

# Manifestacijski turizam grada Jastrebarskog

---

**Balija, Martina**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2015**

*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:128:578758>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-04-20**



**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 REPOZITORIJ

VELEUČILIŠTE U KARLOVCU  
POSLOVNI ODJEL  
STRUČNI STUDIJ UGOSTITELJSTVA

MARTINA BALIJA

**MANIFESTACIJSKI TURIZAM GRADA JASTREBARSKOG**

ZAVRŠNI RAD

Karlovac, 2015.

Martina Bališa

# **MANIFESTACIJSKI TURIZAM GRADA JASTREBARSKOG**

ZAVRŠNI RAD

Veleučilište u Karlovcu  
Poslovni odjel  
Stručni studij Ugostiteljstva

Kolegij: Osnove specifičnih oblika turizma

Mentor: Mateja Petračić, dipl.oec.

Karlovac, srpanj 2015

## **ZAHVALA**

Na ovom mjestu htjela bih izraziti par riječi zahvale onim ljudima koji su mi omogućili da danas budem tu gdje jesam, te onima koji su mi pomagali prilikom izrade ovog rada. Svakako bih prvo htjela spomenuti Mateju Petračić, dipl.oec. koja mi je pružila veliku čast omogućivši izradu ovog rada pod svojim vodstvom. Hvala Vam na posvećenom mi vremenu i znanju, te ujedno i na strpljenju, a svakako i na odnosu prema ljudima i studentima s kojima surađujete koji će mi uvijek poslužiti kao primjer uspješnosti u životu.

Također, zahvaljujem se svim svojim prijateljima i prijateljicama, koji su uvijek bili uz mene i bez kojih cijeli ovaj tijek mog studiranja ne bi prošao tako lako i zabavno.

Posebnu zahvalnost iskazujem cijeloj svojoj obitelji koja me je uvijek podržavala tijekom mog studiranja i poticali moju težnju k ostvarivanju sve viših i viših ciljeva.

## SAŽETAK

Manifestacijski turizam ili turizam događaja uključuje putovanja koja su primarno motivirana posjetom manifestacija kulturnog, umjetničkog, zabavnog i sličnog karaktera i sadržaja. Jedinstvene, kvalitetne, zanimljive manifestacije jednoj destinaciji mogu dati poseban čar, oživjeti njen turizam, postaviti je na visoko mjesto na turističkoj karti te privući znatan broj posjetitelja. S druge strane, ukoliko destinacija ne vodi brigu o svojoj manifestacijskoj ponudi, ne usklađuje ju s resursima, ciljevima destinacije i željama posjetitelja, manifestacije mogu ostvariti financijski gubitak, ali i negativan imidž destinacije koju će posjetitelji percipirati kao dosadnu, nepoželjnu i predvidljivu destinaciju.

Zahvaljujući prekrasnim geografskim položajem, očuvanoj flori i fauni, te brojnim potocima i tokovima rijeka zajedno sa vrijednim sakralnim bogatsvom grad Jastrebarsko svim posjetiteljima pruža nezaboravljiv doživljaj i duhovni mir. Upravo sa spojem prirodnih i kulturnih vrijednosti u gradu se organiziraju manifestacije različitog karaktera. Najznačajnija manifestacija je Jaskanske vinske svečanosti koja se tradicionalno održava svake godine i privlače sve veći broj posjetitelja. Grad Jastrebarsko je poznat po svojoj manifestaciji Jaskanske vinske svečanosti, te na temelju nje želi graditi svoj turistički imidž, no ostale brojne manifestacije pružaju kvalitetan sadržaj koji svake godine postaje zanimljiviji lokalnom stanovništvu, ali i pojedinim turistima. Poboljšanjem postojećih manifestacija ili uvođenjem novih, Jastrebarsko može još više turistički iskoristiti svoj prostor i ostvariti imidž kojem će mnoge destinacije zavidjeti.

**Ključne riječi: manifestacijski turizam, prirodne i kulturne vrijednosti, Jaskanske vinske svečanosti, turistički imidž**

## SUMMARY

Event tourism includes travels which are primarily motivated by visiting cultural, artistic and entertaining manifestations of similar character and content. Unique events, which are entertaining and interesting, can give a special spark to a destination, revive its tourism, put it on a high position of the tourist card and attract a significant number of visitors. On the other hand, if a destination does not take care of its event offers and doesn't adapt to resources, goals of that destination and wishes of visitors, manifestations can suffer financial loss, but also make a negative image of the destination that visitors are going to experience as boring, undesirable and predictable.

Thanks to its beautiful geographical location, the preserved flora and fauna with numerous streams and river flows along with valuable religious wealth, the city of Jastrebarsko provides an unforgettable experience and peace of mind. Combining natural and cultural value Jastrebarsko organizes events of different character. The most significant one is the Jaska wine festival, which traditionally takes place annually and attracts more and more visitors. The city of Jastrebarsko is known for its Jaska wine festival and wants to build its tourist image due to this manifestation, while other events also offer a high quality content that is becoming more interesting to the local population and to several tourists every year. By improving existing events and introducing some new ones, Jastrebarsko can use its tourist area even more and be an enviable image to other destinations.

**Key words:** Event tourism, natural and cultural values, Jaska wine festival, Tourist image

## SADRŽAJ

### 1. UVOD

|                                                  |   |
|--------------------------------------------------|---|
| 1.1. Predmet i cilj rada.....                    | 1 |
| 1.2. Izvori podataka i metode istraživanja ..... | 1 |
| 1.3. Sadržaj i struktura rada .....              | 2 |

### 2. MANIFESTACIJSKI TURIZAM .....3

|                                                           |   |
|-----------------------------------------------------------|---|
| 2.1. Definiranje i obilježja manifestacija .....          | 4 |
| 2.2. Klasifikacija manifestacija .....                    | 5 |
| 2.3. Pozitivni i negativni učinci manifestacija .....     | 8 |
| 2.4. Učinci manifestacijskog turizma na destinaciju ..... | 9 |

### 3. RASPOLOŽIVOST TURISTIČKIH RESURSA GRADA JASTREBARSKOG .....12

|                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------|----|
| 3.1. Povijest grada Jastrebarskog .....                              | 12 |
| 3.2. Atraktivni društveni ili antropogeni resursi .....              | 14 |
| 3.2.1. Kulturno-povijesni spomenici .....                            | 14 |
| 3.2.2. Kulturne ustanove .....                                       | 17 |
| 3.3. Atraktivni prirodni ili biotropni resursi .....                 | 18 |
| 3.3.1 Geoklimatski položaj .....                                     | 18 |
| 3.3.2. Plešivica .....                                               | 19 |
| 3.3.3. Sveta Jana .....                                              | 20 |
| 3.3.4. Crna Mlaka .....                                              | 21 |
| 3.4. Receptivni elementi turističke ponude grada Jastrebarskog ..... | 22 |
| 3.4.1. Smještajni objekti .....                                      | 22 |
| 3.4.2. Gastronomska i enološka ponuda .....                          | 24 |

|                                                                                 |           |
|---------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>4. KULTURNE MANIFESTACIJE U TURISTIČKOJ PONUDI GRADA JASTREBARSKOG .....</b> | <b>25</b> |
| 4.1. Jaskanske vinske svečanosti .....                                          | 26        |
| 4.1.1. Posjećenost „Jaskanskih vinskih svečanosti“ .....                        | 27        |
| 4.1.2. Plan odvijanja turističkih događanja u 2014. godini .....                | 31        |
| 4.1.3. SWOT analiza Jaskanskih vinskih svečanosti .....                         | 32        |
| 4.2. Ostale manifestacije u Jastrebarskom .....                                 | 36        |
| <b>5. MOGUĆNOST BUDUĆEG RAZVOJA MANIFESTACIJA GRADA JASTREBARSKOG .....</b>     | <b>38</b> |
| <b>6. ZAKLJUČAK .....</b>                                                       | <b>40</b> |
| <b>LITERATURA.....</b>                                                          | <b>44</b> |
| <b>POPIS ILUSTRACIJA.....</b>                                                   | <b>46</b> |
| <b>POPIS TABLICA.....</b>                                                       | <b>47</b> |
| <b>POPIS GRAFIKONA.....</b>                                                     | <b>48</b> |



