

# TURISTIČKI POTENCIJAL VIDIKOVCA MAĐERKIN BREG

SIMONA BUŠLJETA, MIA ŠOLAJA, ANA ŠTAGAR,  
JANA VALEČIĆ, PETRA BARIŠIĆ

Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet, Zagreb, Hrvatska  
simona.busljeta@gmail.com, msolaja16@gmail.com, stagarana59@gmail.com,  
valecicianajana17@gmail.com, petra.barisic@net.efzg.hr

Rad analizira turistički potencijal Vidikovca Mađerkin breg u općini Štrigova kao suvremene ruralne turističke atrakcije u kontekstu diverzifikacije hrvatskog turizma prema kontinentalnim područjima i cjelogodišnjem poslovanju. Vidikovac se promatra kao integralni dio šireg kulturnog krajobraza Međimurja, posebno vinske ceste, te kao infrastrukturni i interpretacijski element koji podupire razvoj ruralnog i održivog turizma. Metodološki, rad se temelji na deskriptivnoj analizi ponude i sadržaja atrakcije te na sekundarnim i internim podacima o posjećenosti. Središnji dio rada uključuje SWOT analizu kojom se identificiraju ključne snage (jedinствена geografska pozicija, panoramska vizura prema pet država, moderna infrastruktura, integracija u vinsko-turistički sustav te interpretacijski potencijal povijesne naracije), slabosti (nedostatak sustavne promocije i digitalne prepoznatljivosti, ograničena pristupna i parkirna infrastruktura, isključivo gotovinsko plaćanje, izostanak online prodaje ulaznica, manjak zaposlenih i neprilagođenost osobama smanjene pokretljivosti), prilike (digitalna transformacija, razvoj tematskih manifestacija, usmjeravanje na grupne posjete i korištenje EU fondova) te prijetnje (konkurencija, makroekonomska nestabilnost, rast troškova održavanja, nepogode i manjak radne snage). Na temelju nalaza predlažu se mjere usmjerene na profesionalizaciju upravljanja, unaprjeđenje pristupačnosti, jačanje digitalnih kanala, uvođenje bezgotovinskog plaćanja i online kupnje ulaznica te razvoj sadržaja koji smanjuju sezonalnost, osobito kroz biciklističke i manifestacijske programe.

DOI  
[https://doi.org/  
10.18690/um.ft.2.2026.7](https://doi.org/10.18690/um.ft.2.2026.7)

ISBN  
978-961-299-167-8

**Ključne riječi:**  
Vidikovac Mađerkin breg,  
Štrigova,  
ruralni turizam,  
održivi turizam,  
Međimurska županija



University of Varžbor Press

**DOI**

[https://doi.org/  
10.18690/um.ft.2.2026.7](https://doi.org/10.18690/um.ft.2.2026.7)

**ISBN**

978-961-299-167-8

**Keywords:**

Maderkin Breg Viewpoint,  
Štrigova,  
rural tourism,  
sustainable tourism,  
Međimurje County

# TOURISM POTENTIAL OF THE MAĐERKIN BREG VIEWPOINT

SIMONA BUŠLJETA, MIA ŠOLAJA, ANA ŠTAGAR,  
JANA VALEČIĆ, PETRA BARIŠIĆ

University of Zagreb, Faculty of Economics and Business, Zagreb, Croatia  
[simona.busljeta@gmail.com](mailto:simona.busljeta@gmail.com), [msolaja16@gmail.com](mailto:msolaja16@gmail.com), [stagarana59@gmail.com](mailto:stagarana59@gmail.com),  
[valecicjana17@gmail.com](mailto:valecicjana17@gmail.com), [petra.barisic@net.efzg.hr](mailto:petra.barisic@net.efzg.hr)

This paper analyses the tourism potential of the Maderkin Breg Viewpoint in the municipality of Štrigova as a modern rural attraction within the diversification of Croatian tourism toward continental regions and year-round operations. The viewpoint is considered part of the broader cultural landscape of Međimurje, particularly the wine route, and as an infrastructural and interpretative element supporting rural and sustainable tourism development. The research is based on descriptive analysis of the attraction's offer and secondary visitor data. A SWOT analysis identifies key strengths, including its unique geographical position, panoramic view of five countries, modern infrastructure and integration into the wine tourism system. Weaknesses include limited promotion and digital visibility, access and parking constraints, a lack of cashless payment options, and limited accessibility. Opportunities relate to digital transformation, development of thematic events and group visits, while threats include competition, rising costs and labour shortages. Based on the findings, measures are proposed to improve management, accessibility and digital presence, including the introduction of online ticketing and cashless payments, as well as the development of year-round content through cycling and event-based programmes.



