

Inovativni turistički proizvod na području rijeke Drave s ciljem unapređenja turističke ponude grada Varaždina

Papec, Diana

Graduate thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Polytechnic of Međimurje in Čakovec / Međimursko veleučilište u Čakovcu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:110:232294>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-21**



Repository / Repozitorij:

[Polytechnic of Međimurje in Čakovec Repository](#) -
[Polytechnic of Međimurje Undergraduate and
Graduate Theses Repository](#)



MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
STRUČNI DIPLOMSKI STUDIJ MENADŽMENT TURIZMA I SPORTA

DIANA PAPEC

**INOVATIVNI TURISTIČKI PROIZVOD NA
PODRUČJU RIJEKE DRAVE S CILJEM
UNAPREĐENJA TURISTIČKE PONUDE GRADA
VARAŽDINA**

DIPLOMSKI RAD

ČAKOVEC, rujan 2023.

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
STRUČNI DIPLOMSKI STUDIJ MENADŽMENT TURIZMA I SPORTA

DIANA PAPEC

**INOVATIVNI TURISTIČKI PROIZVOD NA
PODRUČJU RIJEKE DRAVE S CILJEM
UNAPREĐENJA TURISTIČKE PONUDE GRADA
VARAŽDINA**

**INNOVATIVE TOURIST PRODUCT IN THE AREA OF
THE DRAVA RIVER WITH THE AIM OF IMPROVING
THE TOURISM OFFER OF THE CITY OF VARAŽDIN**

DIPLOMSKI RAD

Mentor:

Boris Jurič, mag. oec. v. pred.

ČAKOVEC, rujan 2023.

MEDIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
POVJERENSTVO ZA DIPLOMSKI ISPIT

Čakovec, 27. lipnja 2023.

država: **Republika Hrvatska**
Predmet: **Strateški menadžment u turizmu i sportu**

DIPLOMSKI ZADATAK br. 2022-MTSD-R-119

Pristupnik: **Diana Papec (0313019558)**
Studij: **Menadžment turizma i sporta**

Zadatak: **Inovativni turistički proizvod na području rijeke Drave s ciljem unapređenja turističke ponude grada Varaždina**

Opis zadatka:

Uz analizu postojećeg stanja područja, prikazuje se veliki potencijal za stvaranje inovativnog turističkog proizvoda. Predlažu se razni inovativni animacijski, ugostiteljski i smještajni sadržaji te sam način uređenja koji će oplemeniti i privući velik broj posjetitelja na već vrijedno no slabo iskorišteno područje grada Varaždina, Dravsku park šumu.

Zadatak uručen pristupniku: 27. lipnja 2023.

Rok za predaju rada: 20. rujna 2023.

Mentor:

Predsjednik povjerenstva za
diplomski ispit:

Boris Jurič, mag.oec. v. pred.

ZAHVALA

Zahvaljujem mentoru, Borisu Juriču mag. oec. v. pred., na suradnji tijekom izrade diplomskog rada. Najveća hvala mojoj obitelji, mojem dragom Goranu i prijateljici Đurđi Somođi mag. oec. v. pred., na potpori tijekom cijelog fakultetskog obrazovanja.

Hvala svima čiji se korak našao na mome putu kreiranja ovog vremena stjecanja znanja, uspomena i ostvarenih snova.

Diana Papec

SAŽETAK

Ideju za temu rada nametnula je spoznaja o pojavi raznih specifičnih oblika turizma, od čega se ističe inovativni turizam. Riječ je o turizmu raznih inovacija, odnosno turizmu budućnosti koji turistima nudi nove doživljaje preko tehnoloških inovacija u raznim spojevima. Ideja je jedan takav spoj ponuditi i na potencijalnom području oko rijeke Drave, spoj tehnologije s prirodom. Namjera je ostvariti ideju o inovativnom turističkom proizvodu sa postojećim i vlastitim inovativnim turističkim prijedlozima, s naglaskom na očuvanje prirode, ali i istražiti želje i preferencije potencijalnih budućih turista.

Uz razvoj inovativnog turizma, naglasak je i na razvoju riječnog turizma. Hrvatska ne ulaže dovoljno u riječni turizam, što bi se trebalo što prije promijeniti jer je to vrsta specifičnog turizma s velikim potencijalom. Rijeke postaju sve popularnija odredišta koja turisti polako počinju preferirati umjesto mora. Zbog toga je nužno da gradovi oko rijeka stvore, u skladu s održivim razvojem, inovativnu turističku ponudu. Očekuje se da bi razvoj riječnog turizma duž rijeke Drave mogao znatno pridonijeti napretku turizma grada Varaždina.

Ovaj rad istražuje potencijalno bogatstvo koje je neiskorišteno uz rijeku Dravu te pruža konkretne i inovativne prijedloge kako bi se taj potencijal iskoristio radi unapređenja turizma grada Varaždina. Poseban naglasak stavljen je na povezivanje moderne tehnologije s očuvanjem prirode, što ovaj projekt čini jedinstvenim i atraktivnim. Rad počinje teorijskim okvirom koji definira temu, a zatim opširno predstavlja inovativni turistički proizvod. Nadalje, rad prikazuje rezultate provedenog istraživanja putem anketnog upitnika kojim se dobiva uvid u stav ispitanika o novom inovativnom proizvodu na području rijeke Drave te njegov utjecaj na turizam grada Varaždina.

Ključne riječi: *inovativni turizam, riječni turizam, inovativni turistički proizvod, moderna tehnologija, rijeka Drava, društvene mreže, animacija*

SADRŽAJ

SAŽETAK

| | |
|---|-----------|
| 1. UVOD | 1 |
| 2. TURIZAM BUDUĆNOSTI | 3 |
| 2.1. Trendovi u turizmu | 4 |
| 2.2. Specifični oblici turizma..... | 5 |
| 2.2.1. Održivi turizam..... | 6 |
| 2.2.2. Inovativni turizam | 6 |
| 2.3. Turistička destinacija | 7 |
| 2.3.1. Pametna turistička destinacija..... | 8 |
| 2.3.2. Strateško upravljanje turističkom destinacijom | 9 |
| 2.4. Turistički proizvod | 9 |
| 3. GRAD VARAŽDIN KAO TURISTIČKA DESTINACIJA | 10 |
| 4. RIJEKA DRAVA KAO DIO TURISTIČKE PONUDE GRADA VARAŽDINA | 13 |
| 4.1. Općenito o rijeci Dravi..... | 13 |
| 4.2. Riječni turizam | 15 |
| 5. INOVATIVNI TURISTIČKI PROIZVOD NA PODRUČJU RIJEKE DRAVE | 17 |
| 5.1. Uređenje park-šume | 17 |
| 5.2. Animacijski programi | 20 |
| 5.3. Manifestacije | 32 |
| 5.4. Smještajni objekt | 34 |
| 5.5. Ugostiteljski objekt..... | 36 |
| 6. ISTRAŽIVANJE STAVOVA O RAZVOJU INOVATIVNOG TURISTIČKOG PROIZVODA NA PODRUČJU RIJEKE DRAVE | 37 |
| 6.1. Metodologija istraživanja | 37 |
| 6.2. Rezultati istraživanja | 38 |
| 6.3. Ograničenja istraživanja..... | 48 |

| | |
|---|-----------|
| 6.4. Zaključak istraživanja | 49 |
| 7. UTJECAJ INOVATIVNOG TURISTIČKOG PROIZVODA NA TURIZAM GRADA VARAŽDINA | 50 |
| 8. DRUŠTVENE MREŽE KAO PROMOTIVNI POTENCIJAL INOVATIVNOG TURISTIČKOG PROIZVODA I DESTINACIJE | 51 |
| 8.1. Ciljana tržišta..... | 52 |
| 8.2. Kreiranje profila na društvenim mrežama | 53 |
| 8.3. Primjeri oglašavanja na društvenim mrežama..... | 53 |
| 9. ZAKLJUČAK | 56 |
| LITERATURA | 58 |
| POPIS ILUSTRACIJA..... | 61 |
| PRILOZI..... | 63 |

1. UVOD

Turizam, kao glavna gospodarska djelatnost u Hrvatskoj, također je glavna gospodarska grana u svijetu. Na njega utječu mnogi čimbenici te su se baš zbog tih čimbenika pojavili specifični oblici turizma. Glavni su ključ specifičnih oblika turizma motivi, želje i potrebe turista koji se mijenjaju iz dana u dan te se zbog njih moraju osmisliti posebne turističke ponude koje zadovoljavaju potrebe budućih gostiju. Turističko tržište priprema se za promjene, dolaze novi trendovi i turistički proizvodi, stvaraju se nove generacije turista koji na svojem odmoru traže nešto novo, jedinstveno i nedoživljeno, a turističke su destinacije tu kako bi to uvrstile u nove turističke ponude, ponudile ih budućim turistima i tako osigurale dobar položaj na konkurentskom tržištu. Jedan od mnogih faktora koji utječu na razvoj specifičnih oblika turizma jest tehnologija, čiji razvoj utječe na promjenu okoline i života svih ljudi. Budući da turisti teže stvaranju novih doživljaja uz prisutnost inovacijskih programa, svjesni su okruženja u kojem žive i stavljaju velik naglasak na održivi razvoj i očuvanje prirode. Grad Varaždin ističe se kao jedna od destinacija koja bi mogla ponuditi novi turistički proizvod s naglaskom na spoj tehnologije i prirode i to na potencijalnom, neiskorištenom području oko rijeke Drave.

Ovaj rad, uz postojeće programe, istražuje moguće inovativne turističke proizvode koji bi iskoristili potencijal rijeke Drave i bili nova atrakcija za posjetitelje. Geografski i prirodni resursi rijeke Drave jedinstveni su i čine osnovu za stvaranje novih, inovativnih proizvoda poput vožnje kajakom uz virtualnu stvarnost, hologramskih prikaza povijesnih događaja i još mnogo toga.

Predmet izrade diplomskog rada jest ostvarenje inovativnoga turističkog proizvoda na području oko rijeke Drave te njegov utjecaj na turiste, lokalno stanovništvo i na turizam grada Varaždina, a cilj je predstaviti inovativni turistički proizvod s naglaskom na moderne animacijske programe radi veće atraktivnosti i posjećenosti.

Rad se sastoji od sekundarnog i primarnog istraživanja. U sekundarnom istraživanju koristile su se definicije iz knjiga i časopisa te podaci dostupni preko internetskih stranica a primarno istraživanje, kojim se prikazuje potencijal inovativnoga turističkog proizvoda, provedeno je digitalnim anketnim upitnikom.

Rad je podijeljen na devet cjelina. U prvom dijelu definiraju se glavni pojmovi vezani za temu rada. Turizam se definira prema sljedećim točkama: turizam budućnosti, trendovi u turizmu, specifični oblici turizma s naglaskom na održivi i inovativni, zatim turistička destinacija općenito, pametna turistička destinacija, strateško upravljanje njome i, na kraju, turistički proizvod. Središnji dio rada obrađuje turističku destinaciju, odnosno Varaždin, s naglaskom na turizam grada te opće informacije vezane za područje rijeke Drave i oko nje, s naglaskom na riječni turizam. Glavni dio rada, u kojem je temeljito predstavljen turistički proizvod, naslovljen je „Inovativni turistički proizvod na području oko rijeke Drave“. Taj dio rada podijeljen je na sljedeće: uređenje park-šume, animacijski programi, manifestacije, smještajni i ugostiteljski objekt. U ovom dijelu predstavljen je prijedlog budućeg izgleda područja oko rijeke Drave s raznim inovativnim sadržajima. Završni dio rada odnosi se na istraživanje stajališta ispitanika o novom inovativnom proizvodu te njegov utjecaj na grad Varaždin. Istraživanje je provedeno putem internetskog anketnog upitnika. Naglasak je stavljen i na uporabu društvenih mreža kao glavnog alata promocije.

2. TURIZAM BUDUĆNOSTI

„Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekoga mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost“ (Pirjevac, 2002). Među mnogobrojnim definicijama turizma, koji bez posjetitelja, odnosno turista, ne bi niti postojao, brojna su objašnjenja vezana za pojam turista, no jedno od najpoznatijih, koje je definirao Erik Cohen (1974.), glasi: „Turist je dobrovoljni, privremeni putnik koji putuje u očekivanju zadovoljstva koja mu mogu pružiti novosti i promjene doživljene na relativno dugom i neučestalom dvosmjernom putovanju“ (Čavlek i sur., 2011). Važno je istaknuti da su turisti skloniji aktivnom odmoru nego pasivnom te da postoji veliko zanimanje za sudjelovanje u raznim aspektima lokalnog života kako bi se bolje povezali s određenom destinacijom. Sve veći broj ljudi koji aktivno sudjeluju u turizmu potvrđuje važnost toga društveno-ekonomskog fenomena. S jedne strane, tu su turisti koji troše na turističke usluge i proizvode, dok su s druge strane radnici u sektorima koji pružaju te usluge. Za prve turizam predstavlja način zadovoljavanja njihovih potreba, ovisno o njihovu financijskom statusu i slobodnom vremenu, dok je za druge turizam izvor prihoda i temeljna osnova za njihovu egzistenciju (Weber i Mikačić, 2004). Temelj su turističkog proizvoda turističke atrakcije čija je glavna uloga poticanje gospodarskog razvoja određene destinacije i privlačenje turista. Turističke su atrakcije prirodne ljepote, mjesta, objekti ili događaji koji nude nešto posebno što onda privlači pozornost i potiče na posjet.

Suvremeni trendovi u turizmu pokretači su dinamičnih promjena na turističkom tržištu. Ključni akteri u industriji turizma moraju neprestano pratiti trendove i prilagođavati se promjenama kako bi očuvali svoje poslovanje i ostali konkurentni na tržištu. Promjene u potrošačkim navikama, globalizacija, ekonomska integracija, ekološka osviještenost i napredna tehnologija samo su neki od čimbenika koji utječu na sastav turističke populacije i oblikuju turizam u današnjem vremenu (Bašić, 2015). Prema Hendija (2013.), „trend označava smjer razvoja neke pojave u vremenu (u odnosu na prethodno stanje) ili u odnosu na neku pojavu (u odnosu na nešto)“. Značajan utjecaj na različite aspekte tržišta i društva upravo imaju megatrendovi. Megatrendove se izdvaja radi velike važnosti i radi razlike od manje značajnih trendova. Među najpoznatijim

megatrendovima u suvremenom društvu i načinu života ističu se napredna tehnologija, individualizacija, proces starenja populacije i sveprisutna globalizacija. (Bartoluci, 2013). Novi oblici turizma te nove društveno-ekonomske i tehničko-tehnološke promjene u društvu utjecale su na promjenu turizma iz standardiziranog i uniformiranog (tzv. *hard tourism* ili stari turizam) u humaniji oblik koji je usmjeren i orijentiran na pojedinca (tzv. *soft tourism* ili novi turizam) (Dujmović, 2014). U suvremenoj literaturi postoje različite definicije pametnog turizma, ali još nije postignut dogovor o tome kako ga točno definirati. Zato se pametni turizam često pogrešno shvaća, a katkad se miješa s pojmom e-turizma, koji također uključuje informacijsku i komunikacijsku tehnologiju, informacijske sustave i društvene medije (Yalçınkaya, 2018).

2.1. Trendovi u turizmu

„Potaknuti holističkim promišljanjem o sebi, ali i svijetu koji ih okružuje, moderni turisti stvaraju nove interese, a time i nove uzbudljive oblike turizma. Zbog toga turistička ponuda nikad nije bila toliko maštovita i raznolika, a neka od njezinih glavnih obilježja su: što više doživljaja, sve češća putovanja, ali i sve kraći boravci. Sve to potiče razvoj brojnih novih selektivnih oblika turizma. S obzirom na turističke, u znatnoj mjeri čak i neiskorištene, pa i neke neotkrivene potencijale naše zemlje, u Hrvatskoj se itekako dobro može razvijati nekoliko oblika selektivnog turizma” (Sveučilište Vern, <https://vern.hr/novosti/sto-moderni-turisti-zele-od-turizma/>, 29.08.2023.). Holistički pristup u razvoju destinacije trend je u kojem posjetitelji teže sudjelovanju u lokalnoj zajednici radi stvaranja osjećaja stanovnika, a ne turista. Posjetitelji danas sve više cijene odredišta koja dijele slične vrijednosti s njima. To znači da biraju putovati u mjesta koja dijele iste vrijednosti i principe kao i oni sami. Dobar je primjer švedski trend „plogging“ (trčanje i istodobno skupljanje usputnog smeća) koji se danas primjenjuje u mnogim zemljama. Radi takvih trendova mnoge destinacije razvijaju nove oblike ponude koji su usmjereni na aktivan boravak u prirodi popraćen raznim aktivnostima u kojima turisti imaju mogućnost pozitivno utjecati na destinaciju, sudjelovati u očuvanju okoliša i kulture te istodobno stvarati nezaboravne uspomene (Poduzetnik. Biz, <https://poduzetnik.biz/produktivnost/novi-turisticki-trendovi-za-razdoblje-do-2030-godine/>, 02.09.2023.). Spajanje tehnološkog napretka s održivim razvojem oblikuje i otvara vrata novim trendovima. Putnici sve više žele

iskusiti prirodu i promicati očuvanje okoliša, ali isto tako cijene tehnološke inovacije. Privlače ih odredišta koja nude inovativne proizvode koji pozitivno utječu na prirodu i okoliš. Neki od najvažnijih trendova u turizmu koji utječu na ponašanje potrošača i utječu na industriju povezani su i s tehnologijom. Primjerice, uključuju tehnologiju prepoznavanja glasa, beskontaktno plaćanje, umjetnu inteligenciju, virtualnu stvarnost, prepoznavanje lica i daljnji porast interneta stvari (Revfine optimising revenue, <https://www.revfine.com/tourism-trends/>, 01.09.2023.). Tehnologija znatno mijenja način na koji turisti planiraju, doživljavaju i dijele svoja putovanja. To potiče nove trendove u personalizaciji, digitalnom iskustvu, održivosti i inovacijama u turizmu. Iskustvo kupaca oduvijek je bilo ključno za turizam, ali zbog napretka tehnologije i većeg izbora koji putnici imaju poboljšanje korisničkog iskustva sada je od presudne važnosti. Precizno prilagođavanje tog iskustva može stvoriti razliku između klijenata koji će svoje iskustvo preporučiti drugima i onih koji odustanu tijekom procesa rezervacije.

2.2. Specifični oblici turizma

„Specifični oblici turizma temelje se na putovanjima turista u destinacije koje su stvorile turističku ponudu koja je prilagođena specifičnim motivima turista i povezana s dominantnim interesom turista” (Čavlek i sur., 2011).

Kao posljedica promjene iz masovnog turizma u održivi pojavljuju se specifični oblici turizma sa znatno manjim utjecajem na okoliš. Općenito su specifični oblici posebne vrste putovanja koje su usmjerene na određene skupine ljudi, interese ili aktivnosti. Čavlek (2011) specifične oblike turizma svrstava u dvije osnovne skupine, pa postoje specifični oblici turizma zasnovani na prirodnim resursima i specifični oblici turizma zasnovani na društvenim resursima. U specifične oblike turizma zasnovane na prirodnim resursima spadaju zdravstveni turizam, sportski turizam, nautički turizam, ekoturizam, seoski (agro) turizam, lovni i ribolovni turizam, robinzonski turizam i sl., a u specifične oblike zasnovane na društvenim resursima spadaju kongresni turizam, kulturni turizam, gastronomski i enofilski turizam, turizam događaja, vjerski turizam, turizam na umjetno stvorenim atrakcijama, kasino-turizam, inovativni turizam i drugi.