# **1.UVOD**

## **1.1. Predmet i cilj rada**

Predmet ovog završnog rada je upoznavanje sa pojmom manifestacijskog turizma kao specifičnog oblika turizma, te istraživanje utjecaja takvog oblika turizma na atraktivnost turističke destinacije. U fokusu istraživanja će biti manifestacijska ponuda destinacije, koja će se obraditi na konkretnom primjeru grada Jastrebarskog. U gradu Jastrebarskom organiziraju se mnoge manifestacije koje imaju visok stupanj atraktivnosti te privlače sve veći broj domicilnog stanovništva, ali i turista. Najviše pažnje posvetiti će se Jaskanskim vinskim svečanostima, budući da je najznačajnija i najveća manifestacija u gradu, te će se na tom primjeru provesti istraživanja o posjećenosti i planu događanja unutar navedene manifestacije u protekloj 2014. godini, te naposljetku provesti SWOT analiza. Istražiti će se mogućnosti za razvijanje novih manifestacija s ciljem privlačenje većeg broja turista i stvaranje veće atraktivnosti destinacije. Cilj rada je teoretski spoznati karakteristike manifestacijskog turizma, te kroz primjer Jaskanskih vinskih svečanosti u gradu Jastrebarskom uvidjeti koji čimbenici utječu na sve veću posjećenost takvog oblika manifestacija, koja će se utvrditi SWOT analizom. Konačno, jedan od ciljeva istraživanja je proučavanje utjecaja vanjskih varijabli koji mogu utjecati na odluku o posjeti kao što su klima, kulturno-povijesni spomenici, hidrografski čimbenici, te na temelju toga poraditi na prilagođavanju postojećih manifestacija zahtjevima postojećeg tržišta, ali i ukoliko je moguće, privući skupine gostiju drugih obilježja, bilo modifikacijom postojećih manifestacija ili proširenjem postojeće ponude.

## **1.2. Izvori podataka i metode istraživanja**

Prilikom izrade završnog rada koristiti će se različiti izvori podataka, te metode istraživanja u svrhu dobivanja što objektivnijih činjenica. Problematika u završnom radu istražiti će se teoretski ( analizom postojeće literature o problematici) i empirijski ( analizom podataka prikupljenim istraživanjem koje je provela turistička zajednica grada Jastrebarskog koja je u ingerenciji ili suorganizaciji manifestacija u gradu, te analizom sekundarnih podataka prikupljenim putem interneta). U radu će se istražiti utjecaj manifestacijskog turizma na cjelokupnu turističku ponudu Hrvatske, zatim utjecaj antropogenih i biotropnih resursa grada Jastrebarskog na razvijanje manifestacijskog turizma. Na temelju konkretnog primjera

Jaskanskih vinskih svečanosti će se utvrditi značaj manifestacijskog turizma, te istražiti mogućnosti razvoja novih ili korekcijom postojećih manifestacija sa svrhom povećanja turističke ponude grada.

### **1.3. Sadržaj i struktura rada**

Rad se sastoji od 6 međusobno povezanih cjelina. U uvodnom dijelu definirat će se predmet i cilj rada, zatim će se odrediti izvori podataka i metode istraživanja, te će poglavlje završiti kratkim prikazom strukture i sadržaja rada. U drugom dijelu biti će izložene teorijske činjenice o manifestacijskom turizmu, definirat će se pojam i obilježja manifestacija, utvrditi karakteristike, te učinci manifestacijskog turizma na destinaciju. Treći dio govoriti će o raspoloživosti turističkih resursa grada Jastrebarskog, te će se najprije proći kroz povijest grada, a zatim proučiti atraktivnost prirodnih ( biotrpnih) i društvenih ( antropogenih) resursa grada Jastrebarskog, te na kraju istražiti koji su receptivni elementi koji nadopunjuju turističku ponudu grada Jastrebarskog. Četvrti dio odnositi će se na istraživanja manifestacija koje se odvijaju u gradu, te na temelju konkretnog primjera Jaskanskih vinskih svečanosti utvrditi koliki je značaj manifestacijskog turizma u gradu Jastrebarskom, te SWOT analizom spoznati prednosti i nedostatke takve manifestacije. U petom dijelu će se također provesti istraživanje koje će se odnositi na razvoj novih manifestacija ili modifikaciju postojećih sa svrhom stvaranja što raznovrsnije turističke ponude grada koja će naposljetku rezultirati i gospodarskom razvoju grada. U zaključku će se zaokružiti svih pet dijelova u cjelinu, te će se na temelju provedenih istraživanja utvrditi značaj manifestacijskog turizma u kreiranju turističke ponude grada Jastrebarskog.

## 2. MANIFESTACIJSKI TURIZAM

Turizam je iznimno atraktivna ljudska djelatnost koja je stekla status jedne od najmasovnijih, najdinamičnijih i najsloženijih društveno-ekonomskih pojava suvremenog doba. S pojmom turizma koji govori o cjelokupnosti jedne pojave, vezemo i pojam „turist“ koji predstavlja sudionika te pojave. Na temelju toga najprije je uočeno postojanje putnika „turista“, a zatim i njegove aktivnosti i utjecaji u mjestu privremenog boravka, što rezultira tek kasnijim stvaranjem pokreta turizma. Najcitiraniju definiciju pojma turista je dao Erik Cohen : „ Turist je dobrovoljni, privremeni putnik koji putuje u očekivanju zadovoljstva koja mu mogu pružiti novosti i promjene doživljene na relativno dugom i učestalom dvosmjernom putovanju“<sup>1</sup>. Također, to je osoba koja putuje izvan svoje sredine kraće od 12 mjeseci, a glavna svrha nije vezana za obavljanje neke aktivnosti u mjestu koje posjećuje. Dok jedna od najstarijih definicija turizma koju su osmislili švicarski teoretičari turizma W. Hunziker i K.Kraft 1942.godine, a kasnije ju prihvatio i nadopunio AIEST i ona je dugo bila općeprihvaćena definicija turizma u svijetu, a i danas se uvelike upotrebljava, a glasi: „Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva gospodarska djelatnost“.<sup>2</sup> Turisti ne dolaze u destinaciju da bi se u njoj odgovorno ponašali, nego iz želje da zadovolje svoje specifične interese koji mogu sezati od hobija, bavljenja nekom sportskom aktivnošću, prisustvovanja kulturnim događanjima, te na temelju toga je došlo do razvoja specifičnih oblika turizma. Stoga, specifični oblici turizma predstavljaju posebnu skupinu turističkih kretanja koja su uvjetovana određenim turističkim motivom koji turista pokreće na putovanje u destinaciju čija je turistička ponuda sadržajima prilagođena ostvarenju doživljaja turista. Specifične oblike turizma moguće je razvrstati u tri osnovne skupine, a to su specifični oblici turizma čiji se razvoj temelji pretežno na prirodnim resursima, te oblici turizma čiji se razvoj temelji na posebno pripremljenim (društvenim) resursima, te naposljetku specifični oblici turizma čiji razvoj nije izravno vezan za prirodne odnosno posebno pripremljene resurse.<sup>3</sup> U posljednje vrijeme sve veći interes raste za manifestacijama koje mogu biti zabavnog, sportskog, kulturnog i nekog drugog karaktera koje zadovoljavaju turističke potrebe posjetitelja.

---

<sup>1</sup> Čavlek, N. et al.: Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, 2011., str. 27.

<sup>2</sup> Pirjavec, B.: Turizam-jučer,danas..., Veleučilište u Karlovcu, Karlovac, 2008., str.13.

<sup>3</sup> Čavlek, N. et al: op. cit., str. 40.

