

# Turistički događaji kao katalizator razvoja ruralnih područja na primjeru Općine Sveti Juraj na Bregu

---

**Kurečić, Marija**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2024**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management / Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:290021>

*Rights / Prava:* [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-11-27**



*Repository / Repozitorij:*

[Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management](#)



**SVEUČILIŠTE U RIJECI**  
**Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**  
**Sveučilišni diplomski studij**

**MARIJA KUREČIĆ**

**Turistički događaji kao katalizator razvoja ruralnih područja na  
primjeru Općine Sveti Juraj na Bregu**

**Tourist events as a catalyst for the development of rural areas on  
the example of the Općina Sveti Juraj na Bregu**

Diplomski rad

Opatija, 2024.

**SVEUČILIŠTE U RIJECI**  
**Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**  
**Sveučilišni diplomski studij**  
**Menadžment u turizmu**

**Turistički događaji kao katalizator razvoja ruralnih područja na  
primjeru Općine Sveti Juraj na Bregu**

**Tourist events as a catalyst for the development of rural areas on  
the example of the Općina Sveti Juraj na Bregu**

Diplomski rad

Kolegij: **Turizam događaja**

Studentica: **Marija KUREČIĆ**

Mentorica: **prof. dr.sc. Daniela GRAČAN**

Matični broj: **ds3780**

Opatija, rujan 2024.



SVEUČILIŠTE U RIJECI UNIVERSITY OF RIJEKA  
FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU  
FACULTY OF TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT  
OPATIJA, HRVATSKA CROATIA

## IZJAVA STUDENTA – AUTORA

### O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG DIPLOMSKOG RADA

Marija Kurečić

(ime i prezime studenta)

3780

(matični broj studenta)

Izjavljujem da kao student-autor diplomskog rada, dozvoljavam *Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu*, Sveučilišta u Rijeci da ga trajno objavi i besplatno učini dostupnim javnosti u cjelovitom tekstu u mrežnom digitalnom repozitoriju *Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu*, Sveučilišta u Rijeci.

U svrhu podržavanja **otvorenog** pristupa diplomskim radovima trajno objavljenim u javno dostupnom digitalnom repozitoriju *Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu*, Sveučilišta u Rijeci, ovom izjavom dajem neisključivo imovinsko pravo iskorištavanja bez sadržajnog, vremenskog i prostornog mog diplomskog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije CC BY Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

U Opatiji, 2.9.2024.

Student – autor:

Marija Kurečić

Potpis studenta

## SAŽETAK

Događaji postoje od početka čovječanstva, a s vremenom su se razvili u kompleksan pojam koji je sastavni dio života svakog čovjeka. Stoga, turistički događaji imaju mogućnost prikazati kako su se formirali i oblikovali društveni i kulturni identiteti. Ljudi pomoću organiziranih događaja stvaraju zajednička iskustva, te događaji utječu na ekonomiju lokalnih zajednica, mogu se pratiti trendovi, želje i potrebe čovjeka. Zbog navedenog, ali i činjenica da svaki događaj osigurava jedinstveni doživljaj koji je gotovo nemoguće ponovno iskusiti na isti način, da je vremenski ograničen što potiče da se odvoji određeno vrijeme te da se pomoću događaja može promovirati i sačuvati lokalna tradicija i napraviti imidž koji dijeli destinaciju od ostalih destinacija, događaje se usko povezuje s turizmom te se može reći kako je nastala nova vrsta turizma – turizam događaja. Turistički događaji u ruralnim područjima posebno ističu autentičnost, tradiciju, kulturu i život lokalnog stanovništva, te se zbog prirode provode na održiv način. Uz to, doprinose raznovrsnosti turističke ponude što pomaže kod privlačenja turista različitih demografskih osnova te pruža stabilniju osnovu za razvoj turizma. Osim što turiste privlače zbog uobičajenih karakteristika te doživljaja ruralnog života, turistički događaji donose brojne učinke lokalnom stanovništvu poput poticanja i razvoja malih obiteljskih poduzeća, poljoprivrednih gospodarstava i obrta te promoviraju održivi način turizma kako bi se sačuvala priroda i kulturna baština. Naime, Općina Sveti Juraj na Bregu ima značajan potencijal za razvoj ruralnog turizma što prikazuju količina i kvaliteta turističkih usluga i proizvoda koje nude sadašnjim i potencijalnim turistima. Iako je nešto manje razvijena u smislu turizma od ostalih turističkih destinacija, Općina uz turističke događaje ima priliku iskoristiti svoj potencijal i postati prepoznatljiva turistička destinacija.

Ključne riječi: turizam; događaji; ruralno područje; razvoj; lokalno stanovništvo

## Sadržaj

Uvod.....	1
<b>Problem i predmet istraživanja.....</b>	<b>1</b>
<b>Hipoteze .....</b>	<b>1</b>
<b>Svrha i cilj istraživanja .....</b>	<b>1</b>
<b>Znanstvene metode .....</b>	<b>2</b>
<b>Struktura rada .....</b>	<b>2</b>
<b>1. Osnove turizma .....</b>	<b>4</b>
<b>1.1. Podjela turizma.....</b>	<b>5</b>
<b>1.2. Pokretački čimbenici turizma.....</b>	<b>6</b>
<b>1.3. Turističko tržište.....</b>	<b>7</b>
<b>2. Turistički događaji.....</b>	<b>10</b>
<b>2.1. Značaj događaja .....</b>	<b>10</b>
<b>2.2. Klasifikacija događaja.....</b>	<b>11</b>
<b>2.3. Događaji u turizmu.....</b>	<b>15</b>
<b>2.4. Učinci događaja.....</b>	<b>16</b>
<b>3. Općina Sveti Juraj na Bregu.....</b>	<b>18</b>
<b>3.1. Povijesni razvoj Općine.....</b>	<b>19</b>
<b>3.2. Demografski i ekonomski pokazatelji.....</b>	<b>20</b>
<b>3.3. Turizam Općine Sveti Juraj na Bregu.....</b>	<b>25</b>
<b>3.3.1. Dionici u turizmu.....</b>	<b>26</b>
<b>3.3.2. Identifikacija turističkih resursa .....</b>	<b>31</b>
<b>3.4. Turistički događaji u Općini Sveti Juraj na Bregu .....</b>	<b>36</b>
<b>3.5. SWOT analiza .....</b>	<b>45</b>
<b>4. Istraživanje stavova lokalnog stanovništva o turističkim događajima u Općini .....</b>	<b>50</b>
<b>4.1. Metodologija.....</b>	<b>50</b>
<b>4.2. Predmet i cilj istraživanja .....</b>	<b>51</b>

<b>4.3. Rezultati istraživanja .....</b>	<b>51</b>
<b>4.4. Rasprava.....</b>	<b>69</b>
<b>Zaključak .....</b>	<b>72</b>
<b>Bibliografija .....</b>	<b>73</b>
<b>Popis ilustracija .....</b>	<b>77</b>
<b>Prilozi.....</b>	<b>79</b>

## **Uvod**

Događaji postoje od početka čovječanstva, a s vremenom su se razvili u kompleksan pojam koji je sastavni dio života svakog čovjeka. Turizam događaja predstavlja sve događaje koji doprinose razvoju i marketingu destinacije. Takvi događaji imaju moć produljiti turističku sezonu, pojačati turistički promet, stvoriti bolji imidž destinacije i poboljšati život lokalnom stanovništvu. Neki turisti u destinaciju dolaze primarno zbog turističkog događaja, međutim, turistički događaji nerijetko privlače posjetitelje koji prvotno nisu planirali posjetiti određenu destinaciju, te ih motiviraju da promijene svoje putovanje kako bi mogli sudjelovati u tim događajima.

## **Problem i predmet istraživanja**

Problem rada je utvrditi koliko turistički događaji utječu na razvoj ruralnih područja, te donose li više pozitivne ili negativne učinke. Odnosno, kakva je percepcija lokalnog stanovništva na trenutno stanje turističkih događaja te samog turizma u Općini Sveti Juraj na Bregu. Predmet rada je istraživanje postojećeg stanja turističkih događaja u Općini, te koji događaji su najpopularniji unutar lokalne zajednice, odnosno, za koje događaje smatraju da bi se više trebali održavati.

## **Hipoteze**

Znanstvene hipoteze su se oblikovale prema problemu, predmetu, svrsi i cilju istraživanja, a one su:

H1: Turistički događaji doprinose razvoju ruralnog područja Općine Sveti Juraj na Bregu.

H2: Prepoznaju se potencijalni rizici i prilike turističkih događaja za Općinu Sveti Juraj na Bregu.

H3: Turistički događaji imaju priliku promicati lokalnu zajednicu i lokalne poduzetnike.

## **Svrha i cilj istraživanja**

Svrha ovog rada je otkriti značaj i ulogu turističkih događaja u Općini Sveti Juraj na Bregu, te na koji način lokalno stanovništvo sudjeluje u turističkim aktivnostima. Cilj rada je istražiti stavove lokalnog stanovništva o turističkim događajima, ali i o samom turizmu u Općini, te na koji način su uključeni prilikom organizacije i provođenja događaja. Također, otkriti postoji li želja i mogućnost da se aktivno uključe u provođenje turizma pošto je u ruralnom turizmu ključna suradnja lokalnog stanovništva i turista.



## **Znanstvene metode**

Kod pisanja diplomskog rada koristile su se različite znanstvene metode, te su se koristili primarni i sekundarni izvori podataka. Neke od znanstvenih metoda koje su se koristile su analitička metoda, empirijska metoda, statistička metoda, deduktivna metoda, induktivna metoda, deskriptivna metoda (tabelarni i grafički prikazi, postoci, srednje vrijednosti, mjere disperzije, Spearmanov koeficijent korelacije ranga), inferencijalne statističke metode (Kolmogorov-Smirnovljev test normalnosti distribucije, hi-kvadrat test, Mann-Whitneyev U test i Kruskal-Wallisov H test) i multivarijatne metode (analiza pouzdanosti). Koristile su se osnovne vrste analize sadržaja: kvalitativna i kvantitativna. Primarni izvori podataka su dobiveni pomoću metode pismenog dubinskog intervjua organizatora turističkih događaja koji se slao putem e-maila i Facebooka, te pomoću anketnog upitnika lokalnom stanovništvu. Anketni upitnik je izrađen u Google obrascima te se slao putem društvenih mreža (Facebook, WhatsApp, Viber, Instagram), a na temelju prikupljenih podataka su provedene statističke analize pomoću IBM SPSS Statistics 25 programa.. Sekundarni izvori podataka koji su korišteni u svrhu pisanja diplomskog rada su znanstvene i stručne knjige, časopisi, članci, te službene internetske stranice, novine i podaci dobiveni od strane Općine Sveti Juraj na Bregu, te Turističke zajednice Međimurske županije.

## **Struktura rada**

Diplomski rad se sastoji od uvoda, četiri glavnih poglavlja, zaključka, bibliografije i ilustracija te priloga. U uvodu su definirani problem, predmet, svrha i cilj rada, te su navedene hipoteze, korištene znanstvene metode i struktura rada. Glavna poglavlja se dijele na „Osnove turizma“, „Turistički događaji“, „Općina Sveti Juraj na Bregu“ i „Istraživanje stavova lokalnog stanovništva o turističkim događajima u Općini“. Poglavlje „Osnove turizma“ općenito opisuje turizam. Odnosno, navedene i opisane su ključne riječi koje se odnose na turizam, povijest turizma i turističko tržište. Poglavlje „Turistički događaji“ sadržava informacije koje se odnose na nastanak događaja te informacije o njima. Također, sadržava sve bitne informacije koje pomažu shvatiti što je to turizam događaja, te kako se turistički događaji dijele i što znače za turizam. Poglavlje „Općina Sveti Juraj na Bregu“ sadržava sve bitne informacije o Općini, lokalnom stanovništvu i turizmu u Općini. Odnosno, navedena i opisana su ekonomska, demografska i prirodna obilježja. Nadalje, navedeni i objašnjeni su svi turistički resursi koje Općina posjeduje. Posebno podglavlje se odnosi samo za turističke događaje. Poglavlje „Istraživanje stavova lokalnog stanovništva o turističkim događajima u Općini“ sadržava metodologiju, predmet i cilj istraživanja, rezultate istraživanja te preporuke za budući razvoj i

sugestije što bi se moglo promijeniti ili dodati kako bi se turizam mogao više razvijati. U zaključku će se navesti ključna opažanja i rezultati dobiveni istraživanjem i obrađivanjem ove teme.

# 1. Osnove turizma

Riječ turizam dolazi od engleske riječi *tour* koja je u početku imala značenje za kružno putovanje.<sup>1</sup> Postoje brojne definicije za turizam i pojmove vezane uz turizam zbog toga što turizam ima slojevite i značajne društveno-ekonomske funkcije koje su vezane uz čovjeka, odnosno turista. Neki od ključnih pojmova koje je bitno za znati zbog razumijevanja ovog diplomskog rada, a koji će u radu biti objašnjeni su turizam, posjetitelj, odnosno, turist i izletnik, turistička destinacija, turističko tržište, događaj, turizam događaja i slični.

Prema United Nations World Tourism Organization (UNWTO) turizam je socijalni, kulturni i ekonomski fenomen koji uključuje kretanje ljudi u zemlje ili mjesta van njihova uobičajenog obitavanja zbog osobnih ili poslovnih/profesionalnih razloga. Takve osobe se nazivaju posjetitelji (turisti/izletnici, rezidenti/nerezidenti) i turizam je povezan s njihovim aktivnostima.<sup>2</sup> Turizam je uvjetovan razvojem gospodarstva i životnog standarda stanovništva. Može se zaključiti da je disciplinarna djelatnost, koja obuhvaća ugostiteljstvo, hotelijerstvo, turističko posredništvo, transport i dodatne turističke djelatnosti.<sup>3</sup> Nadalje, bitno je shvatiti da je svaki posjetitelj putnik, no svaki putnik nije posjetitelj. Kako bi osoba bila posjetitelj mora zadovoljiti određene kriterije. Uz to što posjetitelj putuje izvan uobičajene sredine, on ju napušta dobrovoljno tijekom svog slobodnog vremena te ne zarađuje tijekom putovanja. Nadalje, vremensko razdoblje putovanja je od 24 sata do godine dana.<sup>4</sup> Posjetitelj se dijeli na dvije skupine: turist i izletnik. Razlika između te dvije definicije je ta što putovanje turista traje od 24 sata do godine dana, a putovanje izletnika traje do 24 sata, odnosno, izletnik ne ostvaruje noćenje.

Turistička destinacija predstavlja dinamičan i fleksibilan prostor čije granice nisu određene administrativnim granicama već ih određuje turističko tržište. Jednostavnije rečeno, to je fizičko mjesto koje privlači posjetitelje zbog različitih turističkih motiva poput prirode, kulture, rekreacije i sličnih atrakcija. Jedan od primjera zbog kojeg nije određena administrativnim granicama mogu biti prirodne atrakcije poput Nacionalnog parka Plitvička jezera koji se nalazi u dvije županije.

---

<sup>1</sup> Čavlek, i drugi, *Turizam ekonomske osnove i organizacijski sustav*, 25.

<sup>2</sup> *Svjetska turistička organizacija* (<https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>)

<sup>3</sup> Gračan, Alkier Radnić i Uran, *Strateška usmjerenja nautičkog turizma u Europskoj uniji*, 6.

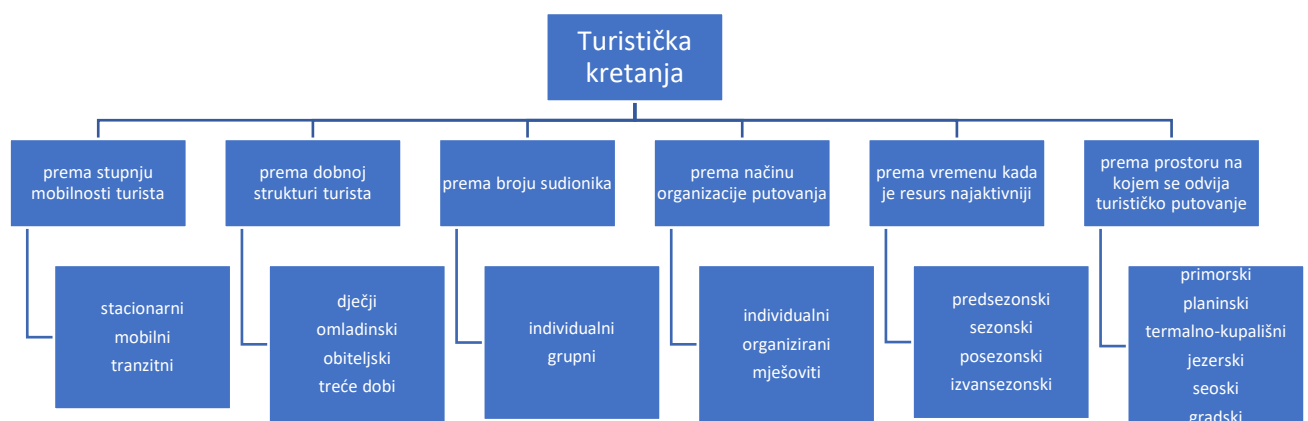
<sup>4</sup> Čavlek, *Ibid.*

## 1.1. Podjela turizma

Kao što je turizam kompleksan pojam tako je i sve vezano uz turizam kompleksno. Turizam ima razne vrste na koje se može podijeliti, ovisno o tome prema kojem kriteriju je gledan. U nastavku će biti navedene neke podjele i vrste turizma te će biti objašnjene. Jedan od najosnovnijih podjela turizma su: domaći, ulazni i izlazni.<sup>5</sup> Domaći turizam obuhvaća putovanje stanovništva neke zemlje unutar te iste zemlje, na primjer kada obitelj iz Zadra odlazi u Varaždin. Ulazni turizam, koji se još može nazvati receptivni, je kada strani stanovnici ulaze u zemlju u kojoj se odvija turistička aktivnost. Odnosno, turistička zemlja ima priljev turista, a primjer tome može biti kada turisti iz Slovenije dolaze u Rijeku na odmor. Izlazni turizam predstavlja odljev turista za promatranu zemlju. Točnije, podrazumijeva se kada stanovnici zemlje odlaze u drugu turističku destinaciju, a primjer tome je kada turisti iz Čakovca odlaze na skijanje u Švicarsku.

Nastavno na ove podjele, gledište na turizam se može kombinirati, te dolazi do nastanka sljedećih vrsta: unutrašnji turizam koji prati cjelokupan turizam u jednoj zemlji (domaći i ulazni), nacionalni turizam koji prati sva turistička putovanja domicilnog stanovništva u zemlji i inozemstvu, međunarodni turizam koji prati cjelokupno kretanje ulaznog i izlaznog turizma i slično.<sup>6</sup> Sljedeća shema prikazuje najčešće primijenjene kriterije za određivanje vrsta turističkih kretanja.

Shema 1 Turistička kretanja



Izvor: Čavlek, Bartoluci, Prebežac, Kesar i ostali, *Turizam ekonomske osnove i organizacijski sustav*, 38.

<sup>5</sup> Weber i Mikačić, *Osnove turizma*, 16.

<sup>6</sup> Čavlek, op.cit. 36.-37.

Shema prikazuje podjelu kriterija za klasifikaciju turističkih kretanja. Stupanj mobilnosti predstavlja način kretanja i boravka turista prilikom putovanja, što znači da stacionarni turisti borave na jednom mjestu tijekom cijelog putovanja, mobilni posjećuju više mjesta, dok tranzitni prolaze kroz destinacije na putu prema glavnom mjestu. Dobna struktura turista predstavlja podjelu turističkih aktivnosti u skupine prema dobi turista kako bi se osiguralo zadovoljenje potreba i želja, a skupine se dijele u dječje, omladinske, obiteljske i treće dobi. Broj sudionika se dijeli na individualni i grupni. Individualna putovanja su putovanja koja su namijenjena pojedincima, a grupna su namijenjena grupi ljudi. Način organizacije putovanja se dijeli na individualni u kojima turisti putovanja organiziraju sami, organizirana u kojima turisti prepuste organizaciju turističkim posrednicima, a mješoviti su putovanja u kojima turisti dio putovanja organiziraju sami, a dio prepuštaju posrednicima. Vrijeme kada je resurs najaktivniji se dijeli na predsezonski (prije glavne sezone), sezonski (glavna sezona), posezonski (nakon glavne sezone), izvansezonski (izvan uobičajene sezone). Prostor na kojem se odvija turističko putovanje može imati različite podjele, a neke od osnovnijih su primorski (uz more), planinski (uz planine), termalno-kupališni (uz terme, lječilišta), jezerski (uz jezero), seoski (ruralna područja), gradski (urbana područja) i slični.

## 1.2. Pokretački čimbenici turizma

Potrebe se mogu objasniti kao sve unutarnje želje i porivi čovjeka koje zajedno s vanjskim poticajima izazivaju određeno ljudsko ponašanje. Osnovna podjela potreba je na primarne (biološke) i sekundarne (socijalne) potrebe.<sup>7</sup> Turističke potrebe spadaju u sekundarne potrebe, te se o njima počinje razmišljati tek kada su primarne zadovoljene. U turizmu se potrebe najčešće povezuju s Maslowljevom klasifikacijom potreba koji ih dijeli na šest skupina:<sup>8</sup>

1. Fiziološke potrebe (u turizmu se zadovoljavaju na većem nivou)
2. Potrebe za sigurnošću (preduvjet odvijanja turizma)
3. Potrebe za pripadanjem i ljubavlju
4. Potrebe za samopoštovanjem (kroz turizam pojedinac nastoji postići društveni ugled)
5. Potrebe za samo uvažavanjem i samo aktualizacijom (povezano s prethodnom potrebom; što se više zadovoljava, to se više želi)
6. Spoznajne potrebe

---

<sup>7</sup> Hrvatska enciklopedija, (<https://www.enciklopedija.hr/clanak/potreba>)

<sup>8</sup> Petrić, *Osnove turizma*, 30.

Ova podjela potreba može pomoći kod boljeg razumijevanja ljudskih motiva za putovanjem, odnosno, turističkoj ponudi može pomoći kod prilagodbe turističkih usluga i proizvoda kako bi što više zadovoljile turiste i njihove potrebe. Ukoliko mogu ostvariti njihovo zadovoljenje, vrlo je vjerojatno da će privući i zadržati veliki broj različitih turista.

Turističke potrebe se mogu zadovoljiti samo ako osobe raspolažu sa slobodnim vremenom i slobodnim sredstvima, te se zbog toga kaže da su preduvjeti turizma slobodno vrijeme i financijska sredstva. Slobodno vrijeme se definira kao vrijeme koje osoba posjeduje kada ne privređuje, ali ne i vrijeme oslobođeno od društvenih obaveza. Dio slobodnog vremena koje preostaje nakon podmirenja društvenih obaveza naziva se dokolica.<sup>9</sup> Dokolica se još može objasniti kao vrijeme koje preostaje osobi da radi ono što voli, kada nema obavezama prema poslu niti prema društvu. Slobodna sredstva predstavljaju financijska sredstva koja ostaju na raspolaganju nakon što se zadovolje svi primarni troškovi života, odnosno višak raspoloživih financijskih sredstava.<sup>10</sup>

Turistički motivi se mogu objasniti kao razlozi zbog kojih ljudi putuju. Odnosno, kao unutrašnji poticaj u čovjeku da se uključi u turističke aktivnosti. Mogu se podijeliti na biološke, društvene i osobne motive. Većina turističkih motiva se mogu gledati kroz socijalne, demografske, političke i ekonomske pokazatelje kao što su dob, zanimanje, prihodi, dužina godišnjeg odmora, broj članova obitelji i tako dalje.<sup>11</sup> Neki od motiva koje bi mogli zanimati turističku ponudu u svrhu poboljšanja svoje ponude su motivi ljudi da se rekreiraju i odmore, dožive kulturne posebnosti i različitosti, avantura, informiranje i edukacija, religija i slično.

### **1.3. Turističko tržište**

Turističko tržište se definira kao mjesto u kojem se susreću turistička ponuda i potražnja. Stručnije, to je skup odnosa ponude i potražnje u području usluga i dobara što služe za podmirenje turističkih potreba na određenom prostoru, odnosno odnosa ponude i potražnje koji nastaju pod utjecajem turističkih kretanja.<sup>12</sup> Iako ima isti naziv, obilježja turističkog tržišta se razlikuju od robnog tržišta na sljedeći način:<sup>13</sup>

1. Heterogenost
2. Istovrsnost proizvodnje i potrošnje

---

<sup>9</sup> prof. dr. sc. Dora Smolčić Jurdana – autorski nastavni materijal iz kolegija „Turističko planiranje i razvoj“

<sup>10</sup> Gržinić, *Uvod u turizam – povijest, razvoj, perspektive*, 17.

<sup>11</sup> Petrić, op.cit. 33.

<sup>12</sup> Čavlek, op.cit. 454.

<sup>13</sup> Gračan, Alkier Radnić i Uran op.cit. 16

3. Periodičnost potražnje
4. Manji utjecaj ekonomskih ograničenja
5. Privlačnost rekreacijskih sadržaja se povećava
6. Potražnja je jača od ponude

Heterogenost ovdje predstavlja činjenicu da kod formiranja usluge/proizvoda sudjeluje više subjekata. Istovrsnost proizvodnje i potrošnje označava znanje za koga se proizvodi, odnosno, unaprijed je poznati profil potražnje (turista). Periodičnost potražnje se odnosi na sezonski karakter što znači da se potražnja zanima za ponudu u određenim vremenskim razdobljima, dok na robnom tržištu je usluga/proizvod prisutna cijelo vrijeme. Manji utjecaj ekonomskih ograničenja se odnosi na činjenicu da ograničenja nisu presudan faktor kod odluke o putovanju, ne smanjuju se turistička kretanja. Naravno, kod ovog obilježja se mora uzeti u obzir širi kontekst. Privlačnost rekreacijskih sadržaja se povećava što potvrđuje činjenicu da se turizam kontinuirano unaprjeđuje. Potražnja je jača od ponude implicira da postoji veći interes potražnje nego što je dostupno ponude.

Kod turističkih tržišta, ponuda je odvojena od potražnje, te potražnja odlazi ponudi. Ovdje nastupaju turistički posrednici. Naime, pomoću njih u kontakt stupaju turistička ponuda (receptivno turističko tržište) i potražnja (emitivno turističko tržište).<sup>14</sup> Kada se govori o turističkim posrednicima, najčešće se misli o turističkim agencijama i turoperatorima čija je svrha pružanje turistima različite usluge koje su na neki način povezane turizmom. Neke od njihovih funkcija su posrednička, organizacijska, promotivna, informativno-savjetodavna, osiguranje i ostale različite usluge.

Turistička ponuda predstavlja onaj dio tržišta koji stavlja robu i usluge na tržište, odnosno, kao ona količina roba i usluga koja se nudi po određenim cijenama u određeno vrijeme radi zadovoljenja turističkih potreba.<sup>15</sup> Elementi turističke ponude su atraktivni (prirodni, društveni), komunikativni (prometna infrastruktura) i receptivni elementi (restauraterstvo i hotelijerstvo).<sup>16</sup> Turistička potražnja predstavlja određenu količinu roba i usluga koju su turisti u određenom vremenskom trenutku i pod određenim uvjetima spremni kupiti. Odnosno, ukupan broj osoba koji sudjeluje u turističkim kretanjima.<sup>17</sup> Na turističku potražnju utječu objektivni i subjektivni faktori.<sup>18</sup> Objektivni faktori mogu biti geografski, demografski, socijalni, politički,

---

<sup>14</sup> Čavlek, op.cit. 42-53.

<sup>15</sup> Čavlek, op.cit. 453.

