

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
PREDDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ
MENADŽMENT TURIZMA I SPORTA

PETRA BOJANIĆ

POTENCIJALNE TURISTIČKE ANIMACIJE U TURISTIČKOJ PONUDI
KOPRIVNIČKO – KRIŽEVAČKE ŽUPANIJE

ZAVRŠNI RAD

ČAKOVEC, 2019.

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
PREDDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ
MENADŽMENT TURIZMA I SPORTA

PETRA BOJANIĆ

**POTENCIJALNE TURISTIČKE ANIMACIJE U TURISTIČKOJ
PONUDI KOPRIVNIČKO – KRIŽEVAČKE ŽUPANIJE**
**POTENTIAL TOURIST ANIMATIONS IN THE TOURIST OFFER OF
KOPRIVNICA – KRIŽEVCI COUNTY**

ZAVRŠNI RAD

Mentor:
Đurđa Somođi, mag.oec., pred.

ČAKOVEC, 2019.

SAŽETAK

Turistička animacija je dio turističke ponude i važan je element zadovoljenja potreba zbog kojih je turist i krenuo na putovanje. Turistička animacija zadire gotovo u sve sadržaje koji čine motive putovanja i koji čine motiv odabira neke destinacije za boravak i ispunjenje potreba i motiva sadržajima koje oblikuje turistička destinacija (Cerović, 2008).

U ovom radu obradit će se turistička animacija i kakav ona ima utjecaj na razvoj turizma u turističkoj destinaciji, u ovom slučaju to će biti područje Koprivničko – križevačke županije. Županije koja ima veliki potencijal u razvoju kontinentalnog turizma zbog svoje prirodne i kulturne baštine. Uvođenjem novih potencijalnih animacijskih programa podigla bi se i turistička ponuda, a samim time porastao bi prihod od turizma i broj turista koji posjećuju Županiju. Porast prihoda opet će se moći iskoristiti za izgradnju potrebne infrastrukture što u konačnici dovodi do probijanja na ozbiljnije turističko tržište. S obzirom da se turizam najviše razvija na Jadranskoj obali, trebat će dobar strateški plan jer se ovdje radi o kontinentalnom turizmu koji nije dovoljno dobio na značenju. Cilj ovog rada je osmisliti potencijalne programe koji bi upotpunili turističku ponudu Koprivničko – križevačke županije.

Istraživanje je provedeno putem online ankete na uzorku od 114 ispitanika, a cilj je bio utvrditi imaju li animacijski programi značajnu ulogu u odabiru destinacije, ocijeniti turističku ponudu Koprivničko – križevačke županije i kakvi su stavovi ispitanika oko uvođenja potencijalnih animacijskih programa.

Ključne riječi: *animacija u turizmu, Koprivničko – križevačka županija, potencijalne animacije, turistička ponuda, kontinentalni turizam*

SADRŽAJ

| | |
|--|----|
| SAŽETAK..... | 3 |
| 1. UVOD | 5 |
| 2. ANIMACIJA U TURIZMU | 6 |
| 2.1. Ciljevi animacije..... | 7 |
| 2.2. Vrste animacijskih programa..... | 8 |
| 2.3. Osobine animatora | 9 |
| 3. TURISTIČKA PONUDA KOPRIVNIČKO – KRIŽEVAČKE ŽUPANIJE..... | 9 |
| 3.1. Osnovni podaci | 10 |
| 3.2. Prirodna baština | 11 |
| 3.3. Kulturna baština..... | 12 |
| 3.4. Podaci o broju noćenja u Koprivničko – križevačkoj županiji | 14 |
| 3.5. Strategija razvoja turizma do 2020. godine | 14 |
| 4. POSTOJEĆE TURISTIČKE ANIMACIJE NA PODRUČJU KOPRIVNIČKO – KRIŽEVAČKE ŽUPANIJE..... | 15 |
| 5. POTENCIJALNE TURISTIČKE ANIMACIJE U TURISTIČKOJ PONUDI KOPRIVNIČKO – KRIŽEVAČKE ŽUPANIJE..... | 16 |
| 5.1. Geocaching na Đurđevačkim pijescima | 16 |
| 5.2. Cikloturizam..... | 17 |
| 5.3. Etno muzej u Koprivničkom Ivancu | 18 |
| 6. REZULTAT ISTRAŽIVANJA..... | 19 |
| 6.1. Metodologija istraživanja..... | 20 |
| 6.2. Rezultat dobiven istraživanjem..... | 21 |
| 6.3. Ograničenja istraživanja | 31 |
| 7. RASPRAVA | 32 |
| 8. ZAKLJUČAK | 33 |
| PRILOZI..... | 35 |
| Popis grafikona | 35 |
| Popis slika..... | 35 |

1. UVOD

Animacija u turizmu ima svoje posebno značenje, u stručnoj i znanstvenoj javnosti iz oblasti turizma dobro je poznata važnost turističke animacije. Njena važnost poznata je u kreiranju turističke ponude i cijelog sustava ponude i potražnje, kao i turističke potrošnje. Stvaranjem prihvatljive turističke ponude, koja će potaknuti zadovoljstvo i očekivane doživljaje kod turista, obilježeno je velikim brojem turističkih sadržaja koji sadrže turističku animaciju (Cerović, 2008).

U prvom dijelu rada detaljnije je objašnjen pojam animacije u turizmu, koji su ciljevi animacije u turizmu, vrste animacijskih programa i osobine animatora. Drugi dio rada posvećen je turističkoj ponudi Koprivničko – križevačke županije koja sadržava opće podatke o Županiji, prirodnu i kulturnu baštinu koja je najveće bogatstvo Županije, broj noćenja i razvojna strategija do 2020. godine. Treći dio rada sadržava postojeće animacije. Glavni dio rada objašnjava koje su to potencijalne animacije za proširenje turističke ponude na području Županije. U zadnjem dijelu rada prikazani su rezultati dobiveni istraživanjem i zaključak.

Predmet izrade završnog rada je razvoj potencijalnih animacijskih programa u turističkoj ponudi Koprivničko – križevačke županije. Cilj ovog rada je istražiti turističku ponudu Koprivničko – križevačke županije i povećati turističku ponudu uvođenjem potencijalnih animacijskih programa, a ciljevi provedenog istraživanja su koji je glavni motiv putovanja, kakav utjecaj imaju animacijski programi kod odabira turističke destinacije, razlozi za sudjelovanje odnosno nesudjelovanje u animacijskim programima, ocjena turističke ponude Koprivničko – križevačke županije i koji od animacijskih programa ispitanici žele da postane dio turističke ponude. Rezultat istraživanja i zaključci nalaze se na kraju rada. Za potrebe istraživanja teme koristila se stručna literatura te internetski izvori.

2. ANIMACIJA U TURIZMU

„Upravljanje totalnom kvalitetom turističkog proizvoda je doduše složeno, no moguće i nužno. Turisti žele sve više, a cilj turističkog gospodarstva je zadovoljiti i premašiti očekivanja turista“ (Bartoluci, Čavlek i sur., 2007:58).

Animacija je definirana kao područje djelovanja u okviru turističke aktivnosti i kao dio turističke ponude na početku industrijske revolucije i prvi oblik turističke ponude s početka dvadesetoga stoljeća. Tijekom dugogodišnjeg razdoblja mijenjali su se oblici i sadržaji turističke ponude u direktnoj vezi s promjenama društvenih i gospodarskih sustava u kojim se organizirala turistička ponuda i potražnja. Turistička animacija dobiva nove sadržaje razvojem turističke ponude, u uvjetima opće globalizacije i masovne promjene informatičke tehnologije, s povećanim i rastućim fondom slobodnog vremena, rastom broja turista, porastom standarda i promjenom u samom načinu života ljudi tj. turista. Odakle potječe i brojnost interpretacija samog pojma i obuhvata animacije (Cerović, 2008).

Turizam i turistička ponuda i potražnja u stalnoj su promjeni i prilagodbi koju stimulira razvoj novih tehnologija. Opća obilježja turističke potražnje vezuju se uz stalno rastuće navike turista koje oni stječu u svojoj životnoj i radnoj okolini te ih plasiraju u sredine svog privremenog boravka gdje očekuju da im se ispune sve potrebe, navike i očekivani turistički sadržaji s naglaskom da steknu nove doživljaje na svom putovanju. Pozicioniranje hrvatske turističke ponude postaje osnovno opredjeljenje turističke ponude, a ponuda sadržaja jedan je od glavnih čimbenika turističke animacije (Cerović, 2008).

Podrijetlo riječi animacija dolazi od latinske imenice „anima“ što znači unutarnje raspoloženje, duh, duša, udahnuti, životni dah, itd., a ima izvorno srodstvo s grčkom riječi „animus“ što znači vjetar. Hrvatski glagol animirati može značiti: nadahnuti, fascinirati, motivirati, osposobiti, poticati volju za nečim, itd. (Cerović, 2008).

U najširem smislu riječi, za hrvatsko poimanje animacije, mogla bi biti najprihvatljivija opća definicija: „Animacija je ljubazan poziv na zajedničku aktivnost.

Ona znači zabavljati, raspoložiti, odnosno u prenesenom smislu poticati, pridobivati nekoga za nešto, oduševiti, bodriti“ (Cerović, 2008:45).

Možemo zaključiti da je animacija složen sustav nadahnuća i doživljaja koji često ima nematerijalnu dimenziju koja se javlja kao nezaobilazni dio u turističkoj ponudi. Rezultat turističkog putovanja je da se doživi nešto novo i neočekivano, to je novi način s jedne strane i potreba i želja da se s druge strane poveća turistička potrošnja (Cerović, 2008).

„Turistička animacija dio je turističke ponude kojom se zadovoljavaju potrebe i želje turista da doživi očekivani i željeni turistički program kojim organizator programa povećava turističku potrošnju“ (Cerović, 2008:54).

2.1. Ciljevi animacije

Postavlja se pitanje je li osnovna ponuda „smještaj i prehrana“ dovoljna da bi se pokrenuo turistički posao te se dolazi do zaključka da to nije dovoljno. Turisti žele nešto više od osnovnih sadržaja, oni traže i očekuju ispunjenje očekivanog doživljaja. Organizatori čine programe i sadržaje zbog poticanja povećanja turističke potrošnje, a ne zato što smatraju da turisti to vole. Glavni motiv turistima za dolazak u neku hrvatsku turističku destinaciju je sunce i more i to čini njih 82%, i taj osnovni motiv nadovezuje se uz sve više novih i dodatnih motiva koji ispunjavaju poželjno, novo, sanjano, željeno, nedoživljeno, očekivano ili nešto što je turiste dovelo upravo u tu destinaciju. To nešto novo što u najvećem broju motiva turiste je animacijski program, animator, animacijski sadržaj ili animacija, odnosno ono što je bitno turistu da bi bio zadovoljan, ali u toj dvostranoj želji da doživi nešto novo i nešto zbog čega se želi ispuniti je doživljaj (Cerović, 2008).