## 2.1. Definiranje i obilježja manifestacija

Sve veći broj ljudi posjećuju manifestacije različitih vrsta, te su spremni putovati u udaljenje destinacije kako bi sudjelovali u manifestacijama koje smatraju zanimljivima. Sam pojam manifestacija dolazi od engleske riječi „event“ što podrazumijeva događaj.<sup>4</sup> Manifestacije su organizirane društvene pojave sa specifičnim sadržajem, profilom sudionika, brojem posjetitelja i vremenom trajanja, koje karakterizira značaj sadržaja, važnost sudionika, značaj rezultata, odnosno masovnost pojave.<sup>5</sup> Uloga manifestacija očituje se u privlačenju posjetitelja u neko područje, u koje inače ne bi putovali. Osim toga, mogu utjecati na putovanja u određenu destinaciju nakon što manifestacija završi, i na taj način stvaraju vrijednost prodajom drugih turističkih proizvoda koje destinacija nudi. Ono što je, između ostaloga, vrlo privlačno kod manifestacija, je činjenica da ne sliče jedna drugoj, te posjetitelj mora biti fizički prisutan kako bi u potpunosti uživao u jedinstvenom događaju, jer ako ga propusti, to je izgubljena prilika, jer taj događaj više neće doživjeti, jer ponoviti neku manifestaciju je nemoguće. Dogode se samo jednom, za razliku od ostalih oblika turizma koji pate od sezonalnosti, što znači da su turistička kretanja koncentrirana u relativno kratkom razdoblju godine, manifestacije privlače turiste u destinaciju u periodima izvan sezone, te se organiziraju u bilo koje doba u godini. Planirane manifestacije mogu biti slične po obliku i sadržaju, pojedine značajke prostora, ljudi i programa, dovest će do toga, da će doživljaj biti doživljen različito. Osim toga će i očekivanja, raspoloženja i stavovi gostiju i sudionika uvijek biti novi. Upravo ta jedinstvenost manifestacija čini ih privlačnima, pa i neodoljivima, zbog čega je stvaranje „jednom u životu“ imidža, cilj svakog marketinga kada se o manifestacijama radi. Vjeruje se da pozitivniji imidž mjesta ima utjecaj na industrijska ulaganja, te u konačnici može poboljšati blagostanje lokalnog stanovništva na mnogo različitih načina. Planirane manifestacije zauzimaju i privremeno transformiraju objekte ili prostore, te je tijekom manifestacije doživljaj toga mjesta promijenjen, jer se mogu organizirati na otvorenom ili zatvorenom prostoru, ovisno o sadržaju kojeg nude. Najvažnije od svih karakteristika koje stvaraju manifestacije su slavljenički duh, jedinstvenost, kvaliteta, autentičnost, tradicija, gostoljubivost, tematika i simboličnost.

---

<sup>4</sup> Kesar O.: Specifični oblici turizma, nastavni tekst za predavanje na kolegiju Specifični oblici turizma na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu, 2015.

<sup>5</sup> Ibid

## 2.2. Klasifikacija manifestacija

Postoji nekoliko podjela manifestacija, koje se mogu grupirati u dvije skupine, prva skupina podrazumijeva manifestacije klasificirane po veličini, a u druga skupina manifestacije klasificirane po formi i sadržaju.<sup>6</sup>

Kada se govori o manifestacijama s obzirom na veličinu, postoje mega događaji ili „eventi“. Oni privlače veliki broj posjetitelja (više od milijun), globalne medije, donose prestiž i imaju veliki značaj za cjelokupno gospodarstvo jedne zemlje, te se održavaju samo jednom ili ponavljaju periodično. Kao primjer moguće je navesti Olimpijske igre, Oktoberfest u Berlinu, koje su svjetski poznate manifestacije, te Dubrovačke ljetne igre, Pula film festival koji je poznat na nivou države. Mega događaji se mogu povezati i sa Hallmark manifestacijama koje predstavljaju simbol nekog grada ili regije, te se to područje poistovjećuje s tom manifestacijom, primjerice karneval u Veneciji ili Rio de Janieru. Regionalni događaji postoje prvenstveno radi manifestacija lokalnog karaktera destinacije i interkulturalnih odnosa, primjerice Motovun film festival, Vinistra. Lokalni događaji, kao posljednja kategorija vezuju se uz predstavljanje života domaćeg stanovništva.<sup>7</sup> Njih organiziraju lokalne zajednice, a namijenjene su sportu, zabavi, religiji i ostalim. Primjeri takvih manifestacija su proslave lokalnih svetaca zaštitnika (sv. Dujma u Splitu), lokalni karnevali, ribarske fešte.

Kada je riječ o podjeli manifestacija s obzirom na formu i sadržaj, važno je spomenuti dvije vrlo zanimljive podjele, a to su Getzova tipologija planiranih događaja, te turistička klasifikacija manifestacija prema Eduardu Kušenu.<sup>8</sup>

Eduard Kušen u svojoj knjizi Turistička atrakcijska osnova navodi turističku klasifikaciju manifestacija, te ih dijeli u pet kategorija, pritom navodeći koje zadovoljstvo i aktivnosti pojedine manifestacije pružaju.

---

<sup>6</sup> Čavlek, N. et al: op. cit., str. 44.

<sup>7</sup> Grižinić, J.: Međunarodni turizam, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2014., str. 181.

<sup>8</sup> Grižinić, J.: op. cit., str. 181.

Tablica 1.: Detaljna turistička klasifikacija manifestacija

| ATRAKCIJA                                                                                                                                                                                     | MOTIV / AKTIVNOST                                                                                                                        |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>MANIFESTACIJE</b>                                                                                                                                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ZADOVOLJSTVO</li> <li>• DOKOLIČARSKA EDUKACIJA</li> <li>• NEDOKOLIČARSKI MOTIVI</li> </ul>      |
| <b>1. Kulturne manifestacije</b>                                                                                                                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gledanje</li> </ul>                                                                             |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Igre</li> <li>• Festivali</li> <li>• Smotre</li> <li>• Izložbe</li> <li>• Likovne kolonije</li> <li>• Skupovi</li> <li>• Zabavni programi</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Slušanje</li> <li>• Fotografiranje</li> <li>• Razgledavanje</li> <li>• Doživljavanje</li> </ul> |
| <b>2. Vjerske manifestacije</b>                                                                                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gledanje</li> </ul>                                                                             |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Posjeti crkvenog poglavara</li> <li>• Hodočašća</li> <li>• Proštenja</li> </ul>                                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Slušanje</li> <li>• Doživljavanje</li> <li>• Spoznaja</li> </ul>                                |
| <b>3. Sportske manifestacije</b>                                                                                                                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Promatranje</li> </ul>                                                                          |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sportska prvenstva ( svjetska, europska, nacionalna, regionalna)</li> <li>• Sportske igre</li> <li>• Tradicijski sportovi</li> </ul>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fotografiranje</li> <li>• Doživljavanje</li> <li>• Profesionalno sudjelovanje</li> </ul>        |
| <b>4. Gospodarske manifestacije</b>                                                                                                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Razgledavanje</li> </ul>                                                                        |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gospodarske izložbe</li> <li>• Sajmovi</li> <li>• Modni festivali</li> <li>• Stručna natjecanja</li> </ul>                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesionalno sudjelovanje</li> </ul>                                                           |
| <b>5. Ostale manifestacije</b>                                                                                                                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Promatranje</li> </ul>                                                                          |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proslave</li> <li>• Mitinzi</li> <li>• Različita druženja</li> </ul>                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktivno sudjelovanje</li> <li>• Nedokoličarske aktivnosti</li> </ul>                            |

Izvor: Kušen, E.: Turistička atrakcijska osnova, Zagreb, 2002., str. 119.

Na temelju navedene podjele manifestacija prema Kušenu uočeno je da bez obzira o kojoj se manifestaciji radi, podrazumijeva aktivnosti kao što su promatranje, doživljavanje, te poneke i aktivno sudjelovanje, te se odvijaju u slobodne vrijeme i dokolici. Postoji razlika između slobodnog vremena i dokolice. Slobodno vrijeme je ono koje ostaje nakon ispunjenja svih radnih obveza, to nije potpuno slobodne vrijeme jer obuhvaća brojne obiteljske i društvene dužnosti, samo što su one izdvojene od organiziranog rada. Trenutke kojima bi se pojedinac potpuno prepuštao, izboru što je ovisan samo o njegovoj volji, može se nazvati dokolicom, jer podrazumijeva kvalitetno i produktivno provedeno slobodno vrijeme.<sup>9</sup> Bez obzira o kojoj se manifestaciji radilo, turiste i izletnike će u najvećoj mjeri privući festivali, te smotre i različite likovne manifestacije. Također, slikoviti, dvotjedni ili mjesečni sajmovi u malim trgovištima mogu također privući turiste. Potencijalna turistička atrakcija neke manifestacije ne mora uvijek dati i odgovarajuće ekonomske rezultate u ugostiteljskoj djelatnosti, nego se može odražavati na osobno zadovoljstvo koje pružaju mnoge vjerske manifestacije kao hodočašća. Što se tiče sportskih manifestacija, podrazumijevaju aktivno sudjelovanje posjetitelja, kao i ostali oblici manifestacija ( proslave, različita druženja).<sup>10</sup>

Osim navedene podjele, zanimljiva je i Getzova tipologija manifestacija. U svojoj tipologiji Getz manifestacije dijeli u sedam kategorija koje je moguće pronaći u gotovo svakoj kulturi i zajednici. Getz kulturne događaje dijeli na festivale, karnevale, komemoracije, te religiozne događaje. Politički i državni događaji podrazumijevaju različite mitinge, inauguracije te političke događaje koje posjećuju važne osobe, takozvane VIP osobe. Umjetnički i zabavni događaji su obično koncerti, dodjele nagrada, izložbe i svečanosti. Poslovni događaji pokrivaju široki raspon manifestacija od sastanka, trgovačkih sajmova i izložbi. Edukacijske i znanstveni događaji se sastoje od konferencija i seminara koje pružaju stručno usavršavanje pojedinca. Sportska događanja podrazumijevaju gledanje ili sudjelovanje u profesionalnim ili neprofesionalnim natjecanjima. Rekreacijski događaji podrazumijevaju sportske igre organizirane radi zabave. Konačno, kategorija privatni događaji ili osobni događaji podrazumijevaju manifestacije kao što su zabave, vjenčanja, godišnjice koje se organiziraju za individualce, obitelji ili društvene skupine.<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> Čavlek, N. et al: op. cit., str.291.