<sup>16</sup> Petrić, op.cit. 58

<sup>17</sup> Petrić. Op.cit. 76.

<sup>18</sup> Gračan, Alkier Radnić i Uran, op.cit. 21.

ekonomski i kulturni. Suprotno, subjektivni faktori se mogu promatrati kroz osobne preferencije i motive putovanja, kulturno naslijeđe, socijalno okruženje i slično. Što se tiče vrste potražnje, može se podijeliti na: idealna potražnja, potencijalna potražnja, realna potražnja i efektivna potražnja.<sup>19</sup> Idealna potražnja se može objasniti kao sve one osobe koje imaju želju za uključenjem u turističke aktivnosti, ali nije nužno da imaju mogućnost. Potencijalna potražnja se odnosi na sve one osobe koje imaju želju, ali i mogućnosti za uključenjem u turističke aktivnosti, no još uvijek nije donesena konačna odluka o uključenju. Realna potražnja se odnosi na sve one osobe koje imaju želju, mogućnosti, te je donesena odluka o uključenju u turističke aktivnosti. Efektivna potražnja se odnosi na dio realne potražnje uzimajući u obzir faktore poput financija, dostupnosti resursa i slično. Smatra se da je turistička potrošnja sve ono što turisti potroše u ime turističkog putovanja. Ovo se odnosi na sve faze turističkog putovanja, od pripreme za putovanje, do putovanja, boravka u destinaciji i povratka u stalno mjesto stanovanja.

---

<sup>19</sup> Čavlek op.cit. 56.



## 2. Turistički događaji

Ljudi su se sastajali radi ispunjenja različitih potreba te zbog opuštanja i zabavljanja od kad postoji čovječanstvo. Takva okupljanja se mogu nazvati događajima, a kroz povijest su se postepeno razvijali. Najčešći razlozi su bili vjerski, obrazovni, politički, komercijalni, socijalni i slični. Dokaze postojanja događaja moguće je pronaći u dalekoj prošlosti. Kroz različite manifestacije ljudi su razbijali tešku svakodnevicu, te su se slavile društvene promjene i važne aktivnosti. Na primjer, u srednjem vijeku su glavnu ulogu imali posebni događaji i ceremonije koje su ljudima omogućavale da se zabave. Pružale su ljudima oporavak i opuštanje nakon teškog fizičkog rada. Tijekom 15. stoljeća se u Velikoj Britaniji očekivalo od strane vladara da prirede dobru predstavu kako bi odali počast podanicima (Midsummer Day, Plough Monday).<sup>20</sup> Svaka zemlja i kultura ima mnoge tradicionalne ritualne ceremonije i događaje koji postoje više od tisuću godina i svoju tradiciju održavaju i u današnje doba. U Hrvatskoj je to Sinjska alka, Vinkovačke jeseni, Varaždinske barokne večeri, Dubrovačke ljetne igre i slično.<sup>21</sup>

### 2.1. Značaj događaja

Što se tiče turizma, događaji za neke predstavljaju dodatan sadržaj, dok za druge motiv dolaska u destinaciju.<sup>22</sup> Što znači da turistička destinacija može iskorištavati događaje kao dodatnu atrakciju svoje turističke ponude, ali i kao osnova turističke ponude koja će prvenstveno privlačiti turiste zbog tih događaja. Međutim, ne održavaju se svi događaji prvenstveno zbog turizma, već imaju brojne važne uloge poput obogaćenja zajednice, urbane obnove, očuvanja identiteta i ostalog. Svaki događaj se razlikuje od drugog, nikada nisu isti te kako bi osoba dobila potpuni doživljaj zapravo mora fizički prisustvovati prilikom održavanja istih. Postoje različite vrste događaja, od kojih su neki događaji za javnu proslavu koji sadrže različite programe prvenstveno za poticanje građanskog ponosa i kohezije, dok su drugi organizirani u svrhu natjecanja, zabave, posla ili socijaliziranja.<sup>23</sup> U nastavku će biti nabrojane i objašnjene vrste događaja. Nadalje, može se zaključiti kako događaji imaju sljedeće karakteristike:<sup>24</sup>

- Jedinstveno životno iskustvo
- Trajanje u kratkom vremenskom razdoblju
- Dugotrajno i pažljivo planiranje
- Održavaju se jednom (iako se neki održavaju svake godine)

---

<sup>20</sup> Eventor (<https://eventor.hr/blog/povijesni-razvoj-manifestacija/>)

<sup>21</sup> Ivančić, *Međuovisnost turističkih događaja u okruženju i uspješnost hotelijerstva*, 23.

<sup>22</sup> Vrtiprah i Sentić, „Događaji u funkciji boljeg plasmana turističke destinacije, primjer Dubrovnika“, 268.

<sup>23</sup> Getz. „Event tourism: definition, evolution and research“, 404.

<sup>24</sup> Der Wagen i Carlos, *Event management upravljanje događajima za turistička, kulturna, poslovna i sportska događanja*, 2.

- Visoki rizik (financije i sigurnost)
- Svi sudionici riskiraju mnogo

Ukratko, kako bi događaji privukli i zadovoljili posjetitelje te pridonijeli turističkom razvoju, odnosno, bili proglašeni uspješnima, moraju pružati jedinstveno iskustvo posjetiteljima što će rezultirati njihovom lojalnosti da se vrate i prošire dobar glas koji će privući dodatne posjetitelje. Nadalje, događaji traju u kratkom razdoblju što dovodi do veće zainteresiranosti posjetitelja jer su svjesni ukoliko propuste događaj, takav doživljaj više neće moći ponoviti. Događaje se treba dugotrajno i pažljivo planirati kako bi svaka stavka zadovoljila standarde, posjetitelje i organizatore što zahtijeva takav detaljan proces. Svaki događaj se u suštini dogodi samo jedanput, što je i povezano s jedinstvenim iskustvom, iako se neki događaji ponavljaju nikad nisu isti jer se mijenja sadržaj, aktivnosti i potrebno ih je usavršavati. Donose visok rizik zbog toga što planiranje i izvođenje često zahtijeva značajna ulaganja, što može dovesti do gubitka ukoliko se ne odazove dovoljan broj posjetitelja, neplaniranih troškova i slično. Što se tiče sigurnosti, postoje rizici zbog terorističkih napada, prirodne katastrofe, zdravstveni slučajevi i slično. Kvaliteta događaja utječe na namjere ponašanja, stav prema događaju i spremnosti za platiti više, a pomoću zadovoljstva posjetitelja se predviđa njihovo ponašanje i motivi dolaska poput bijega, socijalizacije, doživljaja nečeg novog i slično.<sup>25</sup>

Postoje različite definicije događaja od brojnih autora (Goldblatt, Jago i Shaw, Getz, Bodwin i slični), a sve sadržavaju slične podatke od kojih bi bilo: Događaj je organizirani jedinstveni trenutak u vremenu koji se rijetko održava i ima određen termin, te ima brojne aktivnosti pomoću kojih se opisuju određena životna događanja kako bi se ispunile određene socijalne, kulturne i životne čovjekove potrebe.

## **2.2. Klasifikacija događaja**

U ovom dijelu diplomskog rada će se prikazati klasifikacija događaja prema različitim kriterijima poput vrste, trajanja, ciljne publike i sličnog. Stoga, prema podrijetlu izvođenja, događaji se dijele na: tradicija održavanja (održavaju se kontinuirano kroz godine), događaji čiji je cilj prezentirati različite vrste čovjekovih dostignuća (profesionalni ili amaterski karakter; sportske, umjetničke, znanstvene discipline) i oni koji su organizirani jer se želi predstaviti područje koje ima atraktivnu turističku vrijednost.<sup>26</sup> Što se tiče ranga održavanja, događaji se dijele na lokalne, regionalne, nacionalne i internacionalne. Kriteriji za određivanje ranga su broj

---

<sup>25</sup> Baljkas i Dabo, „Uloga stavova lokalnog stanovništva o Zagrebačkom adventu kao dio imidža destinacije“, 15.

<sup>26</sup> Vrtiprah i Sentić, op.cit., 269.

posjetitelja, značenje, geografsko podrijetlo i količina sredstava koje se koriste za organizaciju. Također se mora spomenuti kako postoje događaji koji se stalno događaju u jednom mjestu (na primjer Forestland), događaji koji se svaki put događaju u drugom mjestu (na primjer Eurovision Song Contest) i događaji koji se istodobno održavaju u nekoliko mjesta ili čitavoj regiji (na primjer Svjetsko nogometno prvenstvo).<sup>27</sup>

Svaki događaj može imati više značenja, a najčešća klasifikacija događaja se je prema kriterijima:<sup>28</sup>

- Planirani/neplanirani turistički događaji
- Turistički događaji prema veličini
- Turistički događaji prema vrsti i pojavnim oblicima

Planirani događaji su organizirani zbog ostvarivanja ekonomskih, kulturnih, ekoloških i socijalnih učinaka, dok su neplanirani događaji najčešće spontana društvena okupljanja.<sup>29</sup> Kada se događaji gledaju prema veličini, najčešće se dijele na mega, regionalna, značajna i manja događanja. Mega događaji su najveći događaji koji obuhvaćaju međunarodno tržište, te izravno utječu na turizam i gospodarstvo, te privlače medijsku pozornost (Europsko nogometno prvenstvo). Koriste ih destinacije koje žele veliki turistički rast. Regionalna događanja se obilježavaju u određenoj regiji ili odredištu (FAN fair, Špancirfest), te donose promociju i financijsku dobit. Značajna događanja dovode do velikog zanimanja zajednice i osiguravaju veliki broj sudionika zbog svog sadržaja, odnosno, imaju edukativnu komponentu (kineska Nova Godina). U manja događanja spada najveći broj sudionika, te su to događaji koji se održavaju godišnje (sajmovi, sportska događanja, izložbe, proslave).<sup>30</sup> Sljedeće tablice prikazuju događaje prema vrsti i što se smatra pod tom vrstom:

Tablica 1 Vrste događaja prema Getz, D.

Kulturni događaji	Festivali, koncerti, komemoracije, religijski događaji
Politički i državni događaji	Politički događaji, VIP posjete
Poslovni i trgovački događaji	Sajmovi, sastanci, konvencije
Obrazovanje i znanost	Konferencije, seminari
Sportski događaji	Amaterski, profesionalni, gledatelji, sudionici
Privatni događaji	Vjenčanja, zabave

Izvor: Getz, *Event tourism: Definition, evolution and research*, 404

<sup>27</sup> Ibid. 270.

<sup>28</sup> Ivančić, op.cit. 26

<sup>29</sup> Ibid. 26.

<sup>30</sup> Der Wagen i Carlos, op.cit., 4-11.

Tablice prikazuju kategorizaciju događaja prema autorima Getz, Vrtiprah i Centić uz opis navedenih događaja. Može se zaključiti kako su autori klasificirali događaje prema veličinama, aktivnostima, učincima i svrhom događaja.

Tablica 2 Vrste i tipovi događaja u turizmu

Vrste događaja	Tipovi događaja			
Kulturni događaji	Festivali	Karnevali	Parade	Religiozni događaji
Zabavni događaji	Koncerti	Umjetničke predstave	Izložbe	Svečanosti
Poslovni događaji	Sajmovi	Izložbe	Sastanci	Konferencije
Sportski događaji	Profesionalna natjecanja	Amaterska natjecanja		
Obrazovni događaji	Seminari	Kongresi	Stručno usavršavanje	
Rekreacijski događaji	Zabavni događaji	Rekreacijska natjecanja		
Privatni događaji	Osobni događaji	Društveni događaji		

Izvor: Vrtiprah i Centić, „Događaji u funkciji boljeg plasmana turističke destinacije, primjer Dubrovnika“, 269.

Kulturni događaji se mogu opisati kao aktivnosti pomoću kojih se prikazuje, održava i poštuje ljudska kultura, tradicija, običaji i slično. Nastoji se predstaviti kulturna baština uz nastojanje da se različiti ljudi povežu. Turisti imaju mogućnost doživjeti čari lokalnih zajednica i njihove povijesti, jezika, običaja i slično. Festivali su najčešći oblik kulturnih događaja. Njihova specifičnost je da su namijenjeni lokalnoj zajednici (osjećaj pripadnosti, ponosa i zajedništva) te privlače turiste. Mogu se koristiti u svrhu povećanja atraktivnosti destinacije, prikupljanja sredstva, očuvanja i revitalizacije kulturnih običaja i tradicije, jačanja socijalne kohezije i slično. Karnevali se održavaju prije korizme te ih opisuju kostimi i povorke. Parade su događaji u kojima je uobičajeno da učesnici u koloni prolaze pored gledatelja, a održavaju se zbog spektakla ili religije. Religiozni događaji se održavaju zbog obilježavanja posebnih vjerskih i duhovnih prilika (najčešći oblik je hodočašće).<sup>31</sup>

Zabavni događaji su namijenjeni za opuštanje i zabavu od strane sudionika. Cilj zabavnih događaja može biti stvaranje pozitivnih doživljaja i bijeg od stvarnosti kroz razonodu. Koncert je javno izvođenje glazbe pomoću raznih instrumenata te ljudskog izvođenja. Umjetničke predstave predstavljaju plesne izvedbe, operne predstave, izložbe likovnih umjetnosti i slično. Potiču na razmišljanje i osjećaje. Izložbe se održavaju na raznim mjestima, a najčešće muzejima i kulturnim ustanovama te je glavna aktivnost prikazivanje umjetničkih radova, raznih predmeta

<sup>31</sup> Ivančić, op.cit. 36.-38.

koja imaju značenje za određene ljude. Pomoću svečanosti se obilježavaju posebne prilike, dostignuća, događaji koji su se desili u čovjekovom životu.

Poslovni događaji se održavaju sa ciljem stvaranja platforme za poslovno povezivanje, razmjenu ideja i iskustava. Sajmovi su oblik javno organiziranoga tržišta na kojem se prostorno i vremenski koncentriraju ponuda i potražnja radi izravnoga trgovanja izloženom robom.<sup>32</sup> Sastanci su skup više osoba radi dogovora oko neke zajedničke teme. Konferencije su rasprave na kojima stručne osobe iznose mišljenja o temi zbog koje se konferencija organizira.

Sportski događaji uključuju razne vrste sportskih natjecanja i sličnih aktivnosti koje okupljaju sportaše, sponzore, navijače i slične. Cilj ovakvih događaja može biti stvaranje platforme za promociju sporta te poticanje zdravog načina života. Profesionalna natjecanja su organizirani događaji u kojima sudjeluju profesionalni sportaši u raznim disciplinama (zarađuju, dobivaju naknade). Amaterska natjecanja su sportska događanja u kojima sudjeluju osobe koje nisu profesionalci, odnosno, osobe koje sudjeluju radi osobnog zadovoljstva, a ne radi zarade.

Obrazovni događaji su namijenjeni edukaciji na različitim razinama, a potiču cijelo životno obrazovanje i razvoj osobnih i profesionalnih vještina. Seminari su oblik visokoškolske nastave kojim se potiče veća aktivnost studenata (sudionika) i samostalnost u stjecanju znanja.<sup>33</sup> Kongres se definira kao okupljanje velikog broja predstavnika neke djelatnosti kako bi se raspravljale stručne teme vezane uz tu djelatnost. Stručno usavršavanje je proces kojim zaposlenik stječe znanja i certifikate potrebne za razvoj u svojoj karijeri.<sup>34</sup>

Rekreacijski događaji osiguravaju opuštanje i rekreaciju. Mogu uključivati različite aktivnosti koje potiču zdrav način života. Rekreacijska natjecanja su otvorena za sve zainteresirane, bez obzira na razinu vještina ili iskustva.

Privatni događaji su namijenjeni privatnom okruženju koje uključuje obitelj, prijatelje i druge bliske osobe. Na primjer, vjenčanja, krštenja, rođendani, promocija, godišnjice i slično. Kako bi se na najkvalitetniji način organizirao događaj, potrebno je identificirati potražnju. Potrebno je pažljivo razvijati destinaciju, olakšati realizaciju i promociju događaja svih vrsta kako bi potražnja svih vrsta bila zadovoljena.<sup>35</sup>

---

<sup>32</sup> Hrvatska enciklopedija (<https://www.enciklopedija.hr/clanak/sajam>)

<sup>33</sup> Hrvatska enciklopedija <https://www.enciklopedija.hr/clanak/seminar>

<sup>34</sup> International work finder <https://work-finder.eu/hr/za%C5%A1to-je-va%C5%BEno-stru%C4%8Dno-usavr%C5%A1vanje/>

<sup>35</sup> Filipović, „Turizam događaja u malim sredinama Republike Hrvatske“. 2.

### 2.3. Događaji u turizmu

Kako bi turistička destinacija opstala na tržištu te održavala konkurentsku prednost, nužno je da kontinuirano unaprjeđuje svoju turističku ponudu. U tome joj pomažu događaji, a danas su već postali nužni element u turističkom razvoju, može se reći da su događaji konkurentna prednost. Nadalje, to je dovelo do povećanja prisutnosti događaja koji su povezani s turizmom pa se razvio novi oblik turizma – turizam događaja. Može se zaključiti kako se turizam događaja ubrzano razvija i obogaćuje gospodarski i ekonomski doprinos cijelom turizmu. Nadalje, stvara nova radna mjesta, podiže atraktivnost mjesta u kojem se događaj održava i privlači posjetitelje.<sup>36</sup>

Turistički događaji često produljuju turističku sezonu, povećavaju turistički promet i kreiraju bolji imidž destinacije. Kao i u ostalim oblicima turizma, jako su bitne ponuda i potražnja. Potražnja identificira tko putuje zbog događaja i zašto, te tko posjećuje događaje prilikom putovanja, a kome su događaji osnovna bit putovanja. S druge strane, ponuda promovira događaje s ciljem privlačenja turista, poticanja razvoja turizma i destinacije u kojem se održava, odnosno, očuvanja imidža destinacije i povećanja boljih uvjeta za život. Destinacije organiziraju sve više događaja zbog toga što se dokazalo da se pomoću njih privlače posjetitelji i ostvaruju se pozitivni rezultati.

Kao što je već rečeno, ljudi posjećuju događaje kao primarnu bit putovanja stoga se mogu koristiti kao osnovna atrakcija destinacije te na taj način razvijati temu i stvarati imidž. Hallmark događaji stvaraju imidž i brend destinacije te omogućuju konkurentsku prednost destinacije. Destinacija bi trebala posjedovati više hallmark događaja, tako da se imidž događaja i destinacije međusobno podržavaju.<sup>37</sup> Hallmark događaji imaju veliku prepoznatljivost, često su zaštitni znak destinacije, održavaju se svake godine, pozitivno utječu na ekonomiju, socijalni život i medije, uglavnom se nastoji povećati dobrobit za lokalno stanovništvo i osigurati pozitivan utjecaj za buduće generacije.

Glavna karakteristika koja razlikuje događaje i ostale atrakcije je činjenica da događaji imaju privremenu narav. Mogu biti korišteni kao poticaj za veće trošenje i duži boravak u destinaciji. Iskorištavaju se i za privlačenje posjetitelja koji inače nikad ne bi posjetili destinaciju. Nadalje, događaji privlače ulaganja i poboljšavaju infrastrukturu (na primjer za sportsko natjecanje se

---

<sup>36</sup> Gračan i Rudančić-Lugarić, „Konkurentnost turističke destinacije – studija slučaja Riječki karneval“ 271.-272.

<sup>37</sup> Vrtiprah i Sentić, op.cit. 271.

izgradi stadion, a lokalno stanovništvo ga kasnije koristi), povećavaju ponos lokalnog stanovništva, povećavaju iskustvo za menadžment velikog broja ljudi i slično.<sup>38</sup>

Ciljevi događaja se dijele na opće i specifične. Ciljevi se razlikuju kod svakog događaja, a sve što ima veze s događajem mora podržavati njegove ciljeve i svrhu. Svrhu je bitno odrediti kako se tokom provedbe i organizacije ne bi otišlo u krivom smjeru. Ciljevi trebaju biti specifični, mjerljivi, ostvarivi, realistični i vremenski uvjetovani (SMART). Specifični ciljevi se procjenjuju pomoću mjera:<sup>39</sup>

- Broj gledatelja
- Demografski podaci (starost, prebivalište, zemlja rođenja...)
- Prosječna potrošnja gledatelja
- Razina prepoznavanja sponzora
- Prodaja sponzoriranih proizvoda
- Ekonomski učinci događaja
- Dobit

Navedene mjere omogućuju jasno definiranje očekivanja i cilja, praćenje napretka tijekom događaja, te se pomoću njih može odrediti uspjeh nakon čega se dolazi do ideja za poboljšanje i buduće planiranje.

## 2.4. Učinci događaja

Bitno je napomenuti kako je iznimno važno pravilno odabrati vrstu događaja i način organizacije te provedbe zbog toga što događaj ima pozitivne i negativne učinke za imidž destinacije. Sljedeća tablica prikazuje učinke događaja na destinaciju.

Tablica 3 Učinci događaja

Učinci događaja	Pozitivni učinci	Negativni učinci
Društveni i kulturni	-dijeljenje iskustva -revitalizacija tradicije -rast sudjelovanja lokalne zajednice -izgradnja ponosa u lokalnoj zajednici -širenje kulturnih vidika	-otuđenje u zajednici -manipulacije lokalnom zajednicom -negativni imidž zajednice -loše ponašanje -uništavanje razvojnih resursa -društvena nejednakost -gubitak gostoljubivosti
Fizički i ekološki	-promocija zaštite okoliša -osiguravanje modela najbolje prakse -rast ekološke svijesti	-ekološka oštećenja -onečišćenja -uništavanje nasljeđa

<sup>38</sup> Hernandez-Mogollon, Folgado-Fernandez i Duarte, „Event tourism analysis and state of art“, 90.

<sup>39</sup> Der Wagen i Carlos, op.cit. 123-128.

	-poboljšanje infrastrukture -poboljšanje transporta i komunikacija -urbana transformacija i obnova	-buka -prometna zagušenja
Politički	-međunarodni prestiž -poboljšani imidž -promocija investicija -društvena kohezija -razvoj administrativnih vještina	-rizik od lošeg uspjeha -loša alokacija sredstava -gubitnik pouzdanosti -promidžba -gubitak vlasničke kontrole lokalne zajednice -potvrda ideologije
Turistički i ekonomski	-promocija destinacije i povećani broj posjetitelja -produženi broj dana boravka -viši prinosi -povećani porezni prihodi -poslovne prilike -povećane komercijalne aktivnosti -stvaranje radnih mjesta	-otpor lokalne zajednice prema turizmu -gubitak autentičnosti -šteta za reputaciju -eksploatacija -inflacija -rast oportunitetnih troškova -loš financijski menadžment -gubitci u novcu

Izvor: Bodwin, McDonnell, Allen, O'Toole, *Events Management 3rd edition*, 81.

Pozitivni učinci događaja se odnose na gospodarstvo destinacije na način da se povećavaju prihodi i stopa zaposlenosti, poboljšanje transporta, infrastrukture, promocije, zaštite okoliša i komunikacije.<sup>40</sup> Negativni učinci mogu rezultirati saturacijom, gubitkom interesa za destinacijom, povećanja troškova i smanjenja prihoda. Utjecaji događaja su direktno zavisni od turističkog planiranja i monitoringa. Pomoću strategije održivog razvoja u organiziranju i provedbi događaja i brigom za okoliš se negativni utjecaji mogu smanjiti ili iskorijeniti, a u isto vrijeme će destinacija imati ugled ekološki osviještene destinacije.<sup>41</sup> U malim sredinama su učinci turističkih događaja izuzetno izraženi. Zbog toga se organizatori moraju više fokusirati na smanjenje negativnih učinaka na lokalno stanovništvo. Bitno je da lokalno stanovništvo prepozna događaje kao zajedničko dobro pomoću kojeg će dijeliti doživljaje i revalorizirati tradicijske vrijednosti i kulturu. Svaki događaj mora biti prilagođen ograničenjima destinacije kako ne bi došlo do devastacije zbog preopterećenosti infrastrukture.<sup>42</sup> Nužno je prepoznati i zabilježiti sve negativne i sve pozitivne učinke nastale od događaja te događaj pravilno i pravodobno prilagoditi na temelju tih pozitivnih i negativnih učinaka kako bi se osigurala veća uspješnost u budućnosti, a i sama egzistencija događaja.

<sup>40</sup> Vrtiprah i Sentić, op.cit. 273.

<sup>41</sup> Gračan i Rudančić-Lugarić, op.cit. 277.

<sup>42</sup> Filipović, op.cit. 4.



### 3. Općina Sveti Juraj na Bregu

Općina Sveti Juraj na Bregu je smještena u Međimurskoj županiji (Kontinentalna Hrvatska), sjeverozapadno od Čakovca.<sup>43</sup> Prostire se na 30,17 km<sup>2</sup>, a sastoji se od devet naselja: Brezje, Dragoslavec, Frkanovec, Lopatinec, Mali Mihaljevec, Okrugli Vrh, Pleškovec, Vučetinec i Zasadbreg.<sup>44</sup> Nalazi se na brdovitom području koji je u prošlosti nazvan Jurovski kraj, a ime je dobila po Svetom Jurju (kršćanstvo).<sup>45</sup> Na grbu ima njegov lik.

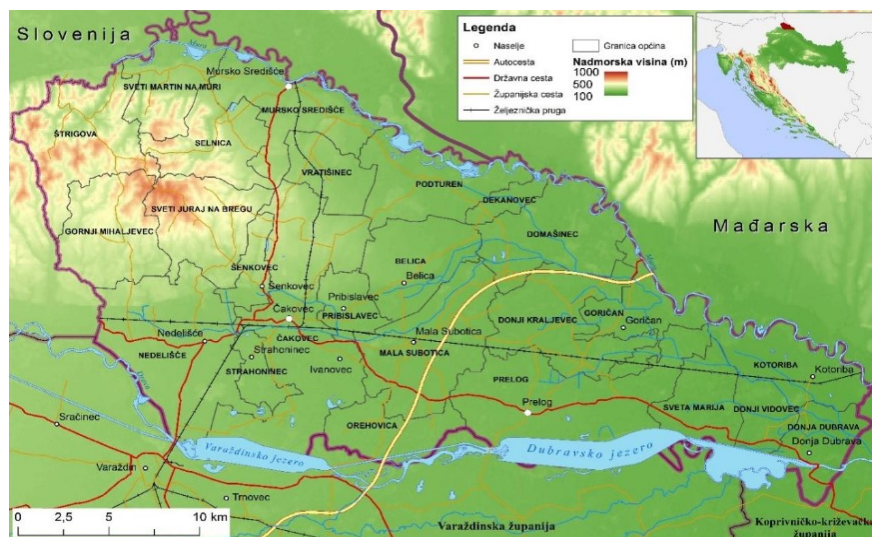
Slika 1 Grb Općine



Izvor: LAG Međimurski doli i bregi (8.5.2024.)

Na sljedećoj slici je prikazani položaj Općine na karti gdje se može vidjeti što ju okružuje, te položaj na karti Hrvatske.

Slika 2 Prikaz Općine na karti



Izvor: Općina Sveti Juraj na Bregu, „O Općini“, (17.4.2024.)

