

MARKETINŠKE AKTIVNOSTI OPĆINE MAJUR

DARIO BUGARIN, TOMISLAV MARKEŠIĆ,
DOROTEA OBLAKOVIĆ, MARTIN STRUČIĆ

Veleučilište u Križevcima, Križevci, Hrvatska
dbugarin@vguk.hr, tmarkesic@vguk.hr, doblakovic@vguk.hr, mastrucic@vguk.hr

Općina Majur nalazi se u Sisačko-moslavačkoj županiji i poznata je po jedinstvenom Woonko-Centru vune, jedinom takvom centru u Hrvatskoj. Centar je edukativnog karaktera i u njemu posjetitelji mogu vidjeti proizvode od vune, izraditi svoj suvenir od vune, te doživjeti nezaboravno iskustvo virtualnog striženja vune. Cilj istraživanja je uočiti probleme s kojima se susreće općina Majur i Woonko-Centar vune i predložiti rješenja koja bi unaprijedila marketinške aktivnosti općine Majur i Woonko-Centra vune. Stoga se ovaj rad temelji na prikazu destinacije, istraživanju marketinške strategije, prijedlogu promocije putem društvenih mreža, kreiranju inovativnog i atraktivnog grba te poboljšanju uočljivosti putokaza. Svrha rada je da prijedlozi studentskog istraživanja posluže kao alat za razvoj potencijala općine Majur i Woonko-Centra vune kroz predložene marketinške aktivnosti.

DOI
[https://doi.org/
10.18690/um.fr.3.2025.9](https://doi.org/10.18690/um.fr.3.2025.9)

ISBN
978-961-299-044-2

Keywords:
općina Majur,
Woonko-Centar vune,
ovca,
mrav,
vuna



University of Maribor Press

DOI
[https://doi.org/
10.18690/um.ft.3.2025.9](https://doi.org/10.18690/um.ft.3.2025.9)

ISBN
978-961-299-044-2

Ključne riječi:

Majur municipality,
Woonko-Wool Centre,
sheep,
ant,
wool

MARKETING ACTIVITIES OF THE MUNICIPALITY OF MAJUR

DARIO BUGARIN, TOMISLAV MARKEŠIĆ,
DOROTEA OBLAKOVIĆ, MARTIN STRUČIĆ

Križevci University of Applied Sciences, Križevci, Croatia
dbugarin@vguk.hr, tmarkesic@vguk.hr, doblakovic@vguk.hr, mastrucic@vguk.hr

The municipality of Majur is located in Sisak-Moslavina County and is known for its unique Woonko Wool Centre, the only one of its kind in Croatia. The centre has an educational character and visitors can see wool products, make their own wool souvenirs and have an unforgettable experience of virtual wool shearing. The aim of the research is to identify the problems faced by the Municipality of Majur and the Woonko Wool Centre and to propose solutions that will improve the marketing activities of the Municipality of Majur and the Woonko Wool Centre. Therefore, this paper is based on a description of the destination, the exploration of a marketing strategy, a proposal for promotion via social networks, the creation of an innovative and attractive emblem and the improvement of the visibility of signposts. The purpose of the paper is for the students' research proposals to serve as a tool for developing the potential of the community of Majur and the Woonko Wool Centre through the proposed marketing activities.



University of Maribor Press

1 Uvod

Studenti Veleučilišta u Križevcima treće godine Prijediplomskog studija Poljoprivrede, smjer Menadžment u poljoprivredi posjetili su 14. i 15. listopada 2024. općinu Majur u sklopu studentske terenske nastave kako bi istražili potencijale općine Majur i predložili marketinške aktivnosti. U sjedištu općine dočekala ih je načelnica općine Majur i ukratko predstavila općinu i njezinu povijest, stanovništvo i naselja, te projekt „*WOOL – Wool as Outstanding Opportunity for Leverage*“ u sklopu Europskog fonda za regionalni razvoj IPA II. Zatim ih je provela kroz prostorije Woonko-Centra vune (u daljnjem tekstu: Centar vune) gdje su imali prilike sudjelovati u radionici mokrog filcanja vune i interaktivnim igrama u sklopu Centra vune (Veleučilište Velika Gorica, b. d.). Kao prvi i jedini takav centar na ovim prostorima Centar vune nudi jedinstvenu kombinaciju tradicionalnog i suvremenog pristupa zaboravljenoj, visokovrijednoj sirovini: vuni. Posjetitelji imaju priliku naučiti nešto novo i doživjeti nezaboravno iskustvo virtualnog striženja vune, dok se najmlađi mogu zabaviti video igrom s ovcima. U Centru vune također se istražuje uzgoj ovaca u kontinentalnom i primorskom dijelu Hrvatske, prikupljaju zanimljivosti o tradicionalnoj obradi vune i surađuje sa udrugama u zemlji i inozemstvu. Posjetitelji Centra vune mogu samostalno izraditi jedinstveni turistički suvenir na radionici, što utječe na motoriku i stvaralaštvo kod posjetitelja svih dobnih skupina. Posjet Centru vune moguć je samo uz obaveznu prethodnu najavu (Woonko Majur, b.d.).

Cilj studentskog istraživanja je predložiti marketinške alate kako bi Centar Vune postao vidljiviji u domaćem i inozemnom okruženju, potaknuo lokalne poljoprivrednike na uzgoj ovaca i intenzivnije prikupljanje vune i time privukao posjetitelje u općinu Majur i Centar vune. U dobivanju što kvalitetnijih rezultata istraživanja studenti su koristili statističke podatke Državnog zavoda za statistiku, podatke iz Strategije razvoja Općine Majur 2016-2020, intervjuje s terenske nastave, strateške i zakonodavne dokumente koji se odnose na razvoj općine Majur, dostupne izvore s Interneta, knjige i slično, te izradili SWOT analizu.

