

STANJE I MOGUĆNOSTI TURISTIČKOG RAZVOJA GRADA VRBOVSKO

Časni, Maja

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Karlovac University of Applied Sciences / Veleučilište u Karlovcu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:128:702678>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-29**



VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
Karlovac University of Applied Sciences

Repository / Repozitorij:

[Repository of Karlovac University of Applied Sciences - Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

**VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
POSLOVNI ODJEL
STRUČNI STUDIJ UGOSTITELJSTVA**

Maja Časni

STANJE I MOGUĆNOSTI TURISTIČKOG RAZVOJA GRADA VRBOVSKO

ZAVRŠNI RAD

Karlovac, 2022.

Veleučilište u Karlovcu
Poslovni odjel
Preddiplomski stručni studij Ugostiteljstva

Maja Časni

STANJE I MOGUĆNOSTI TURISTIČKOG RAZVOJA GRADA VRBOVSKO

ZAVRŠNI RAD

Kolegij: Osnove specifičnih oblika turizma

Mentor: dr. sc. Mateja Petračić, viši predavač

Matični broj studenta: 0621616044

Karlovac, travanj 2022.

SAŽETAK

Ključnu ulogu u razvoju turizma općine Vrbovsko imaju prirodni i antropogeni resursi. Tu doprinosi i jako dobra prometna povezanost, shodno tome da se grad nalazi u gorskoj Hrvatskoj – na pola puta između središnje i primorske Hrvatske. To olakšava dolazak turista, pogotovo onih koji putuju starom riječkom cestom, a uputili su se u Primorje. Turizam u gorskoj Hrvatskoj je u sjeni turizma primorske Hrvatske zbog toga što se naglasak u Republici Hrvatskoj stavlja na more, a ne na prirodne ljepote gorja i planina. Grad Vrbovsko, ali i Gorski kotar imaju snažne potencijale za još bolji razvitak turizma. Turisti su željni atraktivnih sadržaja kojih nedostaje na tom području. Jedan od atraktivnih sadržaja mogu biti domaće kulinarske delicije poput poznate štrudle. Ista se može ponuditi turistima tijekom dolaska u privatni ili neki drugi oblik smještaja. Analiza turizma Grada Vrbovskog ukazala je na to postojeći negativni trend dolazaka i noćenja turista u zadnjih dvije godine, dok je anketno istraživanje ukazalo na potrebu za pojačanom gastronomskom ponudom u cilju privlačenja turista.

ključne riječi: grad Vrbovsko, štrudla, promocija, turizam, kulinarske delicije

ABSTRACT

Natural and anthropogenic resources have a key role to play in the development of tourism. It also contributes to a very good traffic link, as the city is located in Croatia - halfway between central and coastal Croatia. This facilitates the arrival of tourists, especially those who travel on the old river road, and they are headed to Primorje. Tourism in Croatia is in the shadow of tourism in Croatia because the emphasis in the Republic of Croatia is placed on the sea, not the natural beauties of the mountains and mountains. The city is Vrbovsko, but Gorski kotar also has strong potential for improving the development of tourism. Tourists are eager for attractive content that is lacking in this area. One of the attractive contents can be domestic culinary delicacies, such as the famous strudel. The same can be offered to tourists during their arrival in a private or other form of accommodation. The analysis of the tourism of the City of Vrbovsko pointed to this existing negative trend of arrivals and notations of tourists in the last two years, while the survey pointed to the need for enhanced gastronomic offer to attract tourists.

key words: city Vrbovsko, strudel, promotion, tourism, culinary delicacies

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Predmet i cilj rada	1
1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja	1
1.3. Struktura rada	2
2. TURISTIČKA DESTINACIJA GRAD VRBOVSKO	3
2.1. Demografska, zemljopisna i klimatska obilježja grada Vrbovsko	3
2.2. Resursna osnova	7
3. ANALIZA STANJA DOSEGNUTOG STUPNJA RAZVOJA TURIZMA GRADA VRBOVSKOG	10
3.1. Analiza turističkog prometa	10
3.2. Analiza emitivnih turističkih tržišta	13
3.3. Analiza dionika	14
3.4. Analiza stanja važnih turističkih zona grada Vrbovskog	19
3.5. SWOT analiza	21
3.6. Analiza okruženja	23
4. AUTOHTONOST JELA GRADA VRBOVSKOG	26
4.1. Tradicionalna jela	26
4.2. Štrudla po recepturi	28
4.3. Mogućnost turističke ponude	29
4.4. Prijedlozi turističke promocije kulinarskih delicija	31
5. ANALIZA EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA	34
5.1. Rezultati istraživanja	34
5.2. Rasprava	45
6. ZAKLJUČAK	47
POPIS LITERATURE	48
POPIS ILUSTRACIJA	49
PRILOG	50
Anketni upitnik	51

1. UVOD

Turizam kao složena društveno-ekonomska pojava tipičan je upravo po svojoj višestrukoj funkcionalnosti. Premda se funkcije turizma međusobno isprepliću, ipak ih mnogi autori sistematiziraju u dvije skupine. Jedno su ekonomske funkcije, s pomoću kojih turizam neposredno utječe na privredu i privredni razvoj receptivnih turističkih zemalja.¹ Drugo su društvene funkcije, ili, kako ih neki autori nazivaju- neekonomske funkcije turizma. Za grad Vrbovsko bitne su ekonomske i neekonomske funkcije. Pojašnjenja leže u tome što grad Vrbovsko posjeduje niz prirodnih i kulturnih bogatih sadržaja i snažno je gastronomski potkovan. Ali, mladi ljudi odlaze u potrazi za boljim životnim uvjetima. Treba tražiti rješenja za ostanak mladih ljudi na tom području i kvalitetnom turističkom ponudom. Jedna od ekonomskih funkcija koje bi trebalo razviti je gastronomski turizam, a opet se gastronomski sadržaji mogu povezati s društvenim funkcijama. Tako se promiče turistička ponude navedenog kraja. Posebno mjesto može zauzeti priča o štrudli iz vrbovskog kraja (borovnica ili jabuka).

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet ovog završnog rada je analiza daljnjih mogućnosti turističkog razvoja općine Vrbovsko.

Cilj rada je analizirati postojanje autohtonog kulinarskog delicija.

1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja

Podaci koji su korišteni u obradi tematike završnog rada prikupljeni su iz stručne i znanstvene literature, službene stranice TZ Općine Vrbovsko, Državnog zavoda za statistiku (dio za turizam) i drugih internetskih stranica.

Metode koje su korištene u prikupljanju podataka su metoda deskripcije, analize, sinteze, deskripcije i deskriptivna statistika.

¹ N. Čavlek, M. Bartoluci, D. Prebežac i O. Kesar, Turizam- ekonomske osnove i organizacijski sustav, Zagreb: ŠK, 2011., str. 293

1.3 Struktura rada

Završni rad sastoji se od šest poglavlja. Na početku, nalazi se sažetak na hrvatskom i engleskom jeziku, kao kratki uvod u razradu ovog rada. U uvodu se navode predmet i cilj rada, izvori podataka te metode njihova prikupljanja i struktura rada.

U drugom poglavlju, iznose se općenitosti vezane za Grad Vrbovsko u vidu analize demografskih, zemljopisnih i klimatskih obilježja samog grada. Također su navedeni i ukratko opisani prirodni i antropogeni resursi koji pomažu u razvoju turizma kao i manifestacije i događaji koji se održavaju tijekom jedne godine.

U trećem poglavlju analizira se turistički promet Grada Vrbovskog, počevši od analize emitivnih turističkih tržišta Grada Vrbovsko, analize dionika, gospodarskog sektora, javnog i civilnog sektora. Cjelovita analiza turizma Grada Vrbovsko uključuje SWOT analizu, analizu važnih turističkih odredišta i analizu okruženja,

U četvrtom poglavlju iznose se zanimljivi podaci o autohtonosti kulinarskih delicija grada Vrbovskog. Navode se primjeri tradicionalnih jela na području grada, analizira se i delicija *štrudla* po domaćoj recepturi te opisuju mogućnosti ponude kulinarskih delicija na području grada Vrbovsko za turiste. Također se predlažu određene ideje za marketinšku promociju.

U petom poglavlju analizira se anketa s pripadajućim rezultatima istraživanja.

U šestom poglavlju donosi se zaključak u kojem se daju zaključni elementi rada. Na kraju rada nalaze se: popis literature, popis ilustracija i popis tablica.

2. TURISTIČKA DESTINACIJA GRAD VRBOVSKO

2.1. Demografska, zemljopisna i klimatska obilježja grada Vrbovsko

Grad Vrbovsko prepoznatljiv je po svojem grbu i zastavi ali najviše po prirodnim ljepotama i dobroj gastro ponudi.

Slika 1. Grb i zastava grada Vrbovsko



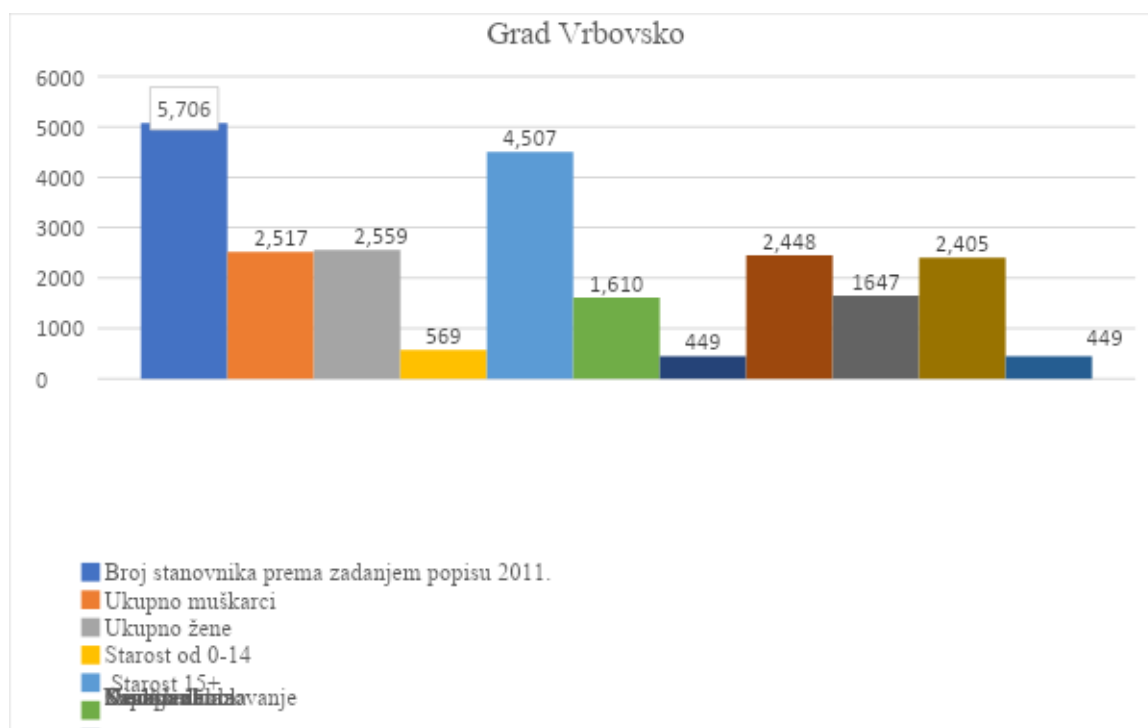
IZVOR: <https://www.vrbovsko.hr/grad-vrbovsko/obiljezja-grad> (14.05.2021.)

Glede zemljopisnih obilježja, Grad Vrbovsko zauzima krajnji istočni dio Gorskog kotara, obuhvaća 65 naselja, a to su: Bunjevci, Carevići, Damalj, Dokmanovići, Dolenci, Donji Vučkovići, Donji Vukšići, Draga Lukovdolska, Dragovići, Gomirje, Gorenci, Gornji Vučkovići, Gornji Vukšići, Hajdine, Hambarište, Jablan, Jakšići, Kamensko, Klanac, Komlenići, Lesci, Liplje, Lukovdol, Ljubošina, Majer, Mali Jadrč, Matići, Međedi, Mlinari, Močile, Moravice, Musulini, Nadvučnik, Nikšići, Osojnik, Petrovići, Plemenitaš, Plešivica, Podvučnik, Poljana, Presika, Radigojna, Radočaj, Radoševići, Rim, Rtić, Severin na Kupi, Smišljak, Stubica, Štefanci, Tići, Tomići, Topolovica, Tuk, Veliki Jadrč, Vrbovsko, Vučinići, Vučnik, Vujnovići, Vukelići, Zapeć, Zaumol, Zdihovo i Žakule, a od toga su 62 nastanjena. Prostor Grada Vrbovskog zauzima 7,80% teritorija Primorsko-goranske županije i po veličini dijeli drugo mjesto sa Gradom Čabrom od 36 gradova i općina u Županiji te ima 5.076 stanovnika. Na sjeveru je odijeljen od Republike Slovenije trajnom povijesnom granicom dolinom goranskog dijela rijeke Kupe.

Jedno od poznatijih prometnih turističkih atrakcija je Lujzijana a to je cesta koja je izgrađena 1811. godine. Povezivala je Karlovac i Bakar (grad Rijeka)² Lujzijana se promatra kao turistička prometnica, s naglašenom ulogom cestovne građevinske baštine, te kao turistički tematski itinerer na kojem se objedinjuju atrakcije turističke ceste i njenog gravitacijskog pojasa³

Demografska situacija u gradu Vrbovsko bilježi lošije rezultate zbog odlaska mladog stanovništva a to dokazuju sljedeći grafikoni.

Grafikon 1. Prikaz demografskog stanja grada Vrbovsko



IZVOR: DZS.

https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/Pokazatelji/Gradovi%20u%20statistici.xlsx?fbclid=IwAR1hhJ7hm679WGbaZTmiToIzT_DcIB59DgXv0sXI8Pqy_07xoFBvmI4KpsI (14.04.2021.)

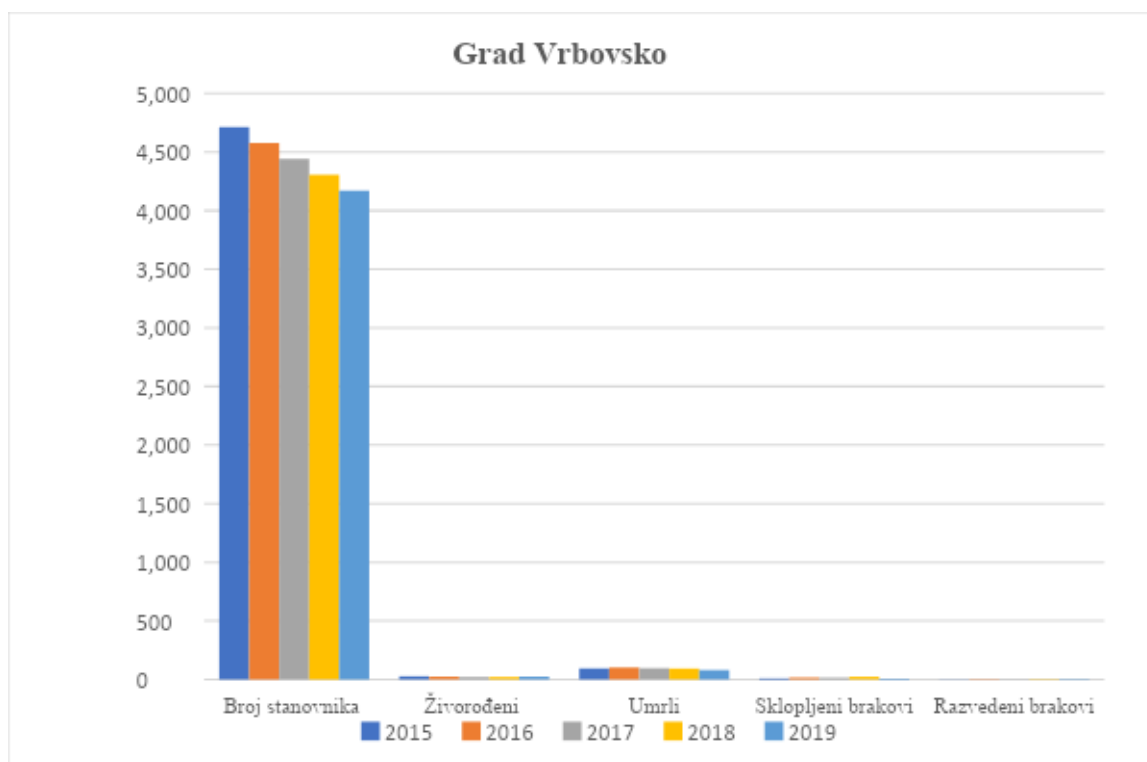
Prema podacima koje je ustupio Državni zavod za statistiku, ukupan broj stanovnika u gradu Vrbovsko je 5,706 stanovnika i to prema zadnjem popisu stanovništva iz 2011. godine. Prema podacima istoimenog izvora (Državni zavod za statistiku), više je žena (2,559 stanovnika)

² P. Horak, Turizam i promet, Zagreb: Grupa Vern, 2014., str.242

³ Ibid, str.243

nego muškaraca (2,517 stanovnika) na području grada Vrbovsko. Zabilježen je podatak o broju stanovnika u dobi od 0-14 godina a ono iznosi (569 stanovnika), dok broj stanovnika od 15 i više godina života iznosi (4,507 stanovnika). Broj zaposlenih iznosi 1,610 stanovnika, nezaposlenih stanovnika 449 stanovnika a neaktivnih stanovnika iznosi 2,448 stanovnika. Ovo je zabrinjavajuća brojka i indicira na lošu demografsku sliku glede strukture zaposlenosti stanovništva na području grada Vrbovsko. Broj stanovnika koji imaju završenu osnovnoškolsko obrazovanje iznosi 1,647 stanovnika, srednjoškolsko obrazovanje (2,405 stanovnika) i visokoškolsko obrazovanje (449 stanovnika). Na temelju svih dobivenih podataka stvara se slika da je demografska slika za grad Vrbovsko nije zadovoljavajuća. Slijede podaci o procjeni stanovništva za grad Vrbovsko od 2011. godine do 2019. godine.