„Ciljevi animacije u suštini se poklapaju s ciljevima turističke ponude, a to je prije svega ostvarivanje pozitivnih ekonomskih učinaka. Ipak, baš kao i kod turističke ponude, animacija ima i svoju humanističku funkciju koja se nikako ne smije zanemariti. Zadovoljavanjem oba cilja turističke animacije gost napušta turističku destinaciju zadovoljan, a pritom su ekonomski učinci njegova boravka bolji što predstavlja svima poželjnu 'WIN-WIN' situaciju. U iznimnim situacijama animacijom se nastoje pokriti

nedostaci u kvaliteti usluga, ali bitno je naglasiti da u tim i takvim uvjetima animacija prestaje biti animacijom“ (Ravkin, 1999, 27).

2.2. Vrste animacijskih programa

„Animacijski programi materijalizirani su sustav ponude, kao rezultat procesa programiranja. Programiranje animacijskih programa u najširem značenju podrazumijeva planiranje sadržaja i procedura izvođenja nekog animacijskog programa u nekom prostoru i vremenu za ispunjenje potreba i motiva dolaska grupe turista ili pojedinaca u neku destinaciju ili ugostiteljsko turistički objekt, za koje se programirani program i izvodi“ (Cerović, 2008:67).

Animacijski programi mogu se promatrati s više aspekata i klasifikacija, a oni se dijele na sljedeća područja: opći pristup, sadržajni pristup, vremenski pristup, ponudbeni pristup i vlasnički pristup (Cerović, 2008).

- Opći pristup: kretanje, druženje, stvaralačke aktivnosti, naobrazba, pustolovine, mirovanje.
- Sadržajni pristup: sportsko – rekreativni programi, zabavni programi i igre, kulturno – umjetnički programi, ostali programi.
- Vremenski pristup: sezonski programi, tjedni programi, dnevni programi.
- Ponudbeni pristup: ponuđeni animacijski programi, mogući animacijski programi, slobodni animacijski programi.
- Vlasnički pristup: vlastiti animacijski programi, kupljeni ili tuđi animacijski programi (Cerović, 2008).

2.3. Osobine animatora

„Animator je prije svega turistički djelatnik koji svojim općim karakteristikama mora udovoljavati svim traženim kriterijima. Njegova aktivnost počinje prvim kontaktom s gostom, traje tijekom cijelog vremena boravka sve do odlaska gosta što uključuje ispraćaj i obećanje da će se i u sljedećim susretima nastojati u cijelosti ispuniti sve njihove potrebe i želje“ (Cerović, 2008:231).

Od animatora se traže posebne psihofizičke osobine i određena fizička izdržljivost. Animator ne smije imati lako uočljive i vidljive nedostatke, mora biti gotovo idealnog fizičkog izgleda. Poželjno je što manje fizičkih mana, starosna dob animatora nije posebno definirana, ali mora biti u skladu sa sadržajem i zahtjevima programa te treba voditi računa o reakcijama gostiju. U sljedećim zahtjevima određene su opće fizičke osobine animatora:

- psihofizičke osobine,
- talent i osjećaj za kontakt s gostom,
- tražena razina naobrazbe,
- osobine koje će zadovoljiti gosta, posebne osobine prema gostu (Cerović, 2008).

3. TURISTIČKA PONUDA KOPRIVNIČKO – KRIŽEVAČKE ŽUPANIJE

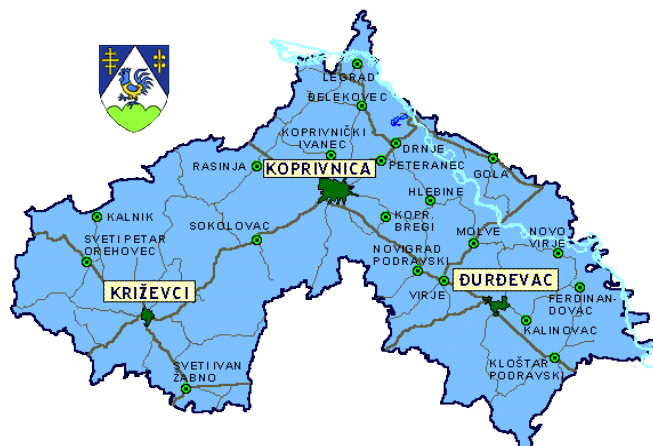
Turistička ponuda definira se kao dio tržišta koji se pojavljuje kao ponuđač robe i usluga, odnosno može se reći da je to količina roba i usluga koja se nudi po određenim cijenama radi zadovoljenja turističkih potreba (Vukonić i Čavlek, 2001.).

Koprivničko-križevačka županija nalazi se u sjeverozapadnoj Hrvatskoj u srcu Podravine. Županija je koja ima visok potencijal za razvoj turističke animacije jer nudi mnoštvo kulturnih i prirodnih atrakcija. Također, iznimno je bogato naslijeđe raznovrsne narodne baštine što se najbolje pokazuje na primjeru ruralne arhitekture i pokretnih etnografskih predmeta od narodnih običaja do predaje. Tradicija koja je usko povezana uz baštinu vjerskog života, uz naročito bogatstvo katoličke duhovnosti. Uz

mnoštvo manifestacija i svojom originalnosti Koprivničko-križevačka županija ima savršene uvjete da uz dodatan trud i ulaganja može znatno poboljšati svoje turističke rezultate u kontinentalnom turizmu (Feletar, 2009).

3.1. Osnovni podaci

Koprivničko-križevačka županija smještena je u sjeverozapadnoj Hrvatskoj. Nalazi se u grupi županija koje pripadaju središnjem dijelu Hrvatske. Površinom od 1.748 km² sedamnaesta je po veličini u Republici Hrvatskoj, a po broju stanovnika od 155.585 stanovnika šesnaesta je po veličini. Prema prirodno-geografskoj regionalizaciji Republike Hrvatske županija pripada Panonskoj makroregiji, a unutar nje zavali sjeverozapadne Hrvatske. Prostor Županije je iznimno raznolik što nam pokazuje nekoliko prostornih cjelina koje se međusobno razlikuju po prirodno-zemljopisnim, gospodarskim, geografskim, prometnim i ostalim karakteristikama. Na sjeveroistočnom dijelu Županije nalazi se rijeka Drava koja protječe uz hrvatsko - mađarsku granicu. Na tom dijelu Županije najviše prevladava poljoprivredna djelatnost sa značajnim izvorima nafte i zemnog plina. Najveće nalazište zemnog plina nalazi se u Općini Molve. Sjeveroistočni dio Županije naseljen je većim i koncentriranim naseljima koja imaju dobru prometnu vezu s Koprivnicom te poprimaju određene elemente urbanizacije. Koprivnica se nalazi na kontaktu ravničarskog i brdskog dijela i glavno je središte Županije jer je najrazvijeniji dio u smislu gospodarstva i demografskih pokazatelja. Najveći prehrambeni div Podravka nalazi se u Koprivnici i najveći broj ljudi u Županiji živi na prostoru grada Koprivnice. U istočnom dijelu zaravni nalazi se grad Đurđevac. Brdski dio Županije čini prostor Bilogore i Kalničkog gorja. Bilogorski dio smješten je na sjeverozapadnom dijelu, a dok drugi dio čini Kalničko gorje s najvišim vrhom i starim gradom Kalnikom. U tom dijelu prevladavaju mala ruralna naselja, izuzetak je grad Križevci, s izrazito negativnim demografskim pokazateljima. Prometni položaj Županije obilježavaju dva pravca, a to su sekundarni transverzalni i longitudinalni pravac. Kroz Županiju prolazi pruga Budimpešta-Zagreb-Rijeka te se raspravlja o budućoj izgradnji brze ceste Križevci-Koprivnica zbog bolje povezanosti s ostalim dijelovima Republike Hrvatske, ali i ostatke Europe (<https://kckzz.hr/o-zupaniji/zemljopisni-podaci/>).

Slika 1. Gradovi i Općine Koprivničko-križevačke županije

Izvor: Gradovi i Općine u Koprivničko-križevačkoj županiji, <https://kckzz.hr/ozupaniji/gradovi-i-opcine/>

3.2. Prirodna baština

Koprivničko-križevačka županija obiluje bogatom i očuvanom prirodnom baštinom. Zbog svojih prirodnih resursa daje se mogućnost razvoja ruralnog i eko turizma. Za posjetitelje posebno atraktivna područja su: Đurđevački pijesci kod grada Đurđevca koji su zaštićeni posebnim geografsko-botaničkim rezervatom. Zatim, Mali Kalnik koji je izdvojeni dio planine Kalnik kod Križevaca, zaštićen je posebnim botaničkim rezervatom. Dučako brdo koje se nalazi na jugoistočnim obroncima planine Kalnik zaštićeno je kao posebni botanički rezervat šumske vegetacije zbog prisutnosti bukve, hrasta lužnjaka i graba koji su preko 100 godina starosti. Atraktivni su i Crni jarki koji se nalaze istočno od mjesta Kalinovac i zaštićeni su kao posebni rezervat šumske vegetacije zbog prisutnosti crne johe koja se ubraja među najkvalitetnije sastojine takve vrste u Europi. Zatim, Veliki Pažut, koji se nalazi kod ušća rijeke Mure u Dravu kod mjesta Legrad, zaštićen je kao posebni ornitološki rezervat zbog ispresječenosti kanalima i starim rukavcima s pješčanim dinama, šljunkovitim nanosima, niskim obalama i adama, što rezultira specifičnošću biljnog i životinjskog svijeta. Park šuma Župetnica se nalazi zapadno od Križevaca, koju još nazivaju i „pluća“ grada Križevaca, a idealna je za odmor i relaksaciju. Planina Kalnik se nalazi kod Križevaca, zaštićena je kao značajni krajobraz zbog specifičnih geoloških i geomorfoloških osobina iz čega proizlaze i

krajobrazne i florne raznolikosti. Čambina koja se nalazi kod mjesta Ždala zaštićena je kao značajni krajobraz zbog raznolikosti flore i faune u vodenom ekosustavu. Šuma Repaš koja se nalazi kod mjesta Ždala zaštićena je kao spomenik prirode zbog stabala hrasta lužnjaka, visokih 24 – 28 metara i starosti oko 370 godina, a ovi primjerci stabala smatraju se najstarijim ne samo u Podravini, nego i šire. Livade u Zovju, koje se nalaze kod mjesta Đelekovec, zaštićene su kao spomenik prirode zbog obitavanja posebne vrste plavog leptira Velikog livadnog plavca i Zagasitog livadnog plavca koji spadaju među najugroženije i najranjivije europske vrste leptira. Stablo starog pitomog kestena u Močilama kod Koprivnice zaštićeno je kao spomenik prirode zbog starog primjerka pitomog kestena kojem se procjenjuje starost na oko 420 godina. Park „Pod lipama“ u Novigradu Podravskom zaštićen je kao spomenik prirode 2002. godine zbog višestoljetnog stabla lipe kojem se starost procjenjuje na oko 325 godina. Park pokraj Osnovne škole Vladimira Nazora u Križevcima zaštićen je kao spomenik parkovne arhitekture zbog ljepote uređenosti i mnoštva starih stabala kojima se starost procjenjuje na oko 130 godina. Park kraj poljoprivredne škole u Križevcima zaštićen je kao spomenik parkovne arhitekture zbog starosti stabala koja su procijenjena na oko 130 godina i ovaj park ima izuzetnu estetsku i hortikulturnu vrijednost. Regionalni park Mura-Drava je prvi regionalni park u Republici Hrvatskoj koji se u Koprivničko-križevačkoj županiji prostire na 16.780,85 ha i predstavlja najveće zaštićeno područje u Županiji. Svrha zaštite je da se sačuvaju rijetka i ugrožena prirodna staništa, vlažni travnjaci, poplavne šume, sprudovi te odronjene obale gdje su život pronašle brojne prirodne i životinjske vrste. Zbog iznimne važnosti prirode koja sve više vapi za očuvanjem i što manjim devastiranjem ovo područje je idealno za osviještene turiste koji se žele prepustiti uživanju u prirodi (<https://tz-koprivnicko-krizevacka.hr/prirodna-bastina-podravine-i-prigorja/prirodna-raznolikost-podravine-i-prigorja/>)