<sup>10</sup> Kušen, E.: op. cit., str.117.

<sup>11</sup> Gržinić, J.:op. cit.,str. 180.

### 2.3. Pozitivni i negativni učinci manifestacija

Zemlje i gradovi domaćini velikih manifestacija predstavljaju rješenje brojnih problema, no nemaju svi događaji isključivo pozitivan utjecaj na razvoj turizma. Bitno je naučiti iz negativnih primjeri, sagledati sve razlike za i protiv organiziranja velikih manifestacija.

Neki od pozitivnih učinaka razvoja manifestacija na turizam su jednostavno i učinkovito privlačenje ciljne potražnje, budući da se manifestacije usmjerene točno određenoj ciljnoj skupini. Ukoliko neke manifestacije budu uspješne, a turisti zadovoljni načinom izvođenja, spremni su produžiti duljinu boravka u destinaciji, te time utjecati na povećanje prihoda gradova domaćina. Ukoliko turistički promet u gradova domaćina poraste, da bi ugostitelji zadržali turiste morat će dodatno zaposliti ljude, naročito domicilno stanovništvo. Manifestacije u svojoj osnovi podrazumijevaju masovnost, a masovnost donosi mogućnost izgradnje ili adaptacije objekata, te utječe na preusmjeravanje turističkih tokova u razvijanje ostalih oblika turizma. Budući da uspješnost manifestacija rezultira povećanjem prihoda države, te dodatnog zapošljavanja, time se utječe i na unapređenje poslovanja subjekata turističke ponude i javnog sektora, te da bi ugostitelji zadovoljili i zadržali turiste podizanju kvalitetu ponude, te time dolazi do jačanja konkurentnosti te u konačnici do proširenja turističkog tržišta. Naravno, navedeni utjecaj se ne bi ostvario ukoliko manifestaciju ne bi popratila međunarodna medijska izloženost, te publicitet. Na temelju navedenog postoje mnogi pozitivni učinci manifestacija, no manifestacije imaju neke od negativnih učinaka. Velike manifestacije iziskuju velike troškove organizacije koje organiziraju takve manifestacije da bi bile uspješne i konkurentne ostalim manifestacijama. Nakon završetka manifestacija ostaju mnogi neiskorišteni smještajni i drugi turistički receptivni kapaciteti. Potrebno je spomenuti da često destinacije međusobno ne surađuju oko organizacije događaja, posebice u vrijeme sezone, te se događanja odvijaju istovremeno u čak dvije susjedne općine. Takva podudarnost događaja često u posjetitelja i lokalnog stanovništva izaziva zbunjenost, dvojbu oko dolaska, pa često i ignoranciju događanja. Mnoge manifestacije zagađuju okoliš, tu se najčešće radi o različitim festivalima gdje najviše ima mlade populacije koji otpad odlažu svugdje i prave buku. Budući da je najveća posjećenost manifestacija u sezoni, dolazi do manjak pojedinih usluga kao što su turistički vodiči, taksi službe, zbog gužve. Gradovi domaćini da bi ostvarili što veći prihod, podižu cijene proizvoda i usluga.<sup>12</sup> U konačnici, svi navedeni negativni učinci utječu na djelomičnog narušavanja imidža zemlje. Svaki oblik

---

<sup>12</sup> Kesar , O.: op.cit., str 37.

turizma ima svoje pozitivne i negativne strane, organizatori „evenata“ moraju dobro razmisliti i uzeti u obzir negativne strane manifestacije, te isto tako uzeti u obzir pozitivne strane te zadovoljstva pojedinaca koje pružaju manifestacije.

## **2.4. Učinci manifestacijskog turizma na destinaciju**

Manifestacije, odnosno planirani događaji zadiru gotovo u svaki aspekt života, bilo da je riječ o socijalnom, kulturnom, ekonomskom ili političkom aspektu. Kombinacijom socioloških, ekonomskih i kulturnih učinaka manifestacijskog turizma utječe se na stvaranje imidža destinacije. Imidž podrazumijeva zbroj uvjerenja, ideja i dojmova koje neka osoba ima o destinaciji. Imidž destinacije ima utjecaj na donošenje odluke o odredištu putovanja, te na prodaju turističkih proizvoda i usluga.

Kao mjeru ekonomskih učinaka predlažu se tradicionalni pokazatelji kao što su neto prihod, financijski prihod od gledatelja i neto korist po osobi u manifestaciji za lokalnu zajednicu. Značajna događanja pobuđuju zanimanje zajednice i privlače veliki broj sudionika, potiču potrošnju, stvaraju značajan prihod, te zahtijevaju tehničku i financijsku kontrolu. Potrošnja izvan turističke atrakcije, duljina posjeta i produljenje sezone rezultat su ostalih čimbenika privlačnosti destinacije. Ekonomski doprinosi turizmu kroz planiranih manifestacija jesu prihodi od prodanih ulaznica, prihodi u vidu pokroviteljstava, prihodi od usluga vođenja i dr. Organizacijom različitih manifestacija smanjuje se izolacija određenog područja, grada, ruralnih zajednica. Nadalje povećava se ponos lokalnog stanovništva i potiče edukacija o lokalnoj jedinstvenosti. Pozitivni ekonomski aspekti utjecaja manifestacija na turizam su održavanje i očuvanje lokaliteta ( lokalne ambijentalnosti ), utjecaj na zapošljavanje i turističko uslužne valorizacije od strane gospodarskih subjekata.<sup>13</sup> Jedan od najvažnijih ekonomskih učinaka je turistički prihod generiran od strane manifestacije. Osim što posjetitelji troše tijekom održavanja manifestacije, oni također troše na prijevoz, dobra i usluge u destinaciji u kojem se manifestacija održava, time se utječe na preusmjeravanje turističkih tokova. Manifestacije mogu privući medijsku pozornost kojom će se poboljšati sliku o mjesto, domaćinu manifestacije, te tako dugoročno kreirati bolji turistički imidž i veću posjećenost. Generiranje radnih mjesta, odnosno zapošljavanje je još jedan od učinaka manifestacije na lokalnu zajednicu. Većina lokalnog stanovništva smatra, da su takvi poslovi uglavnom kratkoročnog karaktera. Zapošljavanje novih djelatnika može se javiti prilikom

---

<sup>13</sup> Gržinič, J.: op cit, str.192.

organiziranja mega ili „hallmark“ manifestacija.<sup>14</sup> Kod ekonomskih učinaka, za organizatore manifestacije i za lokalnu zajednicu, najveća briga je hoće li manifestacija na kraju, dovesti do dobiti ili gubitka, a o tome ovisi premašuju li prihodi od sponzorstva i prodaje ulaznica troškove organiziranja i marketinga manifestacije.

Potrošnja energije i vode na manifestaciji, količina reciklirane otpadne vode, proizvedena količina otpada, te reciklirana količina otpada su mjere koje se predlažu za mjerenje efekata manifestacije na okoliš. Danas su evidentirane neke negativne demografske promjene koje zahvaćaju pojedine destinacije, kao što je pad nataliteta, starenje populacije, migracije lokalnog stanovništva u gradove gdje je lakše naći posao, napuštanje ruralnih područja. No, nisu to jedine negativne strane, mega eventi stvaraju buku, prometna zagušenja, oštećenja okoliša gdje se manifestacije odvijaju. Razvoj turizma u određenoj destinaciji može doprinijeti nekim pozitivnim promjenama kao što su: vrednovanje okoliša, povećanje svijesti o okolišu kroz različite manifestacije, kao što je to primjerice manifestacija „Dan planete Zemlje“. Manifestacije utječu na izgradnju infrastrukture u područje gdje se odvijaju manifestacije, te pritom se utječe na poboljšanje transporta i prometne povezanosti.