Grafikon 2. Procjena broja stanovnika od 2011-2019.godine



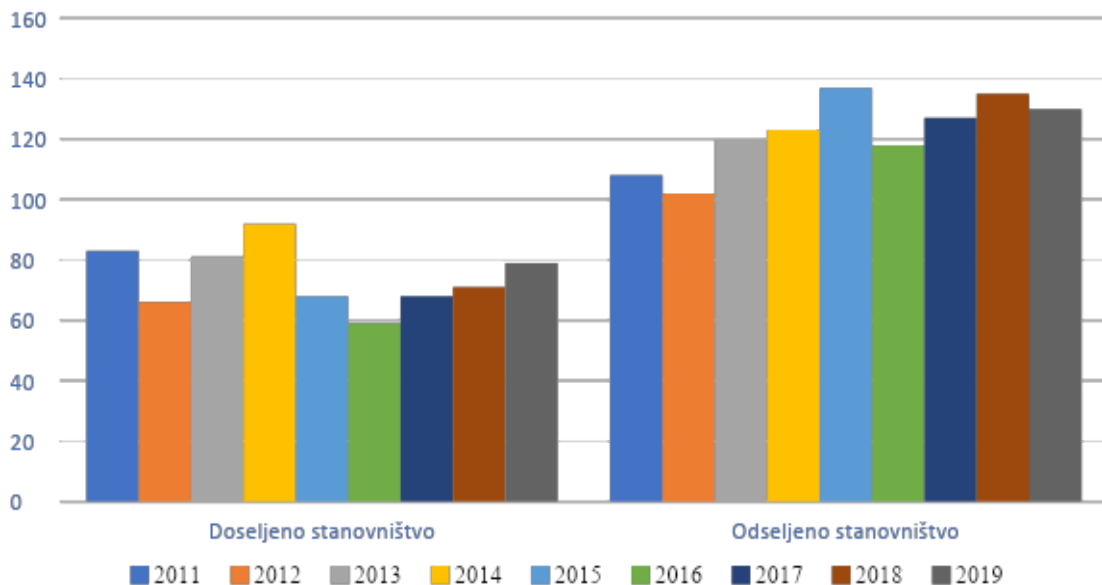
IZVOR: DZS.

https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/Pokazatelji/Gradovi%20u%20statistici.xlsx?fbclid=IwAR1hhJ7hm679WGbaZTmiToIzT_DcIB59DgXv0sXI8Pqy_07xoFBvmI4KpsI (14.04.2021.)

Kao što je vidljivo iz grafikona 2. , uočava se da je došlo do značajno pada broja stanovnika, u razdoblju od osam godina, te razlika iznosi 1,013 stanovnika. Najveći broj stanovnika

zabilježen je u 2011. godini (5,076 stanovnika), a najmanji zabilježen broj stanovnika u 2019. godini (4,063 stanovnika). Najviše živorođenih zabilježeno je u 2011. godini, (32 živorođenih) a najmanje u 2018. godini (20 živorođenih). Najviše umrlih zabilježeno je u 2016.godini, a najmanje umrlih zabilježeno je u 2019. godini. Podatak vezan za broj sklopljenih brakova pokazao je da ih je najmanje sklopljenih brakova bilo u 2019. godini. Moguće da mladi parovi ne žele vjenčati se već žive zajedno u izvanbračnoj zajednici.

Grafikon 3. Doseljeno i odseljeno stanovništvo



IZVOR: DZS.

https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/Pokazatelji/Gradovi%20u%20statistici.xlsx?fbclid=IwAR1hhJ7hm679WGbaZTmiToIzT_DcIB59DgXv0sXI8Pqy_07xoFBvmI4KpsI (14.04.2021.)

Očito, prema podacima grada Vrbovsko, da je više odseljenog stanovništva što govori o tome da stanovnici napuštaju grad Vrbovsko. Jedan od mogućih razloga napuštanja jesu ekonomski razlozi- u potrazi za boljim poslom i boljim životnim standardom ali potrebe za blizinom grada (Grafikon 3).

Klima grada Vrbovsko je kontinentalna klima s prijelazima na planinsku klimu.

2.2. Resursna osnova

Prirodni resursi grada Vrbovsko ukazuju na to daje niže područje grada Vrbovsko (do 400 m nadmorske visine), obraslo pretežno bjelogoricom. Prevladava bukva, zatim grab, brijest, jasen, lipa i dr. Od niskog raslinja, značajne su razne režuhe, lazarkinja i mnogobrojne biljke pratilice: šumarica, crveni ljiljan, kopitnjak i dr. U višem gorskom području (400-1000 m nadmorske visine), značajne su samonikle, mješovite ili čiste šume, šume četinjača, uglavnom jele i smreke. Od crnogorice najviše ima smreke, zatim jele i vrlo rijetko tise. Pretplaninsko područje obuhvaća prostor iznad 1000 m nadmorske visine. Veoma snažan vjetar, snijeg i led, tu su odlučujući ekološki činioci. Tu je značajna pretplaninska šuma bukve, a uz tlo lijepika, bijeli žabljak, kamenika i planinska paprat, zatim je uočljiva pretplaninska šuma smreke sastavljena od smreke vitkog uzrasta i niske krošnje, a na tlu različite kruščice, cvrtočine, borovnica, brusnica, dvolistak, mahovina i druge acidofilne biljke. U najvišim pretplaninskim predjelima iznad 1400 m nadmorske visine, javlja se klekovina bukve. Na rubovima i udubinama ponikava, gdje se dugo zadržava snijeg, održava se velelisna vrba. Krajoliku daju posebna obilježja livade, rudine, vrištine, utrine i druga zemljišta koja nisu obrasla šumama ⁴

Antropogeni resursi definitivno uključuju Kanjon Kamačnik kojeg posjećuju turisti već dugi niz godina. Kroz njegovu slikovitu sutjesku izgrađen je 1961. godine pješački put, drveni mostići i galerije. Istaknuti planinarski pisac prof. dr. Željko Poljak u svojoj knjizi „Planine Hrvatske“ piše o Kamačniku kao o “sutjesci punoj divlje romantike”. Kamačnik je svoju sutjesku usjekao u masiv Velike Kapele i ulijeva se u rijeku Dobru rušeći se manjim slapom budući je na ulazu u kanjon pregrađen jazom i ujezeren. Kanjon Kamačnik obiluje nizom zabavnih event-a tijekom godine. Prilaz je moguć automobilom ili autobusom, a blizina željezničke postaje na samo 100 m od kanjona. ⁵ Od srpnja 2019. godine koncesija za obavljanjem djelatnosti vođenja posjetitelja na zaštićenom području Značajni krajobraz Kamačnik dodijeljena je „Lokvarki d.o.o.“, adresa Šetalište Golubinjak 6, Lokve. ⁶ Lokvarka d.o.o. dužna je tijekom obavljanja djelatnosti vođenja posjetitelja na zaštićenom području poštivati posebne uvjete i uvjete zaštite prirode .

⁴ Plan ukupnog razvoja Grada Vrbovskog (PUR) za razdoblje 2012.-2013.-2020. <https://www.vrbovsko.hr/dokumenti-i-odluke/plan-ukupnog-razvoja-grada-vrbovskog?download=93:plan-ukupnog-razvoja-grada-vrbovskog>, str. 15

⁵Kanjon Kamačnik <https://visitvrbovsko.hr/kamacnik/>, str.1

⁶ Ibid, str.1

Društveni resursi- Na području grada djeluje iznimno bogat program za manifestacije i turističke događaje tijekom cijele godine. U proljeće, svake godine, TZ Vrbovsko organizira gastro događaje poput kuhanje kotlića, „**KotličFest**“ što može primamiti veliki broj gastro turista iz Hrvatske i drugih dijelova Europe i svijeta. Tijekom te gastro manifestacije pripremaju se pet kotlića s različitim tematikom.⁷ Jedna od ponuđenih tematika je kuhanje kotlića pod nazivom „Planinski kotlič“. Tom prilikom, organizirali su natjecanje ekipa iz različitih mjesta na području Primorsko-goranske županije. Uz gastro ponudu, organizirana je šetnja kanjonom i novoizgrađenom šetnicom Kamačnik -Vujnovići (svibanj 2018. godina).

Druga značajna manifestacija je **Cvjetni korzo**. Brojni sudionici okićeni cvijećem uz pratnju puhačkog orkestra DVD-a Vrbovsko i konjske zaprege prodefiliraju mjestom. Uobičajeno, organizira se kulturno umjetnički program u kojem sudjeluju različita kulturno umjetnička društva iz različitih gradova Primorsko-goranske županije: Uz kulturno umjetnička društva (društvo poput KUD „Bribir“ iz Bribira), uključuju se folklorna sekcija Udruge žena Moravice. Ne izostaje niti dobra zabava i prigodna prodaja cvjetnih sadnica i zakuska za sve sudionike.⁸

Treća značajna manifestacija je **Ribarski vikend** koji je u pravilu održava u suradnji s poduzećem Komunalac u Kamačniku. Uobičajeno gastro ponuda je fiš paprikaš u kotličima u kojima se kuha više vrsta ribe. Uz ovu manifestaciju, uveden je novitet a tiče se *Mini Norijade* za djecu povodom završetka školske godine. Tom prigodom, organiziraju se različite sportske igre u kojima školska djeca pokazuju svoju brzinu i spretnost. Za najbolje takmičare, uvijek slijedi nagrada u obliku medalje, ali uvijek se nađe i utješna nagrada za sve sudionike.⁹

Četvrta manifestacija je „**Gljivarijada i gljivarski kotlič**“ u izletištu Kamačnik. Gljivarijada svake godine privuče velik broj registriranih berača gljiva, ne samo iz Primorsko-goranske županije već i drugih dijelova Hrvatske. Gastro ponuda za tu manifestaciju je fritaja sa šampinjonima. Organizira se kulinarski dvoboj u kojem sudjeluju različiti restorani te odabira se najbolja fritaja.

⁷ Turistička zajednica grada Vrbovsko, »Izvjješće o radu TZ grada Vrbovsko,« TZ Vrbovsko, Vrbovsko, 2018., str 4.

⁸ Ibid, str.5

⁹ Ibid., str.6

Peta manifestacija. „**Severinska večer**“ - Miholje u tradiciji i običajima. Severin na kupi, tom prigodom, nastoji oživjeti svoju bogatu povijest, a ujedno i oplemeniti turističku ponudu toga dijela Grada. Ova manifestacija traje nekih 12-ak godina.¹⁰

Šesta manifestacija je (u organizaciji poduzeća Komunalac) je **Festival vina, meda, sira i domaćeg kruha** u Domu kulture Vrbovsko. Posjetioци imaju prigodu uživati u degustaciji vrhunskih vina i domaćih proizvoda. Ovo je gastro manifestacija i mogla bi se povezati s gastro ponudom štrudle iz Vrbovskog. Uz to, ideja bi bila uključiti kulinarski dvoboj i odabrati natjecatelja koji će pripremiti najbolju štrudlu.

Sedma manifestacija je **Bundevijada** – izložba autohtono uzgojene hrane i običaja Gorskog kotara. Atraktivna i svakako najznačajnija turistička manifestacija TZ Grada Vrbovskog i ovu je godinu održana u dvodnevnom programu s preko stotinu i deset izlagača koji su na svojim šarenim i lijepo uređenim štandovima nudili domaće proizvode poput meda, sira, likera, različitih delicija, suvenira, ukrasa, voća, povrća te posebno bundeva u svim oblicima i vrstama. Uvijek zanimljiv dio vezan je uz uprizorenja tradicije i običaja, eko kutci, baš kao i nastup brojnih folklornih, te kulturno umjetničkih društava (preko 30 u dvodnevnom programu). Bundevijada je i ove godine birala najtežu, najmanju te najinteresantniju buču. Uz to, prave najfinije slatko i slano jelo. Odabira se najljepše uređen štand. Od 2018. godine, organizira se *cooking show* sa sudionicima kulinarskog showa 3,2,1 kuhaj Tihanom i Nikolom Županićem. Također, od 2018. godine, novost u programu bila je i atraktivna „Modna revija“ te Pokrovitelji Bundevijade su Grad Vrbovsko, PGŽ, HTZ, HGK, i TZ PGŽ.¹¹

Osma manifestacija je **Međunarodni susret haiku pjesnika** kojom prigodom je izvršena promocija zbornika haiku radova „Teče, teče jedan Kamačnik“. Tom prigodom, mnogobrojni sudionici posjećuju Kamačnik, te Planinarski dom „Kamačnik“ gdje se odvija promocija zbornika i uručuju nagrade. je dočarala tradiciju i običaje ne samo mjesta Moravice već i drugih dijelova lijepe naše.

Deveta manifestacija jesu **Moravački narodni običaji**. Domaćini priredbe je Udruga žena „Moravice“. Izvodi se 60-to minutni program sa svojim gostima posjetiocima te se nastoji uvijek dočarati tradicija i običaje ne samo mjesta Moravice i drugih dijelova Hrvatske.

¹⁰ Turistička zajednica grada Vrbovsko, »Izvjješće o radu TZ grada Vrbovsko,« TZ Vrbovsko, Vrbovsko, 2018., str 8

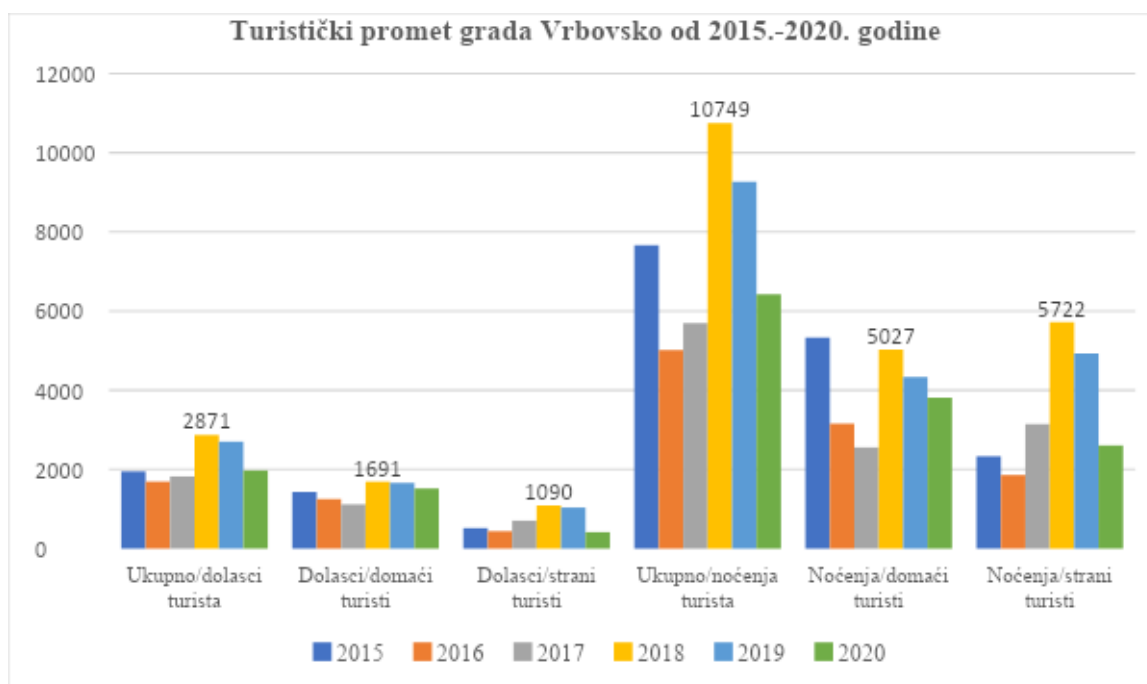
¹¹ Ibid., str. 8

3. ANALIZA STANJA TURISTIČKOG PROMETA GRADA VRBOVSKOG

3.1. Analiza turističkog prometa

U ovom poglavlju analizira se turistički promet Grada Vrbovsko koje uključuje analizu emitivnih turističkih tržišta, analizu dionika, analizu važnih turističkih zona Grada Vrbovsko, SWOT analizu kao i analizu okruženja. Sukladno dobivenim podacima izvješća o radu TZ Grada Vrbovskog¹², dobiveni su podaci o turističkom prometu za razdoblje od 2015-2020. godine.

Grafikon 4. Analiza turizma za grad Vrbovsko (2015-2020)



IZVOR: DZS.

https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/Pokazatelji/Gradovi%20u%20statistici.xlsx?fbclid=IwAR1hhJ7hm679WGbaZTmiToIzT_DcIB59DgXv0sXI8Pqy_07xoFBvmI4KpsI (14.04.2021.)

Analiza turističkog prometa grada Vrbovsko (podaci Državnog zavoda za statistiku), pokazuju da je više noćenja nego dolazaka turista za razdoblje od 2013-2020. godine. Najviše noćenja

¹² Turistička zajednica Grada Vrbovsko, »Izveštaj o radu TZ grada Vrbovsko i direktorice ureda grada Vrbovsko,« TZ Vrbovsko, Vrbovsko, 2015-2020

zabilježeno je u 2018. godini (10.479 turista), dok je najmanje noćenja zabilježeno u 2016. godini (1.859 noćenja). Isto, više je bilo noćenja stranih turista nego domaćih turista. Najviše dolazaka zabilježeno je u 2018. godini (1.691 domaći turisti; 1.090 strani turisti). Navedeni podaci pokazuju pad turističkog prometa od 2018. godine. Jedan od bitnih razloga slabijeg turističkog prometa je pojava globalne pandemije SARS CoV-2 koja je nalogala distanciranje ljudi, ograničenja u kretanju te provedbi epidemioloških mjera a sve to skupa nije pogodovalo razvoju turizma u svijetu općenito, pa je stoga pogođen i time Grad Vrbovsko. Isto dokazuje sljedeća slika.

