

RAZVOJ I POTENCIJAL RURALNOG TURIZMA MEĐIMURJA NA PRIMJERU OPG-A PEŠTA

IVAN HEGEDUŠ, MARIJA ČETRTEK, ASJA GRADEČAK

Međimursko veleučilište u Čakovcu, Čakovec, Hrvatska

ivan.hegedus@mev.hr, marija.cetrtek@student.mev.hr, asja.gradecak@student.mev.hr

U radu je prikazan ruralni turizam Međimurja na primjeru OPG-a Pešta. Opisana je postojeća ponuda, mogućnosti daljnjeg razvoja i doprinosa održivom turizmu destinacije. Poseban naglasak stavljen je na ekološki način proizvodnje, povezanost poljoprivrede i turizma te važnost lokalne gastronomije u oblikovanju turističkog doživljaja. Kroz analizu ponude OPG-a Pešta prikazani su poljoprivredni proizvodi, domaće životinje, povezanost s vlastitim ugostiteljskim objektom te lokacijske prednosti imanja u blizini Mađerkinog brega. Provedena SWOT analiza ukazuje na brojne snage gospodarstva, ali i na određene slabosti poput nedostatka dodatnih turističkih sadržaja i smještajnih kapaciteta. U radu se također razmatra planirani razvojni projekt koji bi znatno unaprijedio turističku ponudu i povećao konkurentnost OPG-a na tržištu. Zaključno, OPG Pešta predstavlja kvalitetan primjer održivog ruralnog turizma s velikim potencijalom za daljnji razvoj kroz edukativne, gastronomske i rekreativne sadržaje.

DOI
[https://doi.org/
10.18690/um.ft.2.2026.2](https://doi.org/10.18690/um.ft.2.2026.2)

ISBN
978-961-299-167-8

Ključne riječi:
ruralni turizam,
OPG,
agroturizam,
turistički razvoj,
Međimurje



University of Maribor Press

DOI
[https://doi.org/
10.18690/um.ft.2.2026.2](https://doi.org/10.18690/um.ft.2.2026.2)

ISBN
978-961-299-167-8

Keywords:
rural tourism,
OPG Pešta,
agrotourism,
tourism development,
Međimurje

DEVELOPMENT POTENTIAL OF RURAL TOURISM IN MEĐIMURJE: A CASE STUDY OF OPG PEŠTA

IVAN HEGEDUŠ, MARIJA ČETRTEK, ASJA GRADEČAK

Međimurje University of Applied Sciences in Čakovec, Čakovec, Croatia
ivan.hegedus@mev.hr, marija.cetrtek@student.mev.hr, asja.gradecak@student.mev.hr

This paper analyses rural tourism in the Međimurje region using OPG Pešta as a case study, with the aim of presenting the existing offer, development opportunities, and contribution to sustainable tourism within the destination. Special emphasis is placed on environmentally friendly production, the connection between agriculture and tourism, and the importance of local gastronomy in shaping the tourist experience. Through an analysis of OPG Pešta's offer, agricultural products, domestic animals, the connection with the family-owned hospitality facility, and the advantages of the farm's location near Mađerkin breg are presented. A SWOT analysis highlights the main strengths of the farm, as well as certain weaknesses, such as the lack of additional tourist facilities and accommodation capacities. The paper also discusses a planned development project that would significantly improve the tourist offer and increase the competitiveness of OPG Pešta on the market. In conclusion, OPG Pešta represents a quality example of sustainable rural tourism with strong potential for further development through educational, gastronomic, and recreational activities.



University of Maribor Press

1 Uvod

Ruralni turizam odvija se na ruralnim odnosno seoskim dijelovima države. U Republici Hrvatskoj „ruralni prostor zauzima više od 90% ... teritorija“ (Hrvatska puna života, b. d.). U knjizi „Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvom“ Demonja i Ružić (2010) navode da je ruralni turizam skupni naziv za različite aktivnosti i oblike turizma koji se javljaju izvan gradova i onih područja na kojima se razvio masovni turizam. Nadalje, autori navode i različite oblike ruralnog turizma. Kao najveću skupinu navode agroturističke oblike ruralnog turizma, a njih dijele (Demonja i Ružić, 2010, str. 27): „prema uslugama, ... : samo usluge prehrane, samo usluge smještaja, i usluge i smještaja i prehrane. S obzirom na objekte, ... : u ruralnoj kući tradicionalne arhitekture, u obiteljskom ruralnom hotelu, u ruralnim sobama i apartmanima tradicionalne arhitekture, u ruralnim sobama i apartmanima nove arhitekture, i na poljoprivrednom gospodarstvu s eko ponudom.“ Pod ostale oblike ruralnog turizma, autori navode sljedeće oblike: rezidencijalni turizam, zavičajni ili nostalgичni turizam, sportsko-rekreacijski turizam, avanturistički turizam, zdravstveni turizam, kulturni turizam, vjerski turizam, lovni turizam, ribolovni turizam, gastronomski turizam, vinski turizam, ekoturizam, edukacijski turizam i kamping turizam.