Prema slici se može vidjeti kako se nalazi pored Općina Štrigova, Nedelišće, Senkovec, Gornji Mihaljevec i Selnica, te gradovima Nedelišće, Čakovec i Mursko Središće. Bitno je napomenuti

<sup>43</sup> Hrvatska enciklopedija (<https://www.enciklopedija.hr/clanak/sveti-juraj-na-bregu>)

<sup>44</sup> Sveti Juraj na Bregu (<https://www.svetijurajnabregu.hr/>)

<sup>45</sup> Sveti Juraj na Bregu (<https://www.svetijurajnabregu.hr/>)

kako se Općina nalazi u blizini srednjoeuropskih emitivnih područja poput Slovenije, Mađarske, ali i Austrije i Njemačke. Kroz Općinu prolazi državna cesta D227, te se na nju vežu županijske i lokalne ceste. Najbliža zračna luka se nalazi u Mariboru (82 km), a željeznička pruga koja spaja Mađarsku sa Slovenijom prolazi uz južnu granicu Općine.<sup>46</sup> Općina je od autoceste A4 udaljena 16 km, a od zračne luke Graz 144 km, te zračne luke Zagreb 104 km.<sup>47</sup>

Klima Općine je umjereno kontinentalna. Pripada mikro regionalnoj cjelini Međimurja (polja uz Dravu i pleistocene i holocene terase), te je sastav geološke podloge laporoviti pješčenjaci i naslage lapora.<sup>48</sup> Smještena je na obroncima Alpa, te se sastoji od brežuljaka, livada, šuma, vinograda i voćnjaka.<sup>49</sup> Na području Općine nalaze se najviše geografske točke Međimurja, Mohokos (344 m nadmorske visine) i Cimmermanov brijeg (345 m nadmorske visine).<sup>50</sup>

### **3.1. Povijesni razvoj Općine**

Prvo spominjanje Općine je bilo 1501. godine, a izvor se direktno odnosi na župu u Lopatincu. Tada je Općina bila dio Ugarsko – Hrvatskog Kraljevstva, te su prevladavali feudalci. Nadalje, 1527. godine Općina ulazi u novu državnu zajednicu – Habsburšku Monarhiju. Početkom 16. stoljeća na vlasti je obitelj Ernušt, a od 1542. do 1671. godine je vladar obitelj Zrinski. Crkva, gdje je u današnje vrijeme crkveni kompleks Župe Sveti Juraj na Bregu, je sagrađena u 17. stoljeću.<sup>51</sup>

Tokom 18. stoljeća, Općina spada pod vlast Ugarskog Kraljevstva, a feudalni gospodari su grofovi Althan. Tek u 18. stoljeću se naziv župe, odnosno Općine, mijenja u naziv Sveti Juraj na Bregu sa sjedištem u Lopatincu, te nastaje kompleks sela kakvi postoji danas. Grofovi Althan 1791. godine prodaju Međimurje grofu Jurju Feštetiću de Tolna. Industrijalizacija i mađarizacija Međimurja u 19. stoljeću predstavlja ukidanje feudalnog sustava i pojavu sloja građanstva. U 20. stoljeću dolazi do Prvog svjetskog rata i sloma Austro – Ugarske Monarhije. Za vrijeme Drugog svjetskog rata, na vlast opet dolaze Mađari, a područje je 1945. godine

---

<sup>46</sup> Strateški koncept razvoja Općine za razdoblje 2021-2027. godine, 21.

<sup>47</sup> Sveti Juraj na Bregu 2027. Strateški plan razvoja Općine do 2027. godine na temelju koncepta „pametna općina“, 14.

<sup>48</sup> Program ukupnog razvoja Općine Sveti Juraj na Bregu, 2014.-2020., 20.

<sup>49</sup> Sveti Juraj na Bregu 2027. Strateški plan razvoja Općine do 2027. godine na temelju koncepta „pametna općina“, 14.

<sup>50</sup> Ibid.

<sup>51</sup> Sveti Juraj na Bregu 2027. Strateški plan razvoja Općine do 2027. godine na temelju koncepta „pametna općina“, 12.

vraćeno pod hrvatsko upravljanje (sastav Jugoslavije). Općina 30. prosinca 1992. godine službeno postaje prostornom jedinicom (poslije formiranja Republike Hrvatske).<sup>52</sup>

### 3.2. Demografski i ekonomski pokazatelji

Prema Državnom zavodu za statistiku stanovništvo Općine iznosi 4929 stanovnika, te je šesta u županiji po broju stanovnika. Gustoća naseljenosti je 175 st/km<sup>2</sup>, a u usporedbi s gustoćom naseljenosti cijele županije (164,3 st/km<sup>2</sup>) može se reći kako je jedna od najgušće naseljenih prostora Međimurja.<sup>53</sup> Broj kućanstva u Općini je oko 1624, a broj stanova za stalno stanovanje je oko 1564.<sup>54</sup> Sljedeća tablica prikazuje ukupan broj stanovnika po selima u Općini.

Tablica 4 Broj stanovnika po selima

Selo	Broj stanovnika
Brezje	678
Dragoslavec	351
Frkanovec	301
Lopatinec	906
Mali Mihaljevec	433
Okrugli Vrh	358
Pleškovec	462
Vučetinec	569
Zasadbreg	871
Ukupno	4929

Izvor: obrada autorice prema podacima iz Državnog zavoda za statistiku (20.302024.)

Dobna struktura stanovništva je bitna zbog planiranja budućnosti same Općine na način da se prilagode resursi koji će zadovoljiti potrebe i izazove specifične za svaku dobnu skupinu. Nadalje, poželjno je da je stanovništvo mlađa populacija nego starija zbog povećanja radne snage, inovacija i produktivnosti i tako dalje. Sljedeći grafikon prikazuje odnos muškaraca i žena u cijeloj Općini, te broj stanovnika što se tiče dobi stanovnika.

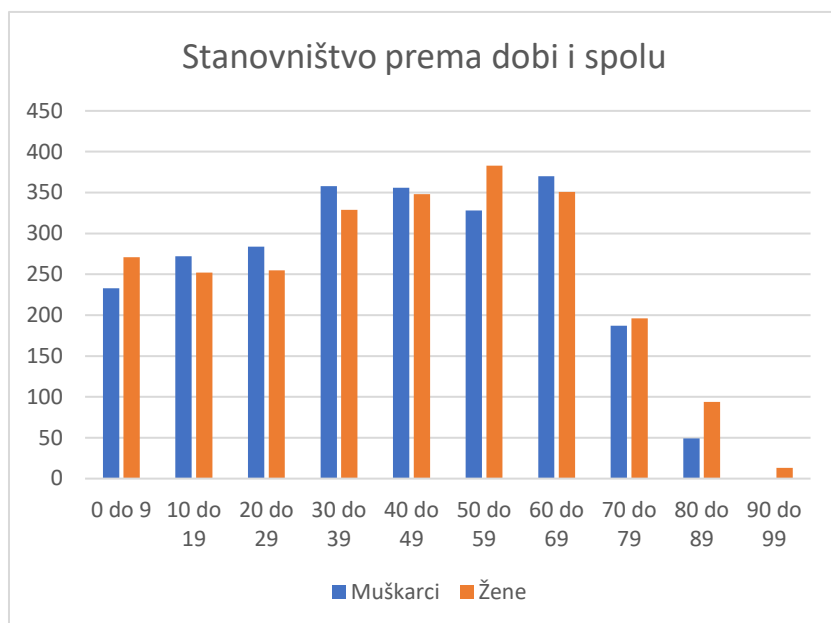
---

<sup>52</sup> Ibid.

<sup>53</sup> Međimurje info (međimurje.info/wp/opcina-sveti-juraj-na-bregu/)

<sup>54</sup> Sveti Juraj na Bregu 2027. Strateški plan razvoja Općine do 2027. godine na temelju koncepta „pametna općina“, 13.

Grafikon 1 Stanovništvo prema dobi i spolu

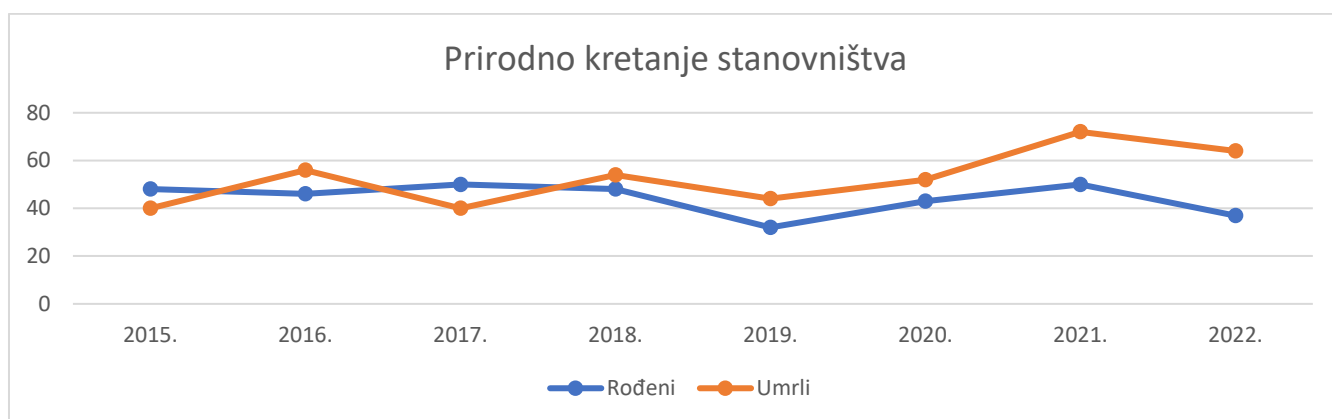


Prema ovom grafikonu se može zaključiti kako u Općini prevladava žensko stanovništvo od 51% (2492), dok muškarci čine 49% (2437) stanovništva. Također, najviše stanovnika varira od 30 do 69 godina, dok je najmanje stanovnika iznad 90 godina.

Izvor: obrada autorice prema podacima iz Državnog zavoda za statistiku (20.3.2024.)

Sljedeći grafikon će prikazati prirodno kretanje stanovnika u Općini od 2015. godine do 2022. godine. Praćenje nataliteta i mortaliteta je ključno zbog demografskog planiranja, ekonomskog i socijalnog planiranja, predviđanja promjena, održavanje resursa i drugih relevantnih tema.

Grafikon 2 Prirodno kretanje stanovništva



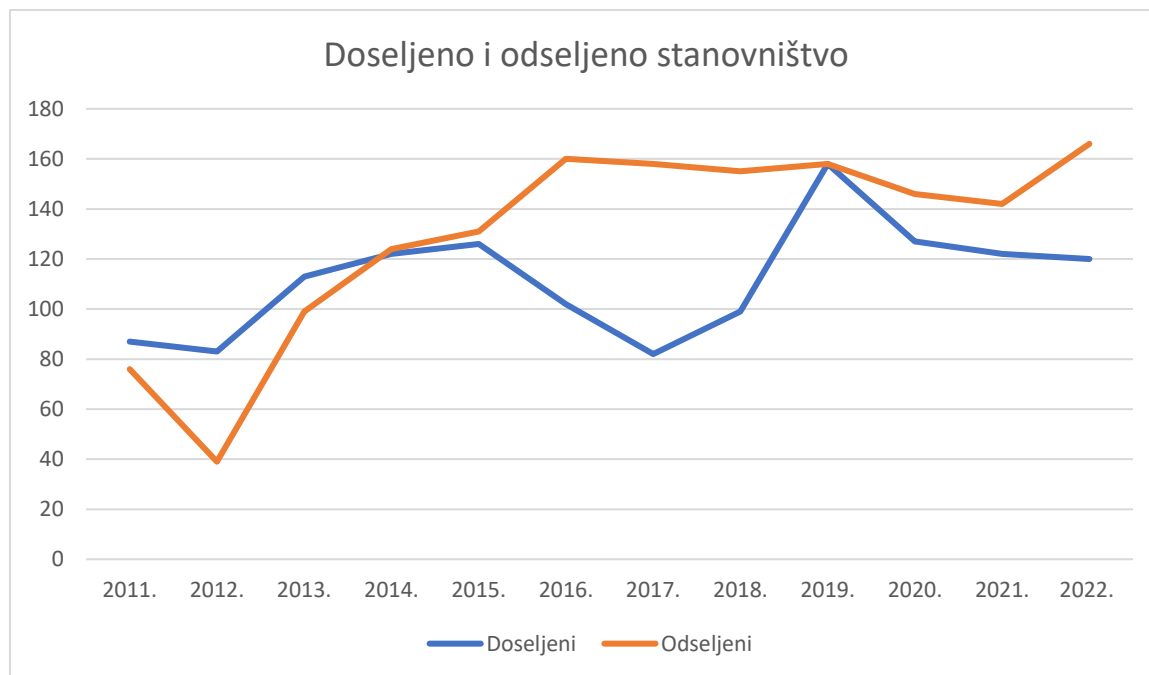
Izvor: obrada autorice prema podacima iz Državnog zavoda za statistiku (21.3.2024.)

Prema grafikonu se može zaključiti kako je od 2015. godine do 2018. godine broj rođenih i umrlih blizu s određenim fluktuacijama. Također je bitno napomenuti kako se 2019. godine dogodila pandemija COVID-19 te se može primijetiti kako se broj umrlih povećao i nastavio

povećavati kroz godine. S obzirom na to može se reći kako je stopa nataliteta manja od stope mortaliteta te to može dovesti do određenih izazova i rizika što se tiče budućnosti Općine.

Sljedeća tablica prikazuje migracije stanovništva Općine Sveti Juraj na Bregu u razdoblju od 12 godina.

Grafikon 3 Doseljeno i odseljeno stanovništvo



Izvor: obrada autorice prema Državnom zavodu za statistiku (17.4.2024.)

Prema grafikonu se može zaključiti kako u razdoblju od 2011. do 2014. godine broj doseljenih osoba polagano raste, dok broj odseljenih u 2012. godini naspram 2011. godine naglo pada. Nadalje, u 2013. godini je zabilježen značajan broj odlazaka ljudi naspram 2012. godine. Od 2014. godine se može primijetiti kako broj odlazaka postaje veći od broja dolazaka za naredne godine što se može opravdati činjenicom da je za stanovnike Republike Hrvatske otvoreno tržište rada u Europskoj Uniji. Od 2015. godine do 2017. godine broj doseljenih ljudi postepeno pada, dok se broj odlazaka postepeno povećava. Između 2017. i 2018. godine je zabilježena drastična razlika između broja doseljenih i odseljenih s time da je više odseljenih. U 2019. godini se broj dolazaka i odlazaka izjednačuje, a u narednim godinama je zabilježen postepen pad za obje karakteristike, te i dalje prevladava veći broj odlazaka. U 2022. godini se broj odseljenih povećava što se može povezati završetkom pandemije COVID-19. Pretpostavlja se da je tokom pandemije određeni broj stanovništva ostalo bez posla te ih je to potaknulo da napuste mjesto stanovanja radi pronalaska boljeg načina života.

Kroz „Strateški plan razvoja Općine Sveti Juraj na Bregu do 2027.“ se može zaključiti kako poduzetništvo zahtijeva dodatan razvitak, te nedostaje radnih mjesta. Općina ima registrirano 45 poduzeća i 40 obrta, te 24 prijavljenih poljoprivrednika. Broj registriranih OPG se kreće između 100 i 130. Postoje 4 sektora unutar Općine, a to su:

- Primarni sektor (4%)
- Sekundarni sektor (9%)
- Tercijarni sektor (80%)
- Kvarterni sektor (7%)

Turizam spada u tercijarni sektor, te se prema podjeli sektora vidi kako 80% otpada na njega. Međutim, turizam trenutno još uvijek ne zauzima veliki udio u tom dijelu, te se može reći kako je još u fazi istraživanja i razvoja. Veliku prednost ima zbog brojnih kuća za odmor što je trenutno trend kod kontinentalnih turista. Nadalje, postoji veći broj objekata u kojima turisti mogu ispuniti svoje potrebe za fizičkom aktivnošću, ali i za odmorom poput wellnessa. Također, tijekom godine se održavaju događaji čija svrha i aktivnosti privlače turiste različitih obilježja, te se među njima nalaze neki koji su već na Europskoj razini. Uz navedeno, Općina posjeduje veliku i bogatu tradiciju koja ide unazad nekoliko stoljeća, iako još nije bila formirana, lokalno stanovništvo ju je prenosilo naraštajima. Ključno je da se tradicija i običaji iskorištavaju i u turističkom smislu zbog toga što će time doprinijeti jedinstvenosti turističke ponude. Samim time će se na neki način osigurati da se pojedini elementi ne zaborave, odnosno, da se istraživanjem zbog turističke ponude ožive zaboravljeni običaji. U planu je izrada turističko – edukacijskog centra koji će pružati osnovne usluge smještaja, hrane i pića, te dodatne zanimljivosti poput vinoteke, vinskog podruma, muzeja, prostora za događaje, spa i slično. Na temelju ovoga, može se zaključiti kako Općina ima u vidu kontinuirano unaprjeđivati turizam te nastojati doprijeti na svjetsko tržište. Ukoliko pravilno nastavi planirati, organizirati i provoditi turističke aktivnosti ima potencijal ostvariti svoje ciljeve. U nastavku će detaljnije biti objašnjena turistička potražnja i ponuda same Općine.

Što se tiče obrazovanja, stanovništvo većinom ima dovršeno srednje obrazovanje, dok visokog obrazovanja ima značajno niže.<sup>55</sup> Urbaniziran je manji dio Općine, a ekološka

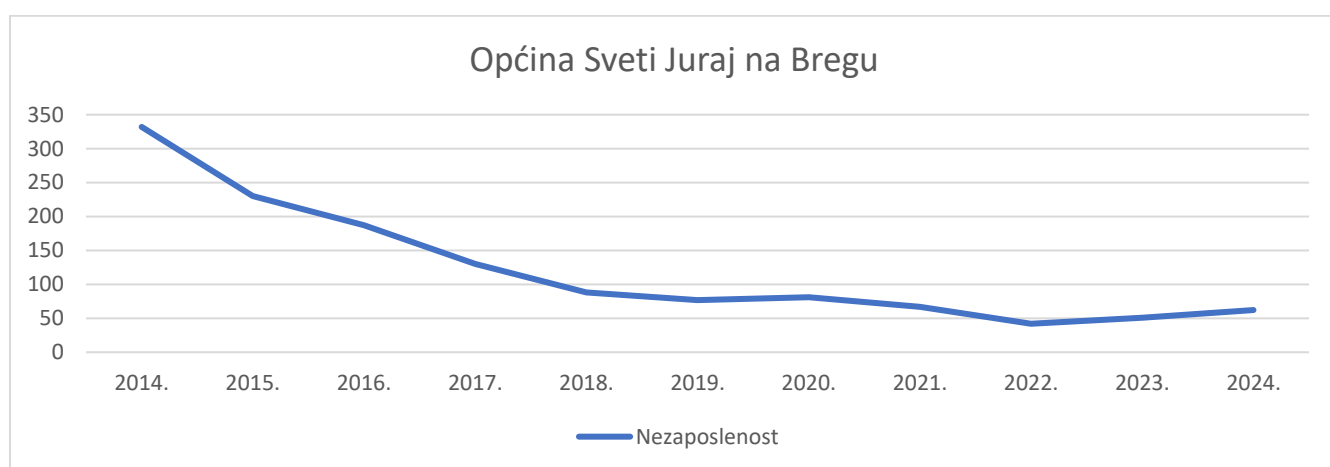
---

<sup>55</sup> Strateški koncept razvoja Općine za razdoblje 2021-2027. godine, 24.

devastacija nije zabilježena ni u jednom dijelu Općine (nepostojanje tradicionalnih industrijskih pogona u Općini).<sup>56</sup>

Jedan od najboljih socioekonomskih pokazatelja je stopa nezaposlenosti. Smatra se kako su nezaposlene osobe, a registrirane one osobe koje su u starosti od 15 do 65 godina te su djelomično ili potpuno radno sposobne, ali nemaju radni odnos. Također, aktivne su u traženju posla i ispunjavaju sve uvjete iz Zakona o tržištu rada (čl. 10.), a evidentiraju se u Hrvatskom zavodu za zapošljavanje na kraju izvještajnog razdoblja.<sup>57</sup> Sljedeći grafikon prikazuje registriranu nezaposlenost u Općini tijekom promatranog desetogodišnjeg razdoblja.

Grafikon 4 Nezaposlenost



Izvor: obrada autorice prema Hrvatski zavod za zapošljavanje (21.3.2024.)

Prema grafikonu se može vidjeti početak pada nezaposlenosti u 2014. godini koji se može nadodati činjenici ulaska Republike Hrvatske u Europsku Uniju (2013. godina). Nadalje, vidi se postepen pad nezaposlenosti tokom godina, te mali porast od 2019. godine do 2021. godine zbog pojave pandemije COVID-19. Struktura lokalnog gospodarstva nije u stanju osigurati ubrzani socioekonomski razvoj u budućnosti niti smanjiti razliku u razvijenosti u usporedbi s prosjekom Europske Unije.<sup>58</sup> Struktura zaposlenosti stanovništva ima tendenciju sve manje raditi u poljoprivredi. Prema „Program ukupnog razvoja općine Sveti Juraj na Bregu, 2014.-2020.“ može se vidjeti kako veliki broj aktivnih stanovnika dnevno putuje u druga mjesta.

<sup>56</sup> Sveti Juraj na Bregu 2027. Strateški plan razvoja Općine do 2027. godine na temelju koncepta „pametna općina“, 14.

<sup>57</sup> Hrvatski zavod za zapošljavanje (<https://www.hzz.hr/>)

<sup>58</sup> Strateški koncept razvoja Općine za razdoblje 2021-2027. godine, 33.

### 3.3. Turizam Općine Sveti Juraj na Bregu

Turistička ponuda Općine je ovisna o prirodnim, kulturnim i društvenim resursima. U Općini je prisutan potencijal valorizacije kulturne baštine u turističke svrhe. Specifični oblici i vrste turizma u Općini su:<sup>59</sup>

- Ruralni turizam (ključan eno – gastro turizam)
- Kulturni turizam (ključno glazbeni festivali)
- Aktivni turizam (ključan ciklo turizam)

Ruralni turizam je vrsta specifičnog turizma koji predstavlja odvijanje turističkih aktivnosti na ruralnim područjima, odnosno van gradova. Jedna od specifičnosti ovakvog turizma je zadovoljavanje turističkih potreba i želja kroz aktivnosti poput doživljaja autentičnosti života na selu, tradicionalnih običaja i tradicije, kulturnih aktivnosti te pretežito boravka u prirodi. Ključan je eno – gastro turizam koji predstavlja uživanje u lokalnoj hrani i piću što je predstavljeno pomoću degustacija autentičnih lokalnih specijaliteta i vina koja su pružena od strane lokalnih proizvođača. Neke od aktivnosti mogu biti posjeti vinarijama, seoskim imanjima, odnosno OPG-ovima koji samostalno izrađuju svaku namirnicu koju pružaju svojim posjetiteljima. Na ovaj način se uz promoviranje tradicije i načina života, što pruža turistima nezaboravan i autentičan doživljaj, promoviraju i lokalni poduzetnici. Kulturni turizam je vrsta specifičnog turizma koji se odnosi na upoznavanje i prihvaćanje lokalne kulture destinacije, odnosno, baštine, povijesti, tradicije i običaja, umjetnosti i slično. Ključan aspekt kulturnog turizma u Općini se odnosi na glazbeni festival Forestland koji okuplja posjetitelje iz različitih dijelova Hrvatske, ali i Europe, a izvođače iz različitih kontinenta. Međutim, mora se spomenuti i novi događaj US-car picnic, koji iako je još uvijek relativno nov, također privlači brojne posjetitelje iz istih područja, te ima potencijal postati događaj na svjetskoj razini. U aktivni turizam spadaju sve turističke aktivnosti koje osiguravaju fizički napor te avanturističke doživljaje. Asocijacije na ovaj turizam su zdravi životni stil, priroda, aktivno sudjelovanje u sportovima, fizička spremnost i slično. U Općini postoje uređene pješačke, planinarske i biciklističke staze koje su spremne za korištenje. Poseban naglasak je na ciklo turizam koji predstavlja fizičke aktivnosti biciklom, a pomaže i kod razvitka manje razvijenih područja pošto biciklisti često posjećuju takva mjesta u potrazi za prirodnim ljepotama.

---

<sup>59</sup> Sveti Juraj na Bregu 2027. Strateški plan razvoja Općine do 2027. godine na temelju koncepta „pametna općina“, 51., 55.



### 3.3.1. Dionici u turizmu

Dionici u turizmu se mogu objasniti kao svi pojedinci ili organizacije koje direktno utječu na razvitak turizma. Odnosno svi oni koji planiraju, organiziraju i provode turističke aktivnosti, ali i oni koji ih konzumiraju. U suštini, pod dionike spadaju svi od lokalne zajednice, turističkih zajednica, poduzeća, pa do vlade i slično. Što se tiče same Općine, neki od najvažnijih dionika su:

- Turistička agencija „ETNO ART TRAVEL“
- Općina Sveti Juraj na Bregu
- Iznajmljivači smještaja
- Turistička zajednica
- Lokalno stanovništvo
- Turisti

U nastavku će biti detaljnije objašnjeni navedeni dionici, te koja im je uloga u turizmu tog kraja.

Turistička agencija „ETNO ART TRAVEL“ nalazi se u selu Lopatinec. Djeluje kao turistički posrednik, odnosno kao destinacijska menadžment kompanija za destinaciju Središnje Hrvatske. Organizira tematske turističke ture u Središnjoj Hrvatskoj i Međimurju. Također se bavi posredovanjem za putovanja u druge turističke destinacije u Republici Hrvatskoj, Europi i svijetu.<sup>60</sup> Nositelji su certifikata specijalista za eno – gastro i botanički turizam.<sup>61</sup>

U smislu turističke destinacije, turizmom upravlja Općina. Iako se još uvijek ne realizira, bitno je napomenuti projekt turističko edukativnog centra koji je ranije spomenuti. Općina može ulagati u infrastrukturu, promovirati turističke resurse, regulirati turizam kroz propise, poticati lokalno stanovništvo na uključanje u turizam, ulagati u očuvanje kulturne baštine i slično.

Iznajmljivači smještaja pružaju osnovnu uslugu turizma. U sljedećoj tablici je prikazan broj i vrsta smještajnih objekata koji se nalaze u Općini.

Tablica 5 Vrste i broj smještajnih objekata

Vrsta objekta	Broj objekta
Domaćinstvo	13
OPG	2
Nekomercijalni smještaj	1

<sup>60</sup> Sveti Juraj na Bregu 2027. Strateški plan razvoja Općine do 2027. godine na temelju koncepta „pametna općina“, 57.

<sup>61</sup> Etno Art Travel (<http://www.etnoart-travel.com/hr/>)

Druge vrste – skupina kampovi	6
Ukupno	22

Izvor: obrada autorice prema podacima iz E-visitor dobivenih od Turističke zajednice Međimurske županije

Prema tablici se može vidjeti da u Općini postoje 22 smještajna objekta te da su podijeljena u četiri vrste. Nadalje, kategorizacija objekata je sljedeća: 2 zvjezdice imaju dva objekta, 3 zvjezdice imaju pet objekta, 4 zvjezdice imaju devet objekta, 5 zvjezdica ima jedan objekt, te dva objekta imaju 3 sunca, i jedan objekt ima 2 sunca; 2 objekta nema kategorizacije.<sup>62</sup>

U Općini ne postoji turistička zajednica. Međutim, Općina spada pod okrilje Turističke zajednice Međimurske županije. Također, u blizini postoje turističke zajednice grada Čakovca, Murskog Središća, Preloga te općina Štrigova, Sveti Martin na Muri i Nedelišće koje mogu uzeti Općinu pod svoje pošto granice turističkih destinacija nisu određene administrativnim granicama.<sup>63</sup> Može se dodatno uključiti u turizam kroz promociju same destinacije, suradnje s lokalnim dionicima, provedbe turizma na održiv način, edukacija posjetitelja i slično. U budućnosti se planira otvoriti Turistička zajednica na području pet Općina, a pojedinosti su napisane kasnije u radu.