3.3. Kulturna baština

Tijekom duge i burne prošlosti na području Koprivničko – križevačke županije sagrađeno je mnoštvo vrijednih kulturno – povijesnih spomenika. Posebno se odnosi na sakralna i profana zadnja, ali i na bogatu narodnu graditeljsku baštinu. Sačuvano je mnogo pokretnih spomenika, ali nažalost, većina je nestala zbog sukoba, ratova ili nebrige ljudi. Danas je ipak sačuvana respektabilna spomenička baština koja je važan faktor u razvoju

turizma. Uz već poznate prirodne ljepote Podravina i Prigorje mame posjetitelje bogatom i vrijednom spomeničkom baštinom. To govori da je i ovaj hrvatski kraj aktivno sudjelovao u stvaranju srednjoeuropske kulture. Posebno se ističu crkva Sv. Križa u Križevcima u kojoj je 1397. godine održan Krvavi križevački sabor. Zatim, Stari grad u Đurđevcu koji je bio feudalna utvrda izgrađena u 13. stoljeću koju Turci nikad nisu osvojili i po tom događaju održava se poznata manifestacija Picokijada. Slična utvrda postojala je u Koprivnici, a koja je srušena tijekom izgradnje bedema od kojih je jedan dio i danas očuvan. Danas se na tim bedemima održava Renesansni festival. Maštu posjetitelja i danas pobuđuju ostaci srednjovjekovnih utvrda Veliki Kalnik i Mali Kalnik, utvrde su izgrađene u 13. stoljeću (Feletar, 2009).

„Naivna umjetnost je likovna djelatnost neprofesionalnih i neškolovanih pojedinaca koji snagom svojega nadahnuća i tragalačkim ostvarenjima prerastaju amaterizam i formiraju poseban segment suvremene likovnosti. Kao likovni izraz pojedinca, naivna umjetnost bitno se razlikuje od pučke umjetnosti koja je rezultat kolektivnoga nastojanja i tradicije; ona se po svojim obilježjima također razlikuje od umjetničkoga obrta, te od likovnog izraza djece, iako im je po vanjskom prividu srodna. Naivni umjetnik nastoji život i svijet u kojem živi zabilježiti pričom, bajkom ili mitom, tako da je narativnost jedno od najvidljivijih obilježja te umjetnosti. Kako ti umjetnici ne poznaju u potpunosti akademsku konstrukciju djela, u njihovim su djelima prisutni određeni pomaci u perspektivi i proporcijama, a očite su i mnogobrojne nelogičnosti oblika i prostora. Naivni se slikari često priklanjaju lirskoj idealizaciji života, fabularizaciji radnje i fantastici. Izražajni oblici potpuno su individualni i ne uklapaju se u povijesni razvoj, već im je podrijetlo u vlastitoj tradiciji, vlastitom shvaćanju oblikovnih i estetskih vrijednosti i metodi rada, a posljedica je toga specifičan i individualan likovni jezik svakoga pojedinoga naivnog umjetnika. U naivnome slikarstvu zastupljene su sve grane slikarstva: mrtva priroda, krajolici, vedute gradova, portreti, aktovi, interijeri, figuralne kompozicije“ (<http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=42819>).

3.4. Podaci o broju noćenja u Koprivničko – križevačkoj županiji

Podaci o broju noćenja u Koprivničko-križevačkoj županiji odnose se na 2017. godinu. „Prema podacima sustava eVisitor u periodu 01.01.-15.12. 2017. godine u odnosu na isti period 2016. godine broj dolazaka povećan je za 8,22 %, a broj noćenja za 0,17 %, odnosno ostvareno je ukupno 18.822 dolaska i 43.171 noćenja“. Iz ovih podataka vidljivo je kako uzastopno raste broj dolazaka i noćenja u Koprivničko-križevačkoj županiji. Otvaranjem novih smještajnih kapaciteta i uvođenjem cjelogodišnje turističke ponude rast broja dolazaka i noćenja bi se znatno povećao u idućim godinama (<https://tz-koprivnicko-krizevacka.hr/podaci-o-broju-dolazaka-i-nocenja-u-koprivnicko-krizevackoj-zupaniji-za-razdoblje-01-01-15-12-2017/>).

3.5. Strategija razvoja turizma do 2020. godine

Strategija razvoja turizma Koprivničko-križevačke županije od 2014. do 2020. godine je temeljni dokument koji predstavlja sliku budućeg razvoja turizma u Županiji i smjernice koje su ključne za razvoj turizma. Županija je predstavila smjernice koje će provoditi u narednih 6 godina za poboljšanje turističke ponude. S obzirom na dugu tradiciju uzgoja konja i djelovanje desetak konjičkih udruga postoji mogućnost za razvoj konjičkog turizma te je oformljena prva konjička staza u Republici Hrvatskoj, uvode se nove turističke ture na konjima kao dio turističke ponude. Županija je poznata kao središte naivnog slikarstva, osim na domaćem, ponuda je sve više prepoznatljiva na stranom tržištu. Jedan od najvećih potencijala koji će se razvijati na području Županije je zdravstveni turizam te je pokrenut pilot projekt za iskorištavanje geotermalnih izvora energije na lokaciji Lunjkovec – Kutnjak čijom će realizacijom biti stvoreni idealni uvjeti za razvoj zdravstvenog turizma. Velik dio Županije obiluje netaknutom prirodom u kojem obitava bogat životinjski svijet što je potencijal za lovni i ribolovi turizam (Županijska razvojna strategija za razdoblje 2014-2020. Koprivnica, <https://kckzz.hr/uprava/dokumenti/>).

4. POSTOJEĆE TURISTIČKE ANIMACIJE NA PODRUČJU KOPRIVNIČKO – KRIŽEVAČKE ŽUPANIJE

Najbolji primjer postojeće animacije na području Koprivničko-križevačke županije je manifestacija Ljeto na Zrinskom. Ovogodišnja manifestacija je bila održana u periodu od 12.7. do 17.8. 2019. godine na Zrinskom trgu u Koprivnici. Programi koji se biraju obuhvaćaju sve dobne skupine i idealan su prikaz uspješne turističke ponude.

Animacijski programi manifestacije dijele se na 5 različitih zona. Prva zona je Dječja zona - dječji kreativni kutak koji se održava svake srijede u periodu od 17. srpnja do 14. kolovoza. Na prostoru zone Dječjeg kreativnog kutka očekuje nas zabavan sadržaj u organizaciji udruge K.V.A.R.K. pod nazivom „Kufer na Zrinskom“. Uz žonglerske radionice i vožnju monociklom, u „Kuferu na Zrinskom“ očekuju nas i tri predstave: „Kesten i papaja“, „Don kesten“ i „El Eric 2“. Također, u Dječjem kreativnom kutku očekuje nas FunStation s oslikavanjem lica. Druga zona je Sportsko – rekreativna zona koja nosi drugi naziv „Budi FIT“ koja se održava svaku srijedu od 17. srpnja do 14. kolovoza. Ugošćuje instruktore pilatesa, aerobika i raznih drugih programa kako bi baš svi mogli s njima vježbati. Cilj ove zone je poticati stvaranje navika zdravog života i vježbanja, a pokrovitelj je Sportski centar CERINE. Treća zona je zona Čarobnih priča – Ljetna pričaonica koja se održava svakog četvrtka u periodu od 18. srpnja do 15. kolovoza. Zona je smještena u centralnom dijelu koprivničkog gradskog parka. Čarobni ambijent stabala i zvukova fontane nudi poseban doživljaj koji je namijenjen djeci vrtičke dobi i bebama koje će poslušati zanimljive priče uz prisustvo svojih roditelja. Četvrta zona je Ljetno kino pod zvijezdama pod pokroviteljstvom Kina Velebit te se svakog utorka i četvrtka na prostoru koprivničkog gradskog parka u savršenom ambijentu može uživati na dekićama i u prikazima najboljih domaćih i svjetskih filmova. Peta zona je koncertna zona koja se održava na glavnom gradskom trgu gdje nastupaju brojna poznata domaća imena i mladi lokalni glazbenici pred kojima je svijetla budućnost (<https://koprivnica.hr/novosti/ljeto-na-zrinskom-program/>).

5. POTENCIJALNE TURISTIČKE ANIMACIJE U TURISTIČKOJ PONUDI KOPRIVNIČKO – KRIŽEVAČKE ŽUPANIJE

Provedenim istraživanjem dolazi se do zaključka da na prostoru Koprivničko – križevačke županije nedostaje kvalitetnih i originalnih animacijskih programa. Razlog tome je nedovoljno ulaganje od strane institucija koje su zadužene za razvoj turizma na tom prostoru. Uvode se animacijski programi koji nisu originalni i dostupni su na drugim mjestima te su na taj način svima lako dostupni i nakon nekog vremena ljudi gube interes za njih zbog velike zasićenosti. Županija raspolaže brojnim kulturnim i prirodnim atrakcijama koje nisu iskorištene na pravi način i u svrhu razvoja turizma. Nove animacije pridonijele bi većoj posjećenosti, a samim time povećao bi se broj noćenja i ukupna zarada. Glavni naglasak je na održivi razvoj turizma. Primjerom drugih destinacija dolazimo do potencijalnih animacija koje bi upotpunile turističku ponudu. A to su sljedeći programi: Geocaching na Đurđevačkim pijescima, Cikloturizam i Etno muzej u Koprivničkom Ivancu.

5.1. Geocaching na Đurđevačkim pijescima

Posebni geografsko-botanički rezervat su Đurđevački pijesci ili „Hrvatska Sahara“. Nalaze se na prostoru gornje hrvatske Podravine, usporedno s obalom rijeke Drave prostire se pojas niskog zatalasanog pjeskovitog mulja. Danas se u krajoliku Podravine najviše ističe svojim najvišim dijelovima u okolici Đurđevca, Kloštra Podravskog, Kalinovca i Molvi. To su najveće i najviše naslage pijeska u kontinentalnom dijelu Hrvatske. Službeni naziv je Đurđevački pijesci, ali još se koriste i nazivi kao „Đurđevački peski“ ili „Peski“ jer se nalaze u okolici grada Đurđevca. Za nastanak ovog prirodnog fenomena zaslužna je rijeka Drava koja je mijenjala svoj tok i za sobom donosila ogromne količine alpskog pijeska koji je nastao topljenjem ledenjaka i trošenjem stijena, a to se dokazuje velikom količinom minerala koji se nalaze na alpskim stijenama. Danas je svrha očuvanje preostalog dijela pješćanih naslaga koji nisu pretvoreni u obradive površine i opstanak endemske vegetacije koja se prilagodila na ekstremne uvjete koje ne možemo naći nigdje u Hrvatskoj (Kranjčev, 2006).