2.2.1. Održivi turizam

Koncept održivog razvoja se primijenjuje u različitim ljudskim aktivnostima, uključujući i turizam. Održivost je postala ključna komponenta u turizmu zbog svojih prednosti i potencijala za pozitivan utjecaj na lokalne zajednice. Shvaćajući da su turizam i okoliš međusobno povezani, razvila se svijest o važnosti očuvanja pozitivne veze između ovih faktora kako bi se ostvarila dobrobit za oba područja (Čorak, 2011).

Jedna od najpoznatijih definicija održivog turizma jest ona Svjetske turističke organizacije (UNWTO) koja ga, u skladu s općim konceptom održivosti, definira kao „turizam koji zadovoljava potrebe turista i receptivnih regija u sadašnjosti, pri čemu se čuvaju i unapređuju mogućnosti za budućnost” (UNWTO, 1998). Održivi turizam nastoji postići ravnotežu između ekološke, socijalne i gospodarske održivosti s ciljem da se prirodni resursi očuvaju, kultura poštuje i da lokalno stanovništvo ima korist. Kako nova generacija postaje sve relevantnija na tržištu, ideali koji pokreću njihove odluke o kupnji stvaraju nove trendove u turizmu. Eko-putovanja samo su jedan primjer tih turističkih trendova, koji odražavaju sve veću zabrinutost današnjih putnika zbog etičkih i održivih turističkih mogućnosti. Eko-putovanje uključuje jednostavne promjene, kao što je dostupnost karbonskih kredita pri rezervaciji leta ili mogućnost najma električnog umjesto konvencionalnog vozila. Sofisticiraniji primjeri mogu uključivati turizam s volonterskim elementom, možda rad u prirodnom rezervatu ili angažman u radu na očuvanju (Revfine optimising revenue, <https://www.revfine.com/tourism-trends/#eco-travel>,01.09.2023).

2.2.2. Inovativni turizam

Među nekoliko autora koji su pokušali definirati inovativnost ili inovaciju ističe se Dobre koji navodi: „Inovacija je kreativna manifestacija ljudskog uma i može se kategorizirati na različite načine, po profesionalnosti autora inovacije, po mjestu nastanka mogu biti stvorene na radnom mjestu te po vrsti nastanka. Autori iz znanstvene literature inovaciju razvrstavaju u grupe kao što su nova ideja, uvođenje nove ideje, uvođenje invencije, ideje koje se razlikuju od postojeće forme i uvođenje nove ideje koja razara ranije ponašanje” (Dobre, 2005). Zbog raznih inovacija pojavljuje se specifični oblik turizma, odnosno inovativni turizam. Inovacije imaju ključnu ulogu u

razvoju gospodarstva neke zemlje u kojoj sektor turizma ima prostor za kreiranje novih turističkih proizvoda te pozicioniranje određene destinacije na konkurentnom turističkom tržištu (Šergo i Aflič, 2014).

S obzirom na to da potrošački trendovi, nova tehnologija, fragmentacija tržišta, globalizacija, briga o okolišu, gospodarska integracija i ostale pojave uvelike utječu i na turistički sektor, u 21. stoljeću događaju se velike promjene na turističkom tržištu. Na nastanak 13 novih tržišta utječu promjenjivi gospodarski uvjeti, izmijenjeno ponašanje potrošača i nove tehnologije pa se zbog toga mijenja i sastav turističke populacije (Bašić, 2015). Turisti su u potrazi za sadržajnijim i kvalitetnijim proizvodom, bez obzira na lokaciju turističkog odredišta. Upravo je to razlog zbog kojeg su turisti jedan od glavnih pokretača inovacija u turizmu, oni pokreću inovacije u njegovu cijelom lancu vrijednosti (Horvatić i Bačić, 2013).

2.3. Turistička destinacija

Turistička destinacija promatra se kao lokacija turističke potrošnje jer podrazumijeva mjesto u kojem se turisti koriste turističkim proizvodom te se ondje obavlja turistička aktivnost (Bartoluci, 2013). Prema Križman-Pavlović (2008), turistička destinacija većinom je sastavljena od atrakcija koje podrazumijevaju društvene i prirodne atraktivnosti, zatim receptivnih sadržaja koji obuhvaćaju ugostiteljske i smještajne objekte, zabavne sadržaje, trgovinu i ostalo.

Velika pozornost u turističkim destinacijama posvećena je animacijskim programima koji imaju veliku ulogu u privlačenju turista. „Animacija je sastavni dio turističke ponude koji znači obogaćenje te ponude raznim sadržajima te kao poticaj turistima na sadržajiji turistički boravak” (Bartoluci, 2004). Klaus Finger Benoit turističku animaciju definira ovako: „Animacija u turizmu je od strane jedne osobe (animatora) izgovorena, prijateljska, vesela, ljubazna, srdačna, atraktivna (privlačna) molba, poziv, pobuda (podsticaj), ohrabrenje za zajedničko druženje (bavljenje nečim) kroz bilo koju aktivnost gosta (turista), u njegovu slobodnom vremenu na godišnjem odmoru, koja ga privlači i to sve do onoga trenutka kada se odvija kroz zajedničko djelovanje s ostalim ljudima (gostima ili domaćinom) i s radošću (zadovoljstvom) na upoznavanju novoga

(na novim doživljajima), na zajedničkom sudjelovanju u aktivnostima, na ljudima, okolini, mjestu (destinaciji, prostoru), kulturi i zemlji u kojoj se boravi“ (Horvat, 2003).

2.3.1. Pametna turistička destinacija

Lopez de Avila (2015) definira pametnu destinaciju kao „inovativnu turističku destinaciju, izgrađenu na infrastrukturi vrhunske tehnologije koja jamči održivi razvoj turističkih područja, njihovu dostupnost svima, što olakšava interakciju posjetitelja i integraciju u njegovo okruženje, povećava kvalitetu iskustva u destinaciji te poboljšava kvalitetu života stanovnika“ (Gretzel, 2015). Prema definiciji pametne destinacije iz perspektive potrošača, destinacija je pametna kada intenzivno upotrebljava tehnološku infrastrukturu kako bi poboljšala turističko iskustvo posjetitelja personalizacijom i osvještavanjem o lokalnim i turističkim uslugama te proizvodima koji su im dostupni u destinaciji (Xiang, 2015). Prema UNWTO-u, pametne destinacije ključne su za postizanje održivog razvoja, one ne pridonose samo poboljšanju turističke industrije, nego i društva u cjelini. Zbog toga se pametna destinacija može shvatiti kao alat održivog turizma budućnosti (UNWTO, <https://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419401>, 27.08.2023.).

Slika 1. Pametna turistička destinacija



Izvor: <https://www.tourism-review.com/smart-tourism-winners-to-be-announced-soon-news12216> (01.09.2023.)

2.3.2. Strateško upravljanje turističkom destinacijom

Strateško upravljanje odnosi se na proces koji uključuje „određivanje ciljeva destinacije, oblikovanje i izvođenje strategija te kontrolu izvedbe“ (Magaš, 2003). Strateškim upravljanjem turističke destinacije stvaraju temelje dugoročnog uspjeha, razvoja i održivosti te prilagođavaju svoju ponudu dinamičnim trendovima i promjenama na tržištu.

„Strateški menadžment u turizmu tradicionalno pribjegava provjerenim metodama analize, planiranja, izrade i implementiranja strategija za ostvarivanje ciljeva koji najčešće podrazumijevaju unapređenje turističke infrastrukture, marketinške aktivnosti, jačanje sigurnosti, zdravstvenu zaštitu, prirodne, kulturne, ljudske resurse i drugo“ (Župan, 2014).

Stvaranje učinkovitoga marketinškog upravljanja turističkim resursima mora se temeljiti na obilježjima, prihvatnim mogućnostima i turističkim vrijednostima resursa (Gredičak i Demonja, 2018). Strategije koje se kreiraju radi stvaranja imidža destinacije oblikuju se prema određenoj viziji i ciljevima koji služe za daljnje aktivnosti u vezi sa stvaranjem brenda.

2.4. Turistički proizvod

Turistički proizvod može uključivati „prirodne ili umjetne atrakcije, hotele, odmarališta, restorane, kazališta, aktivnosti, festivale i događaje“ (UNWTO, 2011). Kvaliteta i atraktivnost turističkog proizvoda imaju ključnu ulogu u privlačenju turista i stvaranju pozitivnih turističkih iskustava. Obilježja turističkog proizvoda su prolaznost, heterogenost, neopipljivost i neodvojivost. Turistički proizvod obuhvaća sve elemente i usluge kojima se turisti koriste ili doživljavaju tijekom putovanja. To uključuje smještaj, hranu, prijevoz, atrakcije, aktivnosti i sve ostalo što čini turističko iskustvo.

3. GRAD VARAŽDIN KAO TURISTIČKA DESTINACIJA

Grad Varaždin dobitnik je priznanja „Srebrni cvijet Europe“ za 2011. godinu. To prestižno europsko priznanje dodijeljeno mu je na završnoj svečanosti „Entente Florale Europe – Zlatni cvijet Europe“ održanoj u petak, 16. rujna 2011. godine u Kristalnoj dvorani Grand hotela Rogaška u Rogaškoj Slatini. Bilo je to finale velikog natjecanja europskih gradova u kojem se ocjenjivalo uređenje gradova, ali i kvaliteta života građana. Na početni natječaj „Entente Florale Europe“ prijavilo se 5400 gradova, a Varaždin je ušao u uži izbor s njih još 11.

Slika 2. Panoramski prikaz grada Varaždina



Izvor: <https://www.jutarnji.hr/like-putovanja/lijepa-nasa/sve-sto-volite-u-hrvatskoj-ovdje-je-jos-izrazenije-upoznajte-varazdin-malog-baroknog-velikana-15054549> (01. 09. 2023.)

Varaždin je prepoznat kao uspješno odredište koje neprestano razmatra i pronalazi nove smjerove za gospodarski razvoj. Jedan od ključnih strateških smjerova razvoja grada jest turizam. Zbog bogate povijesti, geografskog položaja i ekonomske dinamike koja utječe na društvene i socijalne trendove, Varaždin se ističe kao destinacija za kulturni i urbani turizam. Jedno je od najposjećenijih turističkih odredišta u unutrašnjosti Hrvatske, a stalna ulaganja u razvoj gospodarstva, komunalnu infrastrukturu i

poboljšanje životnog standarda čine ga sve privlačnijim mjestom za turiste iz godine u godinu. Varaždin je idealna destinacija za jednodnevne izlete zbog izvrsne prometne povezanosti sa Zagrebom i susjednim zemljama. „Grad ima posebnu atmosferu, velike pješačke zone i obilje muzeja, uključujući povijesni odjel Gradskog muzeja Varaždin, Stari grad, Entomološku zbirku, Galeriju slika starih i novih majstora, varaždinsko groblje, Muzej anđela, Trg tradicijskih obrta i Varaždinska dvorišta. Sve to čini ga iznimno privlačnim turističkim odredištem“. Prirodne atrakcije u Varaždinu i njegovoj okolini također su fascinantne, a rijeka Drava i njezini sadržaji, poput zaštićene Dravske park-šume, imaju poseban potencijal za istraživanje i uživanje (Varaždin.hr, turizam, <https://www.varazdin.hr/turizam/>, 27.08.2023.).

Turistička zajednica grada Varaždina djeluje u skladu sa Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, potiče razvoj turizma, promociju turističkih atrakcija te organizira različite turističke aktivnosti i manifestacije. Uz turističku zajednicu, tu su i varaždinski vodiči koji pružaju visokokvalitetne ture po gradu na čak 11 jezika. Varaždin je prepoznao važnost njihova doprinosa turističkom razvoju grada te im pružio financijsku potporu za njihove aktivnosti, s posebnim naglaskom na redovitu edukaciju članova. Varaždin je istaknuta destinacija u kontinentalnoj Hrvatskoj s mnogim turističkim priznanjima. Godine 2014., na Danima hrvatskog turizma u Opatiji, proglašen je najboljom kontinentalnom turističkom destinacijom. Također, ugledni New York Times uvrstio ga je među 52 odredišta koja se isplati posjetiti.

Jedna od najpoznatijih atrakcija koja znatno utječe na turizam tog područja i koja privlači velik broj turista svakako je Špancirfest. Tijekom deset dana tog festivala gradske ulice, trгови i parkovi unutar šire pješačke zone u središtu Varaždina postaju središta umjetničkih izričaja, kulturnih izvedbi i performansa, otvorenih ateljea te nude raznoliku izlagačku i gastronomsku ponudu. Taj događaj transformira Varaždin u izvanredno zabavno i privlačno odredište, ističući bogatstvo kulturnih i zabavnih sadržaja koji ga čine posebnim. Festival se redovito organizira već više od dvadeset godina i svake godine bilježi porast broja posjetitelja i turista. Dodatno, svake se godine program obogaćuje novim elementima, pružajući posjetiteljima neprestano novo iskustvo. Jedan od najnovijih dodataka jest „Park kreative“, posebno stvoren za

najmlađe posjetitelje. Taj park nudi raznolike i interaktivne aktivnosti – od igara, kreativnih radionica i adrenalinskih izazova do glazbenih izvedbi i predstava, sve u prekrasnom okruženju, pružajući svakom malom istraživaču priliku za opuštanje i zabavu. Ključni je aspekt Špancirfesta i njegov impresivan glazbeni program. Različite glazbene pozornice svake festivalske večeri pružaju nevjerojatna glazbena iskustva koja zadovoljavaju raznolike glazbene preferencije. No, istinski je vrhunac glazbenih doživljaja pokraj prekrasnog dvorca Stari grad na velikoj pozornici. To kulturno koncertno mjesto zadržava jedinstvenu atmosferu i pruža mogućnost da se uživa u izvedbama nekih od najvažnijih i najpoznatijih glazbenih izvođača iz Hrvatske i regije.

Slika 3. Špancirfest



Izvor: <https://www.sjeverni.info/evo-koje-su-sve-novosti-vezane-za-ovogodisnji-spancirfest/> (01.09.2023.)

4. RIJEKA DRAVA KAO DIO TURISTIČKE PONUDE GRADA VARAŽDINA

4.1. Općenito o rijeci Dravi

„Rijeka Drava dugačka je 725 km i povezuje alpska područja Italije, Austrije i Slovenije s panonskim područjima Hrvatske i Mađarske. Dionica kroz Hrvatsku je dužine 322,8 km. Ona je ujedno i jedan od najvećih pritoka Dunava, a ove dvije rijeke zajedno s Murom čine veliko europsko riječno područje. Rijeka Drava je isto tako i okosnica planiranog UNESCO-ova prekograničnog rezervata biosfere „Mura – Drava – Dunav“, koji će nakon osnivanja biti najveće europsko zaštićeno riječno područje (700 km) te će biti prvi svjetski pentalateralni (Hrvatska, Austrija, Mađarska, Slovenija i Srbija) UNESCO-ov rezervat biosfere“ (Drava life, <http://www.drava-life.hr/hr/rijeka-drava/>, 24.08.2023.). „Drava je plovna i iskorištava se za dobivanje električne energije. Pijesak i šljunak se vade te se rabe kao građevni materijal. Očuvana priroda je najveće bogatstvo rijeke Drave. Drava je jedna od najočuvanijih nizinskih rijeka u Europi. U šumama rijeke Drave žive mnoge ptice, srne, divlje svinje, jeleni i mnoge druge životinje. U rijeci Dravi živi oko 70 vrsta riba“ (Drava life, <http://www.drava-life.hr/hr/rijeka-drava/>, 24.08.2023.).

„Javna ustanova „PRIRODA Varaždinske županije“ partner je na projektu „Drava Life –Integrirano upravljanje rijekom“, u sklopu kojeg se provode projektne aktivnosti i na području Varaždinske županije: obnova rukavaca i proširenje korita dijelova starog korita rijeke Drave na dvije lokacije te izrada i postavljanje šest informativno-edukativnih točaka uz rijeku. Također, Javna ustanova „PRIRODA Varaždinske županije“ provodi i projekt uređenja poučne staze u Dravskoj park-šumi u Varaždinu, koji se financira iz potpora europskog poljoprivrednog fonda“ (Priroda-vz.hr, <https://priroda-vz.hr/medunarodni-dan-rijeka-drave/>, 02.09.2023.). „Agencija za vodne putove na svojim stranicama objavila je informaciju o završetku projekta kojim je predviđeno hidrografsko snimanje 198,6 km rijeke Drave i izrada digitalne plovidbene karte, izrada trojezičnog turističkog vodiča i priručnika u kojem bi bile sve turističke atrakcije na tom području, mjesta za razgledavanje, tematske rute, cikloturističke staze, tematske staze, organizirani izleti i mobilne aplikacije s još opširnijim podacima kako bi

se korisnicima omogućilo planiranje vodenih aktivnosti na siguran i učinkovit način“ (Ministarstvo turizma Republike Hrvatske <https://mint.gov.hr/print.aspx?id=17933&url=print>, 20.08.2023.).

Trenutačno područje oko rijeke Drave nedaleko od Varaždina nudi ograničen broj aktivnosti. Posjetitelji mogu u ljetnim mjesecima uživati u dravskim bazenima, koji uključuju bazen za odrasle i bazen za djecu. Također, mogu istraživati poučnu stazu i koristiti se neformalno uređenim stazama koje su većinom oblikovali sami posjetitelji. Dječje igralište trenutačno pruža ograničene mogućnosti za zabavu, dok je istočno od Dravske park-šume, blizu sportske dvorane „Arena Varaždin“, trim-staza koja je renovirana 2017. godine. Ta staza, koja se proteže na 2 kilometra, opremljena je s četrnaest različitih sprava namijenjenih korisnicima tijekom trčanja. S obzirom na redovitu posjećenost, naglasak je na nedostatku suvremenih i inovativnih sprava, tako da bi i to bilo poželjno obnoviti kako bi se ponuda poboljšala.

Posjetiteljima područja oko rijeke Drave nudi se mogućnost veslanja na dasci u stojećem položaju, „SUP“, 10 kilometara vožnje po rijeci Dravi, odnosno rafting, još jedna vrsta vožnje, „Off road“, na terenskim vozilima po starom toku rijeke Drave uz mnoštvo prepreka i jedinstveno iskustvo vožnje kajacom. To posjetiteljima nudi turistička agencija „More Adventure“ sa sjedištem u Varaždinu, koja je osnovana 2017. godine radi promicanja avanturističkog turizma kontinentalne Hrvatske koji je često nepravedno zapostavljen (More- adventure, <https://more-adventure.com/#off-road>, 23.08.2023.).

Varaždin i gradska Turistička zajednica svake godine organiziraju veliku proslavu Međunarodnog praznika rada, 1. svibnja, na varaždinskom kupalištu na Dravi. Uz raznolik glazbeni i kulturni program, u ponudi je lunapark namijenjen najmlađima, a za sve posjetitelje osigurane su besplatne porcije graha. Ta manifestacija privlači velik broj stanovnika i jasno upućuje na potrebu za dodatnim aktivnostima i sadržajima tijekom cijele godine, a ne samo tijekom toga jednog posebnog dana.

Slika 4. Rijeka Drava



Izvor: <https://varazdinski.net.hr/vijesti/drustvo/3172905/zivjeti-z-dravo-m-potrebna-je-avenija-koja-bi-ljude-navodila-do-drave/> (01.09.2023.)