2 Povijesno-teorijski, retrospektivni i eksplikativni dio

Općina Majur smještena je na Banovini, u Sisačko-moslavačkoj županiji. Graniči s općinama Sunja, Donji Kukuruzari i gradom Hrvatska Kostajnica. Općina obuhvaća područje 11 naselja u kojima na 67,96 km² živi 760 stanovnika prema popisu iz 2021.

godine. Općinu Majur ukupno čini 11 naselja i to: Majur, Stubalj, Graboštani, Mračaj, Kostrići, Gornji Hrastovac, Gornja Meminska, Svinica, Srednja Meminska, Malo Krčevo, Veliko Krčevo. Kroz povijest, ime općine Majur se mijenjao. Do 1921. ime općine je Majur, od 1921. do 1997. Kostajnički Majur te ponovno od 1997. Majur. Prema Hrvatskoj enciklopediji riječ Majur znači salaš, udaljeniji dio vlastelinstva ili, općenito, velikoga zemljišnog imanja, s vlastitim gospodarskim zgradama, tehničkim sredstvima i radnom stokom, koji obično ima posebnog upravitelja. U feudalno su doba radnu snagu davali kmetovi iz okolnih sela, a poslije seoski najamni radnici (stalni i sezonski) (Leksikografski zavod Miroslav Krleža, b. d.).

Grb Općine Majur (slika 2) je u obliku pravilnog poluokruglog štita s poljem zlatne boje, koji je obrubljen crnim rubom, a u kojem se nalazi stilizirani oblik mrava crne boje. Kao simbol, mrav predstavlja marljivost, graditeljstvo i upornost žitelja ovog područja kroz dugu i burnu povijest (Općina Majur, b. d. b.).

Prema popisu stanovništva iz 2021. godine u općini Majur živi 760 stanovnika (Državni zavod za statistiku, 2021). U tablici 1 prikazana je starosna i spolna struktura stanovnika Općine (prema zadnje dostupnim podacima) iz koje je vidljivo da mladih osoba do 39 godina ima ukupno 223, stanovnika do 59 godina starosti ima ukupno 194, a od 60 godina starosti na više ima ukupno 343 stanovnika.



Slika 2: Grb Općine Majur
Izvor: Općina Majur, b. d. b.

Tablica 1: Prikaz starosne dobi stanovnika Općine Majur (2021)

DOB	BROJ STANOVNIKA
0-4	19
5-9	25
10-14	26
15-19	31
20-24	40
25-29	23
30-34	25
35-39	34
40-44	44
45-49	53
50-54	46
55-59	51
60-64	79
65-69	77
70-74	81
75-79	36
80-84	42
85-89	23
90-94	5
UKUPNO	760

Izvor: Državni zavod za statistiku, 2021

Povijest općine Majur oblikovala je sadašnjost ovog kraja. Jedan od najznačajnijih događaja datira iz 1932. kada je osnovano Dobrovoljno vatrogasno društvo u Majuru, koje svojim aktivnostima nastoji poticati običaje i tradiciju ovoga kraja. U razdoblju od 1945. do 1991. Majur se slabo razvija unatoč dobroj prometnoj povezanosti s Petrinjom, Siskom i Zagrebom. Početkom Domovinskog rata 1991. cijeli prostor općine je okupiran, razrušen i spaljen, stanovništvo prognano i pobijeno, a sve katoličke crkve porušene. Vojno redarstvenom akcijom "OLUJA" oslobođeni su Majur i cijela Banovina (Općina Majur, b. d. c). Nakon toga, život se postupno vraća u Majur. Stambeni objekti se obnavljaju. Na žalost, općina Majur je 2020. stradala u potresu, veliki broj kuća je oštećen i bila im je potrebna velika pomoć za obnovu (Dnevnik.hr, 2020).

Danas, općina Majur ima 14 aktivnih udruga: Kulturno umjetničko društvo „Sloga“ Majur, Udruga hrvatskih branitelja Domovinskog rata '90-'92 Graboštani, Udruga žena „Kruna“ Stubalj, Udruga „Hrvatska žena“ Majur, Športski nogometni klub „Radnik“ Majur, Centar podrške u zajednici, Sportsko ribolovna udruga „Klen“ Majur, Lovačko društvo Naretak Hrvatska Kostajnica (Općina Majur, b. d. c), Zavičajna udruga Svinica, Udruga „Hrvatska žena“ Graboštani, udruga „Tomos“

Majur, Dobrovoljno vatrogasno društvo Majur, Pogrebno društvo Majur i Lokalna akcijska grupa „Una“(Registar udruga Republike Hrvatske, b. d.). Sve navedene udruge značajno utječu na aktivnost stanovnika Općine. Međutim, temeljem provedenog intervjua na terenskoj nastavi studenti su dobili informaciju da bi se općina Majur, prema resursima kojima raspolaže, trebala posvetiti poljoprivredi i turizmu.