## 1 Uvod

Republika Hrvatska temelji svoj turistički proizvod na priobalnom turizmu stavljajući naglasak na turističku ponudu Jadranske Hrvatske. No unatoč tome već se godinama ulažu veliki naponi u razvoj turizma kontinentalne Hrvatske koja obiluje prirodnim ljepotama i omogućava razvoj turizma svih 12 mjeseci u godini. Kontinentalni turizam nudi brojne prednosti kao što je očuvana priroda te kulturna i gastronomska baština te mogućnosti za aktivni turizam, što je posebno vidljivo u Međimurskoj županiji. Međimurska županija zahvaljujući svojoj bogatoj prirodnoj i kulturnoj baštini i eno-gastronomskoj ponudi pozicionira se kao predvodnica kontinentalnog ruralnog i održivog turizma. Područje Međimurja je tradicionalno poznato po vinarima, vinogradarstvu i blagim brežuljcima. Izgradnja i otvaranje biciklističko-informativnog centra i vidikovca Mađerkin breg dalo je Međimurju još snažniji turistički zamah. Stoga je svrha ovog rada analizirati trenutnu ponudu i sadržaje koje nudi vidikovac Mađerkin breg u kontekstu ruralnog turizma te ukazati na njene potencijale i dati prijedloge za unaprjeđenje iste kao i za privlačenje novih posjetitelja u Međimursku županiju i općinu Štrigova.

Međimurje je najsjevernije geografsko područje u Hrvatskoj, koje se smjestilo između rijeka Drave i Mure. Na nadmorskoj visini od 202 metra nalazi se Štrigova koja je smještena 20 kilometara sjeverozapadno od grada Čakovca i otprilike dva kilometra jugoistočno od prijelaza slovenske granice u Razkrižju. Općina Štrigova prostire se na 44,79 kvadratnih kilometara površine te uključuje deset naselja: Banfi, Jalšovec, Prekopu, Grabrovnik, Leskovec, Robadje, Sveti Urban, Stanetinec, Štrigovu i Železnu Goru koje zajedno imaju oko tri tisuće stanovnika (Vidikovac Mađerkin breg Štrigova, 2025a.). Turistička atrakcija Vidikovac Mađerkin breg nalazi se u naselju Robadje te ga se ne promatra kao izolirana atrakcija, već kao dio šireg kulturnog krajobraza i integralni segment ruralnog turizma Međimurja, utemeljenog na prirodnim resursima i tradicijskim obilježjima vinogradarstva te neodoljivih gastronomskih delicija (Demonja i Ružić, 2010). Vidikovac je izgrađen 2022. godine te je sama izgradnja trajala dvije godine. Autori projekta su arhitekti Bojan i Igor Perhoč, dok je za konstrukciju glavni građevinar bio Miljenko Kovač. Vidikovac doseže visinu od oko 27 metara te sadrži 104 stepenice koje omogućuju posjetiteljima da uživaju u pogledu s najviše točke Međimurja na 361 metar nadmorske visine. Posjetiteljima pruža panoramski pogled na pet država: Hrvatsku, Sloveniju, Austriju, Mađarsku i Slovačku. Izgradnja vidikovca u samom krajobrazu primjer je krajobrazne arhitekture u službi turizma (HDKA, 2025). Njegov dizajn i

pozicioniranje na najvišoj točki Međimurja služe kao ključni funkcionalni i estetski elementi za privlačenje posjetitelja. Visina i lokacija vidikovca osiguravaju neometanu panoramsku vizuru na pet država, što je rijetkost u kontinentalnom turizmu i ključna konkurentska prednost atrakcije.

Mađerkin breg, iako pod tim imenom poznat tek posljednjih nekoliko desetljeća, nosi bogatu povijest koja seže sve od antike kada su njegovi brežuljci već bili prekriveni vinogradima. Duga povijest vinogradarstva na ovom području pozicionira Mađerkin breg unutar konteksta vinskog turizma. Tijekom srednjeg i novog vijeka brdo je bilo u vlasništvu uglednih međimurskih obitelji Celjskih i Zrinskih, a kasnije je kao miraz pripalo Josipu Krauthakeru, cijenjenom činovniku i vinaru. Činjenica da je brdo bilo u vlasništvu spomenutih vinara naglašava kontinuitet vinske tradicije koja definira identitet regije. Sin Josipa Krauthakera, Albert, oženio je svoju suprugu Emiliju koja je bila mađarska balerina te je 1940. iz Budimpešte došla u Štrigovu na imanje Krauthakera. U narodu je bila poznata kao “Mađerka” po kojoj je brijeg, odnosno i sam vidikovac dobio ime. Tijekom Drugog svjetskog rata, njen suprug Albert je ubijen a Emilija je ostala sama u stranoj zemlji. Međutim, nastavila je živjeti skromnim životom, brinula se o svom gospodarstvu i domaćim životinjama koje bi poslije prodavala mještanima (Vidikovac Mađerkin breg Štrigova, 2025b). Iako je Emilija Krauthaker svoj život završila u skromnim uvjetima, njezino ime i životna priča postali su ključni dio *storytellinga* ove destinacije što stvara emocionalnu dimenziju marke i povezanost sa posjetiteljima. Radi te povijesne pozadine Mađerka spada u dio nematerijalne kulturne baštine općine Štrigove. Upravo ta povezanost zanimljive životne priče, bogate vinogradske povijesti i spektakularne krajobrazne arhitekture pozicionira Vidikovac Mađerkin breg kao ključnu turističku atrakciju kontinentalnog turizma, čime se ujedno brendira cijelo Međimurje.

## 2 Analiza trenutnog stanja turističke ponude Vidikovca Mađerkin breg

Vidikovac Mađerkin breg kao primjer krajobrazne arhitekture simbol je održivog turizma jer su se za izgradnju koristili prirodni materijali. Izgrađen je od lameliranog drva u zvjezdanom tlocrtu s metalnim perforiranim stepenicama (Međimurska županija, 2022). Samo područje povezano je s prekrasno uređenim vinogradima pa je ujedno i popularna vinska zona. Stoga je Mađerkin breg mjesto susreta prirodne i kulturne baštine te lokacija na kojoj se često održavaju razne manifestacije, koncerti i eno-gastro događanja. Vidikovac je dio biciklističko-informativnog centra te

privlači brojne bicikliste, ali i obitelji, planinare, fotografe, kao i ostale ljubitelje prirode.