4.2. Riječni turizam

Polazna točka za razvoj pomorskog i nautičkog turizma su upravo prirodni i atraktivni faktori koji obuhvaćaju sve prirodne resurse koji se prirodno javljaju, uključujući reljef, geografski položaj, prirodnu ljepotu, vodene površine, klimatske uvjete te mnoge druge prirodne elemente koji utječu na iskustvo kod nautičkog putovanja jer stvaraju nezaboravne trenutke na moru, rijekama ili jezerima (Jadrešić, 1978).

Pojavom raznih, specifičnih motiva putnika pojavljuju se i specifični oblici turizma, a jedan je od njih i riječni turizam. To je oblik turizma u koji se slabije ulaže, a potencijal je mnogo veći. Riječni turizam obuhvaća različite oblike turističkih aktivnosti koje se obavljaju na rijekama ili uz njih. Taj oblik turizma uključuje krstarenja rijekama, ribolov, vodene sportove, veslanje kanuima ili kajacima, šetnje uz obalu te posjete prirodnim i kulturnim atrakcijama smještenima blizu rijeka. Rijeke privlače turiste zbog prirodne ljepote, raznovrsnih ekosustava i bogate kulturne baštine povezane s njima. Riječni turizam nudi izvanrednu prigodu za istraživanje različitih regija i njihovih vodenih resursa.

Voda je odavno prepoznata kao važan gospodarski i društveni resurs. Uz poznate industrijske i energetske svrhe, voda nudi raznolike mogućnosti za rekreativne i turističke aktivnosti. Rijeke su iznimno vrijedan turistički resurs jer nude spektakularnu prirodnu okolinu, prigodne su za rekreaciju i avanture, sredstvo su prijevoza, povezuju ljude s kulturnom baštinom, okolišem i prirodnim svijetom. Riječni turizam važan je dio svjetskog turizma i zauzima bitno gospodarsko mjesto u tom sektoru. Uzbudljive aktivnosti koje se mogu provoditi na rijekama uključuju rafting, krstarenje, ribolov, istraživanje rijeka, vožnja čamcem, kajak i opuštanje, što privlači turiste i pridonosi razvoju određenih područja. Vodeni sportovi i pješaćenje uz obalu također čine dio iskustva riječnog turizma. Uz avanture, riječni turizam pruža mogućnost za uživanje u prekrasnim pejzažima, raznovrsnoj flori i fauni duž riječnih ruta. Održiv pristup riječnom turizmu omogućuje zaštitu vodnih resursa uz istodobno iskorištavanje njihovih potencijala. S ekološke perspektive, riječni turizam pruža priliku za razvoj i primjenu održivih modela upravljanja vodenim resursima (Nepal river portal, <https://nepalrivers.net/river-and-tourism/>, 27.08.2023.).

Slika 5. Rafting po rijeci Dravi



Izvor: <https://www.turizam-vzz.hr/istrazite/aktivni-odmor/157-prepusti-se-rijeci>
(01.09.2023.)

5. INOVATIVNI TURISTIČKI PROIZVOD NA PODRUČJU RIJEKE DRAVE

Turističke ponude pojavom novih trendova i nove vrste tehnologije dobivaju novi, specifični oblik koji turistima pruža jedinstven doživljaj, a prirodi maksimalnu zaštitu. Turistima treba ponuditi inovativnu, modernu i raznoliku turističku ponudu, a to se sve može učiniti na potencijalnom području oko rijeke Drave. Iako postoji mnogo projekata kojima bi se turistički poboljšalo spomenuto područje, neki od njih nikako da se ostvare, a neki jednostavno više nisu ni privlačni. Područje oko rijeke Drave veliko je i slabo iskorišteno, no na njemu je uočen velik potencijal koji bi gradu Varaždinu osigurao vrlo visoku poziciju na konkurentskom tržištu, a lokalnom stanovništvu otvorio mnoga nova radna mjesta. Turističke potrebe mijenjaju se iz dana u dan, pa tako današnji turisti ne žele biti izolirani od mjesta koja posjećuju, žele se uključiti i sudjelovati u lokalnoj kulturi. Zato se ovom idejom želi turistima, ali i lokalnom stanovništvu, zahvaljujući spoju tehnološkog napretka i boravka u prirodi, pružiti osjećaj sigurnosti, pripadnosti i ispunjenosti.

U nastavku je predstavljena ideja kako bi područje oko rijeke Drave moglo oživjeti i privući velik broj posjetitelja. Predstavljani su razni animacijski programi za individualne i grupne posjete, osmišljen je boravak u klasičnim i inovativnim smještajnim jedinicama te je opisana tradicionalna ugostiteljska ponuda. Vezano za predložene turističke programe, provedena je anketa „vox populi” čiji su rezultati prikazani kasnije u radu.

5.1. Uređenje park-šume

„Dravska park-šuma je najatraktivnije šumsko područje i prirodno izletišta uz Dravu u Varaždinskoj županiji i u gornjem dijelu dravskog ekosustava u Hrvatskoj i od izuzetne je biološke raznolikosti. Područje Dravske šume u Varaždinu, ukupne površine 87 ha, proglašava se zaštićenim dijelom prirode u kategoriji park-šume. Granice obuhvata zaštićene Dravske park-šume su na sjeveru rijeka Drava, na jugu Bombellesov nasip i položen gradski kanalski kolektor sa sjeverne strane Bombellesovog nasipa, na zapadu: rubovima privatnih zemljišta parcela i objekata uz Štosov trg, mostom

derivacijskog kanala i istočnim rubom makadamskog puta koji dijeli šumu od prostora kinološkog društva i strojnog parka komunalnog poduzeća „Varkom“ i na istoku: od Međimurske ulice i mosta preko Drave. Obuhvaćeni prostor presijeca derivacijski kanal HE „Varaždin“ te kruna kosine nasipa ne ulazi u obuhvat zaštite” (Odluka o proglašenju Dravske šume u Varaždinu park – šumom, https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2001_08_73_1268.html, 01.09.2023.).

Javnoj ustanovi PRIRODA Varaždinske županije odobren je projekt uređenja edukativnog igrališta u Dravskoj park-šumi u Varaždinu koji je krajem 2018. godine prijavljen na natječaj iz Programa ruralnog razvoja za provedbu podmjere 8.5. „Potpora za ulaganja u poboljšanje otpornosti i okolišne vrijednosti šumskih ekosustava” tipa operacije 8.5.2. „Uspostava i uređenje poučnih staza, vidikovaca i ostale manje infrastrukture“ (Prigorski.hr,<https://prigorski.hr/javnoj-ustanovi-priroda-varazdinske-zupanije-odobren-projekt-uredenja-djecjeg-igralista-u-dravskoj-park-sumi/>, 02.09.2023.).

Ideja ovog rada i projekta je sačuvati postojeće sadržaje i staze, urediti i dodati nove sadržaje, držeći se svih ekoloških normi, kako bi se potpuno obnovilo i uredilo područje Dravske park-šume, sjeverno i južno od Dravskog kanala.

Drveća odumiru jer imaju životni vijek i to je normalan, prirodan proces. Zbog toga je potrebno najprije aktivirati određene institucije kako bi se sva posušena, bolesna i srušena drveća uklonila i iskoristila, koliko se može, za uređenje šume. Istodobno, na raznim radionicama za djecu i odrasle na tim će se područjima posaditi novo drveće i grmlje. Budući da je riječ o većinski zaštićenom prostoru, a i želja je da sve bude u skladu s prirodom, za uređenje nekoliko prohodnih staza iskoristit će se prirodni materijal, eruptivna smjesa, radi lakšeg, sigurnijeg i svima dostupnog dolaska do određenih mjesta na području park-šume. Godine 2019. preuređeni su određeni dijelovi Dravske park-šume te je tako staza „Šetnica” uređena betonskim elementom, koji služi kao izvor pitke vode, i ekorasvjetom, odnosno postavljeno je jedanaest rasvjetnih stupova čija se svjetlost pojačava kada im se posjetitelji približe. Prijedlog je ostale staze i područja s atrakcijama opremiti rasvjetom, no u ovom slučaju bila bi riječ o solarnim, drvenim, rasvjetnim stupovima na senzor, koji se pale tijekom kretanja posjetitelja i nakon određenog se vremena sami ugase. Na taj način upotrijebila bi se

moderna tehnologija kojom se može više uštedjeti negoli rasvjetom postavljenom pri preuređenju.

U Dravskoj park-šumi na nekoliko lokacija postavljeno je i nekoliko klupa za odmor. Te su klupe napravljene od drva i od metala te su različita izgleda. Kako bi se posjetiteljima pružilo mjesto za odmor, ideja je postaviti još klupa, također različitog, ali i modernog izgleda. Upotrijebile bi se „pametne” klupe sa solarnim panelima koje bi posjetiteljima pružale mogućnost punjenja npr. mobitela, kada padne mrak bile bi izvor svjetlosti, a za vrijeme odmora posjetitelji bi imali priliku na zaslonu na dodir proučiti kartu Dravske park-šume sa svim atrakcijama te saznati sve pojedinosti o njima. Još jedna od ideja jest postaviti sjedala u obliku tulipana prema uzoru na Nizozemsku. Sjedala bi bila raštrkana po park-šumi te bi, uz zanimljiv i privlačan izgled, posjetiteljima poslužila za kratke stanke.

Slika 6. Primjer „pametne klupe“



Izvor: <https://www.tportal.hr/teho/clanak/pogledajte-novu-pametnu-klupu-iz-hrvatske-posebno-ce-razveseliti-bicikliste-foto-20181113> (01.09.2023.)

Zbog neprestanog razvoja gospodarstva, novih proizvoda, povećava se i potrošnja, što na kraju rezultira velikim povećanjem količine otpada. Važno je područje oko rijeke Drave opremiti kantama za smeće i privući pozornost svih posjetitelja o važnosti recikliranja. Trenutačno je na području park-šume postavljeno nekoliko kanti, no cilj je postaviti što više njih, prilagođenih sortiranju, po svim stazama kojima se posjetitelji kreću i kod svih sadržaja i atrakcija. Radi osviještenosti ljudi o negativnim promjenama koje se događaju zbog zagađivanja, provodit će se razne radionice za djecu i odrasle na kojima će učiti i sudjelovati u recikliranju.

5.2. Animacijski programi

Idući ukorak s tehnološkim napretkom, turizam i turistički sadržaji znatno se mijenjaju. Turisti teže sadržajima s naglaskom na tehnološke inovacije u spoju s tradicijom i očuvanjem prirode. Stvara se želja sa sudjelovanjem u lokalnim aktivnostima, želi se doživjeti nedoživljeno, nešto novo, a to sve proizlazi iz motiva koji uključuju rekreaciju, zabavu, sport, kulturu i običaje. Moderni turizam okrenut je prema aktivnom provođenju vremena u prirodi te su turisti sve više motivirani za istraživanje, rekreaciju i sportske aktivnosti na privlačnim prirodnim površinama. U današnje vrijeme animacijski programi imaju veliku ulogu u ispunjavanju određenih želja i potreba. Njihova je svrha stvoriti nezaboravna iskustva kako bi se stvorila želja za ponovnim dolaskom. U nastavku su predstavljeni inovativni animacijski programi koji bi obogatili područje oko rijeke Drave, privukli posjetitelje svih dobnih skupina i osigurali nezaboravno iskustvo.

ČAROBNI KAMELEON

Ideja je na samoj „špici” Drave postaviti „Čarobnog kameleona”. Zapravo je riječ o transformacijskoj fontani koja svoj izgled, odnosno namjenu, mijenja ovisno o godišnjem dobu. Tijekom toplijih mjeseci fontana bi prikazivala različite vodene efekte, preko mlaznica, prskalica i slično, a zimi bi se pretvorila u zimski pejzaž. Zimi bi se voda zamrzнула te bi se oko nje postavile razne zimske i ledene dekoracije te svjetlosni efekti. To je atrakcija koja svojom kreativnošću i dizajnom privlači razne skupine posjetitelja i to tijekom cijele godine.

Slika 7. Primjer transformacijske fontane



Izvor: <https://isardasorensen.wordpress.com/2017/12/28/warm-sunset-glow-as-nyc-shivers-ices-over/tp-frozen-bryant-park-fountain-nyc-12-28-17/> (01.09.2023.)

UREĐENI BAZENI

Na području tzv. „Dravske špice”, sjeverno od Dravskog kanala, nalaze se dva bazena, veći za odrasle i manji za djecu. Bazeni su dugi niz godina bili neiskorišteni, no 2018. godine su obnovljeni i svakog se ljeta otvaraju te su dostupni za posjetitelje uz plaćanje ulaznica. Cilj je na ovom dijelu sagraditi još jedan veći bazen kako bi kupanje bilo dostupno mnogo većem broju posjetitelja. U dječjem postojećem bazenu, na sredini, postavio bi se mali dječji vodeni park, odnosno tobogani prema primjeru prikazanom u nastavku. Ideja je da se u ljetnim mjesecima svakog vikenda osiguraju razne animacije za posjetitelje, kao što su dnevni nastupi lokalnih DJ-eva, vođenje aerobika u vodi, mala natjecanja za djecu i slično.

UREĐENE PLAŽE

Plaža „Cirkovečka”, sjeverno odredište uzvodno uz prirodni tok Drave, u ljetnim mjesecima posjetiteljima služi za odmor i kupanje. To je također prazno i pusto područje, no pogodno je za kupanje, pa bez obzira na to što nema sadržaja, okuplja se

velik broj ljudi. Ideja je na tom području osigurati „Aquapark” na vodi koji bi služio kao atrakcija za djecu, ali i za odrasle. Zamišljeno je uređenje područja drvenim suncobranima radi boljeg ugođaja i privlačnijeg prostora, postavili bi se solarni tuševi, kabina za presvlačenje, „pametna” klupa i kante za smeće. Umjesto ugostiteljskog objekta, za posjetitelje je predviđen i uređen prostor za roštiljanje.

Osim plaže „Cirkovečka”, ideja je da se sva potencijalna mjesta na području rijeke Drave osiguraju i urede prema primjeru prije spomenute plaže, radi dostupnosti većem broju lokalnog stanovništva i turista koji se mogu dovesti organizirano, kao skupine zajedno s vodičem.

DJEČJE IGRALIŠTE

Na južnom području rijeke Drave nalazi se dječje igralište koje sadržava tek nekoliko sprava za igru, pa je zamišljena obnova cijeloga tog područja. Za mlađu populaciju predviđen je tematski uređen park, od recikliranih materijala, i preko njega se, putem igre, pruža mogućnost upoznavanja s poviješću i atrakcijama grada Varaždina te prirodnim obilježjima područja oko rijeke Drave. Uz postojeće sprave, od drvenog materijala sagradio bi se poligon za djecu s toboganima, ljujačkama i raznim animacijsko-sportskim sadržajima koji bi bio nalik na varaždinski dvorac Stari grad. Postavili bi se drveni stolovi i klupe namijenjeni raznim kreativnim radionicama i kvizovima. Primjer jedne takve radionice bilo bi oslikavanje majica preko šablona čiji oblik predstavlja znamenitosti tog kraja kao što su, na primjer, poznati varaždinski anđeli.

Park bi bio usmjeren na promicanje zdravog života, pa bi se nudile aktivnosti koje djecu potiču na kretanje. Radi toga bile bi postavljene sprave za vježbanje, namijenjene mlađim uzrastima. Naglasak je i na očuvanju okoliša te je plan postaviti poučne ploče i provoditi radionice u kojima će djeca upoznati proces recikliranja i važnost očuvanja prirode i okoliša. Djeca će u parku imati mogućnost sudjelovati i u sadnji raznog grmlja i cvijeća te će to znanje moći primijeniti i kod kuće. Bile bi to radionice namijenjene malima, ali i velikima, tako da svi zajedno budu uključeni u čuvanje prirode.

Kao dodatna atrakcija za djecu, ali i odrasle (roditelje) bila bi organizirana igra „potraga za blagom”. Riječ je o zabavnoj aktivnosti u kojoj sudionici prate karte, tragove ili indikacije kako bi pronašli nagrade ili skriveno blago.

Slika 8. Primjer dječjeg igrališta



Izvor: https://www.presspubs.com/shoreview/news/playground-fun-coming-to-shoreview-commons/article_3df80a56-a79d-11eb-a408-0349e2bc2213.html (01.09. 2023.)

„DRAVA JUNGLE”

„Drava Jungle”, odnosno drvene životinje u stvarnom obliku, nalazila bi se na južnoj strani Dravske šume. Ideja je šetnicu, koja vodi do mosta kojim se dolazi do „špice” na Dravi, ujedno i do dječjeg igrališta, urediti drvenim kopijama životinja koje žive na tom području. Tom atrakcijom ne samo da se stvara jedinstven i atraktivan izgled nego se i posjetitelje educira o različitim vrstama životinja koje borave na tom području. Primjer takvih životinja su: crna roda, vidra, dabar, velikouhi šišmiš i mnoge druge. Dodatna atrakcija za posjetitelje bio bi način educiranja o tim životinjama koji bi uključivao proširenu stvarnost.

„Proširena stvarnost (AR) vrsta je interaktivnog zaslona temeljenog na stvarnosti, koja uključuje mogućnosti računalno generiranog zaslona, zvuka, teksta i efekata za poboljšanje korisnikova stvarnog iskustva. Proširena stvarnost kombinira stvarne i računalno utemeljene prizore i slike kako bi pružila jedinstveni, ali poboljšani pogled na svijet” (Theastrologypage, <https://hr.theastrologypage.com/augmented-reality>, 03.09.2023.). Kod svake bi životinje bila mala drvena ploča na kojoj bi bilo navedeno nekoliko najvažnijih informacija, ali za detalje bi bilo potrebno skenirati QR kod, preuzeti aplikaciju i uživati preko proširene stvarnosti u cijelom životu određene životinje. Posjetitelji bi preko proširene stvarnosti mogli i tijekom cijelog boravka u šumi pronalaziti životinje te imati uvid u njihov život. Kako bi „Drava Jungle” bila zanimljivija posjetiteljima, putem aplikacije i preko proširene stvarnosti imali bi mogućnost educiranja i o malom području nedaleko od dječjeg igrališta na kojem se nalazi 21 vrsta grmolikih i 129 vrsta zeljastih biljaka. Te biljke bile bi ograđene, tako da ih posjetitelji mogu samo gledati iz daljine, ali na zanimljiv način saznati sve o njima.

REKREACIJSKA LIVADA

Na južnom dijelu Dravske park-šume veliko je zapušteno područje, livada na kojoj je predviđeno bavljenje raznim sportovima i vođenje raznih rekreacijskih vježbi, a koja je opuštajuće mjesto za sve posjetitelje. Potencijalno područje ne treba previše dirati, osim pokositi travu i postaviti određene rekvizite. Prijedlog je da se postave dva veća gola, tako da posjetitelji imaju priliku sami odrediti igru i pravila na temelju njih. Organiziralo bi se i vođenje rekreacijskih vježbi kao što su joga, *fitness* i slično. Prijedlog je područje urediti drvenim konstrukcijama u obliku ormarića, tako da za vrijeme vježbanja posjetitelji mogu odložiti svoje stvari, postavljene su i moderne klupe, solarne lampe, solarni tuš i kante za otpad. Odmah pokraj livade nalazi se „Streličarski klub Varaždin“ te je ideja i s njima dogovoriti radionice za zainteresirane posjetitelje nekoliko puta na godinu.

