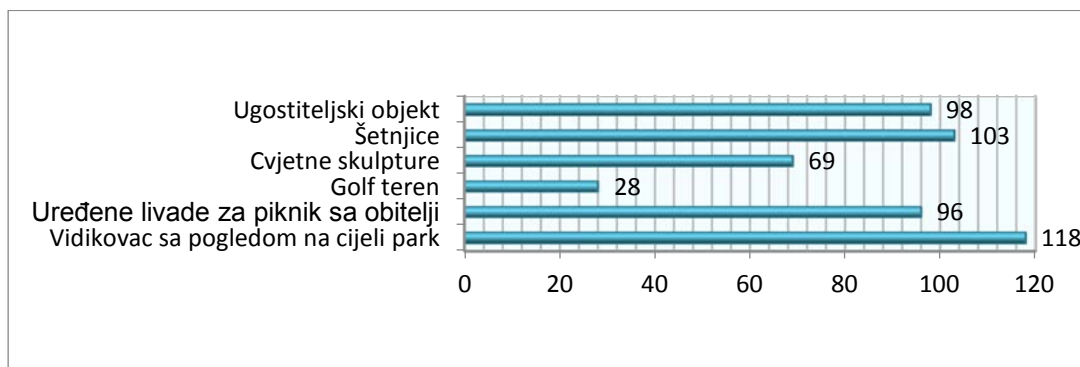
**Grafikon br.22 - Jeste li znali da je Arboretum Opeka najznačajniji i najbogatiji u Hrvatskoj, a na teritoriju Arboretuma postoji više od 800 različitih vrsta drveća, grmlja, povijuša i cvijeća?**

Izvor: Autor; rezultat istraživanja pomoću ankete

Uvidom u anketu 119 ispitanika (68,8%) tvrdi kako su upoznati da na teritoriju Arboretuma postoji više od 800 različitih vrsta drveća, grmlja, povijuša i cvijeća, dok 54 ispitanika(31,2%) nije upoznato s navedenom tvrdnjom.

**23. Koji novi sadržaj uz dvorac biste voljeli da se sagradi u parku Arboretum Opeka?**

Temeljem ponuđenih odgovora sa mogućnošću više odgovora, željelo se saznati koji dodatni sadržaj bi ispitanici voljeli da se sagradi u Arboretumu Opeka. Na izbor im je bio ponuđeni slijedeći sadržaj: "vidikovac s pogledom na cijeli park"; "uređene livade za piknik sa obitelji"; "golf teren"; "cvjetne skulpture"; "šetnice" i "ugostiteljski objekt".



**Grafikonbr. 23 – Koji novi sadržaj biste voljeli da se sagradi u parku Arboretum Opeka**

Izvor: Autor; rezultat istraživanja pomoću ankete

Na temelju dobivenih odgovora zaključuje se da bi ispitanicima najzanimljiviji bio vidikovac jer su se za njega odlučila 118 ispitanika (68,2%). Tri sadržaja vodila su gotovo izjednačenu borbu u kojoj je sa 103 glasa (59,9%) drugo mjesto osvojio sadržaj šetnice, treće mjesto sadržaj ugostiteljski objekt sa 98 glasova (57%), a četvrto mjesto prema broju glasova drži sadržaj uređene livade sa 96 zainteresiranih ispitanika (55,5%). Cvjetne skulpture voljelo bi vidjeti 69 ispitanika (39,9%), a sadržaj golf terena zanimalo bi 28 ispitanika (16,2%).

#### **24. Predloži sadržaj koji bi se odlično uklopio u park Arboretum Opeka (neobavezan odgovor)**

U pitanju otvorenog tipa namjera autora je da čuje ideje ispitanika koje bi se odlično uklopile u park Arboretum Opeka i s kojim bi se privukli novi turisti. Upisivanje odgovora na ovo postavljeno pitanje nije bilo obavezno, a na njega je odgovorilo 47 ispitanika te se unastavku donosi tablica najzanimljivijih odgovora i tablica analize ukupnih odgovora.

<b>Spoj vidikovca sa ugostiteljskim obrtom, odnosno malenu terasu na povišenom s pogledom na park na kojoj bi se moglo uživati s prijateljima i obitelji.</b>
<b>Kampiranje sa šatorima i kino pod zvijezdama.</b>
<b>Slastičarna sa terasom izrađena od drveta koja bi pružala izvrstan pogled na dvorac i park, a radno vrijeme bi bilo samo vikendom.</b>
<b>Igrokaz ili filharmonijski koncerti na otvorenom, slično baroknim večerima.</b>
<b>Ograđeni pašnjak s domaćim životinjama.</b>
<b>Više manifestacija u parku poput kina na otvorenom, zimskih igara natjecateljskog duha, advent u parku, kupanje u bazenu, piknici i slično</b>
<b>Povijesni festival, "malo kazaliste" na otvorenom s crticama iz povijesti Vinice, organizacija kostimiranog turističkog vodiča koji "priča priču mjesta" umjesto standardnog suhoparnog razgledavanja, autentična ugostiteljska ponuda</b>
<b>Muzej starog namjestaja i odjece u dvorcu tog razdoblja</b>
<b>Obilazak Arboretuma pod stručnim vodstvom, povijest Arboretuma.</b>
<b>Kućica, za prodaju domaćih proizvoda i ručnih radova( kreme od bilja, ulja, vino, sirevi..)</b>
<b>Ne treba nužno novi sadržaj, već renoviranje oronulog dvorca.</b>