„Razvoj ruralnog turizma u Republici Hrvatskoj sporadično je započeo još početkom 90-ih godina prošlog stoljeća, a sustavno od 1995. godine kada je Ministarstvo turizma Republike Hrvatske započelo s inicijativom njegovog razvoja i prvim aktivnostima kao što su obilazak terena, prikupljanje informacija, edukacija inicijatora i stvaranje pretpostavki za njegov razvoj“ (Demonja i Ružić, 2010, str. 47). Specifični i zanimljivi posjetiteljima što zbog netaknute prirode, gastronomije ili samog odmaka od gužvi i života u gradu, u novije vrijeme ruralni oblik turizma raste. Slogan „Doživi zeleno“ na mrežnim stranicama Visit Međimurje ističe Međimurje kao zelenu destinaciju što i jest opravdano zbog nagrade za najbolju kontinentalnu destinaciju 2024. godine (Visit Međimurje, b. d.). Zbog mnoštva OPG-ova i čiste prirode, Međimurje se i samo svrstava u destinaciju s bogatom ponudom ruralnog turizma. Ono se također ističe i svojom gastronomskom ponudom pa posjetitelji Međimurja imaju priliku isprobati tradicionalna jela kao što su to: meso s tiblice, međimursku gibanicu, štrukle i prežganu juhu.

2 Analiza ponude

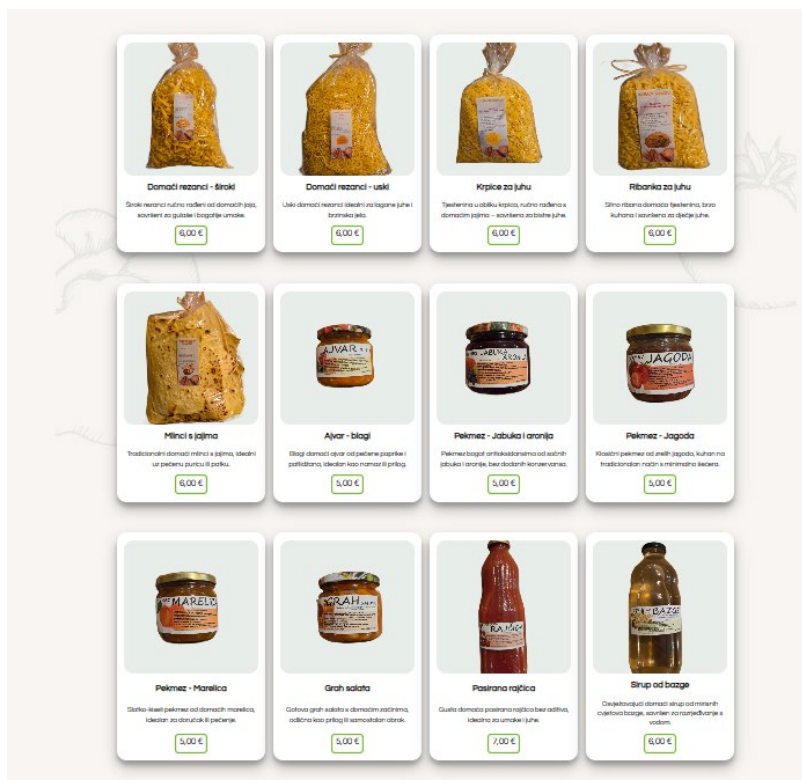
Zakonom o obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu, NN 29/2018, u članku 5., stavku 1 a) definirano je da je OPG „organizacijski oblik gospodarskog subjekta poljoprivrednika fizičke osobe koji radi stvaranja dohotka samostalno i trajno obavlja djelatnost poljoprivrede i s njom povezane dopunske djelatnosti, a temelji se na korištenju vlastitih i/ili unajmljenih proizvodnih resursa te na radu, znanju i vještinama članova obitelji“. OPG Pešta je tako u vlasništvu obitelji Golenko, na čelu s bračnim parom Ivanom i Nenadom Golenko (Pešta breg, b. d.). Nalazi u naselju Robadje u općini Štrigovi. Općina se nalazi sjeveru Međimurja te broji oko 2 500 stanovnika. Poznato je turističko mjesto zbog vidikovca Mađerkin breg, a i sam OPG nalazi se u njegovoj neposrednoj blizini.