U sklopu vidikovca integrirane su 18 metara visoke orgulje pod nazivom “goričko sviralo” koje su ugrađene 2024. godine. Goričko sviralo se može usporediti s orguljama, ali zapravo to je unikatni instrument koji se proteže cijelom visinom vidikovca. Izvorno je zamišljen za reprodukciju međimurskih popevki koje su uvrštene na UNESCO-ov popis nematerijalnih kulturnih dobara čovječanstva. Osim međimurskih popevki dostupne su i druge prigodne pjesme. Goričko sviralo može svirati na dva načina. Prvi način je odabir ponuđenih pjesama putem izbornika na ekranima koji se nalaze u podnožju i na vrhu vidikovca. Drugi način sviranja na goričkom sviralu uključuje priključak za klavijature koja omogućava “uživo” sviranje na instrumentu te ima mogućnost sviranja u rasponu od pet oktava (hrturizam.hr, 2025). Na samom vrhu vidikovca nalazi se takozvani “hvatač vjetra” unutar kojeg je smješteno sviralo koje uz pomoć vjetra proizvodi zvuk. Strujanjem zraka kroz sviralo stvaraju se razne melodije. Melodije proizvedene vjetrom prestaju čim se uključi reprodukcija pjesama na goričkom sviralu. Sviralo na vjetar najlakše je usporediti s Morskim orguljama u Zadru, autora Nikole Bašića koje zvuk proizvode uz pomoć morskih valova.

Kod samog ulaza na vidikovac nalazi se vinska fontana. Vinska fontana je drvena bačva u kojoj je postavljen uređaj za točenje vina. Bačvu je izradila tvrtka Pozvek, dok je ugrađeni sustav za točenje vina Talijanski proizvod. Vinska fontana u ponudi ima osam različitih vrsta vina vinarije Cmrečnjak i vinarije Štampar te ju je moguće koristiti u četiri koraka. Prvo je potrebno na blagajni kupiti vinsku karticu i čašu na kojoj se nalazi logo vidikovca. Kartica se prislanja uz željenu vrstu vina te je čašu potrebno staviti ispod slavine, također je potrebno pritisnuti gumb za točenje željene količine vina i maknuti vinsku karticu (Jakopić, 2025).

Suvenirnica se nalazi u podnožju vidikovca gdje se ujedno prodaju i ulaznice za posjetitelje. Trenutno se u ponudi suvenirnice nalaze keramički magneti koje izrađuje lokalna obitelj Valkaj, a oni također nude ručno izrađene čaše za kavu i čaj, podmetače te svijećnjake. Staklene čaše za gemiš i vino, majice, torbe, bedževi i magneti su iz poduzeća Baggiz iz Čakovca. Vina vinarije Cmrečnjak dostupna su u ponudi suvenirnice. U ponudi su i međimurske lutke u narodnim nošnjama koje izrađuje gospođa Nadica Patafta iz Strahoninca.

Trenutno je na vidikovcu Mađerkin breg zaposlena samo jedna osoba. Preko vikenda pomažu i rade studenti. Zaposlenica je zadužena za doček posjetitelja, prodaju ulaznica, prodaju suvenira, vinske karte i čaše s logom vidikovca, vođenje tura i objašnjavanje povijesti, zanimljivosti i činjenica o samom vidikovcu.

Vidikovac ima vlastitu internetsku stranicu ([vidikovac.eu](http://vidikovac.eu)) gdje posjetitelji mogu saznati informacije o vidikovcu, radno vrijeme, cijenu ulaznica, te kako doći do atrakcije osobnim automobilom. Osim osnovnih informacija, na stranici posjetitelji mogu pronaći zanimljive činjenice, usluge smještaja, hrane te što još posjetiti u okolici. Putem internetske stranice vidikovca redovito se objavljuju nadolazeće manifestacije i novosti (Vidikovac Mađerkin breg Štrigova, 2025c). Od društvenih mreža imaju Instagram profil (@[vidikovac.eu](https://www.instagram.com/vidikovac.eu)) koji ima isti naziv kao i internetska stranica. U opisu profila je također vidljivo radno vrijeme vidikovca kao i poveznica na njihovu internetsku stranicu. Na svojem Instagram profilu objavljuju fotografije vidikovca te događaje koji su se već održali, ali i one koji tek dolaze (Vidikovac.eu, 2025).

U sklopu vidikovca je i biciklističko-informativni centar. Biciklističko-informativni centar osmišljen je kako bi osigurao siguran i ugodan boravak posjetiteljima, s posebnim naglaskom na bicikliste, budući da je Mađerkin breg omiljeno odredište brojnih biciklista i pješaka. U sklopu vidikovca postoji i mjesto gdje biciklisti mogu odmoriti i servisirati svoje bicikle te punionice za električne bicikle što lokaciju čini idealnom za biciklističke ture.