Geocaching predstavlja novi potencijal animacijskim programima na području Đurđevačkih pijeski. Geocaching je međunarodna igra potrage za blagom koje se traži putem GPS tehnologije. Igram se bavi u svijetu oko 5 milijuna ljudi te igra počinje privlačiti sve više pozornosti i svakim danom broj igrača raste. Pravila igre su sakrivanje blaga na za to prikladne lokacije i objavljivanje istoga na mrežnoj stranici igre zajedno s pripadajućim koordinatama, kao i traženje blaga koje su drugi sakrili. Blago koje je skriveno nema materijalnu vrijednost već je igra namijenjena druženju, zabavi i istraživanju svijeta. Igra nije natjecateljskog karaktera i besplatna je. Sve što vam treba je GPS uređaj, pristup internetu i naravno avanturistički duh (<http://geocaching-hrvatska.hr/geocaching/>).

Đurđevački pijesci predstavljaju ogroman turistički potencijal koji je slabo iskorišten. S obzirom da se radi o zaštićenom području, uvođenjem geocaching igre iskorištava se turistički potencijal i ostvaruje ekonomska dobit, ali se ne devastira prirodno okruženje. Geocaching na Đurđevačkim pijescima održavao bi se tijekom cijele godine. Uvodi se mogućnost uvođenja međunarodnog geocaching turnira na Đurđevačkim pijescima. Organizira se smještaj za ljubitelje igre u bungalovima koji će biti izgrađeni specijalno za njih. Pored bungalova nalazio bi se restoran koji bi pružao uslugu hrane i pića za sve goste i posjetitelje. Hrana bi bila ekološki uzgojena kod lokalnih OPG-ova. Cilj programa je razviti održivi razvoj turizma, očuvanje prirode i potaknuti posjetitelje na boravak u prirodi.

5.2. Cikloturizam

Koprivničko – križevačka županija poznata je po svojim brojnim biciklističkim stazama. Glavno upravno središte Županije, Koprivnica, još se naziva i grad bicikala. Karakterizira ju najviše kilometara uređenih biciklističkih staza u Hrvatskoj po stanovniku. Uveden je i sustav iznajmljivanja javnih bicikala pod nazivom BicKo. Stvoreni su idealni uvjeti za bavljenje cikloturizmom.

Cikloturizam možemo definirati kao vrstu putovanja u kojoj je glavno prijevozno sredstvo bicikl, a svrha je stvaranje novog doživljaja. To je upravo ono što turisti traže na svom odmoru. Cikloturisti u prosjeku troše 53 eura što uključuje i smještaj. Cikloturistima je bitna sigurnost ceste, označenost rute, raznolik sadržaj (suvenirni,

učenje, ljepota krajolika), te smještajni kapaciteti prilagođeni cikloturistu (<https://ekonomskiportal.com/cikloturizam-kada-turizam-postane-ciklo/>).

Animacijski program cikloturizma sadržavao bi nekoliko ruta. Prva ruta je obilazak vinskih cesta i vinograda po obroncima Bilogore gdje bi se u sezoni cikloturisti mogli okušati u berbi grožđa, rezidbi vinove loze ili pak samo kušati koju čašicu podravskog vina. Druga ruta je obilazak rijeke Drave od ušće rijeke Mure u Dravu kod mjesta Legrad do Križnice u Virovitičko – podravskoj županiji. Putem će cikloturisti posjetiti Muzej naivnog slikarstva u Hlebinama, staru utvrdu grada Đurđevca te Etno kuću Josipa Cugovčana u Podravskim Sesvetama. Uz kulturnu baštinu cikloturisti će moći uživati u prirodnom ljepotama rijeke Drave. Treća ruta je vožnja biciklom od Koprivnice od Križevaca te do planine Kalnik. Cikloturisti će se upoznati s povijesnom pričom oba grada, a organizirat će se i usputna stajanja na nekom seoskom turizmu gdje će se jesti tradicionalna hrana te posjeta utvrdama Mali i Veliki Kalnik. U Koprivnici će se otvoriti Bike and bed smještaj za cikloturiste na jednu noć gdje će cikloturistima biti omogućeni smještaj i hrana, radiona za popravljavanje bicikala, pranje odjeće, info pult i prodaja karata za vlak, avion ili neko drugo prijevozno sredstvo. Cilj animacijskog programa je potaknuti posjetitelje na fizičku aktivnost i na upoznavanje s prirodnom i kulturnom baštinom Koprivničko – križevačke županije.

5.3. Etno muzej u Koprivničkom Ivancu

Koprivnički Ivanec je mjesto koje se nalazi nedaleko od Koprivnice i pripada Koprivničko – križevačkoj županiji. Koprivnički Ivanec poznat je po svojoj narodnoj nošnji i umijeću vezenja ivanečkog veza koji je uvršten 2011. godine na popis nematerijalne kulturne baštine Republike Hrvatske. Zamisao je ta da se donji kat uredi kao etno kuća/zbirka s prikazom kako su nekad živjeli naši stari, a gornji kat bi bio uređen kao muzej narodnih nošnji i naših tradicionalnih pjesama. Muzej bi bio namijenjen svim generacijama. U Koprivničkom Ivancu održavaju se manifestacije koje bi također pridonijele razvoju animacijskog programa. To su Gastro fest, Ivanje i Ivanečki kresovi. U sklopu muzeja održavaju se animacijski programi kao što su vezenje ivanečkog veza; izrada suvenira od prirodnih materijala kao što su drvo, slama, lišće, listovi kukuruza;

pjevanje tradicionalnih ivanečkih pjesama kao što su „Ivanec je lepo selo“, „Ivo nam je kres nakuril“, „Gusta magla“ i mnoge druge; izložbe domaćih slikara; održavanje kazališne predstave u suradnji s kulturno umjetničkim društvom „Ivanečki svati“ po uzoru na snimljen film kako su se nekad održavali svatovi u Koprivničkom Ivancu. Tako muzej postaje, ne samo obrazovno mjesto, već mjesto zabave i stvara se novi doživljaj.

Izgradnjom smještajnih jedinica potaknuli bismo buduće turiste da svoj boravak produže u Podravini. Naglasak je ovdje na seoski turizam koji nudi bijeg od užurbane svakodnevnice i stresnog načina života. Seljačko domaćinstvo sadržavalo bi 4 dvokrevetne sobe za ukupni prihvata 8 gostiju, restoran u kojem bi se posluživala tradicionalna hrana i piće za 40 gostiju, mogućnost organiziranja proslava krštenja, prve pričesti, krizmi, vjenčanja i ostalih proslava. U dvorištu bi se nalazio mini zoološki vrt s domaćim životinjama, livada i mali park. U sklopu seoskog turizma organizirali bi se animacijski programi kao što su plesne večeri, karaoke show, eco walk, priprema tradicionalnih kolača, izrada licitarskih srca, jahanje konja, čitanje priča za djecu. Također organizirale bi se tradicionalne igre u košnji trave ručnom kosom, skakanje u vreći, potezanje užeta, nošenje košara na glavi, bacanje kamena s ramena. Cilj programa je da se sadržaji održavaju tijekom cijele godine i da su uvijek dostupni posjetiteljima. Ovakvim pristupom turiste se upoznaje s kulturnom baštinom ivanečkog kraja. Stvara se prepoznatljiv turistički proizvod koji će se isticati od ostalih u tom kraju.

6. REZULTAT ISTRAŽIVANJA

U sljedećim poglavljima detaljno će biti objašnjeno cijelo istraživanje koje se odnosi na animacijske programe u turističkoj ponudi Koprivničko – križevačke županije. Prvo će biti objašnjena metodologija istraživanja, rezultat dobiven istraživanjem i ograničenja u istraživanju. Rezultati će biti prikazani grafičkim prikazom. Na kraju će biti interpretiran krajnji rezultat dobiven istraživanjem.

6.1. Metodologija istraživanja

Jedan od glavnih ciljeva ovog istraživačkog rada je prikazati nedostatak animacijskih programa i nedovoljna iskorištenost prirodnih i kulturnih resursa u svrhu poboljšanja turističke ponude.

Prilikom istraživanja korištena je metoda anketnog upitnika. Anketa se sastoji od 15 pitanja otvorenog i zatvorenog tipa. Prva 4 pitanja vezana su uz sociodemografski profil ispitanika - spol, dob, obrazovanje i prebivalište. Sljedeća 3 pitanja bila su vezana uz glavne motive putovanja ispitanika - koliko su često putovali u ulozi turista u posljednje dvije godine i u kojoj vrsti objekta odsjedaju na svome putovanju. Dalje slijede pitanja vezana uz animacijske programe - imaju li animacijski programi značajnu ulogu u odabiru destinacije i razlog za sudjelovanje ili nesudjelovanje u animacijskim programima. Na kraju upitnika ponuđena su pitanja o posjeti nekih manifestacija u Koprivničkoj – križevačkoj županiji - na skali od 1 do 5 trebaju ocijeniti turističku ponudu Županije i trebaju odgovoriti na pitanje kratkog odgovora da ispitanici sami predlože potencijalne animacijske programe. Anketa je anonimna tako da ispitanici imaju sigurnost da imaju pravo slobodnog odabira i da njihovi rezultati neće biti javno izloženi. Istraživanje je bilo provedeno među studentima Međimurskog veleučilišta u Čakovcu, na Facebook grupi ONA te na Facebook profilu Petre Bojanić.

Pitanja koja sadrži anketni upitnik su:

1. Spol
2. Dob
3. Obrazovanje
4. Prebivalište
5. Koliko često ste putovali u ulozi turista u posljednje 2 godine?
6. U kojoj vrsti objekta odsjedate na svome putovanju?
7. Koji su glavni motivi Vašeg putovanja?

8. Imaju li za Vas animacijski programi značajnu ulogu u odabiru turističke destinacije?

9. Koji su Vaši razlozi za sudjelovanje u animacijskim programima?

10. Koji su Vaši razlozi za nesudjelovanje u animacijskim programima?

11. Jeste li ikad posjetili neku od manifestacija na području Koprivničko – križevačke županije?

12. Ako je Vaš odgovor da, koje su to manifestacije?

13. Kako bi ste ocijenili turističku ponudu Koprivničko – križevačke županije?

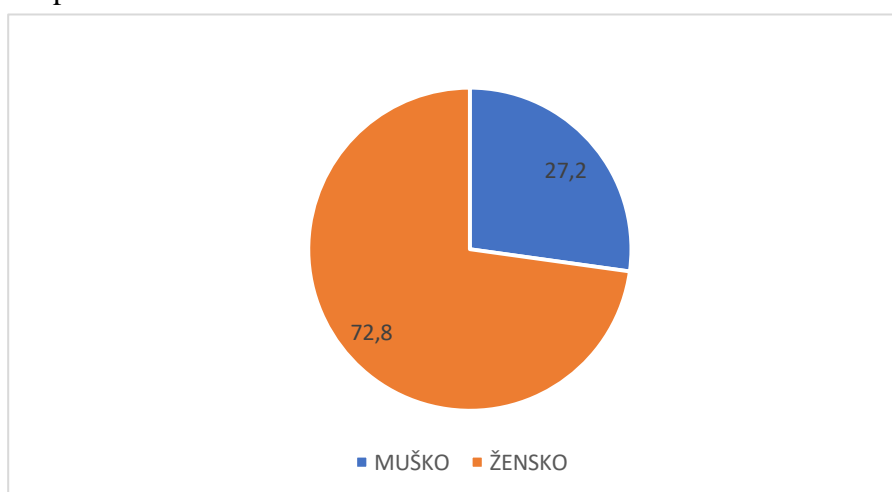
14. Po Vašem mišljenju, postoje li neki animacijski programi koji bi unaprijedili turističku ponudu Koprivničko – križevačke županije?

