

# PRIJEDLOZI TURISTIČKE VALORIZACIJE: PRIMJER ZMAJEVOG VRTA

KLARA TOMAŠEK, TEA VALJAK, ENI BAF, IVA TOMIĆ

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma “dr. Mijo Mirković”, Pula, Hrvatska  
klara.tomasek@student.unipu.hr, tea.valjak@student.unipu.hr, eni.baf@student.unipu.hr, iva.tomic@student.unipu.hr

Prestižna međunarodna i domaća priznanja praksama održivog turizma u Međimurskoj županiji, uz razvijene strateške planove i rast turističkog prometa, otvaraju prostor za uključivanje privatnih poduzeća, čime se dodatno obogaćuje turistička ponuda i osigurava cjelovit turistički doživljaj. U tom je kontekstu svrha rada oblikovati prijedloge turističke valorizacije specifičnog resursa u županiji – Zmajevog vrta obitelji Valkaj, jedinstvenog spoja botanike i keramike. Pregledom relevantne literature, posjećivanjem lokaliteta i razgovorima s vlasnicima Zmajevog vrta predlaže se poduzimanje mjera kojima bi Zmajev vrt mogao postati prepoznatljiv i dostupan na turističkom tržištu te stvarati dodatnu vrijednost za posjetitelje. To uključuje unapređenje digitalne vidljivosti i korištenje suvremenih tehnologija, osiguravanje signalizacije lokaliteta, oblikovanje escape igre, razvoj kreativnih turističkih doživljaja i raznovrsnih društvenih aktivnosti na otvorenom, unapređenje međunarodne marketinške dostupnosti te uvođenje višejezičnih interpretacijskih rješenja na samom lokalitetu. Navedene je prijedloge moguće kombinirati, a njihovu implementaciju nadzirati kako bi se očuvao integritet i autentičnost Zmajevog vrta, u skladu s vizijom obitelji Valkaj i načelima cjelokupne održivosti turističke ponude destinacije.

DOI  
[https://doi.org/  
10.18690/um.ft.2.2026.5](https://doi.org/10.18690/um.ft.2.2026.5)

ISBN  
978-961-299-167-8

**Cljučne riječi:**  
turistička valorizacija,  
Međimurska županija,  
Zmajev vrt,  
botanika,  
keramika



University of Maribor Press

DOI  
[https://doi.org/  
10.18690/um.ft.2.2026.5](https://doi.org/10.18690/um.ft.2.2026.5)

ISBN  
978-961-299-167-8

**Keywords:**  
tourism valorization,  
Međimurje County,  
Dragon Garden,  
botany,  
ceramics

# PROPOSALS FOR TOURISM VALORIZATION: THE CASE OF THE DRAGON GARDEN

KLARA TOMAŠEK, TEA VALJAK, ENI BAF, IVA TOMIĆ

Juraj Dobrila University in Pula, Faculty of Economics and Tourism "dr. Mijo  
Mirković", Pula, Croatia

[klara.tomasek@student.unipu.hr](mailto:klara.tomasek@student.unipu.hr), [tea.valjak@student.unipu.hr](mailto:tea.valjak@student.unipu.hr),  
[eni.baf@student.unipu.hr](mailto:eni.baf@student.unipu.hr), [iva.tomic@student.unipu.hr](mailto:iva.tomic@student.unipu.hr)

Prestigious international and domestic recognitions of sustainable tourism practices in Međimurje County, along with well-developed strategic plans and the growth of tourist traffic, create opportunities for the involvement of private enterprises, thereby further enriching the tourism offer and ensuring a comprehensive tourist experience. In this context, the purpose of this paper is to formulate proposals for the tourism valorization of a specific resource in the county – the Dragon Garden of the Valkaj family, a unique combination of botany and ceramics. Through a review of relevant literature, site visits, and interviews with the owners of the Dragon Garden, measures are proposed that would enable the Dragon Garden to become recognizable and accessible on the tourism market, while creating added value for visitors. These include improving digital visibility, ensuring proper site signage, designing an escape game, developing creative tourism experiences and diverse outdoor social activities, enhancing international marketing accessibility, and introducing multilingual interpretative solutions at the site itself. These proposals can be combined, and their implementation monitored in order to preserve the integrity and authenticity of the Dragon Garden, in line with the vision of the Valkaj family and the principles of overall sustainability of the destination's tourism offer.