Prilazna cesta do samog vidikovca je zavojita, šljunčana i uska što otežava mimoilaženje vozila. Parkiranje kod vidikovca je neplansko bez ucrtanih parkirnih mjesta, stoga se posjetitelji parkiraju gdje im najbolje odgovara i često na privatna zemljišta drugih vlasnika. Dostupnost vidikovca uz navedeno je moguća putem *hop on-hop off* autobusnih linja koje povezuju više turističkih lokacija u Štrigovi.

### 3 Posjećenost Vidikovca i SWOT analiza

Nakon postavljanja teorijskog okvira, ovo poglavlje donosi kvantitativne pokazatelje ostvarenog broja posjeta Vidikovcu Mađerkin breg po mjesecima 2025. godine, od siječnja do listopada (Tablica 1). Pokazatelji broja posjeta jasno potvrđuju naglašenu sezonalnost posjećenosti Vidikovca, uz značajnu cirkulaciju posjetitelja tijekom ljetnih mjeseci, što ujedno implicira visoku ovisnost turističke atrakcije o sezoni i

povoljnim vremenskim uvjetima. Ukupan broj posjetitelja u promatranih deset mjeseci iznosi 34 315. Analizom mjesečnih podataka vidljivo je da je najveći protok turista ostvaren od svibnja do rujna. Zimski mjeseci su ostvarili znatno manji broj posjetitelja, što je za očekivati radi otvorenog tipa atrakcije te vremenskih uvjeta.

**Tablica 1: Ostvaren broj posjeta Vidikovcu Mađerkin breg po mjesecima 2025.**

Mjesec	Broj posjeta
Siječanj	1 806
Veljača	1 538
Ožujak	2 119
Travanj	3 413
Svibanj	5 505
Lipanj	4 101
Srpanj	3 694
Kolovoz	5 582
Rujan	4 017
Listopad	2 540*
<b>Ukupno</b>	<b>34 315</b>

\* do 23. listopada

Izvor: Vidikovac Mađerkin breg, 2025

## SWOT analiza

SWOT analiza Vidikovca Mađerkin breg provedena je sa ciljem identifikacije unutarnjih razvojnih obilježja (snaga i slabosti) te vanjskih čimbenika okruženja (prilika i prijetnji) koji utječu na njegovu funkcionalnost, konkurentnost i dugoročnu održivost kao turističke atrakcije u ruralnom prostoru Međimurja (Tablica 2).

### *Snage (engl. Strengths)*

Vidikovac Mađerkin breg karakterizira specifična geografska i prostorna pozicija, koja omogućuje panoramski pogled na područje pet država. Takva prostorna posebnost predstavlja važan element atraktivnosti i potencijalnog brendiranja destinacije. Infrastrukturno rješenje vidikovca, uključujući integraciju orgulja unutar vidikovca, omogućuje multifunkcionalnu upotrebu prostora te proširuje njegovu interpretacijsku i kulturnu dimenziju. Dodatna snaga proizlazi iz uklopljenosti vidikovca u postojeći turistički sustav vinskih cesta Međimurja, čime se ostvaruju sinergijski učinci s eno-gastronomskom i ruralnom turističkom ponudom regije. Postojanje povijesnog i identitetskog konteksta lokacije omogućuje razvoj

interpretacijskih sadržaja temeljenih na storytelling pristupu, što je u skladu sa suvremenim konceptima doživljajnog i kulturnog turizma.

### ***Slabosti (engl. Weaknesses)***

Najznačajnija slabost vidikovca odnosi se na nedostatak sustavne marketinške i promotivne aktivnosti, što je izravna posljedica nepostojanja planiranog proračuna za promociju. To se očituje u slaboj digitalnoj prisutnosti, nedovoljnoj prepoznatljivosti na društvenim mrežama te ograničenoj *online* dostupnosti informacija. Operativni izazovi uključuju nepostojanje bezgotovinskih oblika plaćanja i izostanak internetske prodaje ulaznica, što je u neskladu s uobičajenim očekivanjima suvremenih turista. Problemi pristupačnosti dodatno su naglašeni kroz nedostatnu prometnu signalizaciju, lošu pristupnu infrastrukturu i ograničene parkirne kapacitete. Organizacijske slabosti vidljive su u nedostatnom broju zaposlenih, izraženoj sezonalnosti poslovanja, visokoj ovisnosti o vremenskim uvjetima te neprilagođenosti objekta osobama sa smanjenom pokretljivošću, što ograničava inkluzivnost ponude.

### ***Prilike (engl. Opportunities)***

Analiza vanjskog okruženja ukazuje na niz razvojnih prilika koje mogu doprinijeti jačanju konkurentnosti Vidikovca Mađerkin breg. Posebno se ističe mogućnost povećanja ulaganja u marketing i promociju, s naglaskom na digitalne kanale, čime bi se unaprijedila vidljivost destinacije i povećao doseg ciljnih tržišta. Usmjeravanje na organizirane oblike posjeta (školske grupe, turističke ture, tematski izleti) predstavlja dodatnu priliku za stabilizaciju potražnje. Tehnološke prilike uključuju uvođenje bezgotovinskog plaćanja, *online* prodaju ulaznica te razvoj digitalnih interpretacijskih alata, poput audiovodiča, koji mogu unaprijediti iskustvo posjetitelja uz relativno niske operativne troškove. Razvoj tematskih manifestacija i događanja omogućio bi produljenje turističke sezone i smanjenje sezonalnih oscilacija. Posebno značajnu priliku predstavljaju EU fondovi za ruralni razvoj, koji mogu osigurati financijska sredstva za infrastrukturna, digitalna i sadržajna unapređenja.