Slika 2. Prikaz stanja- pozitivni/negativni trend dolazaka turista

Redni broj	Grad	Županija	Broj stanovnika 2011	Kategorija	Dolasci turista 2019	Dolasci turista 2020	TREND 2019-2020 (%)
1	Zabok	Krapinsko-zagorska županija	8.994	Mali grad	1.406	1.955	39,05%
2	Klanjec	Krapinsko-zagorska županija	2.915	Mali grad	358	393	9,78%
3	Novi Marof	Varaždinska županija	13.246	Srednji grad	794	798	0,50%
4	Glina	Sisačko-moslavačka županija	9.283	Mali grad	117	117	0,00%
5	Otok (Vinkovci)	Vukovarsko-srijemska županija	6.343	Mali grad	0	0	0,00%
6	Čabar	Primorsko-goranska županija	3.770	Mali grad	992	876	-11,69%
7	Krapina	Krapinsko-zagorska županija	12.480	Srednji grad	10.957	8.539	-22,07%
8	Sveti Ivan Zelina	Zagrebačka županija	15.959	Srednji grad	784	594	-24,23%
9	Vrbovsko	Primorsko-goranska županija	5.076	Mali grad	2.702	1.937	-28,31%
10	Benkovac	Zadarska županija	11.026	Srednji grad	5.125	3.159	-38,36%

IZVOR: Državni zavod za statistiku (19.03.2022.)

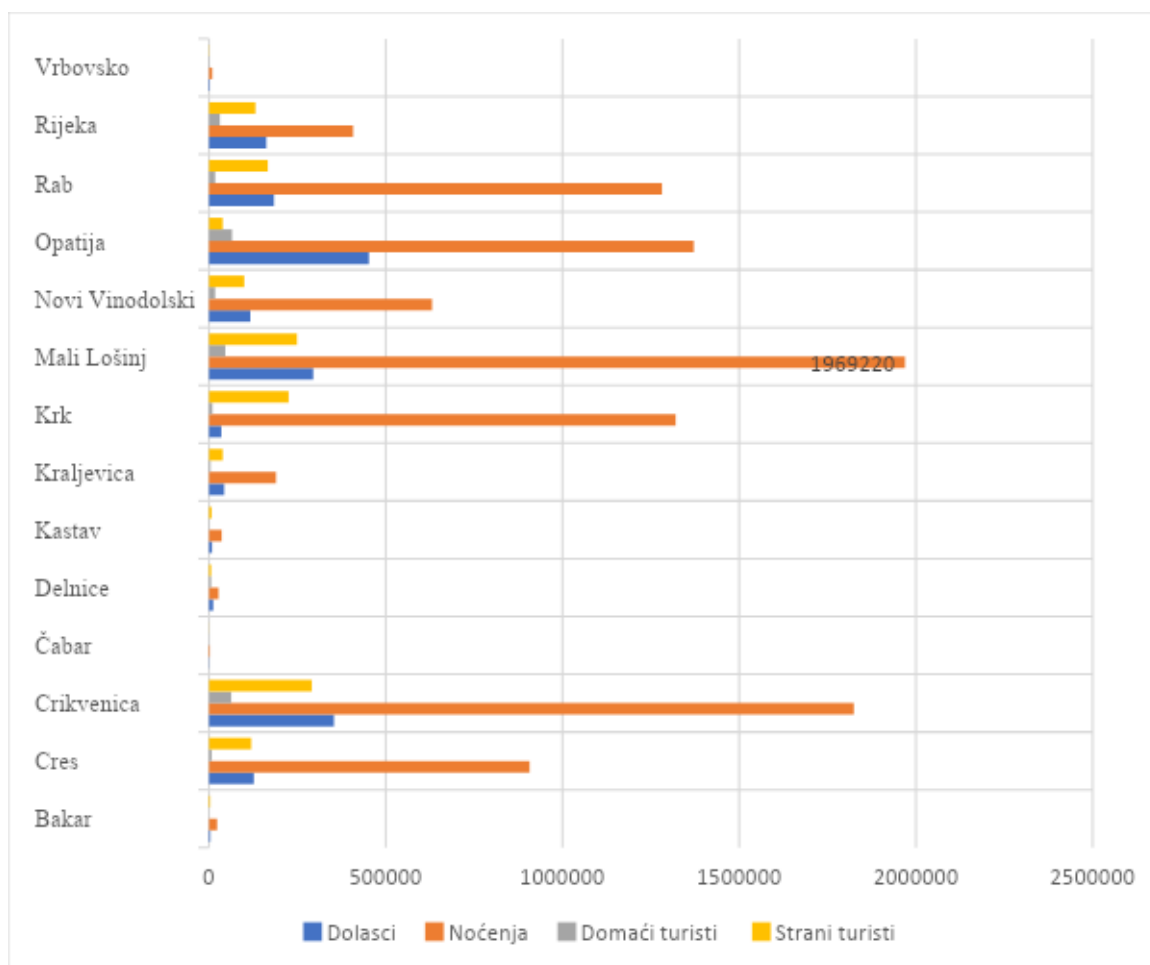
U pomnoj analizi podataka Državnog zavoda za statistiku o turističkim brojkama za 2020. koji su u odnosu na 2019. uočen je negativan trend dolazaka i noćenja za Grad Vrbovsko. Zabilježeni trend bilježi minus -28,31%, s tim da najveći negativan trend za 2019-2020. godinu bilježi Grad Benkovac u Zadarskoj županiji (38,36%), dok najmanji negativan trend za 2019- 2020. godinu bilježi Grad Čabar (11,69%). Najbolji zabilježen trend dolazaka i noćenja bilježi Grad Zabok (+39,05%).

Nakon što je u 2019. dosegnuta najveća moguća vrijednost od 91 milijun noćenja turista u komercijalnom smještaju broj noćenja turista u 2020. vratio se , naime, na razinu od prije 20 godina. Prema podacima sustava eVisitor, koji sadrži turistički promet ostvaren u

komercijalnim i nekomercijalnim objektima te nautičkom charteru (sustav eCrew), u Hrvatskoj je u 2020. ostvareno 7,8 milijuna dolazaka (37 posto rezultata iz 2019.) i 54,4 milijuna noćenja (prema 2019.- 50 posto rezultata). No, Grad Vrbovsko bilježi negativan trend.

Nadalje, u usporedbi sa drugim turističkim mjestima u Primorsko-goranskoj županiji, Grad Vrbovsko bilježi negativan trend.

Grafikon 5. Dolasci i noćenja turista u gradovima Primorsko-goranske županije, 2019. godina



IZVOR: Priopćenje. Dolasci i noćenja turista u 2019. Državni zavod za statistiku.

https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/04-03-02_01_2019.htm 18.03.2022.)

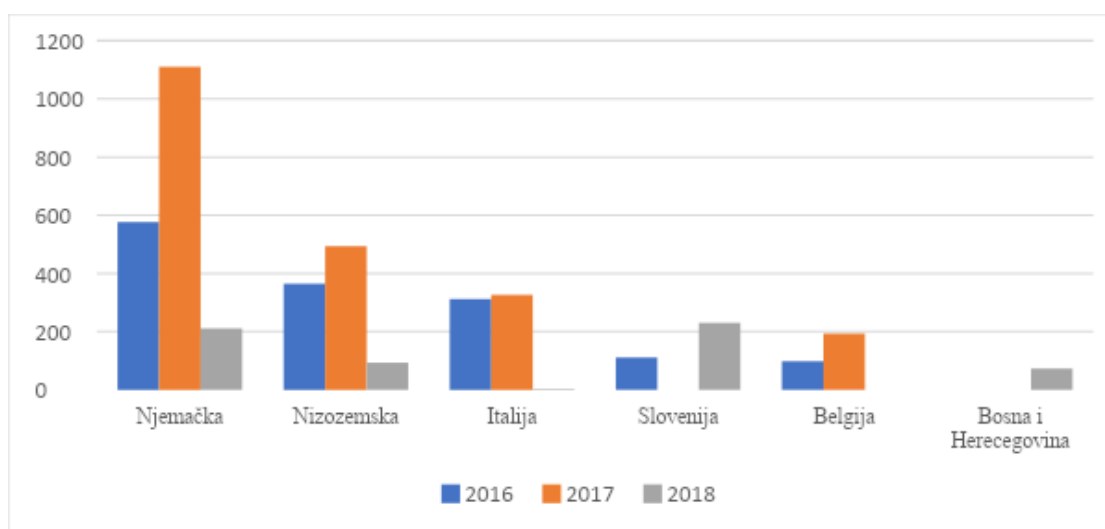
Sukladno objavljenim podacima od strane Državnog zavoda za statistiku za 2020. godinu, uočava se da najveći broj dolazaka ima Opatija (45 2453 dolazaka), zatim najveći broj

noćenja bilježi Mali Lošinj (1 969 220 noćenja). Također, najviše stranih turista zabilježeno je u Malom Lošinj (248 899 stranih turista). Glede Vrbovsko, ono bilježi najslabiji turistički prometni po svim segmentima: noćenja, dolazaka, stranih i domaćih turista. U pojedinačnoj analizi svih segmenata(dolasci, noćenja, strani i domaći turisti), Grad Vrbovsko najviše bilježi broj noćenja (9267 noćenja). Takva velika razlika segmenta noćenja u odnosu na druge može se interpretirati kao potreba turista da malo zastanu u Gradu Vrbovsko, odmori, prespava i krene na drugo željeno turističko odredište.

3.2. Analiza emitivnih turističkih tržišta

Analiza emitivnih turističkih tržišta uključuje analizu rezultata turističkog prometa stranih turista.

Grafikon 6. Turistički promet po zemljama za grad Vrbovsko



IZVOR: Istraživanje autora prema podacima Godišnjem izvješću o radu TZ grada Vrbovsko. <https://visitvrbovsko.hr/wp/wp-content/uploads/2019/04/Izvje%C5%A1taj-o-radu-TZ-2018.pdf> (13.05.2021.)

Turisti iz Njemačke najzastupljenija skupina turista koja posjećuje grad Vrbovsko. Druga po redu zemlja je Nizozemska, zemlja visokog standarda kao i Njemačka. Treća po redu zemlja je Italija. Turisti iz Bosne i Hercegovine dolaze kao turisti u Grad Vrbovsko. Podaci su prikazanu u grafikonu 6.

3.3. Analiza dionika

Kao središte destinacijskog upravljanja postavlja koordinacija, to jest vertikalno i horizontalno povezivanje svih dionika koji sudjeluju u turističkoj aktivnosti. Radi se o stvaranju različitih, formalnih i neformalnih partnerstva javno-javnog, privatno-privatnog te javno-privatnog karaktera usmjerenih na kreiranje turističkih proizvoda te na održivi razvoj destinacije.

Gospodarski sektor odnosi se na to da su na području Grada Vrbovsko registrirana četiri gradska poduzeća: Bijela kosa d.o.o., Komunalac d.o.o. Vrbovsko, Vode Vrbovsko d.o.o. i Poduzetnički centar d.o.o. Od 2012. godine, Gradsko poglavarstvo donijelo Odluku o pripajanju društva Bijela kosa d.o.o. i društva Poduzetnički centar d.o.o. društvu Komunalac d.o.o.¹³ Suradnja s tvrtkom Vision One polučila je rezultat postavljanja promotivnog stupića u izletištu Kamačnik (na ulazu u ugostiteljski objekt) putem kojeg se na jednostavan način pomoću QR koda može preuzeti Vison One aplikacija te putem nje saznati sve o atraktivnim lokalitetima destinacije. U organizaciji različitih turističkih aktivnosti na području Grada Vrbovsko, potiče se suradnja s poduzećem Komunalac d.o.o., iz Kamačnika. Primjerice, suradnja TZ Vrbovsko i Komunalac d.o.o. koji su zajedničkim snagama organizirali (*Minifest vikend* 15.06. 2019). održana MININORIJADA kojom je obilježen kraj školske godine. Pedesetak mališana podijeljenih u ekipe: "Zlatni Vučići", "Cvjetići", "Mačići", "Razbijači", "Vatrene strijele" i "Unicats" natjecali su se u brojnim igrama spretnosti. Na službenim stranicama Tvrtka.hr - poslovna tražilica zabilježeno je 19 tvrtki. Prosječni prihodi po pronađenoj firmi su: 44.852,33 kn. Prosječni broj zaposlenih u pronađenim firmama: 10.¹⁴ U nastavku, slijedi tablični prikaz poduzeća na području Grada Vrbovskog, s posebnim naglaskom na poduzeća koja su povezana s turizmom istoimenog grada, uz popis prihoda i broja zaposlenika

Tablica 1. Popis poduzeća na području Grada Vrbovsko

Redni broj	IME TVRTKE	DJELATNOST	BROJ ZAPOSLENIH	PRIHOD (2020. godina)	VLASNIŠTVO
1.	Autoprijevoznik Božić Dubravko	Prijevoz tereta, robe, sobe, apartmani smještaj, Drvo i proizvodi od drva	8	Prihodi (2018.): Između 5 i 10 milijuna kuna	Privatno vlasništvo

¹³ Grad Vrbovsko, *Gradska poduzeća*, Vrbovsko, 2022.: <https://www.vrbovsko.hr/ostalo/gradska-poduzeca>.

¹⁴ Tvrtke u gradu Vrbovsko, 2022., <https://www.tvrtke.hr/vrbovsko>

2.	Autolimarska radiona vl. Željko Ivošević	Servis vozila	Nema podataka	Nema podataka	Privatno vlasništvo
3.	Dječji vrtić Bambi	Predškolski odgoj i obrazovanje	6	1.058.833 KN	Grad Vrbovsko
4.	Dom Konzalting d.o.o.	Graditeljstvo, konzalting/ Poslovno savjetovanje, Građevinski radovi	12	2.660.840,00 kn	Privatno vlasništvo
5.	Obrt Drvoproizvod Božić	Namještaj	Nema podataka	Nema podataka	Privatno vlasništvo
6.	Tvrtka Fundus-forma d.o.o.	Trgovina i usluge (proizvodnja i prodaja slikarskog materijala)	Nema podataka	162.641 kn	Privatno vlasništvo
7.	Gradska knjižnica Ivan Goran Kovačić	Posudba Knjiga, časopisima, traženje informacija, radionice i ostalo	2	348.384,54 kn	Grad Vrbovsko
8.	Tvrtka H.A.K.I. d.o.o.	Građevinski radovi	1	764.185,00 kn	
9.	Tvrtka INTERAD d.o.o	Građevinski radovi	0	* nije više aktivna	Privatno vlasništvo
10.	JELENSKI JARAK d.o.o.	Drvo i proizvodi od drva, trgovina novinama	0 (samo vlasnik)	128.035,00 kn	Privatno vlasništvo
11.	M-TRGOVAČKI OBRT	Trgovina na malo	Nema podataka	2.321.673 kn	Privatno vlasništvo
12.	Obavljanje javnog prijevoza stvari, Štajminger	Prijevoz stvari iz mjesta u mjesto	Nema podataka	Nema podataka	Privatno vlasništvo
13.	Pilana Vrbovsko d. o. o.	Proizvodi od drveta	0	0	Privatno vlasništvo
14.	Tvrtka Sljeme maloprodaja d.o.o	Trgovina na malo	1	291.129,00 kn	Privatno vlasništvo
15.	Firma Športsko ribolovno društvo Kamačnik	Sport i rekreacija		49.098,00 kn	Grad Vrbovsko
16.	Turistička zajednica Grada Vrbovsko	Više nije aktivna (Novi Zakon o turizmu)			Grad Vrbovsko
17.	Tvrtka UZOR INPO d.o.o.	* pripremanje hrane i pružanje usluga prehrane * pripremanje i usluživanje pića i napitaka * pružanje usluga smještaja	2	841.706	Privatno vlasništvo
18.	VODE VRBOVSKO d.o.o.	vodoopskrba i odvodnja	13	4.337.655,00 kn	Grad Vrbovsko

Izvor: Izrada autora

Javni sektor - u *Odsjeku za financije, proračun i gospodarstvo* obavljaju se poslovi između ostalog poslovi koji se vezani za izradu godišnjeg Proračuna Grada Vrbovsko, za nadzor proračunskih korisnika, za naplatu gradskih prihoda, praćenje stanja gospodarskih aktivnosti, suradnja sa gospodarskim subjektima i druge aktivnosti u skladu sa zakonskim propisima i regulativama¹⁵.

¹⁵ Gradska uprava Vrbovsko, *Odsjek za proračun, financije i gospodarstvo*, Vrbovsko, 2022.

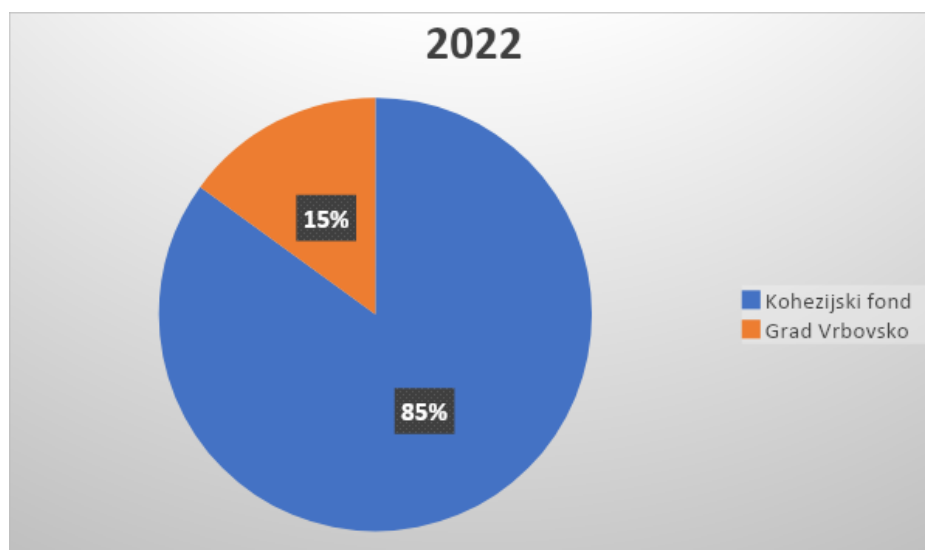
Turistička zajednica Grada Vrbovsko više ne posluje. Razlog tomu nije loše financijsko poslovanje već izmjena zakonske regulative vezane za poslovanje turističkih zajednica na području cijele Hrvatske. Donošenje novog Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19) (NN 42/20) ¹⁶ koji je stupio na snagu 01.01.2020.g. rezultiralo je promjenama u poslovanju Turističkih zajednica, posebno onih na području Gorskog kotara. Krajem listopada 2020 došlo je do osnivanja jedne jedinstvene Turističke zajednice Gorskog kotara i ukidanja postojećih devet Turističkih zajednica u Gorskom kotaru.