15. Ako je Vaš odgovor da, koji su to programi?

6.2. Rezultat dobiven istraživanjem

Uzorkom je obuhvaćeno 114 ispitanika. Anketni upitnik proveden je u razdoblju od 28.8. do 2.9. 2019. godine i dobiveni su sljedeći rezultati:

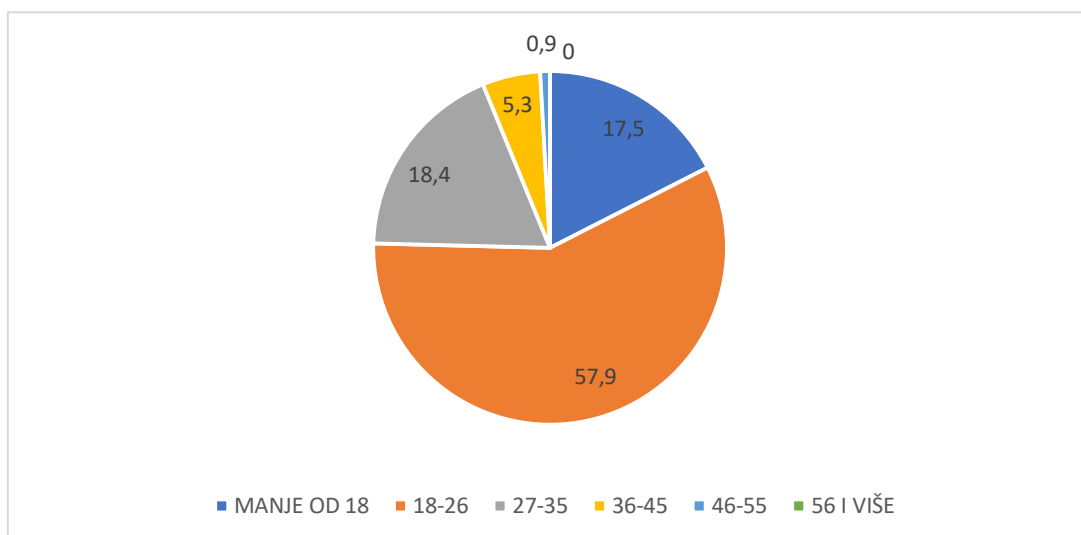
Grafikon 1. Spol



Izvor: Vlastita izrada autora

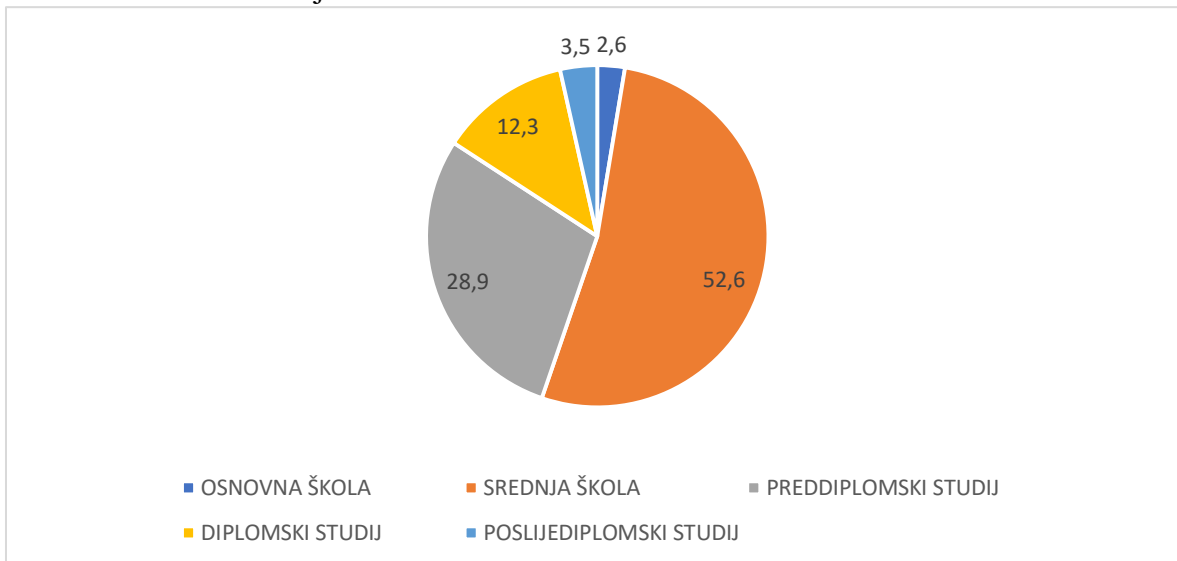
Grafikon 1. prikazuje koliko je ženskih i muških ispitanika sudjelovalo u istraživanju. Iz grafikona možemo vidjeti da je veći postotak ženskih ispitanika (72,8%), a muških ispitanika je 27,2%.

Grafikon 2. Dob



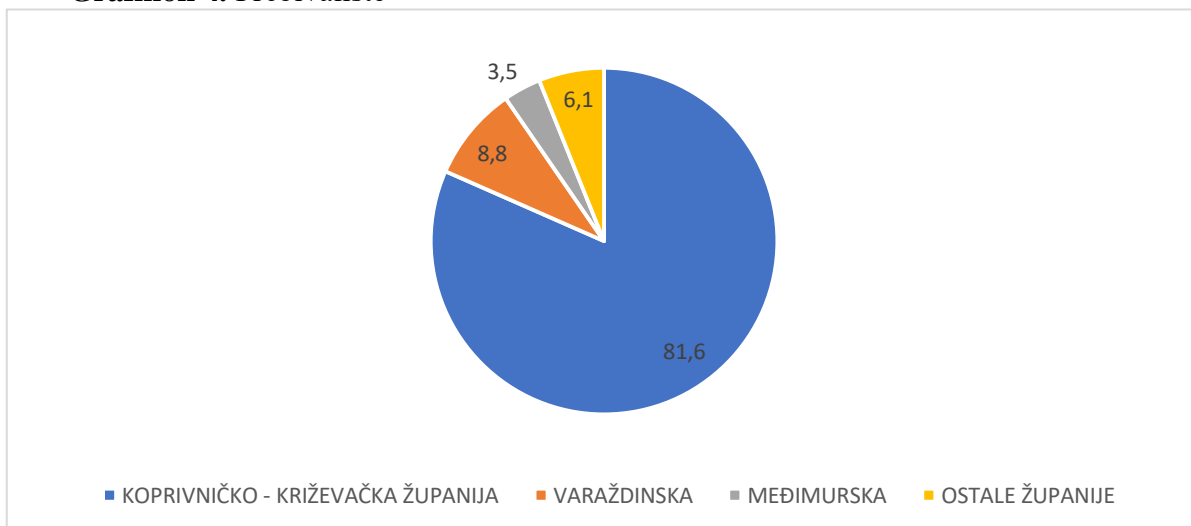
Izvor: Vlastita izrada autora

Grafikon 2. prikazuje životnu dob ispitanika. Sve dobne skupine obuhvaćene su u istraživanju. Najviše ispitanika čini skupina od 18 - 26 godina te čini 57,9% ispitanika. U dobi manjoj od 18 ispunilo je 17,5% ispitanika, a 18,5% odnosi se na dobnu skupinu 27 - 35 godina. Postotak od 5,3% odnosi se na dobnu skupinu 36 - 45 godina, a postotak od 0,9% odnosi se na dobnu skupinu 46 - 55 godina. Dobna skupina 56 i više nije pristupila istraživanju.

Grafikon 3. Obrazovanje

Izvor: Vlastita izrada autora

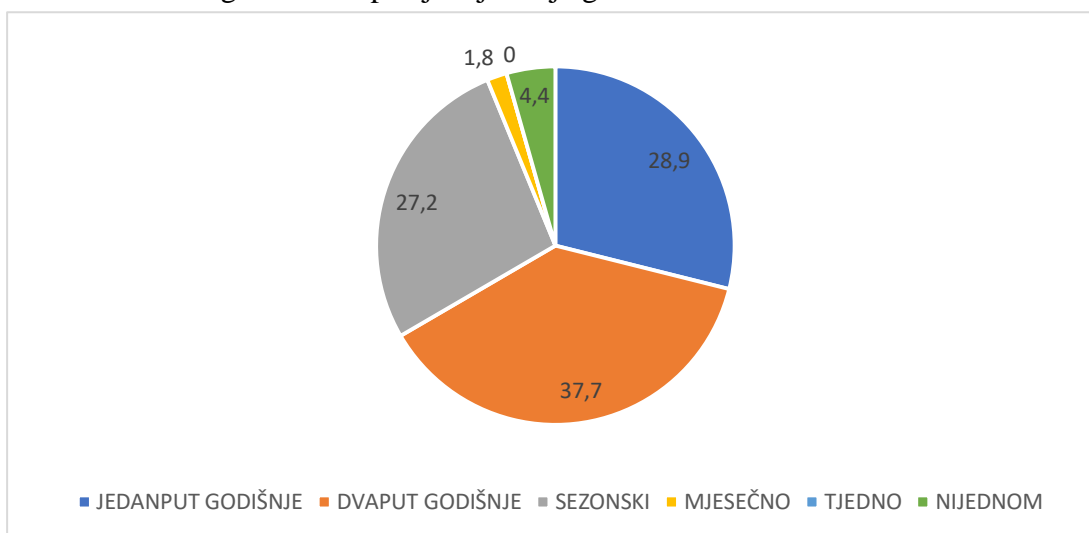
Grafikon 3. prikazuje razinu obrazovanja ispitanika. Najveći broj ispitanika od 52,6% završio je srednju školu, 28,9% završilo je preddiplomski studij, a 12,3% završilo je diplomski studij. Ostali postotci odnose se na završenu osnovnu školu od 2,6%, te poslijediplomski studij koji je završilo 3,5% ispitanika.

Grafikon 4. Prebivalište

Izvor: Vlastita izrada autora

Grafikon 4. prikazuje mjesto prebivališta ispitanika. Možemo zaključiti da najveći postotak ispitanika dolazi iz Koprivničko – križevačke županije i to njih 81,6%, slijedi Varaždinska županija s 8,8% ispitanika, te Međimurska s 3,5% ispitanika. Postotak od 3,5% čine ispitanici ostalih županija.