Stoga je važno osnovati poljoprivrednu udrugu u okviru koje bi se najviše stavio naglasak na vunu i koja bi na taj način bolje podržala aktivnosti Centra vune. Za općinu Majur i Centar Vune važan je i rad turističkih zajednica. Stoga su Turistička zajednica Hrvatska Kostajnica, odnosno Grad Hrvatska Kostajnica i Općine Dvor, Hrvatska Dubica, Donji Kukuruzari, Majur i Sunja pokrenule tijekom 2022. postupak osnivanja Turističke zajednice područja Banovina Pounje (Sisačko-moslavačka županija, 2023). Na žalost, na području općine Majur i susjednih jedinica lokalne samouprave turizam se više događa nego razvija. Dakle, riječ je izostanku sustavnog i strateškog razvoja turizma koji podrazumijeva: uspostavu suradnje sa TZ Grada Hrvatska Kostajnica, izgradnju osnovne turističke infrastrukture, jačanje turističke ponude, snažnu suradnju svih relevantnih dionika (JLS, TZ, ugostitelji, privatni iznajmljivači, proizvođači prepoznatljivih tradicijskih proizvoda i dr.) i brendiranje destinacije.

Nadalje, u Strategiji razvoja općine Majur 2016.-2020. navodi se vizija i misija Općine (Općina Majur, 2017). *Razvoj općine Majur temelji se na održivom korištenju bogate prirodne baštine, ekološkoj poljoprivredi, šumarstvu i drvenoj industriji, tradicijskim obrtima, turizmu i razvijenoj poduzetničkoj infrastrukturi, a svim svojim građanima jamči visoku razinu kvalitete života po načelima održivog razvoja. Misija općine: Predanim radom omogućiti stanovnicima Općine Majur kvalitetan život.*

Centar vune odlično se uklapa u strateške razvojne dokumente Općine, jer nastoji koristiti bogatu prirodnu baštinu uzgoja vune na ovim područjima, podržavajući ekološko ovčarstvo putem tradicijskog obrta prerade vune i proizvodnje proizvoda od vune. Na taj način može se unaprijediti kvaliteta života stanovnika i još više razviti turistička ponuda općine Majur.

Za razvoj općine Majur posebno je važna Lokalna akcijska grupa (LAG) Una. LAG Una osnovana je 11. kolovoza 2010. s ciljem revitalizacije ruralnog područja i unapređenja kvalitete života kroz poticanje razvoja gospodarstva i selektivnog turizma, obnove ili razvoja komunalne i društvene infrastrukture i održivog upravljanja okolišem, prirodnom i kulturno-povijesnom baštinom. Svoj dosadašnji rad temeljio je na aktivnostima animacije i aktivacije lokalnog stanovništva i članova, prikupljanju i distribuciji servisnih informacija, pisanju i provođenju nacionalnih i europskih projekata, (su)organizaciji lokalnih seminara, javnih tribina i lokalnih manifestacija, prezentiranju LAG-a Una i jačanju prepoznatljivosti područja (LAG Una, b. d. a). LAG Una proveo je projekt „*Wool as outstanding opportunity for leverage – wool.*“ Cilj projekta je očuvanje vune kao važnog prirodnog resursa i zaštita kulturnih baština tradicionalno ručno izrađenih vunениh proizvoda putem poboljšavanja regionalne suradnje i prijenosa znanja te promoviranje zajedničke regionalne marke ADRIION. Glavni rezultati projekta su identifikacija resursa za proizvodnju vune i razvijanje potrebnih sposobnosti, izrada regionalne strategije za korištenje resursa na vuni, razvoj vunениh turističkih proizvoda, uspostavljanje mreže Adriion WOOL i promocija regionalne marke WOOL (Lag Una, b. d. b). Zahvaljujući navedenom projektu uspostavljen je Centar vune u općini Majur. Međutim, potrebno je osmisлити nove modele funkcioniranja Centra vune i nakon završetka projekta, te na taj način postići njegovu održivost, posebice u kontekstu zapošljavanja barem jednog zaposlenika.

Može se zaključiti da Strategija razvoja općine Majur, uspostavljanje Turističke zajednice područja Banovina Pounje i projekt kojeg je proveo LAG Una mogu značajno doprinijeti sveukupnom razvoju analizirane općine uz glavnu atrakciju Centar vune.

Što se tiče prijedloga marketinških aktivnosti za Centar vune najvažnije je razumjeti osnovne pojmove: brending i promocija, koji se pojašnjavaju u nastavku.

Bolfek i sur. (2012.) citirajući autore Cotler i Kellera navode da brend možemo definirati na sljedeći način: Brend predstavlja marku, ime, pojam, termin, znak, simbol, dizajn oblik ili kombinacija svega navedenog, čija je namjena identificiranje dobara ili usluga jednog poslodavca (proizvođača, ponuđača, prodavača) ili grupe te njihovo razlikovanje (diferenciranje) od konkurencije. Brendiranje u turizmu je proces koji izdvaja određenu destinaciju po njezinim karakteristikama, stvarajući

identitet destinacije jer se u brend ugrađuju vrijednosti koje trebaju privući pozornost domaćih i stranih turista, odnosno vrijednosti dovoljno privlačne da ih dovedu u posjet destinaciji. Isti autori ističu da stvaranjem međunarodne prepoznatljivosti regije turistički brend privlači ulaganja i stručnu radnu snagu, a posredno djeluje i na povećanje izvoza.

Brending je strategija kojom kreiramo i vizualiziramo sliku svojih proizvoda. Iako su sastavni dio brendinga logo, boje, font i slogan, ovo nikako nisu jedini elementi brending strategije. Cilj je brendinga privući i zadržati vjerne klijente tako što nudimo proizvod koji je uvijek u skladu s obećanjima koja brend daje (Markething.hr, b. d.). Brending utječe na naše kupce, ali i na poslovne partnere, buduće zaposlenike i sve koji imaju želju surađivati s nama. Dobar brending omogućuje prepoznatljivost na tržištu. Potencijalni će partneri za suradnju uvijek radije odabrati tvrtku s čijim se brendom mogu poistovjetiti (Marketing Fancier, b. d.). Uz pojam brendiranja veže se pojam promocije koju je također potrebno pojasniti.

Prema Marcelu (1997) promocija u širem značenju predstavlja pojam za unapređenje nečega, a u užem smislu promocija kao element marketing-mixa jest skup aktivnosti kojim se emitiraju različite informacije iz gospodarskog subjekta u okruženje, odnosno u najvećoj mjeri na tržište. Promocija je pritom bilo koji oblik komuniciranja upotrijebljen u svrhu informiranja, uvjeravanja ili podsjećanja ljudi na proizvode, usluge, image, ideje, te uključivanja i utjecaja društva. Potonje neizravno govori kako je jedan od ciljeva promocije i pomicanje postojeće krivulje potražnje za konkretnim proizvodima na tržištu. Integralno gledano, i promocija svojim udjelom treba djelovati u pravcu zadovoljenja potreba i krivulje potražnje za konkretnim proizvodima na tržištu. Danas se u teoriji i praksi govori o integriranoj marketinškoj komunikaciji koja predstavlja stratešku integraciju višestrukog značenja komuniciranja s ciljnim tržištima kako bi se oblikovala sveobuhvatna i cjelovita komunikacijska poruka. Integrirana marketinška komunikacija nastala je početkom devedesetih godina prošloga stoljeća kao rezultat spoznaje da pojedine promocijske, odnosno komunikacijske aktivnosti, gospodarski subjekti ne trebaju koristiti neovisno jedne od drugih, već je neophodan njihov cjelovit, integrirani pristup u cilju postizanja sinergijskih komunikacijskih učinaka.

Prema istom autoru, promocija u marketingu podrazumijeva svaki vid marketinške komunikacije koja se koristi da informira, podsjeti i uvjeri ciljno tržište u vrijednost brenda, usluge i/ili proizvoda, te time utječe na kupovne odluke potrošača. Ciljevi promocije mogu biti sljedeći: upoznavanje sa novim proizvodom, diferenciranje proizvoda, stvaranje interesa za proizvodom, povećanje svijesti, odnosno eksponiranost, naglašavanje vrijednosti proizvoda, povećanje prodaje, kao i stvaranje lojalnosti potrošača. Postoji pet vrsta kategorija promocije: osobna prodaja, oglašavanje, prodajna promocija, direktni marketing, odnosi s javnošću.

Stoga, cilj ovog rada je osmisлити i predložiti marketinške aktivnosti za općinu Majur s naglaskom na Centar vune.

3 Analitičko-eksperimentalni dio

U okviru terenske nastave i provedenim istraživanjem studenti su uvidjeli da je glavna prednost Općine postojanje jedinstvenog Centra vune za cijelu Hrvatsku. No, postoje brojni izazovi koje je potrebno otkloniti i s kojima su se studenti najprije suočili prilikom dolaska u destinaciju, a to su: nepostojanje putokaza za Centar vune na ulazu u Općinu i Sisačko-moslavačku županiju koji bi posjetiteljima olakšali dolazak do Centra vune i nepostojanje informacijske ploče ispred Centra. Na ulazu u općinu Majur nalazi se samo informacijska tabla s grbom Općine na kojoj se nalazi slika mrava i ne može se povezati ili asociirati na vunu, ovcu ili Centar vune. Prva asocijacija na mrava je marljivost i zajedništvo što se može povezati s marljivošću i zajedništvom svih stanovnika. No, studenti su mišljenja da se grb općine treba na neki način povezati s vunom i ovcama kako bi općina bila prepoznatljivija po Centru vune. Također, pretraživanjem društvenih mreža zaključeno je da Centar vune nije vidljiv niti na društvenim mrežama (npr. Instagram i TikTok). Nadalje, putujući u općinu Majur, primijećeno je da se u Općini i njenoj okolini nalaze velike neobrađene poljoprivredne površine koje bi se mogle kvalitetno iskoristiti za ispašu ovaca i na taj način se uklopiti u rad Centra. S time u vezi, sve je manje uzgajivača ovaca i većina njih baca vunu u smeće i prirodu. Općina bi trebala još više poticati povećanje broja uzgajivača ovaca, povećanjem stada i zbrinjavanjem vune kao sirovine za daljnju preradu čime bi se podržao rad Centra vune. Studenti smatraju da bi u tom smislu bilo najbolje osnovati poljoprivrednu udrugu putem koje bi se mogle organizirati edukacije na temu ovčarstva i uzgoja vune, a poljoprivrednici kao članovi te udruge mogli bi proširiti svoju djelatnost i na ovčarstvo. Što se tiče edukacije, potrebno je

da postojeći i budući ovčari pohađaju edukaciju o striženju ovaca i zbrinjavanju vune – što uključuje pranje i češljanje vune, te komercijalnu uporabu vune. Centar vune bi tako imao potreban resurs za svoj rad i mogao bi se još uspješnije razvijati, a uzgajivači bi imali dodatni izvor prihoda prodajom vune Centru. I konačno, kako bi se zaokružio cijeli proces prikupljanja i zbrinjavanja vune, potrebno je izgraditi pogon za preradu vune.

Općina Majur nema pogon za čišćenje, pranje i češljanje vune, već se sva vuna šalje u Sloveniju gdje se pere i raščesljava i tako pripremljena šalje nazad u Majur. Na taj način stvaraju se veliki troškovi, pa bi zato Općina trebala uz pomoć fondova EU izgraditi pogon za preradu vune. Nadovezujući se na proizvodnju i preradu vune kao sirovine, treba osmisliti popratne manifestacije koje se naslanjaju na temu vune. Na primjer, u današnje vrijeme sve manje ljudi zna štrikati što je jako lijepa tradicija koja se ne smije zaboraviti. Zato bi bilo dobro da Općina i Centar vune organiziraju susrete i radionice gdje bi zainteresirani naučiti štrikati. Tome može pomoći npr. udruga „Hrvatska žena“ Majur, Udruga žena „Kruna“ Stubalj, Udruga „Hrvatska žena“ Graboštani, Kulturno umjetničko društvo „Sloga“ Majur, i Lokalna akcijska grupa „Una“. koje se mogu uključiti u radionicu. Predlaže se da se radionice štrikanja osmisle u okviru *Sajma vune i štrikanja* koji bi se obavezno trebao održati 9. travnja jer se na taj datum obilježava Svjetski dan vune. Za posjetitelje Sajma vune i štrikanja treba osigurati smještajne i ugostiteljske kapacitete kojih u Majuru nema, za što se treba dodatno uključiti Turistička zajednica područja Banovina Pounje. Na taj način povezao bi se ciklus od proizvodnje sirovine do turističkog proizvoda i usluge što predstavlja mogući pravac razvoja ovog područja. Turistički proizvod i usluga uključivao bi filcanje vune i samostalnu izradu jedinstvenog i unikatnog suvenira po želji sudionika, a mogao bi imati i brojne društvene koristi kao što je npr. antistres terapija, očuvanje baštine, uključivanje aktivnosti u školski kurikulum i slično.

Radi bolje analize potencijala općine Majur, izrađena je SWOT analiza. U tablici 2. prikazane su glavne snage, slabosti, prilike i prijetnje za općinu Majur temeljem kojeg je prikazano aktualno stanje poduzetničkih aktivnosti, a kroz tablicu su izrađene temeljne odrednice za analizu situacije.

Tablica 2: SWOT analiza općine Majur

SNAGE	SLABOSTI
– Centar vune jedini u Hrvatskoj – Izrada jedinstvenih suvenira kroz radionice – Projektni pristup – LAG Una	– Slaba promocija općine i centra – Nema putokaza do Općine – Zapuštena poljoprivredna zemljišta – Održivost projekta u Centru vune – Tradicijska znanja o štrikanju – Posjet Centru vune samo uz najavu – Nema stalno zaposlenog radnika – Općina nije prepoznatljiva po vuni – Nema smještajnih kapaciteta u općini – Vuna se odvozi u Sloveniju na preradu – Nema pogona za preradu vune
PRILIKE	PRIJETNJE
– Poboľšati promociju općine i centra – Postati prepoznatljiv po vuni – Postaviti putokaze do općine – Iskoristiti zapušteno poljoprivredno zemljište – Poticati proizvođače ovaca na proizvodnju – Otvoriti prerađivački pogon za preradu vune – Bolje iskoristiti Fondove EU i mjere ruralnog razvoja – Uključiti udruge žena u njegovanje tradicije štrikanja – Unaprijediti Sajem vune i štrikanja – Proširiti smještajne kapacitete – Otvoriti stalna radna mjesta u Centru – Postići vidljivost na društvenim mrežama	– Pad broja uzgajivača ovaca – Potresom pogođeno područje – Depopulacija

Najvažnije prednosti utvrđene SWOT analizom su: jedinstvenost Centra Vune na području Republike Hrvatske i odlučnost u pristupanju projektima Europske unije. Prva navedena prednost ujedno je i najznačajnija i Općina Majur je treba iskoristiti. Što se tiče nedostataka i slabosti u SWOT analizi, najznačajniji nedostatak je nedostatak putokaza i vrlo slaba promocija Općine. Najveća prijetnja Općini Majur je depopulacija, pad broja uzgajivača ovaca i područje koje je pogođeno potresom.

4 Perspektivni dio

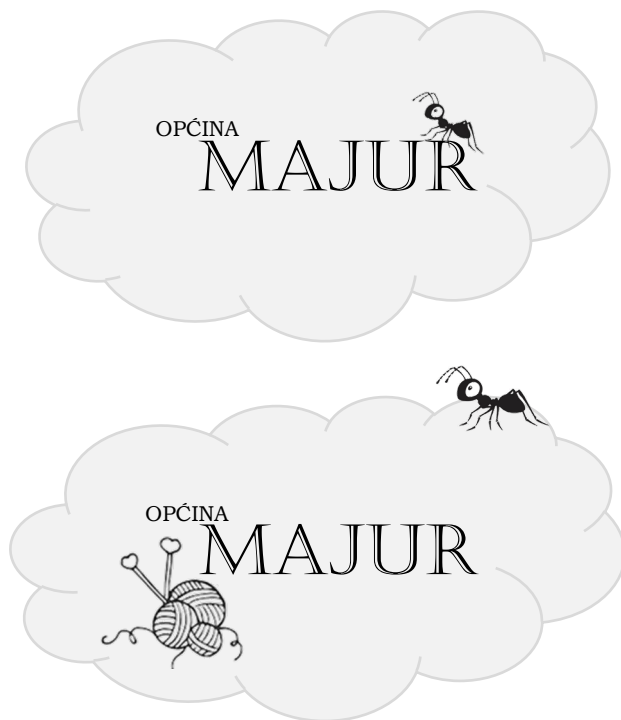
Najveća slabost Općine je promocija i njezina prepoznatljivost ili asocijacija na vunu. Općina i Centar vune trenutno imaju Facebook stranicu, no mlađa populacija, koristi Instagram i TikTok za traženje informacija, tako da bi se Općina i Centar vune trebali

promovirati upravo putem tih društvenih mreža. Kroz promotivne poruke na svim društvenim mrežama, potrebno je motivirati ljude za uzgoj ovaca, zbrinjavanje vune, dostavljanje vune u Centar vune, te popularizirati aktivnost štrikanja. Promotivne poruke trebaju biti motivirajuće, a poželjno je da su što kraće i da se po mogućnosti rimuju kako bi se lakše upamtile. Predlažemo slijedeće promotivne poruke:

- „*Ovce donose sjaj, Majur postaje raj!*“ - govori kako je uzgajanje ovaca vrlo isplativo i da zbog toga Majur nudi mogućnost dobre zarade i dobrog života. Ova poruka je usmjerena na sadašnje i buduće uzgajivače ovaca koji se zbog posla mogu i doseliti u Majur. Poruka bi se mogla promovirati na web stranici općine Majur uz informacije o poticanju poljoprivredne proizvodnje i poticajnim mjerama za stanovanje mladih obitelji.
- „*Treba nam vuna za filc od sapuna!*“ - govori kako je vuna važan resurs i da je potrebno da se vuna donese u Majur jer se od nje mogu izraditi filcni predmeti kao na primjer odjeća, nakit, tepih i slično. Poruka je također namijenjena uzgajivačima ovaca u Majuru i Hrvatskoj i može se istaknuti na web stranici općine Majur i Centra vune.
- „*Donesite vunu u naš centar vune i tu smo za Vas dok kažete Beee.*“ - govori da će Centar vune brzo reagirati na suradnju s ljudima koji donesu vunu. Vunu mogu donositi i uzgajivači ovaca i polaznici radionice, a poruka se može istaknuti na web stranici općine i Centru vune.

Centar vune bi se trebao promovirati i po drugim sajmovima diljem Hrvatske kako bi ljudi čuli za njega.

Još jedan važan element na kojem bi Općina trebala poraditi u svrhu prepoznatljivosti po vuni je grb Općine. Na grbu Općine nalazi se slika mrava no, grb treba vizualno prilagoditi tako da se mrav poveže s vunom i/ili ovcom kako bi se postigla nova asocijacija na Majur i Centar vune kao područje u kojem je ovčarstvo i proizvodnja vune vrlo važna gospodarska grana i prepoznatljivo obilježje kraja. Stoga je zajedničkim kreativnim radom osmišljeno nekoliko novih vizualnih primjera grba Općine Majur (slika 3,4,5 i 6) kojima se želi spojiti lik mrava s vunom i likom ovce.

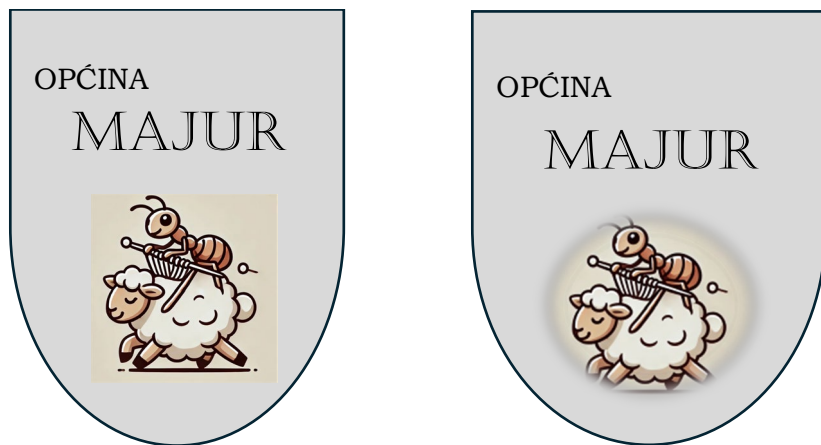


Slika 3 i 4: Prijedlog izgleda grba za općinu Majur

Izvor: timski rad studenata VUK-a

Slike 3. i 4. prikazuju predloženi izgled grba koji su međusobno slični, ali razlikuju se po smještaju mrava. Grb je zamišljen s okvirom u obliku vune koji asocira na vunu. U unutrašnjosti okvira nalazi se naziv općine te mrav i klupko vune s iglama za štrikanje.

Slike 5. i 6. također prikazuju slijedeća dva prijedloga novog izgleda grba. Oba grba su skoro identična, no razlika je u okruglom, odnosno četvrtastom okviru slike unutar grba. Na ovom grbu se također nalazi ime općine te slika u kojoj mrav štrika vunu sjedeći na leđima ovce. Grb i slika unutar grba na novi način povezuju tradicionalnu asocijaciju mrava na Općinu Majur i Centar vune koji treba postati novi brend Općine.



Slika 5 i 6: Prijedlog grba za općinu Majur

Izvor: timski rad studenata VUK-a

Općina Majur treba povećati broj i veličinu putokaza kako bi posjetitelji mogli lakše pronaći Općinu. Još jedna mogućnost u usmjeravanju posjetitelja u Majur je postavljanje jumbo plakata na ulazu u grad Sisak, mjesta u okolici Siska i na atraktivnim mjestima u gradu Zagrebu. Centar vune je jedini je centar takve vrste u Hrvatskoj i treba mu se dati značaj kakav zaslužuje.