Sačinjeni su brojni turistički prilozi iz Vrbovskog koji su doprinijeli promidžbi. Ističu se HRT 1 Dobro jutro Hrvatska, HRT 4 Regionalni dnevnik, Kanal RI, Radio Korzo, Radio Rijeka, Narodni radio, Radio Sljeme, Radio Ogulin, Radio Gorski kotar, Soundset, Novi list, Vikend van Zagreba, Burza hrane i drugo.

U radu često se spominje potreba za privlačenjem sredstava iz Europskih fondova, kao jedan od načina poticanja i razvoja turizma na području Grada Vrbovsko. No, u međuvremenu, za 2022. godinu, aktualan EU projekt je „Izgradnja reciklažnog dvorišta Vrbovsko“. Za izgradnju reciklažnog dvorišta Vrbovsko ukupno je u skladu s Ugovorom o dodjeli bespovratnih sredstava referentni broj: KK.06-3-1-16-0045 osigurano bespovratno sufinanciranje iz sredstava EU 4.490.876,00 kn; vlastita sredstva Grada Vrbovskog (797.792,54 kn) te je ukupna vrijednost investicije 5.288.668,54 kn. Sredstva za ovaj projekt uspješno su osigurana od Ministarstva zaštite okoliša i energetike kroz Operativni program „Konkurentnost i kohezija” (Grafikon 7)

¹⁶ Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma. NN 52/19, 42/20 <https://www.zakon.hr/z/342/Zakon-o-turisti%C4%8Dkim-zajednicama-i-promicanju-hrvatskog-turizma>

Grafikon 7. Prikaz sredstava za EU projekt na području Grada Vrbovsko



IZVOR: Izrada autora prema Grad Vrbovsko.

<https://www.vrbovsko.hr/rd-vrbovsko-financiranje> (20.03.2022.)

Grafikon 7. ukazao je na činjenicu da Grad Vrbovsko treba izdvojiti 15% od ukupnih 4.490.876,00. kn. Stoga njihov dio iznosi 381.724.460 kn.¹⁷

Drugi EU projekt odnosi se na sanacije i zatvaranje odlagališta neopasnog otpada „Cetin“. Projekt se implementira sukladno Ugovoru o dodjeli bespovratnih sredstava za projekte koji se financiraju iz Kohezijskog fonda u financijskom razdoblju 2014.-2020. Razdoblje provedbe projekta je od 18. lipnja 2018. – 02. studenog 2019., a ukupna vrijednost projekta iznosi 5.739.925,00 kuna.¹⁸

Na službenim stranicama Europskih i strukturnih fondova,¹⁹ nema zabilježenih EU projekata vezanih za turizam na području Grada Vrbovsko u ovo vrijeme.

¹⁷ Grad Vrbovsko. EU projekti. <https://www.vrbovsko.hr/eu-projekti>

¹⁸ Grad Vrbovsko. EU projekti. <https://vrbovsko.hr/sanacija-cetina>

¹⁹ Europski i strukturni fondovi. <https://strukturnifondovi.hr/index.php?s=Grad+Vrbovsko>

Civilni sektor - U civilni sektor spadaju aktivni sportski klubovi i veliki broj Udruga, a isto je tablično prikazano radi lakše preglednosti.

Tablica 2. Prikaz popisa udruga i sportskih klubova na području Grada Vrbovsko

NAZIV SPORTSKIH DRUŠTAVA I UDRUGA NA PODRUČJU GRADA VRBOVSKO	
1.	Lovačko društvo "Jelenski Jarak" Vrbovsko
2.	Nogometni klub "Vrbovsko"
3.	Planinarstvo društvo "Kozarac" Vrbovsko
4.	Sportsko-rekreativno društvo "Žena" Vrbovsko
5.	Športsko ribolovni savez Primorsko-goranske županije Vrbovsko
6.	Skijaški klub "Lovnik" Vrbovsko
7.	Radio klub "Antena"
8.	Kuglački klub "Policajac" Vrbovsko
9.	Lovačka udruga "Litorić"
10.	Udruga za zaštitu okoliša i razvitak grada
12.	Kuglački klub "Vrbovsko"
13.	Šahovski klub "Goran" Vrbovsko
14.	Teniski klub "Vrbovsko" Vrbovsko
15.	Udruga mažoretkinja "Korak po korak" Vrbovsko
16.	Vatrogasna zajednica grada Vrbovsko
17.	Udruga Pčelara "SMREKA" Vrbovsko
18.	Mesopusna udruga "Jablan" Vrbovsko
19.	Kuglački klub "kamačnik"
20.	Udruga malih dioničara Sljeme
21.	Društvo "Naša djeca" Vrbovsko
22.	Streljački klub "Kamensko" Vrbovsko
23.	Udruga žena "Senjsko" Vrbovsko
24.	Športsko Ribolovno Društvo "Kamačnik" Vrbovsko
25.	Autoklub "Vrbovsko" Vrbovsko
26.	Kulturno Umjetničko Društvo "Ivan Goran Kovačić" Vrbovsko

Izvor: Izrada autora

Iz Tablice 2., uočeno je postojanje raznolikog popisa udruga i sportskih klubova s različitim tematikom, počevši, primjerice od ribolovnih saveza, lovačkog društva, kuglačkog kluba, Udruga žena i drugo. Sve navedene udruge i klubovi, svojim uključivanjem, znanjima članova, mogu značajno doprinijeti razvoju turizma na području Grada Vrbovsko.

3.4. Analiza stanja važnih turističkih zona grada Vrbovskog

U gradu Vrbovsko postoji više znamenitosti koje predstavljaju važne turističke zone: Dvorac Severin na Kupi, Kamačnik i Čogrljevo jezero.

Dvorac u Severinu na Kupi

Na službenim stranicama Turističke zajednice grada Vrbovsko, opisan je povijesni dio o dvorcu Severin na Kupi. Objavljeno je da nema pouzdanih podataka kada je izgrađen grad – Kaštel Severin, ali sigurno jest da je nastao krajem 15. st. ili početkom 16. st. Prvi vlasnici grada Severina bili su Frankopani Tržački. *Oporukom kneza Štefana Frankopanskog Ozaljskog iz 1572.g.vlastelinstvo severinsko prelazi u posjed sinova šurjaka Nikole Šubića Zrinskog, sigetskog junaka i njegove žene Katarine te sinova Jurja, Krste i Nikole. Nagodbom 1580.g. Severin je ustupljen Gašparu Frankopanu Tržačkom.*²⁰

Više puta se radilo a obnovi dvorca, no današnji izgled dvorca stečen je 1803.g. prilikom obnove tadašnjeg vlasnika Ivana Oršića. Uz obnovu unutrašnjosti dvorca uređen je vrt, park i zvjerinjak. U posjedu grofova Oršića grad Severin ostaje do 1823.g. kada je prodan plemiću Ambrozu Vranyczanyju Dobrinoviću. Uz dvorac nalazi se perivoj, koji je uređen stepenasto u nekoliko razina i zasađen je rijetkim vrstama drveća (crvena bukva, javor i čempres). Uz to, još ima ribnjak, kapelica i ostaci vodoskoka. Inače, perivoj dvorca proglašen je spomenikom parkove arhitekture²¹. Treba spomenuti vidikovac s kamenom *šternom*. Odatle se pruža lijep pogled na rijeku Kupu. Svake godine u rujnu, u sklopu dvorca Severin na Kupi, organizira se manifestacija pod nazivom „Severinske večeri“. Tema manifestacije je prikaz scena događaja iz povijesti navedenog dvorca. Nezaobilazna je i gastro ponuda tijekom te manifestacije (jela od vinove loze i domaćih kolača). U nastavku su prikazane slike dvorca Severin na Kupi.

²⁰ TZ Vrbovsko, Dvorac Severin na kupi, Vrbovsko, 2021.

²¹TZ Vrbovsko, Dvorac Severin na kupi, Vrbovsko, 2021.

Slika 3. Dvorac Severin na Kupi



Izvor: Izrada autora

Čogrljevo jezero u Moravicama

Čogrljevo jezero u Moravicama smješteno je uz „staru Lujzijanu“, mjesto Moravica. To je inače poznato željezničko čvorište. Čogrljevo jezero nalazi se osam kilometara od grada Vrbovsko te sastoji se od pet malih izvora koji se slijevaju u jezero. Takvo nešto može samo predstavljati iznimnu prirodnu ljepotu.²²

Slika 4. Čogrljevo jezero u Moravicama



Izvor: Izrada autora

²² TZ Vrbovsko, *Čogrljevo jezero Moravice*, Vrbovsko, 2021.

U nastavku slijedi prikaz jednog od najljepših mjesta u Vrbovskom kraju - Kamačnik

Kamačnik

To je mjesto gdje su događaju bitni događaji tog kraja tijekom cijele godine. Do Kamačnika može se doći autom ili busom, a blizina željezničke postaje je samo 100 m od kanjona. Slijede slike koje prikazuju Kamačnik koje su nastale su kreativnim fotografiranjem autorice.

Slika 5. Restoran Kamačnik



Izvor: Izrada autora

Slike 5. uvjerava nas da je Kamačnik mjesto gdje se čovjek može odmoriti dušu i tijelo. Kako je prije navedeno, nude se izvrsna autohtona jela tog kraja. Spoj prirodne ljepote i dobra hrana mogu biti dobitna kombinacija za svakog turista. No, jasno je da kontinentalni turizam mora proširiti svoje turističke sadržaje kako bi mogao parirati obalnom turizmu i biti ostvareno tijekom cijele godine a ne samo tijekom ljeta, što je karakteristično za turizam na moru-sezonalnost.

3.5. SWOT analiza

SWOT analiza označava metodu pomoću koje se ocjenjuje strategija razvoja turizma na području Grada Vrbovsko.

Tablica 3. Swot analiza turizma grada Vrbovsko

Snage	Slabosti
Prometni pravac Vrbovsko- Rijeka Raznolika sektorska struktura gospodarstva – turizam, prijevoz, prerađivačka industrija, građevinarstvo Poticanje razvoja ruralnog turizma Sredstva iz EU fondova (nedovoljno povlačenje sredstava) Infrastruktura, tradicija i znanje u turizmu Dinamičan razvoj malog i srednjeg poduzetništva	Nepovoljna starosna struktura stanovništva Veliki postotak neaktivnog stanovništva Nepovoljna demografska situacija Visoka nezaposlenost Odlazak mladih iz grada Vrbovsko Neadekvatno vrednovanje i korištenje prirodne i kulturne baštine za razvoj turizma, kulture i gospodarstva u cjelini Neadekvatan standard postojeće županijske i lokalne cestovne infrastrukture Stagnacija i zaostajanje u razvoju prerađivačkog sektora Nedovoljna iskorištenost kapaciteta u turizmu Neiskoristivost gastronomije u svrhu turizma
Prilike	Prijetnje
Povoljan zemljopisni i prometni položaj Raznoliki prirodni resursi (voda, šume) Revitalizacija drvna industrije (ima dosta poduzeća koja se bave drvnom industrijom na području Grada Vrbovsko) Izgradnja infrastrukture vezane uz Riječki prometni pravac Financiranje razvojnih programa kroz nacionalne i EU fondove Razvoj i korištenje obnovljivih izvora energije Blizina emitivnih tržišta za turizam Dobra gastronomska ponuda Osnaživanje marketinga kao alata za razvoj turizma	Veliki broj umirovljenika Pojava depopulacije Smanjivanje i napuštanje tradicijskih aktivnosti (poljoprivredna proizvodnja) Pojava potencijalnih izvora onečišćenja voda Gospodarska kriza Centralizirano upravljanje prirodnim resursima Smještanje sjedišta tvrtki i financijskih institucija izvan županije Nedostatni lokalni, regionalni i nacionalni izvori financiranja razvojnih projekata Slaba kupovna moć turista

IZVOR: Izrada autora prema Planu ukupnog razvoja Grada Vrbovskog (PUR) za razdoblje 2012.-2013.-2020.

Swot analiza uključuje četiri ključna čimbenika: snage, slabosti, prilike i prijetnje. Snage i slabosti predstavljaju unutarnja obilježja turizma Grada Vrbovsko, dok šanse i prijetnje čine aktivnosti iz okruženja. Pomoću Swot analize identificiraju se ključni čimbenici i vrši usklađenost turizma Grada Vrbovsko s uvjetima u kojima se odvija.

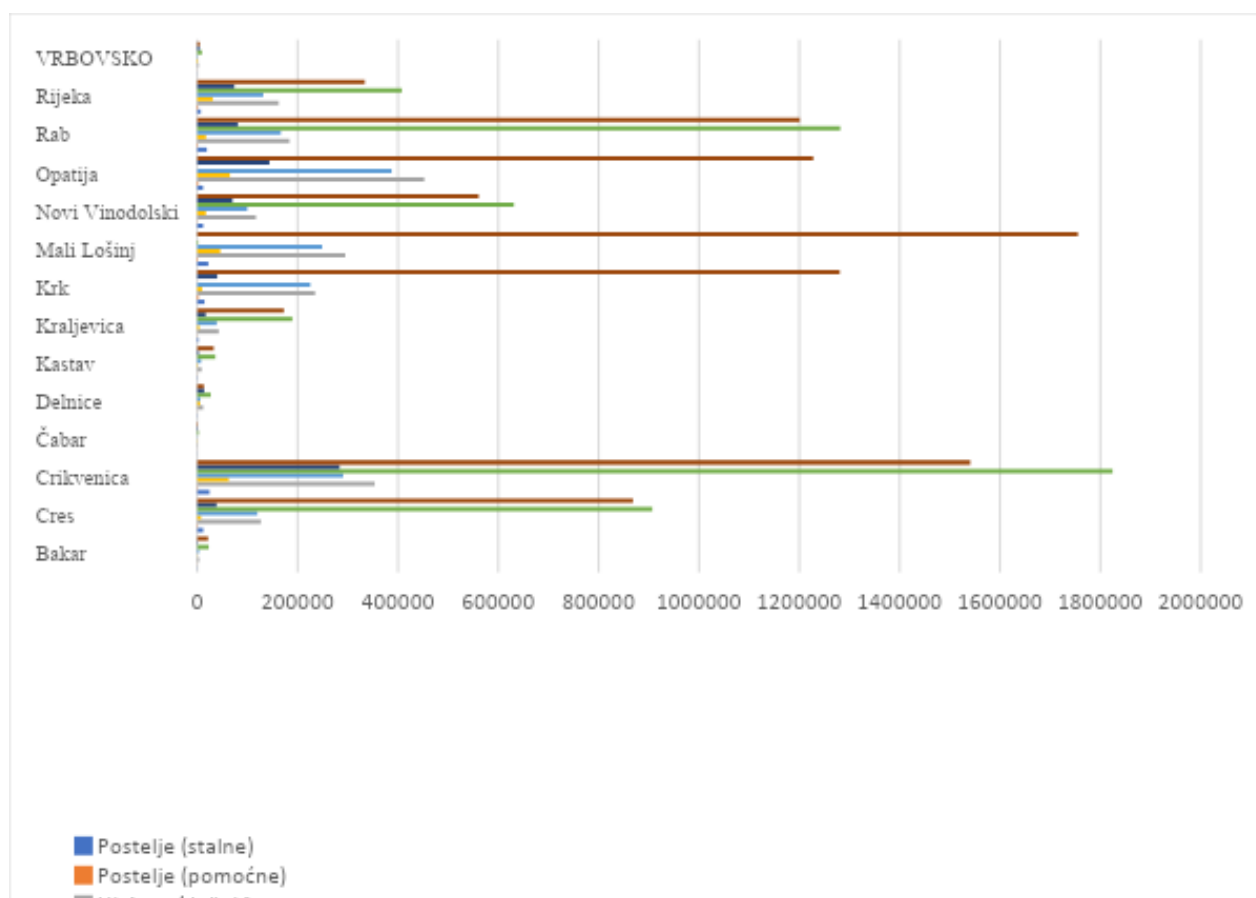
Unutarnja obilježja turizma Grada Vrbovsko čine snage i slabosti. U snage spadaju to da je turizam uključuje dobar prometni pravac, da postoji dobra mogućnost korištenja sredstava iz EU fondova za razvoj turizma. U čimbenik slabosti spada to da je cijeli fokus prebačen na starije ljude u Gradu Vrbovsko, dok mladi ljudi masovno odlaze iz Vrbovskog. Šanse i prijetnje čine aktivnosti iz okruženja. Prijetnja je to što se pojavilo centralizirano upravljanje prirodnim resursima te locirane su sjedišta tvrtki i financijskih institucija izvan županije. Jedna od značajnih prijetnja jeste niska kupovna moć građana što utječe na sam financijski ishod dolazak i noćenje turista, ali potiče organizatora na promišljanje o povoljnijim ponudama unutar turističke ponude za Grad Vrbovsko. Osim niske kupovne moći građana, jedna od bitnih stavki je nedovoljna zainteresiranost javnosti za kulturne sadržaje te slaba povezanost lokalne i regionalne samouprave. SWOT analizom potpomaže se identificirati poslovna strategija turizma za Grad Vrbovsko, te kako najbolji način iskoristiti ključni čimbenik *snage* i smanjiti učinke slabosti, a na to se nadovezuje ključni čimbenik *prilike* koje treba kapitalizirati uz smanjenje učinka prijetnja.

3.6. Analiza okruženja

Glede iskorištenosti smještajnih kapaciteta za 2019. na području Grada Vrbovskog raspolaže se sa: 25 kuća za odmor sa 147 postelja (od kojih su 6 kuća za odmor nosioci oznake KVARNER FAMILY) ; 16 apartmana s 83 postelje; 9 soba s 22 postelja ; 1 planinarskim domom s 30 postelja , te 2 lovačka doma s 19 postelja, te 1 Hostelom s 20 postelja što ukupno čini : 321 postelja²³. Istovremeno, cjelokupna slika okruženja grada Vrbovskog s drugim gradovima u Primorsko-goranskoj županiji prikazana je u Grafikonu 6.