Jedno od područja, na kojima je zamišljeno održavanje terenske nastave učenika i studenata te razne veće kreativne radionice je i sama rekreacijska livada.

Slika 9. Prikaz prostora rekreacijske livade



Izvor: <https://www.google.com/maps/@46.3216666,16.3528553,472m/data=!3m1!1e3?hl=hr&entry=tту> (01.09.2023.)

ADRENALINSKI PARK

Adventure Travel Trade Association (ATTA) definira avanturistički turizam kao putovanje koje uključuje najmanje dva od sljedećih triju elemenata: tjelesnu aktivnost, prirodno okruženje i kulturno uranjanje. Iz globalne perspektive, avanturistički se turizam smatra turizmom koji poštuje prirodne i kulturne vrijednosti destinacije, ekonomski je održiv te socijalno pravedan jer štiti najugroženije skupine (Affiliate members, Global Report on Adventure Tourism, UNWTO, Spain, 2014: 10). Adrenalinski parkovi pružaju posjetiteljima bijeg od svakodnevice, zabavu, adrenalin i namijenjeni su svim dobnim skupinama. Pruža se i originalni sadržaj kojim se nudi novi turistički proizvod koji osigurava veću posjećenost, a lokalnom stanovništvu otvaraju se nova radna mjesta, otkup lokalnih proizvoda i slično. Prijedlog je sagraditi „Adrenalinski park” uz Dravski kanal, blizu Kupališta Drava u sklopu kluba „Paintball klub Varaždin“, područje namijenjeno igrama ratovanja bojama (engl.

paintball). Kako bi sve bilo u skladu s prirodom, za gradnju određenog poligona iskoristili bi se prirodni materijali poput konopa, greda, mreže, sigurnosne sajle i još mnogo drugih, od kojih bi se napravili visinski i nizinski statični poligon s različitim preprekama od užeta i drveta. Neki dijelovi bili bi jednostavnije posloženi, a neki kompliciranije, tako da park bude namijenjen svim uzrastima. Prijedlog je i to mjesto opremiti klupama za odmor, solarnim svjetiljkama, solarnim tušem i kantama za otpad. Uz individualni pristup zainteresiranih, adrenalinski park ujedno će služiti i za *teambuilding*.

BICIKLISTIČKO RAZGLEDAVANJE

Radi dublje povezanosti s prirodom, poticanja na tjelesnu aktivnost i dolaska na mjesta koja su nedostupna automobilom, posjetiteljima se nudi mogućnost biciklističkog razgledavanja. Zainteresirani posjetitelji biciklističkom avanturom dobivaju uvid u kulturu i lokalni život na gradskim ulicama, koje se postupno mijenjaju u staze koje zatim vode kroz zelenilo pa sve do rijeke Drave. Ruta duga oko 10 kilometara dostupna je svim zainteresiranima, i to u bilo kojem trenutku. Ideja je postaviti nekoliko ploča na području grada Varaždina i oko rijeke Drave, koje bi sadržavale sve potrebne informacije o ruti, tako da se bilo tko i bilo kada njome može koristiti.

Da bi biciklističko razgledavanje bilo još atraktivnije, uporabom proširene stvarnosti na pametnim naočalama ili mobilnim uređajima, zainteresirani posjetitelji dobivali bi određene informacije o okolini kojom se voze, i to preko posebne aplikacije koju bi preuzeli prije vožnje. Da bi vožnja bila sigurna, jer su biciklisti ipak dio cestovnog prometa, informacije putem mobilnog uređaja bile bi dostupne samo kada osoba stane i mirno okrene mobitel prema određenoj atrakciji.

PARK ZA PSE

Na području uz rijeku Dravu stanuju raznovrsne životinje i svakog je dana vidljivo da posjetitelji Dravske šume dovode i svoje ljubimce (pse) da uživaju u prirodnom okruženju. Kao dodatna atrakcija za životinje, ideja je na sjevernom području Dravske šume napraviti „park za pse”. Prijedlog je upotrijebiti prirodne materijale (drvene grede, kamenje, drveni elementi za preskakanje...) kako bi se izgradio poligon za

rekreaciju životinja. Mogao bi se osigurati i pristupačan betonski element za izvor pitke vode prema primjeru iz uređenja „Šetnice”. U neposrednoj je blizini Udruga za zaštitu životinja „Spas” te je ideja da u suradnji s njima posjetitelji Dravske šume, ako ne žele udomiti, svejedno mogu prošetati napuštene pse i otići s njima u park.

Slika 10. Primjer parka za pse



Izvor: <https://www.vijesti.me/zabava/zanimljivo/200749/podgorica-dobija-prvi-park-za-pse-nova-vrsta-zabave-za-covjeka-i-ljubimca> (01.09.2023.)

ŠKOLA KAJAKA I KANUA

U suradnji s klubom „Kajak kanu klub Varteks Varaždin” namjera je organizirati školu kajaka i kanua za djecu. Škola je namijenjena djevojčicama i dječacima u dobi od 7 do 14 godina. Škola bi se održavala tijekom ljetnih mjeseci te bi trajala pet radnih dana po šest sati. Kotizacija po djetetu iznosila bi 60 €. Klub bi osigurao čamce, vesla i veslački prsluk. Nakon završetka ljetne škole klub bi organizirao natjecanje kako bi se provjerilo stečeno znanje i dodijelile diplome.

VOŽNJA PEDALINAMA

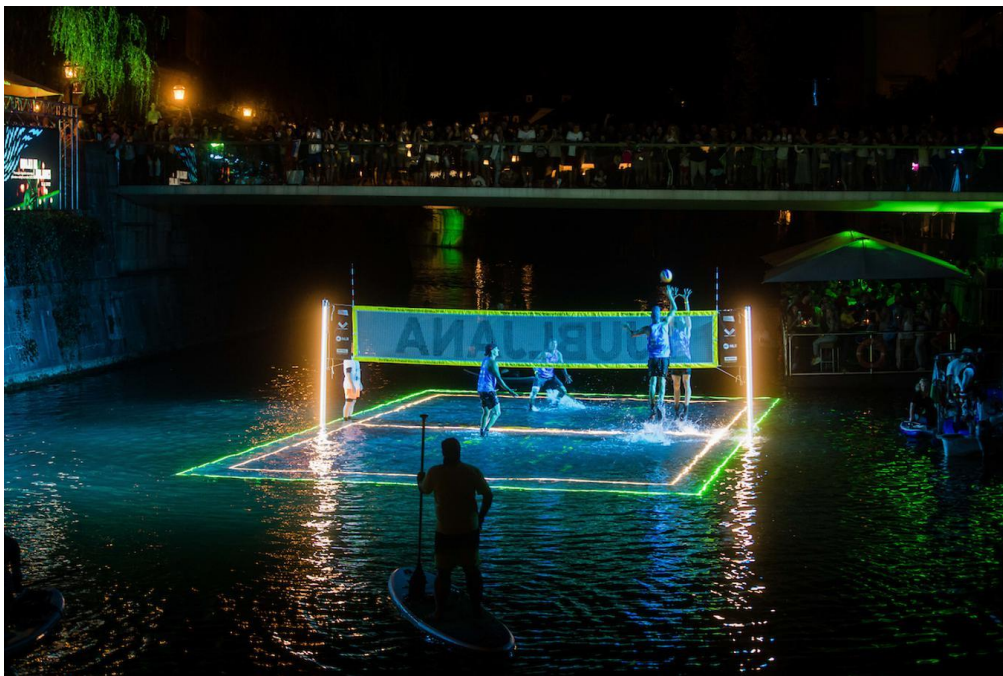
Pedaline, kao ljetno neizostavno plovilo, jedna su od atrakcija zamišljenih na Dravi. Posjetitelje na Dravi uvijek dočekaju stalni gosti, a to su dravski labudovi, za koje se

može i reći da su jedan od simbola tog područja, pa bi tako svi posjetitelji imali priliku provesti se po rijeci Dravi u pedalinama u obliku bijelih labudova.

ODBOJKA NA VODI

Tehnološki napredak iz dana u dan omogućuje nam da postojeće stvari isprobamo na nezamislive načine. Jedna od inovativnih atrakcija za posjetitelje Dravske park-šume bila bi odbojka na vodi. Ideja je na južnoj strani „Dravske špice” postaviti montažnu prozirnu podlogu od određenog materijala na kojoj će biti postavljena mreža i označene linije kako bi se odbojka igrala prema klasičnim pravilima, ali ne na tako klasičan način. Mogućnost sudjelovanja u ovoj atrakciji imale bi osobe starije od 18 godina te obvezno samo plivači, i to uz nazočnost spasilaca. Kao dodatna atrakcija svim korisnicima, ali i posjetiteljima, bilo bi igranje odbojke kasno navečer u ljetnim mjesecima jer bi „igralište” moglo biti osvijetljeno raznim bojama i efektima. Ideja je i jedanput na godinu napraviti veliki turnir u odbojci na vodi.

Slika 11. Primjer odbojke na vodi



Izvor: <https://siol.net/sportal/odbojka/pokazali-da-se-odbojka-lahko-igra-tudi-na-vodi-585866> (01.09. 2023.)

KLIZALIŠTE NA VODI

Spoj suvremene tehnologije i prirodne ljepote koji nadmašuje sva očekivanja posjetitelja i stvara nezaboravno iskustvo zadovoljio bi se ponudom klizališta na vodi. Umjesto klasičnog, sezonskog klizanja, posjetitelji će imati priliku rekreirati se, zabavljati ili pak jednostavno uživati u posebnom prirodnom okruženju tijekom cijele godine. Klizanje bi se održavalo na prozirnoj podlozi od određenog, ekološki prihvatljivog materijala. Kako bi iskustvo bilo privlačnije, posjetitelje bi za vrijeme klizanja obasjavali razni svjetlosni i zvučni efekti.

KARTING NA VODI

Karting, vrsta sportskih utrka malih automobila različitih brzina, postaje sve traženija atrakcija u svim gradovima. Ideja je posjetiteljima područja oko rijeke Drave dati novu adrenalinsku ponudu, karting na vodi. Spoj klasičnog kartinga s vodenim atrakcijama obećava nezaboravno iskustvo. Na sjevernoj strani Dravske park-šume sastavila bi se staza od određenog materijala koja bi služila kao poligon za karting. Posjetitelji bi u brzim „vodenim autićima” imali mogućnost sudjelovati u utrci te pokušati proći poligon u što kraće vrijeme. U karting-utrci mogle bi sudjelovati osobe starije od 18 godina i istodobno bi se mogla utrkiivati najviše dva „vodena autića”. „Vodeni autići” zamišljeni su da izgledom podsjećaju na brze sportske automobile, a brzinom i načinom vožnje odgovarali bi uporabi *jet ski-ja*.

„*Jet ski*“ definira se kao malo vozilo na mlazni pogon koje preskače površinu vode i obično se vozi poput motocikla.

VOŽNJA KAJAKOM UZ VR NAOČALE

Virtualna stvarnost ili VR jest izraz koji se rabi za opisivanje tehnologija koje omogućavaju interakcije s virtualnim, digitalnim svjetovima. S pomoću VR-a *developer* mogu stvarati razna iskustva koja je gotovo ili potpuno nemoguće iskusiti u stvarnom svijetu (Virtualna stvarnost, <https://virtualnastvarnost.net/uvod-u-vr-virtualna-stvarnost/>, 03.09.2023.).

Kombinacijom fizičke vožnje kajaka s VR efektima želi se obogatiti doživljaj korisnika. Spoj dviju postojećih stvari zapravo stvara jednu jedinstvenu i nikad prije viđenu. Umjesto boravka u zatvorenom prostoru i korištenja VR efekata koji pružaju osjećaj i pogled na kajak, korisnik bi stvarno boravio u kajaku i veslao po rijeci, a VR efekti pružali bi mu dodatnu dimenziju vizualne i zvučne stimulacije. Uz ponudu raznih scenarija i efekata, korisnici bi imali pogled s kajaka na futuristički i podvodni svijet te još mnogo drugih stvari, no isto tako bili bi svjesni i okoline koju bi preko naočala mogli i vidjeti. Radi sigurnosti korisnika, u vožnji kajakom sudjelovale bi dvije osobe, jedna koja se koristi VR naočalama, a druga vesla i nadzire korisnika s VR naočalama.

Slika 12. Primjer vožnje kajakom uz VR



Izvor:

https://www.youtube.com/watch?v=tMWvMIKAb8&ab_channel=VoodooDEVREnglishversion- (03.09.2023.)

OSVIJETLJENI MOSTOVI

Iako mostovi služe za prometne svrhe, oni su također i dio atrakcije određenog mjesta. Novi, moderni načini gradnje i razna osvjetljenja upravo su ono što mostove čini privlačnijima posjetiteljima, pa oni postaju jedan od mnogih simbola gradova.

Svima poznati glavni Dravski most, odnosno most hrvatskog bana Josipa Jelačića, povezuje Varaždinsku i Međimursku županiju. Jedan je od nekoliko mostova koji spajaju Varaždinsku županiju s područjem Dravske park-šume. Prijedlog je osvijetliti taj most raznim motivima. Ideja je da se s pomoću raznih projektora na mostu mijenjaju pozadine, pa bi se i na taj način posjetiteljima mogle prikazivati razne atrakcije grada Varaždina. Jedan je od primjera da bude osvijetljen motivima raznih kukaca, zbog poznatog muzeja kukaca koji je smješten u središtu Varaždina. Također, jedna je od ideja i preurediti most koji spaja južni dio park-šume sa sjevernim dijelom. Podloga mosta zamišljena je u prozirnem, staklenom obliku te bi se pri hodanju po određenim površinama mosta posjetiteljima na prozirnoj površini prikazivale poznate znamenitosti, atrakcije i ličnosti grada Varaždina.

DRAVSKI TRG

Na sjevernoj strani Dravske park-šume, nedaleko od same „špice”, uz „Poučnu stazu” nalazi se potencijalni prostor za „Dravski trg”. Trenutačno na tom prostoru nema ničega, osim drvenog objekta s informativno-edukacijskim sadržajem („Info kutić Drava”), tako da bi se prostor mogao opremiti ponajprije izvorom pitke vode, klupama različita izgleda i kantama za smeće. Uz to, mogao bi se urediti modernim tehnološkim inovacijama s pozitivnim utjecajem na okoliš. Zbog sadašnjega kružnog izgleda koji se ne misli mijenjati, prostor se čini poput malog trga na kojem se posjetitelji već sad vole zadržavati, osobito obitelji s djecom, pa je to još jedan prijedlog za postavljanje i montažne, natkrivene, drvene pozornice na kojoj se mogu održavati razni glazbeni i scenski nastupi. Većinski ostatak travnate površine ostavlja se posjetiteljima kako bi, prema vlastitu izboru, odabrali način opuštanja ili piknika i slično. Kako bi trg bio još atraktivniji i zanimljiviji svim uzrastima, plan je, prema primjeru iz „Gardens by the Bay” parka u Singapuru, postaviti dva „pametna, solarna drva”. Drveća bi bila visoka oko 20 metara, a udaljena 15 metara. Drveća bi danju privlačila posjetitelje specifičnim izgledom, a noću posebnim svjetlosnim efektima. „U središtu dizajna su Supertree-ji visoki od 25 do 50 metara, smješteni unutar Bay South u vrtovima po imenu Gardens by the Bay u Singapuru. Vertikalne strukture pružaju okvir za održavanje epifita, tropskih cvjetnih penjačica i paprati, omogućuju prikupljanje vode i spektakularne svjetlosne prikaze te mnogo više putem inteligentne okolišne infrastrukture“

(Greenroofs,<http://www.greenroofs.com/projects/gardens-by-the-baysupertrees/>,25.08.2023.)

„HOLO AQUA”

Dravski trg potencijalno je mjesto za montažnu kupolu „Holo Aqua”. Riječ je o staklenoj, solarnoj kupoli koja kreativnim i inovativnim pristupom posjetitelje upoznaje sa životom vodenog svijeta, ali istodobno stavlja velik naglasak na zagađenje voda, njegove posljedice i načine na koje se treba prestati zagađivati. „Holo Aqua”, hologramski akvarij, ponajprije, na zanimljiv način i putem interaktivnog iskustva, educira posjetitelje o 74 vrste riba koje žive na tom području. Posjetitelji bi imali priliku interaktivno se upoznati s, na primjer, endemskom vrstom ribe prugasti balavac.

5.3. Manifestacije

Manifestacije su najčešće dio osnovne ponude koju pruža turistička destinacija. One su kreirane kako bi zadovoljile potrebe posjetitelja, a ujedno turističkoj destinaciji ostvarile financijske te mnoge druge pozitivne učinke. Manifestacije zahtijevaju odgovarajuću infrastrukturu ne samo u prostorima, sadržajima i opremi koja omogućuje njezino održavanje nego i u klasičnim turističkim kapacitetima smještaja i prehrane (Vukonić i Čavlek, 2001). Suvremeni turisti tijekom posjeta destinaciji žele avanturu, odnosno neki doživljaj, koji će ovjekovječiti njihov boravak na tom odredištu (Gračan, Rudančić-Lugarić, 2013).

SPORTSKE I KREATIVNE RADIONICE

Boravak u prirodi potiče kreativnost i maštovitost djece. Ideja je jedanput na mjesec provesti sportske i kreativne radionice na kojima bi ciljana skupina bila djeca u dobi od 6 do 10 godina. U suradnji s agencijom za usluge „E-dizajn”, čije se aktivnosti protežu raznovrsnim sferama, uključujući i organizaciju dječjih natjecanja i kreativnih radionica, planira se provoditi niz raznovrsnih događaja namijenjenih djeci. Pristup radionicama iznosio bi 3 eura te bi u tu cijenu bio uključen zdrav obrok (sok, voće i sendvič).

Materijali za radionice i sportske aktivnosti bili bi u skladu s godišnjim dobima, pa bi se tako, na primjer, ujesen održavalo natjecanje „skakanje u vrećama“, gdje bi djeca

morala doći od točke A do točke B u vrećama, a pobjednik bi osvojio nagradu. „Plodovi jeseni“ radionica je koja bi djecu upoznala s jesenskim plodovima, koje bi poslije imati priliku naslikati ili izraditi od gline.

RIJEKA SVJETLA

„Rijeka svjetla” posebna je, inovativna, hologramska manifestacija koja bi se održavala jedanput na godinu, na dijelu rijeke Drave ispred same „špice”.

Hologram je trodimenzionalna slika kreirana interferencijom laserskih zraka ili nekoga drugoga koherentnoga svjetlosnog izvora unutar holografskog materijala (Holofiction, <https://www.holofiction.hr/hr/tvrtka/vijesti/sto-je-hologram.html>, 03.09.2023.). Spajanjem posebne tehnologije i tradicije stvara se spektakl koji privlači sve dobne skupine. Voda postaje platno na kojem se hologramima prikazuju priče, atrakcije, legende, spoj prošlosti i budućnosti tog kraja, a posjetitelji imaju mogućnost to sve ne samo vidjeti nego i doživjeti na jedan poseban način. Kako se živjelo tijekom baroka u Varaždinu, što je to presudilo i oduzelo Varaždinu titulu glavnoga grada, kako se zabavljalo vinopijsko društvo „Pinta” na gozbama i kako izgleda dravski „Pozoj” samo su neki od prizora koji bi se posjetiteljima hologramski prikazali.

Slika 13. Primjer hologamskog prikaza na rijeci



Izvor: <https://www.slashfilm.com/498110/cool-stuff-holographic-water-monster-invades-japan/> (01.09.2023.)