Lokalna zajednica čuva kulturnu baštinu i tradiciju te najbolje može promovirati domaće proizvode i usluge kako bi turisti najbolje dobili autentičan doživljaj. Zajednica se može uključiti u turizam na brojne načine bilo iz ekonomske koristi ili kao volonteri. Također, mogu pružiti podršku turističkim dionicima kroz različite ideje i prijedloge, sudjelovanja u javnim raspravama, podržavanjem projekata i slično. Poželjno je uključiti lokalnu zajednicu u proces planiranja i provedbe turizma kako bi se zajamčio održiv turizam, u skladu s potrebama i mogućnostima lokalnog stanovništva i kako bi se potpuno iskoristio potencijal za ekonomski razvoj i poboljšanje uvjeta života lokalnog stanovništva. U Općini ima ukupno 47 uslužnih obrta koji na direktno ili indirektno mogu sudjelovati u turizmu (od ugostiteljstva do informatike). Nadalje, postoji 38 udruga u području sporta, kulture, zaštite okoliša, spašavanja, obrazovanja, gospodarstva, ljudskih prava, istraživanja i slično. Bitno je napomenuti da postoji i „Savjet mladih Općine Sveti Juraj na Bregu“ čija je uloga pomoći mladima u poslovnom i privatnom smislu. Sljedeća tablica prikazuje udruge raspoređene po selima u Općini te područja djelovanja.<sup>64</sup>

<sup>62</sup> E-Visitor – Turistička zajednica Međimurske županije

<sup>63</sup> Sveti Juraj na Bregu 2027. Strateški plan razvoja Općine do 2027. godine na temelju koncepta „pametna općina“, 57.

<sup>64</sup> Ibid, 44.-45.

Tablica 6 Udruge prema selima Općine i području djelovanja

SELO	UDRUGA	PODRUČJE DJELOVANJA
BREZJE	DVD Brezje	Zaštita i spašavanje
	NK „Hajduk“ Brezje	Sport
	Fitness klub „Royal“	Sport
	Udruga žena „Breza“ Brezje	Kultura i umjetnost, održivi razvoj, socijalna djelatnost, zaštita okoliša i prirode
DRAGOSLAVEC	Udruga korisnika bežičnih sustava NEDWireles	Tehnička kultura
	Udruga „Vredne roke“ Dragoslavec	Kultura i umjetnost
FRKANOVEC	Udruga Gruntači	Kultura i umjetnost, sport, zaštita okoliša i prirode
	Hrvatska viteška bratovština „Petar Zrinski“ – časni stol Čakovec	Kultura i umjetnost
	Zaštitarsko – ekološka udruga „Bedekovičeva graba – plavi leptir“	Kultura i umjetnost, zaštita okoliša i prirode
	Udruga Frkanovčani	Kultura i umjetnost, održivi razvoj, zaštita okoliša i prirode
LOPATINEC	Udruga žena „Lopatinec“	Kultura i umjetnost, socijalna djelatnost, zaštita okoliša i prirode
	Klub američkih automobila – „St. George Hill“	Međunarodna suradnja, obrazovanje, znanost i istraživanje, tehnička kultura
	Udruga sportske rekreacije „Sport za sve“ Sveti Juraj na Bregu	Sport
	Udruga Maja – Majčinstvo je avantura	Gospodarstvo, ljudska prava, međunarodna suradnja, obrazovanje, znanost i istraživanje, socijalna djelatnost, zaštita zdravlja
	DVD Lopatinec	Zaštita i spašavanje
	Kulturno umjetničko društvo Sveti Juraj na Bregu	Kultura i umjetnost
MALI MIHALJEVEC	Udruga mladih Mali Mihaljevec	Kultura i umjetnost, ljudska prava
	Udruga žena Mali Mihaljevec	Kultura i umjetnost, socijalna djelatnost, zaštita okoliša i prirode
	DVD Mali Mihaljevec	Zaštita i spašavanje
OKRUGLI VRH	-	-
PLEŠKOVEC	Udruga „Međimurske roke“	Demokratska politička kultura, gospodarstvo, hobistička djelatnost, kultura i umjetnost, ljudska prava, međunarodna suradnja, obrazovanje, znanost i

		istraživanje, održivi razvoj, socijalna djelatnost, zaštita okoliša i prirode
	Šahovski klub „Goran“ Lopatinec	Sport
	Pjevački zbor „Sveti Juraj na Bregu“	Kultura i umjetnost
	Udruga mladih Forestland	Demokratska i politička kultura, kultura i umjetnost, sport, zaštita okoliša i prirode
	Međimurski bandisti	Kultura i umjetnost
	Nogometna škola „Sveti Juraj na Bregu“	Sport
	NK „Venera“ Sveti Juraj na Bregu	Sport
VUČETINEC	DVD Vučetinec	Zaštita i spašavanje
	NK Vučetinec	Sport
	Udruga mladih Vučetinec	Kultura i umjetnost, ljudska prava, obrazovanje, znanost i istraživanje, socijalna djelatnost, sport, zaštita okoliša i pravde
ZASADBREG	DVD Zasadbreg	Zaštita i spašavanje
	Udruga Matapur	Kultura i umjetnost, obrazovanje, znanost i istraživanje
	Udruga mladih Zasadbreg	Kultura i umjetnost, ljudska prava, obrazovanje, znanost i istraživanje, sport, zaštita okoliša i prirode
	NK „Zasadbreg“	Sport
	Kulturno umjetnička udruga „Zasadbreg“ Zasadbreg	Kultura i umjetnost
	Stolnoteniski klub „Zasadbreg“	Sport

Izvor: obrada autorice prema Sveti Juraj na Bregu 2027. Strateški plan razvoja Općine do 2027. godine na temelju koncepta „pametna općina“, 44.-45.

Slijedeća tablica prikazuje dolazak i noćenja turista (domaći i strani) u 2023. godini (od siječnja do prosinca).

Tablica 7 Turisti u Općini prema nacionalnosti u razdoblju od siječnja do prosinca 2023. godine

DRŽAVA	DOLASCI	NOĆENJA	UDIO DOLAZAKA	UDIO NOĆENJA
Hrvatska	720	1673	56,69%	39,96%
Njemačka	170	1268	13,39%	30,28%
Austrija	53	225	4,17%	5,37%
Slovenija	84	219	6,61%	5,23%
Nizozemska	19	199	1,50%	4,75%
Mađarska	33	98	2,60%	2,34%
Ostale	191	505	15,04%	12,07%

Strani turisti	550	2514	43,31%	60,04%
Domaći turisti	720	1673	56,69%	39,96%
UKUPNO	1270	4187	100,00%	100,00%

Izvor: obrada autorice prema podacima iz E-visitora dobivenih od Turističke zajednice Međimurske županije

Prema tablici se može zaključiti kako su u 2023. godini više od polovice turističkih dolazaka ostvarili domaći turisti (56,69%), dok su strani turisti ostvarili više noćenja (60,04%). Turisti iz Njemačke su najučestaliji strani turisti s udjelom od 13,39% dolazaka i 30,28% noćenja što je približno kao ukupna noćenja domaćih turista (39,96%). Turisti iz Austrije, Slovenije, Nizozemske i Mađarske također imaju značajan udio u dolascima i noćenjima.

Sljedeće tablice prikazuju dolaske domaćih i stranih turista u razdoblju od 2016. godine do 2021. godine.

Tablica 8 Dolasci turista u Općinu Sveti Juraj na Bregu

	Domaći	Strani	Ukupno
2016.	247	200	447
2017.	200	137	337
2018.	357	168	525
2019.	303	220	523
2020.	442	124	566
2021.	679	210	889

Izvor: obrada autorice prema Državnom zavodu za statistiku (17.4.2024.)

Prema tablici se može zaključiti kako kroz godine raste broj dolazaka, te je najviše dolazaka zabilježeno u 2021. godini što je pomalo začuđujuće zbog pandemije COVID-19. Također se primjećuje kako je više domaćih turista što se poklapa s informacijama turista prema nacionalnosti.

Tablica 9 Noćenja turista u Općini Sveti Juraj na Bregu

	Domaći	Strani	Ukupno
2016.	523	437	960
2017.	388	395	783
2018.	704	493	1197
2019.	750	1114	1864
2020.	908	568	1476
2021.	1139	990	2380

Izbori: obrada autorice prema Državnom zavodu za statistiku (17.4.2024.)

Prema tablici se može zaključiti kako broj noćenja turista postepeno raste te je najveći broj noćenja ostvaren 2021. godine što je kao i kod dolazaka turista začuđujuće zbog toga što se većini ostalih turističkih destinacija dogodila stagnacija dolazaka i noćenja kao i drastično smanjenje. Međutim, razlika u tim podacima se može opravdati mogućnošću da su turisti zbog

pandemije počeli više odlaziti u ruralna područja kako bi se maknuli od urbanih gužva te turističkih destinacija u kojima se očekivala velika prisutnost ljudi. Odnosno, da su željeli mirnu okolinu za odmor s uvjetima za održavanje zdravlja. Nadalje, više noćenja je ostvareno od domaćih turista nego stranih.

### 3.3.2. Identifikacija turističkih resursa

U sljedećoj tablici su prikazani najznačajniji dijelovi prirode u Općini koji na neki način mogu doprinijeti turizmu.

Tablica 10 Prirodni resursi na području Općine

Naziv	Značajnost
Bedekovićeve grabe	Natura 2000, zoološki spomenik prirode
Prostor klanca potoka Gorčica	Zona zaštitnog zelenila
Tulipanovac	Spomenik parkovne arhitekture
Prekogranični rezervat biosfere Mura-Drava-Dunav	UNESCO
Hrvatski cvjetnjak	Duhovni park

Izvor: izrada autorice

Najznačajnije prirodno područje, koje je zaštićeno u Međimurju je spomenik prirode Bedekovićeve grabe. Također, zabilježeno je da je jedino područje Međimurja koje je svrstano na popis Natura 2000 Europske Unije.<sup>65</sup> Bedekovićeve grabe su potočna dolina potoka Pleškovca, te predstavlja dom brojnim ugroženim i zaštićenim vrstama biljnog i životinjskog svijeta. Na tom području stanuje čak 81 biljna vrsta i 63 vrsta leptira. Godine 2002. je područje zaštićeno kao zoološki spomenik prirode. Kao što je već navedeno, stanište je kritično ugroženog leptira zagasitog livadnog plavca i velikog livadnog plavca. Nadalje, uz te dvije vrste su još bitne dvije ugrožene vrste leptira, zbog kojih su Bedekovićeve grabe postale dio Natura 2000: kiseličin crvenko i danja medonjica. Zanimljivo je kako je znanstveno dokazano da putem tradicijskih zahvata (prirodnom košnjom) u tom području čovjek povećava biološku raznolikost. Bitno je napomenuti kako je ljudska briga nužna za održavanje, jer ako je nestane, livade će se pretvoriti u šume te će nestati bioraznolikost. Međutim, ljudsko djelovanje treba regulirati zbog mogućnosti da će doći do smrtnosti leptira ukoliko se ne poštuju vremenski okviri kada njima paše.<sup>66</sup>

Prostor klanca potoka Gorčica u Lopatincu je označen kao područje zone zaštitnog zelenila. Stablo Tulipanovac je spomenik parkovne arhitekture, a nalazi se u Vučetincu. Spomenik je

<sup>65</sup> Poslovni turistički vodič (<https://www.tourist-ad-guide.com/opcine/opcina-sveti-juraj-na-bregu/>)

<sup>66</sup> Golub, Mesarić, Rojko, Šardi i drugi, *Priroda Međimurja – Med dvema vodama*, 70.-87.

kategoriziran 1995. godine. Visina mu je oko 60 metara, a rizik su mu dugotrajna sušna razdoblja. Medonosna je biljka te se nalazi u privatnom posjedu.<sup>67</sup> Unutar Općine se nalazi površina koja je dio Prekograničnog rezervata biosfere Mura – Drava – Dunav (zaštita UNESCO-a). Duhovni park Hrvatski cvjetnjak je travnjak s jezerom u sredini i biljkama.<sup>68</sup>

U sljedećoj tablici su navedeni kulturno – povijesni spomenici/građevine/ustanove koje su značajne za Općinu Sveti Juraj na Bregu.

Tablica 11 Kulturno - povijesni resursi Općine

Naziv	Značajnost
Crkva Svetog Jurja	18. stoljeće
Župni dvor	Darovnica hrvatskog bana Šubića Zrinskog
Pil tipa tabernakul	Sakralna graditeljska baština
Kapelica Srca Isusovog	Brezje
Raspelo iz 1891. godine	
Pil Svetog Antuna Padovanskog	
Drveno raspelo raspelo iz 1905. godine	
Stara hiža	Seoska arhitektura Međimurja u prošlosti
Dom kulture Jurice Muraja	Kreativno edukativni centar (Murai)
Kapela Kraljice Mira	Zasadbreg
Kapelica Svete Barbare	Okrugli Vrh
Kapelica Svetog Vida	Frkanovec
Kapela Majke Božje Žalosne	Vučetinec
Spomenik šumi	Republika Hrvatska

Izvor: izrada autorice

Crkva Svetog Jurja je sagrađena u drugoj polovici 18. stoljeća. Kategorizira se kao sakralno – profana graditeljska baština, te je nepokretno kulturno dobro.<sup>69</sup> Crkva je značajna zbog toga što je vidljiva iz svih dijelova Međimurja i služi kao orijentir u prostoru. Godine 2008. je došlo do urušavanja 2/3 crkve i 45 m visoki zvonik, a obnovljena je u 2010. godini.<sup>70</sup> U župnom dvoru se čuva darovnica na pergameni iz 1563. godine od hrvatskog bana Nikole Šubića Zrinskog.<sup>71</sup> Pil tipa tabernakul je iz 1753. godine. Primjer je barokne sakralne građevinske baštine, a u tijeku je postupak zaštite od Ministarstva kulture (pravni status zaštićenog kulturnog dobra).<sup>72</sup>

Slika 3 Crkva Svetog Jurja

Slika 4 Pil tipa tabernakul

<sup>67</sup> Strateški koncept razvoja Općine za razdoblje 2021-2027. godine, 17.

<sup>68</sup> Martinez, *Putovima Gornjeg Međimurja*“ str. 121.

<sup>69</sup> Sveti Juraj na Bregu 2027. Strateški plan razvoja Općine do 2027. godine na temelju koncepta „pametna općina“, 20.

<sup>70</sup> Sveti Juraj na Bregu (<https://www.svetijuraj nabregu.hr/sveti-juraj-na-bregu/>)

<sup>71</sup> Martinez, op.cit. 117.

<sup>72</sup> Sveti Juraj na Bregu 2027. Strateški plan razvoja Općine do 2027. godine na temelju koncepta „pametna općina“, 21.



Izvor: eMedjimurje.hr (8.5.2024.)

Izvor: Martinez, op.cit. 127.

Stara hiža (Matulov Grunt) prikazuje tradicionalnu međimursku kuću, vodi se pod zaštićenom Međimurskom baštinom. Izgrađena je prije stotinjak godina u duhu tradicije međimorskog kraja. Trenutno se koristi kao centar za edukaciju i istraživanje leptira i biljnih i životinjskih vrsta gornjeg Međimurja. Ime je dobiveno po kajkavskom dijalektu za riječ leptir (matul) i parcelu (grunt). Nalazi se na području Natura 2000 uz Bedekovićeve grabe.<sup>73</sup>

Slika 5 Stara hiža



Izvor: Općina Sveti Juraj na Bregu (8.5.2024.)

Općina uz suradnju s Društvenim centrom Čakovec provodi projekt kreativno edukativnog centra Murai kroz koji se provode aktivnosti i kulturno – umjetnički programi i osnaživanje kapaciteta organizacija civilnog društva za menadžment u kulturi. Također, svrha je aktivno uključivanje građana i volontera u procese kreiranja sadržaja, politika i procesa suupravljanja javnim prostorom u kulturi.<sup>74</sup> U Malom Mihaljevcu je 2007. godine podignut prvi spomenik šumi u Republici Hrvatskoj.<sup>75</sup>

<sup>73</sup> Med dvema vodama (<https://med-dvemi-vodami.info/sto-posjetiti/matulov-grunt/>)

<sup>74</sup> Kreativno edukativni centar Murai (<https://pdcek.hr/murai/o-nama/>)

<sup>75</sup> Poslovni turistički vodič (<https://www.tourist-ad-guide.com/opcine/opcina-sveti-juraj-na-bregu/>)



U sljedećoj tablici su prikazani objekti, odnosno, infrastruktura koja omogućuje sport i avanturističke aktivnosti na području Općine.

Tablica 12 Sport i avanturizam u Općini

Naziv	Značajnost
Tereni za nogomet, rukomet, košarku	
Sportsko – rekreacijski centar Rogoznica	
Accredo centar	Sportsko-adrenalinske aktivnosti
PG Geler adrenalinski park	Team building
Rekreacijski ribnjak	
Pušipelova biciklistička ruta	
Mali Murai	Planinarska ruta
Veliki Murai	Planinarska ruta
Šumski put	
Ranch Curek	Ranč s životinjama

Izvor: izrada autorice

Accredo centar je dobio naziv i „Tvornica dobrih emocija“, te navode kako je to mjesto za svakoga, bez obzira na fizičku spremnost i godine. Nude razne aktivnosti za team building, školske izlete, rođendane, momačke i djevojačke, godišnjice, završnice, domjenke, promocije i slično. Neke od ponuđenih aktivnosti su streličarstvo, snajper, pistol duel, penjanje na umjetnu stijenu, airsoft duel, bacanje sjekira, paintball, battle archery, tuba, bubble football, ljudski stolni nogomet, odbojka s ručnicima i slično.<sup>76</sup>

PG Geler adrenalinski park pruža pogled na crkvu Sveti Juraj na Bregu i okružen je šumom i zelenilom. Navode kako su cijeli park i ostali objekti većinom napravljeni od recikliranih materijala, a gastronomska ponuda je iz vlastitog i lokalnih OPG-ova. Također, vlasnici su kritično ugrožene pasmine kojoj prijete izumiranje „Međimurski konj“. Neke od aktivnosti koje nude su zip-line, divovska ljuljačka, paintball, vožnja quadova i slično. Nude team builing za sve uzraste, te hranjenje konja iz ruke, pečenje tradicionalnog kruha i izradu autohtonog sira turoša.<sup>77</sup>

Pušipelova biciklistička ruta duga je 53,9 km, a uspon je 741 m, te je klasificirana kao zahtjevna. Mora se spomenuti i relativna blizina biciklističkih ruta EuroVelo sustava, kao i Murske biciklističke rute.<sup>78</sup> Mali Murai je staza duga šest kilometara te prolazi uz Pleškovec do

<sup>76</sup> Accredo adrenalin centar (<https://www.accredo.hr/hr/o-nama>)

<sup>77</sup> Pomakni Granice Geller (<https://pg-geler.hr/nasa-prica/>)

<sup>78</sup> Sveti Juraj na Bregu 2027. Strateški plan razvoja Općine do 2027. godine na temelju koncepta „pametna općina“, 56.

crkve Svetog Jurja na Bregu i Doma kulture Murai. Veliki Murai je staza duga od 14 do 16 km i sadrži prolaz kroz retenciju Jegerseg, Bedekovićeve graba, vrha Mohokos i izvora Margetica.

Šumski put je kratka ruta kroz šumu. Također je navedena postojeća ruta do najviše točke Međimurja (Mohokos) i preko polja do jezera s labudovima (Bedekovićeve grabe). Ranch Curek okružuje šuma i zelenilo, a posjeduju konje, ovce, koze i pse. Pružaju aktivnosti jahanja konja, šetnje šumom, vožnje quada, xxi šah i čovječe ne ljuti se, zip line, bungee trampolin ili odmora na ranču.<sup>79</sup>

Sljedeća tablica prikazuje ostale resurse koji se nalaze u Općini, a vrlo su značajni za razvoj turizma.

Tablica 13 Ostali turistički resursi

Naziv	Značenje	Kategorizacija
Arcadia wellness park	Wellness sadržaj/studio apartman	4*
Pizzeria Venera	Pizzeria	
Izletište Zlatni breg	Restoran	
Kavana Arka 2	Kavana	
Mundarov breg	Vinarija	
Vina DK – Dvanajščak Kozol	Vinarija	
Seoski turizam Turk	Seosko gospodarstvo	2 sunca
Međimurski dvori	Izletište i restoran	
Međimurske gorice	Vrh Mohokos	
Restoran Kneja Mali Mihaljevec	Restoran	
Holiday Home „Aura Lux“	Kuća za odmor	4*
Pozojova hiža – Rural Holiday House	Ruralna kuća za odmor	3 sunca
Vinska kuća Turk	Seljačko domaćinstvo	
Holiday Home Nirvana	Kuća za odmor	3*
Gran Vista Holiday Home		4*
Holiday Home Bella Vita	Kuća za odmor	3*
Holiday Home Lina	Ruralna kuća za odmor	3 sunca
Kuća Karla	Kuća za odmor	2*
Kuća Hedona	Kuća za odmor	4*
Casa M	Kuća za odmor	3*
Regina	Kuća za odmor	4*
Aura		4*
In the green	Kuća za odmor	4*
Franc holiday house	Kuća za odmor	4*
Kuća Petran Marija		
Međimurje	Kuća za odmor	4*
Villa Wolf Castle		5*
Ljiljan	Studio apartman	2*
Holiday house Novak	Kuća za odmor	3*

<sup>79</sup> Raj na bregu (<https://rajnabregu.com/iskoristi-dan-2/>)

Zeleni Breg		3*
PG Geler		

Izvor: izrada autorice

Arcadia wellness park je turistički objekt koji nudi različite vrste wellness aktivnosti, te kreativnih, rekreativnih i edukativnih aktivnosti u cilju postizanja unutarnjeg mira i ravnoteže.<sup>80</sup> Kneja je ugostiteljski objekt smješten na šumskom proplanku. Privlači izletnike svojom posebnom arhitekturom, te je potpuno građen od drveta.<sup>81</sup> U tablici su prikazani i ostali turistički objekti, odnosno, njihovo značenje i kategorizacija.

### 3.4. Turistički događaji u Općini Sveti Juraj na Bregu

S ciljem boljeg razumijevanja svrhe i načina provođenja događaja, postavljena su pitanja organizatorima događaja u obliku dubinskog intervjua. Dobiveni odgovori, odnosno informacije za određene događaje, su obrađeni i obrazloženi u nastavku. Pitanja će biti priložena u dijelu diplomskog rada „Prilozi“. Sljedeća tablica prikazuje neke od većih događaja koji se održavaju u Općini te vrijeme održavanja.

Tablica 14 Događaji i vrijeme održavanja

Događaj	Vrijeme održavanja
Forestland	Kraj srpnja
Hog Race	Sredina svibnja
US car picnic	Početak kolovoza
Pohod na Mohokos	Kraj rujna
Božićni sajam	Sredina prosinca
Advent u Svetom Jurju na Bregu	Prosinac
Dani Općine Sveti Juraj na Bregu	Kraj travnja, početak svibnja
Križni put Župe Sveti Juraj na Bregu	Početak ožujka
Vincekov pohod	Kraj siječnja
Proštenje Imena Marijina	Početak rujna
Sportska natjecanja	Tijekom cijele godine

Izvor: izrada autorice

U nastavku će se поближе objasniti navedeni najznačajniji događaji Općine.

#### Forestland<sup>82</sup>

Prvi događaj je organiziran 2013. godine, a organiziran je od strane nekoliko prijatelja. Nekoliko puta je proglašen najboljim domaćim festivalom, a održava se u okruženju šuma i polja. Glazbeni je festival koji okuplja tisuće mladih ljudi, glazbene entuzijaste na 48 sati uz

<sup>80</sup> Raj na bregu (<https://rajnabregu.com/iskoristi-dan-2/>)

<sup>81</sup> Martinez, op.cit. 113.

<sup>82</sup> Službena internetska stranica Forestland (<https://forestland.hr/>)

dobru glazbu i ritam. Od početka su organizirana 13 događaja, a preskočena je 2020. godina zbog COVID – 19 pandemije. Uz glavni Forestland, organizirani su slični događaji poput Forestland Winterstory, Forestland Exclusive i Summer Special projekti.

### Hog Race<sup>83</sup>

Za događaj Hog Race, na dubinski intervju je odgovorila voditeljica adrenalinskog parka PG Geller gdje se održava događaj. Organizator Hog Racea je PG Geler j.d.o.o., a prvi događaj je organiziran 2020. godine. Događaj je prvenstveno organiziran zbog želje da kao sportska obitelj stvore događaj za obitelji i prijatelje. U 2020. godini, tijekom COVID-19, bilo je 11 posjetitelja, a u 2023. godini je zabilježeno 300 posjetitelja. Jedni od ključnih izazova su bili organizacija takvog događaja u toku pandemije COVID-19, te pronalazak sponzora za financiranje. Mora se napomenuti kako imaju certifikat Good Travel Green Destination, te surađuju s lokalnim stanovništvom. Koriste lokalne usluge i proizvode, te podržavaju lokalne kulturno – umjetničke i druge subjekte.

Suorganizator je Orijentacijski klub Međimurje iz Selnice, a pokrovitelji su Međimurska županija, Općina Sveti Juraj na Bregu, Turistička zajednica Međimurske županije, Međimurje plin, benzinska postaja Formula V, BIM sport Varaždin, Hell energy drink, OPG i usluge građevinskom mehanizacijom Horvat, Caffè bar Room, Vina Dvanajšćak – Kozol, DJ Flovel. Neke od aktivnosti u adrenalin parku su elit super sprint, druženje/zagrijavanje uz glazbu, igra za spretne/hrabre posjetitelje, iznenađenje. Staza elit super sprint (500 m) trče pet najbržih žena i pet najbržih muškaraca. Staza za djecu (100-300 m) je za djecu od 5 do 15 godina. Staza 2 km sadrži prepreke koje su manje zahtjevne. Staza 6 km je najzahtjevnija (prijenos kukuruza za veprove – uzbrdica - nizbrdica kružno).

Na temelju dobivenih odgovora, može se zaključiti kako je ovaj događaj namijenjen obiteljima, te fizički aktivnim osobama, a pomoću njega žele promovirati sport i zajedništvo. Organizatoru je bitno održivo poslovanje, te očuvanje prirode što se može vidjeti uz posjedovanje certifikata Good Travel Green, a bitno je napomenuti kako surađuju s lokalnim stanovništvom. Na taj način pomažu lokalnim poduzetnicima u promociji lokalne kulture i njihovih proizvoda. Iako je događaj organiziran u toku pandemije, vidi se znatno povećanje u broju posjetitelja što ukazuje na dobru promociju i atraktivnost događaja. Naime, događaj se promovira na službenoj stranici obrta PG Geler i službenoj stranici događaja pod nazivom „Hog

---

<sup>83</sup> Cijeli odlomak je formuliran pomoću dokumenta dobivenog od PG Geler i službene internetske stranice Hog race (<https://hograce.pg-geler.hr/>)

race festival 20xx.“, te imaju Facebook i YouTube stranicu na kojoj objavljuju sadržaj vezano uz događaj. Uz to, događaj promovira turistička stranica Općine Sveti Juraj na Bregu pod nazivom „Raj na bregu“ u kategoriji manifestacije, a uoči događaja lokalne i nacionalne novine. Dakle, nesumnjivo je da će se događaj kroz godine sve više razvijati ukoliko će se njime pravilno upravljati. Bitno za zaključiti je da ovaj događaj doprinosi razvoju ne samo organizatora već i zajednice, odnosno, ruralnom području.

#### US-car picnic<sup>84</sup>

Za događaj US-car picnic, na pitanja intervjuja je odgovorio jedan od organizatora događaja, te predsjednik Kluba Američkih Automobila „St. George Hills“. Događaj je organiziran od strane Kluba Američkih Automobila „St. George Hills“. Događaj je prvi put organiziran u kolovozu 2022. godine. Prvenstveno je organiziran zbog promidžbe kluba, druženja, te promoviranja američkih automobila i edukacije posjetitelja o istim, a cijeli događaj se odvija u duhu Amerike. U suradnji su sa Općinom, Turističkom zajednicom Međimurske županije te svake godine imaju između 40 do 50 sponzora. Zabilježeno je više od 800 posjetitelja. Što se tiče izlagača, 2022. godine je bilo između 60 do 70, a 2023. godine oko 150.

Događaj traje dva dana, petak i glavni dio u subotu, pretežito za prvi vikend u kolovozu. Glavna aktivnost je susret američkih automobila koja se provodi na način da se u mjestu odvijanja događaja automobili američkog podrijetla parkiraju te ih posjetitelji mogu obilaziti, slikati se s njima, razgovarati s vlasnicima i slično. Nadalje, održavaju se koncerti, osiguran je zip line, napuhani tobogani, bungee trampolin, prostor za tetoviranje, trgovina vintage odjeće i nakita, brijačnica za muškarce, hrana i piće i slično. U toku programa dodjeljuju se nagrade za razne kategorije, a neke od njih su: najdulji automobil, najstariji automobil, najglasniji automobil, automobil koji je prešao najdalji put do događaja... Jedna od zanimljivijih aktivnosti je defile po selima gdje automobili u koloni prolaze kroz sva sela Općine.

Ključna poteškoća koja se desila je povezana s vremenskim uvjetima, odnosno, 2023. godine su odgodili događaj zbog prevelike kiše koja je onemogućila odvijanje, a time su se pojavili problemi prebacivanja svih aktivnosti na kasniji datum. Što se tiče zaštite okoliša, potiču smanjenje korištenja plastike, odnosno, koristi se povratna ambalaža i reciklirani proizvodi. Osigurane su kante za smeće po cijelom mjestu održavanja, te su pravilno označene kako bi i posjetitelji mogli pravilno odlagati smeće.

---

<sup>84</sup> Cijeli odlomak je formuliran od strane dokumenta dobivenog od Klub Američkih Automobila „St. George Hills“

Lokalno stanovništvo je uključeno na način da su svi zaposlenici i pomoćni radnici prebivalištem u Općini, a prilikom defilea se automobili nerijetko zaustavljaju pri lokalnim restoranima, kafićima i vinarijama. Također, osigurane su sobe za goste u okolnim smještajnim objektima. Pošto se događaj odvija na istom mjestu kao i Forestland, Klub surađuje sa njima na način da zajednički uređuju i održavaju prostor (na primjer, Klub je napravio šank od drva, a organizatori Forestlanda su osigurali materijal).

Na temelju dobivenih odgovora može se zaključiti kako je događaj namijenjen svim profilima turista koji su zainteresirani za automobile i američku kulturu. Neke od poteškoća, kao i Forestlandu, je ta što se događaj održava potpuno u prirodi te ukoliko vremenski uvjeti nisu povoljni, događaj se mora odgoditi što dovodi do dodatnih problema, troškova i mogućnosti slabije uspješnosti istih. Bitno je da provode događaj na održiv način, te ostavljaju prirodu urednu, nezagađenu i potiču na recikliranje. Također, blisko surađuju s lokalnim stanovništvom i pomažu lokalnim poduzećima, ugostiteljima i slično. Prvenstveno se promoviraju na Facebook i Instagram stranici, a nerijetko ih uoči događaja promoviraju i automobilske stranice, lokalne novine te nacionalne novine. Ovaj događaj također doprinosi razvoju zajednice te promociji ovog ruralnog područja van zemlje.

#### Pohod na Mohokos<sup>85</sup>

Za događaj Pohod na Mohokos, na pitanja je odgovarala gospođa koja je planinarski vodič standarda A Planinarskog kluba EXTREM. Pohod na Mohokos organiziran je od strane planinarskog kluba EXTREM koji se nalazi u Čakovcu. Prvi pohod je organiziran u jesen 2018. godine kao jedna od aktivnosti iz projekta „Slavimo planinarstvo“ sufinancirano sredstvima „Međimurske županije“. Događaj je organiziran povodom 25. godišnjice osnivanja i rada Planinarskog kluba EXTREM. Cilj je bio provesti planinarsku aktivnost za planinare i građane kako bi ih motivirali za što duži boravak u prirodi i kretanju, te ukoliko im se sviđa, da postanu planinari. Sljedeća tablica prikazuje broj sudionika po godinama održavanja događaja, te opis aktivnosti.

Tablica 15 Broj sudionika po godinama

Godina	Broj sudionika	Opis
2018.	53	
2019.	103	Prijavljeno na Europski tjedan kretanja „NowWeMove“ Nagrade za sudionike od organizatora HZJZ Čakovec
2020.	80	Poduzete COVID mjere

<sup>85</sup> Cijeli odlomak je formuliran od strane dokumenta dobivenog od Planinarskog kluba „Extrem“

		Prijavljeno na Europski tjedan kretanja Vodiči i organizatori su dobili majice BeActive
2021.	62	Poduzete COVID mjere
2022.	76	
2023.	81	Prijavljeno na Europski tjedan kretanja Na kraju ture je održana tombola BeActive (nagrade za sve sudionike)

Izvor: izrada autorice prema podacima dobivenih od Planinarskog kluba „Extrem“

Nemaju izlagača u smislu prodaje proizvoda, ali iz godine u godinu rade na promociji „Europski tjedan kretanja“ sa Ministarstvom turizma i športa. Osim toga, u tri protekle godine je Općina Nedelišće sufinancirala jer su kandidirali za projekt za sredstva iz proračuna za udruge. Nadalje, svake godine imaju donatora koji bez obveze reklame altruistički donira neke svoje proizvode ili financijska sredstva (Štancaona - Zagreb, „HESPO – Hilding Anders“ iz Preloga, Pekara IN iz Nedelišća, Mesnica Mihalić iz Nedelišća, OPG Josip Vincek, ...). Događaj se sastoji od hodanja po stazi dužine cca 14km, usputna odmaranja na pogodnim mjestima (npr. živopisno retencijsko jezero Jegerszeg...) uz jelo i piće (peciva, hot-dog, salame, kolači, voće i sokovi), a svake godine svaki od sudionika dobiva i prigodan poklon u vidu uporabnog planinarskog predmeta sa otisnutim logotipom Kluba i projekta i osigurana je vožnja od Mohokosa natrag na startnu poziciju. Također, spomenuta je suradnja s planinarskim vodičima iz planinarskih društava, HPD Međimurje iz Čakovca, HPD iz Varaždina i HGSS Stanica Čakovec (vođenje i osiguranje staze). Ključne poteškoće kod organizacije su uglavnom financijske prirode. Organizacija Kluba je isključivo kroz volontere. Održivost i očuvanje prirodnog okoliša prilikom organizacije i provođenja događaja nema izazova zbog toga što je ciljana skupina korisnika naučena na filozofiju i projekt Hrvatskog planinarskog saveza pod nazivom „Ne ostavljaj za sobom ništa osim otisaka svojih stopa“. Što se tiče lokalnog stanovništva, prilikom organizacije i provedbe događaja se ne očekuje neposredan doprinos (osim članstva Kluba koje iznese rad na terenu prije i na dan događaja), no do određene mjere surađuju s lokalnom, regionalnom i državnom javnom upravom.

Na temelju dobivenih odgovora, može se zaključiti kako je događaj sportske prirode, te je namijenjen takvom profilu turista. Svrha organiziranja događaja je bila približiti zdrav način života što većem broju ljudi, te ih motivirati da se češće bave fizičkim aktivnostima. Što se tiče očuvanja prirode, nesumnjivo je da su organizatori, a i posjetitelji prirodno osviješteni te pokušavaju što više smanjiti negativan utjecaj na nju. Događaj se promovira putem Facebook stranice te lokalnih internetskih medija, ali i na službenoj internetskoj stranici Hrvatski planinarski savez.

## Božićni sajam

Božićni sajam se održava unazad 10 godina, te mu je glavna karakteristika izložba - prodaja. Namijenjen je udrugama, poslovnim subjektima, vrtićima i školama. Održava se na području školske sportske dvorane osnovne škole Općine, a izložbeno – prodajna mjesta su besplatna.<sup>86</sup> Prošle godine je zabilježen veliki broj izlagača, te su posjetitelji mogli uživati u prigodnom kulturno – umjetničkom programu. Vinari iz udruge Hortus Croatiae su u šatoru pored škole predstavljali svoja vina.<sup>87</sup>

## Advent u Svetom Jurju na Bregu

Događaj traje mjesec dana, te se pretežito sastoji od dvije do tri aktivnosti na tjedan. Neke od tih aktivnosti su kićenje božićne jelke, mise zornice, blagoslov i paljenje adventskih svijeća, adventi po selima, izložbe, koncerti, Božićni sajam, blagoslovi i slično. Organiziran je od strane Općine.<sup>88</sup>

Slika 6 Program Adventa za 2023. godinu



Izvor: Općina Sveti Juraj na Bregu (8.5.2024.)

## Dani Općine Sveti Juraj na Bregu

<sup>86</sup> Sveti Juraj na Bregu (<https://www.svetijurajnaBregu.hr/2023/11/22/pozivnica-za-10-bozicni-sajam-sveti-juraj-na-bregu/>)

<sup>87</sup> Medjimurski.hr (8.5.2024.)

<sup>88</sup> Sveti Juraj na Bregu (<https://www.svetijurajnaBregu.hr/2023/11/29/advent-u-svetom-jurju-na-bregu-9/>)



Dani Općine Sveti Juraj na Bregu traju dva tjedna te se održavaju brojne različite aktivnosti koje privlače sve dobne skupine. Neke od aktivnosti su biciklističke utrke, dani otvorenih vrata DVD Lopatinec, Sveta misa, sportski turniri, promocije, izložbe, koncerti, natjecanje u kuhanju graha, predstave i slično.<sup>89</sup>

Prvi put se 2024. godine održao Vinski pohod od 15 km, a išlo se od parka Foresland, preko seoskog turizma Geler i vinarija Mundarov breg, Dvanajščak - Kozol, Turka i natrag. Općina ga je organizirala u suradnji s vinarima Hortus Croatiae, društvom Cipelcug i Turističkom zajednicom područja „Srce Međimurja“. Za sve sudionike je bila osigurana okrepa i bonovi za degustaciju vina.<sup>90</sup> Turistička zajednica „Srce Međimurja“ je buduća (još je mora potvrditi skupština postojeće Turističke zajednice Općine Nedelišće i svako od općinskih vijeća) turistička zajednica područja koja će se sastojati od pet Općina: Općina Sveti Juraj na Bregu, Općina Nedelišće, Općina Strahoninec, Općina Gornji Mihaljevec i Općina Šenkovec.<sup>91</sup>

#### Križni put Župe Sveti Juraj na Bregu

Događaj organizira Župa, a sudjeluje i lokalno stanovništvo koje se uključuje u pripremu i organizaciju događaja. Stanovnici Župe Sveti Juraj na Bregu i okolne župe tradicionalno održavaju križni put po selima. Početak obilježava jutarnja Sveta Misa u župnoj crkve, a nakon toga se kreće po postajama. Postaje prolaze kroz sela Lopatinec, Brezje, Mali Mihaljevec i Zasadbreg. Posljednja postaja je u župnoj crkvi. Na postajama su pripremljeni kolači, peciva i pića od strane lokalnih stanovnika.<sup>92</sup> Križni put je dug 24 km, a na svakoj postaji se moli desetica krunice.<sup>93</sup> Događaj je namijenjen za sve dobne skupine, a 2020. godine je zabilježeno da je najmlađi sudionik imao 4 godine, a najstariji 90 godina.<sup>94</sup>

#### Vincekov pohod<sup>95</sup>

Za događaj Vincekov pohod, na pitanja dubinskog intervjuja je odgovarala stručna suradnica Turističke zajednice Općine Nedelišće. Prvi Vincekov pohod je organiziran 2013. godine od

---

<sup>89</sup> eMeđimurje (<https://emedjimurje.net/hr/vijesti/politika/2940248/uz-dan-opcine-sveti-juraj-na-bregu-turizam-nam-mnogo-znaci/>)

<sup>90</sup> eMeđimurje (<https://emedjimurje.net/hr/vijesti/drustvo/2938241/uzivancija-na-svjezem-zraku-najavljujemo-1-vinski-pohod-svetog-jurja/>)

<sup>91</sup> eMeđimurje (<https://emedjimurje.net/hr/vijesti/drustvo/2765087/ujedinili-se-nacelnici-s-jurovskoga-brjega-vidi-se-srce-medjimurja/>)

<sup>92</sup> Župa Sveti Juraj na Bregu ([https://www.zupasvetijuraj nabregu.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1256:krini-put-po-selima-upe&catid=1:vijesti&Itemid=2](https://www.zupasvetijuraj nabregu.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1256:krini-put-po-selima-upe&catid=1:vijesti&Itemid=2))

<sup>93</sup> Varaždinska biskupija (<https://www.biskupija-varazdinska.hr/vijesti/krizni-put-na-otvorenom-po-zupi-sveti-juraj-nabregu/5255>)

<sup>94</sup> Informativna katolička agencija (<https://ika.hkm.hr/novosti/krizni-put-po-zupi-sveti-juraj-na-bregu/>)

<sup>95</sup> Cijeli odlomak je formuliran od dokumenta dobivenog od strane Turističke zajednice Nedelišće

strane OPG Kerman u suradnji s Turističkom zajednicom Nedelišće. Od 2023. godine organizaciju potpuno preuzima TZ Nedelišće, a u 2024. godini su u organizaciji pomogle Općina Gornji Mihaljevec, Općina Sveti Juraj na Bregu, Općina Strahoninec i Općina Šenkovec. Što se tiče suradnje s lokalnim stanovništvom, uglavnom se surađuje s lokalnim udrugama jer se organizacijski lakše poslože i volonterski pomažu u organizaciji svih događaja.

Događaj je organiziran zbog tradicije i posvete vinograda prije početka radova, a idealno se uklopio u razvoj turističke ponude Međimurja. U prvim godinama održavanja događaja je prisustvovalo oko 50 sudionika, a kroz godine je broj narastao do 200 osoba. Kroz godine COVID-19 pandemije, broj se smanjio na 130 sudionika, a 2024. godine je zabilježeno gotovo 300 osoba.

Događaj se sastoji od okupljanja u Macincu, te pješačenje do vinske kuće gdje se održava tradicionalan obred posvete početka radova uz popratni kulturno umjetnički program KUD-ova i tamburaša. Kasnije je druženje svih sudionika uz prigodnu okrjepu i tamburaše. U događaj je uključena udruga Maxenca koja se brine za doček hodača uz čaj, kuhano vino i slanine na krugu, evidenciju i podjelu bonova. Na postaji u Gornjem Mihaljvcu Općina priprema klipiće, kuhano vino i čaj, a Kulturno umjetnička udruga Seljačka sloga Nedelišće i Kulturno umjetnička udruga Zasadbreg dijeli hranu i piće na krajnjoj točki pohoda u Društvenom domu u Dragoslavcu. Rudiexpres je zadužen za prijevoz sudionika iz točaka okupljanja do startne toče, te od krajnje točke do polazišne točke.

Ključne poteškoće organiziranja i provođenja događaja su osmišljavanje on-line prijavnica te povezivanje svih Općina u zajedničke projekte. Što se tiče održivosti i očuvanja prirodnog okoliša prilikom organiziranja i provođenja, sudionici su ljudi koji vole boraviti u prirodi te se uglavnom i sami brinu o očuvanju okoliša. Najveći problem je jednokratni pribor za jelo, ali što se tiče čaša, sudionici nose metalne čaše koje su podijeljene na prethodnim pohodima.

Prema dobivenim odgovorima, može se zaključiti kako je događaj namijenjen ljubiteljima vina. Surađuju s lokalnim udrugama te stanovništvom što doprinosi zajedničkim pogodnostima za obje strane, a i ističu da se brinu o očuvanju okoliša. Događaj prvenstveno promoviraju planinarska društva te lokalni internetski mediji. Događaj se održava već duže vrijeme što ukazuje na uspješnost organizacije i atraktivnost među posjetiteljima. Bilo bi dobro kada bi osnovali vlastitu internetsku stranicu, te počeli promovirati na različitim društvenim medijima kako bi privukli veći broj ljudi s različitim obilježjima kao i turiste iz udaljenijih destinacija.

Proštenje Imena Marijina

Događaj se odvija u dva dana, te je vjerske tematike. Neke od aktivnosti su moljenje krunice, sveta ispovijed, euharistijsko slavlje, zaziv Duha Svetoga za početak nove školske godine, misno slavlje, procesija, dječji zbor, koncert pjevačkog zbora župe Sveti Juraj na Bregu i slično. Mora se spomenuti pješačenje Majci Božjoj Lauretanskoj k Svetom Jurju gdje stanovnici iz drugih župa dolaze pješice u Općinu i prisustvuju proštenju.<sup>96</sup>

Sportska natjecanja (malonogometni turnir, turnir stolnog tenisa, šahovski turnir...)

Sportska natjecanja se održavaju na području Općine tijekom cijele godine, a organizirana su od strane različitih subjekata (Općine, sportskih klubova, pojedinaca). Neki od događaja koji se održavaju na području Općine su:<sup>97</sup>

- Šahovski turnir
- Turniri u velikom nogometu
- Turnir u stolnom tenisu
- Kros utrka
- Malonogometni turniri
- Trail Općinom
- Turnir u odbojci
- Brezijada, Med vulicama (nogometni turniri)
- Memorijalni turniri
- Turnir za osobe s invaliditetom (stolni tenis)

Ostali događaji

Mora se napomenuti kako su svi događaji bitni za razvoj Općine općenito, ali i za razvoj turizma. Međutim, Općina ima brojne događaje za koje trenutno ne postoje specifične informacije što se tiče organizacije, provedbe, broja sudionika i slično. Stoga se ne mogu detaljnije obrađivati i prezentirati u ovom radu, ali ih je bitno spomenuti. U sljedećoj tablici će biti nabrojani događaji koji imaju potencijala postati ključni događaji za razvoj turizma i Općine u budućnosti.

Tablica 16 Ostali događaji

Događaj	Vrijeme održavanja	Organizator
---------	--------------------	-------------

<sup>96</sup> Župa Sveti Juraj na Bregu ([https://www.zupasvetijuraj nabregu.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1201:protenje- imena-marijina-u-upi-sveti-juraj-na-bregu&catid=1:vijesti&Itemid=2](https://www.zupasvetijuraj nabregu.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1201:protenje- imena-marijina-u-upi-sveti-juraj-na-bregu&catid=1:vijesti&Itemid=2))

<sup>97</sup> Sveti Juraj na Bregu (<https://www.svetijuraj nabregu.hr/dogadanja/>)

Fašnik u Zasadbregu	Siječanj	KUU Zasadbreg
Škola šaha	Siječanj	Šahovski klub Goran
Organiziranje kreativnih radionica	Siječanj	Pjevački zbor Sveti Juraj na Bregu
Rekreacija srijedom	Siječanj	Udruga sportske rekreacije Sport za sve
Sportska igraonica za djecu Škola stolnog tenisa	Siječanj	Stolnoteniski klub Zasadbreg
Fitness trening	Siječanj	Udruga žena Mali Mihaljevec
Sportska škola Streljačkog kluba	Siječanj	Streljački klub Zelenbor
Nogometna škola	Siječanj	Nogometna škola Sveti Juraj na Bregu
Fašnik	Veljača	Udruga Vredne roke Dragoslavec Udruga mladih Vinska Braća Dragoslavec
Organiziranje radionica	Tijekom cijele godine	Udruga Vredne roke Dragoslavec
Fašničko – humanitarne radionice i posjet bolesnicima	Veljača	Udruga žena Breza
Organiziranje radionica	Tijekom cijele godine	Udruga žena Lopatinec
Obilježavanje Dana narcisa	Ožujak	Udruga žena Breza
Organiziranje radionica	Tijekom cijele godine	
Humanitarno darivanje	Ožujak	Udruga žena Lopatinec
Vuzemka	Ožujak	Razne udruge/pojedinci
Sportske igre	Svibanj	Udruga Vredne roke Dragoslavec
Dani humora	Lipanj	Udruga žena Mali Mihaljevec
Organiziranje radionica	Tijekom cijele godine	
Koncert „Pod zvijezdama“	Rujan	Pjevački zbor Sveti Juraj na Bregu
Plavo-bijela noć	Studenj	NK Hajduk Brezje
Koncerti tamburaša	Studenj	KUU Zasadbreg
Pohod za Štefanje	Prosinac	Udruga sportske rekreacije „Sport za sve“

Izvor: izrada autorice

Prema tablici se može zaključiti kako se događaji održavaju tijekom cijele godine što je povoljno za razvoj Općine, a i za lokalno stanovništvo. Za većinu tih događaja je ciljano skupina lokalno stanovništvo, međutim, pravilnom promocijom i kontinuiranim unaprjeđenjem događaji imaju potencijala razviti se u turističku ponudu.

### 3.5. SWOT analiza

U nastavku je napravljena SWOT analiza koja prikazuje snage, slabosti, prilike i prijetnje Općine, te njezinog turizma. Snage i prilike su pozitivne strane, od kojih snage prikazuju trenutne karakteristike, a prilike prikazuju što bi se moglo ostvariti u budućnosti, odnosno, na

koji način se dodatno mogu unaprijediti Općina i turizam. Slabosti i prijetnje prikazuju negativne strane, od kojih slabosti prikazuju što trenutno ne valja u Općini, a prijetnje potencijalne događaje koje mogu narušiti ili potpuno spriječiti razvoj Općine i turizma.

Tablica 17 SWOT analiza

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prirodni resursi</li> <li>• Kulturna baština</li> <li>• Geografski položaj</li> <li>• Angažiranost stanovnika</li> <li>• Očuvan okoliš</li> <li>• Zaštićena područja</li> <li>• Niska razina nezaposlenosti</li> <li>• Veliki broj događaja</li> <li>• Turistička infrastruktura</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ovisnost o tercijarnom sektoru</li> <li>• Nedostatak visokoobrazovanog stanovništva</li> <li>• Prevladavanje starijeg stanovništva</li> <li>• Nedostatak promocije</li> <li>• Kratki boravak turista</li> </ul>
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Razvoj ruralnog turizma</li> <li>• Prometna povezanost</li> <li>• Turistička zajednica pet Općina</li> <li>• EU fondovi</li> <li>• Turistička agencija</li> <li>• Blizina sličnih turističkih destinacija</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ekološki izazovi</li> <li>• Konkurencija</li> <li>• Nepredvidivi događaji</li> <li>• Odljev stanovništva</li> <li>• Mortalitet</li> </ul>

Izvor: izrada autorice

## SNAGE

Općina ima brojne prirodne resurse, a neki od njih su navedeni u ovom radu poput Bedekovićevih graba, drva Tulipanovac, zaštićenih biljnih i životinjskih vrsta i slično. Također, ima zanimljivu kulturnu baštinu kojom uz prirodne resurse privlači turiste te na taj način doprinosi ekonomiji Općine. Nadalje, lokalnoj zajednici budi osjećaj pripadnosti i ponosa. Što se tiče geografskog položaja, Općina je smještena na odličnom području zbog toga što je u blizini jakih zemalja poput Austrije, Slovenije i Njemačke, kao i Mađarske. Uz zemlje, nalazi se pored gradova Čakovec, Mursko Središće i Prelog. Nalazi se na području ravnica, brda, planina, šuma i livada te to uz blizinu navedenih naselja i zemalja doprinosi povećanju atraktivnosti Općine kao turističke destinacije i samim time njezinim razvitkom. Stanovnici su angažirani u brojne aktivnosti u Općini na kulturni, sportski, obrazovni i poslovni način što se može vidjeti po broju kulturno – umjetničkih udruga, sportskih klubova, poslovnih subjekata i slično. Može se zaključiti kako svaki može biti povezan s turizmom te ga unaprjeđivati i imati koristi od njega. Područje Općine je okolišno sačuvano jer je manji dio urbaniziran, te nije došlo do ekološke devastacije. Također, veći dio Općine je prekriven šumama i livadama. Zaštićena područja još više doprinose zaštiti okoliša i mogu privući veći dio posjetitelja jer dokazuju da

to područje ima određenu dragocjenost, odnosno, da ga je vrijedno posjetiti. Općina ima zaštitu Natura 2000, zoološki spomenik prirode, zona zaštitnog zelenila, spomenik parkovne arhitekture i UNESCO. Tijekom godina je zabilježena niska razina nezaposlenosti što znači da veći dio radno sposobnog stanovništva ima posao ili ga lako može pronaći ako ga traži. Jedna od najvažnijih snaga što se tiče ovog rada je veliki broj događaja. Iako se radi o Općini koja ima malu prostornu površinu te s malim brojem stanovnika, može se reći da u odnosu s nekim gradovima koji obitavaju na većoj površini te s većim brojem stanovništva relativno konkurira. Također, događaji se razlikuju što znači da su namijenjeni za sve dobne skupine koje imaju različite interese. Turistička infrastruktura je također dobro razvijena, što se može vidjeti po broju smještajnih objekata s velikim brojem kategoriziranih objekata, uređenim biciklističkim i planinarskim rutama, sačuvanim kulturnim i povijesnim spomenicima i ustanovama, adrenalinskim objektima i slično.

## SLABOSTI

Veći dio stanovništva se bavi poslovima u tercijarnom sektoru što samo po sebi nije loše, ali uvelike ovise o njemu. Trebalo bi nastojati da se razvijaju svi sektori kako ne bi došlo do problema ukoliko jedan od sektora bude u krizi. Nedostatak visokoobrazovanog stanovništva je slabost zbog toga što visokoobrazovane osobe posjeduju specifična znanja i vještine potrebne za obavljanje poslova. Znači da će nedostajati inovacija u Općini ukoliko ih je manjak. Postoje poteškoće u pronalaženju takvih osoba te će se time usporiti razvoj Općine. Najbolje je unutar Općine poticati stanovništvo svih dobi da se što više obrazuju i usavršavaju (od fakultetskog obrazovanja do cijelo životnih obrazovanja). U Općini prevladava stanovništvo u dobi od 30 do 70 godina. Najmanje ima dobne skupine starije od 70 godina, što je poželjno. Iako najviše stanovništva varira od srednje dobi prema starijoj, mlađeg ipak ima manje. Trebalo bi više poticati povećanje mlađeg stanovništva jer je poželjno da je stanovništvo mlađa populacija nego starija zbog povećanja radne snage, inovacija i produktivnosti i tako dalje. Nedostatak promocije se odnosi na same događaje. Većinom samo lokalni ljudi znaju za manje događaje, dok veće događaje promoviraju organizatori, službeni izvori poput novina, službene internetske stranice događaja, Općine i slično. Postoji internetska stranica „Raj na bregu“ koja služi za prikaz turističkih aktivnosti i usluga koje postoje na području Općine, ali su navedena samo tri događaja. Iako nisu još svi događaji veliki, svakako bi ih se trebalo uključiti kako bi svi imali koristi od toga. Postoje Facebook stranice koje ažurno objavljuju događanja, međutim, više će ih kao izvor informacija koristiti lokalno stanovništvo, dok će se turisti više služiti službenim internetskim stranicama. Kratki boravak turista donosi sa sobom nižu potrošnju od onih koji

dolaze na duže vrijeme, mogućnosti nezadovoljstva turista uslugama i proizvodima koje su iskusili na način da nedovoljno upoznaju destinaciju te ne shvate što sve ona pruža pa donose lošu promociju, nemaju veliki utjecaj na lokalnu zajednicu što se tiče ekonomskog dijela. Ukoliko dolaze samo zbog turističkih događaja može doći do povećanje gužve što može dovesti do nezadovoljstva stanovništva i prekomjernog pritiska na prirodu i okoliš.