²³ Izvještaj o radu turističke zajednice grada Vrbovskog za razdoblje siječanj - prosinac 2019. <https://visitvrbovsko.hr/wp/wp-content/uploads/2020/06/Izvjes%CC%8Ctaj-o-radu-TZ-za-2019..pdf>

Grafikon 8. Postelje, dolasci i noćenja turista prema NKPJS-u 2012., gradovima i općinama u 2019.



IZVOR: Izrada autora prema: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2020/SI-1661.pdf

Kako bi slika stanja okruženja bila jasno prikazana, slijedi tablični prikaz od najvećeg do najmanjeg brojevnog stanja turističkog prometa po pitanju smještajnih kapaciteta, dolazaka, odlazaka i noćenja bilo domaćih ili stranih turista.

Tablica 4. Ukupnost dobivenih turističkih rezultata za gradove u Primorsko-goranskoj županiji

OPIS KATEGORIJE	NAJVEĆI TURISTIČKI PROMET	NAJMANJI TURISTIČKI PROMET
Stalne postelje	Mali Lošinj (22 010)	Vrbovsko (237)
Pomoćne postelje	Krk (2578)	Čabar (29)
Dolasci/ukupno	Opatija (452 453)	Čabar (992)
Dolasci domaćih turista	Opatija (65 061)	Čabar (555)
Dolasci stranih turista	Opatija (387 392)	Čabar (437)
Noćenja/ ukupno	Crikvenica (1 824 422)	Čabar (2874)
Noćenje domaćih turista	Crikvenica (283 524)	Čabar (1414)
Noćenje stranih turista	Mali Lošinj (1 755 322)	Čabar (1460)

Izvor: Izrada autora

Bruto iskorištenost kapaciteta- destinacije Vrbovsko i Čabar ostvaruju ispodprosječnu iskorištenost ukupnih smještajnih kapaciteta. 65% smještajnih kapaciteta bilježi Mali Lošinj. Iz Tablice 4., razvidno je da Vrbovsko ne stoji loše. U biti najmanji turistički promet bilježi Čabar, onda ide Vrbovsko.

Iskorištenost hotelskih kapaciteta je svuda viša, Vrbovsko u biti hoteli su u obliku smještajnih privatnih kapaciteta. Razlike među destinacijama u korištenju obiteljskog smještaja bitno su manje, odnosno bruto iskorištenost je svuda niska.

Sezonalnost poslovanja- najviša koncentracija noćenja u 7. i 8. i 9 mjesecu. Dešavaju se jednodnevna noćenja u kasnu jesen i zimu (obično za blagdane).

4. AUTOHTONOST JELA GRADA VRBOVSKOG

Kuhinja u Hrvatskoj je pretežito tradicionalna kuhinja te je iznimno bogata i raznolika. Svaka županija ima svoje specifičnosti i svoja autohtona jela i zbilja je jako teško izdvojiti koja su sve to autohtona jela u Hrvatskoj. Jedna od poznatijih autohtonih jela je komiška pogača s otoka Visa. Sigurno, svi oni koji posjete otok Vis, žele probati komišku pogaču. Komiška pogača sadrži usoljenu ribu koja se priprema u ribarskim mjestima. Ili na primjer, poznati soparnik koji turisti žele kušati tijekom boravka na moru. A kada je u pitanju grad Vrbovsko, na lokaciji restorana Kamačnik (gdje je provedeno online istraživanje), turisti mogu probati različita autohtona jela koja se pripremaju za različite prigode, kao na primjer pastrva iz Čogrljevog jezera. U nastavku, slijedi slikovni prikaz jela koji se vežu za kraj Vrbovsko.

4.1. Tradicionalna jela

Među tradicionalnim jelima grada Vrbovsko, ubrajaju se jela kao: pastrvu sa žara, jela s roštilja, specijalitete od divljači, desert od borovnica (štrudla).

Slika 6. Domaći rezanci sa špekom i sirom



Slika 7. Knedle



IZVOR: Gorski kotao <https://gorskikotao.com/tag/vrbovsko/> (16.05.2021.)

Slika 8. Pastrva s blitvom



Slika 9. Gulaš



IZVOR: Gorski kotao. <https://gorskikotao.com/tag/vrbovsko/> (16.05.2021.)

Slika 10. Kobasice s domaćim zeljem i krumpir



Slika 11. Ćurke s zeljem



IZVOR: Gorski kotao. <https://gorskikotao.com/tag/vrbovsko/> (16.05.2021.)

Slika 12. Meso s tiblice



Slika 13. Štrudla od borovnice



IZVOR: Gorski kotao <https://gorskikotao.com/tag/vrbovsko/>(16.05.2021.)

Iz priloženih slika (slika 6- 13), vidljivo je da su tradicionalna jela grada Vrbovsko nastala na temelju svih prirodnih blagodati koje pruža grad Vrbovsko, ali znanja starosjedioaca o pripremi jela.

4.2. Štrudla po recepturi

RECEPT ZA ŠTRUDLU OD SIRA I JABUKA

SASTOJCI ZA TIJESTO:

- 1 kg brašna
- 2 prstohvata soli
- 1 jaje
- 0,03 ml ulja
- 7-8 dcl mlake vode

POSTUPAK:

U veliku posudu prosijati brašno. Dodati jaje, sol i ulje. Postepeno miješati rukom i dodavati mlake vode. Važno je napomenuti da se tijesto mijesi isključivo rukom, a nikako ne mikserom. Kada se sastojci u posudi sjedine, stavimo tijesto na radnu površinu koja je prije toga dovoljno pobrašnjena da se ono ne zalijepi. Zatim ga mijesimo dok se ne prestane lijepiti za prste. Poslije toga stavimo ga u pouljenu posudu da odstoji 2 do 3 sata te pokrijemo prijanjajućom folijom.

Tijesto je najlakše valjati na stolu, pa se tako na stol stavi stolnjak i na njega stavimo brašno. Tijesto prvo valjamo valjkom da dobijemo što veću njegovu površinu pa zatim ga nježno rastežemo rukama kako ne bi puklo. U slučaju da je tijesto prilikom razvlačenja suho, može se malo i pouljiti.

Na pola razvučenog tijesta stavimo nadjev te to zarolamo. Štrudlu stavimo u protvan koji smo prethodno nauljili te stavimo peći cca 45 min na 180 stupnjeva.

Nakon što se štrudla ispeče malo se namaže maslacom i ostavi da se ohladi. Prilikom rezanja prosipa se na nju šećer u prahu.

Slika 14. Slikovni prikaz pripreme štrudle



IZVOR: Izrada autora

4.3. Mogućnost turističke ponude

U pojašnjenju turističke ponude grada Vrbovsko, polazi se od teorijskih postavki pojma turistička ponuda. Prema autorima Čavlek i sur., turistička ponuda definira se kao: tržišta koji se pojavljuje kao ponudač robe i usluga, odnosno kao ona količina robe i usluga koja se nudi po određenim cijenama radi zadovoljenja turističkih potreba.²⁴ Ova definicija naizgled podsjeća na definiciju turističke potražnje. Međutim, postoji bitna razlika među njima, a to je u činjenici što turističku ponudu obilježava količina robe i usluga koje će se staviti na prodaju po određenim cijenama, dok istodobno turističku potražnju obilježava količina robe i usluga koja se kupila po određenim cijenama.²⁵ Iako je prethodno istaknuto da turistička potražnja određena odnosima na turističkom tržištu, jer ponuda proizvoda na tržištu ovisi o potražnji,

²⁴ N. Čavlek, M. Bartoluci, D. Prebežac i O. Kesar, Turizam- ekonomske osnove i organizacijski sustav, Zagreb: ŠK, 2011., str.60

²⁵ Ibid, str. 61

to nikako ne znači da se time umanjuje uloga koju na turističkom tržištu ima turistička ponuda. Nužno je naglasiti da postoji razlika između općih ekonomskih načela ponude i potražnje na turističkom tržištu u usporedbi s drugim tržištima jer su odnosi na turističkom tržištu puno kompleksniji. Za razliku od Čavlek i suradnika, Pirjevac (1998:75) smatra da pojam turističke ponude „potrebno razmatrati u najširem smislu i da ona uključuje sve ekonomske i društvene sudionike jedne zemlje, na direktan ili indirektan način a time „pridonosi širenju i različitosti ukupne ponude i time mogućem povećanju turističke potrošnje „kao ekonomske rezultante privremenog boravka domaćih i stranih turista“²⁶Osim toga, na turističku ponudu utječu različiti čimbenici, između kojih, izdvajaju se, gospodarski utjecaji, društvene norme, sustavi vrijednosti, političko okruženje i kultura. U autorskom djelu autora Freyera (1998), detaljno se opisuju čimbenici koji utječu na turističku ponudu, te su shematski prikazani (Shema 1).

Shema 1. Čimbenici koji utječu na turističku ponudu



IZVOR: Izrada autora prema W. Freyer, Tourismus-Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, München, Wien: Auflage, 1998., str. 103

Prema Freyerom opisu turističke ponude²⁷, znači da , kako bi turistička ponuda mogla nesmetano funkcionirati, na turističkom tržištu, i u primjeru grada Vrbovsko moraju postojati

²⁶ N. Čavlek, M. Bartoluci, D. Prebežac i O. Kesar, Turizam- ekonomske osnove i organizacijski sustav, Zagreb: ŠK, 2011., str.63

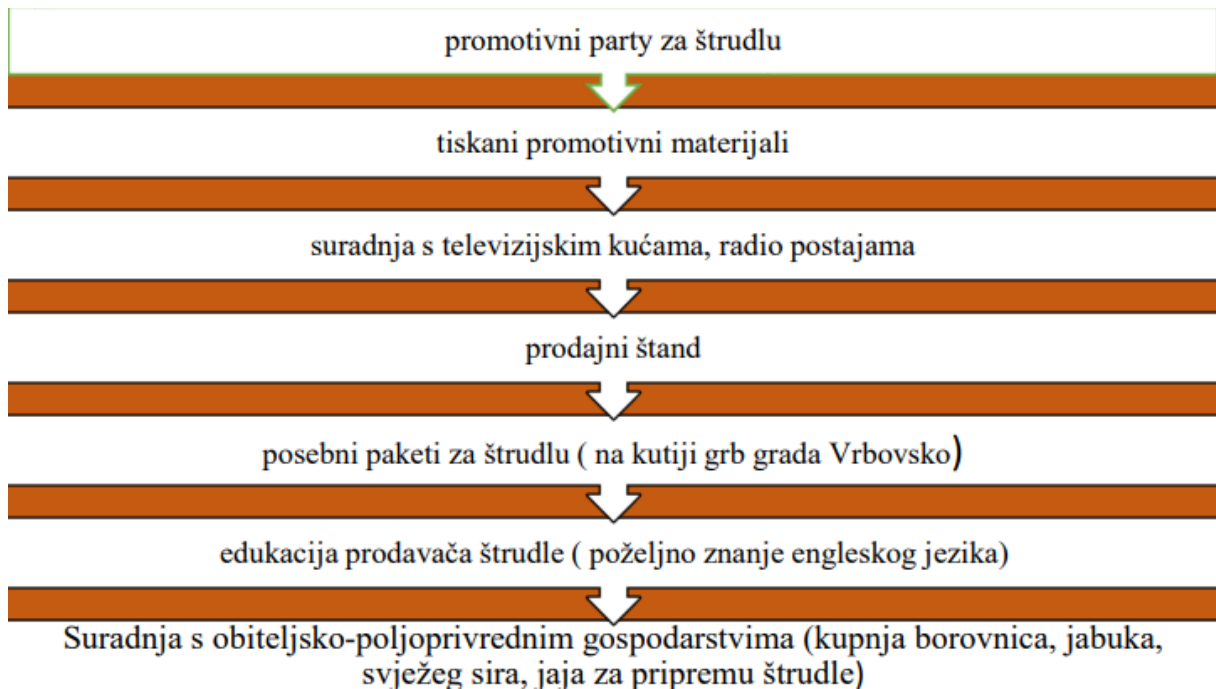
²⁷ W. Freyer, Tourismus-Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, München, Wien: Auflage, 1998., str. 103

resursi, subjekti i organizacije koji će omogućiti pružanje potrebnih usluga. Resursi mogu biti sve ono što priroda pruža a to su tlo i sirovine. Grad Vrbovsko i okolica pružaju iznimne prilike za daljnji razvoj turizma na tom području upravo zbog odgovarajućeg tla i sirovina. No, problem nastaje kod novčanih sredstava i djelatnika ali i opreme za proizvodnju, ali to se može riješiti uključivanjem u europske projekte, gdje vjeruje se, može osmisliti izvrstan projekt i dobiti odgovarajuća novčana sredstva i oprema s obzirom na to da grad Vrbovsko ima neprocjenjiva prirodna bogatstva i mjesta za odmor za dušu i tijelo. Spomenut je i problem djelatnika (podaci Državnog zavoda za statistiku pokazali su da mladi ljudi odlaze). Otvaranjem novih radnih mjesta u turističkom sektoru sigurno može potaknuti mlade ljude da ostanu živjeti u gradu Vrbovsko. Na to odgovarajući protok resursa nadovezuju se subjekti i organizacije u turizmu. Glede mogućnosti turističke ponude u gradu Vrbovsko, jasno je da su veoma velike mogućnosti turističke ponude u gradu Vrbovsko, zato još više potrebno omogućiti dotok novčanih sredstava a onda uz to promociju vrbovskog kraja. Desert štrudla može primamiti mnoge turiste da dođu, kušaju štrudlu, kupe više komada kako bi isti užitak pružili prijateljima ili članovima obitelji. Tako nastaje ciklus ponude i potražnje.

4.4. Prijedlozi turističke promocije kulinarskih delicija

Prijedlozi turističke promocije „štrudla“ na području grada Vrbovsko, ilustrativno je prikazano (shema 2).

Schema 2. Prijedlozi promocije štrudla iz grada Vrbovsko



IZVOR: Izrada autora

Prijedlozi koji su spomenuti u shemi 2. su okvirni prijedlozi za promociju štrudle iz grada Vrbovsko. Sve ovisi o kreativnim mogućnostima provoditelja promocije štrudle na području grada Vrbovsko. No, suština promocije je da turisti kušaju desert pri dolasku u grad Vrbovsko. Jedna od prijedloga je organizirati besplatnu ponudu štrudle turistima koji zatraže privatni ili hotelski smještaj. U slučaju da žele više, onda će se raspitati i kupiti nove porcije štrudle, kako bi počastili svoje prijatelje ili članove obitelji. Zato je jedan od prijedloga suradnja s obiteljsko-poljoprivrednim gospodarstvima na području grada Vrbovsko, u smislu povoljnije kupnje sira, borovnica, jabuka i jaja. Sve te namirnice potrebne su za pripremu štrudle. Istovremeno, promovira se hrvatska kuhinja. Prema riječima autora Skoka²⁸, hrvatska nacionalna kuhinja može se podijeliti prema područjima utjecaja . spajanjem naslijeđenog i domaćeg stvoreni su novi okusi, koji će zadovoljiti i najprobirljivijeg kušača. No, značajan dio autora drži da je hrvatska kuhinja „nedovoljno prepoznatljiva da bi ju ozbiljno uzeli u obzir u velikom svijetu ili kako potencijali hrvatske kuhinje, uopće nisu iskorišteni“²⁹Stoga, za bolju promociju štrudle grada Vrbovsko, nužno ju je plasirati kroz neke kulinarske

²⁸ B. Skoko, Hrvatska- identitet, image i promocija, Zagreb: ŠK, 2004., str. 198

²⁹ Ibid, str.198

priručnike na engleskom jeziku (ne mora to biti ekstra priručnik), a potom nuditi štrudlu u inozemstvo, u restoranima ili nekim drugima mjestima gdje se nudi hrana.

Jedan od prijedloga promocije štrudle je organizacija prodajnog štanda, uz neki promotivni natpis koji bi primamio turista da kuša taj desert.

Glede tiskanog promotivnog materijala, to je svakako neki kratki prospekt, sa slikama vrsta štrudle, bilo od borovnice ili od jabuke. Zadatak izrade tiskanog promotivnog materijala pripao bi Turističkoj zajednici grada Vrbovsko jer je to njihova stručna domena rada. Uz izradu tiskanog promotivnog materijala, nadovezuje se suradnja s televizijskim kućama ili radio postajama koje pripovijedaju zanimljivu priču o štrudli iz vrbovskog kraja.

Zvuči pomalo apstraktno – izložba štrudle. Da, moguće je organizirati prodaju štrudle. Štrudlu bi pripremile stare, dobre domaćice koje bi tom prilikom , mogle zaraditi mala novčana sredstva a istovremeno, promovirati autohtono jelo vrbovskog kraja.

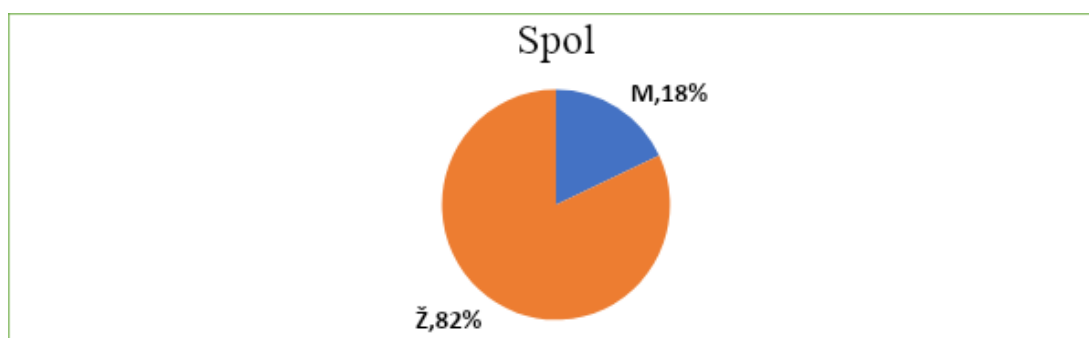
Zaključno, bezbrojne su mogućnosti promocije štrudle, a te mogućnosti ovise o financijskim kreativnim potencijalima nadležnih za promociju.

5. ANALIZA EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA

U ovom poglavlju, analizira se anketni upitnik o štrudli u gradu Vrbovsko. Istraživanje je provedeno od sredine travnja do sredine svibnja 2021. godine i ukupan broj ispitanika je 100 (N=100). Ciljana skupina ispitanika bili su posjetitelji restorana Kamačnik. Istraživanje je provedeno uz poštivanje etičkih načela istraživanja (anonimnost i dobrobit ispitanika).