OPG Pešta sastoji se od deset hektara zemlje na kojem je smješteno imanje. Na početku imanja nalaze se tri plastenika u kojima se sadi povrće. Većinskim dijelom rajčica sorte volovo srce specifično po srcolikom obliku te slatkom i bogatom okusu. Za sadnju same rajčice obitelj Golenko koristi domaće, neprskano sjeme iz prethodnih sezona, a samo sjeme su koristile i generacije prije te vlasnik ističe kako je to jedan od glavnih razloga otpornosti biljke. Osim u ljeto, rajčica se uspijeva održati i na jesen zato što se sadi u više navrata. Prvi puta u rano proljeće za ljeto, a drugi puta prvim danom mjeseca lipnja da bi je bilo i u ranu jesen. Rajčica se bere tek kad je potpuno zrela jer je sam bogati i puni okus rajčice bitan, a on se dobije tek kad je ona skroz crvene boje. Osim rajčice u ponudi je i zelena salata, kupus, paprika, luk i češnjak.

Obitelj Golenko u svom vlasništvu ima i kavanu Stridon, registriranu pod Pešta Breg d.o.o., a koji se nalazi u mjestu Štrigovi. Kavana jest ustvari i restoran koji nudi domaća jela pripremljena od lokalnih namjernica, a one uključuju i svježe povrće, spomenuto ranije, s imanja OPG-a.

Nadalje, osim svježeg povrća, u ponudi su i razne tjestenine, pekmezi, pasirana rajčica i sirup od bazge prikazani na slici.

Povrće i druga ponuda OPG-a Pešta, osim u vlastite svrhe i za potrebe vlastitog restorana, dostavlja se i drugim poznatim restoranima na području Međimurske i Varaždinske županije.



Slika 1: Ponuda proizvoda.

Izvor: Pešta breg, b. d.

Plastenici u kojima se uzgaja povrće, spomenuti ranije, nalaze se na povišenom brežuljku, a ostatak imanja nalazi se pet minuta spusta i pješice. Na početku jest veliki ograđeni prostor u kojem borave svinje.

Pitome i miroljubive, znatiželjne svinje odmah prilaze ogradi pozdraviti posjetitelje što je iznimno važno za daljnji razvoj i budućnost turističkog razvoja OPG-a. Uz svinje, i druge životinje borave na imanju. Pokraj ograđenog prostora za svinje smjestio se i kokošinjac a nebrojeno puno kokoši.

Nadalje, na imanju se nalazi i obiteljska kuća obitelji Golenko i kuća, trenutno neiskorištena, za koju je u planu prenamjena u objekt za prihvrat posjetitelja. Osim navedenih svinja i kokoši imanjem slobodno šće i šest krava, koje su, baš kao i svinje pitome i znatiželjne i bez problema prilaze posjetiteljima.



Slika 2: Svinje na OPG-u Pešta

Izvor: autori



Slika 3: Kokošinjac na OPG-u Pešta

Izvor: autori



Slika 4: Krava na OPG-u Pešta

Izvor: autori

Seosko imanje s domaćim životinjama, a koje se prostire na deset hektara ima i svoja dva psa čuvara. “Prvi psi vjerojatno su se koristili za čuvanje stoke, lov i zaštitu zajednica“ (Volim pse, 2025). Oni također slobodno šecu imanjem i znatizeljno prilaze posjetiteljima, a istovremeno čuvaju imanje i domaće životinje.

Prema Čavlek i dr. (2011, str. 417) „ekološka održivost razumijeva razvoj koji je usklađen s održavanjem ekoloških procesa, biološkim različitostima i resursima“. OPG Pešta, kao dio ponude ruralnog turizma u Međimurju, ove kriterije zadovoljavaju. Neprskani uzgoj povrća, životinje koje slobodno šecu imanjem i ne hrane se procesuiranom hranom već pasu travu u dvorištu obiteljske kuće značajni su primjer usmjerenja OPG-a ekološkom održivošću.