## PRILIKE

Već postoji ruralni turizam u određenom obliku, ali ima prostora za napredovanje. Ruralni turizam pruža mogućnost za miran odmor, aktivnosti na otvorenom, istraživanje prirode, upoznavanje s ruralnim načinom života i slično. Zbog toga privlači različite vrste turista (obitelji, avanturiste, ljubitelje prirode, stare, mlade...). Taj turizam potiče razvoj ruralnih područja kroz stvaranje novih radnih mjesta, poboljšanja infrastrukture, oživljavanje lokalne kulture i tradicije, razvoj lokalnih poduzetnika i tako dalje. Iako se udaljenost od zračnih luka i autoceste može gledati kao slabost, prometna povezanost je svrstana u prilike zbog toga što je Općina u blizini srednjoeuropskih emitivnih područja, te kroz nju prolaze državne, županijske i lokalne ceste, te je vrlo blizu željeznička pruga. Na taj način se pružaju temelji za razvoj i potencijalne mogućnosti poboljšanja infrastrukture koje bi još više povezale Općinu s ostatkom svijeta. Još jedan od prilika bi bila osnivanje Turističke zajednice Srce Međimurja koja bi se sastojala od pet općina: Sveti Juraj na Bregu, Nedelišće, Strahoninec, Gornji Mihaljevec i Šenkovec. Prilika je zbog toga što bi turistička zajednica jednako promovirala sve navedene Općine kao jednu turističku destinaciju, te ukoliko pojedina Općina nema neke od turističkih resursa, zamijenila bi ju druga i obrnuto. Europski fondovi pružaju financijska sredstva za potrebe organiziranja i provedbe različitih projekata što za Općinu predstavlja priliku za ostvarenje dugoročnih ciljeva i poboljšanja razvoja. Na području Općine postoji turistička agencija Etnoart travel koja promovira cijelo Međimurje i Hrvatsku. Međutim, trebala bi na svojoj internetskoj stranici imati dio koji je potpuno usmjeren na Općinu i njezinu turističku ponudu kako bi se izdvojila od ostatka ponude. Na taj način bi potencijalni turisti prije uočili samu Općinu i odlučili se za boravak u njoj. Blizina ostalih turističkih destinacija je povezana s prilikom potencijalne turističke zajednice, ali u širem smislu. Naime, u blizini tih Općina se nalaze brojni turistički proizvodi (na primjer Terme Sveti Martin na Muri) koji bi mogli usmjeriti turiste (kao dodatnu destinaciju) u Općinu prilikom dolaska na primarnu turističku destinaciju. Iako bi blizina sličnih turističkih destinacija mogla biti prijetnja, ovdje je stavljena kao prilika zbog toga što Općina još nije turistički dovoljno razvijena da bi joj druge razvijene

destinacije predstavljale prijetnju nego ih može iskoristavati kao priliku da od njih privuče turiste prvo kao sporedna destinacija, a onda kao glavna (konkurent) u budućnosti.

## PRIJETNJE

Unatoč današnjim standardima i potrebi da se očuva okoliš, ekološki izazovi mogu na određeni način biti prijetnja razvoju turizma zbog toga što ograničavaju turističku destinaciju da u potpunosti iskoristava sve njezine resurse. Iako je to pozitivno za održivi razvoj i buduće naraštaje, za Općinu predstavlja trenutnu prijetnju zbog raznih regulatornih mjera i propisa što na kraju može dovesti do povećanja troškova i smanjenja razvoja poslovnih procesa. Što se tiče same prirode, postoje izazovi poput onečišćenja zraka, vode, tla, uništenja flore i faune te to dovodi do smanjenja kvalitete života stanovnika, a i turističke atraktivnosti. Ukoliko Općina nema konkurentsku prednost, gubi tržišni udio, smanjuje se profitabilnost, gubi sadašnje i potencijalne turiste, investicije i reputaciju. Nepredvidivi događaji se mogu prikazati kao prirodne katastrofe (zemljotres, poplava, šumski požari), teroristički napadi, zdravstvene katastrofe poput pandemije, politički sukobi i nestabilnost, ekonomske krize i slično. Može se reći kako se trenutno događa odljev stanovništva u Općini, što je prijetnja zbog smanjenja radne snage, starenja stanovništva, smanjenja potrošnje i investicija, gubitka kulturnog identiteta i slabljenja lokalne zajednice. Također, odljev stanovništva je povezan s manjkom visokoobrazovanih ljudi koji najvjerojatnije odlaze u potragu za boljim životom. Također, uočena je veća prisutnost mortaliteta nego nataliteta što dovodi do starenja i smanjenja stanovništva.



## **4. Istraživanje stavova lokalnog stanovništva o turističkim događajima u Općini**

Turizam događaja pomaže turističkim destinacijama da se svojim turističkim proizvodom istaknu od ostalih te donosi brojne pozitivne, ali i negativne učinke. Općina Sveti Juraj na Bregu je poznata u svom kraju, a i šire po održavanju brojnih zanimljivih događaja od kojih se neki probijaju na svjetsko tržište. Lokalna zajednica, pogotovo u ruralnom području, mora imati pozitivan stav i prihvaćati turizam kako bi se on mogao nesmetano i kontinuirano razvijati, a on treba poduzeti mjere da doprinosi razvoju tog područja kako bi obje strane imale koristi od međusobne suradnje. Upravo zbog toga, provelo se istraživanje u kojem su ispitani stavovi lokalnog stanovništva o turističkim događajima u Općini.

### **4.1. Metodologija**

Provedeno je ispitivanje stavova lokalne zajednice o turističkim događajima u Općini Sveti Juraj na Bregu. Anketa se provodila u travnju 2024. godine, a sudjelovalo je stanovništvo Općine, te je prikupljeno 115 pravilno ispunjenih upitnika (prigodni uzorak  $n=115$ ). Skupine pitanja u anketi se mogu podijeliti na pet pitanja o socio - demografskim karakteristikama (spol, dob, obrazovanje, poslovni status i prebivalište); šest pitanja o uključenosti ispitanika u lokalne turističke događaje; dvanaest pitanja o stavovima ispitanika o učincima tih turističkih događaja (na ta su pitanja odgovore davali na skali od pet stupnjeva od 1 = u potpunosti se ne slažem do 5 = potpuno se slažem); te jedno pitanje sa otvorenim odgovorima (sa prijedlozima ispitanika o mogućnostima većeg uključivanja lokalnog stanovništva u različite turističke događaje).

Svi anketni upitnici su se ispunjavali online putem Google obrasca, te je ispunjavanje bilo anonimno i dobrovoljno. Excel datoteka iz Google obrasca se konvertirala u SPSS datoteku. Na temelju SPSS datoteke provedene su statističke analize pomoću IBM SPSS Statistics 25 programa. Korištene metode statističke analize su deskriptivne statističke metode (tabelarni i grafički prikazi, postoci, srednje vrijednosti, mjere disperzije te Spearmanov koeficijent korelacije ranga); inferencijalne statističke metode (Kolmogorov-Smirnovljev test normalnosti distribucije, hi-kvadrat test, Mann-Whitneyev U test i Kruskal-Wallisov H test); multivarijatne statističke metode (analiza pouzdanosti). Zaključci u vezi razlika i povezanosti između varijabla doneseni su na nivou signifikantnosti od 0,05 (95% pouzdanosti). Rezultati analize su navedeni i opisani u tri poglavlja: deskriptivna statistička analiza, inferencijalna statistička analiza i zaključci u vezi hipoteza.

## 4.2. Predmet i cilj istraživanja

Predmet istraživanja je stav lokalnog stanovništva o postojećim turističkim događajima i koliko turistički događaji utječu na razvoj ruralnog područja Općine Sveti Juraj na Bregu. Cilj istraživanja je otkriti kako lokalno stanovništvo percipira turističke događaje, odnosno, kakav utjecaj turistički događaji imaju na lokalnu zajednicu.

## 4.3. Rezultati istraživanja

Deskriptivna statistička analiza

Uzorak ispitanika sastojao se od 48 muškaraca (42%) i 65 žena (57%) dok se dvoje ispitanika nije željelo izjasniti o spolu (1%). Ispunjavale su ga punoljetne osobe pretežno mlađe ili srednje dobi, između 18 i 55 godina (82%). Uzorak ispitanika je raspoređen u dva podskupa:

- 76 ispitanika koji su bili posjetitelji turističkih događanja (ispitanici-posjetitelji)
- 39 ispitanika koji su bili poslovni dionici tih događanja (ispitanici-učesnici)

što izraženo relativno iznosi 66% odnosno 34% (2/3 odnosno 1/3).

U tablici 18 se mogu vidjeti frekvencije (apsolutne i relativne) odgovora ispitanika na pojedina pitanja o njima. U tablici 19 su prikazani odgovori na pojedina pitanja u vezi učestvovanja ispitanika u turističkim događanjima na području Općine (kao posjetitelji ili kao poslovni dionici). U tablici 21 su na Likertovoj skali iskazani odgovori ispitanika o učincima turističkih događanja.

Tablica 18 Anketirani ispitanici prema općim podacima (u apsolutnim i relativnim frekvencijama)

Varijabla i oblik varijable	Broj ispit.	% ispit.
Spol ispitanika:		
muški	48	42
ženski	65	57
ne želi se izjasniti	2	1
Ukupno	115	100
Dob ispitanika:		
18 – 35	48	42
36 – 55	46	40

56 – 70	17	15
71 i više	4	3
Ukupno	115	100
Obrazovanje:		
osnovna škola	4	3
srednja škola	65	57
preddiplomski studij	22	19
magisterij	21	18
doktorat	3	3
Ukupno	115	100
Poslovni status:		
student	12	10
zaposlen	83	72
nezaposlen	9	8
umirovljenik	11	10
Ukupno	115	100
Prebivalište u Općini:		
Brezje	33	29
Dragoslavec	4	3
Frkanovec	9	8
Lopatinec	33	29
Mali Mihaljevec	2	2
Okrugli Vrh	3	3
Pleškovec	14	12
Vučetinec	9	8
Zasadbreg	8	7
Ukupno	115	100

Izvor: izrada autorice

Prema tablici se može zaključiti kako je tipičan posjetitelj nekog turističkog događaja u Općini Sveti Juraj na Bregu ženskog spola, mlađe ili srednje dobi, srednjoškolskog obrazovanja, zaposlen i s prebivalištem u Brezju ili Lopatincu.

Tablica 19 Ispitanici prema odgovorima na pojedina pitanja u vezi učestvovanja u turističkim događajima na području Općine (kao ispitanik-posjetitelj ili kao ispitanik-učesnik)

Varijabla i oblik varijable	Broj ispit.	% ispit.
Događaji koje smatra najznačajnijim za Općinu (moguć višestruki odgovor):		
kulturni (festivali, karnevali, parade i religiozni događaji)	70	61
zabavni (koncerti, umjetničke predstave, izložbe, svečanosti)	92	80
poslovni (sajmovi, izložbe, konferencije)	35	30
sportski (profesionalna i amaterska natjecanja)	59	51
obrazovni (seminari, kongresi, stručno usavršavanje)	20	17
rekreacijski (rekreacijska natjecanja)	55	48
privatni (osobni i društveni događaji)	20	17
Ukupno	351	-
Na koji način ste uključeni u turizam na području Općine:		
kao iznajmljivač smještaja	2	27
kao vlasnik OPG-a	8	
kao ugostitelj	1	
kao organizator događaja	15	
radim u turističkim potpornim djelatnosti (trgovina, zdravstvo, javni prijevoz, komunalne usluge)	5	
nisam uključen/a u turizam	84	73
Ukupno	115	100
Gdje ste saznali o događajima u Općini (moguće je označiti više odgovora):		
iz Službenih internetskih stranica (Općine, Turističke zajednice, organizatora događaja)	54	47
usmenom predajom/preporukama	68	59
sa društvenih mreža (Facebook, Instagram, TikTok)	81	70
iz novina, brošura, letaka	32	28
Ukupno	235	-
Odaberite na kojim ste događajima prisustvovali kao posjetitelj:		
Forestland	76	66

Hog Race	10	9
US-car picnic	54	47
Pohod na Mohokos	18	16
Malonogometni turnir	33	29
Božićni sajam	40	35
Advent u Svetom Jurju na Bregu	39	34
Dani Općine Sveti Juraj na Bregu	72	63
Križni put Župe Sveti Juraj na Bregu	28	24
Vincekov pohod	33	29
Proštenje Imena Marijina	17	15
Ostalo	2	2
Ukupno	422	-
Odaberite na kojim ste događajima prisustvovali kao poslovni dionik:		
Forestland	19	
Hog Race	2	
US-car picnic	16	
Pohod na Mohokos	6	
Turnir stolnog tenisa	10	
Malonogometni turnir	9	
Božićni sajam	12	
Advent u Svetom Jurju na Bregu	8	
Dani Općine Sveti Juraj na Bregu	12	
Križni put Župe Sveti Juraj na Bregu	6	
Vincekov pohod	5	
Proštenje Imena Marijina	6	
Ukupno	111	100
Vrsta poslovnog dionika:		
Organizator	11	34
Radnik	19	
Dobavljač	5	
ostalo (suradnik, fotograf, KUD, moralna podrška)	4	

Posjetitelj	76	66
Ukupno	115	100

Izvor: izrada autorice

Ispitanici smatraju zabavne događaje najinteresantnijim (koncerte, predstave, izložbe i svečanosti), kao i kulturna događanja (festivali, karnevali, parade, vjerske događaje). No, treba spomenuti i dvije vrste događanja koja su na trećem i na četvrtom mjestu prema interesu ispitanika. To su sportski događaji (profesionalna i amaterska natjecanja) te rekreacijska natjecanja. Najmanje interesantni su poslovni događaji (sajmovi, izložbe, konferencije), obrazovni događaji (seminari, kongresi, stručna usavršavanja) kao i privatni događaji. Svaki je ispitanik, u prosjeku, naveo po tri događanja kao najinteresantnija ( $351/115=3,05$ ), od njih sedam ponuđenih u upitniku.

Za događaje u Općini Sveti Juraj na bregu ispitanici su najčešće saznali preko društvenih mreža (njih 70%), a potom usmenom predajom odnosno preporukama (njih 59%). Ni ostala dva načina informiranja nisu zanemariva. To su internetske stranice Općine, Turističke zajednice i organizatora događaja (47%) kao i novine, brošure i letci (28%). Ispitanici su prosječno naveli po dva izvora informacija o pripremanim događajima ( $235/115=2,04$ ). Ako se usmena predaja/preporuka kao i novine, brošure i letke označi kao tradicionalni mediji informiranja, a službene internetske stranice i društvene mreže kao suvremeni mediji informiranja onda se ispitanici mogu svrstati u tri grupe prema tom kriteriju: tradicionalni mediji informiranja - 22 ispitanika odnosno 19%, suvremeni mediji informiranja - 37 ispitanika odnosno 32%, te oba medija informiranja - 56 ispitanika odnosno 49%. Dakle, u Općini Sveti Juraj na Bregu suvremene medije informiranja koristila je trećina ispitanika dok je oba medija informiranja (tradicionalni i suvremeni) koristila skoro polovina ispitanika.

Posjetitelji su ostvarili ukupno 422 posjeta različitim događanjima što znači da je svaki posjetitelj bio na približno 4 događanja ( $422/115=3,7$ ). Najposjećenijih pet vrsti događanja su bili: Forestland, Dani Općine, US-car picnic, Božićni sajam i Advent. Na tih pet događanja otpada 67% posjeta odnosno njih 2/3 od ukupno 422 posjeta.

Ispitanici su naveli da su najčešće kao poslovni dionici (ispitanici-učesnici) prisustvovali na Forestlandu, US-car picnicu, na Božićnom sajmu i na danima Općine Sveti Juraj na Bregu. Na te četiri vrste turističkih događaja prisustvovalo je njih 53% kao poslovni dionici. Na ostalih osam vrsti turističkih događanja prisustvovalo je preostalih 47% ispitanika-učesnika. Najčešće

su ispitanici-učesnici sudjelovali na 1 ili 2 događaja kako je to prikazano u tablici 20. Ukupan broj poslovnih aranžmana je bio 106, prosječno 2 po učesniku ( $106/50=2,12$ ).

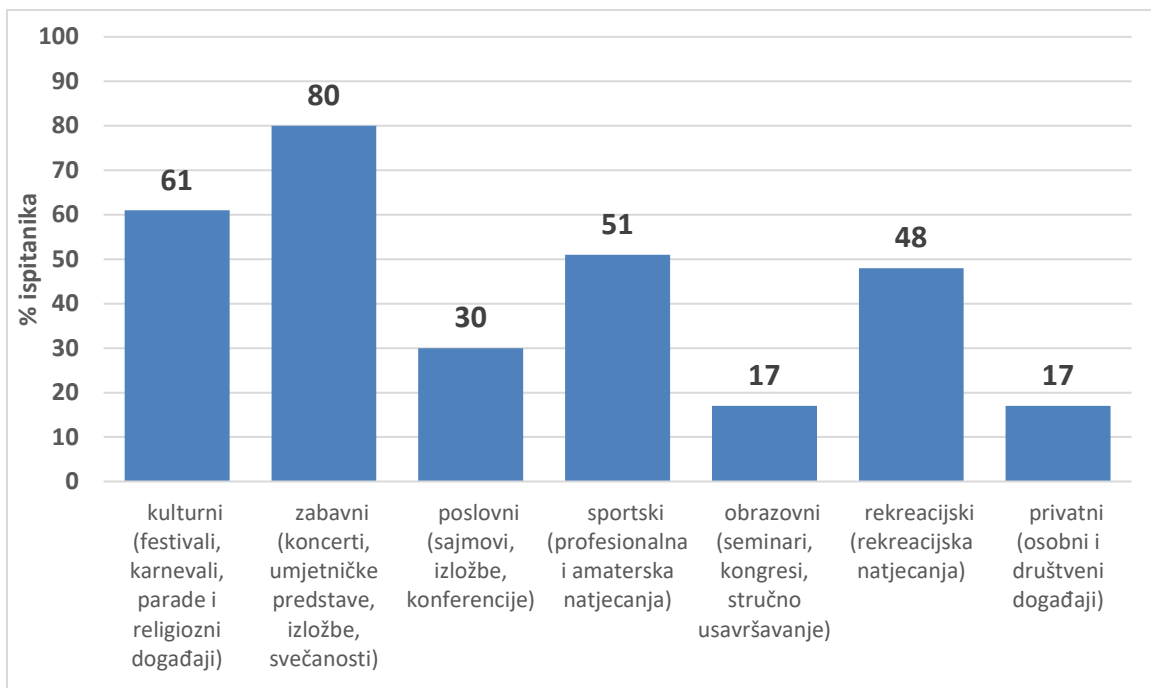
Tablica 20 Ispitanici prema broju poslovnih angažmana

Broj događaja (radnih mjesta)	Broj ispit.	Broj ispit.	% ispit.
0	65	65	57
1	20	50	43
2	19		
3	4		
4	4		
5	1		
7	1		
8	1		
Svega	115	115	100

Izvor: izrada autorice

Ispitanici-učesnici (njih ukupno 39) najčešće su na manifestacijama bili u funkciji radnika (njih 19), u funkciji organizatora (njih 11) te na ostalim funkcijama (njih 9) kao što su dobavljači, fotografi i slično.

Grafikon 5 Događaji u Općini prema najvećem značaju anketiranih ispitanika



Izvor: izrada autorice

Tablica 21 Ispitanici prema učestalosti odgovora na pojedine tvrdnje u upitniku

Vrsta tvrdnje i pojedina tvrdnja	1 = u potpun. se ne slažem	2 = ne slažem se	3 = neutralan sam	4 = slažem se	5 = potpuno se slažem	
<b>TVRDNJE O EKONOMSKIM UČINCIMA:</b>						
Turistički događaji doprinose povećanju ekonomskog blagostanja moje zajednice	3	7	21	34	<b>50</b>	115
Turistički događaji doprinose povećanju zaposlenosti na području Općine	5	10	27	36	<b>37</b>	115
Turistički događaji doprinose razvoju izoliranih područja Općine	5	8	21	34	<b>47</b>	115
Turistički događaji privlače ulaganja u moju zajednicu	2	8	18	40	<b>47</b>	115
<b>TVRDNJE O DRUŠTVENIM UČINCIMA:</b>						
Turistički događaji obogaćuju moj život	4	7	17	38	<b>49</b>	115
Turistički događaji donose rizike za sigurnost zajednice ®	28	<b>32</b>	20	21	14	115
Turistički događaji lokalnom stanovništvu pružaju veći broj sadržaja i mogućnosti	2	6	17	31	<b>59</b>	115



Osjećam se ugroženo prilikom održavanja turističkog događaja ®	<b>69</b>	18	11	11	6	115
<b>TVRDNJE KOJE SE ODNOSI NA ISPITANIK</b>						
Turistički događaji doprinose održivom razvoju lokalnih poduzetnika	5	8	24	34	<b>44</b>	115
Razvoj dodatnih sadržaja (turističkih događaja, smještajnih kapaciteta, restorana...) će pomoći kod razvitka Općine	4	6	14	35	<b>56</b>	115
Smatram da imam priliku iznositi svoja mišljenja i prijedloge o unapređenju događaja te da će mišljenja/prijedlozi biti uvaženi	10	20	27	26	<b>32</b>	115
Turistički događaji pružaju platformu za promociju lokalnih poduzetnika	6	4	16	42	<b>47</b>	115

Napomena: u svakom redu tablice najveća frekvencija je podebljana, oznaka ® je stavljena kod tvrdnji koje su negativno formulirane

Izvor: izrada autorice

Tablica 22 Deskriptivni pokazatelji za ocjene učinaka turističkih događaja

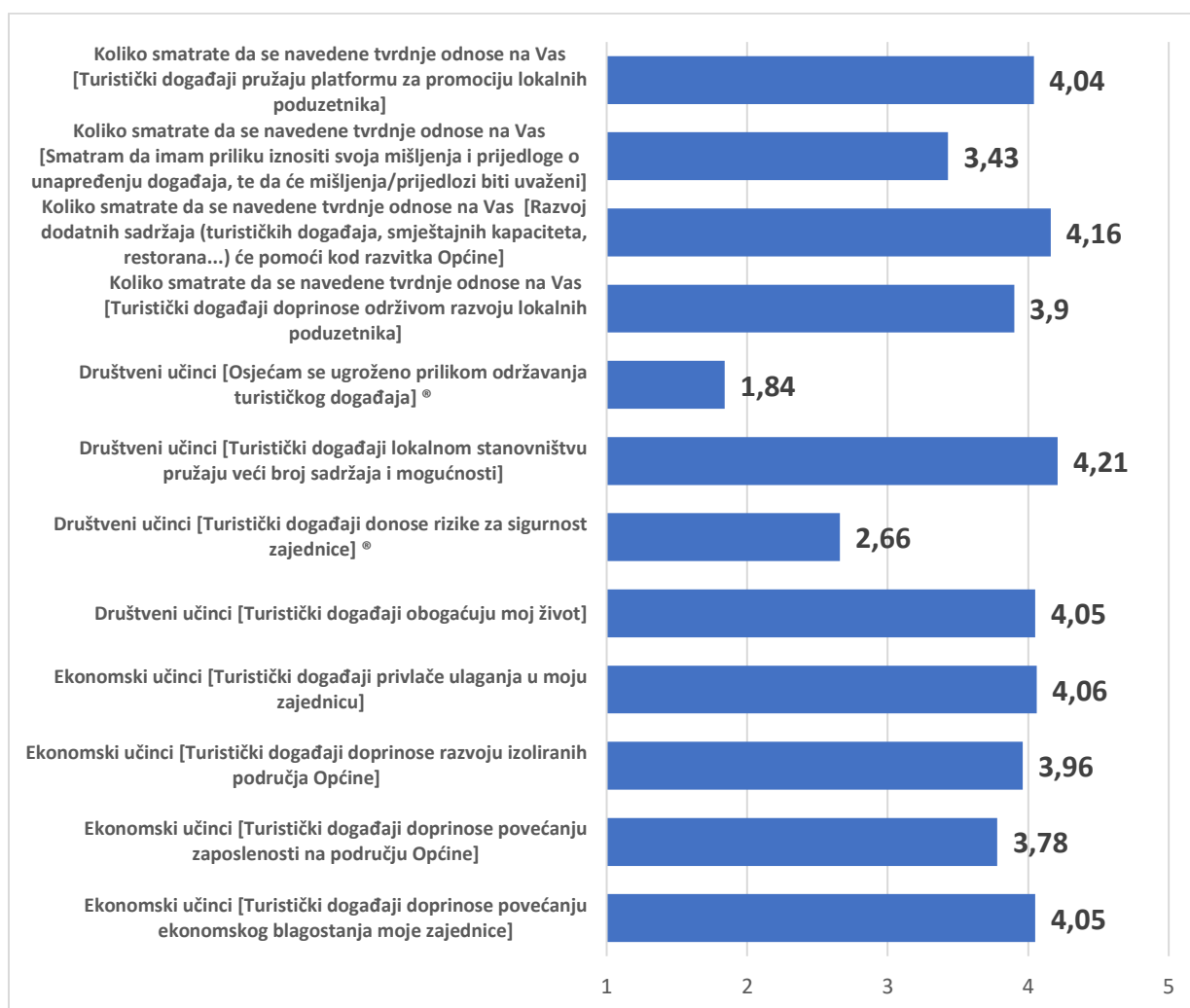
Tvrdnja	Aritm. sred.	Stand. devijac.	Koef varij. <sup>1)</sup>
Ekonomski učinci [Turistički događaji doprinose povećanju ekonomskog blagostanja moje zajednice]	4,05	1,050	26
Ekonomski učinci [Turistički događaji doprinose povećanju zaposlenosti na području Općine]	3,78	1,122	30
Ekonomski učinci [Turistički događaji doprinose razvoju izoliranih područja Općine]	3,96	1,127	28
Ekonomski učinci [Turistički događaji privlače ulaganja u moju zajednicu]	4,06	1,003	25
Društveni učinci [Turistički događaji obogaćuju moj život]	4,05	1,067	26
Društveni učinci [Turistički događaji donose rizike za sigurnost zajednice] ®	2,66	1,350	51
Društveni učinci [Turistički događaji donose rizike za sigurnost zajednice]	3,34	1,350	40
Društveni učinci [Turistički događaji lokalnom stanovništvu pružaju veći broj sadržaja i mogućnosti]	4,21	0,996	24
Društveni učinci [Osjećam se ugroženo prilikom održavanja turističkog događaja] ®	1,84	1,240	67
Društveni učinci [Osjećam se ugroženo prilikom održavanja turističkog događaja]	4,16	1,240	30
Koliko smatrate da se navedene tvrdnje odnose na Vas [Turistički događaji doprinose održivom razvoju lokalnih poduzetnika]	3,90	1,124	29

Koliko smatrate da se navedene tvrdnje odnose na Vas [Razvoj dodatnih sadržaja (turističkih događaja, smještajnih kapaciteta, restorana...) će pomoći kod razvitka Općine]	4,16	1,056	25
Koliko smatrate da se navedene tvrdnje odnose na Vas [Smatram da imam priliku iznositi svoja mišljenja i prijedloge o unapređenju događaja, te da će mišljenja/prijedlozi biti uvaženi]	3,43	1,299	38
Koliko smatrate da se navedene tvrdnje odnose na Vas [Turistički događaji pružaju platformu za promociju lokalnih poduzetnika]	4,04	1,079	27

Napomena: <sup>1</sup> Koeficijent varijacije od 0 do 10% znači vrlo slab varijabilitet, 10-30% znači relativno slab varijabilitet, 30-50% znači umjereni (osrednji) varijabilitet, 50-70% znači relativno jak varijabilitet, dok veći od 70% znači vrlo jak varijabilitet, oznaka ® je stavljena kod tvrdnji koje su negativno formulirane

Izvor: izrada autorice

Grafikon 6 Prosječne procjene pojedinih ekonomskih, društvenih i osobnih učinaka održavanja događaja u Općini



Izvor: izrada autorice

Ekonomski učinci turističkih događaja u Općini Sveti Juraj na Bregu relativno su pozitivno ocijenjeni od strane ispitanika. Naime, na navedene četiri tvrdnje dobivene su prosječne ocjene između 3,78 i 4,06 (teoretski prosjek je 3,00) što znači da su ocjene najbliže pojmu „slažem

se“. Disperzija ocjena ispitanika je slabija (koeficijenti varijacije su između 25% i 30%) što znači da su ispitanici relativno homogeni s obzirom na ocjene za ekonomske učinke događanja.