5.1. Rezultati istraživanja

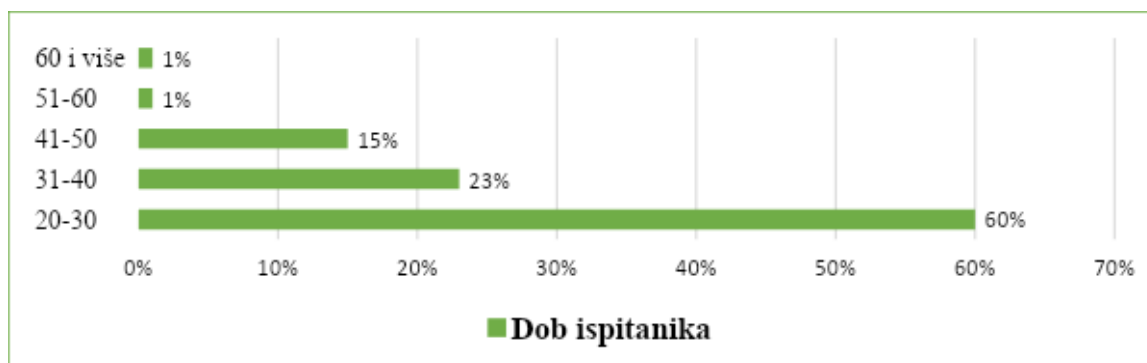
Grafikon 9. Spol ispitanika



Izvor: Izrada autora

Na temelju dobivenih rezultata online ankete, uviđa se da 82% ispitanika su osobe ženskog spola dok je 18% osoba muškog spola (grafikon 9).

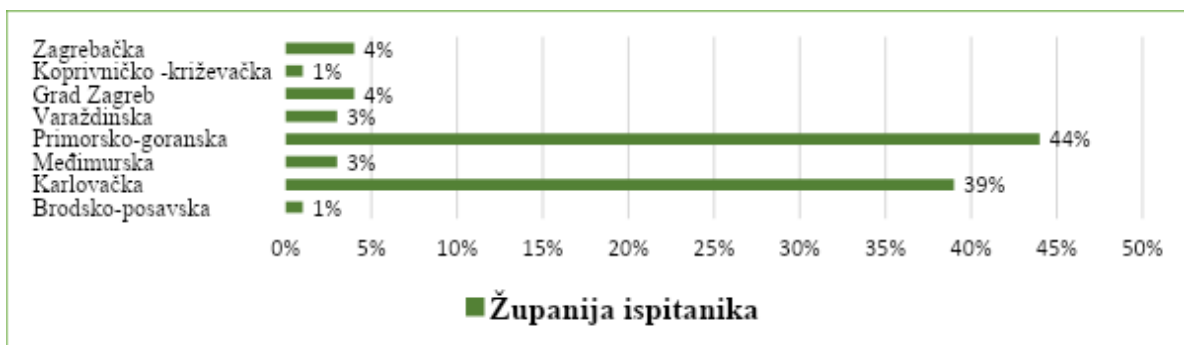
Grafikon 10. Dob ispitanika



Izvor: Izrada autora

Grafikon 10. navodi dobiveni rezultat istraživanja o dobi ispitanika. 60% ispitanika pripada dobnoj skupini od 20-30 godina , što je ujedno najveći postotak u ovom dijelu istraživanja. 23% ispitanika pripada dobnoj skupini 31-40 godina, 15% ispitanika pripada dobnoj skupini od 41-50 godina. Dobne skupine od 51-60 , 60 i više godina imaju po 1% ispitanika. Znači, ispitanici mladi ljudi.

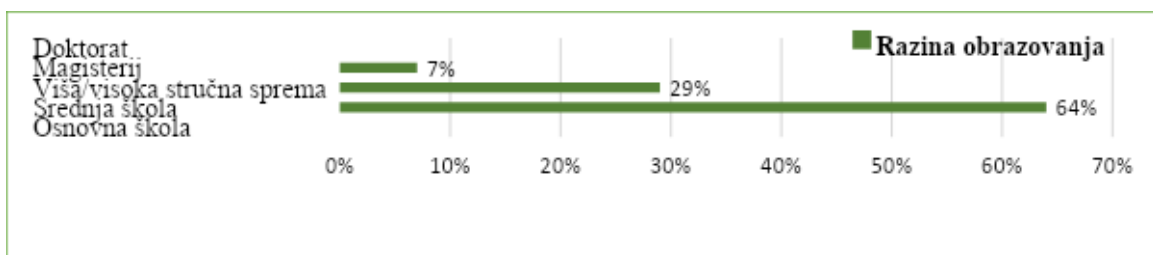
Grafikon 11. Županija



Izvor: Izrada autora

Rezultat istraživanja o županiji u kojoj žive ispitanici pokazao je da najviše ispitanika (44%) živi u Primorsko-goranskoj županiji, slijede ispitanici koji žive u Karlovačkoj županiji (39%), te sasvim nizak postotak ispitanika po ostalim županijama i to: Zagrebačka (4%), Koprivničko- križevačka (1%), Grad Zagreb (4%), Varaždinska (3%), Međimurska (3%) i Brodsko-posavska (1%). Razlog raznolikosti odnosno prisutnosti većeg broja županija kod ispitanika objašnjava objavom online ankete na društvenim mrežama autora ovog rada, ali ponudom ankete posjetiteljima restorana Kamačnik.

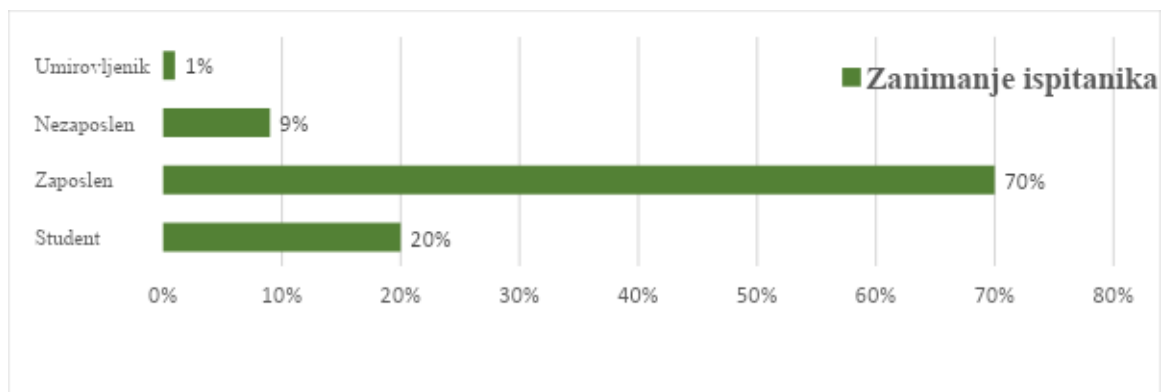
Grafikon 12. Razina obrazovanja



Izvor: Izrada autora

Grafikon 12. pruža podatke o razini obrazovanja ispitanika. 64% ispitanika imaju završenu srednju stručnu spremu. 29% ispitanika ima završenu višu ili visoku stručnu spremu, dok 7% ispitanika ima završen magisterij te ispitanika s osnovnom školom i doktoratom nema. Sukladno dobivenom rezultatu istraživanja, jasno je da razina obrazovanja sasvim zadovoljavajuća - od srednje stručne spreme do magisterija.

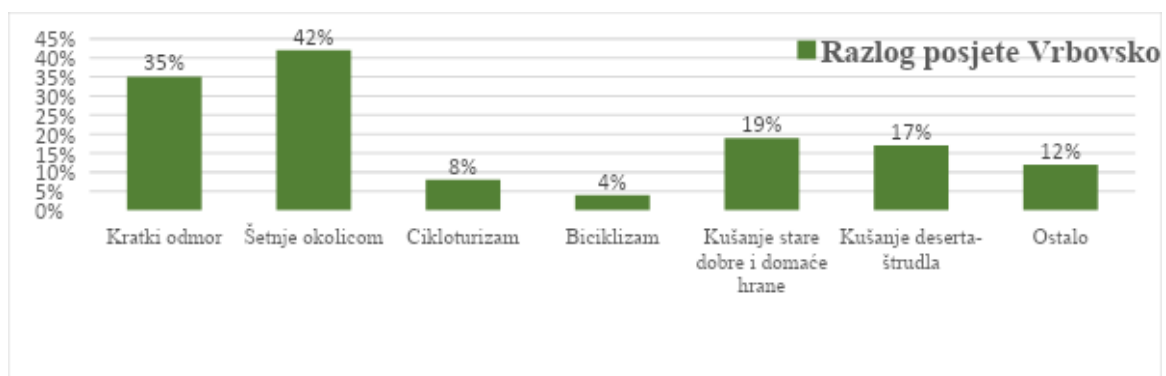
Grafikon 13. Zanimanje ispitanika



Izvor: Izrada autora

Rezultat istraživanja koji je dobiven obradom grafikon 13. pokazuje da 70% ispitanika je zaposleno, odnosno da su u radnom odnosu, što znači da imaju financijske mogućnosti posjetiti grad Vrbovsko te omogućiti si plaćanje smještaja i hrana za nekoliko i više dana te samostalno ili s obitelji, prijateljima probati poznati vrbovski desert – štrudla.

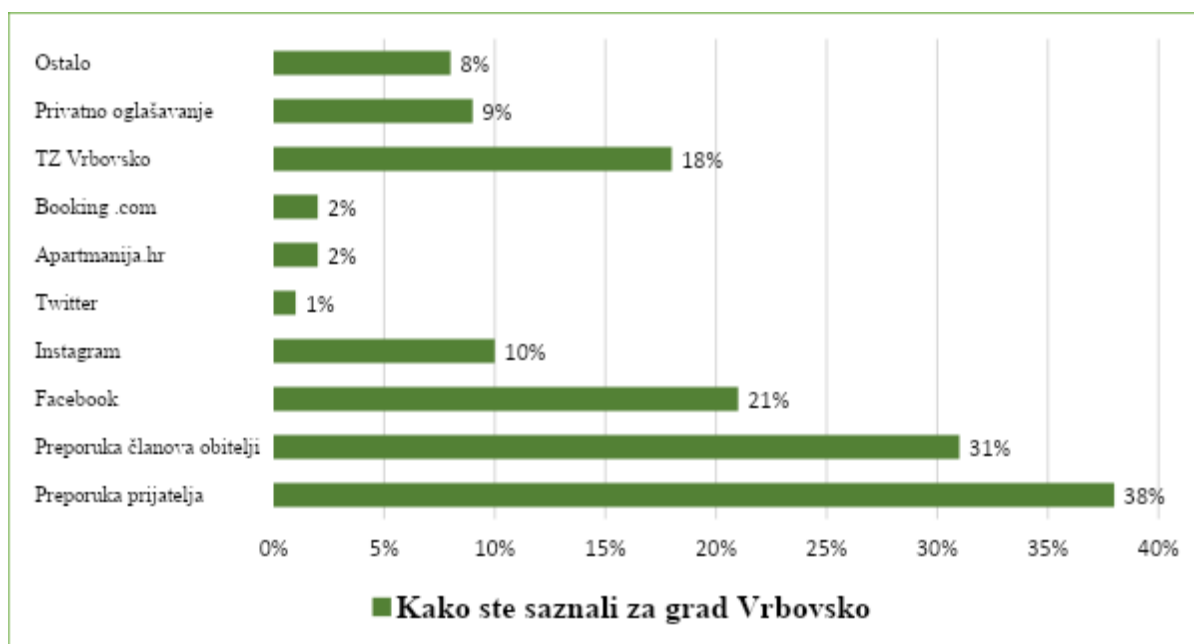
Grafikon 14. Razlog posjeta gradu Vrbovsko



Izvor: Izrada autora

Grafikon 14. daje rezultat istraživanja o razlozima posjete gradu Vrbovsko. 42% ispitanika izjasnilo se da su željeli prošetati okolicom grada Vrbovsko, što indicira potrebu ispitanika da upoznaju prirodne blagodati grada Vrbovsko, bez automobila, sami ili u pratnji sa članovima obitelji ili prijateljima. 35% ispitanika odabralo je opciju kratki odmor kao razlog posjete. Moguće da je to kratki odmor od dva do tri dana, u smislu *da se malo napune baterije i krene dalje u poslovne i obiteljske obveze*. Treća odabrana opcija je kušanje stare dobre i domaće hrane za koju se izjasnilo 19% ispitanika te je 17% ispitanika odabralo je kušanje poznatog vrbovskog deserta štrudla. 12% ispitanika navelo je različite razloge posjete općine Vrbovsko a to su: *živim u gradu Vrbovsko, mjesto stanovanja, ne znam, posjet baki i djedu, posjet, najmirnije i predivno mjesto, preseljenje, udaja, žitelj grada Vrbovsko*. Uočava se da 12% ispitanika živi u gradu Vrbovsko iz različitih razloga poput posjeta i udaje. 8% ispitanika želi probati cikloturizam kroz grad Vrbovsko te 4% ispitanika želi probati vožnju biciklom (biciklizam). Dobiveni rezultat istraživanja upućuje na to da ispitanici žele vidjeti koje prirodne blagodati pruža grad Vrbovsko. To je jedno od bitnih poveznica za kontinentalni turizam koji postaje sve popularniji među turistima. Stoga, ovaj rezultat istraživanja daje smjernice Turističkoj zajednici grada Vrbovsko da još više obogate sadržaje ponude koji su vezani za okolicu grada Vrbovsko.

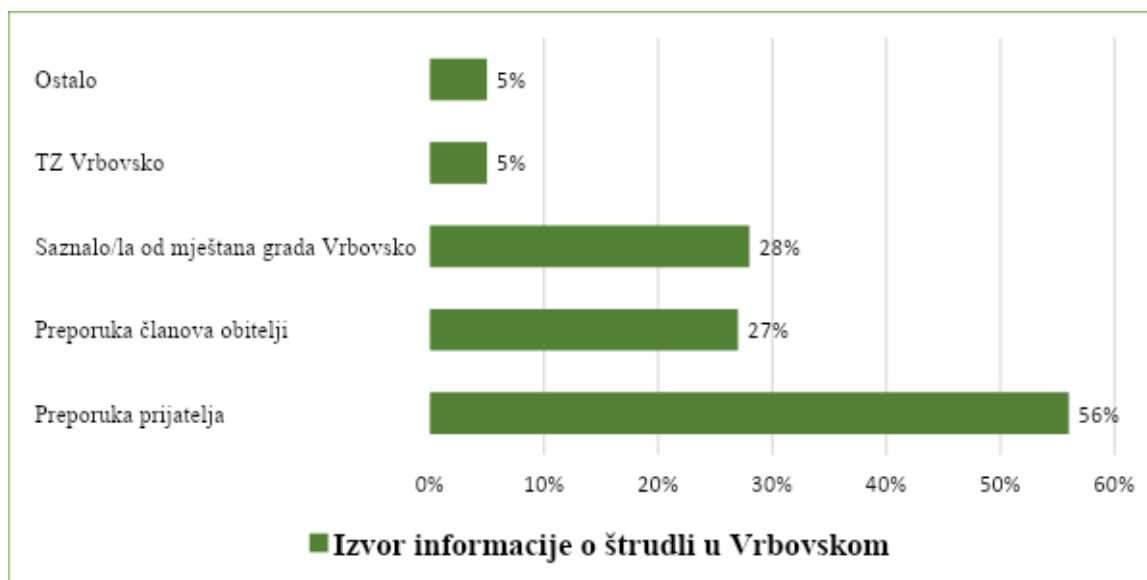
Grafikon 15. Informacije o gradu Vrbovsko



Izvor: Izrada autora

Grafikon 15. pružio je rezultat istraživanja o tome kako su ispitanici saznali za grad Vrbovsko. 38% ispitanika dobilo je preporuku od strane prijatelja o gradu Vrbovskom, što znači da su isti bili u gradu Vrbovsko i da im se dopalo, te su preporučili svojim prijateljima, dalje. 31% ispitanika reklo je da su saznali za grad Vrbovsko preko svojih članova obitelji koji su prethodno bili u gradu Vrbovsko i bili su zadovoljni posjetom. 21% ispitanika saznalo je za grad Vrbovsko na temelju pretraživanja najpopularnije društvene mreže Facebook, točnije facebook stranice : *Portal Vrbovsko*³⁰ 18% ispitanika pretraživalo je službenu stranicu Turističke zajednice grada Vrbovsko te je odlučilo isprobati kakve prirodne i druge blagodati pruža grad Vrbovsko, 10% ispitanika je saznalo za grad Vrbovsko putem Instagrama. 9% ispitanika reklo je da su saznali za grad Vrbovsko putem privatnog oglašavanja, a to se može odnositi na privatne oglašivače koji nude smještaj i hranu na području grada Vrbovsko , a to je opet, jedan od načina, promocije kontinentalnog turizma u Hrvatskoj. Pod ostalo, ispitanici su rekli da: *živim u Vrbovskom* (2%), *upoznala sam dečka iz Vrbovskog* (1%), *živim pored grada Vrbovsko* (1%), *iz Gorskog kotara sam* (1%), *mjesto stanovanja* (1%), *znam oduvijek* (1%), *živim u blizini* (1%).