3 SWOT analiza ponude

Iz navedene analize može se zaključiti da OPG Pešta ima prilike za napredak što se tiče poboljšanja same infrastrukture na imanju, turističkog sadržaja i povezivanje s turističkim zajednicama kako bi privukli posjetitelje. Osim toga, ima mogućnosti i za razvoj trgovine na samom imanju da bi posjetitelji koji dođu mogli kupiti proizvode OPG-a. Blizina Međerkinog brega mogla bi se iskoristiti za uspostavu turističke rute

kako bi posjetitelji nakon posjeta Maderkinom brijegu došli na OPG Peštu doživjeti pravi primjer ruralnog turizma. Uz pomoć edukativnih radionica, sadnja, berba ili održavanje imanja mogli bi se približiti posjetiteljima na jednostavan način. Te bi radionice mogle biti i za djecu i odrasle kako bi se obuhvatila veća ciljana publika posjetitelja.

Tablica 1: SWOT analiza ponude OPG-a Pešta

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> - Ekološki i prirodan uzgoj hrane bez pesticida. - Lokacija: blizina Maderkinog brega - Vlastiti restoran Stridon koji koristi proizvode OPG-a. - Visokokvalitetni proizvodi - Suradnja s drugim restoranima - Pitome domaće životinje. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ograničene količine povrća za prodaju. - Nedovoljno uređene staze i neadekvatni putovi po imanju. - Nema dodatnih turističkih sadržaja. - Ovisnost o ručnom radu. - Nema smještajnih kapaciteta. - Ograničen plasman proizvoda.
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> - Veliki planirani projekt. - Rastuća potražnja za ruralnim, ekološkim i gastro turizmom. - Mogućnost razvoja edukativnog turizma. - Povezivanje s Maderkinim bregom kroz zajedničke turističke rute. - Certifikacija ekološke proizvodnje – viša tržišna vrijednost. - Razvoj trgovine na imanju. 	<ul style="list-style-type: none"> - Visok financijski rizik projekta. - Klimatske promjene i rizici za neprskanu proizvodnju. - Konkurencija drugih OPG-ova i turističkih sadržaja u Međimurju. - Ovisnost o nekoliko kupaca. - Nedostatak radne snage za ručni.

4 Projekt

OPG Pešta ne staje na trenutnoj ponudi. Početkom proljeća 2026. godine, osmišljena je provedba projekta vrijednog nekoliko milijuna eura, a koji bi unaprijedio postojeću ponudu imanja. Blizina dobro poznatog Maderkinog brega, osigurala bi OPG-u zavidnu brojku posjetitelja. Osmišljene su pješačke, betonirane staze te prihvatni objekti u kojima bi posjetitelji mogli odsjesti. Nadalje, zamišljen je i vidikovac, mogućnost interakcije sa životinjama na imanju te dodatni sadržaji za djecu kao što su igrališta i/ili igraonice.

Ako se izuzme biotropni element, većina obilježja prostora rezultat je čovjekova djelovanja. U mnogim situacijama upravo je ljudska intervencija nužna kako bi se prirodni resursi prilagodili i doveli u stanje pogodno za njihovu turističku valorizaciju. Takva oblikovana turistička fizionomija prostora najčešće postaje prepoznatljiv element turističkog proizvoda na tržištu. Transformacija prostora stoga nema značaj samo s ekološkog, društvenog ili estetskog aspekta, već i s tržišnog, jer u uvjetima snažne međunarodne konkurencije omogućuje razlikovanje pojedinih destinacija. Upravo ta prepoznatljivost predstavlja ključan preduvjet za njihovo uspješno turističko korištenje. Promjene prostora pod utjecajem čovjeka logična su posljedica intenzivnih interakcija koje se odvijaju tijekom turističkih aktivnosti, pri čemu dolazi do neposrednog i višestrukog odnosa između čovjeka i novog okruženja (Vukonić i Keča 2001, str. 91-92). Ta se situacija vidi i kod OPG-a Pešta. Za daljnji razvoj turističke ponude i konkurentnosti na turističkom tržištu, nužno je, a i logično, bilo pokretanje projekta koji obuhvaća intervenciju u prostoru, konkretno intervenciju na postojećem imanju. Navedeni bi sadržaji zbog toga privukli obitelji s malom djecom, ali i one željne mira i tišine u seoskom okruženju i one željne boravka na svježem zraku i aktivnog odmora.