Zbog velikog broja zapuštenog i neobrađenog zemljišta, poljoprivredna aktivnost je vrlo slaba. Prema mišljenju studenata, Općina treba staviti svo raspoloživo poljoprivredno zemljište u funkciju putem natječaja za korištenje zemljišta za zakup i kupnju. Također je važno poticati ljude da se krenu baviti uzgojem ovaca ili bilo koje druge grane poljoprivrede putem potpora poljoprivrednoj proizvodnji na način da ovčarstvo stave u fokus potpora u poljoprivredi. Slijedeći korak je podizanje svijesti lokalnih stanovnika o vuni kao resursu i tradiciji uzgoja ovaca u ovom području putem predavanja i radionica vezana za uzgoj, striženje ovaca, zbrinjavanju vune i transportu vune u Centar vune za daljnju obradu i korištenje. Promotivna poruka kojom bi općina Majur mogla privući uzgajivače da dođu u Majur, kupe zemljište i bave se ovčarstvom glasila bi „*Trebaš zemljište? Dođi u Majur, kupi ga po EUR!*“ To znači da treba koristiti inovativni pristup u privlačenju ljudi u ovaj kraj i omogućiti kupnju zemljišta po simboličnoj cijeni. Ovu poruku treba oglašavati na web stranici općine Majur i na web stranici Sisačko-moslavačke županije.

Centar vune nalazi se u suvremeno uređenom objektu gdje se održavaju radionice mokrog i suhog filcanja vune za manje grupe posjetitelja. Poželjno je proširenje ili nadogradnja objekta kako bi mogle organizirati radionice i razna druga događanja za veće skupine. U tako proširenom centru mogao bi se smjestiti i pogon za preradu vune. Time bi se cijela priča o vuni zaokružila u jednu cjelinu i bila smještena na istoj lokaciji.

Dalje, studenti predlažu osnivanje nove udruge s ciljem populariziranja štrikanja ili animiranja postojećih udruga žena za štrikanje. Također se predlaže održavanje radionica štrikanja u koje se trebaju uključiti djeca i mladi. Štrikanje je jako lijepa, već pomalo i zaboravljena kućna radinost i tradicija vrlo važna za ovaj kraj.

Sajam vune i štrikanja bi također jako utjecao na promociju Općine Majur. Po mišljenju studenata, sajam se može održavati 9. travnja za Svjetski dan vune. Na tom sajmu bi se trebali izložiti razni proizvodi koji se već izrađuju u Centru vune, prikazati striženje ovaca uživo i slične aktivnosti koje se nadovezuju na glavnu temu vune.

Pretraživanjem internetskih stranica studenti su naišli na članak o mladom poljoprivredniku Dominiku Piskoru iz Molvi u Koprivničko-križevačkoj županiji, koji jedini u Hrvatskoj proizvodi pelete od ovčje vune a koje se koriste u uzgoju bilja. Pelete služe kao organsko gnojivo koje zadržava vlagu i potom je otpušta u suhim uvjetima, a također je i prirodni repelent za puževe. U Hrvatskoj pelete od ovčje vune nisu poznate u poljoprivrednoj proizvodnji, pa ih izvozi u Njemačku gdje su vrlo tražene (Klikni-hr, 2022). Tako su i studenti došli na ideju kako bi Centar vune mogao proširiti svoj asortiman proizvoda na pelete od vune. Centar treba informirati poljoprivrednike o peletama od vune, o vuni kao malču u povrtlarskoj proizvodnji, te o vuni kao izolaciji u građevinskoj industriji. Također, Centar i Općina Majur trebaju udružiti snage kako bi potaknuli proizvodnju peleta od vune.

Najvažnija od svega je promocija i poticanje uzgajivača ovaca i ostalih zainteresiranih za bavljenje uzgojem ovaca, a tu se posebno misli na mlade ljude, kako bi uzgoj ovaca zaživio u većoj mjeri jer bez ovaca nema vune koja je predstavlja najvažniji resurs za Centar vune i Općinu Majur.

5 Zaključak

Općina ima prednosti koje se mogu iskoristiti za poticanje mladih da ostanu na području općine Majur. Najveći potencijal je Centar vune, jedinstveni centar takvog tipa u Hrvatskoj. Centar nudi kombinaciju tradicionalnog i suvremenog pristupa vuni, pružajući posjetiteljima priliku da nauče nešto novo i dožive nezaboravno iskustvo. Međutim, slaba promocija i nedostatak vidljivosti na društvenim mrežama predstavlja izazov za Centar. Ključno je poboljšati promociju Centra i Općine Majur kako bi se privukli posjetitelji i još više potaknuli lokalni poljoprivrednici na uzgoj ovaca i prikupljanje vune. To se može postići aktivnijom prisutnošću na društvenim mrežama kao što su Instagram i TikTok, posebno popularnima među mladima. Društvene mreže predstavljaju platformu za dijeljenje zanimljivih i motivirajućih poruka o Centru i važnosti vune. Postavljanje većeg broja putokaza olakšao bi posjetiteljima dolazak u općinu Majur i Centar vune. Centar bi trebao proširiti svoju aktivnost na organizaciju događanja kao što su sajam vune i štrikanja, radionice filcanja vune i radionice i predavanja o uzgoju ovaca i korištenju vune u poljoprivredi i građevini. Općina Majur i LAG Una trebaju se više angažirati u vezi korištenja fondova EU i Mjera Ruralnog razvoja kako bi se financirale postojeće i razvijale nove aktivnosti. Tako će se privući pozornost šire javnosti i lokalnog stanovništva u smjeru uzgoja ovaca i ostalih djelatnosti koje se naslanjaju na ovčarstvo, poput razvijanja prerađivačkih aktivnosti vune i proširivanje asortimana od vune na pelete od vune. Također, potrebno je osnovati udrugu poljoprivrednika i aktivirati lokalne ženske udruge u aktivnost i promociju aktivnosti štrikanja. Općenito, sve udruge bi se trebale bolje međusobno povezati i surađivati, te ojačati suradnju s LAG-om Una. Za posjetitelje Centra vune potrebno je osigurati smještajne i ugostiteljske kapacitete kako bi se posjetitelji zadržali u Općini Majur duže od jednog dana. Također, promjena grba općine u smjeru spajanja elemenata vune i ovaca s likom mrava, pomoći će stvaranju novog identiteta Općine i tješnje ga povezati s vunom, odnosno rebrandirati. Izgradnja pogona za preradu vune u Općini smanjila bi troškove prerade vune, generirala nova radna mjesta i osigurala održivost Centra. Na kraju, iskorištavanje zapuštenog poljoprivrednog zemljišta za ispašu ovaca potaknulo bi razvoj ovčarstva i pružilo dodatne resurse Centru. Sve ove mjere doprinijet će ostanku mladih u općini, razvoju novih radnih mjesta u proizvodnji i preradi, razvoju turizma i turističkih kapaciteta, te poboljšanju kvalitete života u općini Majur.