„PLOGGFEST”

„Stockholm, Švedska, postao je prvi grad koji je organizirao „Plogga“ događaj 2016. godine. Taj događaj kombinirao je trčanje, nazvano „jogga“ na švedskom, s prikupljanjem smeća, nazvanim „plocka up“. Plogga je udruga i popularni pokret u kojem je sama aktivnost usmjerena na prikupljanje smeća dok trčite. Također je jednako jednostavno hodati, voziti *skateboard*, biciklirati, plivati ili nešto drugo. Plogiranje predstavlja promjenu stajališta, a plogeri su ponosni sakupljači otpada koji čine nešto za okoliš i zdravlje prije nego što bude prekasno. Od tada je više od 3 milijuna ljudi sudjelovalo u organiziranim ili samostalnim ploganjima. Svaki dan otprilike 20 000 ljudi plogira u više od 100 zemalja” (Plogging, <https://www.plogging.org/what-is-plogging>, 01.09.2023.).

Ideja je provesti plogging maraton pod nazivom „Ploggfest” na području oko rijeke Drave. Uključivanjem lokalnog stanovništva i turista potaknula bi se fizička aktivnost i ekološka svijest. S rukavicama na rukama i vrećicama, uz svaki korak i svaki prikupljeni komadić smeća, sudionici pridonose čišćenju okolišu. Predviđeno je da se na prvi maraton može prijaviti najviše 200 ljudi, a same prijave obavljale bi se preko internetske stranice. Zainteresirani mogu birati između triju staza, pri čemu je prva staza duga kilometar i namijenjena djeci u pratnji roditelja, druga je staza duga dva kilometra, a treća četiri kilometra. Za „Ploggfest” je potrebno platiti kotizaciju jer sva zarada ide u humanitarne svrhe. Za najkraću stazu predviđena je kotizacija od 8 eura (obiteljska, 2 odraslih + 2 djece), a za ostale dvije staze plaća se individualna kotizacija koja iznosi 5 eura. Uz kotizaciju, posjetitelji mogu, ako žele, donirati još novca. Vremensko ograničenje utrke je 60 minuta, a nagrade bi se dodijelile najmlađem i najstarijem sudioniku te najbržem sudioniku i sudionici staze duge 4 kilometra.

5.4. Smještajni objekt

Spoj moderne tehnologije s prirodom neizostavan je element i smještajnog objekta. Zbog prostranog područja koje je na raspolaganju, smještaj je predviđen u futurističkim objektima, koji izgledaju poput malih drvenih šatorskih kućica uz prisutnost tehnoloških inovacija. Riječ je o montažnim, drvenim kućicama koje su „razbacane“ po šumi i oko

rijeke, uz pristupni put do glavnih staza. Pruža se boravak u inovativno uređenom prostoru s posebnim krevetom koji uz klasičan izgled, s pomoću skenera, može upozoriti na promjene u tijelu, pa tako, na primjer, može prepoznati visoki ili niski tlak i slično. „Virtualni prozori“ omogućuju mijenjanje pozadine, pa gost može zaspati uz jedinstveni noćni pogled na Stari grad, a probuditi se uz pogled na dvorac Trakošćan ili jednostavno ostaviti bez pozadine i uživati u predivnom pogledu na šumu ili rijeku Dravu. Važno je napomenuti da su stakleni prozori zapravo prozirne solarne ploče koje ujedno osiguravaju i struju u kućici. Kupaonica je mala i sadržava osnovno (WC školjku, umivaonik, tuš-kabinu) te je komunalno spojena s „kontejnerom“ od ekološkog materijala, koji se prazne prema potrebi, tako da se rijeka ne zagadi. Važno je napomenuti da se kućice mogu u bilo kojem trenutku maknuti jer su na takav način i projektirane, nisu sagrađene, nego složene prema principu „kao da ih je netko tamo stavio“. Tako da, zasmetaju li u prirodi, lako se mogu premjestiti. Ideja je osigurati i prostor za kamp-kućice, i to na južnoj strani Dravske šume gdje postoji područje idealno za kamp. Radi očuvanja okoliša planiran je ograničen broj smještajnih jedinica, koje su diskretno raspoređene po šumi, kako bi se sačuvao prirodni ambijent, a ograničen je i broj kamp-kućica.

Slika 14. Primjer smještajnog objekta



Izvor: <https://www.exploratoryglory.com/tiny-house-living-blog/little-owl-cabin-washington> (01.09.2023.)

5.5. Ugostiteljski objekt

Pružanje ugostiteljskih usluga na području rijeke Drave zamišljeno je na nekoliko načina. Postavljeni montažni drveni objekti u obliku malih kućica namijenjeni su za lokalno stanovništvo, odnosno za razne OPG-ove koji žele prodavati tradicionalne gurmanske specijalitete, ali i svoje domaće proizvode. Cilj je koristiti se lokalnim i domaćim proizvodima te promovirati tradicionalnu hranu i običaje. Turisti i lokalno stanovništvo moći će se okušati i u kulinarskim radionicama na kojima će naučiti pripremati neka tradicionalna jela tog kraja. Glavna atrakcija za posjetitelje svakako bi bio ploveći restoran smješten na površini rijeke Drave. Uz privlačan izgled, restoran bi nudio nezaboravan doživljaj svakom posjetitelju jer ima mogućnost mijenjanja mjesta. Restoran bi zapravo bio montiran na plutajuću površinu koja bi mu omogućavala kretanje po rijeci, a posjetitelji bi tako mogli uživati u različitim pogledima. Restoran je specijaliziran za pripremanje lokalnih, ribljih jela. Spoj modernog izgleda i tradicionalnih specijaliteta upravo je ono što će privući velik broj ljudi.

Slika 15. Primjer futurističkog objekta na vodi



Izvor: <https://www.behance.net/gallery/18922837/Water-Subway-for-Greater-Paris>

(03.09.2023.)

6. ISTRAŽIVANJE STAVOVA O RAZVOJU INOVATIVNOG TURISTIČKOG PROIZVODA NA PODRUČJU RIJEKE DRAVE

Provedeno je istraživanje usmjereno na to kako ispitanici percipiraju inovativni turistički proizvod na području oko rijeke Drave. Istražena je razina posjećenosti tog područja, ispitanici su iznijeli stavove o trenutnoj turističkoj ponudi, a poseban naglasak stavljen je na njihova očekivanja i mišljenja o budućim turističkim mogućnostima tog područja.

6.1. Metodologija istraživanja

Ovim istraživanjem željelo se dokazati da je područje oko rijeke Drave neiskorišteno te da bi se različitom inovativnom turističkom ponudom mogao privući velik broj posjetitelja te tako pridonijeti turističkom razvoju grada Varaždina. Istraživanjem su se željela i saznati mišljenja i stajališta posjetitelja spomenutog područja uz naglasak na prijedlog vlastitih inovativnih ideja za razvoj potencijalnog područja te na pozitivan stav o utjecaju inovativnog proizvoda na grad Varaždin, s obzirom na to da je izvrsno prometno povezan s najvažnijim turističkim tržištem, i to na samo oko 300 km od Ljubljane, Trsta, Beča, Graza i Budimpešte. Organiziranim dolascima turista s tih područja na predložene inovativne turističke događaje turizam grada Varaždina i Varaždinske županije postao bi daleko prepoznatljiviji na turističkoj karti Europe.

Nakon teorijskog prikaza literature i prikupljanja sekundarnih podataka, provedeno je kvantitativno istraživanje. Radi provođenja istraživanja iskorišten je internetski anketni upitnik, stvoren preko Google Drivea, koji se sastojao od različitih vrsta pitanja, uključujući otvorena i zatvorena pitanja, kao i ona koja su omogućila ocjenjivanje stavova sudionika primjenom Likertove skale koja se sastoji od pet stupnjeva.

U istraživanju je korišten prigodni uzorak, a istraživanje je provedeno na uzorku od 122 ispitanika. Uzorkovanje je provedeno pozivom na sudjelovanje u internetskom istraživanju. Anketni upitnik sadržavao je 19 pitanja, sva su pitanja bila obvezna, a dva su bila otvorenog tipa, pa su ispitanici trebali ukratko obrazložiti svoja stajališta. Ispitanicima je osigurano pravo slobodnog odabira jer je anketa bila anonimna.

Istraživanje je provedeno od 1. kolovoza do 5. rujna 2023. godine. Autorica je anketni upitnik objavila na društvenoj mreži Facebook, na vlastitu profilu i na društvenoj mreži Instagram. Za obradu podataka upotrijebljena je metoda deskriptivne analize, podaci su obrađeni u Microsoft Excelu te su grafički prikazani u nastavku rada.

6.2. Rezultati istraživanja

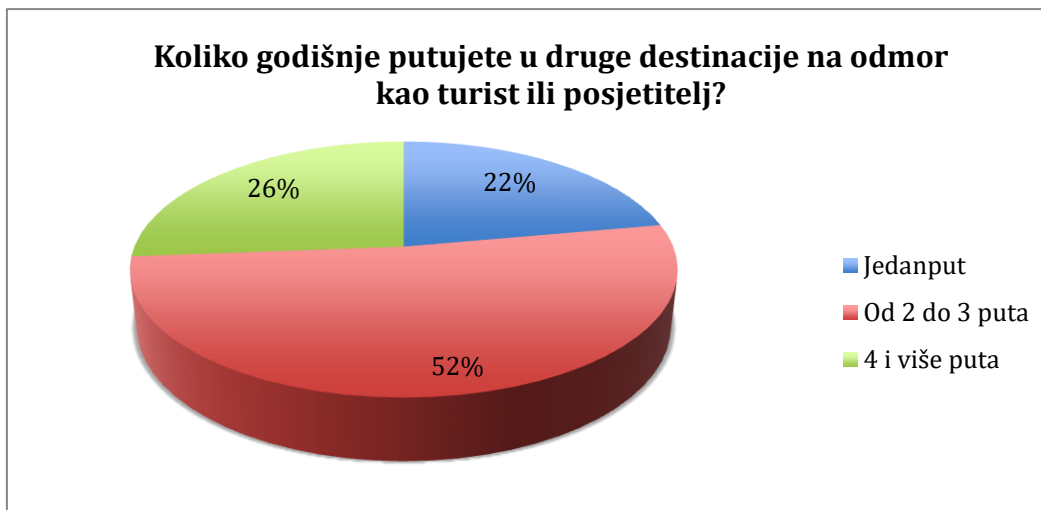
U istraživanju su sudjelovala 122 ispitanika. Istraživanjem su utvrđene demografske karakteristike ispitanika koje se odnose na spol, dob, stupanj obrazovanja i županiju. Anketnom upitniku pristupilo je 64% ispitanika ženskog spola i 36% ispitanika muškog spola. Istraživanju je pristupilo najviše ispitanika dobne skupine od 19 do 29 godina (51%). Prema sljedećem većem udjelu, od 31%, slijede ispitanici dobne skupine od 30 do 39 godina, a najmanje ispitanika koji su sudjelovali u istraživanju ima 18 godina i manje.

Prema stupnju obrazovanja, najviše ispitanika, njih 38%, ima završenu srednju stručnu spremu, a zatim, s 28%, slijede ispitanici koji imaju završen preddiplomski studij i sa 25% slijede ispitanici sa završenim diplomskim studijem.

Najveći postotak ispitanika je iz Varaždinske županije, 71% njih, a nakon toga slijede ispitanici iz Međimurske županije, 12% njih. Ostali mali postotci podijeljeni su na Grad Zagreb, Koprivničko-križevačku, Osječko-baranjsku i Primorsko-goransku županiju. U ovom dijelu anketnog upitnika bilo je ponuđeno nekoliko županija, pa su ispitanici mogli samo označiti županiju iz koje su, a ako nije bila ponuđena, imali su mogućnost dopisati županiju.

Ljudi su razvili znatizelju i sklonost istraživanju tijekom svojih odmora, što rezultira češćim putovanjima. Upravo to potvrđuje grafikon broj 5 u kojem je vidljivo da 52% ispitanika putuje 2 do 3 puta na godinu, nakon toga slijede ispitanici, 26%, koji putuju 4 i više puta, dok je 22% onih koji putuju samo jednom godišnje na odmor.

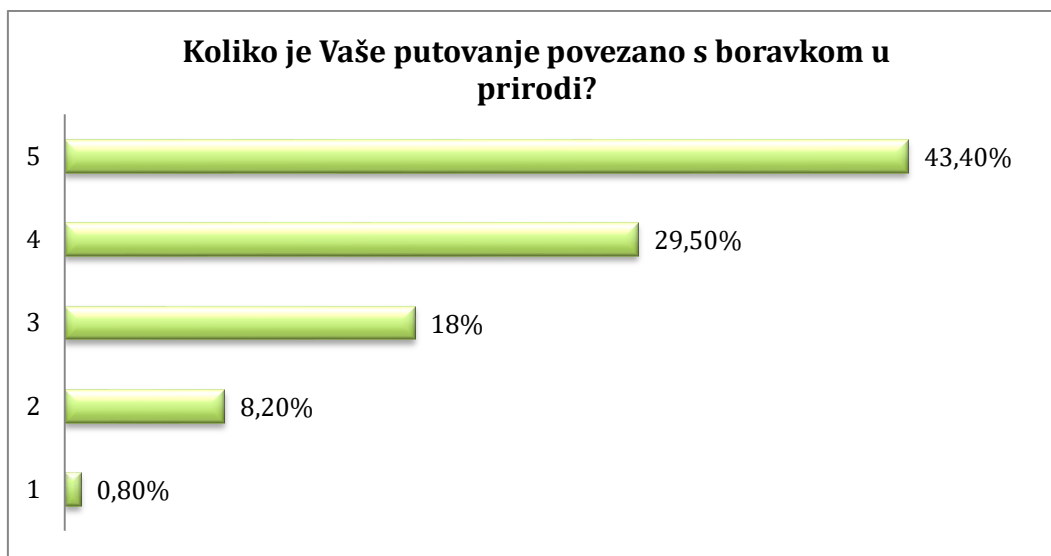
Grafikon 1. Učestalost putovanja ispitanika u druge destinacije na odmor



Izvor: izrada autora

Grafikon broj 6 jasno potvrđuje da je povezanost između putovanja i boravka u prirodi pozitivno porasla, upućujući na sve veću želju turista za prirodnim iskustvima tijekom putovanja. U ovom dijelu ispitanici su, s pomoću Likertove skale, trebali označiti koliko je njihovo putovanje povezano s boravkom u prirodi, pri čemu broj 1 označava da je njihova povezanost gotovo nikakva, a broj 5 da je njihova povezanost potpuna. Od 122 ispitanika, može se zaključiti da je za njih 72,9% boravak u prirodi vrlo važan.

Grafikon 2. Povezanost putovanja s boravkom u prirodi



Izvor: izrada autora

S obzirom na to da je najveći broj ispitanika iz Varaždinske županije, na grafikonu broj 7 vidljivo je da je i velik postotak ispitanika, čak 96% njih, posjetilo područje oko rijeke Drave, a samo 4% ispitanika nikad nije boravilo na tom području.

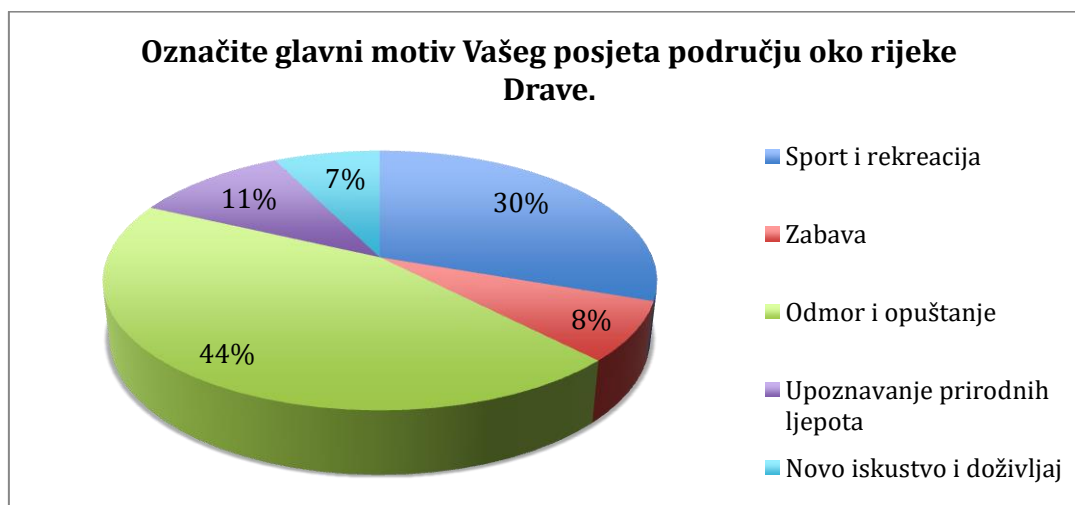
Grafikon 3. Posjećenost područja oko rijeke Drave



Izvor: izrada autora

Kao glavni motiv posjeta području oko rijeke Drave 44% ispitanika označilo je odmor i opuštanje. 30% ispitanika boravi na tom području radi sporta i rekreacije, a 11% njih radi upoznavanja prirodnih ljepota.

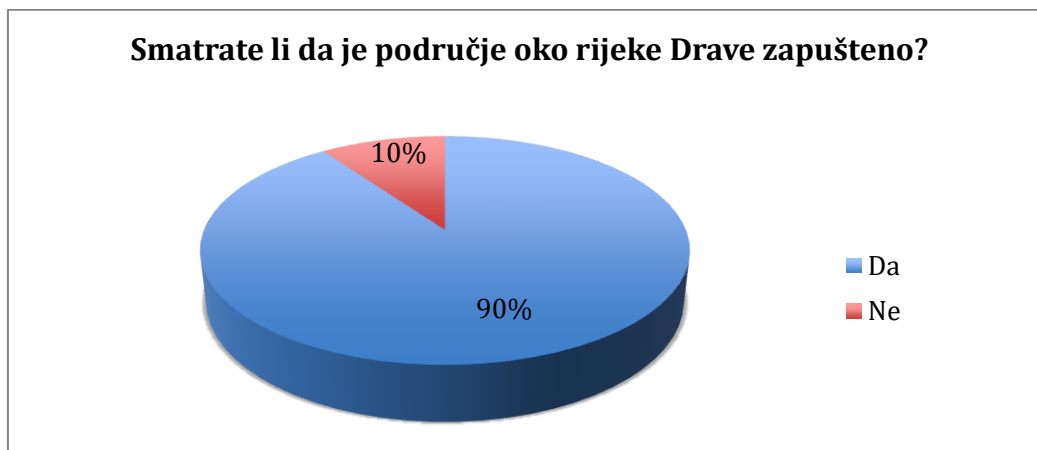
Grafikon 4. Motivi posjeta području oko rijeke Drave



Izvor: izrada autora

Jedno od glavnih pitanja istraživanja bilo je vezano za zapuštenost područja oko rijeke Drave. Pitanjem se željelo dokazati da je područje zapušteno te da mu je potrebna inovativna turistička ponuda, a upravo se to i postiglo. 90% ispitanika smatra da je spomenuto područje zapušteno, a samo 10% s time se ne slaže.