5 Pобољшanje ponude i sadržaja

Raznovrsni trenutni sadržaj OPG-a Pešta ima mogućnosti privući brojne posjetitelje. Uz već osmišljeni projekt koji će se provesti u bliskoj budućnosti, OPG ima još mnogobrojne mogućnosti za bolje pozicioniranje na tržištu i doseg većeg broja posjetitelja.

Brendiranje turističkih destinacija danas zauzima važno mjesto unutar destinacijskog marketinga i smatra se jednim od njegovih najrelevantnijih područja. Polazeći od shvaćanja brenda kao snažnog marketinškog instrumenta za izgradnju prepoznatljivog imidža i razlikovanje destinacija, on se ističe kao ključan čimbenik njihove konkurentnosti. U uvjetima suvremenog turističkog tržišta, obilježenog ubrzanim razvojem i intenzivnom globalnom konkurencijom među često vrlo sličnim odredištima, upravo brend preuzima vodeću ulogu u postizanju uspjeha. Za razliku od ranijih pristupa koji su naglasak stavljali na cijenu i ponudu, danas se konkurentna prednost sve više temelji na snazi i prepoznatljivosti destinacijskog brenda (Telišmen-Košuta i Ivandić, 2014, str. 57). Trenutno uspostavljena mrežna stranica gospodarstva vizualno je lijepa, čitka i dominiraju slike naspram teksta što

privlači publiku. Ono što nedostaje jest Instagram i Tik Tok stranica. Dosadašnjom analizom, moglo se zaključiti kako ciljana skupina naginje mlađoj populaciji kao što su parovi i obitelji s malom djecom. Oni su i vrsta turista koji traže vikend-aranžmane i sadržaje dostupne vikendima. Također u ciljanu skupinu smjestili bi se i izletnici, koji bi u jednom danu obišli i Mađerkin breg i OPG Peštu. Mlađa generacija, zbog ubrzanog načina života i napretka tehnologije, slobodno vrijeme poslije posla provodi većinom na društvenim mrežama pa zbog toga planirano vrijeme vikenda pretražuje se upravo na istim. Instagram i Tik Tok su društvene mreže koje nude dobru mogućnost vizualizacije sadržaja. Kratkim video sadržajem, pogotovo životinja, ciljana skupina može bolje vidjeti sveobuhvatnu ponudu. U takve video sadržaje, može se ubaciti i proces proizvodnje tjestenina, pekmeza i pasirane rajčice.

Iako sam prethodno navedeni projekt ima u realizaciji osmišljene betonirane staze, trenutno, OPG jest u mogućnosti uspostaviti suradnju s lokalnim vrtićima i školama za provedbu izleta. Tako bi uspostavili dobro iskustvo, a kasnije mogli ponuditi edukativne radionice i edukativan sadržaj za najmlađe. Uz vrtiće i škole, OPG bi se mogao povezati i s lokalnim putničkim agencijama te svoju ponudu staviti na brošure i/ili letke koji si bili na raspolaganju posjetiteljima i u agencijama i turističkim uredima u Međimurju.

Radionice bi se mogle odvijati cijelu godinu, ovisno o radovima koji se odvijaju u pojedino doba godine. Na proljeće bi bile na temu sadnje povrća i održavanje imanja. Na ljeto i jesen bi bile berbe tog povrća, a u kasnu jesen bi bile izrade zimnice. Sa ciljem da se približi posjetiteljima sam život na imanju i sama organska proizvodnja hrane. Zimi bi se mogle organizirati neke gastro večeri u suradnji sa Stridonom kako bi posjetitelji imali prilike kušati te proizvode.

Osim radionica, mogli bi se napraviti tematski paketi poput „Dan na imanju“ gdje bi posjetitelji mogli razgledati imanje, usput se okušali u hranjenju životinja te nakraju imali degustaciju domaćih proizvoda. Drugi paket bi mogao biti „Od polja do tanjura“ gdje bi posjetitelji imali priliku sudjelovati u berbi povrća pa to što su ubrali iskoristiti na kulinarskoj radionici u suradnji s kavanom Stridon te ponovo degustirati to što su napravili. Ako bi bilo više grupa istovremeno, moglo bi se organizirati natjecanje u tome koja grupa će bolje ili brže pripremiti određeno jelo.

Poklon paketi koji bi sačinjavali mali paket tjestenine, pasirane rajčice ili pekmeza i recept za pripremu zimnice ili određenog kolača. Oni bi služili kao nagrada onima koji se odluče sudjelovati na organiziranim radionicama. Ako bi se provelo već navedeno natjecanje, pobjednicima bi se mogli darovati ti paketi. Ostali posjetitelji koji ne bi sudjelovali u tim aktivnostima, bi imali priliku taj isti paket kupiti.

Put do imanja teško je pronaći i ljudi se lako izgube. Postavljanjem vidljivih putokaza koji bi vodili ravno do OPG-a taj bi se problem lako mogao riješiti. Pretpostavka je da će jasniji putokazi i znakovi biti postavljeni jednom kad i sam ambiciozan projekt i zaživi.

S vremenom bi se mogla uspostaviti digitalizacija prodaje putem *web* stranice. Budući da na postojećoj stranici postoje primjeri proizvoda koje nude i cijene su naznačene, ali ne možeš naručiti proizvod. Time bi posjetitelji koji su već bili na samom imanju i svidjeli su im se proizvodi mogli iz udobnosti svog doma naručiti proizvode koje žele, bez da ponovo odlaze u Štrigovu samo zbog nekoliko proizvoda. Vlasnici bi si time povećali prihode jer bi svatko mogao naručiti njihove proizvode, čak i bez da posjete imanje.

Certifikacija proizvoda mogla bi im pomoći u samom pozicioniranju OPG-a na tržištu. Zbog toga bi kupci imali veće povjerenje u proizvode. Za početak bi mogli navesti lokalnu oznaku izvornosti, a ekološki certifikat uvesti naknado zbog visokih troškove koje taj certifikat zahtjeva. Kad bi i njega uveli tada bi definitivno imali veću pozicioniranost na tržištu te bi mogli stvoriti suradnju i sa poznatijim restoranima u državi.

6 Zaključak

Temeljem svega navedenog, može se zaključiti da OPG Pešta predstavlja primjer održivog i kvalitetno organiziranog obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva koje uspješno spaja ekološku proizvodnju, tradicionalnu gastronomiju i potencijal za razvoj ruralnog turizma u Međimurju. Imanje se ističe po načinu uzgoja, korištenjem domaćeg sjemena i raznovrsnom proizvodnjom koja je usko povezana s radom vlastitog restorana Stridon. Blizina jedne od najatraktivnijih turističkih lokacija u Međimurju, Mađerkinog brega, dodatno povećava mogućnosti privlačenja posjetitelja i razvoj novih usluga usmjerenih na turiste.

S druge strane mnoštvo prilika za napredak kao što je adaptacija putova za bolju prohodnost samog imanja, uspostava društvenih mreža, edukativnog turizma kroz radionice, postavljanje putokaza te više popratnih turističkih sadržaja, osiguralo bi OPG-u Pešta veći broj posjetitelja i bolje pozicioniranje na tržištu.

Literatura

- Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, M., Kesar, O. i dr. (2011). *Turizam: ekonomske osnove i organizacijski sustav*. Zagreb: Školska knjiga d.d.
- Demonja, D. i Ružić, P. (2010). *Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvom*. Zagreb: AKD.
- Hrvatska puna života. (b. d.). Ruralni turizam. Preuzeto sa <https://croatia.hr/hr-hr/ruralni-turizam>, 9. 12. 2025.
- Pešta breg. (b. d.). Pešta breg. Preuzeto sa <https://pestabreg.com/>, 9. 12. 2025.
- Visit Međimurje. (b. d.). *Visit Međimurje*. Preuzeto sa <https://visitmedimurje.com/>, 11. 12. 2025.
- Volim pse. (2025). Povijest pasa: od divljih vukova do naših najboljih prijatelja. Preuzeto sa https://volimpse.com/povijest-pasa-od-divljih-vukova-do-nasih-najboljih-prijatelja/#google_vignette, 11. 12. 2025.
- Vukonić, B. i Keča, K. (2001). *Turizam i razvoj: pojam, načela, postupci*. Zagreb: Mikrorad d.o.o.
- Telišman-Košuta, N. i Ivandić, N. (2015). Analysing destination readiness for branding: A case study of Croatia. U *Destination Marketing* (str. 88-94). Routledge.
- Zakon o obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu. „Narodne novine“ br. 29/18.