Literatura

- Bolfek, B., Jakičić, D. i Lončarić, B. (2012). Polazišta za brendiranje Slavonije kao turističke destinacije. *Ekonomski vjesnik*, 25(2), 363–374.
- Dnevnik.hr. (b. d.). *I općina Majur jako je stradala: "Trebamo materijal i ljude, nas je malo, trebamo crijeva, cigli, statičara, svi ste dobrodošli"*. Preuzeto sa <https://dnevnik.hr/vijesti/hrvatska/nacelnica-zaboravljene-opcine-majer-ljuta-i-zalosna--634311.html>, 15. 11. 2024.
- Državni zavod za statistiku. (2021). *Stanovništvo po naseljima*. Preuzeto sa https://podaci.dzs.hr/media/rqybclnx/popis_2021-stanovnistvo_po_naseljima.xlsx, 15. 11. 2024.
- Klikni.hr. (2022). *Ovčari godinama ne znaju kamo s vunom. Ovaj mladić sada im nudi rješenje od kojeg svi mogu zaraditi!*. Preuzeto sa <https://www.klikni.hr/sredisnja-hr/2022/10/29/ovcari-godinama-ne-znaju-kamo-s-vunom-ovaj-mladic-sada-im-nudi-rjesenje-od-kojeg-svi-mogu-zaraditi/>, 15. 11. 2024.
- LAG Una. (b. d.). Preuzeto sa <https://lag-una.hr/>, 15. 11. 2024.
- LAG Una. (b. d.). *Wool is an outstanding opportunity for leverage – wool*. Preuzeto sa <https://lag-una.hr/wool-as-outstanding-opportunity-for-leverage-wool/>, 15. 11. 2024.
- Leksikografski zavod Miroslav Krleža. (b. d.). *Majur*. Preuzeto sa <https://www.enciklopedija.hr/clanak/majur>, 15. 11. 2024.
- Marcel, M. (1997). *Promocija*. Osijek: Ekonomski fakultet u Osijeku.
- Markething.hr. (b. d.). *Što je brendiranje?*. Preuzeto sa <https://www.markething.hr/sto-je-brendiniranje/>, 15. 11. 2024.
- Marketing Fancier. (b. d.). *Promocija u marketingu: vrste i strategija promocije*. Preuzeto sa <https://marketingfancier.com/promocija-u-marketingu-vrste-strategija/>, 15. 11. 2024.
- Općina Majur. (2017). *Strategija razvoja Općine Majur 2016.–2020*. Preuzeto sa <https://opcina-majur.hr/wp-content/uploads/2017/03/STRATEGIJA-RAZVOJA-OP%C4%86INE-MAJUR-2016.-2020..pdf>, 15. 11. 2024.
- Općina Majur. (b. d. a). *Povijest*. Preuzeto sa <https://opcina-majur.hr/povijest/>, 15. 11. 2024.
- Općina Majur. (b. d. b). *Grb i zastava*. Preuzeto sa <https://opcina-majur.hr/grb-i-zastava/>, 15. 11. 2024.
- Općina Majur. (b. d. c). *Udruge*. Preuzeto sa <https://opcina-majur.hr/udruge/>, 15. 11. 2024.
- Proleksis enciklopedija. (2017). *Sisačko-moslavačka županija*. Preuzeto sa <https://proleksis.lzmk.hr/54979/>, 16. 11. 2024.
- Registar udruga Republike Hrvatske. (b. d.). Preuzeto sa <https://registri-npo-mpu.gov.hr/#!udruge>, 15. 11. 2024.
- Sisačko-moslavačka županija. (2021). *Strategija razvoja ljudskih potencijala Sisačko-moslavačke županije 2021.–2027*. Preuzeto sa https://www.lpz-smz.eu/images/2021/Strategija_razvoja_ljudskih_potencijala_2021-2027.pdf, 15. 11. 2024.
- Sisačko-moslavačka županija. (2023). *Plan razvoja Sisačko-moslavačke županije za razdoblje do 2027. godine*. Preuzeto sa <https://rk-smz.hr/wp-content/uploads/2023/04/Plan-razvoja-SMZ-do-2027.pdf>, 15. 11. 2024.
- Veleučilište Velika Gorica. (b. d.). *Studentska terenska nastava u Sisačko-moslavačkoj županiji*. Preuzeto sa <https://www.vguk.hr/hr/2692/STUDENTSKA+TERENSKA+NASTAVA+U+SISA%C4%8CKO-MOSLAVA%C4%8CKOJ+%C5%BDUPANIJ>, 15. 11. 2024.
- Woonko Majur. (b. d.). *O nama*. Preuzeto sa <https://woonko-majur.com/o-nama/#>, 15. 11. 2024.