**Prijetnje (engl. Threats)**

Među vanjskim prijetnjama ističe se porast konkurencije u segmentu doživljajnog, ruralnog i izletničkog turizma, što može dovesti do fragmentacije potražnje. Prirodne nepogode i prekid u opskrbi električnom energijom predstavljaju izravne rizike za nesmetano funkcioniranje objekta. Makroekonomski čimbenici, poput inflacije i pada realne kupovne moći, mogu negativno utjecati na spremnost posjetitelja na dodatnu potrošnju. Dugoročne strukturne prijetnje uključuju rast troškova održavanja infrastrukture, nedostatak kvalificirane radne snage u turizmu te promjene u preferencijama posjetitelja, koje zahtijevaju kontinuiranu prilagodbu ponude i interpretacijskih sadržaja.

**Tablica 2: SWOT analiza Vidikovca Maderkin breg**

<b>S – snage (engl. Strengths)</b>	<b>W – slabosti (engl. Weaknesses)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Jedinstvena geografska pozicija</li> <li>– Panoramski pogled na pet država</li> <li>– Orgulje unutar vidikovca</li> <li>– Moderna turistička infrastruktura</li> <li>– Pozicioniranje unutar razvijene vinske ceste Međimurja</li> <li>– Povijesna i autentična priča</li> <li>– Storytelling</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Oglašavanje (nepostojeći budžet za marketing i promociju)</li> <li>– Društveni mediji (ime na instagramu)</li> <li>– Nedovoljna digitalna prepoznatljivost</li> <li>– Putokazi do destinacije (slaba signalizacija)</li> <li>– Plaćanje samo gotovinom</li> <li>– Nepostojanje internetske prodaje ulaznica</li> <li>– Loša pristupna infrastruktura</li> <li>– Parking</li> <li>– Manjak broja zaposlenih</li> <li>– Sezonalnost</li> <li>– Ovisnost o vremenskim prilikama</li> <li>– Neprilagođenost osobama sa smetnjama u kretanju</li> </ul>
<b>O – prilike (engl. Opportunities)</b>	<b>T – prijetnje (engl. Treats)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Ulaganje u marketing i promociju</li> <li>– Usmjeravanje na grupe</li> <li>– Uvođenje bezgotovinskog plaćanja</li> <li>– Kupnja ulaznica preko internetske stranice</li> <li>– Razvoj tematskih manifestacija</li> <li>– Produženje turističke sezone</li> <li>– Razvoj digitalnih alata (audiovodič)</li> <li>– EU fondovi za ruralni razvoj</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Nova konkurencija</li> <li>– Prirodne nepogode</li> <li>– Nestanak električne energije</li> <li>– Inflacija, pad kupovne moći</li> <li>– Rast troškova održavanja</li> <li>– Drugačije preferencije posjetitelja</li> <li>– Nedostatak kvalificirane radne snage u turizmu</li> </ul>

Izvor: autori

SWOT analiza pokazuje da Vidikovac Mađerkin breg posjeduje iznimno snažnu osnovu u prostoru, identitetu i doživljaju, ali da daljnji razvoj ovisi o strateškom upravljanju, digitalnoj transformaciji i boljoj integraciji s regionalnom turističkom ponudom. Njegov potencijal nije upitan, ali zahtijeva sustavan pristup kako bi se postojeće snage pretvorile u dugoročno održiv i konkurentan turistički proizvod.

#### 4 Perspektivni dio

Na temelju provedene analize trenutnog stanja vidikovca i SWOT analize, u ovom se dijelu rada navode prijedlozi i strategije za unaprjeđenje ponude samog vidikovca Mađerkin breg. Cilj ovog perspektivnog dijela je povećanje kvalitete turističkog doživljaja, profesionalizacija upravljanja i dugoročan razvoj turističke atrakcije.

##### **Pristupna infrastruktura**

Pristupna infrastruktura jedan je od ključnih elemenata kvalitete turističke atrakcije jer izravno utječe na prvi dojam posjetitelja, sigurnost dolaska i ukupno zadovoljstvo boravkom. U slučaju Vidikovca Mađerkin breg, analiza postojećeg stanja pokazuje da prilazna cesta predstavlja jednu od izraženijih slabosti cjelokupne ponude, što je vidljivo i u provedenoj SWOT analizi. Trenutna prilazna cesta je šljunčana, relativno uska i nedovoljno prilagođena većem broju osobnih vozila, osobito u razdobljima pojačane posjećenosti tijekom vikenda, blagdana i manifestacija.

Zbog svoje širine i konfiguracije terena, cesta otežava mimoilaženje vozila iz suprotnih smjerova, što može uzrokovati zastoje, potencijalno opasne situacije (s jedne strane ceste je provalija) i nezadovoljstvo posjetitelja. Kao jedno od mogućih kratkoročnih rješenja predlaže se uvođenje regulacije prometa putem semafora na kritičnim dionicama prilazne ceste. Privremeni ili trajni semaforski sustav omogućio bi kontrolirano kretanje vozila u jednom smjeru, povećao razinu sigurnosti i smanjio stres kod vozača, posebice onih koji prvi put dolaze na lokaciju.

Dugoročno gledano, preporučuje se modernizacija i proširenje prilazne ceste, uz eventualno asfaltiranje, kako bi se osigurao kvalitetan i siguran pristup tijekom cijele godine, neovisno o vremenskim uvjetima. Time bi se vidikovac dodatno pozicionirao kao ozbiljna i profesionalno uređena turistička atrakcija, u skladu s očekivanjima današnjih turista.

Važnu ulogu u rješavanju problema pristupa ima i organizirani prijevoz posjetitelja. Postojanje „hop on – hop off“ autobusa predstavlja pozitivan korak prema održivijem upravljanju prometom, smanjenju gužvi i smanjenju individualnog dolaska automobilima. Međutim, potrebno je dodatno unaprijediti vidljivost i jasnoću uputa vezanih uz ovu uslugu. Preporučuje se postavljanje jasne signalizacije na glavnim prometnicama i parkiralištima u okolici, kao i detaljne informacije na službenoj internetskoj stranici i društvenim medijima, kako bi posjetitelji bili pravovremeno informirani o mogućnostima prijevoza.

Problem parkiranja također je izražen jer trenutačno ne postoji planski uređeno parkiralište s jasno označenim parkirnim mjestima. Neorganizirano parkiranje može dovesti do zakrčenja prostora, narušavanja krajobraza i smanjene sigurnosti pješaka. Stoga se predlaže uređenje parkirališne površine s označenim parkirnim mjestima, uključujući i prostor za autobuse, bicikliste te osobe smanjene pokretljivosti. Uređena prilazna cesta, reguliran promet i plansko parkiranje značajno bi unaprijedili dostupnost vidikovca i cjelokupni doživljaj posjetitelja.

### **Fotookviri, audiovodič i dalekozor**

Sa samog vrha vidikovca pruža se prekrasan i zapanjujući pogled koji oduzima dah. Također postoji i foto okvir koji služi da se posjetitelji mogu fotografirati i imati prekrasnu uspomenu s vidikovca. Nedostatak foto okvira je taj što je namijenjen za ljeto kao godišnje doba unatoč tome što je na lokaciju koju smo posjetili tijekom terenske nastave bila sredina listopada, što znači da je ljeto već davno prošlo. Prijedlog je staviti univerzalan foto okvir koji će se odnositi samo na vidikovac kao turističku atrakciju bez naglašavanja godišnjeg doba ili nekog konkretnog događaja.

Trenutno je na vidikovcu zaposlena samo jedna osoba koja naplaćuje ulaznice, radi u suvenirnici te vodi ture po vidikovcu, Dok smo mi bili na samom vrhu vidikovca sa zaposlenicom stigli su novi posjetitelji koji su sami krenuli u obilazak vidikovca jer kod ulaza nije bilo zaposlenice koja bi im sve objasnila i naplatila ulaznicu što je ekonomski gubitak za vidikovac. Stoga mi predlažemo snimanje audio vodiča (engl. *audioguide*). Audio vodič bio bi namijenjen za posjetitelje vidikovca te mu je svrha pružati sve informacije o vidikovcu i okolici na više stranih jezika. Audio vodič bio bi dostupan putem QR koda koji bi se nalazio na ulazu na vidikovac i na samom vrhu vidikovca. Posjetitelji bi mogli skenirati QR kod svojim mobilnim uređajem te izabrati željeni jezik na kojem bi slušati snimljen vodič.

Na vrhu vidikovca uputno bi bilo i postaviti dalekozor. Dalekozor bi posjetiteljima omogućio dodatno iskustvo, tj. detaljno razgledavanje okolnih područja, bogate prirodne ljepote i prekrasnih znamenitosti koje se vide s vrha vidikovca. Postavljanjem dalekozora značajno bi se obogatila turistička ponuda, ali bi se povećala i sama atraktivnost lokacije vidikovca Mađerkin breg kao što bi se i svim budućim posjetiteljima pružila dodatna vrijednost.

## Društveni mediji

S ciljem unapređenja vidljivosti i prepoznatljivosti destinacije Vidikovac Mađerkin breg, preporučuje se poboljšanje digitalne prisutnosti na društvenim mrežama. Brojna istraživanja potvrđuju da društvene mreže imaju snažan utjecaj na percepciju destinacije, zadovoljstvo turista te donošenje odluka o putovanju, osobito kod mlađih dobnih skupina (Anđelić i Grmuša, 2017; Barišić i Bučar, 2022; Mušanović, 2020). Trenutni naziv internetske stranice i Instagram profila (vidikovac.eu) otežava pronalaženje sadržaja jer ne sadrži jasno istaknut naziv lokacije, što može negativno utjecati na prepoznatljivost atrakcije u digitalnom okruženju. Uz to, postoji i dodatna konfuzija između profila povezanih s Mađerkinim bregom („Mađerkin breg Štampar“ i „Vidikovac.eu“), budući da se radi o dva različita subjekta (vinariji i vidikovcu), što kod korisnika stvara pogrešnu percepciju o tome da su vinarija i vidikovac jedan zajednički entitet, kad to u stvarnosti nisu. Zbog toga se predlaže promjena naziva profila i *web* domene u naziv koji sadrži ključne riječi povezane s lokacijom i markom („VidikovacMađerkinBreg“), čime bi se smanjila zbunjenost potencijalnih posjetitelja.

Također, predlaže se uključivanje novih komunikacijskih kanala, osobito platforme TikTok, koja se sve više koristi u promociji turističkih destinacija. Istraživanja pokazuju da kratki video sadržaji na društvenim mrežama imaju značajan utjecaj na inspiraciju i izbor turističkih destinacija, osobito među mlađom populacijom (Anđelić i Grmuša, 2017). TikTok tako danas predstavlja jednu od vodećih platformi za kreiranje viralnog sadržaja i dosezanje mlađe populacije. Sustavnim planiranjem sadržaja, redovitom objavljivanjem i korištenjem trendova i popularnih zvukova moguće je postići znatni doseg uz minimalna financijska ulaganja, što bi moglo biti pogodno za ovu ruralnu atrakciju. Preporučuje se i alokacija skromnog marketinškog budžeta (npr. 200–300 eura mjesečno) koji bi bio usmjeren na ciljano oglašavanje. Time bi se značajno povećala vidljivost i radilo na imidžu destinacije.

## **Zaposlenici**

Trenutno je u sklopu Vidikovca Mađerkin breg zaposlena samo jedna stalna osoba, dok se vikendom većim dijelom oslanja na studentski rad. Takav model organizacije rada nosi određene rizike - ponajviše u slučaju bolesti ili spriječenosti stalno zaposlene djelatnice, pa može doći do smanjenja kvalitete usluge ili prekida rada. Uloga ljudskih resursa od iznimne je važnosti u kreiranju i zadržavanju kvalitete usluge i stvaranja ugleda atrakcije. Ako se atrakcija oslanja samo na povremene radnike ili studente, to može rezultirati nedostatkom kontinuiteta u pružanju usluga i manjkom profesionalnosti. Zapošljavanjem dodatne osobe, kao operativne podrške u svakodnevnom poslovanju vidikovca, osigurala bi se stabilnost i kontinuitet, ali i bolja kvaliteta rada, što bi posljedično doprinijelo kvalitetnijem turističkom, odnosno korisničkom iskustvu i omogućilo veći stupanj profesionalnosti u upravljanju atrakcijom.

## **Manifestacije za bicikliste**

Vidikovac kao biciklističko informativni centar pridonosi važnosti biciklizmu. Pošto je u Republici Hrvatskoj biciklizam sve popularniji sport, ponuda na Mađerkinom bregu bi se mogla unaprijediti kroz uvođenje dodatnih aktivnosti za bicikliste. Kao ideja za dodatno unapređenje ponude na Mađerkinom bregu, moglo bi se razmotriti proširenje mreže biciklističkih ruta i uvođenje tematskih staza poput „Vinske staze“ ili „Panoramske staze“. Svaka ruta mogla bi biti označena prema težini, predviđenom vremenu vožnje i atrakcijama na putu, što bi omogućilo da se svatko, od obitelji s djecom do iskusnih biciklista lako orijentira i uživa u vožnji. Dodatna odmorišta s klupama, hladom i vodom također bi doprinijela ugodnijem iskustvu, dok bi fotopunktovi uz vinograde omogućili posjetiteljima da zabilježe nezaboravne trenutke. Također, dodatno uz manifestacije, u okviru adventskog razdoblja, Mađerkin breg mogao bi se potencijalno promatrati kao lokacija za razvoj tematske turističke ponude koja bi povezivala lokalnu proizvodnju, kulturnu baštinu i doživljaj prostora. Organizacija adventskog sajma na Vidikovcu omogućila bi uključivanje lokalnih vinara, vlasnika OPG-ova i proizvođača domaćih proizvoda (suveniri), uz naglasak na autentičnost. Glazbeni program bio bi prilagođen adventskom ugođaju, primjerice izvedbe božićnih pjesama na goričkom sviralu te prigodni koncerti koji bi pridonijeli interpretaciji nematerijalne kulturne baštine. Gastronomsku ponudu činilo bi domaće kuhano vino lokalnih vinara, topli napitci, slastice i tradicionalni zimski specijaliteti s lokalnim obilježjima. Posebna pažnja mogla bi se prikazati kroz

organizaciju kreativnih radionica te interpretativnih božićnih priča obiteljima s djecom. Dodatnu vrijednost ponudi predstavljale bi vođene tematske ture “Božić kroz vinograde” koje bi kroz šetnju i stručno vođenje omogućile upoznavanje lokalnih običaja, tradicije i krajobraznih vrijednosti Međimurja. Kroz šetnju bi se mogle dodatno uvesti božićne animacije koje bi pratile posjetitelje skroz do vrha Vidikovca na spektakularan pogled, s kojim bi tura i završila.

### **Kartično plaćanje (bezgotovinsko plaćanje) i internetska kupnja ulaznica**

Analiza postojećeg stanja pokazala je da na lokaciji trenutno ne postoji mogućnost bezgotovinskog plaćanja, bilo kod kupnje suvenira u suvenirnici ili kod kupnje fizičkih ulaznica, pri čemu se koristi isključivo gotovinsko plaćanje. Uvođenje bezgotovinskog poslovanja je nužno i od velikog značaja u turizmu jer bi se tako povećalo zadovoljstvo posjetitelja vidikovca te bi se moderniziralo poslovanje. Isto tako, niti na internetskoj stranici vidikovca ne postoji mogućnost *online* kupnje ulaznica. Uvođenjem internetske prodaje ulaznica posjetitelji bi mogli unaprijed planirati svoj dolazak i rezervirati odgovarajući termin. Ovakav sustav dodatno pridonosi boljoj organizaciji rada samog vidikovca jer omogućuje predvidljivost broja dolaska posjetitelja i unaprijed im osigurava prihode. Nužno je uvođenje internetske prodaje ulaznica jer bi to doprinijelo profesionalnosti same destinacije.

## **5 Zaključak**

Vidikovac Maderkin breg predstavlja primjer suvremene turističke atrakcije koja povezuje prirodne resurse, kulturnu baštinu te održiv razvoj ruralnog područja. Vidikovac je posebna točka međimurskog kraja čije se posebnosti ogledaju u jedinstvenom panoramskom pogledu, bogatoj vinskoj tradiciji te integraciji kulturne baštine s inovativnim sadržajima poput vinske fontane i jedinstvenog goričkog svirala. Analizom trenutnog stanja utvrđen je snažan turistički potencijal vidikovca za daljnji razvoj ruralnog turizma i brendiranje same destinacije. Uz izrazit potencijal postoje i neki nedostaci poput prilazne infrastrukture, nedostataka u organizaciji i marketingu. Najizraženiji problemi odnose se na sezonsku posjećenost, manjak zaposlenika, nedostatak bezgotovinskog plaćanja, slabiju digitalnu prepoznatljivost te nedovoljno razvijenu prateću infrastrukturu. Potrebno je proširiti i poboljšati sadržaj ponude, poboljšati infrastrukturu i uključiti lokalnu zajednicu. Predložene mjere unapređenja usmjerene su na povećanje kvalitete turističkog doživljaja i profesionalnost upravljanja atrakcijom. Poseban naglasak stavljen je na razvoj

biciklističkog i manifestacijskog turizma, čime bi se dodatno produžila turistička sezona i povećala lokalna potrošnja. Vidikovac Maderkin breg ima potencijal postati jedan od ključnih simbola kontinentalnog i održivog turizma Republike Hrvatske. Sustavnim ulaganjem, strateškim upravljanjem i povezivanjem lokalnih dionika, ova atrakcija može značajno pridonijeti dugoročnom razvoju općine Štrigova i pozicioniranju Međimurja kao prepoznatljive i konkurentne turističke destinacije.

## Literatura

- Anđelić, V. i Grmuša, T. (2017). Društvene mreže kao medij promocije turističkih odredišta kod mladih. *Mediji, kultura i odnosi s javnošću*, 8(2), 182–193. <https://hrcak.srce.hr/file/294005>.
- Barišić, P. i Bučar, K. (2022). The Role of Social Media to Increase Social Responsibility Among Sports Tourists. U Sobry, C. i Hozhabri, K. (ur.), *International Perspectives on Sport for Sustainable Development* (str. 357-383). Cham: Springer.
- Demonja, D. i Ružić, P. (2010). *Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima*. Zagreb: Meridijani.
- HDKA, Hrvatsko društvo krajobraznih arhitekata. (2025). *Goričko sviralo ili orgulje na vjetru nova je turistička i svjetska atrakcija u Međimurju*. Preuzeto sa <https://hrturizam.hr/goricko-sviralo-ili-orgulje-na-vjetru-nova-je-turisticka-i-svjetska-atrakcija-u-medimurja>, 8. 11. 2025.
- Jakopić, B. (2025). *Vinska fontana na Maderkinom bregu uskoro kreće u funkciju*. Međimurske novine, 18. rujna. Preuzeto sa <https://www.mnovine.hr/medimurje/gradovi-i-opcine/opcina-strigova/vinska-fontana-na-maderkinom-bregu-uskoro-krece-u-funkciju/>, 8.11.2025.
- Međimurska županija. (2022), „*Jedno od najljepših mjesta kontinentalne Hrvatske dobilo novi turistički sadržaj – otvoren vidikovac na Maderkinom bregu*“. Preuzeto sa : <https://medjimurska-zupanija.hr/2022/07/22/jedno-od-najljepjih-mjesta-kontinentalne-hrvatske-dobilo-novi-turisticki-sadrzaj-otvoren-vidikovac-na-maderkinom-bregu/>, 8. 11. 2025.
- Mušanović, J. (2020). *Modeliranje utjecaja ugleda turističke destinacije prisutnog u društvenim medijima na zadovoljstvo turista*. *Zbornik Velenčičista u Rijeci*, 8 (1), 77–101. <https://hrcak.srce.hr/240127>.
- Vidikovac.eu. (2025). *Vidikovac Maderkin breg*. Preuzeto sa <https://www.instagram.com/vidikovac.eu/>, 20. 11. 2025.
- Vidikovac Maderkin breg*. (2025). Interni podaci. Dobiveni putem e-maila.
- Vidikovac Maderkin breg Štrigova. (2025a). *Raznolikost ovog kraja proizlazi iz toga što se u njemu susreću brežuljkasti i nizinski predjeli*. Preuzeto sa <https://vidikovac.eu/strigova/>, 19. 11. 2025.
- Vidikovac Maderkin breg Štrigova. (2025b). *Maderka – Maderkin breg*. Preuzeto sa <https://vidikovac.eu/maderka/>, 19. 11. 2025.
- Vidikovac Maderkin breg Štrigova. (2025c). *Vidikovac*. Preuzeto sa <https://vidikovac.eu>, 19. 11. 2025.