Za socijalne efekte predloženi su indikatori, kao što su udio lokalnog stanovništva u gledateljstvu, volonterima, zaposlenima na manifestaciji, udio lokalnih poduzeća angažiranih kao dobavljača, vrijednost novih usluga i prostora koji su lokalnom stanovništvu stavljeni na raspolaganje ili kojima im je bio onemogućen pristup tijekom manifestacije, incidenti, kriminal povezan s manifestacijom, gubici uslijed prometnih zagušenja te kvantiteta i kvaliteta medijske izloženosti koju je generirala manifestacija.<sup>15</sup> Sociološki učinci manifestacija uključuju jačanje ponosa lokalnih stanovnika, a rezultat su lokalnih manifestacija i proslava nacionalnih blagdana. Potencijalni učinci manifestacija na kulturu nekog društva su velika briga za lokalnu zajednicu, organizatore manifestacija i ostale sudionike, a razlog tome je što događaji često privlače strane posjetitelje u lokalnu zajednicu, lokalno društvo, te zbog toga postoji mogućnost da društvo bude pod utjecajem kulture, odnosno ponašanja posjetitelja, te na takav način mijenja svoju kulturu. Sociološki i kulturni učinci značajno utječu na promjene ponašanja kako turista tako i stanovništva destinacije, odnosno njihovih sustava vrijednosti i načina života. Unatoč činjenici da interakcija između

---

<sup>14</sup> Mamić, J.: Manifestacijski proizvodi: Platforma razvoja specijalizirane turističke ponude destinacije, Pisani materijal, Ekonomski fakultet Split, Split, 2013. str.35.

<sup>15</sup> Pivčević, S.: Upravljanje manifestacijama, Pisani materijali, Ekonomski fakultet Split, Split, 2013.,str. 132.

posjetitelja i lokalnog stanovništva može biti poboljšana kroz zajedničko sudjelovanje u manifestacijama, isto tako ona može biti poljuljana zbog manifestacija i njihovih učinaka.

Važan zadatak kod organiziranja manifestacija je identificiranje i upravljanje svim učincima koje proizlaze iz manifestacija, stoga zadatak organizatora manifestacija je predvidjeti i identificirati učinke manifestacija, a zatim upravljati njima kako bi se ostvario najbolji rezultat koji se pogodovati svim stranama, odnosno sudionicima, te tako postigao cjelokupni pozitivan učinak manifestacije, pritom uzimajući u obzir potencijalne negativne učinke.

### **3. RASPOLOŽIVOST TURISTIČKIH RESURSA GRADA JASTREBARSKOG**

Za razliku od izvornog, čistog resursa, pod pojmom turističkih resursa (engl. resources) razumijevamo ona prirodna ili društvena dobra koja se mogu turistički iskoristiti (valorizirati), odnosno one pojave, objekte, događaje i slično koje privremeni posjetitelji (turisti i izletnici) posjećuju tijekom svog putovanja zbog visokog stupnja privlačnosti, odnosno atraktivnosti.<sup>16</sup> Prema zadovoljavanju čovjekovih (turističkih) potreba, prirodni resursi imaju rekreativna svojstva, odnosno utječu na fiziološke funkcije čovjeka (osvježanje, oporavak, odmor), dok društveni resursi po pravilu djeluju na psihičke funkcije čovjeka, odnosno zadovoljavaju njegove kulturne potrebe (iako i neki prirodni resursi imaju slična djelovanja). Zahvaljujući prekrasnom položaju kojeg ima grad Jastrebarsko, te očuvanoj flori i fauni, te brojnim potocima i tokovima rijeka svim ljubiteljima prirode pruža zadovoljenje fizioloških potreba, ali pritom utječe i na zadovoljavanje kulturnih potreba. Naime, brojne crkve i kapele u gotovo svakom jaskanskom zaseoku pružaju mogućnost upoznavanja autohtone kulturno-povijesne gradnje, a njihove unutrašnjosti čuvaju bogato sakralno blago i pružaju svakom putniku uvijek potreban mir i duhovnu obnovu.

#### **3.1. Povijest grada Jastrebarskog**

Na sunčanoj strani blage prigorske padine, baš tamo gdje se živopisni zeleni brežuljci stapaju sa širokom pokupskom ravnicom, leži grad Jastrebarsko, privlačan i bogat u svojoj dugoj prošlosti. Prvi put se spominje 1249. kao Zemlja Jastrebarska i gradsko naselje „forenses de Jastraburcza“ u ispravi bana Stjepana, kojom se tvrđavi Podgorske županije vraćaju otuđene zemlje. Od toga naziva došao je i danas popularni skraćeni naziv grada, Jaska. Na molbu jastrebarskih stanovnika kralj Bela IV. dodijelio je Jastrebarskom 12. siječnja 1257. povlasticu slobodnog kraljevskog trgovišta, koja je gotovo 600 godina bila osnovni pravni dokument na temelju kojeg su građani mogli očuvati svoje slobodine od feudalaca. Ovaj dokument, glasovita „bula“, čuva se u gradskom muzeju. Od 1519. do 1848. na život grada presudno su utjecali članovi vlastelinske obitelji Erdody. U perivoju grada Jastrebarskom obitelj Erdody je izgradila dvorac, koji je i danas jedan od turističkih atrakcija grada. Mirom u Schonbrunnu 17.10.1809. hrvatski krajevi južno od Save uključeni su u Ilirske provincije, tako da su jastrebarsko vlastelinstvo i trgovište došli pod francusku vlast, a Francuzi su se povukli u ljeto 1813. Jastrebarsko se intenzivnije razvilo u drugoj polovici 19. stoljeća, a razvoju grada i cijelog kraja pridonijela je izgradnja željezničke pruge od Karlovca do Zagreba (1865.). Uz

---

<sup>16</sup> Čavlek, N. et al: op. cit., str.131.

školu, koja u Jastrebarskom postoji već od početka 17. stoljeća, dolazi tada do procvata kulturnih, društvenih i sportskih djelatnosti ( Narodna čitaonica, Dobrovoljno kazališno društvo, Jastrebarsko tamburaško društvo, Dobrovoljno vatrogasno društvo). U 20.stoljeću Jastrebarsko je dijelilo sudbinu cijelog hrvatskog naroda, a posebno je uzdrmano svjetskim ratovima, naročito surovim i krvavim Drugim svjetskim ratom. Danas je Jastrebarsko (koje je status grada dobilo 1995.) središte šireg područja kojeg čine općine Krašić, Žumberak, Pisarovina i Klinča Sela.<sup>17</sup> Jastrebarsko je dobilo ime jastrebarima, srednjovjekovnim uzgajivačima lovnih ptica, jastrebova i sokolova. Mjesto od davnina u svom grbu ima jastreba koji je vidljiv u priloženoj slici.<sup>18</sup>

Slika 1. : Grb grada Jastrebarskog



Izvor: Spotska zajednica grada Jastrebarskog, [www.sport-zagrebacke-zupanije.hr](http://www.sport-zagrebacke-zupanije.hr), (26.04.2015.)

Na temelju istraživanja koje je provela Turistička zajednica grada Jastrebarskog 2005.godine, izmjerena je površina s pripadajućim naseljima od 229 kvadratnih kilometara. Broj stanovnika gradskog područja s pripadajućim naseljima je iznosio 16 765. Broj stanovnika samog naselja Jastrebarskog bez okolnih naselja je bio 5432. Gustoća naseljenosti je bilo 73 stanovnika na kvadratni kilometar. Jastrebarsko ima 59 naselja, te 7218 stanova, koje se svake godine povećava. Dan grada se slavi 13.studenog, kada je bilo oslobođenje gradske vojarne.<sup>19</sup>

<sup>17</sup> 2012. Godišnjak grada Jastrebarskog, Grad Jastrebarsko, Jastrebarsko, 2012., str.18.

<sup>18</sup> Ibidem

<sup>19</sup> Turistički vodič grada Jastrebarskog, Turistička zajednica grada Jastrebarskog, Jastrebarsko, 2005.

### **3.2. Atraktivni društveni ili antropogeni resursi**

Sve pojave, objekte, procese i događaje koji kod čovjeka stvaraju potrebu za kretanjem da bi zadovoljio svoje društvene i kulturne potrebe, nazivamo društvenim (antropogenim) resursima. To su oni sadržaji za koje su vezana estetska i znamenita svojstva (atributi), a stvorili su ih narodi ili etničke skupine u davnoj ili bliskoj prošlosti.<sup>20</sup> Budući da današnji gost sve više teži upoznavanju različitih kultura, kao što su kulturno – povijesni spomenici, te kulturne ustanove koje uvelike određuju privlačnost turističkih mjesta i lokaliteta. Kako je Jastrebarsko bogat navedenim sadržajima, upravo oni, pored planinskih brežuljaka i vinograda, te u kombinaciji s različitim manifestacijama čine glavni dio turističke ponude grada Jastrebarskog.