Društveni učinci turističkih događanja imaju prosječne ocjene koje nisu međusobno usporedive jer su dvije tvrdnje negativno formulirane (označene su sa ®). Stoga su te dvije tvrdnje rekodirane (preokrenuta im je ljestvica odgovora) i dobivene frekvencije i deskriptivni pokazatelji navedeni su neposredno ispod originalnih tvrdnji. Kada se nakon rekodiranja usporede aritmetičke sredine (one su 4,05 3,34 4,21 i 4,16) znači da su i te ocjene relativno povoljne u odnosu na teoretski prosjek od 3,00. Disperzija je i ovdje pretežno slabija (koeficijenti varijacije su 26% 40% 24% i 30%).

Osobni učinci (učinci u odnosu na ispitanika) imaju prosječne ocjene između 3,43 i 4,16 a koeficijente varijacije između 25% i 38% odnosno vrlo slične veličine sa prethodnim dvjema skupinama tvrdnji.

Iz ovih je razmatranja uočljivo da su učinci događanja po vrstama (ekonomski, društveni, osobni) vrlo slično ocjenjivani. Stoga su u narednim analizama oni uzeti zajedno kao jedna nova kompozitna (aditivna) varijabla. Ovu činjenicu ilustriraju i deskriptivni pokazatelji navedeni u tablici 23.

Tablica 23 Deskriptivni pokazatelji za prosječne ocjene učinaka događaja u Općini prema vrstama učinaka

Deskriptivni pokazatelj	Ekonom. učinci	Društveni učinci	Osobni učinci	Ukupno
Aritmetička sredina	3,96	3,94	3,88	3,93
Medijalna vrijednost	4	4	4	4
Modalna vrijednost	5	3	5	4,33
Minimalna vrijednost	1	1	1	1,67
Maksimalna vrijednost	5	5	5	5
Standardna devijacija	0,979	0,798	0,981	0,754
Koeficijent varijacije	25%	20%	25%	19%
Komog.Smirnov test:				
z vrijednost u testu				0,102
p vrijednost u testu				0,005
normalnost distribucije				ne postoji

Izvor: izrada autorice

Za svakog ispitanika je izračunata prosječna ocjena svih učinaka kako bi se za svakog ispitanika dobila mjera kojom bi se izrazio stav o manjem ili većem učinku događaja. Dobivena je distribucija prosjeka za koje su izračunati deskriptivni pokazatelji što su navedeni u tablici 23, a sama distribucija prikazana je histogramom u koji je ucrтана prilagođena normalna (Gaussova) krivulja (grafikon 7).

Tablica 24 Prosječne i ekstremne vrijednosti za učinke događaja

Vrijednost	teoretski	stvarno
minimalna	1	1,67
prosječna	3	3,93
maksimalna	5	5,00

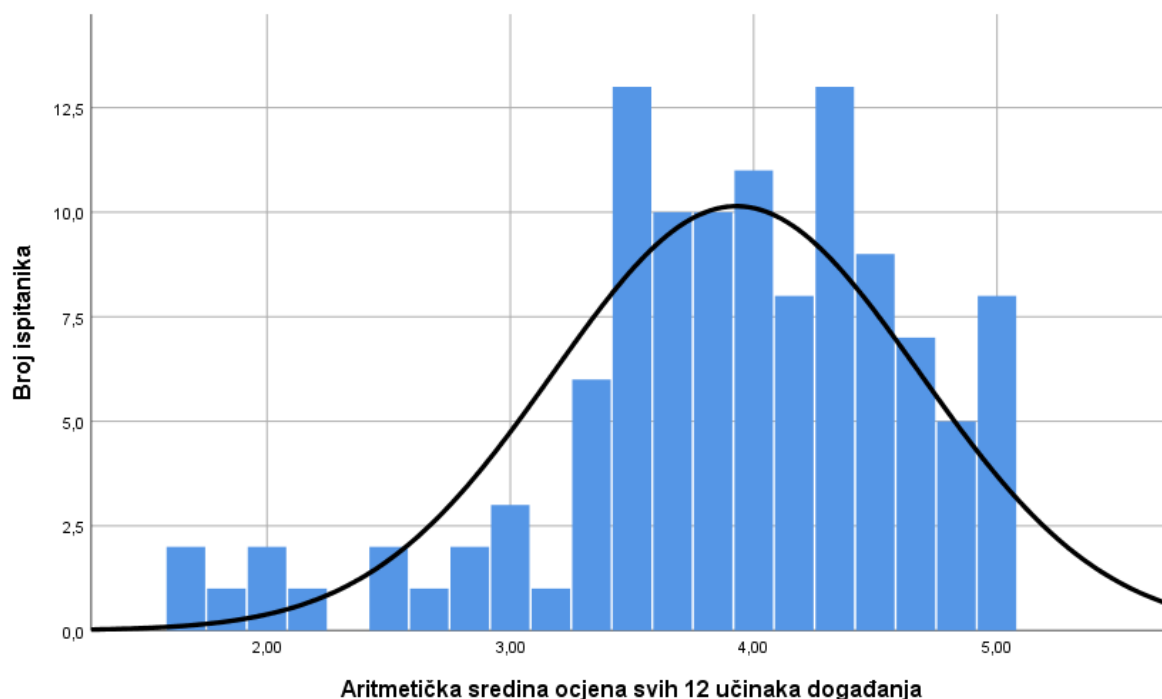
Izvor: izrada autorice

Tablica 25 Postotak ispitanika prema visini ocjena pojedinih vrsta učinaka događaja u Općini

Visina prosj. ocjene	Kategorija učinka	Ekonom. učinci	Društveni učinci	Osobni učinci
ispod 3	nepovoljna	13	7	10
između 3 i 4	povoljna	40	47	44
iznad 4	vrlo povoljna	46	46	45
Ukupno		100	100	100

Izvor: izrada autorice

Grafikon 7 Distribucija ocjena učinaka održavanja događaja u Općini prema mišljenju ispitanika



Izvor: izrada autorice

Distribucija ocjena učinaka je blago ljevostrano asimetrična ( $AS < Me < Mo$ ). Prosjek je 3,93  $\pm$  0,754, disperzija je manja ( $V = 19\%$ ), te distribucija nije slična normalnoj. Stoga, utvrđuju se

sljedeće karakteristike ove distribucije; ocjene učinaka događanja su od ispitanika, u prosjeku, relativno visoke ( $3,93 > 3 Mo = 4,33$ ) budući da prevladavaju viši prosjeci od 3,5 do 5; ispitanici se prema ocjenama učinaka manje međusobno razlikuju, anketirana je skupina ispitanika prema tim ocjenama dosta homogena ( $V = 19\%$ ); distribucija prosjeka za učinke događanja nije slična normalnoj distribuciji (prema Kolmogorov - Smirnovljevom testu  $z = 0,102$   $p = 0,005$ ), stoga, kod primjene inferencijalne statističke analize je moguće koristiti samo neparametrijske testove (a ne parametrijske).

Ispitanici su na osnovu vrijednosti kvartila ( $Q1 = 3,50$   $Q3 = 4,50$ ) zbog inferencijalne statističke analize raspoređeni u tri kategorije prema svim učincima zajedno:

- manji učinci (1,67-3,50) - 29 ispitanika odnosno 25%
- srednji učinci (3,51-4,50) - 62 ispitanika odnosno 54%
- veći učinci (4,51-5,00) - 24 ispitanika odnosno 21%.

Za analizu pouzdanosti dvije tvrdnje (varijable) iz skupine osobnih učinaka turističkih događanja su rekodirane jer su te tvrdnje u negativnom obliku (ocjena 1 pretvorena je u 5, ocjena 2 je pretvorena u 4 i tako dalje). Nadalje, izvedena je analiza pouzdanosti (Reliability Analysis) sa ukupno 12 varijabli (tvrdnji). Ta je analiza napravljena alfa modelom sa rezultatom od  $\alpha = 0,886$ . Iz toga se zaključuje da su odgovori na pojedine tvrdnje iz upitnika međusobno dobro usklađeni.

Na kraju upitnika bilo je otvoreno pitanje u kojem su se tražili prijedlozi kako bi turistička zajednica odnosno općina mogla pomoći lokalnom stanovništvu da se uključi u kreiranje turističke ponude. Na to je pitanje bilo tri vrste reakcija ispitanika: bez primjedbi (ništa nisu upisali) - 81 ispitanika odnosno 70%, zadovoljni su, nemaju prijedloga - 3 ispitanika odnosno 3% i oni koji su upisali svoje prijedloge - 31 ispitanika odnosno 27%. Svaki prijedlog je specifičan te su se samo prebrojali i u nastavku slijedi originalni tekst prijedloga svakog ispitanika. Neki prijedlozi su višestruki, sadrže više različitih ideja. Ovih 31 prijedloga su korisne sugestije Općini i organizatorima budućih događanja u Općini Sveti Juraj na Bregu.

- Ambicioznom poduzetniku u ostvarivanju njegovih planova Općina bi morala izaći u susret s financijskim pogodnostima.
- Biti prisutnija i vidljivija masovnijim okupljanjima i sadržajima.
- Događaje pravodobno najavljivati, te sponzorirati sudjelovanje svojim građanima i turistima. Organizirati vikend šetnje lokalitetima po Općini uz povoljne bonove za ručak

ili posjet vinarijama. Ljudima fali kretanje, druženje. Općina ima odličan položaj od Čakovca prema Brežnom Međimurju, treba to iskoristiti i izvući ljude iz kuća van u prirodu.

- Financijskim poticajem i stručnim usavršavanjem.
- Fokusiranjem na cijelu Općinu, a ne samo na pojedina mjesta.
- Mislim da je angažirana za svaku pohvalu, i da svaka ideja može još bolje doprinijeti za dobrobit turista, gostiju i za lokalno stanovništvo.
- Možda boljom informiranošću lokalnog stanovništva.
- Nagrade ili darovi.
- Općina bi trebala više promovirati turistička događanja i pozivati ljude da im se priključe bilo preko udruga ili pojedinačno.
- Općina može pružiti edukacije lokalnom stanovništvu o mogućnostima, rasponu i vrstama turističke ponude te potencijalnim subvencijama određenih aktivnosti.
- Organizacijom Dana otvorenih vrata (susret turističke zajednice, općine, mještana, poduzetnika...) – nove ideje i potencijalni projekti, analiza i prijedlozi poboljšanja postojećih sadržaja, analiza i prijedlozi za poboljšanje promidžbe i vidljivosti u javnosti (ciljane skupine posjetitelja) i sl.
- Organizacijom raznih radionica, dobrom reklamom.
- Organiziranje pješačkih tura po općini s različitom tematikom. Korištenje turističkih vodiča u kreiranju takvih sadržaja i tematskih vođenja grupa.
- Organiziranjem fokus grupa u kojima mogu sudjelovati stanovnici, te dati svoje mišljenje i prijedloge za manifestacije.
- Organiziranjem radionica u kojima bi lokalno stanovništvo moglo biti educirano o tome kako se mogu uključiti ili radionice na kojima bi lokalno stanovništvo moglo dati svoje prijedloge za organizaciju.
- Osnivanje TZ
- Otvaranjem pojedinih natječaja i izložba na kojima bi lokalno stanovništvo moglo predstaviti svoje buduće proizvode, a koje bi u konačnici Općina s obzirom na moguću zainteresiranost odabrala i uvrstila u buduću ponudu/program svojih događaja.
- Po mojem mišljenju turizam je nešto najgore što se može dogoditi zajednici, svi će samo otvarati restorane i iznajmljivati, biti će više smeća i buke, krajolik koji je sad lijepi će postati sve puno vikendica i ljudi. Po mom naša općina se treba okrenuti prema mladima, napraviti šetnje i događanja npr. za mame i bebe, Murai kako radi za nas

stanovnike, a ne tamo za nekog dalekog. Po tome dobivamo ljude koji žele ulagati u industriju i otvoriti svoje poduzeće, IT-ovci se mogu doseliti ako rade „na daljinu“ i lagodno ovdje živjeti. Treba nam veliki standard prema kojem idemo jer onda svi mogu otvarati svoje obrte. Sve mladi više se okreće obrtu bilo od kozmetike pa do IT-a, a svi brinemo za zdravlje sve više tako da ću kupovati opet OPG-a tako da po mojem turizam donosi lijenost i nerazvijenost.

- Poticanje volontiranja na manifestacijama kod mladih bi moglo doprinijeti njihovoj zainteresiranosti za organizaciju u budućnosti. Konzultiranje s lokalnim stanovništvom o organizaciji manifestacija.
- Prije svakog većeg događaja napraviti sastanak s lokalnim obrtnicima/poduzetnicima te im omogućiti mjesto/šand gdje mogu prezentirati svoje proizvode. Također, na svim većim događanjima treba angažirati sve udruge s područja općine te inzistirati da svaka udruga da nekoliko volontera. Na taj način će se povezati udruge i sela međusobno te će ukupna zajednica biti još jača. Iz Brezja sam, ali Mali Mihaljevec je primjer dobre organizacije među udrugama.
- Prvo ljudima treba omogućiti mjesto/osobu gdje bi svoje ideje mogli izraziti, uvažiti njihove ideje, a onda im i omogućiti/pomoći da se te ideje ostvare.
- Rade na poboljšanju i novim sadržajima, a svaka ideja bi dobro došla.
- Razne ankete na stranici Općine da se pita stanovništvo što treba ili ne treba napraviti vezano uz događaj.
- Reklamom o rekreaciji i turizmu!
- Strateški plan razvoja turizma u periodu od 5-10 godina, jači marketing.
- Sufinanciranjem mladih obrtnika da održe besplatne radionice iz svojeg područja rada i tako promoviraju općinu te posjetitelje da kupe, naruče od malih obrtnika iz općine robu ili uslugu.
- Školskoj djeci i turistima, gostima, predložiti posjete OPG-a, i dr. gospodarstvima koja se bave stočarstvom, ratarstvom ili drugim djelatnostima upoznavanja s istima.
- Teško! Motiviranjem, podrškom i upornošću.
- Tko želi može se uključiti.
- Više događaja za mlade i financijski poticaj.
- Više sportskih, edukativnih događanja za djecu i mlade.

Inferencijalna statistička analiza

Analiza je napravljena različitim statističkim metodama. Stoga, rezultati su prezentirani u više skupina ovisno koja se metoda koristila. U prvoj skupini analiza su hi-kvadrat testovi čija je svrha provjeriti postoji li statistički značajna povezanost između nekih nominalnih varijabli ( $p < 0,05$ ) ili te povezanosti nema ( $p > 0,05$ ). Podaci su upisani u kombiniranim tablicama (tablice kontingencije) sa različitim brojem redova. Izvedena su dva neparametrijska testa za koje su rezultati prikazani u tablici 26, a ispod tablice se nalazi interpretacija dobivenih rezultata.

Tablica 26 Rezultati hi-kvadrat testova

R b	Varijable u kontingencijskoj tabeli	Format konting. tabele	n	$\chi^2$	df	p	$\Phi$
1.	Prebivalište ispitanika (u 3 grupe) Učinci događaja (u 3 grupe)	3 x 3	115	12,308	4	<b>0,015*</b>	0,33
2.	Spol ispitanika Korišteni mediji za inform.o događ.	2 x 3	113	6,616	2	<b>0,037*</b>	0,24

Napomene: n = veličina uzorka u testu;  $\chi^2$  = hi-kvadrat vrijednost dobivena u testu; df = broj stupnjeva slobode; p = vjerojatnost odbacivanja istinite nul hipoteze o nepostojanju povezanosti između varijabli; \* statistička značajnost do 5%; \*\* statistička značajnost do 1%; \*\*\* statistička značajnost do 0,1% Koeficijent  $\Phi$  se tumači na sljedeći način: od 0,00 do 0,15 vrlo slaba veza; od 0,15 do 0,20 slaba veza; od 0,20 do 0,25 srednja veza; od 0,25 do 0,30 jača veza; od 0,30 do 0,35 jaka veza i od 0,35 do 0,40 vrlo jaka.  
Izvor: izrada autorice

Može se zaključiti kako između prebivališta ispitanika (Brezje, Lopatinec, ostalo) i učinaka događaja (manji, srednji, veći) postoji statistički značajna povezanost srednje jačine. Rezultati testa ( $\chi^2 = 12,308$  df = 4 n = 115 p = 0,015  $\Phi = 0,33$ ) to dokazuju. Pogledom u tablicu kontingencije (tablica 27) se može izračunati da je u Brezju 12% ispitanika dalo manje ocjene učinaka, 55% je dalo srednje ocjene, a 33% je dalo veće ocjene. U naselju Lopatinec ti su postoci 33%, 39% i 27% dok su u ostalim mjestima 30%, 63% i 8%. Dakle, u Brezju su ocjene najviše, dok su u ostalim mjestima najniže. Između spola ispitanika (muški, ženski) i vrste medija preko kojih su se ispitanici informirali o događanjima (tradicionalni, suvremeni, oba) postoji statistički značajna povezanost srednje jačine. Rezultati testa ( $\chi^2 = 6,616$  df = 2 n = 113 p = 0,037  $\Phi = 0,24$ ) to dokazuju. Pogledom u tablicu kontingencije (tablica 28) se može izračunati nekoliko vodoravnih postotaka. Tako su se muškarci u 27% slučajeva koristili tradicionalnim sredstvima informiranja (usmena predaja odnosno preporuka te novine, brošure i letci) dok su se u 23% slučajeva koristili suvremenim sredstvima (službenim internetskim stranicama i društvenim mrežama). Kod žena su ti postoci 11% i 40% odnosno žene se značajno više od muškaraca koriste suvremenim sredstvima informiranja (23 < 40).



Tablica 27 Ispitanici prema kategorijama učinaka i prema selima

Mjesto prebivališt	Kategorija učinaka			Ukupno
	manji	sred.	veći	
Brezje	4	18	11	33
Lopatinec	11	13	9	33
ostala	14	31	4	49
<b>Ukupno</b>	<b>29</b>	<b>62</b>	<b>24</b>	<b>115</b>

Vodor.% po kategor.*			Ukupno
manji	sred.	veći	
19	<b>55</b>	<b>33</b>	100
<b>33</b>	39	27	100
<b>30</b>	<b>63</b>	8	100
25	54	21	100

Napomena: deblje su otisnuti postoci koje treba uspoređivati po mjestima prebivališta  
Izvor: izrada autorice

Tablica 28 Ispitanici prema spolu i vrstama medija preko kojih su se informirali o događajima

Spol	Vrste medija			Ukupno
	tradic.	suvr.	oba	
muški	13	11	24	48
ženski	7	26	32	65
<b>Ukupno</b>	<b>20</b>	<b>37</b>	<b>56</b>	<b>113</b>

Vod.% po vrst.med.*			Ukupno
tradic.	suvr.	oba	
<b>27</b>	<b>23</b>	50	100
<b>11</b>	<b>40</b>	49	100
18	33	50	100

Napomena: deblje su otisnuti postoci koje treba uspoređivati po spolu  
Izvor: izrada autorice

Drugu skupinu analiza čine neparametrijski testovi čiji je cilj utvrditi postoje li statistički značajne razlike u učincima događanja s obzirom na nezavisne varijable (spol, dob, obrazovanje, poslovni status, prebivalište i uključenost u manifestacije). Razlika se ne smatra statistički značajnom ukoliko je  $p > 0,05$  dok se može smatrati statistički značajnom ako je  $p < 0,05$ . Kada nezavisna varijabla ima dvije kategorije (na primjer, spol) koristi se Mann-Whitneyev U test, a ima li tri ili više kategorija (na primjer, obrazovanje) koristi se Kruskal-Wallisov H test. Oba testa koriste medijalne vrijednosti, a ne aritmetičke sredine jer one nisu reprezentativne srednje vrijednosti kod distribucija koje ne slične normalnoj distribuciji. Ovdje je izvedeno šest U i H testova, a dobiveni rezultati iskazani su u tablici 29 ispod koje se nalazi interpretacija rezultata.

Tablica 29 Rezultati usporedbe medijana za učinke događanja pomoću Mann-Whitneyevog U testa i Kruskal-Wallisovog H testa

Testna kategorij. (nezavisna) varij.	Podskup ispitanika	Broj ispit.	Sredine Rangov a	p <sup>1)</sup>

1.	Spol	muški	48	53,70	
		ženski	65	59,44	0,367
2.	Dob	18-35 g.	48	53,61	
		36-55 g.	46	64,17	
		56 i više g.	21	54,50	0,266
3.	Obrazovanje	srednja škola	65	55,88	
		preddipl.studij	22	51,86	
		magisterij	21	52,98	0,846
4.	Poslovni status	student	12	54,38	
		zaposlenik	83	59,07	
		nezaposlen	9	66,17	
		umirovljenik	11	47,18	0,587
5.	Prebivalište	Brezje	33	71,50	
		Lopatinec	33	56,39	
		ostala	49	49,99	<b>0,015*</b>
6.	Uključ.u manifest.	kao posjetitelj	84	56,76	
		kao učesnik	31	61,35	0,512

Napomena: <sup>1)</sup> \* statistička značajnost do 5%; \*\* statistička značajnost do 1%; \*\*\* statistička značajnost do 0,1%  
Izvor: izrada autorice

Prema tablici se može zaključiti kako su ispitanici muškog spola dodjeljivali niže ocjene učincima događanja nego što su to radili ispitanici ženskog spola ( $53,70 < 59,44$ ). Međutim, razlika između ispitanika različitog spola slučajno je različita te nije statistički značajna ( $p = 0,367$ ). Također, ispitanici različite dobi dodjeljivali su različite ocjene učincima događanja i te razlike između ocjena onih mlađe dobi, srednje dobi i starije dobi nisu statistički značajne ( $p = 0,266$ ). Ispitanici različitog stupnja obrazovanja dodjeljivali su različite ocjene učincima događanja, ali te razlike nisu statistički značajne ( $p = 0,846$ ). Nadalje, ispitanici različitog poslovnog statusa različito su ocjenjivali učinke turističkih događaja. Najniže su ocjene davali umirovljenici, a najviše ocjene nezaposleni. No, te razlike između ocjena ispitanika različitog poslovnog statusa nisu statistički značajne ( $p = 0,587$ ). Što se tiče prebivališta ispitanika, svrstana su u tri grupe: Brezje, Lopatinec i ostala mjesta. Najniže ocjene učinaka događanja davali su ispitanici iz ostalih mjesta, dok su najviše ocjene davali oni iz Brezja. Te su razlike u

ocjenama statistički značajne ( $p = 0,015$ ). Posjetitelji događanja (njih 84) davali su niže ocjene učincima, nego što su to radili učesnici događanja (njih 31) budući da je  $56,76 < 61,35$ . Međutim, te razlike su slučajne ( $p = 0,512$ ).

Treća skupina analize su bivarijatni koeficijenti korelacije, Spearmanov koeficijent korelacije ranga ( $\rho$ ). U istraživanju je vrlo malo ordinalnih varijabli (dob, stupanj obrazovanja i vrsta ispitanika: posjetitelj, učesnik) dok bi se samo ocjene učinaka događanja mogle smatrati omjernom varijablom. Stoga je kod ove analize bilo moguće izračunati samo tri koeficijenta korelacije ranga što je navedeno u tablici 30. Koeficijenti korelacije mogu biti statistički značajni ( $p < 0,05$ ) ili ne ( $p > 0,05$ ). Ukoliko su statistički značajni onda utvrđena povezanost vrijedi za čitavu populaciju (osnovni skup), a ne samo za promatrani uzorak.

Tablica 30 Rezultati korelacijske analize

R Br.	Parovi varijabli (nezavisna i zavisna)	Spearmanov koef.korel. $\rho$	Broj ispit. n	Stat. znač. p
1.	Dob (1=mlađi, 2=srednje dobi, 3=stariji) Ocjene učinaka događanja (1,00 do 5,00)	0,08	115	0,385
2.	Stupanj obrazovanja (1=SŠ, 2=PS, 3=MR) Ocjene učinaka događanja (1,00 do 5,00)	-0,05	108	0,638
3.	Vrsta ispitanika (1=posjetitelj, 2=učesnik) Ocjene učinaka događanja (1,00 do 5,00)	0,07	115	0,465

Izvor: izrada autorice

Prema tablici se može zaključiti kako su korelacijski koeficijenti vrlo niski (blizu nuli) što znači da se radi o vrlo slaboj povezanosti; pozitivni koeficijenti znače pozitivnu povezanost (0,08 i 0,07) dok negativni koeficijent znači negativnu povezanost (uz viši stupanj obrazovanja ide niža ocjena učinaka događanja); sva tri navedena koeficijenta korelacije znače slučajnu povezanost odnosno povezanost koja nije statistički značajna ( $p > 0,05$ ), tj. vrijedi samo za promatrani uzorak ispitanika. Treba napomenuti ovakvi dobiveni rezultati su u skladu s prije dobivenim rezultatima neparametarskih testova (U i H testovi u tablici 29 pod rednim brojevima 2, 3 i 6).

#### Zaključci u vezi hipoteza

Postavljene su tri hipoteze, a navedene su u nastavku zajedno s dokazima o njihovoj točnosti ili netočnosti te zaključak prihvaćaju li se ili odbacuju.

H1: Turistički događaji doprinose razvoju ruralnog područja Općine Sveti Juraj na Bregu. - prihvaća

H2: Prepoznaju se potencijalni rizici i prilike turističkih događaja za Općinu Sveti Juraj na Bregu. - prihvaća

H3: Turistički događaji imaju priliku promicati lokalnu zajednicu i lokalne poduzetnike. - prihvaća

Može se zaključiti kako lokalno stanovništvo smatra da turistički događaji doprinose razvoju ruralnog područja Općine Sveti Juraj na Bregu budući da ih najmanje 2/3 te ekonomske učinke procjenjuju povoljnim. Također, lokalno stanovništvo prepoznaje potencijalne rizike i prilike (društvene učinke) turističkih događaja za Općinu Sveti Juraj na Bregu budući da rizike i prilike vidi više od 2/3 anketiranih. Nadalje, lokalno stanovništvo smatra da kroz turističke događaje ima priliku promicati svoju zajednicu i lokalne poduzetnike budući da njih najmanje 2/3 procjenjuju te prilike povoljnim. U tablici 25 nalaze se postoci nepovoljnih, povoljnih i vrlo povoljnih učinaka događanja (ekonomskih, društvenih, osobnih). Kako se oni odnose upravo na iznesene tri hipoteze, mogu se na osnovu njih donijeti zaključci o tim hipotezama.

- kod ekonomskih učinaka povoljni i vrlo povoljni učinci događanja čine ukupno 86%
- kod društvenih učinaka povoljni i vrlo povoljni učinci događanja čine ukupno 93%
- kod osobnih učinaka povoljni i vrlo povoljni učinci događanja čine ukupno 89%

Prema tome, svi su ovi postoci učinaka iznad 2/3 (iznad 67%) pa se može nesumnjivo zaključiti da se prihvaćaju sve tri postavljene hipoteze.

#### **4.4. Rasprava**

Prema rezultatima istraživanja se može zaključiti kako su ispitanici bili više ženskog spola (56,5%) nego muškog (41,7%), međutim, ne vidi se prevelika razlika. Što se tiče dobi, zabilježena je najveća ispunjenost između 18-35 godina (41,7%), te 36-55 godina (40%), a najmanje su ispunjavale osobe starije od 71 godine (3,5%). Struktura obrazovanja je završena srednja škola (56,5%), ali ima i puno završenog preddiplomskog studija (19,1%) i magisterija (18,3%). Također, pretežito su ispunjavale zaposlene osobe (72,2%), a najmanje nezaposlene (7,8%). Od 9 sela, najaktivniji su bili stanovnici s prebivalištem u Brezju (28,7%) i Lopatincu (28,7%), a najmanje Mali Mihaljevec (1,7%). Događaji koje stanovništvo smatra najznačajnijima za Općinu su: zabavni (80%), kulturni (60,9%) i sportski (59,1%), a najmanje su favorizirali obrazovne (27%), poslovne i privatne (30,4%). Što se tiče uključenosti u turizam,

većina ispitanika (73%) je izjavila kako nisu uključeni u isti, dok su na drugom mjestu organizatori događaja (13%), a zatim vlasnici OPG-ova (7%). Informiranost o događajima se provodi putem društvenih mreža (70,4%), te usmene predaje/preporuka (59,1%), a najmanje se provodi putem novina, brošura i letaka (27,8%) što se može opravdati modernizacijom. Ispitanici su se izjasnili jesu li prisustvovali na događajima kao posjetitelji ili poslovni dionici. Mogli su odabrati više odgovora. Što se tiče posjetitelja, najviše su prisustvovali na Forestlandu, Danima Općine Sveti Juraj na Bregu, Adventu i US-car picnicu. Ispitanici koji su se izjasnili da su bili poslovni dionici su najviše označili Forestland, Us-car picnic i Božićni sajam, a sudjelovali su kao radnici (43,2%), organizatori (25%), dobavljači (11,4%). Što se tiče ekonomskih učinaka, relativno su povoljno ocijenjeni. Društveni učinci su također relativno povoljni. Osobni učinci, odnosno tvrdnje koje su ispitanici ocjenjivali koliko se odnose na njih, imaju prosječne ocjene kao i prethodne dvije vrste učinaka. Na pitanje u kojem su se tražili prijedlozi kako bi Turistička zajednica i Općina mogli pomoći lokalnom stanovništvu da se uključi u kreiranje turističke ponude, ispitanici većinom nisu ništa upisali. Međutim, oni koji su upisali svoje prijedloge su pružali različite prijedloge koji bi bili korisni glavnim dionicima, a neki su izrazili svoje nezadovoljstvo što bi trebalo istražiti kako bi se mogao smanjiti negativan utjecaj turizma. Sve tri hipoteze su potvrđene.

Provedeno istraživanje ima ograničenja. U odnosu na broj stanovnika (4929), broj ispitanika (115) je relativno mali. Anketa se prikupljala online preko društvenih mreža gdje su ispitanici mogli odlučiti hoće li prisustvovati. Slana je u javne i privatne grupe gdje se poticalo stanovništvo na sudjelovanje i da prosljeđuju anketu. Zatražena je pomoć od nekih dionika da podijele anketu na službenim internetskim stranicama ili društvenim mrežama, međutim, nije dobiven odgovor. Uz to, vremensko prikupljanje anketa je kratko (mjesec dana). Za buduća istraživanja bi bilo dobro kada bi ispitivanje bilo šireg obujma, uz online anketu uključiti i osobno anketiranje na pojedinim događajima uz QR kodove, te produljiti vrijeme anketiranja na barem šest mjeseci u vremenskom razdoblju kada se najviše događaja održava.

Prema istraživanju se može zaključiti kako su stanovnici Općine relativno zadovoljni i otvoreni prema turizmu, odnosno turističkim događajima što je vrlo bitna činjenica. Kako bi turizam imao mogućnosti razvijati se u Općini, a i razvijati Općinu mora usko surađivati s lokalnim stanovništvom. Ukoliko nema njihovu potporu, može doći do niza problema koji će ograničiti ili u potpunosti spriječiti turizam. Može se reći kako su trenutno događaji primarna turistička atrakcija Općine što, ukoliko pravilno iskoriste, im može doprinijeti razne pozitivne učinke koji će nadjačati negativne. Privući će veći broj posjetitelja koji će umjesto osnovne

usluge još više trošiti novac kako bi osigurali autentičan doživljaj. Treba pametno organizirati i provoditi kako bi sva ponuda bila autentična (od smještaja, hrane) na način da sve proizvode i usluge pružaju na domaći način kako bi turisti imali više motivacije da kupuju, odnosno da dobe doživljaj drugačijeg načina života i mogućnosti da se hvale što su doživjeli. Uz to, lokalno stanovništvo će dobiti još jedan razlog zašto da očuvaju svoje običaje i tradiciju. Smatra se kako će uz ekonomske učinke, turizam pomoći lokalnom stanovništvu da se infrastruktura poboljša, odnosno, da se zbog turizma sagrade ili urede objekti, prometne veze, područja i slično što će na kraju ostati lokalnom stanovništvu na korištenje. Dobiveni prijedlozi u istraživanju prikazuju zainteresiranost lokalnog stanovništva za uključenje u turizam, žele da im se pruži mogućnost sudjelovanja, edukacije, konzultiranja... Što se tiče negativnih percepcija za turizam, potrebno je osigurati edukativne programe i pravodobni pristup informacijama o koristima turizma, planovima i aktivnostima u vezi s turizmom, uključiti lokalno stanovništvo u proces planiranja, organizacije, provedbe i upravljanja turizmom.

Preporuke za budući razvoj turizma, odnosno, turističkih događaja su bolja promocija događaja i destinacije općenito. Imaju odličnu bazu za to (internetske stranice, društvene mreže), ali bi trebali poraditi na promociji van Međimurske županije i za više različitih vrsta potencijalnih turista. Poticanje organizatora događaja da surađuju s lokalnim stanovništvom (radnici, dobavljači), te pronaći načine kako promovirati lokalna poduzeća. Pružati financijsku, savjetodavnu potporu lokalnom stanovništvu i poduzecima da se aktivno uključe u provođenje turizma. Poticati organizaciju događaja koji izravno promoviraju posebitosti područja, te poticati postojeće događaje da u svoju ponudu uvrste promociju lokalnih poduzetnika, odnosno njihovih proizvoda. Na primjer, u planu je izgradnja turističko – edukacijskog centra za razvoj ruralnog turizma te bi se tamo mogao održavati događaj gdje bi se prikazivao život lokalnog stanovništva u prošlosti. Centar će sadržavati primjer međimurskih tradicionalnih kuća, te bi se još mogli izgraditi objekti koji bi služili za prikaz poljoprivrede i domaćih životinja. Na događaju bi lokalno stanovništvo moglo biti odjeveno u tradicionalne nošnje i prikazivali bi nekadašnji način života, dok bi lokalna poduzeća, OPG-ovi i slično predstavljali svoje proizvode, prodavali ih i prikazivali njihovu izradu. Također, mogle bi biti prisutne i životinje za koje bi posjetitelji mogli hraniti, uređivati i vidjeti kako za njih brinuti. Događaj se može provoditi kroz razne radionice interaktivnog sadržaja koji prikazuju povijest i specifičnosti tog kraja.

## Zaključak

Općina Sveti Juraj na Bregu s prirodnim i kulturnim resursima ima odličnu podlogu za razvitak ruralnog turizma, a uspješno ih može iskorištavati i za razvitak turizma događaja. Specifični oblici i vrste turizma prisutni u Općini su ruralni turizam s naglaskom na eno – gastro turizam, kulturni turizam i aktivni turizam. Što se tiče profila turista, u Općinu najviše dolaze i noće domaći turisti, dok strani turisti najviše dolaze iz Njemačke. Smještajnih objekata ima čak 22, te su većina njih kategorizirani. Općina ima zaštitu Natura 2000, zoološki spomenik prirode, zona zaštitnog zelenila, spomenik parkovne arhitekture i UNESCO. Analiziranjem postojećih događaja se može zaključiti kako Općina ima različite vrste događaja te ne prevladava homogenost. Događaji su raspoređeni tijekom cijele godine. Kroz turističke događaje Općina ima priliku privući posjetitelje različitih profila iz svih dijelova Republike Hrvatske, a i šire. Iako turistički događaji mogu privući negativne učinke, ukoliko se pravilno njima upravlja može ih se svesti na minimum. Turistički događaji razvijaju ruralna područja. Lokalnom stanovništvu, kao i turistima pružaju bijeg od svakodnevnice, pružaju osjećaj ponosa, zadovoljstva i mira. Lokalna poduzeća imaju koristi od povećane potražnje za vrijeme održavanja događaja, stvaraju se nova radna mjesta, promovira se lokalna kultura, tradicija, običaji i baština. Također, podiže se svijest o očuvanju okoliša.

Provedenim istraživanjem stavova lokalnog stanovništva o događajima u Općini i njihovim učincima došlo se do zaključka kako lokalno stanovništvo smatra da turistički događaji doprinose razvoju ruralnog područja Općine, prepoznaje rizike i prilike turističkih događaja te smatra da kroz turističke događaje ima priliku promicati svoju zajednicu i lokalne poduzetnike. Odnosno, potvrdile su se sve tri hipoteze. Također, ispitanici su se izjasnili kako žele sudjelovati u turizmu ukoliko će turizam biti održive i ekološke naravi koji će razvijati Općinu i stanovništvo ne samo financijski već i kulturno i infrastrukturno.

Ključni dionici u turističkoj ponudi Općine trebaju što više surađivati s lokalnim stanovništvom kako bi svi iz tog područja imali pozitivne učinke (pravedna podjela koristi), te kako bi se lakše prepustili i prihvatili turizam. Treba osigurati da lokalno stanovništvo ima pristup sudjelovanju kod organizacije i provedbe događaja, edukacijama i stručnim usavršavanjima, financijsku i savjetodavnu potporu i slično. Nedostatak informacija i komunikacije može rezultirati otporom i nezadovoljstvom što može dovesti do ograničenja razvoja turizma ili potpunog uništenja turizma.

## Bibliografija

### KNJIGE

Bodwin, G., Allen, J., i ostali, *Events Management, 3rd edition*, UK: Butterworth – Heinemann, 2010.

Čavlek, Bartoluci, Prebežac, Kesar i ostali, *Turizam ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Zagreb, Školska knjiga, 2011.

Golub, Mesarić, Rojko, Šardi i drugi, *Priroda Međimurja – med dvema vodama*, Zagreb, Meridijani i Međimurska priroda – Javna ustanova za zaštitu prirode, 2020.

Gračan, Alkier Radnić, Uran, *Strateška usmjerenja nautičkog turizma u Europskoj uniji*, Opatija, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2011.

Gržinić, *Uvod u turizam – povijest, razvoj, perspektive*, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2019.

Martinez, *Putovima Gornjeg Međimurja*, Čakovec, Knjižnica Matice Hrvatske, 2014.

Petrić, *Osnove turizma*, Split, Ekonomski fakultet Split, 2003.

Van Der Wagen, Carlos, *Event management – Upravljanje događajima za turistička, kulturna, poslovna i sportska događanja*, Zagreb, Mate d.o.o., 2008.

Weber, Mikačić, *Osnove turizma*, Zagreb, Školska knjiga, 1999.

### DOKTORSKI RAD

Ivančić, I., „Međuovisnost turističkih događaja u okruženju i uspješnost hotelijerstva“, Disertacija, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2015.

### ČLANCI

Baljkaš, Ella i Dabo, Krešimir, „Uloga stavova stanovništva o Zagrebačkom adventu kao dio imidža destinacije“ *International journal of multidisciplinary in business and science*, volumen 7, br. 11 (2021): 13-26 <https://hrcak.srce.hr/260172>

Filipović, Vladimir., „Turizam događaja u malim sredinama Republike Hrvatske“ *Zbornik radova Međimurskoj veleučilišta u Čakovcu*, volumen 11, br. 1 (2020): 17-21 (<https://hrcak.srce.hr/242438>)



Getz, Donald. „Event tourism: definition, evolution and research“ *Tourism management* volumen 23, br.3. (2008): 403-428

Gračan, Daniela., i Rudančić – Lugarić, Andreja., „Konkurentnost turističke destinacije – studija slučaja (case study) RIJEČKI KARNEVAL“ *Ekonomski vjesnik: review of contemporary entrepreneurship, business and economic issues* volumen 26, br. 1 (2013): 271-281 (<https://hrcak.srce.hr/108216>)

Hernandez – Mogollon, Jose Manuel., Folgado – Fernandez, Jose Antonio., i Durante, Paulo., „Event tourism analysis and state of the art“ *European journal of tourism, Hospitality and recreation* volumen 5, br. 2., (2014): 83-102

Vrtiprah, Vesna i Sentić, Sanja., „Događaji u funkciji boljeg plasmana turističke destinacije, primjer Dubrovnika“ *Ekonomska misao i praksa* volumen 27, br. 1 (2018): 267-284 (<https://hrcak.srce.hr/202284>)

#### INTERNETSKE STRANICE

UNWTO – raspoloživo na: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> (26.3.2024.)

Hrvatska enciklopedija – raspoloživo na: <https://enciklopedija.hr/> (20.3., 27.3., 3.4., 13.4., 16.4. 2024.)

Eventor – raspoloživo na: <https://eventor.hr/blog/povijesni-razvoj-manifestacija/> (10.4.2024.)

International work finder – raspoloživo na: <https://work-finder.eu/hr/za%C5%A1to-je-va%C5%BE-no-stru%C4%8Dno-usavr%C5%A1avanje/> (13.4.2024.)

Sveti Juraj na Bregu – raspoloživo na: <https://www.svetijurajnaBregu.hr/> (20.3., 16.4., 29.4.2024)

Međimurje info – raspoloživo na: [medimurje.info/wp/opcina-sveti-juraj-na-bregu/](http://medimurje.info/wp/opcina-sveti-juraj-na-bregu/) (20.3.2024.)

Etno art travel – raspoloživo na: <http://www.etnoart-travel.com/hr/> (18.4.2024.)

Poslovni turistički vodič – raspoloživo na: <https://www.tourist-ad-guide.com/opcine/opcina-sveti-juraj-na-bregu/> (22.3.2024.)

Kreativno edukativni centar Murai – raspoloživo na: <https://pdcek.hr/murai/o-nama/> (25.4.2024.)

Accredo adrenalin centar – raspoloživo na: <https://www.accredo.hr/hr/o-nama> (25.4.2024.)

PG Geller – raspoloživo na: <https://pg-geler.hr/nasa-prica/> (25.4.2024.)

Raj na bregu – raspoloživo na: <https://rajnabregu.com/iskoristi-dan-2/> (25.4.2024.)

Forestland – raspoloživo na: <https://forestland.hr/> (29.4.2024.)

Hog race – raspoloživo na: <https://hograce.pg-geler.hr/> (29.4.2024.)

eMeđimurje – raspoloživo na: <https://emedjimurje.net.hr/vijesti/politika/2940248/uz-dan-opcine-sveti-juraj-na-bregu-turizam-nam-mnogo-znaci/>,

<https://emedjimurje.net.hr/vijesti/drustvo/2938241/uzivancija-na-svjezem-zraku-najavljujemo-1-vinski-pohod-svetog-jurja/>,

<https://emedjimurje.net.hr/vijesti/drustvo/2765087/ujedinili-se-nacelnici-s-jurovskoga-brijega-vidi-se-srce-medjimurja/>(29.4.2024.)

<https://emedjimurje.net.hr/vijesti/drustvo/2938241/uzivancija-na-svjezem-zraku-najavljujemo-1-vinski-pohod-svetog-jurja/> (8.5.2024.)

Župa Sveti Juraj na Bregu – raspoloživo na:

[https://www.zupasvetijurajnabregu.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1256:krini-put-po-selima-upe&catid=1:vijesti&Itemid=2](https://www.zupasvetijurajnabregu.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1256:krini-put-po-selima-upe&catid=1:vijesti&Itemid=2) (29.4.2024.)

Varaždinska biskupija – raspoloživo na: <https://www.biskupija-varazdinska.hr/vijesti/krizni-put-na-otvorenom-po-zupi-sveti-juraj-nabregu/5255> (29.4.2024.)

Informativna katolička agencija – raspoloživo na: <https://ika.hkm.hr/novosti/krizni-put-po-zupi-sveti-juraj-na-bregu/> (29.4.2024.)

CROATIAWEEK – raspoloživo na: <https://www.croatiaweek.com/photos-we-check-out-croatias-epic-hog-race/> (8.5.2024.)

LAG Međimurski doli i bregi – raspoloživo na: <https://lag-medjimurskidoliibregi.hr/en/members/sveti-juraj-na-bregu/> (8.5.2024.)

## STRATEŠKI DOKUMENTI

Sveti Juraj na Bregu 2027. Strateški plan razvoja Općine do 202. godine na temelju koncepta „pametna općina“

Strateški koncept razvoja Općine za razdoblje 2021.-2027. godine

Program ukupnog razvoja Općine Sveti Juraj na Bregu, 2014.-2020.

OSTALO:

Prof. dr. sc. Dora Smolčić Jurdana, „Autorski nastavni materijal iz kolegija „Turističko planiranje i razvoj““, Opatija, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2023.

Općina Sveti Juraj na Bregu, „Prezentacija O Općini“, Sveti Juraj na Bregu, 2022.

Turistička zajednica Međimurske županije – podaci iz eVisitora

PG Geller – podaci o Hog Race

Planinarski klub Extrem – podaci o Pohod na Mohokos

Turistička zajednica Nedelišće – podaci o Vincekov pohod

Klub Američkih Automobila „St. George Hills“ – podaci o US-car picnic

## Popis ilustracija

### Tablice

Tablica 1 Vrste događaja prema Getz, D.....	12
Tablica 2 Vrste i tipovi događaja u turizmu .....	13
Tablica 3 Učinci događaja .....	16
Tablica 4 Broj stanovnika po selima .....	20
Tablica 5 Vrste i broj smještajnih objekata .....	26
Tablica 6 Udruge prema selima Općine i području djelovanja .....	28
Tablica 7 Turisti u Općini prema nacionalnosti u razdoblju od siječnja do prosinca 2023. godine.....	29
Tablica 8 Dolasci turista u Općinu Sveti Juraj na Bregu.....	30
Tablica 9 Noćenja turista u Općini Sveti Juraj na Bregu .....	30
Tablica 10 Prirodni resursi na području Općine .....	31
Tablica 11 Kulturno - povijesni resursi Općine .....	32
Tablica 12 Sport i avanturizam u Općini.....	34
Tablica 13 Ostali turistički resursi.....	35
Tablica 14 Događaji i vrijeme održavanja.....	36
Tablica 15 Broj sudionika po godinama.....	39
Tablica 16 Ostali događaji.....	44
Tablica 17 SWOT analiza .....	46
Tablica 18 Anketirani ispitanici prema općim podacima (u apsolutnim i relativnim frekvencijama) ..	51
Tablica 19 Ispitanici prema odgovorima na pojedina pitanja u vezi učestvovanja u turističkim događajima na području Općine (kao ispitanik-posjetitelj ili kao ispitanik-učesnik) .....	53
Tablica 20 Ispitanici prema broju poslovnih angažmana .....	56
Tablica 21 Ispitanici prema učestalosti odgovora na pojedine tvrdnje u upitniku .....	57
Tablica 22 Deskriptivni pokazatelji za ocjene učinaka turističkih događaja.....	58
Tablica 23 Deskriptivni pokazatelji za prosječne ocjene učinaka događaja u Općini prema vrstama učinaka .....	60
Tablica 24 Prosječne i ekstremne vrijednosti za učinke događaja .....	61
Tablica 25 Postotak ispitanika prema visini ocjena pojedinih vrsta učinaka događaja u Općini .....	61
Tablica 26 Rezultati hi-kvadrat testova .....	65
Tablica 27 Ispitanici prema kategorijama učinaka i prema selima.....	66
Tablica 28 Ispitanici prema spolu i vrstama medija preko kojih su se informirali o događajima .....	66
Tablica 29 Rezultati usporedbe medijana za učinke događanja pomoću Mann-Whitneyevog U testa i Kruskal-Wallisovog H testa .....	66

Tablica 30 Rezultati korelacijske analize .....	68
<b>Grafikoni</b>	
Grafikon 1 Stanovništvo prema dobi i spolu.....	21
Grafikon 2 Prirodno kretanje stanovništva.....	21
Grafikon 3 Doseljeno i odseljeno stanovništvo .....	22
Grafikon 4 Nezaposlenost .....	24
Grafikon 5 Događaji u Općini prema najvećem značaju anketiranih ispitanika .....	56
Grafikon 6 Prosječne procjene pojedinih ekonomskih, društvenih i osobnih učinaka održavanja događaja u Općini .....	59
Grafikon 7 Distribucija ocjena učinaka održavanja događaja u Općini prema mišljenju ispitanika .....	61
<b>Slike</b>	
Slika 1 Grb Općine .....	18
Slika 2 Prikaz Općine na karti .....	18
Slika 3 Crkva Svetog Jurja      Slika 4 Pil tipa tabernakul.....	32
Slika 5 Stara hiža.....	33
Slika 6 Program Adventa za 2023. godinu.....	41
Shema 1 Turistička kretanja .....	5

## Prilozi

Za potrebe izrade diplomskog rada, provela su se dva istraživanja. U nastavku slijede pitanja koja su postavljena organizatorima događaja o samim događajima u obliku dubinskog intervjua, a nakon toga pitanja koja su postavljena lokanom stanovništvu u obliku ankete.

Pitanja za organizatore:

1. Tko organizira događaj?
2. Kada ste organizirali prvi događaj?
3. Zašto ste organizirali događaj?
4. Broj posjetitelja i izlagača (ukoliko ih događaj ima) po godinama?
5. Od čega se sastoji događaj? (program, aktivnosti, izlagači...)
6. Ukoliko imate, tko Vam je suradnik/ci?
7. Koje su bile ključne poteškoće ili izazovi s kojima ste se suočili tijekom organizacije događaja?
8. Kako se nosite s izazovima održivosti i očuvanja prirodnog okoliša prilikom organiziranja događaja u ruralnom području?
9. Suradujete li s lokalnim stanovništvom prilikom organizacije/provedbe događaja? Ukoliko suradujete, na koji način?

Anketna pitanja za lokalno stanovništvo:

1. Spol:

-muško

-žensko

-ne želim se izjasniti

2. Dob:

-18-35

-36-55

-56-70

-71 i više

3. Obrazovanje (završeno):

- osnovna škola
- srednja škola
- preddiplomski studij
- magisterij
- doktorat

4. Poslovni status:

- student
- zaposlen
- nezaposlen
- umirovljenik

5. Koje je Vaše prebivalište u Općini?

- Brezje
- Dragoslavec
- Frkanovec
- Lopatinec
- Mali Mihaljevec
- Okrugli Vrh
- Pleškovec
- Vučetinec
- Zasadbreg

6. Označite koje događaje smatrate najznačajnijima za Vašu Općinu (moguće je označiti više odgovora):

- Kulturni (festivali, karnevali, parade i religiozni događaji)
- Zabavni (koncerti, umjetničke predstave, izložbe, svečanosti)

- Poslovni (sajmovi, izložbe, konferencije)
- Sportski (profesionalna i amaterska natjecanja)
- Obrazovni (seminari, kongresi, stručno usavršavanje)
- Rekreativski (rekreativska natjecanja)
- Privatni (osobni i društveni događaji)

7. Na koji način ste uključeni u turizam na području Općine:

-iznajmljivač smještaja

-vlasnik OPG-a

-ugostitelj

-organizator događaja

-radim u turističkim potpornim djelatnostima (trgovina, zdravstvo, javni prijevoz, komunalne usluge...)

-nisam uključen/a u turizam

8. Gdje ste čuli o događajima u Općini (moguće je označiti više odgovora):

- Službene internetske stranice (Općine, Turističke zajednice, organizatora događaja)
- Usmena predaja/preporuka
- Društvene mreže (Facebook, Instagram, TikTok)
- Novine, brošure, letci

9. Odaberite u kojim ste događajima prisustvovali kao posjetitelj:

- Forestland
- Hog Race
- US-car picnic
- Pohod na Mohokos
- Turnir stolnog tenisa



- Malonogometni turnir
- Božićni sajam
- Advent u Svetom Jurju na Bregu
- Dani Općine Sveti Juraj na Bregu
- Križni put Župe Sveti Juraj na Bregu
- Vincekov pohod
- Proštenje Imena Marijina
- Ostalo: \_\_\_\_\_

10. Odaberite u kojim ste događajima prisustvovali kao poslovni dionik:

- Forestland
- Hog Race
- US-car picnic
- Pohod na Mohokos
- Turnir stolnog tenisa
- Malonogometni turnir
- Božićni sajam
- Advent u Svetom Jurju na Bregu
- Dani Općine Sveti Juraj na Bregu
- Križni put Župe Sveti Juraj na Bregu
- Vincekov pohod
- Proštenje Imena Marijina
- Ostalo: \_\_\_\_\_

11. Ukoliko ste na prethodnom pitanju označili „poslovni dionik“ navedite koja od navedenih opcija se odnosi na Vas (ako ste označili samo „posjetitelj“ molim Vas da preskočite ovo pitanje, te krenete na sljedeće):

-organizator

-radnik

-dobavljač

-ostalo: \_\_\_\_\_

12. U nastavku ocijenite koliko se slažete s navedenim tvrdnjama o ekonomskim učincima održavanja događaja u Vašoj Općini (1-potpuno se ne slažem, 2-ne slažem se, 3-neutralan/na sam, 4-slažem se, 5-potpuno se slažem)

	1	2	3	4	5
Turistički događaji doprinose povećanju ekonomskog blagostanja moje zajednice					
Turistički događaji doprinose povećanju zaposlenosti na području Općine					
Turistički događaji doprinose razvoju izoliranih područja Općine					
Turistički događaji privlače ulaganja u moju zajednicu					

13. U nastavku ocijenite koliko se slažete s navedenim tvrdnjama o društvenim učincima održavanja događaja u Vašoj Općini (1-potpuno se ne slažem, 2-ne slažem se, 3-neutralan/na sam, 4-slažem se, 5-potpuno se slažem)

	1	2	3	4	5
Turistički događaji obogaćuju moj život					
Turistički događaji donose rizike za sigurnost zajednice					
Turistički događaji lokalnom stanovništvu pružaju veći broj sadržaja i mogućnosti					
Osjećam se ugroženo prilikom održavanja turističkog događaja					

14. U nastavku ocijenite koliko se navedene tvrdnje o turističkim događajima u Vašoj Općini odnose na Vas (1-potpuno se ne slažem, 2-ne slažem se, 3-neutralan/na sam, 4-slažem se, 5-potpuno se slažem)

	1	2	3	4	5

Turistički događaji doprinose održivom razvoju lokalnih poduzetnika					
Razvoj dodatnih sadržaja (turističkih događaja, smještajnih kapaciteta, restorana...) će pomoći kod razvitka Općine					
Smatram da imam priliku iznositi svoja mišljenja i prijedloge o unapređenju događaja te da će mišljenja/prijedlozi biti uvaženi					
Turistički događaji pružaju platformu za promociju lokalnih poduzetnika					

15. Napišite prijedlog kako bi turistička zajednica/Općina mogla pomoći lokalnom stanovništvu da se više uključi u kreiranje turističke ponude?