University of Maribor Press

## 1 Uvod

Međimurska županija smještena je na najsjevernijem dijelu Republike Hrvatske. Ako izuzmemo Grad Zagreb, površinom je najmanja te najnaseljenija hrvatska županija. Obuhvaća regiju Međimurje, a omeđena je rijekama Murom i Dravom te granicom sa Slovenijom na zapadu (Turk, Mesarić Žabčić i Šimunić, 2022). Iako je riječ o jednoj od gospodarski najrazvijenijih hrvatskih županija s bogatim prirodnim ljepotama kao što su brda, ravnice, rijeke, jezera i kultura, te antropogenim resursima (Mesarić Žabčić, Turk i Šimunić, 2024) koji mogu služiti kao temelj turističkoga razvoja, oni još uvijek nisu dovoljno valorizirani da bi turizam dao značajniji ekonomski doprinos razvoju županije (Kos Kavran i Kostel, 2014; Mesarić Žabčić, Turk i Šimunić, 2024). Ipak, posljednjih godina broj turističkih dolazaka i noćenja intenzivno raste uz kratkotrajne suprotne trendove u pandemijskom razdoblju (Breslauer i dr., 2025; Državni zavod za statistiku – DZS, 2025). Uzrok spomenutih povoljnih turističkih kretanja su brojni primjeri dobre i održive turističke prakse u razvoju kulturnog turizam (Breslauer i dr., 2025), cikloturizma (Matotek, 2024), eno-gastro turizma i *wellness* ponude (Pintarić, 2025), lovnog turizma (Proleksis Enciklopedija, 2018) te drugih oblika turizma posebnih interesa. U strukturi turista gotovo je jednaka zastupljenost domaćih i stranih turista, među kojima dominiraju posjetitelji iz Slovenije, Poljske i Austrije (Matotek, 2024), najviše zbog prikladne cestovne povezanosti s tim zemljama (Matotek, 2024), a turizam je rasprostranjen u urbanim i ruralnim predjelima (Proleksis Enciklopedija, 2018; Mesarić Žabčić i Turk, Šimunić, 2024).

Spomenuti i drugi primjeri dobre prakse zasigurno su doprinijeli i brojnim prestižnim međunarodnim priznanjima u turizmu (Breslauer i dr., 2025), a turizam se podržava i nastoji intenzivirati i izrazitim naporima različitih dionika i njihovom sinergijom te strateškim i dugoročnim planiranjem što potvrđuje i aktualni Destinacijski plan kvalitete u turizmu Međimurske županije 2021.-2027. (Međimurska županija i Turistička zajednica Međimurske županije, 2021). Ovo poticajno okruženje, otvara mogućnost brojnim privatnim poduzetnicima da daju svoj doprinos u stvaranju cjelovitog turističkog doživljaja županije te tako i sami ostvare ekonomske i druge koristi, uz daljnje podržavanje održivih praksi županije. U ovom radu istražujemo potencijal tek jednog privatnog poduzetnika i to obitelji Valkaj, u čijem je vlasništvu Zmajev vrt (Keramos Valkaj, b. d.). Pomoću metoda suradničkoga promatranja i pregleda relevantne literature svrha je ovoga rada dati konkretne prijedloge turističke valorizacije tog turističkoga resursa. Nakon Uvoda,

dane su spoznaje iz pregleda literature o kontekstu turizma Međimurske županije, Zmajevom vrtu i turističkoj valorizaciji. Slijedi opis metoda rada te rezultati i diskusija u kojima je prikazano trenutno stanje te su dani prijedlozi turističke valorizacije Zmajevog vrta. U Zaključku su navedene osnovne spoznaje te je dan osvrt na to je li ispunjena svrha ovog rada.