#### **3.2.1 Kulturno – povijesni spomenici**

Grad Jastrebarsko je poznat po brojnim crkvama, kapelama, dvorcima te samostanom koje čuvaju etnografske vrijednosti sredine, ali se njihovom turističkom valorizacijom mogu bolje i uspješnije održavati i štiti od štećenja i saturacije. Bez obzira na to o kojim je posjetiteljima riječ, osnovni motiv zbog kojih turisti dolaze u grad i posjećuju ove resurse su njihova raritetnost i razina umjetničke vrijednosti, njihovo povijesno značenje, estetske i druge vrijednosti.<sup>21</sup>

Smješten nedaleko centra grada u prekrasnom parku koji je hortikulturni spomenik, dvorac Erdody najstarije je zdanje u gradu. Dvorac je okružen engleskim perivojem koje je danas omiljeno šetalište. Stari kaštel podignuo je ban Matija Gereb krajem 15. stoljeća, a od početka 16.stoljeća pa sve do 1922. godine dvorac je bio u posjedu obitelji Erdody. U dugoj povijesti, mnogo puta dograđivan, ovaj četverokutni dvor pojačan s dvije impresivne, zaobljene kule bio je važna utvrda u vrijeme turskih osvajanja. Unutrašnje dvorište izvanredne akustike krase trijem s arkadama i barokni stupovi. Unutar dvorca se nalazio Prirodoslovni muzej, kojeg je osnovao Stjepan Erdody, ljubitelj prirode i lova.<sup>22</sup> Nažalost danas je prazan, zapušten i propada, ali uskoro počinje obnova. U Gradskom muzeju Jastrebarskom u nekoliko su prostorija izloženi predmeti i namještaj iz dvorca. Obnovljena je velika višekatna žitnica koja

---

<sup>20</sup> Čavlek, N. et al: op. cit., str.147.

<sup>21</sup> Ibidem

<sup>22</sup> 2012. Godišnjak grada Jastrebarskog, op. cit.,str.106.

je bila u sklopu mnogih gospodarskih objekata koji su pripadali imanju, te je u planu grada obnoviti i sam dvorac Erdody.

Slika 2. : Dvorac Erdody i obnovljena žitnica



Izvor: Službena stranica grada Jastrebarskog, [www.jastrebarsko.hr](http://www.jastrebarsko.hr), (03.05.2015.)

Na vrhu brijega slavetičkog kraja smješten je dvorac - utvrda grofova Oršić. Početkom 16. stoljeća utvrdu, kao plemićki grad sagradila je obitelj Oršić, koji su uz prezime nosili pridjevnik Slavetički. Utvrda je nekoliko puta pregrađivana i dograđivana da bi konačno bila adaptirana u ladanjski dvorac. Građevne faze očituju se u gotičkim, renesansnim i baroknim elementima. Ovaj složeni kompleks od nekoliko zgrada različite namjene zatvara zajedničko unutrašnje dvorište. U dvorcu je sačuvana peć iz 17. stoljeća, kamin s konzolama i vrijedni portreti. Dvorac je prilično dobro očuvan i ima izuzetnu arhitektonsku i ambijentalnu vrijednost.<sup>23</sup> Danas je dvorac u privatnom vlasništvu.

U središtu močvarnog područja, koje se početkom 20. stoljeća počinje pretvarati u ribnjake Crna Mlaka, a oko 1905. u zakup ga dobiva Kornelius Zwilling, te se gradi kompleks vile, perivoja i popratnih zgrada u stilu kasne secesije i romantičarskom duhu. To je živahna arhitektura s kulama, lođom i mnoštvom drugih detalja, konstrukcija je od armiranog betona.<sup>24</sup> Danas je Crna Mlaka specijalni ornitološki rezervat i nalazi se pod posebnom zaštitom. Područje je u privatnom vlasništvu, dvorac je zapušten i propada.

Ranobarokni franjevački samostan s crkvom svete Marije spada u najvišu kategoriju spomeničke vrijednosti u Hrvatskoj. Gotička jezgra izgrađena je u 16. stoljeću, a podizanjem istočnog i zapadnog krila početkom 18. stoljeća samostan i crkva dobivaju barokni karakter. Ovo izvanredno sakralno zdanje čuveno je po bogatom baroknom inventaru i brojnim

<sup>23</sup> Čuvari baštine, Turistička zajednica zagrebačke županije, Zagreb, MMXIV, str. 18.

<sup>24</sup> Turistički vodič Jastrebarsko, op.cit., str.15

umjetninama. Samostanska knjižnica i danas čuva vrijedne knjige i stare zemljopisne karte, a osobito su vrijedne „inkunables“ (prvotisci, knjige tiskane prije 1500. godine).<sup>25</sup> Crkva i samostan, u svojoj vrsti spadaju među najvrednija kulturna dobra u Hrvatskoj.

Župna crkva Svetog Nikole, zaštitnika grada nalazi se na maloj uzvisini usred grada. U crkvi se nalazi nadgrobna ploča bana Petra Erdodya iz 1567., te vrijedna barokna propovjedaonica iz 1759. U današnjem obliku crkva je građena na mjestu gdje je stajala od starine. Nakon potresa 1880. Crkva je restaurirana, pročelje preoblikovano, a ulaz uokviren kamenim baroknim dovratkom s polukružnim nadvratnikom je ostao iz 1775.<sup>26</sup> U unutrašnjosti crkve treba spomenuti orgulje koje su vrijedno djelo domaćih graditelja i danas dobro očuvane.

Čuvena kapela Blažene Djevice Marije Snježne u Volavljju smještena je usred naselja i okružena zidanom ogradom s baroknim portalom iz 1732. Crkva je bogato oblikovana klesarskim detaljima i ima vrijedni barokni inventar. Monumentalni barokni glavni oltar datira iz 1706., a sa četiri ostala barokna oltara čini jednu od najpotpunijih cjelina sakralne skulpture s kraja 17. stoljeća i početka 18. stoljeća u kontinentalnoj Hrvatskoj. U unutrašnjosti crkve se i danas nalazi sačuvani kip Marije s Djetetom iz 17. stoljeća koji se iznimno štuje.<sup>27</sup> Cijeli sklop ističe se izvanrednim oblikovanjem i zadiranjem masa, bogatom opremom i klesarskih radova. Sve to čini volavsku kapelu jednim od najvrednijih spomenika sakralne arhitekture ovoga kraja.

Navedeni kulturno – povijesni spomenici u Jastrebarskom su najznačajniji, no nisu jedini. Jastrebarsko i okolica raspolaže s brojnim crkvama i kapelama koje je moguće pronaći u svakom zaselku te koji se iznimno štuju. Stanovništvo vodi brigu o očuvanju autohtonog izgleda kapela i crkvi, te se angažiraju u obnovi starih i zapuštenih spomenika. Što naposljetku rezultira i organiziranjem brojnih hodočašća, gdje je sve više posjetitelja, te je ponekad popraćeno medijskom pozornošću. Jastrebarsko se može pohvaliti svojim izgledom i vrijednošću vjerskih ustanova, no izgled dvorca i njihova sudbina ne idu u korist grada. Najveća pogreška grada je ta što je u potpunosti zanemario tri prekrasna dvorca, te što oni propadaju i ne uređuju se, a mogli bi se u potpunosti turistički iskoristiti.

---

<sup>25</sup> Čuvari baštine, op. cit., str. 10.

<sup>26</sup> 2012. Godišnjak grada Jastrebarskog, op. cit., str. 108.

<sup>27</sup> Ibidem

### 3.2.2. Kulturne ustanove

Autentične vrijednosti i tragovi života jednog naroda ili umjetnička dostignuća predstavnika toga naroda mogu se očuvati u etnografskim muzejima ili drugim kulturnim ustanovama koje svojim djelovanjem mogu privući turiste i dopuniti sadržaj turističkog boravka, odnosno naći zajednički interes s turizmom. Njihova prva zadaća je odgojno – obrazovna, ali zahvaljujući turizmu, mogu proširiti krug svojih posjetitelja i u turizmu mogu istodobno biti dio turističke ponude.<sup>28</sup>

U gradu Jastrebarskom najznačajnija kulturna ustanova je Gradski muzej i galerija koja izlaže predmete koje su ostavština kulturnih vrijednosti jaskanskog kraja. Predstavljaju dobru polaznu točku za razgled grada, budući da se u predvorju muzeja nalazi mali informativni centar Turističke zajednice grada Jastrebarskog gdje posjetitelji mogu dobiti promotivne materijale i ostale korisne informacija. Gradski muzej i galerija smješteni su u reprezentativno preuređenoj zgradi stare gradske vijećnice, građenoj 1826. U muzeju se čuva arheološka, kulturno – povijesna i etnografska baština jastrebarskog kraja. Ovdje je izložena i glasovita bula – povelja kralja Bele IV. kojom je 12. siječnja 1257. Jastrebarsko dobilo status slobodnog kraljevskog trgovišta. Galerijski prostor redovno je domaćin zanimljivih izložbi. U jaskanskom muzeju može se vidjeti povijesna zbirka koja svojim dokumentima, predmetima, fotografijama i namještajem slikovito opisuje građansku povijest Jaske od 13. do 19. stoljeća. Također tu se nalazi etno zbirka koja sadrži narodne nošnje, tradicijske predmete i namještaj iz seljačkog života. Posebno mjesto zauzima zbirka vezana uz dvorac i povijest grofova Erdody.<sup>29</sup> Osim različitih zbirku u sklopu muzeja se nalazi mala vinoteka koja prikazuje 600 godina povijesti vinarstva i vinogradarstva jaskanskog kraja te čuva poznata jaskanska arhivska vina. Osim najznačajnije kulturne ustanove u gradu, valja spomenuti još jednu značajnu kulturnu ustanovu. Naime radi se o tradicionalnoj kući, naziva se još i „stara hiža“ koja s tradicionalnim oruđem i namještajem, narodnim nošnjama dočarava način života ljudi u svetojanskom kraju. U vrijednoj etno zbirci Svetojanskog kraja osim izloženih alata, posuđa, ručnih radova, nošnji i predmeta, može se i razgledati prva hrvatska preša iz 1827.<sup>30</sup>

Također u gradu Jastrebarskom postoje institucije koje organiziraju različite kazališne predstave, koncerte te folklorne manifestacije, a to su Dom kulture, te Gradsko kazalište Jastrebarsko. Narodna knjižnica i čitaonica Jastrebarsko koje se nalaze u Centru za kulturu,

---

<sup>28</sup> N.Čavlek, op.cit., str.151.

<sup>29</sup> 2012. Godišnjak grada Jastrebarskog, op. cit., str.109.

<sup>30</sup> Turistički vodič Jastrebarsko, op.cit., str.15.

građanima kroz različite tečajeve pruža dodatne obrazovne sadržaje za odrasle. Također, u gradu i Glazbena škola pruža obrazovne i obrazovno – rekreacijske aktivnosti za vrijeme kraćih ili duljih školskih odmora.

### **3.3. Atraktivni prirodni (biotropni) resursi**

U početku turističkih kretanja priroda i njezini elementi su bili ključan motiv na osnovi kojih ljudi su donosili odluku o mjestu i načinu provođenja svoga odmora i rekreacije. Naime, upravo grad Jastrebarsko raspolaže s brojnim prirodnim vrijednostima koje posjetitelje ostavlja bez daha, te uglavnom su oni sami dovoljni da ostvare visoku privlačnost turističke ponude grada. Turisti samo zakorače i odmah im je jasno da svaki trenutak proveden u Jaski i okolici će biti poseban. Otkrit će krajolik bogat kontrastima; pitomo vinorodno prigorje, divlju i netaknutu prirodu, te bogatstvo šuma i voda Crne Mlake i Svete Jane. Na temelju toga, Jaska nudi različite mogućnosti rekreacijskih aktivnosti; paraglajding s Japetića i Plešivice, motocross staza u Mladini, te biciklističke, pješačke i planinarske staze kroz prekrasnu prirodu. Upravo se na ovim prostorima mogu izdvojiti tri geografske cjeline koje na temelju svoje prirodne ljepote su jedne od najposjećenijih turističkih izletišta u Hrvatskoj, a to su Plešivica, Sveta Jana te Crna Mlaka.

#### **3.3.1 Geoklimatski položaj**

Samo tridesetak kilometara udaljen od Zagreba, Jaskanski kraj još uvijek predstavlja pravu oazu mira i očuvane prirode. Grad Jastrebarsko sa okolišem se nalazi u prostoru bujne i raznolike vegetacije. No, sa 64% poljoprivrednih površina sa sigurnošću se može potvrditi da je prostor uravnoteženo i razumno iskorišten s ciljem gospodarskog razvoja. No, 36% šumskih površina proizlazi iz zemljopisnog položaja, reljefnih prilika i klimatskih osobina. Zemljopisni položaj jastrebarskog kraja je krajnji jugozapadni dio prostrane Panonske zavale. Reljef je razveden, najviša točka je Japetić sa 841 metara nadmorske visine, a najniža je u Pokupskom bazenu, kod Crne Mlake sa 107 metara nadmorske visine. Klimatske prilike su povoljne, jer je klima umjereno topla, a oborine jednako raspoređene kroz cijelu godinu. Središnja godišnja temperatura zraka iznosi 10,5 stupnja Celzijusa.<sup>31</sup> Na ovom dijelu pobrđa najviše su izvan šumske vegetacije rasprostranjena tla vinograda s poznatim jaskanskim

---

<sup>31</sup> Potrelica, F. , Matešić, K.: Jastrebarsko 1249. – 1999. Naklada Slap, Jastrebarsko, 2001., str.51.

vinima te ostala antropogena tla.<sup>32</sup> Upravo na temelju prostranih obronka vinograda, Jastrebarsko organizira najveću manifestaciju, a to je Jaskanske vinske svečanosti koja prikazuje sliku grada.

### 3.3.2. Plešivica

Plešivica, sedam kilometara udaljena od Jastrebarskog, visoko se uzdigla uz istoimeni planinski greben u punoj raznolikosti i ljepoti. Velik broj sunčanih dana i dobra tla pogodovala su uzgoju vinove loze koja se na ovom prostoru uzgaja od davnina. Danas, je Plešivica istinski simbol tradicije vinogradarstva i vinarstva jaskanskog kraja. Upravo na temelju vinogradnog krajolika, Jastrebarsko postaje jedno od značajnih hrvatskih vinskih središta, a danas je najvažniji vinski centar gdje je od ukupnih 188 vina s oznakom kontroliranog podrijetla na području Zagrebačke županije, čak 109 iz podregije Plešivica.<sup>33</sup> Stoga, glavna djelatnost na tom području je vinogradarstvo, te su na temelju toga puteve kroz Plešivicu prozvali Plešivačka vinska cesta. Otvorena je u svibnju 2001. godine te na njoj djeluje 35 gospodarstva s raznolikom turističkom ponudom. Ono što se nudi u podrumima i na obiteljskim gospodarstvima vinara Plešivačke vinske ceste su vrhunska vina, ali i tradicionalna domaća hrana. Osim najpoznatije autohtone sorte Portugizca Plešivice koji se uzgaja od 19.stoljeća i osvojilo je mnogobrojne nagrade i postignuća, još su poznate sorte vina poput chardonnayja, rajnskog rizlinga, sauvignona, tramnica, te crnog, bijelog i sivog pinota.<sup>34</sup> Plešivačka vina svojom kvalitetom osvajaju iz godine u godinu brojne nagrade. Na području Plešivice nalaze se turistička izletišta gdje izletnici mogu uživati u svježem zraku, obilju plodova prirode, domaćoj kuhinji i naravno, vrhunskim vinima.

Slika 3.: Panoramska slika Turističkog izletišta Mladina i Japetić



Izvor: Službena stranica Plešivice, [www.plešivica.hr](http://www.plešivica.hr). (10.05.2015.)

<sup>32</sup> Potrebica, F. , Matešić, K.: Jastrebarsko 1249. – 1999., Naklada Slap, Jastrebarsko 2001., str.25.

<sup>33</sup> Potrebica, F. , Matešić, K.: op.cit., str.47.

<sup>34</sup> 2012. Godišnjak grada Jastrebarskog, Printera Grupa Zagreb, Jastrebarsko, 2012.,str.134.

U prostoru nekadašnjeg lovačkog doma na Plešivici, smještenog na najvišoj točki ceste Jastrebarsko-Samobor, danas se nalazi Klet Poljanice. Poljanice se odlično odmore za šetače, planinare, bicikliste i letače. Tu se nalazi i polazište do razgledne piramide, s koje se pruža pogled na zelenilo vinograda i plavetnilo neba te brojna jaskanska sela. Nedaleko Kleti nekada se nalazila bolnica za plućne bolesnike, zbog ljekovitog zraka koji sadrži više kisika, pa je dolazak na Poljanice izvrstan i za zdravlje. Najviši vrh Plešivice na 879 metara je rezervat šumske vegetacije – Japetić. Na samom vrhu nalazi se razgledna piramida visoka 12 metara, s koje se pruža prekrasan pogled. Na Japetiću je smješten i planinarski doma Žitnica s pogledom na Pokuplje, Žumberak, Klek, pa čak i sve do Alpa. Idealno je mjesto za planinare, izletnike, bicikliste, letače i ostale zaljubljenike u prirodu. Svake godine na Praznik rada već tradicionalno se organizira uspon na Japetić, na što se svake godine odazove mnogo Jaskanaca i ostalim posjetitelja. Izletnište Mladina danas se sve više poistovjećuje s jednom od najljepših zahtjevnih moto-cross staza Europe. Ovdje se u zelenoj oazi mira održavaju svjetska, europska i državna prvenstva i utrke u moto – crossu.