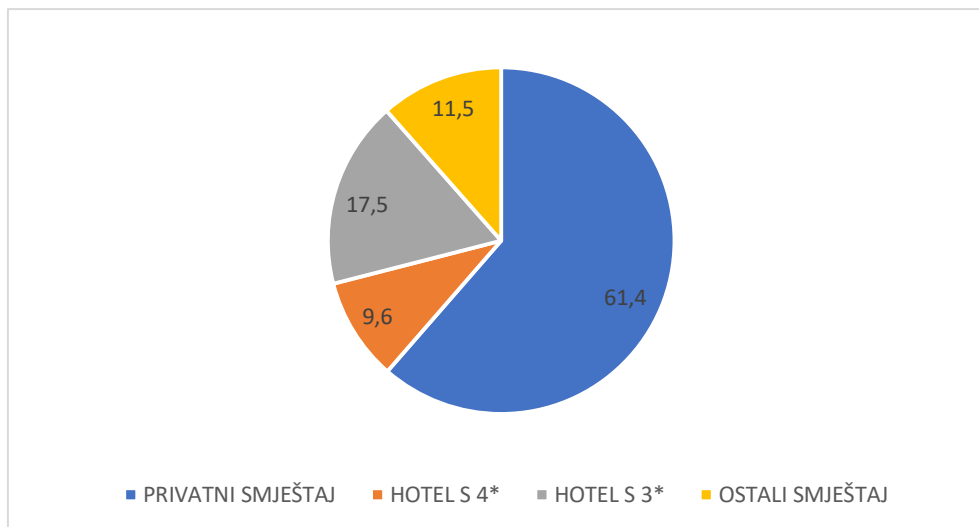
Grafikon 5. Uloga turista u posljednje dvije godine



Izvor: Vlastita izrada autora

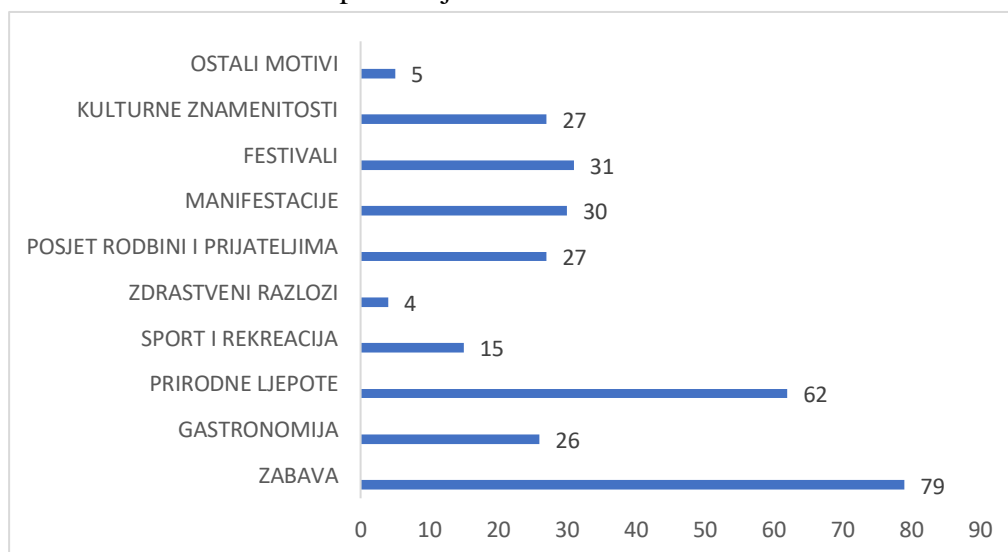
Grafikon 5. prikazuje učestalost putovanja u ulozi turista u posljednje dvije godine. Najveći broj ispitanika od 37,7% putuje dvaput godišnje, jedanput godišnje putuje 28,9%, a 27,2% ispitanika putuje sezonski. Manji je postotak onih koji putuju nijednom i to 4,4% i 1,8% koji putuju mjesečno. Na odgovor tjedno ispitanici se nisu izjasnili.

Grafikon 6. Vrste objekata za smještaj koje ispitanici koriste



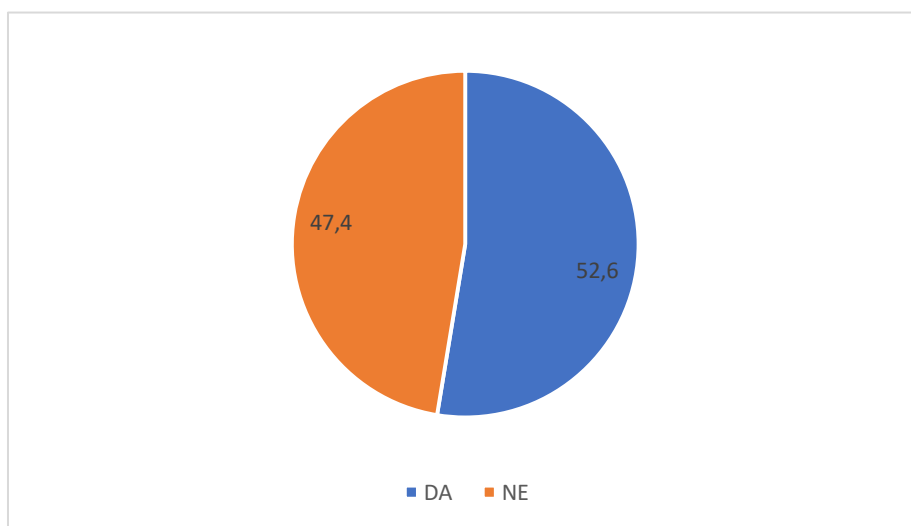
Izvor: Vlastita izrada autora

Grafikon 6. prikazuje koju vrstu objekta za smještaj najčešće koriste. Najveći postotak ispitanika izjasnilo se da koristi privatni smještaj i to njih 61,4%, hotel s 3 zvjezdice koristi 17,5%, a hotel s 4 zvjezdice koristi 9,6% ispitanika. Postotak od 11,5% odnosi se na ispitanike koji koriste ostale usluge smještaja kao što su kamp, hotel s 5 i 2 zvjezdice, hostel te mobilne kućice.

Grafikon 7. Glavni motiv putovanja

Izvor: Vlastita izrada autora

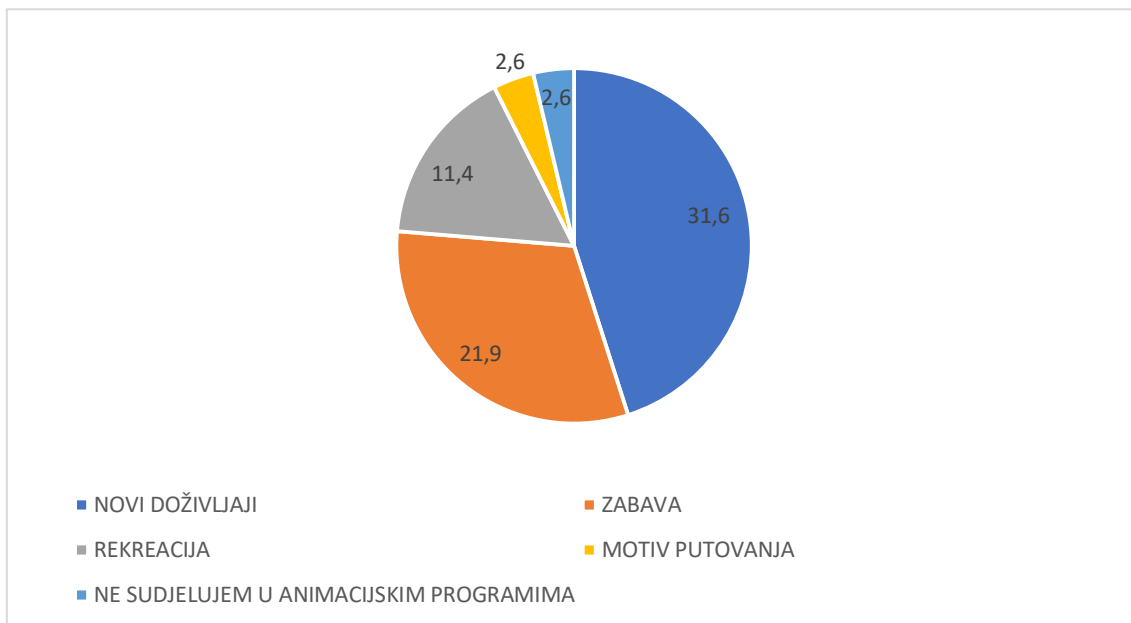
Grafikon 7. prikazuje koji su glavni motivi ispitanika za putovanje. Motivi za ovo pitanje su zabava, gastronomija, prirodne ljepote, sport i rekreacija, zdravstveni razlozi, posjet rodbini i prijateljima, manifestacije, festivali, kulturne znamenitosti i ostali motivi koje su ispitanici sami predložili. Najvećem broju ispitanika zabava je glavni motiv, njih 79 (69,3%), zatim slijede prirodne ljepote, 62 (54,4%) ispitanika, festivali su glavni motiv 31 (27,2%) ispitaniku. Na grafikonu 7. prikazani su ostali motivi.

Grafikon 8. Uloga animacijskih programa u odabiru turističke destinacije

Izvor: Vlastita izrada autora

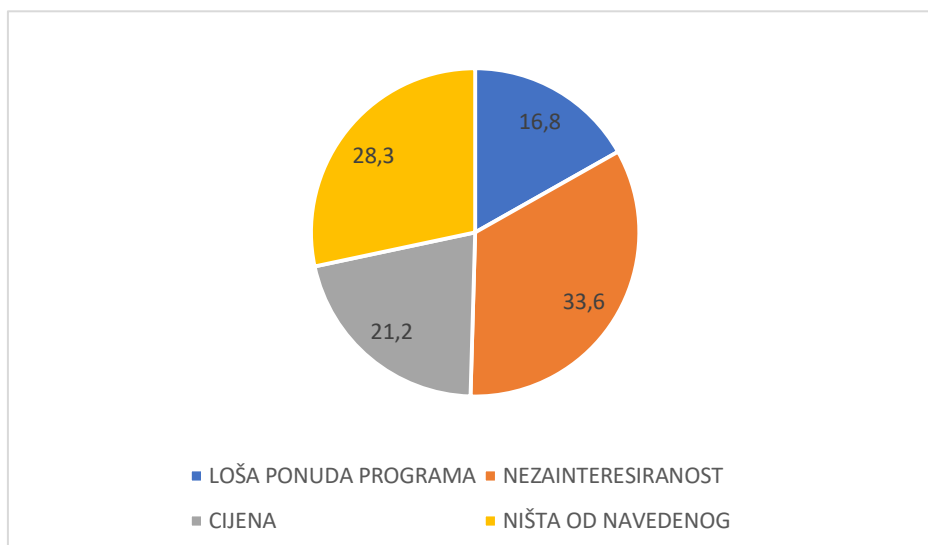
Grafikon 8. prikazuje je li bitna uloga animacijskih programa u odabiru destinacije. 52,6% ispitanika izjasnilo se odgovorom da, a 47,4% ispitanika izjasnilo se odgovorom ne. Možemo zaključiti da animacijski programi imaju ulogu kod odabira destinacije, ali ne toliko značajnu kod svih ispitanika.