## 2 Pregled literature

U međimurskoj općini Štrigova u naselju Železna Gora smješten je „Zmajev vrt“. U vlasništvu je obitelji Valkaj te se nalazi na nadmorskoj visini od oko 300 metara i na površini od 3,5 hektara, pretežito brdovitog karaktera. Zahvaljujući sjeverozapadnoj orijentaciji prirodno je zaštićen od proljetnih mrazeva i preuranjene vegetacije. Takav mikroklimatski položaj omogućuje uzgoj biljnih vrsta karakterističnih ne samo za kontinentalno, nego i za mediteransko podneblje. Raščlanjen na više tematskih područja koja se međusobno nadovezuju i kojima se nastoji potaknuti raznolik vizualni doživljaj prostora onima koji ga posjećuju. Tom doživljaju mogu doprinijeti i brojne umjetničke skulpture, izrađene od različitih materijala. Među njima je i keramika, također iz kućne radinosti jer se dio obitelji Valkaj bavi izradom keramičkih suvenira i skulptura i drugih predmeta s prigodnom tematikom podneblja, kao što su međimurska narodna predaja uz motive zmaja, šumskih vila te druge iz bogate kulturne, etnografske i prirodne baštine. U sklopu vrta nalazi se i ljetna pozornica koja je oblikovana kao funkcionalna skulptura. Ta pozornica je pogodna za održavanje koncerata klasične glazbe (Keramos Valkaj, b. d.).

Zbog izrazitih napora u razvoju turizma koji uvažava harmoniju između ekonomskih, socio-kulturnih i okolišnih utjecaja na dobrobit lokalne zajednice, Međimurje je proglašeno prvom hrvatskom (1) “zelenom destinacijom” na vodećem svjetskom sajmu turističke industrije ITB Berlin te (2) članicom ekskluzivne Bio district svjetske asocijacije (Breslauer i dr., 2025). Destinacija je nositelj Eco label certifikata te dobitnik nagrade EDEN, koju dodjeljuje Europska komisija za izvrsnost u održivom turizmu. Uz spomenuto, destinacija niže uspjehe i na nacionalnom turističkom tržištu i to temeljem održivosti, inovativnosti i uporabi tehnologije u pružanju turističkih doživljaja (Breslauer i dr., 2025). Destinacija je jedna od prvih u Hrvatskoj kojom se sustavno upravlja (Kos, Kavran i Kostel, 2014), s naglaskom na pružanje cjelovitog turističkog doživljaja. To je popraćeno i strateškim planovima, što se može zaključiti iz brojnih razvojnih dokumenata posvećenih turizmu u općenitom smislu, ali i u kontekstu posebnih oblika turizma,

poput eno-gastronomije kroz vinske ceste ili cikloturizma (Kos i Kavran, 2014). Tako, na primjer, Destinacijski plan kvalitete u turizmu Međimurske županije 2021.–2027. ističe potrebu za daljnjim razvojem izletišta, čime se otvara i mogućnost turističke valorizacije Zmajevog vrta. Uz spomenuto izletišta, Zmajev vrt bi mogao i odgovoriti na rastuću potražnju suvremenih turista za kontakt s lokalnim stanovništvom (Vodeb, 2015), boravkom u prirodi (Mandić, Spenceley i Leung, 2025), zdravstvenom dobrobiti potaknuto boravkom u prirodnom prostoru (Vodeb, 2018), ili pak umjetničkim stvaranjima kroz keramičke radionice (Yahaya i Ariffin, 2025) i potražnju za drugim koristima turističkoga boravka. Da bi Zmajev vrt mogao odgovoriti na potražnju suvremenih turista, njegovi vlasnici ostvariti ekonomske i druge koristi od turističke ponude, te da bi cjelokupna destinacija obogatila svoju ponudu, potrebna je turistička valorizacija.

Turistička valorizacija je složen proces kojim se turistički resursi oblikuju u atraktivne turističke sadržaje. Svrha turističke valorizacije jest preoblikovati resurse tako da budu spremni za konzumaciju, prepoznatljivi i dostupni na turističkom tržištu te da stvaraju dodatnu vrijednost za posjetitelje (Vodeb, 2015). U skladu s ovom definicijom, u nastavku će biti predstavljene metode koje će nam omogućiti oblikovanje prijedloga turističke valorizacije specifičnog resursa – Zmajevog vrta – kako bismo ostvarili cilj ovog rada.

### **3 Metode rada**

Za potrebe izrade ovog rada primijenjene su metode empirijskog istraživanja i pregleda literature. U okviru pregleda literature korišteni su relevantni znanstveni i stručni radovi, službene statistike, mrežne stranice te razvojni dokumenti koji omogućuju razumijevanje konteksta turizma u Međimurskoj županiji, mrežne stranice Zmajevog vrta te relevantni trendovi turističke potražnje. Empirijsko istraživanje obuhvatilo je posjet Zmajevom vrtu, sudioničko promatranje te strukturirani intervju sa članovima obitelji Valkaj, sa ciljem identificiranja potencijala za valorizaciju vrta. Na temelju prikupljenih podataka definirano je aktualno stanje te su formulirani prijedlozi za turističku valorizaciju ovog resursa, što je predmet narednog dijela rada.