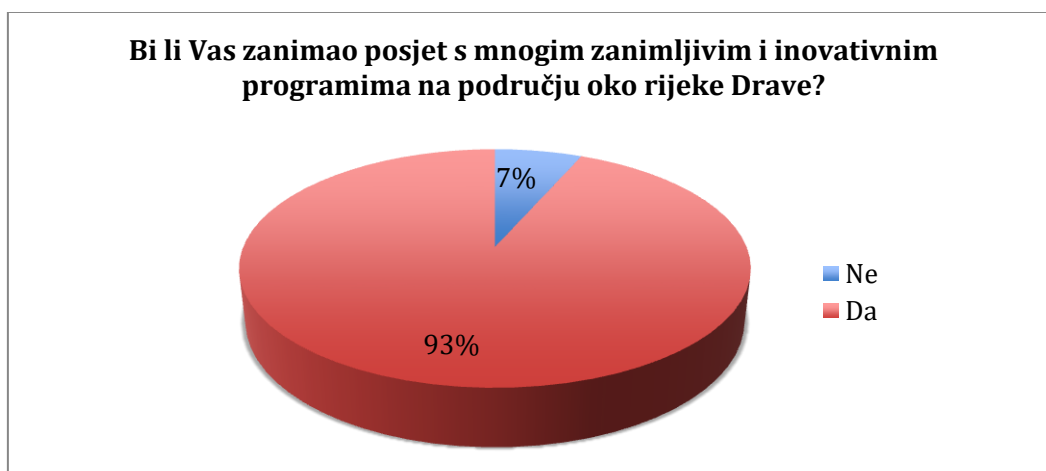
Grafikon 5. Mišljenje ispitanika o zapuštenosti područja oko rijeke Drave



Izvor: izrada autora

Pitanjima i analizom rezultata potvrđeno je da postoji potreba ljudi za novim inovativnim ponudama tijekom putovanja, što je dodatno potkrijepljeno grafikonom broj 10 koji pokazuje da bi 93% ispitanika posjetilo područje rijeke Drave uz prisutnost inovacija.

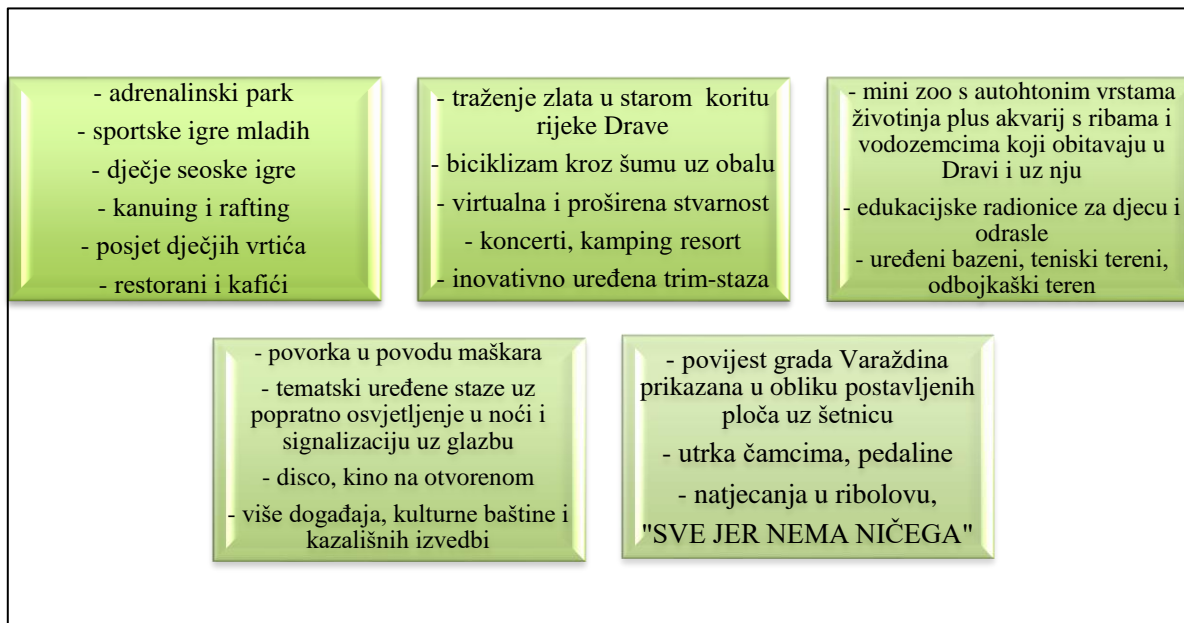
Grafikon 6. Prikaz zainteresiranosti ispitanika za posjet inovativnim programima na području oko rijeke Drave



Izvor: izrada autora

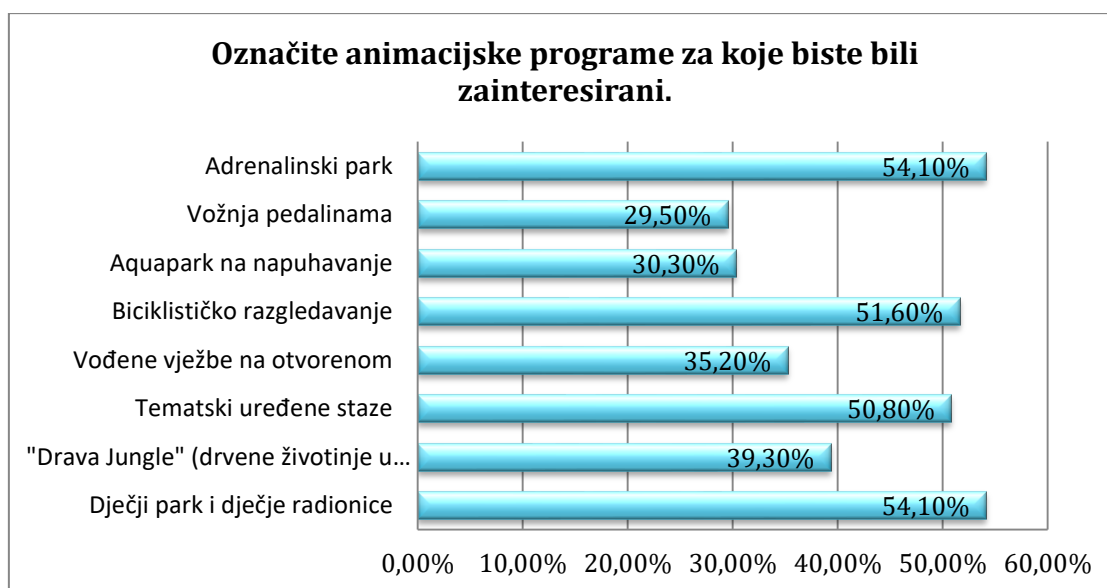
U nastavku, s pomoću Smartgrafa broj 11, prikazani su rezultati otvorenog pitanja u kojem su ispitanici naveli programe, priredbe, sportske aktivnosti i ostale programe koje oni zamišljaju na području oko rijeke Drave i za koje smatraju da su pogodni za to mjesto kako bi sudjelovalo sve više posjetitelja.

Grafikon 7. Prikaz programa, priredbi, sportskih aktivnosti i ostalih kulturno-turističkih programa koje bi trebalo nuditi područje oko rijeke Drave kakvo ispitanici zamišljaju



Izvor: izrada autora

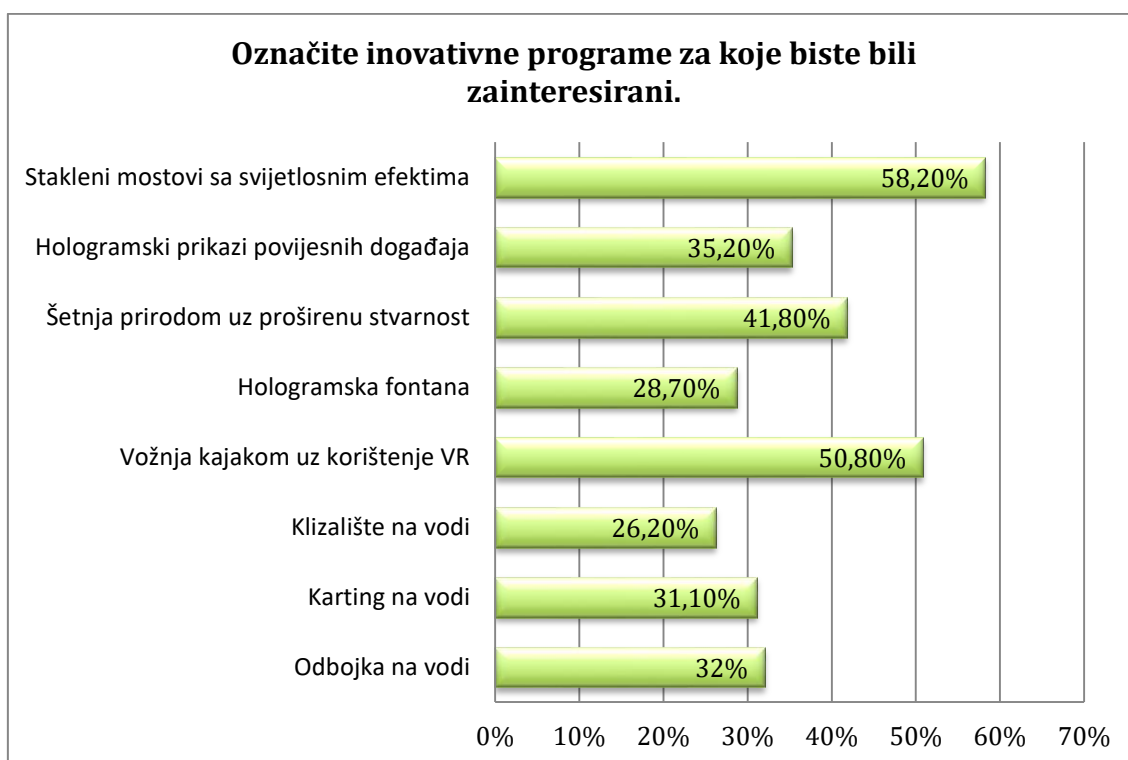
Grafikon 8. Zainteresiranost ispitanika za određene programe



Izvor: izrada autora

U grafikonu broj 12 i broj 13 prikazano je zanimanje ispitanika za razne animacijske, inovativne programe koji su dio inovativnoga turističkog proizvoda koji bi se ponudio na području oko rijeke Drave. Programi s najvećim postotkom odabira su adrenalinski park, biciklističko razgledavanje, tematski uređene staze, vožnja kajakom uz uporabu virtualne stvarnosti, stakleni mostovi sa svjetlosnim efektima i šetnja prirodom uz proširenu stvarnost. Može se uočiti da ispitanici teže već nekim postojećim stvarima, no velik je broj zainteresiranih za tehnološke inovacije.

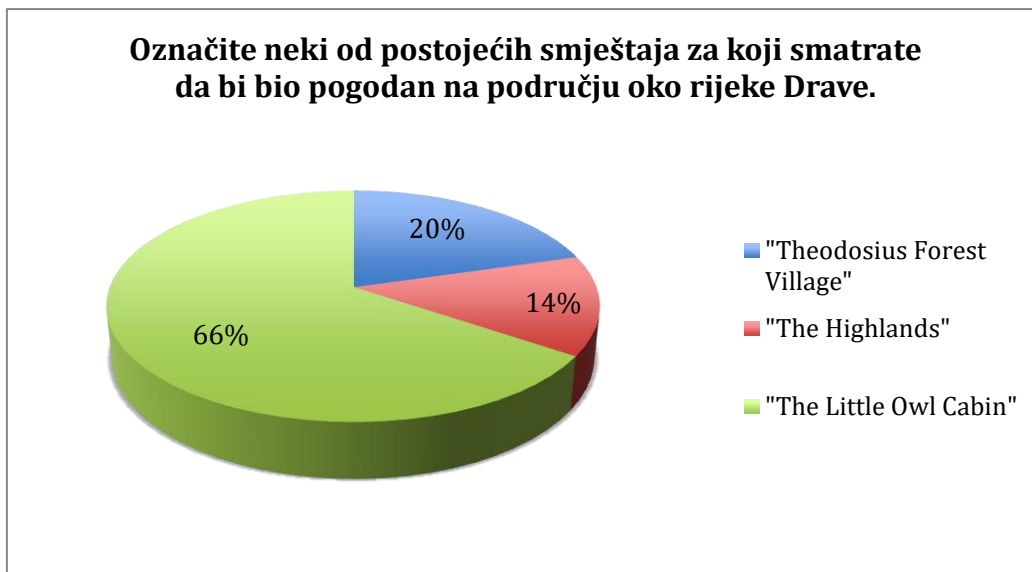
Grafikon 9. Zainteresiranost ispitanika za inovativne programe



Izvor: izrada autora

Grafikon broj 14 pruža uvid u preferencije ispitanika u vezi s vrstom smještajnog objekta koji bi bio optimalan za područje oko rijeke Drave. Prema rezultatima, većina ispitanika, odnosno 66% njih, smatra da bi objekt prema primjeru postojeće drvene šator-kućice pod nazivom „The Little Owl Cabin“ bio najprikladnija opcija za ovu lokaciju na rijeci Dravi.

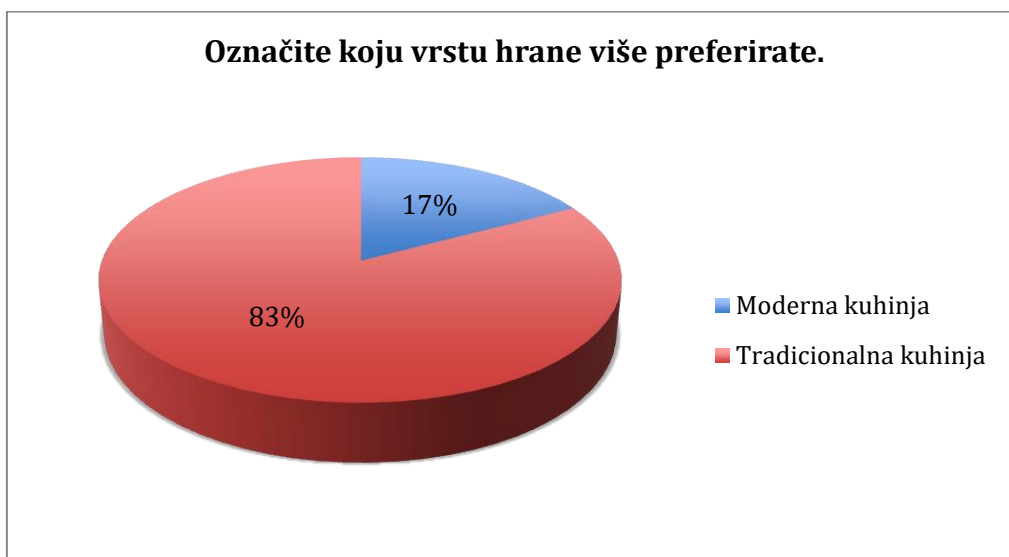
Grafikon 10. Odabir potencijalnog smještaja za područje oko rijeke Drave



Izvor: izrada autora

Unatoč širokom izboru hrane dostupne današnjim ljudima, 83% ispitanika u ovom istraživanju daje prednost tradicionalnoj hrani, što upućuje na njihovu snažnu privrženost klasičnim okusima i jelima.

Grafikon 11. Preferencije ispitanika o hrani



Izvor: izrada autora

Grafikon 12. Upoznatost ispitanika s trendom „plogging”



Izvor: izrada autora

U grafikonima broj 16 i 17 ispitanike se upoznaje sa skandinavskim trendom skupljanja smeća, „plogging”. Cilj je takvu vrstu događaja provesti na području oko rijeke Drave pa se istraživanjem dobio uvid u zainteresiranost ispitanika. Iako 87% ispitanika nije bilo upoznato s trendom „plogginga“, čak 84% njih izrazilo je spremnost da sudjeluje u takvoj vrsti događaja nakon što su saznali za trend.

To jasno upućuje na otvorenost i volju ispitanika da podupru održive inicijative poput „plogginga“ nakon što saznaju njihov pozitivni utjecaj.

Grafikon 13. Zainteresiranost ispitanika za manifestaciju „ploggfest”



Izvor: izrada autora

Grafikon broj 18 potvrđuje potrebu grada Varaždina za inovativnim turističkim proizvodom na rijeci Dravi. 95% ispitanika smatra da je takva inovativna ponuda potrebna za razvoj Varaždina, ali i područja oko rijeke Drave.

Grafikon 14. Mišljenje ispitanika o utjecaju inovativnoga turističkog proizvoda na području rijeke Drave na turističku ponudu grada Varaždina



Izvor: izrada autora

U tablici broj 1 i 2 prikazana su mišljenja ispitanika o utjecaju inovativnoga turističkog proizvoda na području rijeke Drave na grad Varaždin. Tablica pruža detaljan uvid u stajališta ispitanika i njihove različite perspektive o tome kako bi inovativan turistički proizvod mogao utjecati na grad Varaždin i njegovu turističku ponudu.