**Tablica br. 8 - Najzanimljiviji odgovori za sadržaj koji bi se uklopio u park Arboretum Opeka**

Izvor: Autor; rezultat istraživanja pomoću ankete

Kako bi se lakše provela analiza rezultata ankete, autor je pitanja na temelju dobivenih odgovora u anketi podijelio na dvanaest najčešćih prijedloga sadržaja, od koji će se spomenuti samo prva tri sadržaja, dok se ostali mogu vidjeti u tablici.

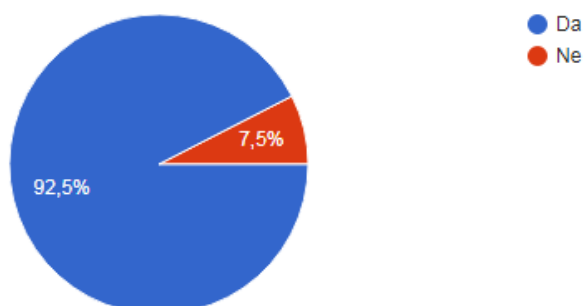
Red broj:	Sadržaj:	Broj prijedloga:
1.	Zabavni sadržaj poput kazališta, kina, koncerata i sl.	9
2.	Ugostiteljski objekt	8
3.	Uređenje bazena	7
4.	Suvenirnica	4
5.	Sportski kamp	4
6.	Uređenje kompletnog parka	4
7.	Dječje igralište	4
8.	Predavaonice o bilju i sadržaju parka	3
9.	Pašnjak sa životinjama i jahanje	2
10.	Cvjetne skulpture	2
11.	Vidikovac	2
12.	Seoske igre	1

**Tablica br. 9 – Prijedlog sadržaja koji bi se uklopio u park Arboretum Opeka**

Izvor: Autor; rezultat istraživanja pomoću ankete

Prema broju prijedloga na prvom mjestu nalazi se zabavni sadržaj poput održavanja kazališnih predstava, kina na otvorenom, koncerata i sl., za što se izjasnilo 9 ispitanika. Nakon toga, 8 ispitanika voljelo bi se osvježiti u nekoj vrsti ugostiteljskog objekta, a dok je 7 ispitanika da se obnovi ili dogradi postojeći bazen u sklopu Arboretuma Opeke.

#### **25. Da li biste voljeli u Arboretumu Opeka kupiti domaće proizvode izrađene od domaćih OPG proizvođača?**

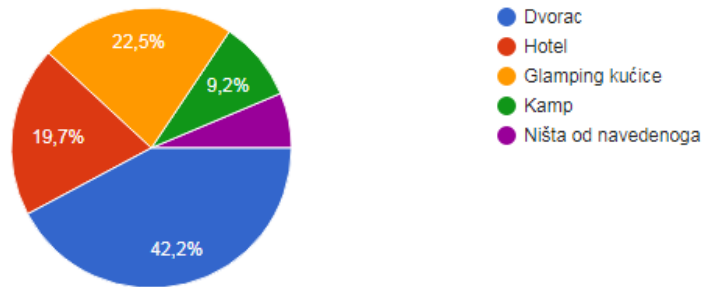


**Grafikonbr. 24 - Da li biste voljeli u Arboretumu Opeka kupiti domaće proizvode izrađene od domaćih OPG proizvođača**

Izvor: Autor; rezultat istraživanja pomoću ankete

Ovo pitanje je potvrdilo sveopći trend kako se sve više kupci okreću domaćim i zdravim proizvodima koje su proizveli mali OPG proizvođači u svojem dvorištu. Analizom odgovora na ovo anketno pitanje vidljivo je da bi čak 160 ispitanika (92,5%) voljelo u sklopu parka Arboretum Opeka kupiti domaće proizvode, a dok samo njih 13 (7,5%) ne bi kupio domaće OPG proizvode.