Grafikon 16. Informacija o desertu – štrudla

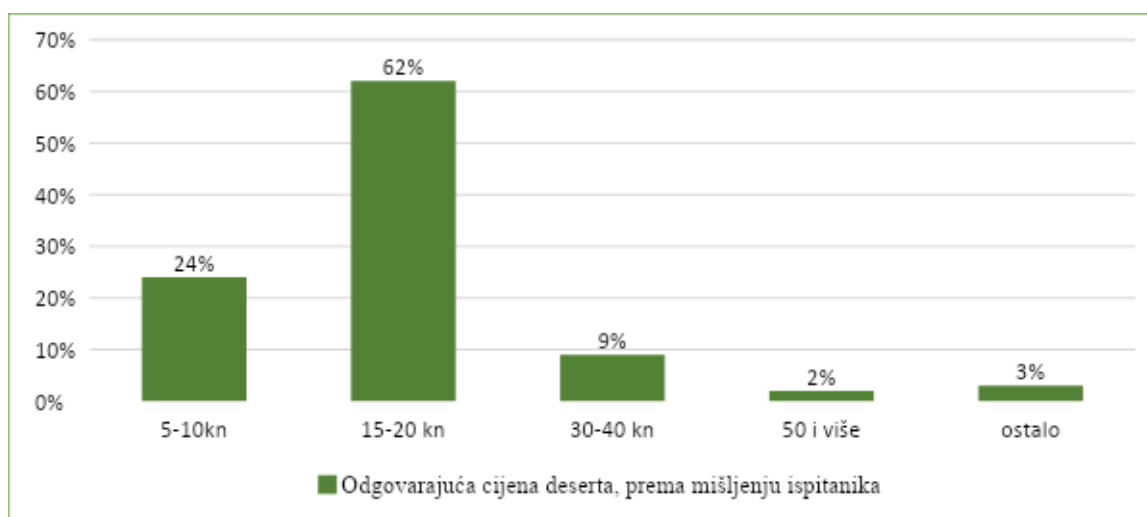


Izvor: Izrada autora

³⁰ <https://www.facebook.com/Portal-Vrbovsko-111512860691632> (09.05.2021).

Grafikon 16., pružio je rezultat istraživanja o tome otkud su ispitanici saznali za vrbovski desert. 56% ispitanika izjavilo je da su saznali od svojih prijatelja - to je u biti neka vrsta preporuke, 28% ispitanika, 27% ispitanika izjavilo je da su im članovi obitelji rekli o štrudli u gradu Vrbovsko, 5% ispitanika saznalo je o tome na službenim stranicama Turističke zajednice Vrbovsko i još pod ostalo, dobiveni su veoma zanimljivi podaci, kao na primjer, da su saznali o tome preko Facebook-a (2%) ispitanik koji je počeo raditi u dvorcu Kamačnik (1%) gdje je u ponudi neizostavni desert- štrudla, da ne znaju za desert (1%), da su saznali za desert baš preko ove ankete (1%). Rezultat daje naznake da bi bilo dobro poraditi na promociji deserta kroz različite marketinške i komunikacijske kanale.

Grafikon 17. Odgovarajuća cijena deserta

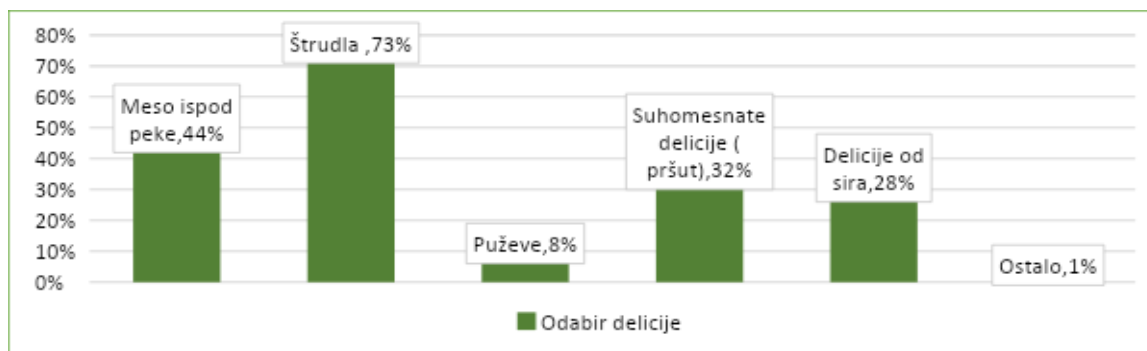


Izvor: Izrada autora

Na temelju rezultata koji je dobiven u grafikonu 17., vidljivo je da 63% izjasnilo da je sasvim optimalna cijena od 15-20 kn, za jedan komad deserta, s obzirom na to da je riječ o domaćoj hrani koja ima daleko veću vrijednost za razliku od kolača koji se izrađuju u većim količinama, u slastičarnicama, kuhinjama i slično. 24% ispitanika izjasnilo da je cijena u rasponu od 5-10 kuna optimalna cijena za jedan komad deserta. To može upućivati na to da je riječ o ispitanicima studentima koji nastoje žive u skladu sa svojim mogućnostima, 9% ispitanika izjasnilo da je spremno dati 30 do 40 kuna za komad deserta, što upućuje na ispitanike koji imaju bolja financijska primanja. 2% ispitanika spremno je dati 50 kuna za

desert štrudla u gradu Vrbovsko. Pod ostalo, ispitanici su naveli da nisu nikad probali štrudlu (2%) ne jedu štrudlu (1%) i da bi izdvojili 10-15 kuna za desert (1%).

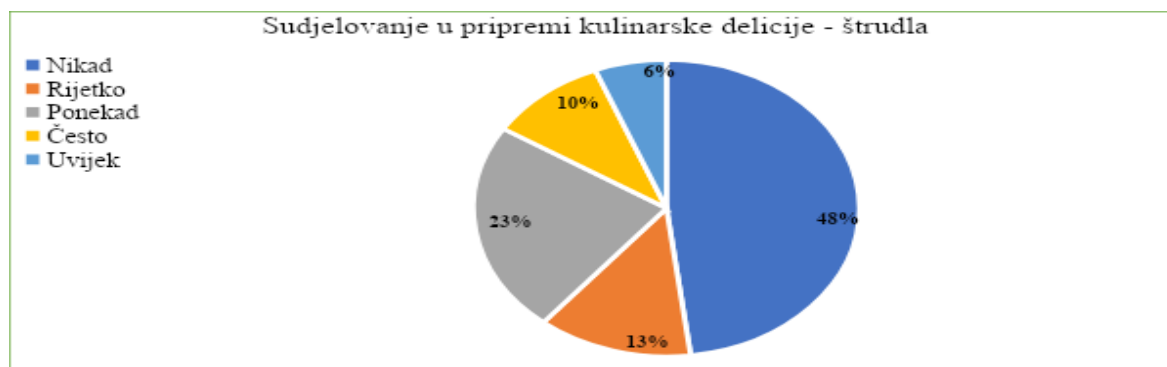
Grafikon 18. Odabir delicije



Izvor: Izrada autora

Na temelju dobivenog rezultata o deliciji koju bi ispitanik željeli kušati, vidljivo da se 73% ispitanika odlučilo za štrudlu, dok na drugo mjesto dolazi delicija meso ispod peke, kao janjetina na ražnju ili neko drugo marinirano meso, 32% ispitanika odlučilo se za suhomesnate delicije kao domaći pršut, 28% ispitanika željelo bi kušati delicije od sira, kao dimljeni sir, svježi sir, sir s vrhnjem i crvenom paprikom. 1% ispitanik naveo/la je da želi probati sve vrste dizanog tijesta kao pogača, fritule, uštipke (grafikon 18.) Zaključno, ispitanici žele probati konkretne mesne proizvode kao što je meso ispod peke koje se priprema u marinadi i peče satima.

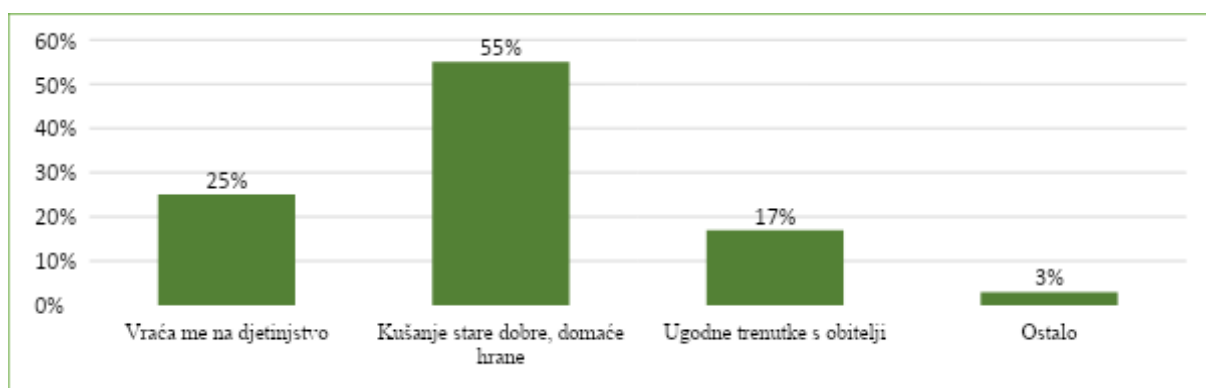
Grafikon 19. Prilika za sudjelovanje u izradi delicije štrudla



Izvor: Izrada autora

Na temelju dobivenih rezultata istraživanja iz grafikona 19., 48% ispitanika nikad nije sudjelovalo u pripremi štrudle, 23% ponekad je sudjelovalo u pripremi štrudle, 13% rijetko je sudjelovalo u pripremi štrudle, 10% ispitanika često je sudjelovalo u pripremi štrudle i 6% ispitanika uvijek je sudjelovalo u pripremi štrudle. Iz ovog rezultata istraživanja, navodi se razmišljanje o jednoj promotivnoj aktivnosti gdje bi turisti imali priliku sudjelovati u pripremi štrudle. Pretpostavka je da će uživati u toj promotivnoj aktivnosti a istovremeno postići marketinški cilj promocije autohtonog jela u druge krajeve Hrvatske i u dijelove Europe.

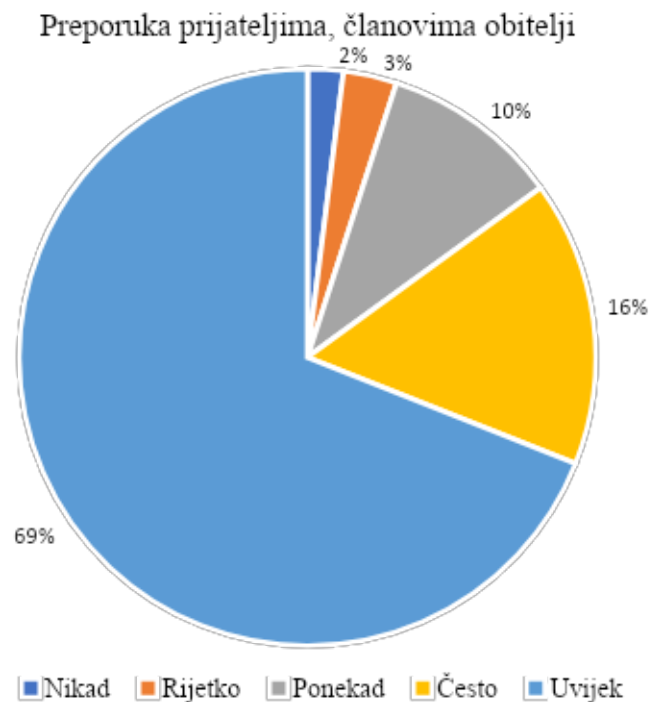
Grafikon 20. Mišljenje ispitanika o štrudli



Izvor: Izrada autora

Ovaj rezultat istraživanja sadrži socijalno-kognitivnu spoznaju o tome zašto ispitanik konzumira desert poput štrudle. 55% ispitanika smatra da štrudla iz grada Vrbovsko znači kušanje stare dobre hrane. 25% ispitanika smatra da konzumiranje štrudle podsjeća odnosno vraća u djetinjstvo, dok 17% ispitanika smatra da to konzumacija štrudle može biti spojena s ugodnim obiteljskim trenucima (grafikon 20.) Pod ostalo, ispitanici su nabrojali da uključuje sve prethodno navedeno, da se ne zaborave starinska jela i s obzirom na to da ljudi puno konzumiraju fast food hranu, ovo je melem za nepce. Pretpostavka je da su turisti željni stare , domaće hrane i da ponuda vrbovske štrudle može osnažiti promotivnu ponudu na području grada Vrbovsko.

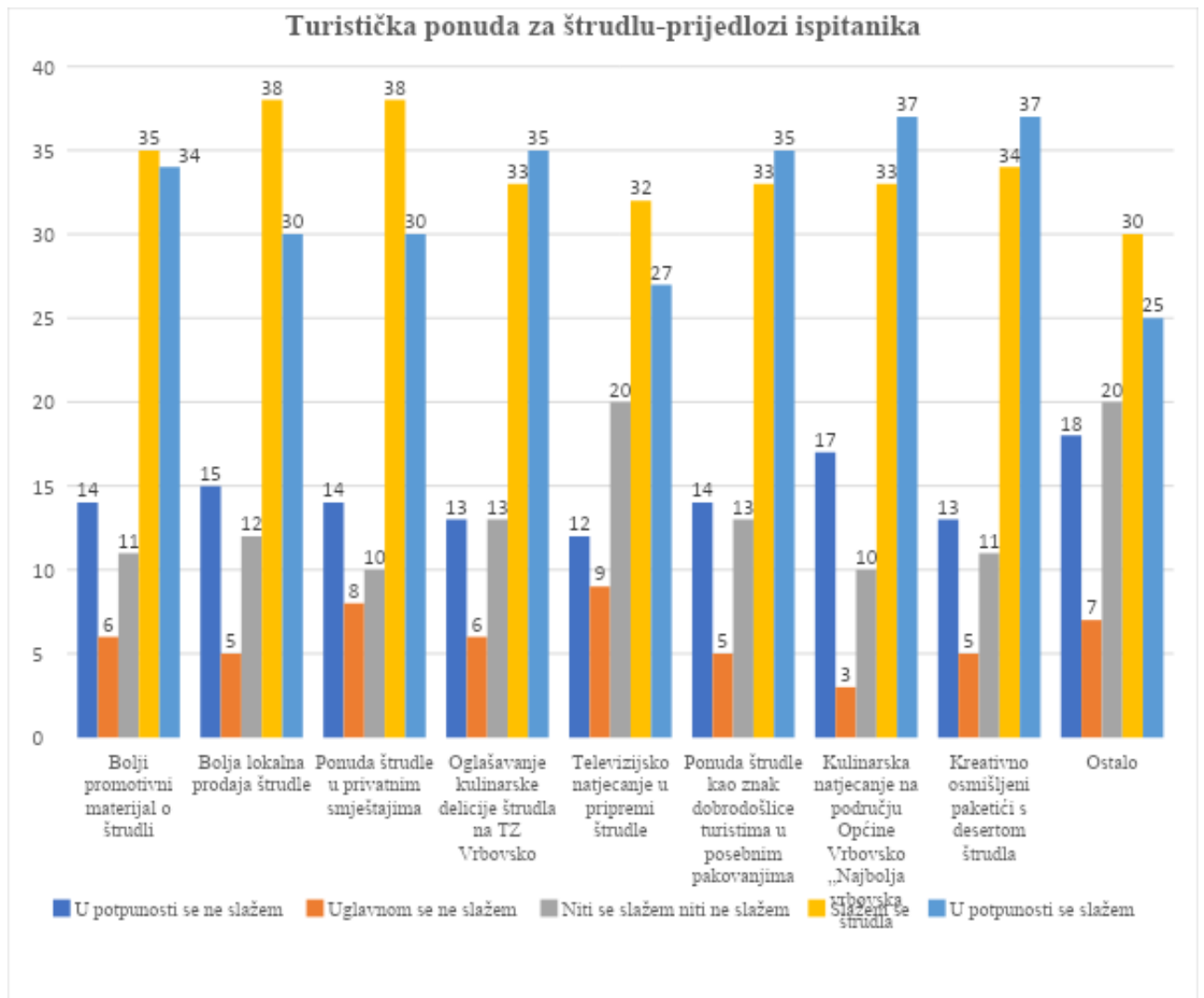
Grafikon 21. Preporuka prijateljima, članovima obitelji



Izvor: Izrada autora

Sukladno dobivenim podacima iz grafikona 21., 69% ispitanika uvijek je spremno dati preporuku prijateljima i članovima obitelji ako kušaju nešto ukusno a pogotovu dok je u pitanju starinsko jelo poput vrbovske štrudle. 16% ispitanika jasno daje do znanja da često daje preporuku za razliku od 10% ispitanika koji će ponekad dati preporuku za desert koji su kušali. 3% ispitanika rijetko će dati preporuku i 2% nikad neće preporučiti kušani desert. Zaključuju se da ispitanici su spremni preporučiti dobro jelo svojim prijateljima i članovima obitelji.

Grafikon 22. Prijedlozi za turističku ponudu štrudle



Izvor: Izrada autora

Rezultati istraživanja u grafikonu 22., su ključni rezultati istraživanja i mogu biti od velike pomoći sadašnjim i budućim promotorima deserta – štrudla iz Vrbovsko. Uvidom u najveći dobiveni broj ispitanika koji misle da je potreban bolji promotivni materijal o štrudli, 35 ispitanika od ukupnih 100 ispitanika složilo se da je potreban bolji promotivni materijal. Uvidom u najveći dobiveni broj ispitanika o lokalnoj ponudi štrudle, 38 ispitanika od 100 ispitanika slaže se da treba bolja lokalna ponuda štrudle. Jedino treba osmisliti način na koji bi taj desert prodavao na lokalnoj razini. Uvidom u najveći dobiveni broj ispitanika o ponudi štrudle u privatnim smještajima, 38 ispitanika od ukupnih 100 ispitanika slaže se da treba ponuditi štrudlu onima turistima koji su došli u grad Vrbovsko u privatnom aranžmanu. To je

ujedno promocija turističkog proizvoda za grad Vrbovsko i poticanje razvoja kontinentalnog turizma. Uvidom u najveći dobiveni broj ispitanika o oglašavanju kulinarske delicije na televiziji Vrbovsko, to je 32 ispitanika od ukupnih 100 ispitanika slažu da treba oglašavati štrudlu na televiziji. Uvidom u najveći dobiveni broj ispitanika o televizijskom natjecanju za izbor najbolje štrudla, 32 ispitanika od ukupno 100 ispitanika slaže se da treba organizirati televizijsko natjecanje štrudle u gradu Vrbovsko. Uvidom u najveći dobiveni broj ispitanika za stav o ponudi štrudle kao znak dobrodošlice turistima u posebnim pakovanjima, najveći dobiveni broj ispitanika je 35 ispitanika od ukupnih 100 ispitanika koji se slažu da treba napraviti posebna pakiranja štrudle kao znak dobrodošlice turistima u gradu Vrbovsko. Uvidom u najveći dobiveni broj ispitanika za stav o kulinarskom natjecanju na području Općine Vrbovsko „Najbolja vrbovska štrudla“, 37 ispitanika od ukupnih 100 ispitanika u potpunosti se slaže da treba organizirati kulinarsko natjecanje na području grada Vrbovsko. Zaključno, rezultati istraživanja pokazali su je potrebno poduzeti nove korake u promociji štrudle te time privući nove posjetitelje koje će privući starinsko jelo poput štrudle.