## 4 Rezultati i diskusija

Prema razgovoru s vlasnicima obitelji Valkaj, prepoznali smo da je Zmajev vrt nastao iz ljubavi obitelji prema botanici i keramici te da se taj spoj njeguje već 30-ak godina. Obitelj je tek prije nekoliko godina ugostila posjetitelje, većinom domaće, koje zanima botanika i boravak u ugodnom okruženju. Unazad nekoliko godina u Zmajevom vrtu organiziraju se i koncerti klasične glazbe, koji su vrlo rado posjećivani. Paralelno s takvim posjećivanjem, obitelj organizira i radionice izrade keramičarskih predmeta, no najviše za djecu predškolskog i predškolskog uzrasta, stoga te radionice još uvijek nemaju turistički karakter. Obitelj je spremna u većoj mjeri otvoriti prostor Zmajevog vrta za posjetitelje na način da se poštuje obiteljska vizija, a to je turizam koji održava autentičnost i integritet tog prostora te bogatstvo i unikatnost drveća koje raste u vrtu, tj. u skladu s načelima održivog razvoja ovog lokaliteta, a time i cijele destinacije.

Kako bi se ojačala konkurentnost i prepoznatljivost Zmajevog vrta te stvorio održiv model turističke valorizacije prostora, predlaže se niz mjera usmjerenih na podizanje međunarodne vidljivosti na turističkom tržištu i poboljšanje doživljaja posjetitelja. Predložene mjere moguće je grupirati u pet skupina: (1) digitalna vidljivost i suvremena tehnologija, (2) signalizacija i *escape* igra, (3) kreativni turistički doživljaji, (4) raznovrsne društvene aktivnosti na otvorenom te (5) međunarodna dostupnost, uključujući informacije prije posjeta i sadržaje na lokalitetu. Navedene prijedloge moguće je kombinirati ili razvijati turističku valorizaciju fokusirano u jednoj od navedenih dimenzija, kako je objašnjeno u nastavku.

### Digitalna vidljivost i suvremena tehnologija

Za razvoj Zmajevog vrta u budućnosti vrlo je važna njegova vidljivost prema turistima (Vodeb, 2018). U današnje vrijeme posebno je važna vidljivost u digitalnom prostoru (Dolenc, 2025). Na mrežnim stranicama Turističke zajednice Međimurske županije (b. d.) nema informacija o Zmajevom vrtu, stoga predlažemo uključivanje ove lokacije na te mrežne stranice i uključivanje u turističku ponudu županije. Na taj se način osigurava pristup ciljanim skupinama koje već koriste takve kanale informiranja. Nadalje, predlaže se daljnje unapređenje samostalne mrežne stranice Zmajevog vrta, koja bi služila kao temeljni izvor informacija za posjetitelje, i to za one koje posebno zanima botanika, keramika ili pak za turističke agencije, s

kojima lokalitet za sada uopće nije povezan, a koje bi mogle pružati smisleno i organizirano posjećivanje nekoliko različitih lokaliteta.

Spomenuta mrežna stranica trebala bi sadržavati: opise staza, skulptura te biljnih vrsta. Također, preporučuje se da se na njoj navodi i radno vrijeme vrta, mogućnost rezervacija, edukativni materijali, kalendar događanja te potencijalne aktivnosti u Zmajevom vrtu. Zatim, predlaže se i otvaranje profila na društvenim mrežama (Instagram, Facebook, TikTok), čime se omogućuje komunikacija s publikom i brza promocija aktivnosti. Otvaranje Google My Business profila služilo bi kao ključan alat za povećanje vidljivosti lokacije te olakšavanje pronalaska informacija potencijalnim posjetiteljima. Postavljanje službenog *foto point*-a u vrtu jednostavna je, ali učinkovita metoda poticanja korisničkog sadržaja na društvenim mrežama, čime bi se doprlo i do drugih potencijalnih posjetitelja.

Nadalje, predlaže se i angažiranje digitalnih *influencera*, tj. kreatora digitalnog sadržaja, ponajviše *travel* blogera koji mogu o svojem iskustvu u Zmajevom vrtu, izvještavati na društvenim mrežama, a upravo njihov angažman jedan je od najbrže rastućih oblika digitalne promocije (Wahba, El-Deeb i Metry, 2025). Za Zmajev vrt ključni su *influenceri* vezani uz prirodu, održivost, kreativne industrije, ruralni turizam i *outdoor* sadržaje. Njihov dolazak može se organizirati kroz tematske ture ili radionice, čime se prirodno stvara sadržaj koji dopire do šire publike te prenosi autentičan doživljaj važan za izgradnju imidža Zmajevog vrta.

Trenutne su mogućnosti obilazak lokaliteta uz pratnju vlasnika. Kako bi se rasteretila potreba za stalnim vodičem predložimo ulaganje u razvoj mobilne aplikacije u svrhu interaktivnog razgledavanja, navigaciju po lokaciji te razvoj audio/radio vodiča. Predložimo korištenje QR kodova raspoređenih duž vrta kako bi se posjetiteljima omogućilo samostalno istraživanje, kako bi posjetitelji imali mogućnost kreirati vlastiti ritam obilaska.

### **Signalizacija i *escape* igra**

Jasna i dosljedna signalizacija ključna je za sigurno i ugodno kretanje. Ona je za sada izostala pa se tako predlaže postavljanje putokaza na lokalitetu s ključnim točkama, usklađenih s vizualnim identitetom Zmajevog vrta. Takva signalizacija smanjuje rizik gubljenja te potencijalno povećava zadovoljstvo posjetitelja, te kao uz prethodne prijedloge, može smanjiti potrebu za pratiteljem. Uz signalizaciju, predložimo i

izradu detaljne interpretativne mape koja bi mogla biti smještena na ulazu u Zmajev vrta, a prikazivala bi prostornu organizaciju vrta, skulpture, tematske cjeline, biljne vrste i edukativne točke. Takva mapa predstavlja važno polazište za daljnji razvoj ponude.

Na temelju mape predlaže se razvoj jedinstvenog doživljaja kroz razvoj tzv. *escape* igre, za kojima postoji iznimna potražnja na turističkom tržištu (Lama i Martín, 2021). Tom tržištu Zmajev vrt može ponuditi inovativnu turističku igru koja na interaktivan način povezuje elemente prirode, mitologije i osjetilnih doživljaja. Ta igra zamišljena je kao iskustveni sadržaj koji posjetitelje vodi kroz pet tematskih zadataka, od kojih je svaki inspiriran jednim od prirodnih elemenata:

- Zemlja - opip: Posjetitelji bi mogli kroz taktilne izazove tražiti tragove u blizini drveća, tla ili keramičkih skulptura.
- Voda - njuh: Izazov bi bio vezan uz mirise prirode. To bi moglo uključivati prepoznavanje biljaka karakterističnih mirisa ili traženje “mirisnih tragova”. Dodatno, mirisi prirode imaju blagotvoran učinak na dobrobit posjetitelja.
- Zrak - sluh: Posjetitelji prate zvuk vjetra, ptičjeg pjeva, šumova ili zvučnih signala postavljenih unutar vrta.
- Vatra - vid: Naglasak je na vizualnim detaljima, boje, svjetlo, skriveni simboli na keramičkim skulpturama. Zadatak može zahtijevati otkrivanje vizualnih tragova.
- Peti element - ljubav: Ovaj element povezuje sve ostale elemente u jedno i predstavlja povezanost čovjeka s prirodom i vlastitim osjetilima. Završni zadatak može biti simboličan. Primjerice, pronalazak “srca vrta”, mjesta gdje se elementi spajaju, što naglašava emocionalnu komponentu posjeta i dublje razumijevanje prostora.

Ovakav koncept ne samo da može dodatno obogatiti turistički doživljaj, već i potiče posjetitelje da aktivno istražuju, uče i povezuju se s prirodom na dublji i kreativniji način. Ta igra ima potencijal za privlačenje različitih dobnih skupina, poticanje grupnih posjeta i produljenje boravka.

### **Kreativni turistički doživljaji**

Uz unapređenje osnovne ponude, dodanu vrijednost predstavljao bi razvoj novih oblika doživljaja koje bi poticale kreativnost, boravak na otvorenom i interakciju posjetitelja s prirodnim ambijentom. Naglasak se stavlja na održivost i stvaranje

autentičnih iskustava. Kreativne industrije potiču razvoj posebnih turističkih doživljaja te je zabilježen rast potražnje za takvim doživljajima (Yahaya i Ariffin, 2025). Zmajev vrt je idealan za kreativne radionice zahvaljujući svom umjetničkom i prirodnom ambijentu. Najveći potencijal imaju keramičarske radionice u kojima posjetitelji mogu izrađivati rukotvorine kao autentične i jedinstvene suvenire. Upravo su-stvaranje vlastitih suvenira potiče jedinstvene i pamtljive turističke doživljaje, koji pojačavaju zadovoljstvo posjetitelja u drugim kontekstima (Deng i dr., 2021).

### **Druge društvene aktivnosti na otvorenom**

Uz spomenutu *escape* igru, koja može biti društvenog karaktera, razvoj drugih aktivnosti na otvorenom predstavlja jedan od najlogičnijih koraka u širenju ponude. Zmajev vrt pogodan je za obiteljske obilaske. Također, i za lokalno gastronomsko iskustvo kroz piknik košarice s proizvodima OPG-ova, kao dodatna ponuda ovom lokalitetu, koje se može valorizirati i kao specifično izletišta, što se podržava i strateškim planom razvoja destinacije (Međimurska županija i Turistička zajednica Međimurske županije, 2021). Nadalje, mirna lokacija u prirodi idealna je i za jutarnje, večernje joga radionice i radionice disanja pri čemu bi bilo moguće privući posjetitelje zainteresirane za vlastitu dobrobit i zdravlje, što je jedan od značajnijih trendova u turističkoj potražnji (Vodeb, 2015). Manja događanja poput glazbenih večeri ili plesnih aktivnosti povećale bi atraktivnost vrta, a glazbene večeri posvećene klasičnoj glazbi, već su izvedene u Zmajevom vrtu i pokazale su se kao izrazito privlačne među posjetiteljima.

### **Međunarodna dostupnost**

Kako bi se povećala pristupačnost za strane posjetitelje, svi informativni, edukativni i interpretativni materijali na samom lokalitetu trebali bi biti dostupni na barem tri jezika (hrvatski, engleski i njemački). To uključuje putokaze, QR kod sadržaje, mrežne stranice i spomenutu aplikaciju. Jezična dostupnost preduvjet je uspješne međunarodne turističke komunikacije i konzumacije same atrakcije (Khorsheed i Saleh, 2024).

## 5 Zaključak

U radu je prikazano da nedavno povećanje broja posjetitelja i noćenja u Međimurskoj županiji, zajedno sa strateškim pristupom turizmu, podržava uključivanje privatnih poduzetnika u turističku ponudu županije, čime poduzetnici mogu ostvariti svoje koristi, a posjetitelji dobiti priliku za obogaćeno i cjelovito turističko iskustvo.

Predlaže se sustavna podrška turističke zajednice kroz (digitalnu) promociju Zmajevog vrta, suradnju s turističkim agencijama koje mogu uključiti vrt u složene turističke proizvode, te suradnju s lokalnim OPG-ovima koji mogu ponuditi enogastronomsko iskustvo, pri čemu Zmajev vrt može funkcionirati kao jedinstveno izletišta. Vlasnicima se također predlaže aktivno korištenje društvenih mreža, ulaganje u suvremenu tehnologiju koja omogućava adekvatnu signalizaciju za samostalno kretanje vrtom te pristup relevantnim informacijama već prije planiranja posjeta. Predložene su i brojne društvene aktivnosti, poput escape igre, grupnih radionica keramike i joge. Ovako oblikovani prijedlozi usmjereni su na privlačenje većeg broja turista uz razvoj dodatnih sadržaja na lokalitetu, čime smatramo da je svrha ovog rada ispunjena.

Dodatno, zaključujemo da su prijedlozi u skladu s očuvanjem unikatnosti turističkog resursa. Ipak, implementaciju pojedinog ili više prijedloga turističke valorizacije potrebno je pažljivo nadgledati kako bi se, po potrebi, mogle poduzeti korektivne mjere koje čuvaju autentičnost i integritet prostora, u skladu s vizijom obitelji Valkaj. Predložene mjere kombiniraju prirodno i kulturno nasljeđe, kreativne, digitalne i edukativne sadržaje. Na taj način jača se identitet i konkurentnost Zmajevog vrta te se potencijalno doprinosi ukupnoj turističkoj ponudi Međimurske županije.

### Literatura

- Breslauer, N., Breslauer, N., Katanec, I. B., Hegeduš, I. i Grula, R. (2025). An innovative and sustainable approach to Međimurje Tourism. *Economic and Social Development-Building Society on the Foundations of Heritage and Culture* (Book of Proceedings), 13.
- Deng, W., Lu, C., Lin, Y., Chen, W. (2021). A study on the effect of tourists value co-creation on the perceived value of souvenirs: mediating role of psychological ownership and authenticity. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(2), 200-214.
- Dolenec, S. (2025). Consuming Memorial Heritage in Sarajevo's Urban Environment: A Non-Local Visitor's Perspective Based on Tripadvisor Reviews. *Tourism Planning & Development*, 1-22.

- Državni zavod za statistiku – DZS. (2025). *Dolasci i noćenja turista u komercijalnom smještaju u rujnu 2025*. Preuzeto sa <https://podaci.dzs.hr/2025/hr/97113>, 20.12.2025.
- Kos Kavran, A. i Kostel, I. (2014). Razvoj destinacijskog marketinga u Međimurju. *Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu*, 5(2), 33-43.
- Khorsheed, N. N. i Saleh, H. A. (2024). The Language of Hospitality: Linguistic Strategies for Improving Tourist Satisfaction. *Qalaai Zanist Scientific Journal*, 9(2), 1342-1368.
- Lama, A. V. i Martín, M. G. (2021). Decoding escape rooms from a tourism perspective: A global scale analysis. *Moravian Geographical Reports*, 29(1), 2-14.
- Mandić, A., Spenceley, A., Leung, Y. F. (2025). Toward Resilient Nature-Based Tourism in the Post-Pandemic Era: Integrating Governance, Visitor Dynamics, Finance, and Ecosystem Integrity. *Tourism Planning & Development*, 22(5), 617-631.
- Matotek, L. (2024). Cikloturizam u Međimurskoj županiji. *Geografski horizont*, 70(1), 9-21.
- Međimurska županija i Turistička zajednica Međimurske županije. (2021). *Destinacijski plan kvalitete u turizmu Međimurske županije 2021.-2027*. Preuzeto sa <https://tzm.hr/storage/2025/07/Destinacijski-plan-kvalitete-u-turizmu-MZ-2021-2027-Fin.pdf>, 20.12.2025.
- Mesarić Žabčić, R., Turk, I. i Šimunić, N. (2024). Rural Tourism in Međimurje County: Synergy of Partnership between Diaspora, Economy and Local Community. *Podravina: časopis za geografska i povijesna multidisciplinarna istraživanja*, 23(45), 102-112.
- Pintarić, D. (2025). *Analiza utjecaja biciklizma na razvoj turizma u Gornjem Međimurju*. Međimursko veleučilište u Čakovcu.
- Proleksis Enciklopedija. (b. d.). *Međimurje*. Preuzeto sa <https://proleksis.lzmk.hr/36846/>, 20.12.2025.
- Turistička zajednica Međimurske županije. (b. d.). *Međimurje*. Preuzeto sa <https://visitmedimurje.com/>, 20.12.2025.
- Turk, I., Mesarić Žabčić, R. i Šimunić, N. (2022). Utjecaj prometne dostupnosti na promjenu broja stanovnika i starenje stanovništva u Međimurskoj županiji od 1991. do 2021. *Podravina: časopis za geografska i povijesna multidisciplinarna istraživanja*, 21(42), 168-181.
- Vodeb, K. (2015). Proces valorizacije virov kulturnega turizma z vidika destinacijskega menedžmenta. *Studia universitatis hereditatis*, 3(1/2), 107-116.
- Wahba, S., El-Deeb, S., Metry, S. (2025). The role of influencers and social comparison in shaping travel intentions. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 8(3), 849-869.
- Yahaya, M. F. i Ariffin, A. A. M. (2025). Creative process and creative environment: impact on experience quality and behavioural intentions in creative tourism services. *Creativity Studies*, 18(2), 399-419.
- Keramos Valkaj. (b. d.). *Zmajev vrt*. Preuzeto sa <https://www.keramos-valsaj.com/zmajev-vrt/>, 20.12.2025.