Grafikon 9. Razlozi za sudjelovanje u animacijskim programima



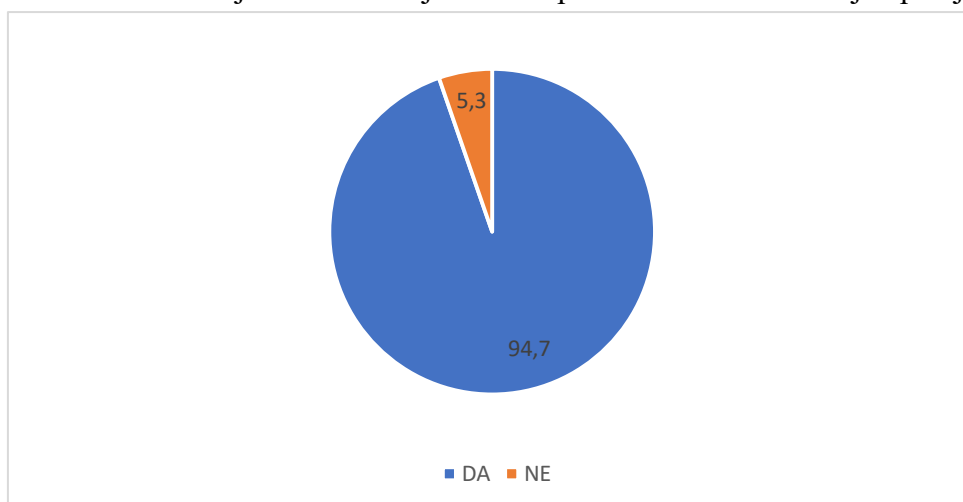
Izvor: Vlastita izrada autora

Grafikon 9. prikazuje koji su razlozi za sudjelovanje u animacijskim programima. Najveći broj ispitanika, njih 31,6%, odgovorilo je da ne sudjeluju u animacijskim programima na svom putovanju. Zabava s 21,9% je glavni razlog sudjelovanja u animacijskim programima te rekreacija koja je glavni razlog za 11,4% ispitanika. Za motiv putovanja izjasnilo se 2,6% te se također za isti postotak izjasnilo da je glavni razlog sudjelovanja novi doživljaj. Razlog zbog čega je velika zastupljenost ispitanika koji ne sudjeluju u animacijskim programima je ta da se na prethodnom grafikonu 8. njih 47,4% izjasnilo da im nisu bitni animacijski programi u odabiru turističke destinacije.

Grafikon 10. Razlozi za nesudjelovanje u animacijskim programima

Izvor: Vlastita izrada autora

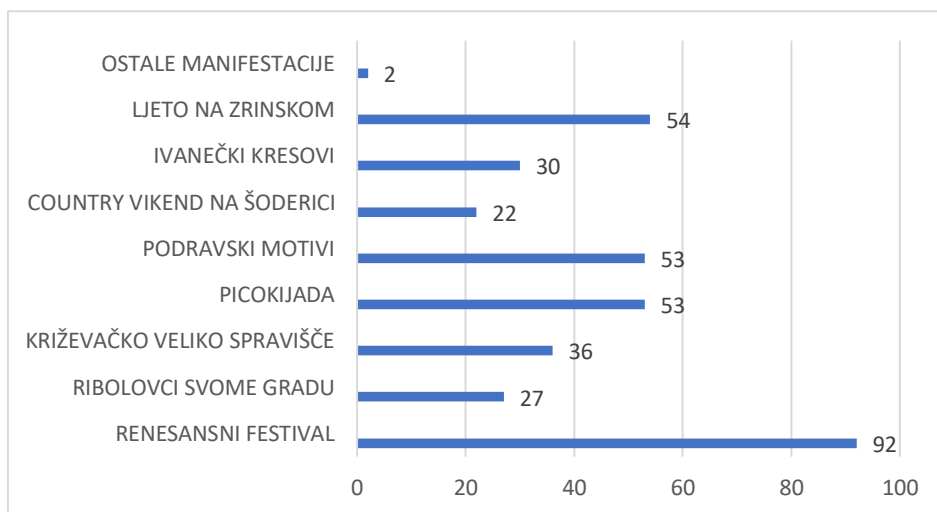
Grafikon 10. prikazuje koji su razlozi za nesudjelovanje u animacijskim programima. Najveći broj ispitanika, njih 33,6%, odgovorilo je da ne sudjeluje u animacijskim programima zbog nezainteresiranosti, 28,3% odgovorilo je da ništa navedeno ne utječe na sudjelovanje, 21,2% ispitanika odgovorilo je da je cijena razlog nesudjelovanja i naposljetku loša ponuda programa je za 16,8% ispitanika glavni razlog nesudjelovanja.

Grafikon 11. Posjet manifestacijama u Koprivničko – križevačkoj županiji

Izvor: Vlastita izrada autora

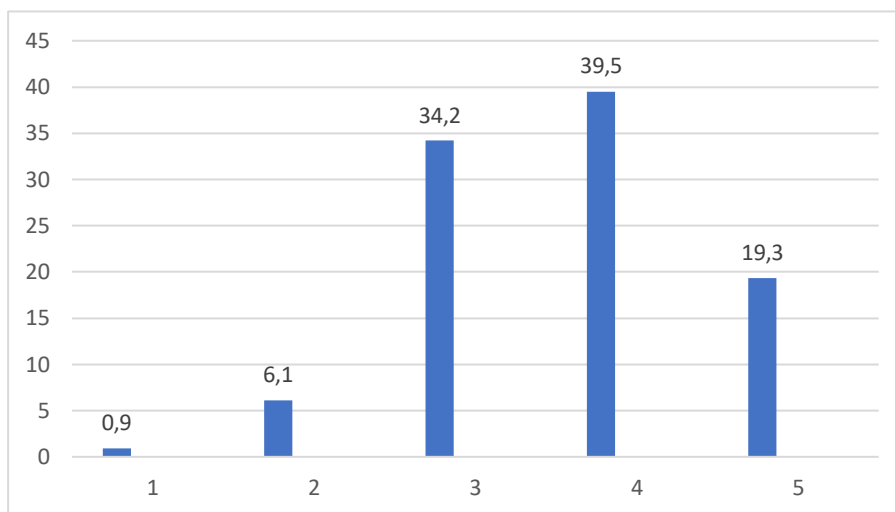
Grafikon 11. nam prikazuje koliko je ispitanika posjetilo neku od manifestacija na području Koprivničko – križevačke županije. Od 114 ispitanika njih 108, što je u postotku 94,7%, je posjetilo neku od manifestacija, a njih 6 kojih je u postotku 5,3% nikad nije posjetilo niti jednu manifestaciju u Županiji.

Grafikon 12. Posjećene manifestacije



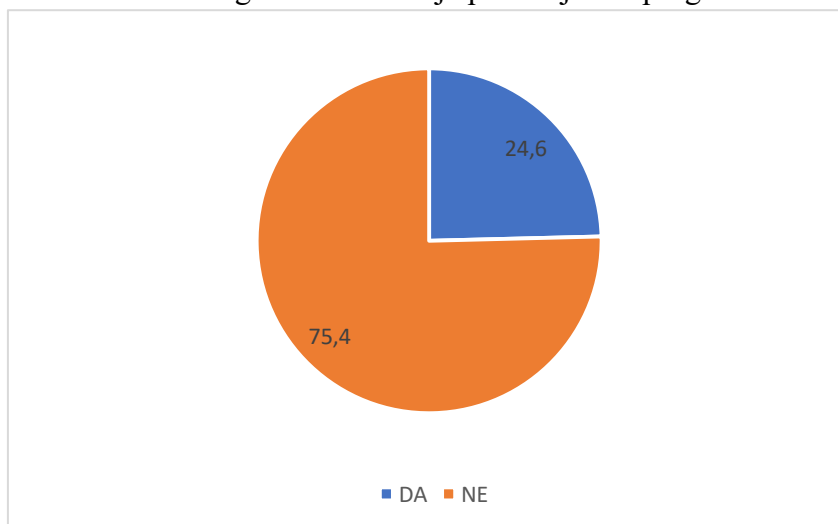
Izvor: Vlastita izrada autora

Iz grafikona 12. možemo zaključiti da je najposjećenija manifestacija Renesansi festival, to je potvrdilo 92 (83,6%) ispitanika od njih 114, što ne čudi jer je to jedna od najpoznatijih manifestacija u Republici Hrvatskoj. Zatim slijede ostale poznate manifestacije. Ljeto na Zrinskom posjetilo je 54 (49,1%) ispitanika, a isti broj ispitanika, 53 (48,2%), posjetilo je i Picokijadu i Podravske motive. U nastavku su ostale manifestacije koje su približno podjednake s brojem posjećenosti.

Grafikon 13. Ocjena turističke ponude Koprivničko – križevačke županije

Izvor: Vlastita izrada autora

Grafikon 13. nam prikazuje skalu od 1 do 5 što u ovim pitanjima označava: 1 – izrazito nezadovoljan, 2 – nezadovoljan, 3 – ni dobro ni loše, 4 – zadovoljan, 5 – izrazito zadovoljan. Turističku ponudu Koprivničko – križevačke županije najviše je ispitanika ocijenilo ocjenom 4, točnije 39,5% ispitanika. Ocjenom 3 ocijenilo je 34,2% ispitanika, ocjenom 5 ocijenilo je 19,3% ispitanika. Ocjenom 2 ocijenilo je 6,1% ispitanika, a ocjenom 1 samo 0,9% ispitanika.

Grafikon 14. Mogućnost uvođenja potencijalnih programa

Izvor: Vlastita izrada autora

Grafikon 14. nam prikazuje postoje li potencijalni animacijski programi koji bi unaprijedili turističku ponudu Koprivničko – križevačke županije, a ispitanicima su

ponuđena dva odgovora da i ne. Najveći broj ispitanika, njih 75,4%, izjasnilo se za odgovor ne dok se za odgovor da izjasnilo 24,6% ispitanika.

Posljednje 15. pitanje koje je ponuđeno u anketnom upitniku bilo je formulirano tako da ispitanici iznesu svoje mišljenje koje bi to potencijalne animacijske programe Županija trebala uvesti kako bi povećala turističku ponudu. Upravo ovakvim pitanjem najbolje se mogu doznati mišljenja ispitanika. Odgovori ispitanika su:

1. Bolje uređenje biciklističkih staza, omogućiti rent a bike centar;
2. Besplatne radionice na trgu za djecu i odrasle;
3. Više programa za djecu i bolja reklama da mi koji smo sa sela lakše dođemo do informacija;
4. Više programa za djecu i roditelje.

6.3. Ograničenja istraživanja

Jedno od najvećih ograničenja u ovom istraživanju je online uzorak. Takav uzorak ne može biti primjer stvarne slike relevantnosti i vjerodostojnosti prikupljenih podataka. Istraživanje je provedeno na stranici Facebook kojoj nije svatko u mogućnosti pristupiti. Također može doći i do lažnih odgovora i predstavljanja, takvi odgovori ne mogu biti relevantni. Ograničenje predstavlja i vrsta ispitivanja koja izdaje najmanje financijskih sredstava.

7. RASPRAVA

Iz provedenog istraživanja moguće je zaključiti kako ispitanicima animacijski programi imaju značajnu ulogu kod odabira turističke destinacije. Isto tako moguće je zaključiti kako je zabava glavni motiv putovanja. Ispitanici sudjeluju u animacijskim programima zbog novih doživljaja što je zapravo i glavni cilj animacijskih programa. Glavni razlog za nesudjelovanje u animacijskim programima je nezainteresiranost. Turisti žele nešto novo i inovativno na tom području zbog čega će se vraćati u turističku destinaciju gdje su doživjeli nezaboravno iskustvo i stekli nove doživljaje.

Ispitanici su najvećim dijelom iz Koprivničko – križevačke županije dok je ostali dio ispitanika iz Varaždinske i Međimurske županije te ostalih županija u Republici Hrvatskoj. Prosječna dob ispitanika je od 18 do 26 godina i većina ima završenu srednju školu. Moguće je zaključiti kako su najveći dio ispitanika studenti. Najveći dio ispitanika odsjeda u privatnom smještaju i putuju u druge destinacije dva puta godišnje. Najveći dio ispitanika je posjetio barem jednu manifestaciju u Koprivničko – križevačkoj županiji, a to je Renesansni festival koji je jedna od najpoznatijih manifestacija u Republici Hrvatskoj.

Ispitanici su ocijenili turističku ponudu Koprivničko – križevačke županije ocjenom zadovoljan (4), što je poprilično zadovoljavajuće s obzirom da turizam već neko vrijeme stagnira i ne uvode se velike investicije koje bi potaknule bolji razvoj turizma i konkurentnost na tržištu. Na pitanje postoje li neki potencijalni animacijski programi koji bi unaprijedili turističku ponudu, najveći dio ispitanika odgovorio je ne. Među ispitanicima vidi se visoka stopa neinformiranosti što su to animacijski programi i kako oni utječu na razvoj turističke destinacije. Utjecaj takvog stanja je nedovoljna informiranost stanovništva, slaba promocija, nedostatak educirane radne snage i nedostatak novca koji se ulaže u turizam.

8. ZAKLJUČAK

Provedenim istraživanjem dolazi se do zaključka da je turistička ponuda Koprivničko – križevačke županije zadovoljavajuća, ali nedovoljno razvijena u području animacijskih programa. Kvaliteta animacijskih programa bolja je u primorskom dijelu, nego u kontinentalnom dijelu Hrvatske. S obzirom da se ovdje radi o kontinentalnom dijelu koji je manje privlačan, otvara se mogućnost za ispitivanje kako poboljšati turističku ponudu uvođenjem potencijalnih animacijskih programa.

Potencijalni animacijski programi u turističkoj ponudi Koprivničko - križevačke županije uglavnom su dio neke od većih manifestacija koje u ponudi imaju tjedne programe. Oni se održavaju tijekom ljetnih mjeseci dok u zimi značajnih animacijskih programa gotovo i nema. Uvođenjem Geocachinga, Cikloturizma i Etno muzeja nudi se mogućnost da se animacijski programi održavaju sezonski. Uvođenjem potencijalnih animacijskih programa u turističku ponudu Koprivničko – križevačke županije potaknuo bi se razvoj turističke potrošnje, povećao bi se broj noćenja i smještajnih kapaciteta. Privukao bi se veliki broj stranih turista jer su navedeni animacijski programi vrlo popularni u drugim zemljama dok u Hrvatskoj polako ulaze na turističko tržište. Potencijalni animacijski programi temelje se na održivom razvoju turizma zbog činjenice da se sve više devastira priroda i gradovi postaju sve zagađeniji. Ljudi danas traže bijeg u prirodu gdje očekuju mir, čisti zrak i opće zadovoljstvo. Suvremeni turist danas traži doživljaj i ne interesira ga statična ponuda, nego je važno unaprijediti ponudu u obliku kreativnih sadržaja.

Istraživanje je pokazalo da animacijski programi imaju značajnu ulogu kod odabira turističke destinacije. Vidjelo se su ispitanici nedovoljno informirani što su to animacijski programi, ali i za uvođenje potencijalnih programa. Možemo zaključiti kako bi potencijalni animacijski programi bili pravo osvježenje u turističkoj ponudi jer Županija ima visoke mogućnosti razvoja, a što je ostvarivo uz pomoć državne politike, lokalne zajednice, boljom promocijom, edukacijom stručnog kadra i investicijskim ulaganjima u turizam.

LITERATURA

1. Bartoluci, M.; Čavlek, N. i sur. (2007). Turizam i sport – razvojni aspekti. Zagreb, Sveučilište u Zagrebu.
2. Cerović, Z. (2008). Animacija u turizmu. Opatija, Fakultet za turistički i hotelski menadžment.
3. Cikloturizam. <https://ekonomskiportal.com/cikloturizam-kada-turizam-postane-ciklo/>, pristup 1.09.2019.
4. Čavlek N., Bartoluci M., Prebežac D., Kesar O., Hendija Z., Bilen M., Mikulić J., Tomašević A., Čižmar S. (2011), Turizam ekonomske osnove i organizacijski sustav, Sveučilište u Zagrebu, Školska knjiga, Zagreb
5. Feletar D. (2009), Koprivničko-križevačka županija, fotomonografija, Meridijani, Koprivnica
6. Geocaching Hrvatska. <http://geocaching-hrvatska.hr/geocaching/>, pristup 01.09.2019.
7. Kranjčev R. (2006). Pijesci u Podravini, Đurđevački pijesci, Koprivnica.
8. Ljeto na Zrinskom. <https://koprivnica.hr/novosti/ljeto-na-zrinskom-program/>, pristup 28.08.2019.
9. Enciklopedija.hr, <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=42819>, pristup 31.8.2019.
10. Ravkin, R. (1999). Pojam, cilj i načela animacije, Animacija u hotelijersko turističkoj ponudi, Opatija.
11. Službena stranica Koprivničko – križevačke županije . <https://kckzz.hr/o-zupaniji/zemljopisni-podaci/>, pristup 28.08.2019.
12. Službena stranica Koprivničko – križevačke županije. <https://kckzz.hr/uprava/dokumenti/>, pristup 28.08.2019.
13. Turistička zajednica Koprivničko – križevačke županije. <http://tz-koprivnicko-krizevacka.hr/prirodna-bastina-podravine-i-prigorja/prirodna-raznolikost-podravine-i-prigorja/>, pristup 28.08.2019.
14. Turistička zajednica Koprivničko – križevačke županije. <https://tz-koprivnicko-krizevacka.hr/podaci-o-broju-dolazaka-i-nocenja-u-koprivnicko-krizevackoj-zupaniji-za-razdoblje-01-01-15-12-2017/>, pristup 28.08.2019.

15. Vukonić B. i Čavlek N. (2001). Rječnik turizma. Masmedia. Zagreb.

PRILOZI

Popis grafikona

| | |
|---|-----------|
| Grafikon 1. Spol | 21 |
| Grafikon 2. Dob | 22 |
| Grafikon 3. Obrazovanje..... | 23 |
| Grafikon 4. Prebivalište..... | 23 |
| Grafikon 5. Uloga turista u posljednje dvije godine | 24 |
| Grafikon 6. Vrste objekata za smještaj koje ispitanici koriste..... | 25 |
| Grafikon 7. Glavni motiv putovanja | 26 |
| Grafikon 8. Uloga animacijskih programa u odabiru turističke destinacije | 26 |
| Grafikon 9. Razlozi za sudjelovanje u animacijskim programima | 27 |
| Grafikon 10. Razlozi za nesudjelovanje u animacijskim programima | 28 |
| Grafikon 11. Posjet manifestacijama u Koprivničko – križevačkoj županiji..... | 28 |
| Grafikon 12. Posjećene manifestacije..... | 29 |
| Grafikon 13. Ocijena turističke ponude Koprivničko – križevačke županije..... | 30 |
| Grafikon 14. Mogućnost uvođenja potencijalnih programa | 30 |

Popis slika

| | |
|---|-----------|
| Slika 1. Gradovi i Općine Koprivničko-križevačke županije..... | 11 |
|---|-----------|

Anketni upitnik**Potencijalne turističke animacije u turističkoj
ponudi
Koprivničko-križevačke županije**

Poštovani, ovaj upitnik dio je istraživanja u sklopu završnog rada na temu "Potencijalne turističke animacije u turističkoj ponudi Koprivničko-križevačke županije".

Ispunjavanje upitnika traje 2-3 minute, upitnik je anoniman i svi prikupljeni podaci koriste se isključivo za izradu završnog rada.

Unaprijed se zahvaljujem.

Petra Bojanić

Studentica 3. godine preddiplomskog stručnog studija Menadžment turizma i sporta na Međimurskom veleučilištu u Čakovcu.

* Required

1. 1. Spol *

Mark only one oval.

- Muško
 Žensko

2. 2. Dob *

Mark only one oval.

- Manje od 18
 18-26
 27-35
 36-45
 46-55
56 i više

3. 3. Obrazovanje * *Mark only one oval.*

- Osnovna škola
 Srednja škola
 Preddiplomski studij
 Diplomski studij
 Poslijediplomski studij

4 4. Prebivalište *

Mark only one oval.

- Koprivničko-križevačka županija
 Međimurska županija
 Varaždinska županija
 Krapinsko-zagorska županija
 Grad Zagreb
 Zagrebačka županija

Virovitičko-podravska županija Other:

5. 5. Koliko često ste putovali u ulozi turista u posljednje 2 godine? * Mark only one oval.

- Jedanput godišnje
 Dva puta godišnje
 Sezonski
 Mjesečno
 Tjedno
 Nijednom

6. 6. U kojoj vrsti objekta odsjedate na svom putovanju? * Mark only one oval.

- Hotel s 5*
- Hotel s 4*
- Hotel s 3*
- Hotel s 2*
- Privatni smještaj
- _____ Kamp

Other:

7. 7. Koji su glavni motivi Vašeg putovanja? * Check all that apply.

- Zabava
- Gastronomija
- Prirodne ljepote
- Sport i rekreacija
- Zdrastveni razlozi
- Posjet obitelji i prijateljima
- Manifestacije
- Festivali
- Kulturne znamenitosti

Other:

8 8. Imaju li za Vas animacijski programi značajnu ulogu u odabiru turističke destinacije? * Mark only one oval.

- Da
- Ne

9. 9. Koji su Vaši razlozi za sudjelovanje u animacijskim programima? * Mark only one oval.

- Novi doživljaji
- Zabava
- Rekreacija
- Motiv putovanja

Ne sudjelujem u animacijskim programima

10. 10. Koji su Vaši razlozi za nesudjelovanje u animacijskim programima? * Mark only one oval.

- Loša ponuda programa
- Nezainteresiranost
- Cijena
- Ništa od navedenog

11. 11. Jeste li ikad posjetili neku od manifestacija u Koprivničko-križevačkoj županiji? * Mark only one oval.

- Da
- Ne

12. 12. Ako je Vaš odgovor Da, koja je to manifestacija? Check all that apply.

- Renesansi festival
- Ribolovci svome gradu
- Križevačko veliko spravišće
- Picokijada
- Podravski motivi
- Country vikend na Šoderici
- Ivanečki kresovi
- _____

Ljeto na

Zrinskom Other:

13. 13. Kako bi ste ocijenili turističku ponudu Koprivničko-križevačke županije? * Mark only one oval.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| Izrazito nezadovoljan | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Izrazito zadovoljan |

14 **14. Po Vašem mišljenju, postoje li neki potencijalni animacijski programi koji bi unaprijedili turističku ponudu Koprivničko-križevačke županije? * Mark only one oval.**

- Da
 Ne

15. **15. Ako je Vaš odgovor Da, koji su to programi?**