Uz to, bilo je dodatnih komentara ispitanika (9 odgovora)

Tablica 5. Opis dodatnih komentara ispitanika

DODATNI KOMENTARI ISPITANIKA
Mislim da se u Vrbovskom daje veći značaj štrudli od brovnica ili šumskog voća, dok onim pravim starinskim tipa sa sirom ili jabukama ne daje dovoljno značaja iako su to po meni baš one koje bi trebalo promovirati.
Jednom štrudla uvijek štrudla
Preporuka štrudla od jabuke na domaći način napravljena je najfinija uz to može ić i pita od jabuka
Nemam komentar
Super mjesto
Super je
Natjecanje u pečenju štrudle uz dobru nagradu pobjednicima, popraćeno medijima. Dobra promocija, označavanje štrudle kao jedan od najboljih i prepoznatljivih delicija Vrbovskog (kao npr. Samoborska kremšnita)
Ovaj desert treba samo odličnu promociju.
Sve 5

Izvor: Izrada autora

5.2. Rasprava

Sam rad obilujem nizom informacija o dobrim i kvalitetnim resursima grada Vrbovsko. Sve te resurse treba znati stručno i kvalitetno iskoristiti prirodne blagodati vrbovskog kraja te kuharska znanja pojedinaca koji žive u navedenom kraju. Zabrinjavajući je pad broja stanovnika ali i odlazak mladih ljudi iz vrbovskog kraja. U potrazi su za boljim životnim standardom. Moguće da , smatraju kako život u vrbovskom kraju ne može donijeti prosperitet. No, nužno je osvijestiti mlade i druge stanovnike o iznimnim turističkim mogućnostima koje posjeduje Vrbovsko.

U sklopu ovog završnog rada, obrađena je i analizirana anketa koju su ispunili posjetitelji restorana Kamačnik.

Može se reći da su rezultati istraživanja veoma poučni i daju određene smjernice za daljnji razvoj turizma, a utvrdilo se da postoje velike mogućnosti razvoja turizma. Samo treba stručnost i sposobnost da se ti potencijali maksimalno iskoriste. Anketu su ispunili mladi ljudi koji su došli u restoran popiti kavu, kušati neko tradicionalno jelo ili možda probati štrudlu. Utvrđeno je da najveći broj ispitanika ima završenu srednju stručnu spremu. Osim toga, najveći broj ispitanika izjasnio se da najveći razlog posjete je šetnja okolicom Vrbovskog. Očito da turiste privlače prirodna bogatstva a to treba maksimalno iskoristiti.

Prema rezultatima istraživanja, što je turista isprobao, kušao ili vidio u gradu Vrbovsko prenio je svojim prijateljima i članovima obitelji. Glavna poslovna vodilja je da je *svaki turista zlata vrijedan*. Stoga, treba voditi računa o detaljima i komunikacijskim aspektima suradnje između turista i domaćina. Dodatno, ispitanici su dali do znanja da nedostaje promocija i treba osmisliti nove promocijske strategije u cilju unapređenja turizma na ovim prostorima. Prema mišljenju ispitanika, najpristupačnija cijena deserta je od 15-20 kuna. Traži se kvaliteta i povoljna cijena. Zato se u prijedlozima promocije navodi jačanje suradnje s obiteljsko-poljoprivrednim gospodarstvima koji će prodati svoje proizvode po povoljnoj cijeni, a usput raditi na ojačanju svojeg obrta. Rezultati istraživanja pokazali su da veći postotak ispitanika nisu sudjelovali u pripremi štrudle. Treba dati ljudima da uživaju, probaju, pripremaju i kušaju. Treba dati turistima priliku da nauče i steknu nove kulinarske ideje. Treba povezati odmor , rekreaciju i usvajanje novih vještina. Toga će se turista sigurno prisjećati.

Ono što je bitno je funkcija turizma u zapošljavanju i demografskom kretanju stanovništva.³¹ U turističkom gospodarstvu uobičajeno je veliko učešće ljudskog rada u cjelovitom procesu. Rad je uglavnom osoban i neposredan. Susreću se u lice turistički proizvođač , što nije slučaj kod drugih djelatnosti i usluga. Turističko poslovanje ima uslužni karakter s malom i ograničenom zamjenom ljudskog rada strojne ili nekom suvremenom tehnologijom.

U radu je prikazan primjer kako se pravi domaća štrudla. Tu nema primjene sofisticirane tehnologije. U pripremi štrudle uključen je fizički rad. Pogotovu tu je riječ o starijoj i iskusnijoj kuharici. Uglavnom, jasno je da se krug poslova širi (prisjetimo se samo OPG), u korist poslova unutar i između tercijarnog i kvartarnog sektora. Postoji raznovrsna kvalifikacijska struktura radnika u turizmu i to je dobro. Problem sezonalnosti može se riješiti samo treba osmisliti dobru promociju uz kvalitetne turističke sadržaje.

Ono što je autor Jadrešić htio objasniti je da funkcija turizma u zapošljavanju i demografskom kretanju može osigurati stanovništvu mogućnost zaposlenja, veći dohodak, olakšati promjenu gospodarske i društvene strukture , apsorbirati dio radne snage, prije bi se reklo povezati sa dijelom radne snage iz poljoprivrede i industrije. Čim dolazi do povećanja zaposlenosti bilo stalne ili sezone, kao pozitivnu posljedicu ima i demografski rast i razvoj određenog područja.³²

³¹ V. Jadrešić, Janusovo lice turizma, Zagreb: Plejada, 2010., str. 82

³² Ibid, str.82

6. ZAKLJUČAK

U ovom radu analizirane su daljnje mogućnosti turističkog razvoja grada Vrbovsko. Uz to, analizirano je postojanje autohtone kulinarske delicija-štrudla . Teorijska analiza pokazala je izvrsne mogućnosti razvoja turizma na ovim prostorima. No, postoje određeni ekonomski problemi koji se javljaju u ovim krajevima- pad broja stanovnika i odlazak mladih. Jedno od rješenja zaustavljanja pada broja stanovnika i zaustavljanja mladih ljudi je razvoj turizma koji ne bi imao obilježja sezonalnosti već trajao bi cijelu godinu i uključivao bi suradnju i prosperitet obiteljsko- poljoprivrednih gospodarstava koji bi na primjer, uzgajali borovnice. Njihova prodaja ne mora se samo odnositi na prodaju restoranima, hotelima, vlasnicima privatnih smještaja ili privatnim osobama. Može realizirati suradnja između određenih manjih ili većih tvornica diljem Hrvatske. Mogućnosti su brojne samo ih treba iskoristiti.

Analiza turizma za Grad Vrbovsko ukazala je negativan trend dolazaka i noćenja turista u zadnjih dvije godine. Također, grad Vrbovsko bilježi najslabiji turistički promet u odnosu na ostale gradove u Primorsko-Goranskoj županiji. SWOT analiza u dijelu o snagama, ukazuje na to da Grad Vrbovsko ima dobar prometni pravac prema središtu Rijeke, da imaju veliku mogućnost povlačenja sredstava iz EU fondova te mogućnost kvalitetnog razvoja poduzetništva s obzirom na postojeće resurse i postojeću drvnu industriju. Prema SWOT analizi, uočene slabosti odnose se na starosnu strukturu stanovništva i neodgovarajuće korištenje kulturne baštine za razvoj turizma. Uočene prilike odnose na povlačenje sredstava iz EU fondova dok uočene prijetnje čine centralizirano upravljanje prirodnim resursima. Iz svega navedeno, zaključuje se da ključ za razvoj turizma na području Grada Vrbovsko leži u privlačenju sredstva iz EU fondova.

U radu je obrađena anketa koja je pokazala da treba jača promocija vrbovskog kraja. Ispitanici su skrenuli pozornost na to da treba voditi računa o detaljima i komunikacijskim aspektima suradnje između turista i domaćina. Dodatno, ispitanici su dali do znanja da nedostaje promocija i treba osmisliti nove promocijske strategije u cilju unapređenja turizma na ovim prostorima. Predlaže se da daljnja marketinška analiza promocije uz realizaciju europskog projekta, a tiče se promocije deserta iz vrbovskog kraja.

POPIS LITERATURE

Knjige:

1. B. Skoko, Hrvatska- identitet, image i promocija, Zagreb: ŠK, 2004.
2. V. Jadrešić, Turizam u interdisciplinarnoj teoriji i primjeni, Zagreb: Školska knjiga, 2001
3. P. Horak, Turizam i promet, Zagreb: Grupa Vern, 2014.
4. R. Jakovljević, Grad kao proizvod, Zagreb: MGM Studio Novel, 2000.
5. V. Jadrešić, Janusovo lice turizma, Zagreb: Plejada, 2010.
6. N. Čavlek, M. Bartoluci , D. Prebežac i O. Kesar, Turizam- ekonomske osnove i organizacijski sustav, Zagreb: ŠK, 2011.
7. W. Freyer, Tourismus-Einfurung in die Fremdenkehrers Oekonomie, Munchen, Wien: Auflage, 1998.

Članci:

1. T. Luković, »(2008). Selektivni turizam- hir, ili znanstveno istraživačka potreba,« *Acta turistica nova*, svez. No. 1, pp. 51-74.
2. Karlovačka županija, *Analiza stanja i strategije razvoja turizma Karlovačke županije do 2025. godine*, Karlovac: Horwath HTL, 2019.

Internetski izvori:

1. TZ Vrbovsko, *Dvorac Severin na kupi*, Vrbovsko, 2021.
2. TZ Vrbovsko, *Čogrljevo jezero Moravice*, Vrbovsko, 2021.
3. Turistička zajednica grada Vrbovsko, »Izvešće o radu TZ grada Vrbovsko,« TZ Vrbovsko, Vrbovsko, 2018.
4. Turistička zajednica grada Vrbovsko, »Izveštaj o radu TZ grada Vrbovsko i direktorice ureda grada V,« TZ Vrbovsko, Vrbovsko, 2015.
5. Grad Vrbovsko , *Gradska poduzeća*, Vrbovsko, 2022.
6. *Tvrtke u gradu Vrbovsko*, 2022.
7. Gradska uprava Vrbovsko, *Odsjek za proračun, financije i gospodarstvo*, Vrbovsko, 2022.
8. Grad Vrbovsko. EU projekti. <https://www.vrbovsko.hr/eu-projekti>
9. Grad Vrbovsko. EU projekti. <https://vrbovsko.hr/sanacija-cetina>
10. Europski i strukturni fondovi. <https://strukturnifondovi.hr/index.php?s=Grad+Vrbovsko>
11. Plan ukupnog razvoja Grada Vrbovskog (PUR) za razdoblje 2012.-2013.-2020. <https://www.vrbovsko.hr/dokumenti-i-odluke/plan-ukupnog-razvoja-grada-vrbovskog?download=93:plan-ukupnog-razvoja-grada-vrbovskog>

POPIS ILUSTRACIJA

Popis tablica:

Tablica 1. Popis poduzeća na području Grada Vrbovsko	15
Tablica 2. Prikaz popisa udruga i sportskih klubova na području Grada Vrbovsko	19
Tablica 3. Swot analiza turizma grada Vrbovsko	23
Tablica 4. Ukupnost dobivenih turističkih rezultata za gradove u Primorsko-goranskoj županiji	26
Tablica 5. Opis dodatnih komentara ispitanika	45

Popis shema:

Shema 1. Čimbenici koji utječu na turističku ponudu	32
Shema 2. Prijedlozi promocije štrudla iz grada Vrbovsko	33

Popis grafikona

Grafikon 1. Prikaz demografskog stanja grada Vrbovsko	4
Grafikon 2. Procjena broja stanovnika od 2011-2019. godine	5
Grafikon 3. Doseljeno i odseljeno stanovništvo	6
Grafikon 4. Analiza turizma za grad Vrbovsko (2015-2020)	10
Grafikon 5. Dolasci i noćenja turista u gradovima Primorsko-goranske žup, 2019. godina	12
Grafikon 6. Turistički promet po zemljama za grad Vrbovsko	14
Grafikon 7. Prikaz sredstava za EU projekt na području Grada Vrbovsko	17
Grafikon 8. Postelje, dolasci i noćenja turista prema NKPJS-u 2012., gradovima i općinama u 2019.	25
Grafikon 9. Spol ispitanika	35
Grafikon 10. Dob ispitanika	35
Grafikon 11. Županija	36
Grafikon 12. Razina obrazovanja	36
Grafikon 13. Zanimanje ispitanika	37
Grafikon 14. Razlog posjeta gradu Vrbovsko	37
Grafikon 15. Informacije o gradu Vrbovsko	38
Grafikon 16. Informacija o desertu – vrbovska štrudla	39
Grafikon 17. Odgovarajuća cijena deserta	40
Grafikon 18. Odabir delicije	41
Grafikon 19. Prilika za sudjelovanje u izradi delicije štrudla	41
Grafikon 20. Mišljenje ispitanika o štrudli	42
Grafikon 21. Preporuka prijateljima, članovima obitelji	43
Grafikon 22. Prijedlozi za turističku ponudu štrudle	44

Popis slika

Slika 1. Grb i zastava grada Vrbovsko	3
Slika 2. Prikaz stanja- pozitivni/negativni trend dolazaka turista	11
Slika 3. Dvorac Severin na Kupi	21
Slika 4. Čogrljevo jezero u Moravicama	21
Slika 5. Restoran Kamačnik	22
Slika 6. Domaći rezanci sa špekom i sirom Slika 7. Knedle	27
Slika 8. Pastrva s blitvom Slika 9. Gulas	28
Slika 10. Domaće kobasice s domaćim zeljem i krumpir Slika 11. Čurke s zeljem	28
Slika 12. Meso s tiblice Slika 13. Štrudla od borovnice	28
Slika 14. Slikovni prikaz pripreme štrudle	30

PRILOG

Anketni upitnik

Poštovani/a,

ovaj anketni upitnik provodi se s ciljem istraživanja mišljenja turista o promociji kulinarske delicije- štrudla na području Općine Vrbovsko. Istraživanje se provodi u svrhu izrade završnog rada na Veleučilištu u Karlovcu. Molimo Vas da ispunite anketu. Podaci koje iznesete u potpunosti su anonimni. Hvala Vam na trudu.

1.Spol (zaokružite)	a) muški	b) ženski
2. Dob 20-30 31-40 41-50 51-60 60 i više	4. U kojoj županiji živite? (navedite)	
5. Razina obrazovanja	Zanimanje :	
a) Osnovna škola	Student	
b) Srednja škola	Zaposlen	
c) Viša/visoka stručna sprema	Nezaposlen	
d) Magisterij	Umirovljenik	
e) Doktorat		
6. Razlog posjete gradu Vrbovsko? (zaokružite, moguće više odgovora)		
1. Kratki odmor 2. Šetnje okolicom 3. Cikloturizam 4. Biciklizam 5. Kušanje stare dobre i domaće hrane	6) Kušanje deserta- štrudla 7.Drugo (navedite što)_____	
7. Kako ste saznali za grad Vrbovsko?	1) Preporuka prijatelja 2) Preporuka članova obitelji 3) Facebook 4) Instagram 5) Twitter 6) Apartmanija.hr 7) Booking .com 8)TZ Vrbovsko 9) Privatno oglašavanje 10) Ostalo	
7. Kako ste saznali za desert - štrudla na području grada Vrbovsko	1) Preporuka prijatelja 2) Preporuka članova obitelji 3) Saznalo/la od mještana grada Vrbovsko 4) TZ Vrbovsko 5) Ostalo	

<p>8. Ocijenite koji iznos ste spremni izdvojiti za jedan komad domaće štrudle na području grada Vrbovsko?</p> <p>1) 5-10kn 2) 15-20 kn 3) 30-40 kn 4) 50 i više 5) ostalo</p>	
<p>9. Koju vrstu kulinarske delicije najviše želite kušati? (mogućnost odabira višestrukog odgovora)</p> <p>1. Meso ispod peke 2.Štrudla 2. Puževe 3. Suhomesnate delicije (pršut) 4. Delicije od sira 5 Ostalo</p>	
<p>10. Imali ste priliku sudjelovati u pripremi kulinarske delicije kao, na primjer, slatka delicija- štrudla?</p> <p>1) Nikad 2) Rijetko 3) Ponekad 4) Često 5) Uvijek</p>	
<p>11. Prema Vašem mišljenju, što za vas predstavlja jedna domaća delicije poput štrudle?</p> <p>1) Vraća me na djetinjstvo 2) Kušanje stare dobre, domaće hrane 3) Ugodne trenutke s obitelji 4) Ostalo</p>	
<p>11. Preporučili biste desert – vrbovska štrudla svojim prijateljima, članovima obitelji</p> <p>1) Nikad 2) Rijetko 3) Ponekad 4) Često 5) Uvijek</p>	
Prijedlozi za turističku ponudu štrudle	VAŠE SLAGANJE 1-u potpunosti se ne slažem 5- u potpunosti se slažem (Likertova skala)
1. Bolji promotivni materijal o štrudli	1 2 3 4 5
2. Bolja lokalna prodaja štrudle	1 2 3 4 5
3. Ponuda štrudle u privatnim smještajima	1 2 3 4 5
4. Oglašavanje kulinarske delicije štrudla na TZ Vrbovsko	1 2 3 4 5
5. Televizijsko natjecanje u pripremi štrudle	1 2 3 4 5
6. Ponuda štrudle kao znak dobrodošlice turistima u posebnim pakovanjima	1 2 3 4 5

7. Kulinarska natjecanje na području grada Vrbovsko „Najbolja vrbovska štrudla	1 2 3 4 5
8. Kreativno osmišljeni paketići s desertom-štrudla	1 2 3 4 5
9. Ostalo	1 2 3 4 5

VAŠ KOMENTARI/ PRIJEDLOZI: