

RAZVOJNA STRATEGIJA TURISTIČKOG PONUĐAČA: ZMAJEV VRT, MEĐIMURJE, HRVAŠKA

ANĐELA ŠUŠIĆ, JANKO PELIKAN, TINKARA POKORNY

Univerza v Mariboru, Fakulteta za turizem, Brežice, Slovenija
andjela.susic@student.um.si, janko.pelikan@student.um.si,
tinkara.pokorny@student.um.si

Zmajev vrt u Međimurju je tematski prostor koji povezuje arboretum, umjetničke skulpture i prirodni amfiteatar u vinorodnom krajoliku. U radu najprije ukratko opisujemo nastanak i razvoj Zmajevog vrta, njegovu prostornu organizaciju i glavne sadržaje te sadašnje mjesto u turističkoj ponudi Međimurja. Posebno nas zanima koliko je Zmajev vrt prepoznat među posjetiteljima i lokalnom zajednicom te kakvu ulogu može imati u razvoju ruralnog i vinskog turizma. Zatim analiziramo dostupnost, posjećenost i glavne izazove u daljnjem razvoju, poput sezonalnosti, nedostatka infrastrukture i ograničenih promotivnih aktivnosti. U istraživanju koristimo pregled razvojnih dokumenata i stručne literature, internetskih i medijskih izvora te terensko opažanje na lokaciji. Pomoću SWOT analize i jednostavnog modela turističke spremnosti ocjenjujemo glavne prednosti i slabosti Zmajevog vrta te moguće prilike i prijetnje. Na temelju tih uvida nastojimo dati realnu sliku trenutnog stanja i mogućeg smjera razvoja. Na kraju rada ukratko navodimo opće prijedloge za daljnje uređenje i promociju Zmajevog vrta, s naglaskom na bolju suradnju s lokalnom zajednicom, jačanje vidljivosti na tržištu i održivi razvoj turizma.

DOI
[https://doi.org/
10.18690/um.fr.2.2026.11](https://doi.org/10.18690/um.fr.2.2026.11)

ISBN
978-961-299-167-8

Ključne riječi:
Zmajev vrt,
Međimurje,
botanika,
turistički ponuđač,
ruralni turizam



University of Maribor Press

DOI

[https://doi.org/
10.18690/um.ft.2.2026.11](https://doi.org/10.18690/um.ft.2.2026.11)

ISBN

978-961-299-167-8

Keywords:

Zmajev vrt,
Međimurje,
botany,
tourism provider,
rural tourism

DEVELOPMENT STRATEGY OF THE ST. JEROME WINERY

ANĐELA ŠUŠIĆ, JANKO PELIKAN, TINKARA POKORNY

University of Maribor, Faculty of Tourism, Brežice, Slovenia
andjela.susic@student.um.si, janko.pelikan@student.um.si,
tinkara.pokorny@student.um.si

Zmajev vrt in Međimurje is a themed site that combines an arboretum, artistic sculptures, and a natural amphitheatre in a wine-growing landscape. This paper first briefly describes the creation and development of Zmajev vrt, its spatial layout and main features, and its current place in Međimurje's tourism offer. We focus on how well Zmajev vrt is recognised by visitors and the local community, and what role it can play in the development of rural and wine tourism. We then analyse accessibility, visitor numbers, and the main challenges for future development, such as seasonality, lack of infrastructure, and limited promotional activities. The research uses a review of development documents and professional literature, online and media sources, and field observation at the site. Using a SWOT analysis and a simple tourism readiness model, we assess the main strengths and weaknesses of Zmajev vrt, as well as possible opportunities and threats. Based on these insights, we aim to present a realistic picture of the current situation and a possible direction for development. The paper ends with general recommendations for further improvement and promotion of Zmajev vrt, with an emphasis on better cooperation with the local community, stronger market visibility, and sustainable tourism development.



1 Uvod

Razvoj destinacije u turističkom sektoru sve više naglašava povezivanje prirodnog krajobraza, kulturne i etnološke baštine te doživljaja raspoređenih izvan klasičnih urbanih središta. Regija Međimurje, kao najmanja županija u Hrvatskoj, već bilježi rast turističkog interesa te je zasigurno u sponu svoje turističke ponude. Strategija razvoja turizma Međimurske županije također naglašava važnost održivog razvoja koji se temelji na povezivanju prirodnih, kulturnih i gastronomskih elemenata regije. Turizam se usmjerava na kvalitetne i autentične doživljaje raspoređene unutar cijele regije, sa ciljem uključivanja stanovnika u sukreiranje turističke ponude i očuvanja lokalnog identiteta (Međimurska županija, 2016). U tom kontekstu Zmajev vrt predstavlja primjer privatne kulturno-prirodne infrastrukture s velikim razvojnim potencijalom.

Vizija autora je da Zmajev vrt postaje do 2030 godine vodeća mikrodestinacija u sjevernom Međimurju – prepoznata po visokokvalitetnim kulturnim i prirodnim doživljajima, održivom upravljanju te bliskoj povezanosti s vinskom i lokalnom ponudom, koja svake godine privlači sve više posjetitelja, produljuje sezonu, jača lokalno gospodarstvo i čuva biološku raznolikost.

Kako su u svom članku zapisali Ezekiel i dr. (2024.), *arboretum* je definiran kao botanička zbirka sastavljena od stabala, gdje se uzgaja mnogo različitih vrsta sa ciljem obrazovanja i očuvanja prirode. Često služi kao prostor za rekreaciju i estetski doživljaj, budući da njeguje više različitih vrijednosti. Takvi prostori pridonose biološkoj raznolikosti i dio su održivog razvoja. Osim *arboretuma*, drugi elementi Zmajeva vrta, kao što su umjetničke i tematske skulpture, pozornica odnosno izvedbeni prostor u obliku prirodnog amfiteatra i jedinstveni ambijent među vinogradima, omogućuju razvoj visokokvalitetnog turističkog proizvoda koji može pridonijeti diferencijaciji ponude u regiji. Istodobno postoje izazovi, kao što su ograničena infrastruktura, sezonalnost, potreba za tržišnim pozicioniranjem te uključivanjem dionika.

Namjena i ciljevi rada

Namjena ovog rada jest analizirati razvojni potencijal Zmajevog vrta kao specifičnog kulturno – prirodnog resursa i predložiti smjernice za unaprjeđenje njegove turističke ponude u skladu s načelima održivog razvoja Međimurske županije.

Cilj je identificirati ključne prednosti i izazove trenutnog stanja Zmajevog vrta, utvrditi mogućnost za razvoj novih turističkih sadržaja i oblikovati preporuke, koje će doprinijeti povećanju konkurentnosti, održivosti i prepoznatljivosti ove lokacije unutar regionalne turističke ponude.

Metodološki pristup

Metodološki pristup u ovom radu temelji se na kombinaciji kvalitativnih istraživačkih metoda i analitičkih postupaka prilagođenih evaluaciji turističkih prostora. Istraživanje se provodi kroz prikupljanje i analizu sekundarnih podataka (desk-istraživanje: turističke strategije i razvojni dokumenti, stručna literatura o arboretumima i tematskim parkovima te internetski i medijski izvori o Zmajevom vrtu i regiji Međimurje, uključujući mrežnu stranicu projekta Keramos – Valkaj) te kroz prikupljanje primarnih podataka (terenski obilazak lokaliteta i empirijsko opažanje, uz dopunske informacije dobivene na licu mjesta). Na taj način osigurana je višedimenzionalna procjena trenutnog stanja Zmajevog vrta, njegovih razvojnih mogućnosti i pozicije unutar šireg turističkog konteksta Međimurja.

U istraživanju su korišteni sljedeći postupci:

- Prikupljanje i analiza stručne literature
- Terensko istraživanje i empirijska opažanja
- Analiza događaja i tržišnog položaja
- SWOT analiza
- Oblikovanje pokazatelja i sustava *monitoringa*

U okviru analitičkog pristupa primijenjena je SWOT analiza, kao i model turističke spremnosti destinacije (atrakcije, dostupnost, sadržaji i dodatne usluge), sa ciljem utvrđivanja razvojnih mogućnosti i konkretnih koraka za unaprjeđenje ponude.

2 Istraživačka pitanja

Cilj je odgovoriti na četiri istraživačka pitanja, koristeći saznanja iz pregleda literature, empirička opažanja, posjete Zmajevom vrtu te informacije dobivene od vodiča. Ovo poglavlje prikazuje kako dobiveni podaci i opažanja pružaju odgovore na postavljena pitanja, povezujući teoretska saznanja s praktičnim rezultatima analize. U tom kontekstu, nalazi služe kao osnova za predlaganje mjera i strategija za razvoj Zmajevog vrta, uključujući održive turističke prakse, unapređenje infrastrukture i promociju destinacije. Istraživačka pitanja smo u nastavku teksta objasnili. U posljednjem smo poglavlju iznijeli odgovore na istraživačka pitanja koje služe kao temelj za diskusiju.

Kakvo je trenutno stanje prostorne, turističke i infrastrukturne opremljenosti Zmajeva vrta?

Prvo istraživačko pitanje usmjereno je na opis sadašnjeg stanja Zmajevog vrta. Važno je razumjeti gdje se vrt točno nalazi, tko njime upravlja, koje fizičke značajke ima (površina, sadržaji, tematske cjeline) te kakvi su trenutni kapaciteti i ograničenja. Bez jasne slike početnog stanja nije moguće planirati realan razvoj. Na ovo pitanje odgovaramo u poglavlju 3 kroz opis lokacije i vlasništva, fizičkih značajki i kapaciteta te dostupnosti i infrastrukture.

Koje su ključne snage, slabosti, prilike i prijetnje u njegovu razvoju?

Drugo istraživačko pitanje vezano je uz SWOT analizu Zmajevog vrta. Cilj je sistematično prepoznati koje unutarnje prednosti i nedostatke prostor trenutno ima te koje vanjske okolnosti mogu pomoći ili otežati njegov razvoj. Takav pregled pomaže razumjeti stvarni položaj Zmajevog vrta u turističkoj ponudi Međimurja i pokazuje na što se može osloniti, a što treba poboljšati. Odgovor na ovo pitanje dajemo u poglavlju 4, gdje je izrađena SWOT tablica i detaljnije objašnjeni pojedini elementi snaga, slabosti, prilika i prijetnji.

Kako se Zmajev vrt pozicionira na tržištu i koliko je prepoznat među posjetiteljima i medijima?

Treće istraživačko pitanje bavi se tržišnim položajem i vidljivošću Zmajevog vrta. Zanimalo nas je koliko je Zmajev vrt prepoznat kao mikrodestinacija, tko su njegovi glavni posjetitelji, kako ga predstavljaju mediji i kakva je njegova uloga u okviru

vinskog i ruralnog turizma Međimurja. Ovo je važno jer razvojne odluke ovise i o tome kakvu sliku o destinaciji imaju potencijalni gosti i lokalna zajednica. Odgovor na pitanje gradimo u pod poglavlju o tržišnom položaju i posjetiteljima te kroz analizu medijskih napisa i *online* izvora.

Koje su razvojne mogućnosti u skladu s načelima održivog turizma?

Četvrto istraživačko pitanje usmjereno je na budućnost Zmajevog vrta. Cilj je prepoznati kakve se razvojne mogućnosti otvaraju ako se poštuju načela održivog turizma, odnosno očuvanje prirodnog krajobraza, uključivanje lokalne zajednice i odgovorno upravljanje resursima. U ovom dijelu povezujemo rezultate analize stanja i SWOT-a s vizijom, strateškim ciljevima, prioritetima i mjerama. Odgovor je razrađen u poglavljima o viziji i strateškim ciljevima, prioritetima i strateškim usmjerenjima te kroz dio o razvojnim mogućnostima i sustavu praćenja.

3 Analiza stanja

Analiza stanja temelji se na javno dostupnim mrežnim izvorima i dopunskim informacijama dobivenima tijekom terenskog obilaska i osobnog razgovora s vlasnikom.

Lokacija i vlasništvo

Zmajev vrt nalazi se u naselju Željezna Gora u općini Štrigova u regiji Međimurje. Stanovnici i turisti uživaju prirodni ambijent među površinama zasađenima lozom na vrhu brijega; botanički vrt pokriva približno 3,5 hektara. Vlasništvo je privatno; posjed je obiteljska imovina obitelji Valkaj, koja putem *ateliera* Keramos Valkaj upravlja vrtom i kulturno-umjetničkim aktivnostima (Zamoda, 2019).

Privatna priroda upravljanja donosi prednosti (veća fleksibilnost, osobna angažiranost) i istodobno izazove (ograničeni financijski i kadrovski resursi, potreba za partnerstvima). Lokacija na brijegu (otprilike 300 m nadmorske visine) i uz vinograde osigurava vizualnu i ambijentalnu prednost s izvrsnim vidikom te posebnim mikroklimatskim uvjetima, koji omogućuju da u botaničkom vrtu uspjevaju i mediteranske vrste bilja.



Slika 1: Zmajev vrt

Izvor: autori

Fizičke značajke i kapaciteti

Vrt je podijeljen na više tematskih cjelina: niz posebnih drvenastih vrsta (sekvoje, cedrovi, javori, skandinavske drvenaste vrste), krajobrazne arhitekture (drvoredi, travnate površine, vidikovci) i umjetničke keramičke skulpture, za koje su nadahnuće i polazište ponajprije kulturna baština i bajkovita tradicija međimurskog područja (zmaj, vile, međimurski konj). U njemu se nalazi prirodno izvedbeni prostor, namijenjen priredbama, ponajprije koncertima, koji ima oblik prirodno oblikovanog amfiteatra.

Kapaciteti (broj posjetitelja, parking mjesta, ugostiteljska ponuda) zasad nisu javno detaljno navedeni. Podaci upućuju na to da je na jednom koncertu bilo oko 1.000 posjetitelja (mNovine, 2025a). Infrastrukturni su izazovi veći, budući da je ograničen pristup lokalnim cestama, kao i parkiranje; nema stalne ponude većeg ugostiteljskog objekta, a nema ni javnog prijevoza izravno do vrta.

Ponuda i događaji

Ponuda Zmajeva vrta pretežito je kulturno-prirodna: posjet vrtu kao takvom (šetnja *arboretumom*), tematski elementi (skulpture, vidikovci) i ponajprije događaji (koncerti, operne večer, likovne kolonije). Tako se je 13. srpnja 2025. u parku održala već tradicionalna 15. Likovna kolonija Štrigova (Općina Štrigova, 2025), a održan je i koncert „U vokalnom vrtlogu Opere Basel” s Tamburaškim orkestrom HRT-a, na kojem je bilo približno tisuću posjetitelja (mNovine, 2025b).

Ponuda je već povezana s vinskim kontekstom regije, no još nije optimalno integrirana u cjeloviti paket turističkog proizvoda koji bi obuhvatio obilazak vinograda te istodobno nudio vinsku degustaciju, lokalnu kuhinju, razgled vrta i kvalitetan smještaj. Izrazita je sezonalnost ponude, jer se većina glavnih događaja održava u ljetnim mjesecima.

Dostupnost i infrastruktura

Do vrta se može doći automobilom lokalnim cestama iz Štrigove i okolnih gradova (npr. Varaždin, Čakovec). Javnog prijevoza praktično nema. Mogućnosti parkiranja su skromne i predstavljaju velik izazov za veće događaje. Ugostiteljska ponuda neposredno na lokaciji minimalna je; posjetitelji često dolaze, sudjeluju na događaju, a potom smještaj i prehranu traže u okolici. Područje je dio vinskog krajolika, što nudi sinergiju sa smještajem (agroturizam) i uslužnim djelatnostima, ali zahtijeva veću koordinaciju i povezivanje.

Tržišni položaj i posjetitelji

Regija Međimurje, koja posljednjih godina bilježi rast turizma, temelji se ponajprije na vinskom turizmu, prirodnim ljepotama i kulturnoj ponudi. Zmajev vrt se u tom kontekstu pozicionira kao visokokvalitetna mikrodestinacija snažnog tematskog karaktera (priroda i umjetnost). Njegova jedinstvenost znači diferencijaciju u regiji, što može pridonijeti brendu „Međimurje – kulturno-vinorodno”.

Dodatno, Zmajev vrt povezuje se s međunarodnim tematskim turističkim proizvodom kroz sudjelovanje u projektu *Garden Route* (također opisanom kao “raskošna vrtna ruta”), koji je usmjeren na razvoj prekogranične vrtne rute kroz

Hrvatsku, Sloveniju, Mađarsku i Austriju, s naglaskom na ciljnu skupinu 55+ i poticanje putovanja u pred i postsezoni. Takvo uključivanje doprinosi vidljivosti Zmajevog vrta izvan lokalnog tržišta te olakšava njegovo pozicioniranje unutar šire tematske ponude parkova i vrtova.

U pogledu digitalne prisutnosti, informacije o Zmajevom vrtu dostupne su na mrežnoj stranici *ateliera* Keramos Valkaj (n.d.b), gdje se nalazi zasebna podstranica "Zmajev vrt" s osnovnim opisom lokaliteta (površina, položaj, tematske cjeline), kao i galerijom fotografija i prikazom skulptura. Nadalje, Keramos Valkaj ima i javnu Facebook stranicu, koja se može koristiti kao kanal za objavu novosti i promotivnog sadržaja. S datumom pregleda 16.12.2025., Facebook stranica Keramos Vlakaj bilježi 1.500 pratitelja (Keramos Vlakaj, n.d.a).

Broj posjetitelja za redovne obilaske vrta nije javno objavljen, no podaci o događajima pokazuju mogućnost za povećanje posjećenosti. Ciljna publika odnosno korisnici su ljubitelji kulture i prirode, obitelji, izletnici iz bližnjih regija Slovenije, Hrvatske i drugih susjednih zemalja. Postoji potencijal i za dolazak stranih turista, premda bi trebalo ojačati pozicioniranje te poboljšati i učiniti kvalitetnijim prometno povezivanje.

4 WOT analiza

SWOT analiza Zmajevog vrta u ovom poglavlju služi kao alat za razumijevanje njegovog stvarnog položaja i prostora za napredak. Kroz pregled unutarnjih čimbenika dobiva se uvid u prednosti koje prostor već ima i slabosti koje ga ograničavaju. Analiza vanjskih čimbenika otkriva prilike koje Zmajev vrt može iskoristiti te prijetnje koje mogu usporiti njegov razvoj. Takav pregled omogućuje jasnije sagledavanje Zmajevog vrta u turističkoj ponudi Međimurja, prepoznavanje elemenata koji ga mogu učiniti konkurentnijim i isticanje područja koje traže dugoročno i odgovorno upravljanje.

Zmajev vrt predstavlja jedinstvenu tematsku destinaciju, odnosno sinergiju botaničke, umjetničke i kulturne komponente u turističkoj regiji. Smješten među vinogradima, na površini od oko tri i pol hektara zasađeno je više od 2.000 stabala raznih vrsta (sekvoje, javori, zlatni brijesti, akacije) koja je upotpunjena skulpturama i tematskim elementima (Gloria, 2019). Dodatna prednost je geografski položaj.

Smješten je na mirnim međimurskim brežuljcima, u blizini turističkih punktova poput Štrigove i vinskih cesta. U srpnju 2025. vrt je ugostio operni koncert “U vokalnom vrtlogu Opere Basel”, uz nastupe renomiranih solista i Tamburaškog orkestra HRT-a, što je privuklo više od tisuću posjetitelja (mNovine 2025b). Uspješno održani koncerti potvrđuju da vrt može kvalitetno podržati kulturna događanja, što ga čini snažnim resursom za razvoj kulturnog turizma. Postojanje trgovine s ručno izgrađenim keramičkim proizvodima dodatno jača ponudu nudeći posjetiteljima autentičan suvenir i produžuje iskustvo boravka na lokaciji. Toplo i gostoljubivo domaćinstvo obitelji koja upravlja vrtom velika je prednost jer se stvara osjećaj dobrodošlice, osobnog pristupa koji je cijenjen kod posjetitelja. Privatno upravljanje omogućuje brže donošenje odluka, veću fleksibilnost što olakšava unaprjeđenje ponude i brže prilagođavanje potrebama različitih posjetitelja.

Tablica 1: SWOT analiza

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> – Jedinstvena tematska destinacija – Dobar geografski položaj – Uspješno izvedeni kulturni događaji – Trgovina – Odličan domaćin – Privatno upravljanje – Prirodni amfiteatar i kvalitetan prostor za događaje – Bogata zbirka i biološka raznolikost 	<ul style="list-style-type: none"> – Nedovoljno razvijena infrastruktura – Ovisnost o ljetnoj sezoni – Niska medijska prepoznatljivost – Ograničena digitalna prepoznatljivost – Neprikladno osobama s invaliditetom – Nepostojanje stalne ugostiteljske ponude na destinaciji – Nepostojanje zasebne službene <i>web</i> stranice i brendiranja
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> – EU fondovi – Povećanje ponude u trgovini – QR kodovi s više informacija – Sređivanje dostupnosti u vrtu – Suradnja s vinskim ponuđačima – Edukativni programi – Razvoj paket aranžmana vino + vrt + smještaj – Produljenje sezone van ljetnih mjeseci 	<ul style="list-style-type: none"> – Pritisak na životnu sredinu – Financijska neizvjesnost – Konkurencija – Prometna povezanost – Obiteljski posao – Pandemije i druge krize – Ekstremne vremenske prilike i klimatske promijene

Prirodni amfiteatar daje Zmajevom vrtu impresivnu scensku pozornicu koja prirodno podržava koncerte, predstave i kulturna događanja. Prostor je dovoljno prostran i akustičan da ponudi visokokvalitetan doživljaj bez velike dodatne infrastrukture, što mu daje jaku konkurentsku prednost u regiji. Također, bogata

zbirka drveća i visoka biološka raznolikost povećavaju vrijednost vrta kao botaničke destinacije. Posjetitelji dobivaju priliku vidjeti veliki broj vrsta na jednom mjestu, što ga čini važnim prostorom za očuvanje prirodne baštine. Nedovoljno razvijena infrastruktura predstavlja značajno ograničenje za Zmajev vrt jer posjetitelji nemaju osiguran odgovarajući parking niti jednostavan pristup javnim prijevozom. Osim toga, nedostatak unutarnjih ugostiteljskih kapaciteta smanjuje mogućnost duljeg zadržavanja gostiju. Ovisnost o ljetnoj sezoni smanjuje cirkulaciju posjetitelja kroz godinu i dovodi do slabijeg iskorištenja prostora u zimskom i jesenskom razdoblju. Slaba medijska vidljivost i ograničena digitalna prisutnost, uključujući izostanak službene zasebne *web* stranice i profila na društvenim mrežama, otežavaju informiranje potencijalnih posjetitelja. Vrt nema uređene staze, što osobama s invaliditetom smanjuje pristup samom prostoru i ograničava njihovo uključivanje, što negativno utječe na kvalitetu iskustva posjetitelja s invaliditetom. Nepostojanje stalne ugostiteljske ponude skraćuje vrijeme zadržavanja posjetiteljima i smanjuje ukupnu vrijednost doživljaja. Dodali bismo da nepostojanje službene *web* stranice i jasnog brendiranja otežava vidljivost i smanjuje doseg prema potencijalnim gostima.

Kada govorimo o prilikama, povećanje ponude u trgovini, kao što je sama količina proizvoda kao i uvođenje novih proizvoda s motivima samog vrta, botanike i regije bi posjetitelji dobili mogućnost kupnje prepoznatljivog i autentičnog suvenira. Mogućnost financiranja kroz EU fondove i lokalne potpore predstavlja važnu priliku jer omogućuju ulaganja u infrastrukturu i razvoj sadržaja. Uvođenje QR kodova ispod svakog stabla, koji bi posjetiteljima nudili dodatne informacije o biljkama, u kombinaciji s uređenjem pristupačnih staza kroz vrt, predstavlja značajnu priliku za podizanje kvalitete iskustva i bolju prilagođenost osobama smanjene pokretljivosti.

Suradnja s lokalnim vinskim ponuđačima otvara mogućnost zajedničkih programa, degustacija i paketa koji mogu obogatiti ponudu i povećati privlačnost unutar vinsko turističke regije. Također, razvoj edukativnih programa, poput radionica iz botanike, keramike i prirodne baštine, pruža priliku da Zmajev vrt postane prostor učenja i kreativnog iskustva, privlačeci škole, obitelji i posjetitelje koji traže sadržaje s većom dodanom vrijednošću. Razvoj paketa aranžmana vino + vrt + smještaj otvara prostor za jaču integraciju s lokalnim pružateljima usluga i u nastavku će biti detaljnije objašnjen kao ključni element širenja ponude. Produljenje sezone izvan

ljetnih mjeseci predstavlja priliku za povećanje stabilnosti i smanjuje ovisnost o toplom dijelu sezone.

Naravno, postoje prijetnje koje mogu utjecati na sami razvoj vrta. Prirodno okruženje je jedan od glavnih elemenata vrta, zbog toga pritisak na samu životnu sredinu može postati ozbiljna prijetnja jer povećan broj posjetitelja i učestalija događanja mogu dovesti do oštećenja biljnih površina, narušavanja prirodne ravnoteže i većih troškova održavanja. Financijska neizvjesnost predstavlja prijetnju jer se vrt u najvećoj mjeri oslanja na ulaganja obitelji, dok su sredstva iz općine ograničena, što otežava dugoročno planiranje i održivi razvoj prostora. Konkurencija sličnih manjih vrtova i tematskih destinacija u Hrvatskoj i Sloveniji predstavlja prijetnju jer može ugroziti prepoznatljivost Zmajevog vrta i otežati privlačenje posjetitelja. Loša prometna povezanost je potencijalna prijetnja jer otežava dolazak posjetitelja, posebno onih koji nemaju osobni automobil, što ograničava rast posjećenosti i smanjuje dostupnost. Obiteljski karakter poslovanja također nosi prijetnju jer u slučaju da potencijalni nasljednici ne žele preuzeti brigu o vrtu, dugoročna održivost i kontinuitet razvoja mogu doći u pitanje. Naravno, globalne krize kao što su pandemije mogu dovesti do naglog pada posjetitelja, otkazivanja događaja i financijskih gubitaka, što direktno utječe na stabilnost i funkcioniranje destinacije. Ekstremne vremenske prilike i klimatske promjene mogu ugroziti biljni fond, otežati održavanje prostora i povećati rizik otkazivanja događaja, što direktno utječe na stabilnost destinacije.

5 Vizija i strateška polazišta

Zmajev vrt postaje vodeća mikrodestinacija u sjevernom Međimurju — prepoznata po visokokvalitetnim kulturnim i prirodnim doživljajima, održivom upravljanju te bliskoj povezanosti s vinskom i lokalnom ponudom, koja svake godine privlači sve više posjetitelja, produljuje sezonu, jača lokalno gospodarstvo i čuva biološku raznolikost.

Strateški ciljevi (za razdoblje 2025–2030.):

- Povećati godišnji broj posjetitelja Zmajeva vrta na približno 12.000 do 2030.
- Proširiti sezonu događaja s postojećih 3 ljetna mjeseca na najmanje 6 mjeseci godišnje do 2028.

- Uvesti održivi sustav upravljanja i steći odgovarajući certifikat ili standard do kraja 2027.
- Uspostaviti partnerstvo s najmanje 3 lokalnih pružatelja usluga (vinari, smještaj, turističke usluge, općina, DMO) do kraja 2026.

6 Prioriteti i strateška usmjerenja

Na temelju analize stanja, SWOT analize i definirane vizije razvoja Zmajeva vrta određena su tri međusobno povezana razvojna prioriteta. Svaki prioritet podupire strateške ciljeve vezane uz povećanje posjećenosti, produženje sezone, održivo upravljanje i jačanje suradnje s lokalnim dionicima.

Prioritet 1: Osnovna infrastruktura i održivo upravljanje prostorom

Prvi prioritet odnosi se na uređenje osnovne turističke infrastrukture i uvođenje održivih praksi u upravljanju prostorom. To uključuje poboljšanje pristupa i parkirališta, rješavanje sanitarnih čvorova, uređenje pješačkih i pristupačnih staza te jasnu signalizaciju za posjetitelje. Istodobno je potrebno razviti sustav upravljanja okolišem, prometom, otpadom i vegetacijom kako bi se očuvala prirodna vrijednost vrta. Takve mjere stvaraju osnovne preduvjete za siguran i ugodan boravak posjetitelja, smanjuju negativne utjecaje na okoliš i podupiru dugoročni cilj uvođenja standarda ili certifikata održivog upravljanja.

Prioritet 2: Cjelogodišnji kulturni i edukativni program

Drugi prioritet usmjeren je na razvoj kvalitetne kulturne i edukativne ponude tijekom cijele godine. Zmajev vrt već je prepoznat kao prostor za koncerte i umjetnička događanja, no ona su uglavnom koncentrirana u ljetnim mjesecima. Proširenjem programa na proljeće i jesen, uvođenjem manjih događaja, radionica, obilazaka s vodičem i školskih posjeta mogu se privući različite ciljne skupine (obitelji, ljubitelji prirode i umjetnosti, školske grupe, vinski turisti) i smanjiti sezonalnost. Time se istodobno povećava posjećenost, jača identitet Zmajeva vrta kao kulturno-edukativnog prostora te se bolje iskorištava postojeći potencijal ambijenta tijekom većeg dijela godine.

Prioritet 3: Integracija u regionalni turistički ekosustav i brendiranje

Treći prioritet odnosi se na jače uključivanje Zmajeva vrta u širi lokalni i regionalni turistički ekosustav te na razvoj prepoznatljivog brenda. To podrazumijeva sustavnu suradnju s lokalnim vinarima, pružateljima smještaja, gastronomijom, kulturnim institucijama i regionalnim DMO-om, kroz zajedničke pakete (npr. „vrt + vino + smještaj“), rute i tematske događaje. Uz to je važno razvijati digitalnu i tržišnu promociju – službenu *web*-stranicu, aktivne profile na društvenim mrežama i zajedničke kampanje s regijom. Na taj se način Zmajev vrt pozicionira kao sastavni dio vinskog i ruralnog turizma Međimurja, jača se njegova vidljivost na tržištu i ostvaruje strateški cilj uspostave stabilnih partnerstava s lokalnim dionicima.

7 Mjere

Za učinkovitu implementaciju strategije razvoja Zmajeva vrta preporučljivo je mjere podijeliti prema vremenskom okviru njihove provedbe, i to na kratkoročne (0–12 mjeseci), srednjoročne (1–3 godine) i dugoročne (3–5 godina) mjere. Takva segmentacija omogućava postupno građenje kapaciteta, testiranje novih proizvoda i istovremeno uključivanje ključnih dionika u proces razvoja.

Prioritet 1: Osnovna infrastruktura i održivo upravljanje prostorom

U kratkoročnom razdoblju (0–12 mjeseci) predlažu se mjere koje omogućuju osnovnu spremnost vrta za organizaciju kulturnih i edukativnih događaja.

Mjera 1: Poboljšanje pristupa i parkirališta i osnovne posjetiteljske infrastrukture

Poboljšanje pristupa i parkirališnih kapaciteta predstavlja temeljni preduvjet za sigurno i kvalitetno funkcioniranje Zmajevog vrta. U kratkoročnom razdoblju nužno je osigurati osnovnu posjetiteljsku infrastrukturu kroz jasno označene prilazne puteve, privremena parkirališna rješenja za veće događaje te postavljanje signalizacije koja omogućuje protočno i sigurno kretanje posjetitelja. Takve mjere smanjuju prometne gužve, povećavaju sigurnost i unapređuju ukupno iskustvo posjetitelja. U srednjoročnom razdoblju preporučuje se razvoj trajnih parkirališnih kapaciteta uz minimalan utjecaj na krajolik, uređenje pješačkih i pristupačnih staza te uvođenje

organiziranog prijevoza za veće manifestacije, čime se dodatno doprinosi održivom upravljanju prometom i zaštiti prirode.

Mjera 2: Uvođenje sustava održivog upravljanja okolišem i prostorom

Uvođenje sustava održivog upravljanja okolišem i prostorom ključno je za dugoročnu zaštitu prirodnih vrijednosti Zmajevog vrta i odgovorno upravljanje rastućim brojem posjetitelja. Sustav se može provoditi kroz jasno definirana pravila upravljanja prostorom, koja uključuju kontrolu kretanja posjetitelja, zaštitu vegetacije, ograničavanje opterećenja tijekom većih događaja te uspostavu zona različite razine korištenja. Dodatno, preporučuje se uvođenje odvojenog prikupljanja otpada, korištenje višekratne ambalaže na događanjima te suradnja s lokalnim komunalnim službama radi praćenja i smanjenja ekološkog otiska. Prometni pritisak može se smanjiti poticanjem dolaska organiziranim prijevozom, zajedničkim prijevozom ili *shuttle*-linijama za veće manifestacije. Važan element sustava je i redoviti *monitoring* stanja vegetacije, tla i infrastrukture, uz vođenje jednostavne evidencije incidenata i zahvata održavanja, čime se omogućuje pravovremena prilagodba upravljačkih mjera i postavljanje temelja za buduću certifikaciju održivog upravljanja.

Prioritet 2: Cjelogodišnji kulturni i edukativni program

Kao što smo već spomenuli, drugi prioritet je usmjeren na razvoj kvalitetne kulturne i edukativne ponude tijekom cijele godine. Proširenje aktivnosti omogućuje privlačenje različitih ciljnih skupina, smanjuje sezonalnost i jača identitetu Zmajevog vrta kao prostora učenja, kulture i kreativnosti. Da bi to izveli, predlažemo sljedeće:

Mjera 1: Proširenje programa na proljeće i jesen te razvoj manjih edukativnih i kulturnih sadržaja

Razvoj programa izvan glavne sezone može se dodatno unaprijediti uvođenjem jasno strukturiranog i tematski osmišljenog cjelogodišnjeg programa koji uključuje proljetne i jesenske sadržaje prilagođene različitim ciljnim skupinama. To obuhvaća manje kulturne i edukativne događaje, poput botaničnih i interpretativnih šetnji, kreativnih i prirodoslovnih radionica, obiteljskih vikenda te programa povezanih sa vinogradarskim ciklusima i sezonskim radovima u vinogradu. Takav pristup

omogućuje ravnomjerniju raspodjelu posjetitelja tijekom godine, smanjuje ovisnost o ljetni sezoni i potiče dulji boravak gostiju u destinaciji. Istodobno je važno sustavno obrazovati lokalne vodiče i volontere kako bi bili osposobljeni za kvalitetno vođenje po vrtu te za interpretaciju samog botaničkog, kulturnog i krajobraznog sadržaja, čime se podiže kvaliteta doživljaja posjetitelja i jača uloga vrta kao cjelogodišnjeg edukativno - kulturnog prostora.

Mjera 2: Profesionalizacija organizacijskih procesa i digitalna nadogradnja iskustva posjetitelja

Profesionalizacija organizacijskih procesa i digitalna nadogradnja iskustva posjetitelja predstavljaju važan korak u jačanju prepoznatljivosti i učinkovitosti djelovanja Zmajevog vrta. To uključuje izradu godišnjeg kalendara događanja, unaprijed planiranje programa te uvođenje sustava pretprodaje i rezervacije ulaznica, čime se olakšava organizacija događaja i upravljanje brojem posjetitelja. Razvoj službene mrežne stranice i aktivna prisutnost na društvenim mrežama omogućuju kontinuiranu komunikaciju s publikom i ciljnu promociju na regionalnim tržištima. Digitalna nadogradnja može se dodatno ostvariti kroz uvođenje osnovnih alata za praćenje posjećenosti, *online* anketa zadovoljstva posjetitelja te prikupljanje kontakata za e-obavijesti, što omogućuje analizu ponašanja posjetitelja i prilagodbu ponude njegovim interesima. Takav sustavan pristup doprinosi većoj profesionalnosti upravljanja, jačanju lojalnosti posjetitelja i dugoročnom razvoju.

Prioritet 3: Integracija u regionalni turistički ekosustav i brendiranje

Treći prioritet je usmjeren na snažnije uključivanje Zmajevog vrta u lokalni i regionalni turistički sustav te na razvoj prepoznatljivog brenda koji povećava njegovu vidljivost i tržišnu vrijednost.

Mjera 1: Jačanje suradnje s regionalnim dionicima i razvoj zajedničkih turističkih proizvoda

U dugoročnom razdoblju (3–5 godina) jačanje suradnje s regionalnim dionicima može se konkretno ostvariti uspostavom manje ugostiteljske točke unutar Zmajevog vrta, smještene na diskretnoj lokaciji u blizini prirodnog amfiteatra ili glavne ulazne zone, kako bi bila funkcionalno dostupna posjetiteljima, a pritom imala minimalan

utjecaj na krajobraz i prirodni ambijent. Ugostiteljska točka zamišljena je kao fleksibilan i modularan prostor, prilagodljiv različitim razinama posjećenosti: tijekom većih događanja uslugu bi mogli preuzimati vanjski ugostitelji ili catering partneri, dok bi u razdobljima manjih grupa i redovnih posjeta osnovnu ponudu mogao organizirati sam vlasnik vrta. Ponuda bi se temeljila prvenstveno na proizvodima lokalnih pružatelja, poput vina međimurskih vinara, bezalkoholnih pića i manjih zaloga lokalnih OPG-ova, čime se potiče lokalno gospodarstvo i jača autentičnost doživljaja. Istodobno se predlaže razvoj zajedničkih turističkih paketa u suradnji s drugim regionalnim ponuđačima, primjerice u obliku aranžmana “vrt + vino + noćenje”, koje bi povezivali posjet Zmajevom vrtu s vinskim degustacijama i smještajem u okolnim agroturizmima i privatnom smještaju. Takav integrirani model suradnje doprinosi produljenju boravka gostiju, povećanju ukupne dodane vrijednosti destinacije i snažnijem uključivanju Zmajevog vrta u regionalni turistički ekosustav.

8 Indikatori i *monitoring*

Indikatori

Indikatori su definirani kako bi se provedba mjera mogla pratiti usporedivo kroz vrijeme i kako bi se kvartalno i godišnje izvještavanje temeljilo na istim, unaprijed definiranim podacima. Tablica u nastavku povezuje svaki prioritet i mjeru s 2–3 mjerljiva pokazatelja te cilnom vrijednošću koju želimo postići u određenom roku. Ciljne vrijednosti postavljene su postupno (po godinama) kako bi bile izvedive u odnosu na realne kapacitete Zmajevog vrta i planirani razvoj do 2030. Posebno kod okolišnih pokazatelja (otpada) razlikujemo praćenje “općenito” (razina cijele sezone) i “nakon većih događaja” (operativna razina), jer se učinci najbrže vide upravo na događanjima.

Svi indikatori prate se kroz operativne evidencije (ulaznice/brojači, ankete nakon događaja, zapisnici o incidentima, evidencije otpada te evidencije partnerstava i prodaje paketa), a način i učestalost prikupljanja podataka detaljnije su opisani u poglavlju o *monitoringu*. Kod pokazatelja koji se odnose na zadovoljstvo (anketa) i sigurnost/logistiku (incidenti), rezultati se koriste za brze korekcije organizacije već u sljedećem događaju ili u istoj sezoni. Kod strateških pokazatelja (npr. posjećenost, partnerstva i paketi) napredak se vrednuje na razini sezone i godine, jer se učinci

akumuliraju kroz dulje razdoblje. U slučaju odstupanja od ciljnih vrijednosti, aktivira se mehanizam prilagodbe: revidiraju se operativne aktivnosti, prioriteti ulaganja i plan programa kako bi se ciljevi ponovno uskladili s realnim stanjem na terenu.

Tablica 2: Prikaz prioriteta, mjera, indikatora i ciljeva

Prioritet	Mjera	Indikator	Ciljna vrijednost
P1	M1: Poboljšanje pristupa i parkirališta te osnovne infrastrukture	Udio većih događaja s osiguranom minimalnom infrastrukturom	≥90% u 2026.; 100% od 2027.
P1	M1	Broj zabilježenih incidenata na parkingu ili pristupu	0 ozbiljnih, ≤2 manja godišnje
P1	M1	Udio posjetitelja zadovoljnih pristupom i parkingom	≥75% u 2026.; ≥85% do 2028.
P1	M2: Uvođenje sustava održivog upravljanja okolišem i prostorom	Udio odvojeno prikupljenog otpada općenito (procjena)	≥50% u 2026.; ≥70% do 2028.
P1	M2	Udio odvojeno prikupljenog otpada nakon većih događaja (procjena)	≥30% u 2026.; ≥50% do 2028.
P1	M2	Broj zabilježenih incidenata koji prijete vegetaciji i održivosti	≤2 godišnje
P2	M1: Proširenje programa i razvoj manjih edukativnih i kulturnih sadržaja	Broj događaja u predsezoni i sezoni (proljeće + jesen)	≥4 (2026); ≥6 (2027)
P2	M1	Duljina aktivne sezone programa (broj mjeseci)	≥6 mjeseci godišnje do 2028.
P2	M1	Prosječna ocjena zadovoljstva programom (anketa)	≥4,0/5 u 2026.; ≥4,3/5 do 2028.
P2	M2: Profesionalizacija organizacijskih procesa i digitalizacija	Pokrivenost mjerenja posjećenosti (broj prodanih ulaznica)	≥70% u 2026.; ≥90% u 2027.
P2	M2	Broj prikupljenih kontakata za e-obavijesti (newsletter)	≥300 (2026); ≥600 (2027); ≥1.000 (2028)
P2	M2	Udio pretprodaje ulaznica u ukupnoj prodaji	≥30% do 2027.; ≥50% do 2028.
P3	M1: Jačanje suradnje i partnerstva	Broj formaliziranih partnera	≥3 partnera do kraja 2026.
P3	M1	Broj aktivnih zajedničkih paketa (vrt + vino. + noćenje)	1 paket u 2026.; 3 paketa u 2027. godini
P3	M1	Broj prodanih zajedničkih paketa godišnje	≥ 100 godišnje do 2030.
P3	M1	Ukupna godišnja posjećenost vrta (svi posjeti i događaji)	Približno 12.000 do 2030. godine

Monitoring

Monitoring u ovom radu znači sustavno i redovito praćenje provedbe mjera i ostvarenja ciljeva kako bi se razvoj Zmajevog vrta vodio na temelju podataka, a ne samo dojmova. Njegova je svrha na vrijeme prepoznati uspjehe i probleme te predložiti korektivne aktivnosti. *Monitoring* je izravno vezan uz naša tri prioriteta: (1) infrastrukturu i održivo upravljanje prostorom, (2) cjelogodišnji program i digitalnu nadogradnju te (3) integraciju u regionalni turistički ekosustav i brendiranje.

Vremenski okvir *monitoringa* usklađen je s dinamikom provedbe mjera: kratkoročno (0–12 mjeseci), srednjoročno (1–3 godine) i dugoročno (3–5 godina).

U kratkom roku naglasak je na operativnim pokazateljima nakon svakog većeg događaja (posjećenost, logistika pristupa i parkiranja, zadovoljstvo posjetitelja, količina i razvrstavanje otpada), jer ti podaci omogućuju brze korekcije organizacije. U srednjem roku prati se stabilizacija procesa kroz sezonu (npr. širenje programa na proljeće i jesen, rast baze kontakata, pouzdano mjerenje posjećenosti), dok se u dugom roku prati ostvarenje strateških ciljeva (standardizacija upravljanja i certifikacija, jačanje partnerstava, razvoj paketa i rast ukupne posjećenosti).

Podaci će se prikupljati i čuvati u jedinstvenoj podatkovnoj bazi (npr. Excel/Google Sheets) s unaprijed definiranim obrascima i odgovornim osobama za unos. Baza će uključivati: (1) evidenciju posjetitelja (izvještaji sustava prodaje ulaznica i/ili brojač ulaza), (2) evidenciju događaja (*checklist* infrastrukture, incidenti, operativne napomene), (3) rezultate anketa zadovoljstva (QR anketa s nekoliko pitanja nakon većih događaja), (4) evidenciju otpada (podaci komunalnog partnera i procjena po frakcijama nakon događaja), (5) registar partnerstava i prodaje zajedničkih paketa te (6) financijske evidencije. Financijski *monitoring* provodit će se kroz odvojene računovodstvene tokove i redoviti pregled ekonomike vrta radi transparentnosti i održivosti.

Učestalost praćenja je sljedeća: nakon svakog većeg događaja unose se podaci o posjećenosti, anketi, logistici i otpadu; mjesečno se radi kratki pregled trendova u sezoni; kvartalno se provodi pregled napretka i rizika; godišnje se izrađuje objedinjeno izvješće. Okolišni *monitoring* provodi se najmanje jednom godišnje kroz obilazak stručnjaka koji procjenjuju stanje vegetacije, staza, parkirališnih površina i

sustava otpada, a upravljački *monitoring* kroz redovite sastanke koordinacijske skupine.

Rezultati se analiziraju jednostavno (usporedba sa ciljnim vrijednostima, trendovi po sezonama i događajima) te služe kao temelj za prilagodbe programa, infrastrukture i marketinških aktivnosti.

9 Mehanizmi prilagodbe

Na temelju godišnjih izvješća i rezultata *monitoringa* strategija se kontinuirano prilagođava. To uključuje promjene u programima događaja, prilagodbu infrastrukture ili izmjene u marketinškim aktivnostima. Ključno je da se proces temelji na stvarnim podacima i iskustvima iz prakse, kako strategija ne bi ostala statična, već bi se razvijala u skladu s potrebama posjetitelja i kapacitetima vrta.

10 Prijedlozi za provedbu i financiranje

Koraci provedbe

Implementacija strategije započinje početnim planiranjem u razdoblju od 0 do 6 mjeseci, što uključuje osnivanje koordinacijske skupine (steering committee) s ključnim dionicima i izradu operativnog plana za prvih 12 mjeseci. U razdoblju od 6 do 18 mjeseci provode se aktivnosti vezane uz minimalnu infrastrukturu, uspostavljanje partnerstava, provedbu marketinške kampanje i uvođenje sustava prikupljanja podataka o posjetiteljima. Srednjoročna provedba, u razdoblju od 1 do 3 godine, uključuje uređenje stalnog parkirališta, nadogradnju digitalne infrastrukture, razvoj dodatnih programa i implementaciju održivih certifikata. Dugoročna provedba, u razdoblju od 3 do 5 godina, obuhvaća uspostavu manje ugostiteljske točke, postavljanje interpretacijskih staza, sudjelovanje u EU-programima, razvoj međunarodne suradnje i jačanje brenda Zmajeva vrta.

Financiranje

Financijska održivost strategije temelji se na kombinaciji različitih izvora. Vlastiti izvori vlasnika i prihodi od događaja, uključujući ulaznice, ugostiteljske usluge i prodaju suvenira, predstavljaju osnovu. Partnerstva s lokalnim vinarima,

pružateljima smještaja i sponzorima kulturnih događaja dodatno doprinose financiranju. Javni izvori, uključujući općinu, turističku zajednicu i nacionalne te europske programe, poput ruralnog razvoja i kulturne baštine, pružaju dodatnu potporu. Grantovi i EU-projekti omogućuju sufinanciranje investicija u infrastrukturu, pristupne putove i održive mjere, dok sponzorstva i donacije lokalnog gospodarstva ili kulturnih zaklada dodatno osnažuju financijsku stabilnost i održivost.

Upravljanje rizicima

Upravljanje rizicima uključuje uspostavu financijskog pričuvnog fonda za nepredviđene događaje te krizni plan koji predviđa mogućnosti preusmjerenja događaja, mrežnog prijenosa ili otkazivanja. Osiguranje događaja i infrastrukture dodatno štiti od materijalnih i pravnih rizika. Redovita revizija provedbe i prilagodba strategije omogućuje brzo reagiranje na promjene, smanjenje rizika i osiguranje kontinuiranog razvoja Zmajeva vrta.

11 Diskusija i rezultati

Polazeći od dobivenih rezultata i analitičkog pregleda stanja, u ovom se poglavlju razmatraju nalazi u odnosu na postavljena istraživačka pitanja te njihovo značenje za budući razvoj Zmajeva vrta kao kulturno-prirodne mikrodestinacije. Dobiveni podaci omogućuju cjelovitiju interpretaciju trenutačne razine uređenosti prostora, identificiranih razvojnih mogućnosti te postojećih ograničenja koja utječu na pozicioniranje vrta u regionalnom turističkom sustavu.

Prvo istraživačko pitanje, usmjereno na procjenu prostorne, turističke i infrastrukturne opremljenosti Zmajeva vrta, pokazalo je jasnu razliku između visokog ambijentalnog i tematskog potencijala s jedne strane te ograničenih infrastrukturnih kapaciteta s druge. Drugo pitanje, usmjereno na SWOT analizu, potvrdilo je da se razvoj Zmajeva vrta temelji na snažnim unutarnjim vrijednostima, ali da dugoročna održivost ovisi o sustavnom odgovoru na uočene slabosti i prijete. Treće istraživačko pitanje ukazalo je na specifično, ali još uvijek nedovoljno vidljivo tržišno pozicioniranje, čime se potvrđuje važnost intenzivnijeg brendiranja i digitalne promocije. Četvrto pitanje otvorilo je mogućnosti daljnjeg razvoja u skladu

s načelima održivog turizma, posebno kroz unapređenje infrastrukture, jačanje edukativne funkcije i integraciju s lokalnim vinskim i ruralnim iskustvima.

Sljedeća diskusija povezuje ove nalaze s teorijskim okvirom održivog i tematskog turizma te razmatra kako se Zmajev vrt može strateški razvijati kao primjer uspješno upravljanog privatnog kulturno-prirodnog resursa u regiji.

Odgovori na istraživačka pitanja:

1) Kakvo je trenutno stanje prostorne, turističke i infrastrukturne opremljenosti Zmajeva vrta?

Zmajev vrt zauzima oko 3,5 ha u vinorodnom krajoliku Železne Gore. Sastoji se od arboretuma, skulptura, vidikovaca i prirodnog amfiteatra. Prostor je jako ugodan i već se koristi za koncerte i događaje. S druge strane, turistička i prometna infrastruktura je dosta skromna: parkiralište je ograničeno, nema javnog prijevoza do lokacije, nema stalne ugostiteljske ponude, a staze nisu potpuno prilagođene osobama s invaliditetom. Ukratko, potencijal je velik, ali ga sadašnje stanje infrastrukture ograničava.

2) Koje su ključne snage, slabosti, prilike i prijetnje u njegovu razvoju?

Glavne snage su jedinstven spoj prirode, umjetnosti i kulture, lijep položaj među vinogradima, gostoljubivo obiteljsko domaćinstvo i iskustvo u organizaciji događaja. Slabosti su nedovoljno razvijena infrastruktura, sezonalnost, slaba prisutnost na internetu i nedovoljna prilagođenost osobama s invaliditetom. Prilike se vide u korištenju fondova i potpora, razvoju novih programa i proizvoda, većoj suradnji s lokalnim vinarima i smještajem te uvođenju dodatnih interpretacijskih sadržaja. Prijetnje su pritisak na okoliš, financijska nesigurnost malog privatnog subjekta, konkurencija sličnih lokacija i mogući utjecaj većih kriza (npr. pandemije).

3) Kako se Zmajev vrt pozicionira na tržištu i koliko je prepoznat među posjetiteljima i medijima?

Zmajev vrt se pozicionira kao mala, specijalizirana mikrodestinacija koja spaja *arboretum*, umjetnost i kulturne događaje u okviru međimurskog ruralnog i vinskog turizma. Najviše je prepoznat među lokalnom i regionalnom kulturnom publikom, ponajprije kroz veće događaje i povremene medijske napise. Ipak, ograničena *online*

prisutnost i nedostatak jačeg brendiranja pokazuju da je njegova vidljivost na širem turističkom tržištu još uvijek manja od stvarnog potencijala.

4) *Koje su razvojne mogućnosti u skladu s načelima održivog turizma?*

U skladu s održivim turizmom, glavne mogućnosti su: postupno uređenje infrastrukture (pristupi, parkiranje, pristupačne staze) bez narušavanja okoliša, produženje sezone kroz raznolike kulturne i edukativne programe, jača suradnja s lokalnim vinarima, smještajem i gastronomijom te uvođenje održivih praksi (npr. upravljanje otpadom, ograničavanje prometa). Uz to, razvoj interpretacijskih sadržaja i digitalnih rješenja (QR kodovi, karte, ploče) može pojačati edukativnu ulogu vrta i doprinijeti da Zmajev vrt postane primjer održive mikrodestinacije.

12 Zaključak

Zmajev vrt nudi priliku za razvoj mikrodestinacije koja spaja prirodu, kulturu, umjetnost i vinorodni krajolik. Strategija nudi sustavni pristup – od analize stanja, preko vizije i strateških ciljeva, do konkretnih mjera, pokazatelja i sustava *monitoringa*. Ključno je provoditi strategiju u suradnji s lokalnim dionicima i uz održivi pristup kako bi rast posjetitelja bio u skladu s kvalitetom doživljaja i očuvanjem krajolika. Analiza provedena u ovom radu pokazuje da Zmajev vrt predstavlja vrijednu i jedinstvenu kulturno-prirodnu cjelinu unutar turističke ponude Međimurja, s izrazitim razvojnim potencijalom u domeni kulturnog, edukativnog i vinskoro ruralnog turizma. Kombinacija botaničke raznolikosti, umjetničkih elemenata, prirodnog amfiteatra i atraktivnog krajolika pozicionira ovaj prostor kao mikrodestinaciju koja se može diferencirati od postojećih regionalnih turističkih sadržaja. Međutim, istodobno su vidljiva ograničenja infrastrukture, izražena sezonalnost, nedovoljna digitalna prisutnost i potreba za profesionalizacijom upravljačkih procesa, što zahtijeva sustavan i dugoročno usmjeren razvoj.

SWOT analiza i prikaz tržišnog položaja upućuju na to da Zmajev vrt raspolaže prepoznatljivim unutarnjim snagama, ali i da se suočava s nizom vanjskih prijetnji koje mogu utjecati na njegovu održivost. Stoga se kao ključnim pokazuje pristup temeljen na upravljanju prostorom u skladu s načelima održivog turizma, uključivanjem lokalne zajednice te jačanjem suradnje s institucionalnim i privatnim dionicima. Predloženi strateški prioriteti – poboljšanje osnovne infrastrukture,

razvoj cjelogodišnjeg kulturno-edukativnog programa te integracija u regionalni turistički ekosustav – omogućuju postepeno jačanje konkurentnosti i stvaranje stabilne razvojne strukture Zmajeva vrta.

Uspješnost ovih procesa ovisit će o kvaliteti provedbe predloženih mjera, dostupnosti financijskih izvora, učinkovitosti koordinacije među dionicima i prilagodljivosti na promjene u turističkim trendovima i okolišnim uvjetima. Redoviti *monitoring*, prikupljanje podataka o posjetiteljima i fleksibilni mehanizmi prilagodbe bit će nužni kako bi se razvojni smjerovi kontinuirano usklađivali s realnim stanjem na terenu.

Ako se zacrtane smjernice dosljedno implementiraju, Zmajev vrt do 2030. godine ima realnu mogućnost postati primjer uspješne mikrodestinacije koja povezuje prirodnu baštinu, umjetnost i lokalnu kulturu te tako doprinosi diversifikaciji i održivom razvoju turističke ponude Međimurske županije. Time se ostvaruje ne samo jačanje njegove tržišne vidljivosti, već i dugoročno očuvanje identiteta prostora i dobrobit lokalne zajednice.

Literatura

- Ezekiel, A. G., Umoh, O. T., Mbong, E. O., Ntukidem, A. U. i William, R. A. (2024). Distribution and Conservation Status of Plants' species in the Botanical Garden and Arboretum domiciled in University of Uyo, Nigeria. *Dutse Journal of Pure and Applied Sciences*, 10, (1b), 74-84.
- Keramos Valkaj. (b. d. a). *Facebook stranica: Keramos Valkaj*. Preuzeto sa <https://www.facebook.com/p/Keramos-Valkaj-100057171952301/>, 16. 12. 2025.
- Keramos Valkaj. (b. d. b). *Zmajev vrt*. Preuzeto sa <https://www.keramos-valsaj.com/zmajev-vrt/>, 15. 11. 2025.
- Međimurska županija. (2016). *Masterplan razvoja turizma Međimurske županije do 2020*, TZM, Međimurje. Preuzeto sa https://tzm.hr/storage/2022/03/Masterplan_razvoja_turizma_Medjimurske_zupanije_2020.pdf, 30. 10. 2025.
- mNovine. (2025a). *Zmajev vrt je ugostio više od tisuću ljubitelja opere*. Preuzeto sa <https://www.mnovine.hr/medimurje/koncerti-i-glazba/zmajev-vrt-je-ugostio-vise-od-tisucu-ljubitelja-opere/>, 15. 11. 2025.
- mNovine. (2025b). *Ne propustite opernu poslasticu u Zmajevom vrtu!*. Preuzeto sa <https://www.mnovine.hr/medimurje/koncerti-i-glazba/ne-propustite-opernu-poslasticu-u-zmajevom-vrtu/>, 15. 11. 2025.
- Općina Štrigova. (2025). *Jubilarna 15. Umjetnička kolonija Štrigova ponovno okuplja vrhunske umjetnike*. Preuzeto sa <https://opcinastrigova.hr/jubilarna-15-umjetnicka-kolonija-strigova-ponovno-okuplja-vrhunske-umjetnike>, 16. 12. 2025.
- Zamoda, J. (2019). *Zmajev vrt: Vodimo vas na impresivno obiteljsko imanje u Međimurju*. Gloria. Preuzeto sa <https://www.gloria.hr/gl/lifestyle/dizajn-i-arhitektura/zmajev-vrt-vodimo-vas-na-impresivno-obiteljsko-imanjcu-medimurju-9222449>, 15. 11. 2025.