## 26. U kakvom smještaju biste voljeli prenoćiti unutar parka Arboretum Opeka?



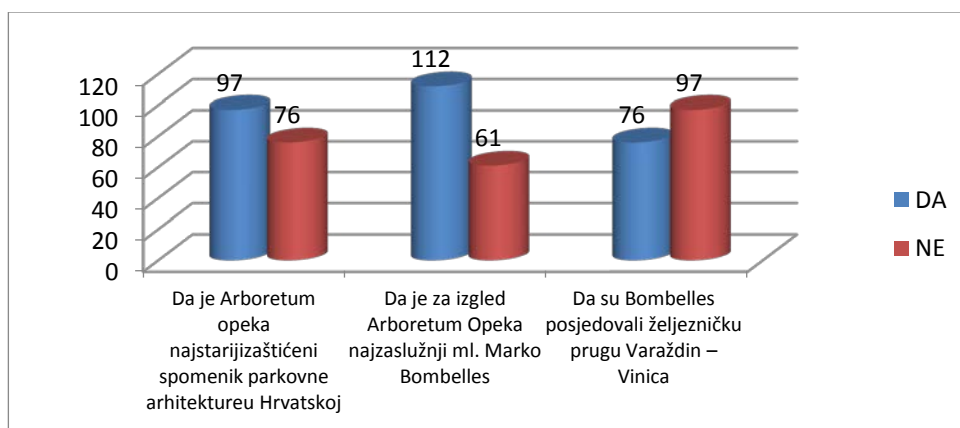
**Grafikonbr. 25- U kakvom smještaju biste voljeli prenoćiti unutar parka Arboretum Opeka?**

Izvor: Autor; rezultat istraživanja pomoću ankete

U parku Arboretum Opeka ima mnoštvo potencijala za smještajne kapacitete pa je autor na temelju predloženih smještajnih objekata želio saznati u kakvoj vrsti objekta bi ispitanici voljeli prenoćiti. Kako je i pretpostavljano, najviše ispitanika iz ankete, njih 73 (42,2%) voljelo bi prenoćiti u samom dvorcu. Na drugom mjestu nalazi se relativno noviji tip smještaja tzv. *Glamping kućice* u kojima bi voljelo prenoćiti 39 ispitanika (22,5%), a nakon čega slijedi hotel u kojem bi voljelo prenoćiti 34 ispitanika (19,7%). 16 ispitanika (9,2%) voljelo bi prenoćiti u kampu, a 11 ispitanika (6,4%) nije svidio ni jedan ponuđeni smještajni kapacitet.



## 27. Jeste li ovo znali o Arboretumu Opeka:



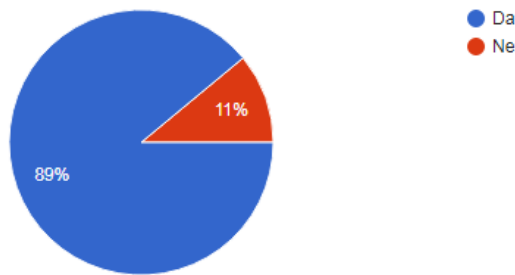
**Grafikon br.26 - Jeste li ovo znali o Arboretumu Opeka**

Izvor: Autor; rezultat istraživanja pomoću ankete

Analizom odgovora na ovo pitanje dolazi se do saznanja u kojoj mjeri su ispitanici upoznati s nekim povezanostima koje se tiču parka Arboretum Opeka. Najviše ispitanika, njih 112 upoznato je da je za izgled Arboretum Opeka najzaslužniji ml. Marko Bombelles, dok s navedenim nije upoznati 61 ispitanik. Da je Arboretum Opeka najstariji zaštićeni spomenik parkovne arhitekture u Hrvatskoj upoznat je 97 ispitanik, a 76 ispitanika tvrdi da nije čulo za navedenu tvrdnju. Zanimljivost na kojoj bi trebalo više poraditi je ta da su Bombellesi posjedovali željezničku prugu Varaždin – Vinica, a što nije znalo 97 ispitanika, a dok njih 76 tvrdi da su upoznati s navedenim.

## 28. Da li biste konzumirali hranu u restoranu koji bi Vas izgledom, pripremom i serviranjem hrane vratio u 19. st. ?

Pitanjem da li biste konzumirali hranu u restoranu koji bi Vas izgledom, pripremom i serviranjem hrane vratio u 19. st. došlo se do odgovora kako bi se čak 154 ispitanika (89%) voljelo vratiti u 19. st. te upoznati stare i zaboravljene okuse, a dok se 19 ispitanika (11%) izjasnilo kako to ne bi voljelo.

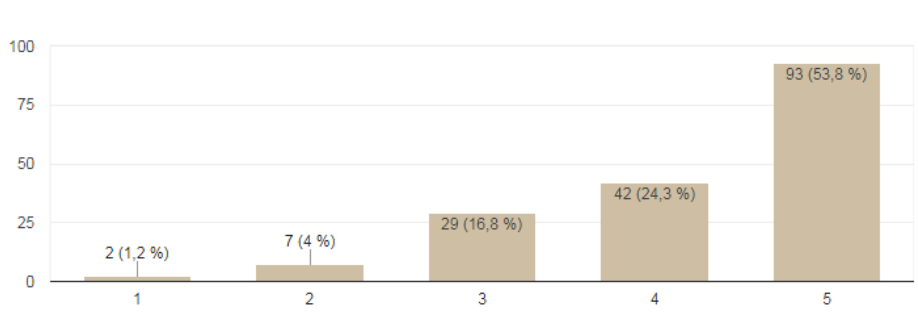


**Grafikonbr. 27 - Da li biste konzumirali hranu u restoranu koji bi Vas izgledom, pripremom i serviranjem hrane vratilo u 19. st.**

Izvor: Autor; rezultat istraživanja pomoću ankete

**29. Kako vam se sviđa da u perivoju parka Arboretum Opeka možete iskušati život 19. st. kroz uloge plemića, sluge, konjušara i slično?**

Kada se pogledaju rezultati dobivenih odgovora prikazanih u Grafikonu ispod, može se zaključiti da se ispitanicima sviđa ideja da se vrate u 19. st. te da obuku kostime plemića, sluge, konjušara i sl. i da dožive 19. st. na neki drugi način. Navedeno pitanje ispitano je na temelju Likretove ljestvice (od 1 do 5) prema vlastitom mišljenju ispitanika, s tim da je ocjena 1 najmanja moguća ocjena, a ocjena 5 je najveća moguća ocjena.



**Grafikonbr. 28 - Kako vam se sviđa da u perivoju parka Arboretum Opeka možete iskušati život 19. st., kroz uloge plemića, sluge, konjušara i slično?**

Izvor: Autor; rezultat istraživanja pomoću ankete

Analizom Grafikona utvrđeno je da se čak 93 (53,8%) ispitanika u potpunosti sviđa ideja da se vrate u 19. st. i ocijenili su je ocjenom odličan. Ocjenom vrlo dobar navedenu ideju podržalo je 42 ispitanika (24,3%), dok je 29 ispitanika (16,8%) ideju podržalo sa ocjenom dobar. Navedenu ideju nije podržalo 7 ispitanika (4%) koji su istu ocijenili ocjenom dovoljan, a samo 2 ispitanika (1,2%) navedena se ideja ne sviđa u potpunosti.

## **5.5. Ograničenja istraživanja**

Istraživanje provedeno na uzorku od samo 173 ispitanika, a od kojih 99 ispitanika dolazi iz Varaždinske županije i 39 ispitanika iz Općine Vinica, smatra se da je isto utjecalo na dobivene rezultate ispitivanja. Također, u anketi je sudjelovalo 116 ispitanika ženske populacije, a što je dvostruko više od muške populacije kojih je u anketi sudjelovalo 57, a što se također smatra ograničenjem istraživanja.

Smatra se kako je i veličina samog anketnog upitnika bila jedan od ograničenja istraživanja iz razloga što je za popunjavanje, tj. odgovaranje na 29 anketnih pitanja tražilo odvajanje dosta vremena. Neka pitanja u sebi sadrže potpitanja što iziskuje dodatno trošenje vremena, a možda i ometanje koncentracije pa su neki ispitanici na pitanja odgovarali na način da su davali odgovore onako kako im se činilo najlogičnije kao odgovor na trenutno pitanje.

## 6. ZAKLJUČAK

Prema podacima eVisitor Republiku Hrvatsku je u 2019. god. posjetilo gotovo 21 milijun turista, što je 5% više nego 2018. god., a ostvareno je 108,6 milijuna noćenja ili 2,4 % više. U ukupnim dolascima i noćenjima u 2019. god. su više od 90 posto činili strani turisti, kojih je došlo 18,2 milijuna ili 4,4% više nego u 2018., a porast od 1,7 posto ostvarili su i sa gotovo 95 milijuna noćenja. Prema podacima Hrvatske narodne banke, u prvih devet mjeseci 2019. godine prihodi od stranih turista su iznosili devet milijardi i 447 milijuna eura, što u odnosu na isto razdoblje prošle godine (osam milijardi i 678 milijuna eura) predstavlja rast od devet posto, odnosno 769 milijuna eura. Tim podacima dolazimo do podatka da čak 18,00 posto BDP-a Republike Hrvatske dolazi od turizma i čini je glavnom sastavnicom BDP-a. Također prema podacima eVisitora u 2019 god. u Varaždinskoj županji zabilježeno je 81688 dolazaka i 187755 noćenja turista, a ukupnom broju noćenja kontinentalan hrvatska, ako izuzmemo grad Zagreb ima samo 2,2 % udjela u ukupnom prometu, čime bi mogli zaključiti kako kontinentalni turizma na području Republike Hrvatske kao i Općine Vinica nije razvijen u dovoljnoj mjeri, a nedvojbeno ima mjesta za daljnji napredak.

Cilj ovog rada je bio saznati koliko su turisti upoznati sa turističkom destinacijom Općina Vinica, te njezinim atrakcijama unutar turističke ponude sa naglaskom na park arboretum Opeka. Također željelo se saznati što najviše turiste privlači u turističku destinaciju općine Vinica i koji novi sadržaj bi voljeli vidjeti u ponudi turističke ponude.

Turistička destinacija općine Vinica zbog svojeg geografskog položaja, povijesnog razvitka, nedvojbeno je turistički atraktivno mjesto koje je dugi niz godina bilo zanemarivano i nije se vodila pretjerana briga oko razvijanja. Zbog svoje atraktivnosti potrebno je samo malo vizije, ideje i promidžbe kako bi se privukli novi turisti i novi ulagači, koji su spremni investirati u nove turističke kapacitete na području turističke destinacije te njezinog pozicioniranja i brendiranja na svjetskoj karti turizma.

U cijeli projekt oživljavanja turizma na području općine Vinica trebalo bi se svim naporima uključiti lokalno vodstvo koji bi trebali angažirati stručnjake za izradu idejnih suvremenih projekata u turizmu za atrakcije na području destinacije, sa kojima bi se lakše mogli pronaći potencijalni investitori spremni ulagati u nove kapacitete.

Veliku ulogu u daljnjem razvijanju turizma odigrala je pandemija COVID – 19, koja je vrlo uzdrmala kartu turizma u svijetu te će se nakon ove pandemije graditi neka nova karta turističkih ponuda i trendova u čemu nedvojbeno turistička destinacija Vinice ima velikih potencijal da se istakne kao predvodnik u osmišljavanju sigurne turističke destinacije sa ugradnjom suvremene tehnologije u nove kapacitete koja bi sprječavala širenja sličnih bolesti.

U Varaždinu, 07.07.2020. godine

Ivica Lazar

## 7. Literatura

1. Buble, M. (2009): *Menadžment*, Ekonomski fakultet Sveučilišta. Split, Republika Hrvatska.
2. Buble, M. et al. (2005): *Strateški menadžment*, Sinergija d.o.o., Zagreb, Republika Hrvatska.
3. Čavlek, N. et al. (2011): *Turizam: ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Školska knjiga. Zagreb, Republika Hrvatska.
4. Čavrak, V. et al. (2011): *Gospodarstvo Hrvatske*, Politička kultura. Zagreb, Republika Hrvatska.
5. Ćurić, K. (2010): Promišljanje razvoja ekoturizma i ekološke poljoprivrede, *Praktični menadžment: stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta*, 1(1), str. 98-100.
6. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (2015): Priopćenje broj 4.3.6/4, 25.veljače.2015., [Internet], raspoloživo na: [www.mint.hr/UserDocsImages/436\\_4\\_kongresi\\_skupovi.pdf](http://www.mint.hr/UserDocsImages/436_4_kongresi_skupovi.pdf),
7. Dulčić, A. (2000): Hrvatski turizam, tranzicija i globalni razvojni procesi, *Turizam 2/2000*. Zagreb, Republika Hrvatska.
8. Dulčić, A. (1991): *Turizam: načela razvoja i praksa*, Institut za turizam Zagreb. Zagreb, Republika Hrvatska.
9. Dulčić, A., Petrić, L. (2001): *Upravljanje razvojem turizma*, Mate. Zagreb, Republika Hrvatska.
10. Dyson, R. G., (2004): Strategic development and SWOT analysis at the University of Warwick, *European Journal of Operational Research*, Vol.(152), str. 632.
11. Filipić, P., Goić, S., Grčić, B., Šimunović, I. (2003): *Osnove gospodarskog razvitka grada Splita*, Ekonomski fakultet Split, Split, Republika Hrvatska.
12. Freyer, W. (1998): *Tourismus und die Fremdenverkehrsökonomie*, 6. Auflage, R. Oldenburg Verlag: München, Wien, Deutschland.
13. Geić, S. (2011): *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Sveučilište u Splitu. Split, Republika Hrvatska.
14. Geić, S. (2002): *Turizam i kulturno-civilizacijsko nasljeđe*, Sveučilište u Splitu. Split, Republika Hrvatska.
15. Gonan Božac, M. (2008): SWOT analiza i TOWS matrica – sličnosti i razlike, *Economic research - Ekonomska istraživanja*, 21(1), str. 19-34.

16. Gržinić, J., Bevanda, V. (2014): *Suvremeni trendovi u turizmu*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli. Pula, Republika Hrvatska.
17. Hitrec, T. (1995): Turistička destinacija, pojam, razvitak, koncept, *Turizam*, 3-4/1995, str. 43-52.
18. Magaš, D. (2003): *Management turističke organizacije i destinacije*, Fakultet za turistički i hotelski menadžment. Opatija, Republika Hrvatska.
19. Magaš, D. (2000): *Razvoj hrvatskog turizma: koncepcija dugoročnog razvoja*, Adamić. Rijeka, Republika Hrvatska.
20. Moutinho, L. (2005): *Strateški menadžment u turizmu*, Masmedia. Zagreb, Republika Hrvatska.
21. Petrić, L. (2011): *Upravljanje turističkom destinacijom*, Ekonomski fakultet Split. Split, Republika Hrvatska.
22. Pirjevec, B. (1998): *Ekonomska obilježja turizma*, Goldenmarketing. Zagreb, Republika Hrvatska.
23. Pirjevec, B., Kesar, O. (2002): *Počela turizma*, Mikrorad d.o.o.. Zagreb, Republika Hrvatska.
24. Rajko, M. (2013): *Institucionalni model razvoja ruralnog turizma na primjeru središnje Istre*, *OeconomicaJadertina*, 3(2), str. 50-62.
25. Stipanović, C. (2006): *Koncepcija i strategija razvoja u turizmu*, Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji. Opatija, Republika Hrvatska.
26. Vlada Republike Hrvatske (2013): Strategija razvoja turizma do 2020. godine, [Internet], raspoloživo na: <http://www.mint.hr/UserDocsImages/130426-Strategijaturizam-2020.pdf>
27. World Tourism Organization (2012): Global reportoffoodtourism, [Internet].Raspoloživo na: [cf.cdn.unwto.org/sites/all/.../global\\_report\\_on\\_food\\_tourism.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/.../global_report_on_food_tourism.pdf)

## POPIS SLIKA, GRAFIKONA I TABLICA

### POPIS SLIKA

Slika 1 – Predviđanja razvoja svjetskog turizma.....	7
Slika 2 – Ljudi u konceptu turističke destinacije.....	8
Slika 3 – Prikaz kulturnih dobra na području općine Vinica .....	22
Slika 4 – biljni svijet parka Arboretum Opeka .....	24
Slika 5 – Prikaz lokacija u Arboretumu Opeka .....	25
Slika 6 – Današnji devastirani izgled Dvorca Opeka.....	27
Slika 7 - 3D vizualizacija dvorca.....	28
Slika 8 – Stari grad (Burg Vinica).....	29
Slika 9 – Stari grad danas .....	30
Slika 10 –Maketa starog grada .....	31
Slika 11 – Kurija Patačić nekad.....	32
Slika 12 –Kurija Matachich-Dolansky .....	33
Slika 13 – Oslíkani zidovi kurije Patačić .....	34
Slika 14 – Dvorac danas .....	35
Slika 15 – Fotografija dvorca iz 1913. godine .....	36
Slika 16 – Razglednica Banjskih dvora.....	36
Slika 17 – Priroda ljetnikovca Banjski dvori.....	37
Slika 18 – Dvorac Rupčić.....	39
Slika 19 – Crkva sv. Marka .....	40
Slika 20 – prikaz strukture „Strategija razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine.“ .....	42
Slika 21 – prostorni plan Općine Vinica .....	46
Slika 22 – jedan od pogleda prema rubnim dijelovima Panonske nizine .....	47
Slika 23 – vizija dvoraca i kurija sa pogleda autora .....	49

### POPIS TABLICA

Tablica br. 1 – Međunarodni dolasci turista i ostvareni .....	6
Tablica 2 –Pregled uobičajenih vrsta prirodnih turističkih atrakcija.....	18
Tablica 3 – Pregled uobičajenih vrsta kulturno turističkih atrakcija .....	20
Tablica 4 – smještajni kapaciteti Općine Vinica.....	44
Tablica br. 5 -Znamenitosti kao potencijal privlačenja turista .....	63
Tablica br. 6 – U slučaju da niste, da li biste posjetili navedene atrakcije ili manifestacije.....	64
Tablica br. 7 - Koliko ste upoznati sa znamenitostima koje se nalaze unutar parka Arboretum Opeka	65
Tablica br. 8 - Najzanimljiviji odgovori za sadržaj koji bi se uklopio u park Arboretum Opeka .....	69
Tablica br. 9 – Prijedlog sadržaja koji bi se uklopio u park Arboretum Opeka .....	70



## **POPIS GRAFIKONA**

Grafikon br. 2 - Spol sudionika .....	53
Grafikon br. 3 - Starosna dob .....	53
Grafikon br. 4 - Stupanj obrazovanja .....	54
Grafikon br. 5 – Stupanj zaposlenja .....	55
Grafikon br. 6 – Mjesto prebivališta.....	55
Grafikon br. 7 – Na koji način ste saznali za turističku destinaciju općina Vinica? .....	56
Grafikon br. 8 – U kojoj mjeri je razvijen turizam Općine Vinica? .....	56
Grafikon br. 9 – Da li znate da u Općini Vinica postoji čak 6 kurija i dvoraca? .....	57
Grafikon br. 10 – Za koje kurije i dvorce ste čuli u Općini Vinica? .....	58
Grafikon br. 11 – Da li ste čuli za koju od ispod navedenih manifestacija koje se održavaju u općini Vinica? .....	58
Grafikon br. 12 – Da li ste čuli za ostale atrakcije općine Vinica? .....	59
Grafikon 13 – Jeste li znali?.....	60
Grafikon br. 14 – Koliko ste upoznati sa kulturnom i turističkom ponudom općine Vinica?.....	61
Grafikon br. 15 – Kako biste voljeli razgledati Viničke znamenitosti .....	61
Grafikon br. 16 – Koji su Vaši motivi odlaska u određenu turističku destinaciju na kontinentu?.....	62
Grafikon br. 17 – Znamenitosti kao potencijal privlačenja turista .....	63
Grafikon br. 18 – U slučaju da niste, da li biste posjetili navedene atrakcije ili manifestacije .....	65
Grafikon br. 19 – Koliko ste upoznati s znamenitostima koje se nalaze unutar parka Arboretum Opeka .....	66
Grafikon br. 20 – Arboretum Opeka je najznačajnija turistička destinacija Općine Vinica .....	66
Grafikon br. 21 – Jeste li ikada posjetili park Arboretum Opeka? .....	67
Grafikon br. 22 – Da li znate gdje se nalazi park Arboretum Opeka .....	67
Grafikon br. 23 - Jeste li znali da je Arboretum Opeka najznačajniji i najbogatiji u Hrvatskoj, a na teritoriju Arboretuma postoji više od 800 različitih vrsta drveća, grmlja, povijuša i cvijeća?.....	68
Grafikon br. 24 – Koji novi sadržaj biste voljeli da se sagradi u parku Arboretum Opeka.....	68
Grafikon br. 25 - Da li biste voljeli u Arboretumu Opeka kupiti domaće proizvode izrađene od domaćih OPG proizvođača.....	70
Grafikon br. 26 - U kakvom smještaju biste voljeli prenoćiti unutar parka Arboretum Opeka?.....	71
Grafikon br. 27 - Jeste li ovo znali o Arboretumu Opeka .....	72
Grafikon br. 28 - Da li bi ste konzumirali hranu u restoranu koji bi Vas izgledom, pripremom i serviranjem hrane vratilo u 19. st. ....	73
Grafikon br. 29 - Kako vam se sviđa da u perivoju parka Arboretum Opeka možete iskušati život 19. st., kroz uloge plemića, slugu, konjušara i slično? .....	73

## **PRILOG**

### **ANKETNI UPITNIK**

**1. Spol:**

- Muško
- Žensko

**2. Dob:**

- <18
- 18-30
- 31-50
- 51-70
- 70>

**3. Stupanj obrazovanja:**

- Osnovna
- SSS
- VŠS
- VSS
- DR.SC
- Ostalo

**4. Vaš trenutni status:**

- Učenik/ca
- Student/ica
- Zaposlen/a
- Nezaposlen/a
- Umirovljenik/ca
- Ostalo

**5. Mjesto prebivališta:**

- Općina Vinica
- Varaždinska Županija
- Ostali dijelovi Sjeverne Hrvatske
- Ostali dijelovi Republike Hrvatske
- Republika Slovenija
- Ostalo

**6. Kako ste saznali za turističku destinaciju Općina Vinica?**

- Preporuka
- Putem interneta
- Putem oglašavanja
- Ostalo
- Nikad čuli

**7. U kojoj mjeri je razvijen turizam Općine Vinica?**

**(zaokružite jedan broj, 1-uopće nije razvijen, 2- nedovoljno razvijen, 3- djelomično razvijen,4- dovoljno razvijen, 5-potpuno razvijen)**

1      2      3      4      5

**8. Dali znate da u Općini Vinica postoji čak 6 kurija i dvoraca?**

- Da
- Ne

**9. Za koje kurije i dvorce ste čuli u Općini Vinica? (moguće više odgovora)**

- Dvorac Arboretum Opeka
- Kurija Patačić
- Kurija Dolanjski
- Stari Grad (Burg Vinica)
- Banjski Dvori
- Dvorac Rupčić
- Ništa od navedenog

**10. Dali ste čuli za koju od ispod navedenih manifestacija koje se održavaju u Općini Vinica? (moguće više odgovora)**

- Martinje u Općini Vinica
- Izložba Vina
- Doček Nove Godine u podne
- Od klijeti do klijeti
- Vinička Jesen
- Motorjada
- Ništa od navedenoga

**11. Dali ste čuli za ostale atrakcije Općine Vinica? (moguće više odgovora)**

- Ribnjak na Gorici
- Špilja Vinica
- Vinička Hiža
- Crkva sv. Marka
- Pranger
- Ništa od navedenog

**12. Jeste li znali:**

- Da se Viničko vino pilo na Bečkom Dvoru da ne
- Da su od Viničke graševine zasađeni Iločki podrumi da ne
- Da je u crkvi sv. Marka pokopan hrvatski ban Benko Thuroczy da ne
- Da je prvi automobil u Hrvatskoj posjedovao grof Marko Bombelles da ne

**13. Koliko ste upoznati sa kulturnom i turističkom ponudom Općine Vinica?**

(zaokružite jedan broj, 1-uopće nisam upoznat, 2- nedovoljno, 3- djelomično, 4 - dovoljno, 5 - potpuno)

1 2 3 4 5

**14. Kako bi ste voljeli razgledati Viničke znamenitosti:**

- Pješke
- Biciklom
- Autom
- Organiziranim prijevozom
- Ništa od navedenog

**15. Koji su Vaši motivi odlaska u određenu turističku destinaciju na kontinentu:**

- Povijesna i kulturna baština
- Dobra hrana
- Ljepota prirode
- Upoznavanje novih mjesta
- Rekreativne aktivnosti

**16. Molim Vas da ocjenom od 1 do 5 ocijenite slijedeće znamenitosti kako potencijal privlačenja turista:**

(Ocijenite ocjenom od 1 do 5 svaku ponuđenu znamenitost. S tim da je ocjena 1 najmanja moguća ocjena, a ocjena 5 je najveća moguća ocjena)

- |                                     |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------|---|---|---|---|---|---|
| • Stari Grad (Burg Vinica)          |   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • Banjski Dvori                     | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |   |
| • Manifestaciju od kljete do kljete |   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • Doček Nove Godine u podne         |   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • Špilja Vinica                     |   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

- Dentalni turizam 1 2 3 4 5

**17. U slučaju da niste, da li biste posjetili navedene atrakcije ili manifestacije?**

- Stari Grad (Burg Vinica) DA NE
- Banjski Dvori DA NE
- Manifestaciju od klijeti do klijeti DA NE
- Doček Nove Godine u podne DA NE
- Špilja Vinica DA NE
- Motorjada DA NE

**18. Koliko ste upoznati sa znamenitostima koje se nalaze unutar Parka Arboretum Opeka**

(Ocijenite ocjenom od 1 do 5. S tim da je ocjena 1 najmanja moguća ocjena, a ocjena 5 je najveća moguća ocjena)

- Dvorac 1 2 3 4 5
- Vrtlarova kućica 1 2 3 4 5
- Ponudom bilja 1 2 3 4 5
- Mnogo šetnjica 1 2 3 4 5
- Otok ljubavi 1 2 3 4 5
- Ogromne livade 1 2 3 4 5

**19. Arboretom Opeka je najznačajnija turistička destinacija Općine Vinica**

(Ocijenite ocjenom od 1 do 5. S tim da je ocjena 1 najmanja moguća ocjena, a ocjena 5 je najveća moguća ocjena).

1 2 3 4 5

**20. Jeste li ikad posjetili Arboretum Opeka?**

- Da
- Ne

**21. Dali znate gdje se nalazi park Arboretum Opeka?**

- Da
- Ne

**22. Jeste li znali da je Arboretum Opeka najznačajniji i najbogatiji u Hrvatskoj, a na teritoriju arboretuma postoji više od 800 različitih vrsta drveća, grmlja, povijuša i cvijeća.**

- DA
- NE

**23. Koji novi sadržaj uz dvorac biste voljeli da se sagradi u Arboretumu opeka?  
(moguće više odgovora)**

- Vidokovac sa pogledom na cijeli park
- Uređena livada za piknik sa obitelji
- Golf teren
- Cvjetne skulpture
- Šetnjice
- Ugostiteljski objekt

**24. Predloži sadržaj koji bi se odlično uklopio u Arboretum Opeka (neobavezan odgovor):**

---

---

---

**25. Dali bi ste voljeli u Arboretumu Opeka kupiti domaće proizvode izrađene od domaćih OPG proizvođača?**

- Da
- Ne

**26. U kakvom smještaju biste voljeli prenoćiti unutar parka Arboretum Opeka?**

- Dvorac
- Hotel
- Glamping kućice
- Kamp
- Ništa od navedenoga

**27. Jeste li ovo znali o Arboretumu Opeka znali:**

- Da je Arboretum opeka najstariji zaštićeni spomenik parkovne arhitekture u Hrvatskoj DA NE
- Da je za izgled Arboretum Opeka najzaslužniji ml. Marko Bombelles DA NE
- Da su Bombelles posjedovali željezničku prugu Varaždin – Vinica DA NE

**28. Dali bi ste konzumirali hranu u restoranu koji bi vas izgledom, pripremom i serviranjem hrane vratio u 19. st. ?**

- Da
- Ne

**29. Kako vam se sviđa da u perivoju parka Arboretum Opeka možete iskušati život 19. st., kroz uloge plemića, slugu, konjušara i sl....**

Ocijenite ocjenom od 1 do 5. S tim da je ocjena 1 najmanja moguća ocjena, a ocjena 5 je najveća moguća ocjena).

1      2      3      4      5

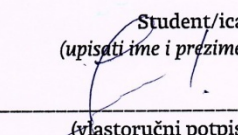


IZJAVA O AUTORSTVU  
I  
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, Ivica Lazar (*ime i prezime*) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (*obrisati nepotrebno*) rada pod naslovom Strategija razvoja turizma općine Vinica (*upisati naslov*) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

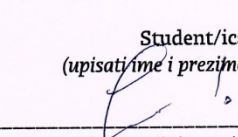
Student/ica:  
(*upisati ime i prezime*)

  
\_\_\_\_\_  
(*vlastoručni potpis*)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, Ivica Lazar (*ime i prezime*) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom ~~završnog~~ diplomskog (*obrisati nepotrebno*) rada pod naslovom Strategija razvoja turizma općine Vinica (*upisati naslov*) čiji sam autor/ica.

Student/ica:  
(*upisati ime i prezime*)

  
\_\_\_\_\_  
(*vlastoručni potpis*)