Tablica 1. Obrazloženja ispitanika o pozitivnom utjecaju inovativnoga turističkog proizvoda na grad Varaždin

| DA | |
|---|---|
| Svaki inovativni turistički proizvod je zlata vrijedan za cjelokupnu turističku ponudu jedne destinacije pa je važno da postoje oni koji ga stvaraju. | Naspram drugih europskih gradova, prostor uz rijeku Dravu je vrlo neiskoristen, a potraznja za aktivnostima i boravkom u prirodi je velika. |
| Ponuda je zastarjela te su zbog toga potrebni | Ljudi vole šetati uz Dravu, da postoje različiti |

| | |
|---|--|
| inovativni turistički programi kako bi se postojećim posjetiteljima ponudilo nešto novo i privuklo nove posjetitelje. | sadržaji koji bi bili financijski prihvatljivi domicilnom stanovništvu, vjerujem kako bi ljudi aktivno provodili vikende uz Dravu s obitelji. |
| Time bi se potaknuo veći priljev turista na području županije što bi rezultiralo većim prihodom od ovakve vrste turizma, potaknula bi se svijest o prirodi kako turista tako i domicilnog stanovništva. Što se tiče domicilnog stanovništva otvorila bi se određena nova poslovna mjesta, vjerojatno bi se povećalo i njihovo zadovoljstvo zbog dostupnih novih sadržaja i zbog promicanja ekološke svijesti. | Dravu danas posjećuje velik broj ljudi (ribiči, trkači, ljudi željni izleta u prirodi), ali očito nedostaje neka jasna vizija razvoja i infrastruktura... Inovativna ponuda je važna zbog bolje konkurentnosti u kontinentalnom turizmu, tj. da se zauzme vodeća i prepoznatljiva pozicija u kontinentalnom turizmu, a područje Drave je zbog trenutne nedefiniranosti vizije razvoja idealno za inovativnu turističku ponudu. |
| Da, jer smatram da je turistička ponuda u Varaždinu dosta siromašna, a ovakva inovativna ponuda bi bila pravi mamac za nove turiste i uz to bi otvorila vrata zaposlenja lokalnog stanovništva, mogućnost prodaje lokalnih proizvoda raznih OPG-ova i sl. | Rijeka Drava ima jako veliki turistički potencijal koji je u potpunosti neiskorišten. Bolji turistički programi uz i na rijeci Dravi podigli bi kvalitetu života građanima Varaždina, a i šire i naravno turistima pružili mogućnost da uživaju u prirodi i možda ostanu koji dan duže od planiranog. |
| Previše neiskorištenog prostora punog potencijala kojeg bi odrasli i djeca posjećivali zbog opuštanja, uživanja, obrazovanja i ostalih aktivnosti u prirodi koje bi ujedno privukle i mnoge turiste. | Varaždin je okrenut samo prema Špancirfestu i zadnjih nekoliko godina prema Adventu u VŽ-u, što je šteta jer mu je pred nosom ovakvo potencijalno područje koje ne samo da bi privuklo turiste, već bi i lokalnom stanovništvu pružilo odlično mjesto za odmor, zabavu... |
| Područje Drave i Dravske šume je predivno prirodno blago koje bi bilo lijepo iskoristiti za aktivnosti u skladu s prirodom bez narušavanja iste. | Zabrinjavajuća je činjenica koliko se grad, a i ljudi ne brinu o ovom prirodnom dragulju. Mjesto je pogodno za turističku atrakciju, samo se moramo pokrenuti. |
| Ovakvom ponudom više bi se zainteresirali svi stanovnici da posjete područje rijeke Drave. Sadašnja ponuda u blizini rijeke su samo kupalište i sportska dvorana. | Takvim programom bi ujedno sačuvali okoliš, ali i doprinjeli osobnom zdravlju kroz brzo hodanje/trčanje. |
| Interesa za ovakvom ponudom ima jer u vžu ima jako malo događaja i zanimljivosti tijekom godine osim Špancirfesta. | Ne bi trebali putovati u druge gradove koji su razvijeniji i iskoristavaju svoj potencijal. |
| Prilicno je dosadno setati uz rijeku Dravu jer nema dovoljno inovativnih rjesenja koja bi privukla | Svakom gradu pa tako i Varaždinu potrebna je dobra promocija. U gradu nedostaju događanja pa |

| | |
|--|---|
| zainteresiranost ljudi da posjete Dravu i njenu okolicu. | smatram kako bi to bio pun pogodak jer ljudi vole prirodu i rijeke. |
|--|---|

Izvor: izrada autora

Tablica 2. Obrazloženja ispitanika o negativnom utjecaju inovativnoga turističkog proizvoda na grad Varaždin

| NE |
|---|
| Ideja zvuči super, ali više turista, više zagađenja (bacanje smeća okolo, uništavanje prirode, trganje biljaka... i sl.). Danas ljude nije briga za očuvanje prirode. |
| Previše smeća po šumama. |
| Dobro je ovak. |
| Sve s ciljem osvještavanja javnosti o očuvanju rijeke podržavam. Odbojka, klizalište i dr. navedeno nije primjereno. |
| |

Izvor: izrada autora

6.3. Ograničenja istraživanja

Uočeno je nekoliko ograničenja koja su utjecala na provedeno istraživanje. Kao glavno ograničenje istraživanja ističe se internetski anketni upitnik. Pozitivna strana *online* anketnog upitnika jest brzo prikupljanje podataka, no sama dostupnost veliko je ograničenje. Anketni upitnik bio je dostupan samo osobama koje imaju otvorene profile na društvenoj mreži Facebook i Instagram, a da se provodio uživo ili podijelio po nekim npr. institucijama, mnogo više ljudi sudjelovalo bi u samom istraživanju. Nadalje, ograničenje istraživanja jest i geografska reprezentativnost jer je njime obuhvaćen samo određeni dio županija u Hrvatskoj. Zbog toga bi daljnja istraživanja trebalo provesti u duljem razdoblju i obuhvatiti veće geografsko područje.

6.4. Zaključak istraživanja

Istraživanjem se pokazalo da putnici, odnosno turisti, putuju nekoliko puta na godinu, pa im je potrebno osigurati cjelogodišnju turističku ponudu radi koje će im destinacija biti dostupna u bilo kojem trenutku.

Cilj istraživanja bio je dokazati da je riječ o neiskorištenom području oko rijeke Drave koje bi raznim inovativnim sadržajima privuklo lokalno stanovništvo, ali i turiste i to je upravo ono što se i uspjelo dokazati.

Na temelju provedenog istraživanja koje se bavilo stavovima i željama ispitanika u vezi s područjem oko rijeke Drave, jasno je da postoji potreba za promjenom dosadašnjeg koncepta odmora i opuštanja na tom području. Glavni je motiv, s najvećim postotkom u provedenom istraživanju, odmor i opuštanje, no u daljnjim odgovorima ispitanici su izrazili želju za aktivnim odmorom obogaćenim raznim aktivnostima i tehnološkim napretkom. Ovo istraživanje potvrdilo je da tehnologija i priroda mogu ići ruku pod ruku kako bi stvorile novo, uzbudljivo iskustvo za lokalno stanovništvo i turiste.

Ispitanici preferiraju aktivni odmor jer žele iskoristiti prirodne resurse na najbolji mogući način. Zahvaljujući tom novom pristupu područje oko rijeke Drave može postati centar za avanturizam, ekoturizam i tehnološki napredne aktivnosti koje će zadovoljiti različite ukuse posjetitelja. Većina ispitanika istaknula je pozitivan utjecaj novog proizvoda na području rijeke Drave na grad Varaždin. Takav proizvod, koji integrira prirodne ljepote Drave s tehnološkim napretkom i raznim aktivnostima, smatra se ključnim elementom koji bi mogao podignuti turističku ponudu Varaždina na potpuno novu razinu. U konačnici, takav proizvod ne samo da će privući turiste nego će obogatiti kulturno i rekreacijsko iskustvo lokalnog stanovništva. Varaždin će postati destinacija koja nudi ne samo bogatstvo prirodne ljepote nego i tehnološke inovacije i raznovrsne aktivnosti za sve generacije.

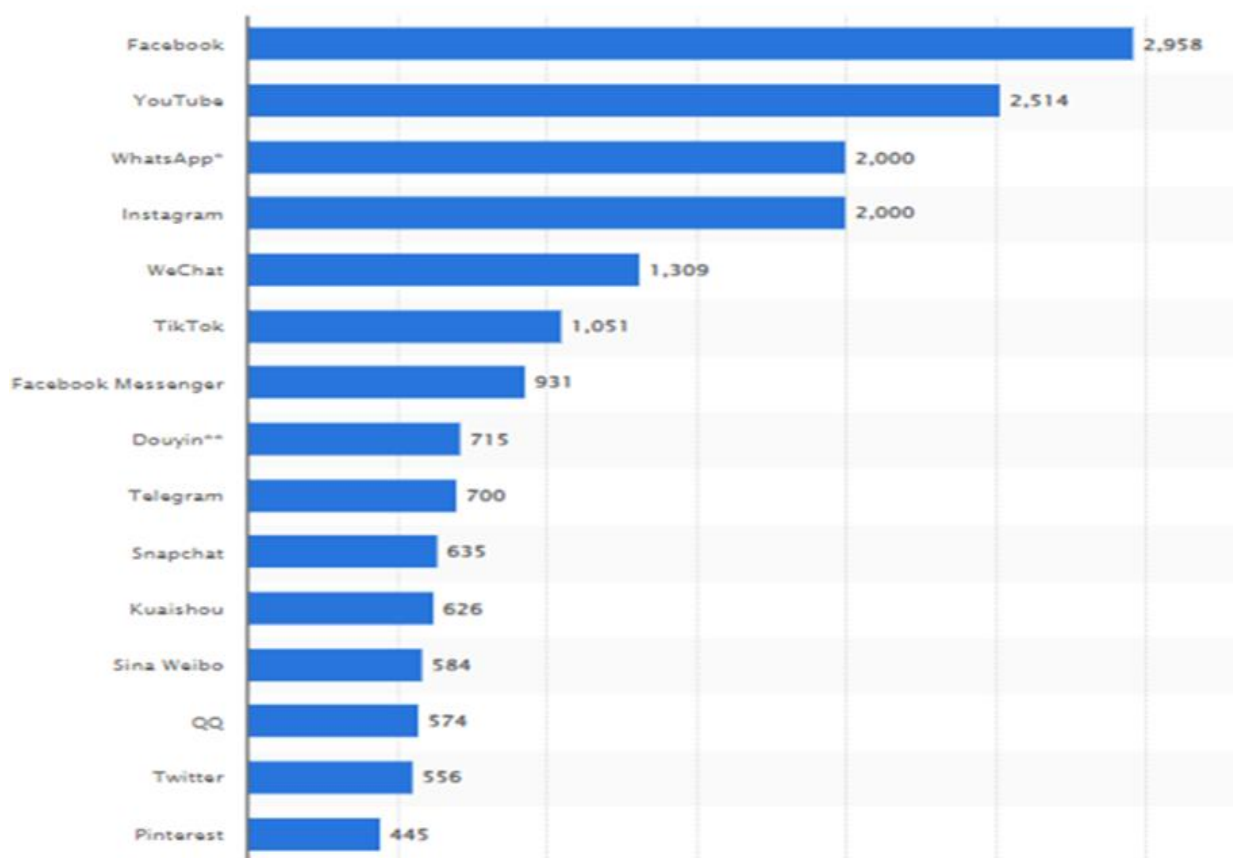
7. UTJECAJ INOVATIVNOG TURISTIČKOG PROIZVODA NA TURIZAM GRADA VARAŽDINA

Realizacija inovativnog turističkog proizvoda oko područja rijeke Drave utjecat će s mnogih aspekata na grad Varaždin, pridonoseći njegovoj održivosti, gospodarskom rastu i općem blagostanju. Dolazak novih turista bit će ključan čimbenik u razvoju grada. Varaždin bi postao nezaobilazna turistička destinacija, privlačeći lokalno stanovništvo i posjetitelje iz cijelog svijeta. Grad poznat po svojoj postojećoj ponudi dobio bi novu atrakciju, spoj moderne tehnologije i prirodne ljepote, koja bi gostima nudila nezaboravna iskustva. To bi moglo rezultirati povećanim prihodima za grad i lokalne tvrtke, što može dodatno potaknuti rast turizma u regiji. Inovativni turistički proizvod bit će lider u primjeni najnovijih tehnologija kako bi gostima pružio besprijekoran doživljaj. Pametni sustavi za upravljanje resursima i energetske učinkovita rješenja pridonijet će smanjenju ekološkog otiska i stvaranju modernog i održivog okoliša. Drava će biti mjesto na kojem se zajednica okuplja. Organizirat će se kulturne i umjetničke manifestacije, radionice, sportski događaji i društvene aktivnosti koje će promicati očuvanje prirode, povezivanje i zajedništvo među građanima. To će pridonijeti jačanju društvenih veza i osjećaju pripadnosti gradu. Inovativni turistički proizvod stvorit će obilje novih radnih mjesta za građane, uz otvaranje novih smještajnih i ugostiteljskih jedinica, animacijskih programa i tehničkih radnih mjesta, mnogi će ljudi imati priliku za zaposlenje i napredovanje u karijerama. Taj projekt također će privući investitore i lokalne poduzetnike, što će dodatno ojačati gospodarski rast grada Varaždina.

8. DRUŠTVENE MREŽE KAO PROMOTIVNI POTENCIJAL INOVATIVNOG TURISTIČKOG PROIZVODA I DESTINACIJE

Iznimno popularne globalne platforme za komunikaciju su društvene mreže jer održavaju osnovnu ljudsku potrebu za komunikacijom i društvenim interakcijama. Ljudi koriste društvene mreže kako bi izgradili veze, proširili svoj društveni krug i uspostavili kontakte sa starim, poznatim i novim osobama. Također, koriste ih kako bi dijelili različite informacije i komunicirali s drugima na različite kreativne načine (Boyd, 2007).

Slika 16. Najpopularnije društvene mreže prema broju aktivnih korisnika u mil.



Izvor: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> (01.09. 2023.)

Sposobnost omogućene dvosmjerne komunikacije, upravo je ključna razlika između društvenih mreža i tradicionalnih marketinških alata. Bitno je napomenuti da internet ima snažan utjecaj na živote mnogih ljudi, stoga društvene mreže postaju sve važnije u njihovim svakodnevnim aktivnostima. Metode agresivnog marketinga putem prodajnih centara postaju glatke metode promicanja turističkih proizvoda i usluga, radi stvaranja mjesta na turističkom tržištu za razmjenu savjeta, mišljenja, audiovizualnih materijala i svega što privlači putnike te ih upoznaje s filozofijom putovanja (Bizirgianni, 2013).

Kako bi se inovativni turistički proizvod na području rijeke Drave što bolje približio novim posjetiteljima, promotivna kampanja proizvoda trebala bi se usredotočiti na oglašavanje, i to preko digitalnih medija koji bi trebali biti glavno komunikacijsko sredstvo promocije. Promocija ima ulogu upoznavanja potencijalnih posjetitelja s destinacijom i njezinim posebnostima, oblikovanja ili očuvanja pozitivnog dojma na turističkom tržištu te poticanja promjene stajališta i želje za posjetom. Zbog toga bi se stvorile objave putem *hashtagova* (#) koji su kratka poveznica s turističkom atrakcijom i destinacijom. Potrebno je kreirati atraktivne videosadržaje koji će predstaviti posebnosti određenih atrakcija radi bolje emocionalne povezanosti i prikaza doživljaja koji se može steći. Uz svakodnevne tekstualne objave, objavljivale bi se i fotografije, a i posjetitelji bi mogli sudjelovati u raznim nagradnim igrama u kojima će se odrediti motiv inovativnoga turističkog proizvoda koji treba uslikati te bi se nagrađivale najbolje fotografije koje bi se i objavile na određenim platformama.

8.1. Ciljana tržišta

Ciljana skupina kojoj se inovativni turistički proizvod treba istaknuti i približiti su svi oni koji teže nečemu više od uobičajenih putovanja. Avanturisti koji žude za uzbuđenjem, ljubitelji kulture željni povijesnih priča, ljubitelji prirode koji se žele povezati s prirodom, *influenceri* koji traže nešto novo i jedinstveno te obitelji koje traže nezaboravne trenutke. Na samom početku pozornost je više usmjerena na lokalno stanovništvo i turiste iz Hrvatske kako bi s pomoću inovativnih programa, smještajnih i ugostiteljskih objekata doživjeli destinaciju na potpuno nov način. No bilo da se traži adrenalin, dublje razumijevanje kulture, interakcija s prirodom, obiteljska avantura ili

pak dobra pozadina za objavu na društvenoj mreži, na području rijeke Drave ima ponešto za svakoga, bez obzira na starost, interese i slično.

8.2. Kreiranje profila na društvenim mrežama

Radi širokog spektra ciljane skupine, ideja je otvoriti profile na raznim društvenim mrežama. Profili će se kreirati na Facebook-u, Instagram-u, Tik Tok-u, Youtube-u i Tumblr-u uz dodatak vlastite internetske stranice.

8.3. Primjeri oglašavanja na društvenim mrežama

U današnje vrijeme, u vrijeme digitalnog doba, ključna strategija za promociju su upravo društvene mreže koje radi dosega velikom broju korisnika omogućavaju izgradnju dublje veze s određenom ciljanom skupinom. U nastavku su ukratko opisani primjeri oglašavanja na određenim društvenim mrežama, namijenjeni određenim ciljanim skupinama s ciljem stvaranja interakcije i izgradnje bliskog odnosa s potencijalnim posjetiteljima.

Primjer sadržaja namijenjenog za obitelji:

- Ideja je pokrenuti kreativnu kampanju pod nazivom „Obiteljske avanture na Dravi“ i stvoriti seriju zabavnih videozapisa na TikTok-u ili Instagram-u koji prikazuju obiteljske aktivnosti poput vožnje čamcem, ribolova ili piknika uz obalu rijeke Drave. Kreirat će se *hashtag* #DravaFamilyAdventure preko kojeg će i obitelji sudjelovati u kreiranju sadržaja na spomenutim društvenim mrežama tako što će podijeliti vlastite priče i fotografije uz korištenje spomenutog *hashtaga*.
- Jedan je od primjera i fotografski natječaj za obitelji, gdje je cilj organizirati natječaj na Facebook-u ili Instagram-u u kojem obitelji mogu podijeliti svoje kreativne slike s odmora na Dravi. Pobjednička obitelj bit će nagrađena, na primjer besplatnom avanturističkom turnejom.

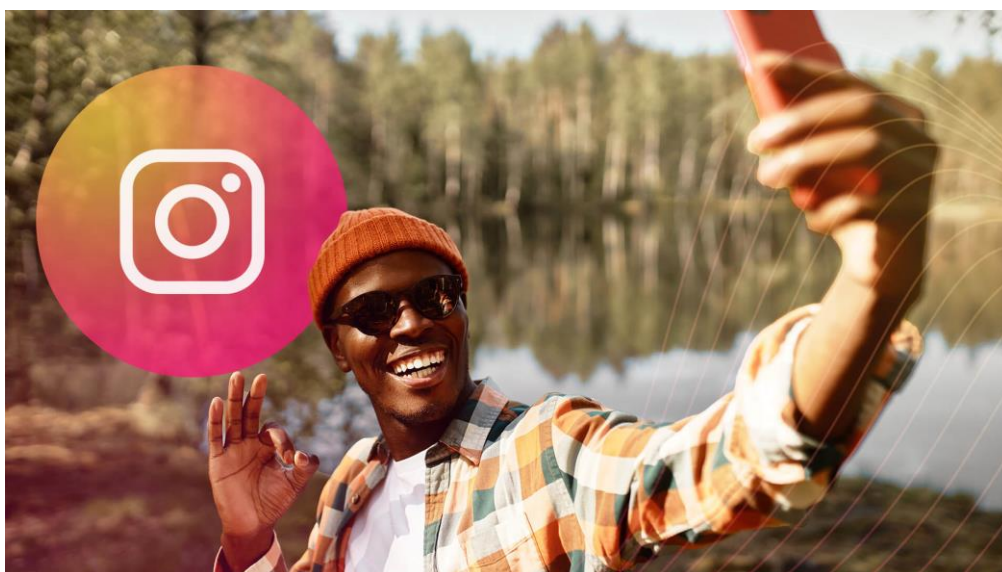
Primjer sadržaja namijenjenog za avanturiste:

- Ideja je pokrenuti Instagram izazov pod nazivom „DravaExtreme“ gdje je cilj organizirati izazov na društvenoj mreži Instagram, u kojem avanturisti mogu dijeliti svoje najluđe avanturističke trenutke na destinaciji koristeći se *hashtagom* #DravaExtreme. Najbolji i najkreativniji trenutci osvojit će nagrade.
- Ideja je i stvoriti seriju YouTube vodiča za avanturističke aktivnosti na području rijeke Drave, uključujući kajaking, biciklizam, adrenalinski park i slično. Kako bi se privukao što veći broj avanturista, pozvat će se poznati avanturisti ili blogeri kako bi i oni sudjelovali.

Primjer sadržaja namijenjenog za *Influencere*:

- Ideja je surađivati s lokalnim ili regionalnim *influencerima* koji se bave putovanjima, prirodom ili avanturama gdje će se oni pozvati da posjete područje oko rijeke Drave i dijele svoje iskustvo s pratiteljima na društvenim mrežama. Sudjelovat će u jedinstvenim aktivnostima koje će iskusiti i podijeliti.

Slika 17. Influencer



Izvor: <https://mediadaily.biz/2023/03/20/reguliranje-rada-influencera/> (01.09. 2023.)

Primjer sadržaja namijenjenog za ljubitelje kulture:

- Serijski *podcast* (audio ili video emisija koja se distribuira putem interneta) o kulturi: riječ je o seriji *podcasta* na Youtube-u koja istražuje bogatu kulturnu baštinu Drave i Varaždina. Svaka epizoda će se usredotočiti na različite aspekte kulture, a gosti mogu biti lokalni stručnjaci i umjetnici.

Primjer sadržaja namijenjenog za djecu:

- Ideja je uz korištenje društvene mreže Tik tok, objavljivati sadržaje koji su povezani s kreativnim izradama od prirodnih materijala te tako potaknuti djecu na kreativnost i na dolazak na područje oko rijeke Drave po određene prirodne materijale kako bi se sami okušali u izradi na primjer ptičjeg gnijezda za koju su im potrebne grane. Uz poticanje fine motorike i kreativnosti, djecu se istovremeno uči o recikliranju i očuvanju prirode.

To su samo neki od mnoštva primjera kojima se može doprijeti do određene ciljane skupine koju se želi potaknuti na posjet i sudjelovanje u inovativnim sadržajima.

Slika 18. „Tik tok“ trend



Izvor: <https://cyberpurify.com/knowledge/why-kids-are-quickly-addicted-to-tiktok/>
(01.09.2023.)

9. ZAKLJUČAK

Grad Varaždin, središnje mjesto Varaždinske županije, zasigurno je turistička destinacija koju vrijedi posjetiti, i to ne samo jedanput, nego nekoliko puta kako bi se posjetitelji potpuno posvetili i duboko upoznali sve atrakcije koje nudi. Zahvaljujući raznim sadržajima, ima potencijal postati poželjnim mjestom za sve turiste koje pokreću specifični motivi putovanja kao što su kultura, povijest, prirodne ljepote, tradicija, rekreacija i odmor. Zbog pojave novih trendova na turističkom tržištu zaključuje se da Varaždin treba poboljšati svoju turističku ponudu te se okrenuti razvoju riječnog i inovativnog turizma. Gradovi smješteni blizu rijeka imaju svijetlu turističku budućnost jer sve više turista more zamjenjuje boravkom uz rijeke, što zahtijeva i specifičnu turističku ponudu koja će zadovoljiti njihove određene želje i potrebe. Varaždin je upravo turistička destinacija koja ima povlaštenu poziciju blizu rijeke Drave, što pruža velik potencijal za razvoj riječnog turizma. Ovim se radom dokazuje da je riječ o neiskorištenom području oko rijeke Drave koje ima velik potencijal za turističku preobrazbu s pozitivnim utjecajem na prirodu, lokalno stanovništvo i grad Varaždin. U radu je opisan inovativni turistički proizvod koji svojom inovativnom i širokom ponudom privlači razne ciljane skupine jer nudi za svakoga ponešto. Temeljito je opisana ideja o uređenju šetnica kroz park-šumu Drava, predstavljeni su zamišljeni inovativni animacijski programi te su osmišljene razne manifestacije za posjetitelje. Predviđen je ograničeni smještaj u futurističkim smještajnim jedinicama te je predstavljena ideja ugostiteljske ponude koja se temelji na tradicionalnim jelima koja se poslužuju u klasičnim, ali i futurističkim objektima.

Provedeno je istraživanje s pomoću digitalnog anketnog upitnika kojim su dobiveni vrlo pozitivni i kreativni odgovori. Može se zaključiti da je riječ o neiskorištenom području za koje, uz prisutnost inovativnoga turističkog proizvoda, ispitanici pokazuju veliko zanimanje. Takav proizvod, koji povezuje prirodne ljepote Drave s tehnološkim napretkom i raznim aktivnostima, smatra se ključnim elementom koji bi mogao podignuti turističku ponudu Varaždina na potpuno novu razinu. Važno je napomenuti da lokalno stanovništvo prepoznaje prirodni potencijal rijeke Drave i koristi se njime kao bijegom iz grada. Međutim, stanovnici također smatraju da bi se njihov boravak na Dravi mogao dodatno obogatiti različitim sadržajima, što bi ih potaknulo da češće

posjećuju to područje. I baš kao što je i jedan od ispitanika u anketi naveo: „Sve novo je bolje nego ništa“. Bitno je istaknuti da inovativni turistički proizvod s mnoštvom tehnoloških inovacija pozitivno utječe na prirodu i okolinu. Tehnologija je tu kako bi olakšala živote ne samo ljudi nego i prirode, pa je ne treba upotrebljavati u lošem smjeru, kao veliku prijetnju zagađenju prirode, nego suprotno, tehnologijom se zapravo može još više očuvati priroda. Sve inovacije predviđene na području oko rijeke Drave provode se u skladu s održivim razvojem i određenim ekološkim normama, a naglasak je stavljen na montažne, pokretne objekte koji se u bilo kojem trenutku mogu premjestiti ili maknuti. Također, za većinu noviteta rabili bi se reciklirani prirodni materijali. Kao glavni alat promocije inovativnoga turističkog proizvoda iskoristile bi se društvene mreže kojima se žele privući posjetitelji svih dobnih skupina. Objavljivali bi se razni kreativni sadržaji na nekoliko društvenih mreža s naglaskom na interakciji pratitelja koja će se poticati nagradnim igrama, kvizovima i slično.

Na kraju se može zaključiti da aktivno ispunjeni odmor s tehnološkim elementima nudi inovativno iskustvo koje će privući posjetitelje i pridonijeti lokalnoj zajednici. Ta promjena paradigme znači korak prema budućnosti u kojoj tehnologija i priroda idu zajedno, stvarajući neviđeno iskustvo koje će obogatiti živote svih koji posjete ovo prekrasno područje.

LITERATURA

1. Baćac, R. i Demonja, D. (2021). Turističko brendiranje destinacije na primjeru Podravine, *Nova prisutnost*, XIX(1), str. 195–209.
2. Bartoluci, M. (2013). Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva. *Turistička politika, razvoj i poduzetništvo u turizmu*. Zagreb: Školska knjiga.
3. Bartoluci, M. i Maršanić, H. (2004). *Edukacija stručnjaka za sportsku animaciju*, Kineziološki fakultet, Ekonomski fakultet Zagreb.
4. Bašić, I. (2015.). *Novi trendovi u funkciji povećanja konkurentnosti hrvatskog turizma u 21. Stoljeću. Prostorno planiranje kao čimbenik razvoja u županijama*. Rijeka: Zavod za prostorno uređenje Primorsko-goranske županije, str. 407–416.
5. Boyd, Danah M., Ellison, Nicole B. (2007). *Social Network Sites: Definition, History and Scholarship*.
6. Čavlek, N. i sur. (2011). *Turizam – Ekonomske osnove i organizacijski sustav*. Zagreb: Školska knjiga.
7. Čavlek, N., Matečić, I. i Ferjanić Hodak, D. (2010). *Pokretači inovacija u turizmu: Neki teoretski i praktični aspekti*, *Acta turistica*, 22(2), str. 201–220.
8. Dobre, R. (2005). *Inovacije, tehnološke promjene i strategije*, *Visoka škola za turistički menadžment*, Šibenik.
9. Dujmović, M. (2014). *Kultura turizma*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli. Pula. str. 29.
10. *Ekonomski vjesnik*, br. 1, str. 271–282.
11. Gračan, D. i Rudančić-Lugarić, A. (2013). *Konkurentnost turističke destinacije: studija slučaja (case study) Riječki karneval*, *Ekonomski vjesnik*, XXVI, br. 1/2013.
12. Gretzel, U., Reino, S., Kopera, S. i Koo, C. (2015). *Smart Tourism Challenges*. *Journal of Tourism* 16(1), str. 43.
13. Grgić, D. (2007). *Imidž poduzeća i njegov utjecaj na stvaranje konkurentskih prednosti uslužnog poduzeća*, *Ekonomski pregled*, 58(9–10), str. 586–598.
14. Hendija, Z. (2013). *Trendovi na turističkom tržištu kao polazište u planiranju razvoja turizma*. U: Bartoluci, M., ur., *Upravljanje razvojem turizma i*

- poduzetništva: turistička politika, razvoj i poduzetništvo u turizmu. Zagreb: Školska knjiga d. d. str. 88.–119.
15. Horvat, B. (2003). Animacija u turizmu, Ekonomski fakultet Zagreb.
 16. Horvatić, A., Bačić, L. (2013). Nove tehnologije kao promotori turizma i gastronomske ponude Hrvatske, Učenje za poduzetništvo, 3(1), str. 165–172.
 17. Kesić, T. (2003). Integrirana marketinška komunikacija. Zagreb: Opinio d.o.o.
 18. Odluka o proglašenju Dravske šume u Varaždinu park – šumom. NN 30/94, 72/94
 19. Pirjevec, B. (2002). Počela turizma, Mikrorad, Zagreb.
 20. S. Čorak (2011). Izazovi upravljanja turizmom, Zagreb, Institut za turizam. str. 124.
 21. Šergo, Z. i Aflić, S. (2014). Inovacijske perspektive hrvatskog turizma. U: Gržinić, J. i Bevanda, V., ur., Suvremeni trendovi u turizmu. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“. str. 93–113.
 22. UNWTO. »Guide for local authorities on developing sustainable tourism«, World Tourism Organization, Madrid, 1998, str. 21.
 23. Vukonić, B., Čavlek, N. (2001). Rječnik turizma. Zagreb, Masmedia, urednik dr. Slaven Ravlić.
 24. Weber, S. i Mikačić, V. (2004). Osnove turizma, 9. izdanje. Zagreb: Školska knjiga.
 25. Xiang, Z., Tussyadiah, I. i Buhalis, D. (2015). Smart destinations: Foundations, analytics, and applications. Journal of Destination Marketing & Management, Editorial, str. 1.
 26. Yalçınkaya, P., Atay, L. i Korkmaz, H. (2018). An Evaluation on Smart Tourism. China-USA Business Review 17(6), str. 310.

INTERNETSKI IZVORI:

1. Drava-life.hr. Rijeka Drava. Dostupno na: <http://www.drava-life.hr/hr/rijeka-drava/> (24.08.2023.)

2. Greenroofs.com. Gardens by the baysupertrees. Dostupno na:
<http://www.greenroofs.com/projects/gardens-by-the-baysupertrees/>
(25.08.2023.)
3. Holofiction. Što je hologram. Dostupno na:
<https://www.holofiction.hr/hr/tvrtka/vijesti/sto-je-hologram.html> (03.09.2023.)
4. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (2019). *Razvoj turizma na području rijeke Drave: dostupna mobilna aplikacija i trojezični turistički vodič*. Dostupno na: <https://mint.gov.hr/print.aspx?id=17933&url=print> (20.08.2023.)
5. More-adventure.com. Dostupno na: <https://more-adventure.com/#off-road>
(23.08.2023.)
6. Nepal river portal. River and tourism. Dostupno na: <https://nepalrivers.net/river-and-tourism/> (27.08. 2023.)
7. Plogging.org. Plogging for the world. Dostupno na:
<https://www.plogging.org/what-is-plogging> (01.09.2023.)
8. Poduzetnik.biz. Novi turistički trendovi za razdoblje do 2030. godine. Dostupno na: <https://poduzetnik.biz/produktivnost/novi-turisticki-trendovi-za-razdoblje-do-2030-godine/> (02.09.2023.)
9. Prigorski.hr. Javnoj ustanovi PRIRODA Varaždinske županije odobren projekt. Dostupno na: <https://prigorski.hr/javnoj-ustanovi-priroda-varazdinske-zupanije-odobren-projekt-uredjenja-djecjeg-igralista-u-dravskoj-park-sumi/> (02.09.2023.)
10. Priroda-vz.hr. Međunarodni dan rijeke Drave. Dostupno na: <https://priroda-vz.hr/međunarodni-dan-rijeke-drave/> (02.09.2023.)
11. Revfine optimising revenue. Tourism Trends: The Latest Opportunities for The Tourism Industry. Dostupno na: <https://www.revfine.com/tourism-trends/>
(01.09.2023.)
12. Theastrologypage.hr. Proširena stvarnost- definicija iz tehopedije. Dostupno na: <https://hr.theastrologypage.com/augmented-reality> (03.09.2023)
13. UNWTO. Tourism and the Sustainable Development Goals –Journey to 2030. Dostupno na: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419401>
(27.08.2023.)
14. Varaždin.hr. Turizam. Dostupno na: <https://www.varazdin.hr/turizam/>
(27.08.2023.)

15. Vern.hr. Što moderni turisti žele od turizma. Dostupno na:
<https://vern.hr/novosti/sto-moderni-turisti-zele-od-turizma/> (29.08.2023.)
16. Virtualna stvarnost.net. Uvod u virtualnu stvarnost. Dostupno na:
<https://virtualnastvarnost.net/uvod-u-vr-virtualna-stvarnost/> (03.09.2023.)

POPIS ILUSTRACIJA

POPIS GRAFIKONA

| | |
|--|----|
| Grafikon 1. Učestalost putovanja ispitanika u druge destinacije na odmor | 39 |
| Grafikon 2. Povezanost putovanja s boravkom u prirodi | 39 |
| Grafikon 3. Posjećenost područja oko rijeke Drave | 40 |
| Grafikon 4. Motivi posjeta području oko rijeke Drave | 40 |
| Grafikon 5. Mišljenje ispitanika o zapuštenosti područja oko rijeke Drave | 41 |
| Grafikon 6. Prikaz zainteresiranosti ispitanika za posjet inovativnim programima na području oko rijeke Drave | 41 |
| Grafikon 7. Prikaz programa, priredbi, sportskih aktivnosti i ostalih kulturno-turističkih programa koje bi trebalo nuditi područje oko rijeke Drave kakvo ispitanici zamišljaju | 42 |
| Grafikon 8. Zainteresiranost ispitanika za određene programe | 42 |
| Grafikon 9. Zainteresiranost ispitanika za inovativne programe..... | 43 |
| Grafikon 10. Odabir potencijalnog smještaja za područje oko rijeke Drave..... | 44 |
| Grafikon 11. Preferencije ispitanika o hrani..... | 44 |
| Grafikon 12. Upoznatost ispitanika s trendom „plogging” | 45 |
| Grafikon 13. Zainteresiranost ispitanika za manifestaciju „ploggfest” | 45 |
| Grafikon 14. Mišljenje ispitanika o utjecaju inovativnoga turističkog proizvoda na području rijeke Drave na turističku ponudu grada Varaždina..... | 46 |

POPIS SLIKA

| | |
|--|----|
| Slika 1. Pametna turistička destinacija | 8 |
| Slika 2. Panoramski prikaz grada Varaždina | 10 |
| Slika 3. Špencirfest | 12 |
| Slika 4. Rijeka Drava..... | 15 |
| Slika 5. Rafting po rijeci Dravi..... | 16 |
| Slika 6. Primjer „pametne klupe“ | 19 |

| | |
|--|----|
| Slika 7. Primjer transformacijske fontane | 21 |
| Slika 8. Primjer dječjeg igrališta..... | 23 |
| Slika 9. Prikaz prostora rekreacijske livade..... | 25 |
| Slika 10. Primjer parka za pse | 27 |
| Slika 11. Primjer odbojke na vodi | 28 |
| Slika 12. Primjer vožnje kajakom uz VR | 30 |
| Slika 13. Primjer hologramskog prikaza na rijeci | 33 |
| Slika 14. Primjer smještajnog objekta | 35 |
| Slika 15. Primjer futurističkog objekta na vodi..... | 36 |
| Slika 16. Najpopularnije društvene mreže prema broju aktivnih korisnika u mil..... | 51 |
| Slika 17. Influencer..... | 54 |
| Slika 18. „Tik tok“ trend | 55 |

POPIS TABLICA

| | |
|---|----|
| Tablica 1. Obrazloženja ispitanika o pozitivnom utjecaju inovativnoga turističkog proizvoda na grad Varaždin..... | 46 |
| Tablica 2. Obrazloženja ispitanika o negativnom utjecaju inovativnoga turističkog proizvoda na grad Varaždin..... | 48 |

PRILOZI**ANKETNI UPITNIK****Inovativni turistički proizvod na području rijeke Drave s ciljem unapređenja turističke ponude grada Varaždina**

Poštovani,

ovaj anketni upitnik provodi se u svrhu diplomskog rada pod nazivom "Inovativni turistički proizvod na području rijeke Drave s ciljem unapređenja turističke ponude grada Varaždina". Anketa se sastoji od 19 pitanja i kod nekoliko njih se traži Vaše kratko mišljenje. Ispunjavanje upitnika je anonimno, a prikupljeni podaci koriste se isključivo u svrhu izrade diplomskog rada.

Zahvaljujem Vam na uloženom vremenu i trudu.

1. Spol

- Ženski
- Muški

2. Dob

- 18 i manje
- 19 – 29
- 30 – 39
- 40 – 49
- 50 i više

3. Stupanj obrazovanja

- Osnovna škola
- Srednja stručna sprema
- Preddiplomski studij
- Diplomski studij
- Postdiplomski studij

4. Županija

- Varaždinska županija
- Međimurska županija
- Grad Zagreb
- Koprivničko – križevačka županija
- Ostalo _____

5. Koliko godišnje putujete u druge destinacije na odmor kao turist ili posjetitelj?

- Jednom
- 2 – 3 puta
- 4 i više puta

6. Koliko je Vaše putovanje povezano s boravkom u prirodi?

Odaberite razinu slaganja s pojedinom tvrdnjom od 1 (malo) do 5 (puno).

1 o o o o o 5

7. Jeste li posjetili područje oko rijeke Drave u Varaždinskoj županiji?
- Da
 - Ne
8. Označite glavni motiv Vašeg posjeta području oko rijeke Drave
- Sport i rekreacija
 - Zabava
 - Odmor i opuštanje
 - Upoznavanje prirodnih ljepota
 - Novo iskustvo i doživljaj
 - Ostalo _____
9. Smatrate li da je područje oko rijeke Drave zapušteno?
- Da
 - Ne
10. Da li bi vas zanimalo posjet, s mnogim zanimljivim i inovativnim programima na području oko rijeke Drave?
- Da
 - Ne
11. Navedite nekoliko programa, sportskih aktivnosti i ostalih kulturno turističkih programa za koje smatrate da bi bili pogodni za ovo mjesto.
- _____
12. Označite animacijske programe za koje bi bili zainteresirani
- Dječji park i dječje radionice
 - “Drava Jungle” (drvene životinje u stvarnom obliku)
 - Tematski uređene staze
 - Vođene vježbe na otvorenom (fitness, joga...)
 - Biciklističko razgledavanje
 - Aquapark na napuhavanje
 - Vožnja pedalinama
 - Adrenalinski park
13. Označite inovativne programe za koje bi bili zainteresirani
- Odbojka na vodi
 - Karting na vodi
 - Klizalište na vodi
 - Vožnja kajakom uz virtualnu stvarnost
 - Hologramska fontana
 - Šetnja prirodom uz proširenu stvarnost
 - Hologramski prikazi povijesnih događaja
 - Stakleni mostovi sa svjetlosnim efektima

14. Označite neki od postojećih smještaja za kojeg smatrate da bi bio pogodan na području oko rijeke Drave

- "Theodosius Forest Village"



- "The Highlands"



- "The Little Owl Cabin"



15. Označite koju vrstu hrane više preferirate

- Tradicionalnu kuhinju
- Modernu kuhinju

16. Znaete li što je "plogging"?

- Da
- Ne

17. "Plogging" je skandinavski trend, odnosno trčanje / brzo hodanje tijekom kojeg se sakuplja smeće. Ideja je ovakvu vrstu događaja provesti na području oko rijeke Drave.

Biste li sudjelovali?

- Da
- Ne

18. Smatrate li da je gradu Varaždinu potrebna ovakva inovativna turistička ponuda?

- Da
- Ne

19. Obrazložite svoj odgovor na prethodno pitanje