### 3.3.3. Sveta Jana

Prepoznatljivost Svete Jane očituje se u zdravoj, izvorskoj pitkoj vodi. Da je ovaj kraj izuzetno bogat kvalitetnom vodom potvrđuje staro, vrlo izdašno termalno vrelo u selu Svetojanske Toplice. Zbog svog uravnoteženog mineralnog sastava i vrhunske kvalitete, izvorska voda Jana koju puni Jamnica u punionice Celine, svrstala se u sam svjetski tržišni vrh i postigla izuzetni uspjeh. Prije nekoliko godina pokraj starog termalnog vrela sagrađen je športsko-rekreacijski centar s olimpijskim bazenom, te bazenom za djecom. Centar je bilježio godinama veliki broj posjetitelja i kupaca, ali nažalost zbog nesuglasica vlasnika sa mještanima, moramo je zatvoriti centar, stoga danas se nalazi u ruševnom stanju.

Slika 4.: Panoramska slika Svete Jane



Izvor: Službena stranica Svete Jane, [www.svetajana.com](http://www.svetajana.com) (10.05.2015.)

Osim što se prepoznatljivost svetojanskog kraja očituje u izvorskoj pitkoj vodi, područje Svete Jane je najgušće naseljeno područje u okolici grada Jastrebarskog. Upravo zbog živahnih svetojanskih gorica koje pobuđuju razdraganost, zaljubljenici u ovaj kraj tvrde da dulji boravak u Svetoj Jani donosi čovjeku trajno dobro raspoloženje i krepkost. Sveta Ana je zaštitnica cijelog istoimenog kraja. Njen srpanjski blagdan, popularno „Janinovo“, velika je svečanost koja povezuje vjeru, običaje i tradiciju.

#### 3.3.4. Crna Mlaka

Ornitološki rezervat Crna Mlaka nalazi se u središnjem dijelu močvarno – šumskog područja, 11 kilometara jugoistočno od centra Jastrebarskog. Na dijelu neprekidno plavljenog tla, površine 625 hektara, 1905. iskrčena je šuma i izgrađeni su šaranski ribnjaci. U središnjem dijelu rezervata uređen je vrlo lijepi park s ukrasnim vrstama drveća i grmlja. Usred parka, prvi vlasnik Kornellius Zwiling podigao je dvorac Ribograd u stilu bečke secesije.

Slika 5.: Crna Mlaka u zimi



Izvor: Službena stranica grada Jastrebarskog, [www.jaska.com.hr](http://www.jaska.com.hr) (10.05.2015.)

Crna Mlaka proglašena je 1980. Specijalnim ornitološkim rezervatom i nalazi se pod posebnom zaštitom. Bilježi čak 235 ptičjih vrsta, od toga orao štekevac, orao kliktaš, riječni galebovi, crne rode, gnjurci, čaplje, šljuke i razne vrste pataka samo su neke od mnoštva zaštićenih ptica koje se ovdje zadržavaju tokom većeg dijela godine. Svojevrсни zaštitni znak Crne Mlake je patka njorka. Nažalost obilazak Crne Mlake potrebno je prethodno dogovoriti s vlasnikom jer se radi o privatnom vlasništvu i ulazak u rezervat je strogo zabranjen.

### **3.4. Receptivni elementi turističke ponude grada Jastrebarskog**

Na području Zagrebačke županije, smještajna ponuda je najveća u području oko Ivanić Grada, Jastrebarskog i Samobora i čini 78 posto od ukupne ponude Zagrebačke županije<sup>35</sup>. Potražnja, odnosno zahtjevi tržišta su nešto veći, posebice kada su u pitanju gospodarstva koja se bave seoskim turizmom. Ugostiteljska ponuda je znatno veća od smještajne, a to potvrđuje raznolika ponuda vina, odnosno Plešivička vinska cesta. Uz bogatu kulturo-povijesnu baštinu grada Jastrebarskog, velika je ponuda događanja vezanih uz vinarstvo, kao što su Jaskanske vinske svečanosti, Vincekovo, a obogaćuje ih i ponuda sportsko-rekreacijskih aktivnosti, biciklističke staze, lova i ribolova. U okviru seoskog turizma i izletišta, osim smještaja, postoji gastronomska ponuda, razgledavanje okolice balonom, vožnja kočijom, jahanje i škola jahanja, sportski tereni, posjeti vinskim podrumima, hranjenje domaćih životinja. U posljednje vrijeme potražnja za odmorom na takvim imanjima sve je veća. Gosti u većini slučajeva odlaze na seoska imanja ponajprije iz gastronomskih razloga (uživanje u domaćim jelima i tradicijskim pićima), a rjeđe se javlja interes za razgledavanje imanja, domaćih životinja ili druge aktivnosti na gospodarstvima.

#### **3.4.1 Smještajni objekti**

Jastrebarsko je u protekloj godini zabilježila porast broja noćenja za 20 posto u odnosu na 2013. godinu. Prema podacima iz Turističke zajednice grada na području Jastrebarskog u 2014. godini ostvareno 3 115 noćenja, dok je prethodne 2013. godine ostvareno njih 2 536. Na taj porast, utjecala je dobra promocija turističke ponude grada kroz oglašavanje i druge aktivnosti. Ono što je zanimljivo jest činjenica da grad sve više posjećuju strani turisti koji se, kako doznajemo i zadržavaju duže od domaćih gostiju. U odnosu na broj noćenja domaćih turista kojih je prošle godine bilo 850, stranih je bilo skoro tri puta više.

---

<sup>35</sup> Franić, R., Cunj L.: „Društveno-gospodarski preduvjeti razvitka agroturizma u Zagrebačkoj županiji“, Agronomski glasnik 5/2007, ISSN 0002-1954, Agronomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 2007., str. 390.

Slika 6.: Jedno od ljepše uređenih obiteljskih gospodarstva Ciban koje sa nalazi u okolici grada Jastrebarsko



Izvor: Internet stranica Put pod noge, [www.putpodnoge.hr](http://www.putpodnoge.hr) (31.05.2015.)

Točnije, u Jaski je 2014. godine ostvareno 2 265 noćenja stranih turista. Najviše dolazaka ostvareno je iz Njemačke, zatim slijede gosti iz Italije, Srbije i Slovenije. Također, prosječan broj dana koliko se strani gosti zadržavaju je puno veći nego kod domaćih turista, što znači da ti gosti nisu samo u tranzitu, nego se zadržavaju u Jaski. Jastrebarsko je prošle godine bio najposjećeniji u kolovozu, a među najposjećenijim razdobljima su i mjesec lipanj, ali i listopad. Najviše ih zanimaju Plešivička vinska cesta, te prirodne znamenitosti, no protekle su godine i Gradski muzej i galerija zabilježili veći broj grupnih dolazaka. S povećanjem dolazaka turista u Jasku, u Turističkoj zajednici su zadovoljni, te ističu kako se i u ovoj godini, uz primjenu dinamičnog marketing plana, planira povećanje broja dolazaka i noćenja na području Jastrebarskog.<sup>36</sup> No, Jastrebarsko ne bi bilježilo veći broj noćenja i dolazaka da nema lijepo uređena mala obiteljska gospodarstva, koje pružaju udobnost posjetiteljima. Na području grada registrirana su osam smještajnih kapaciteta. Većinom su to obiteljska gospodarstva, gdje su većinom zaposleni članovi obitelji, a osim usluge smještaja, u svojoj ponudi imaju i gastronomske delicije, a to su: malo gospodarstvo Kolarić sa četiri zvjezdica, Klet Jana i Pastuh Pub, također sa četiri zvjezdica. Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo Ciban, Režekov podrum, te Vinarstvo Španić imaju tri zvjezdica. Dok svim ljubiteljima prirode i rekreacije Planinarski dom Žitnica nudi smještaj sa 35 ležaja, a ljubiteljima tradicijskih običaja Retro-eko obiteljsko gospodarstvo nudi smještaj sa 8 ležaja.

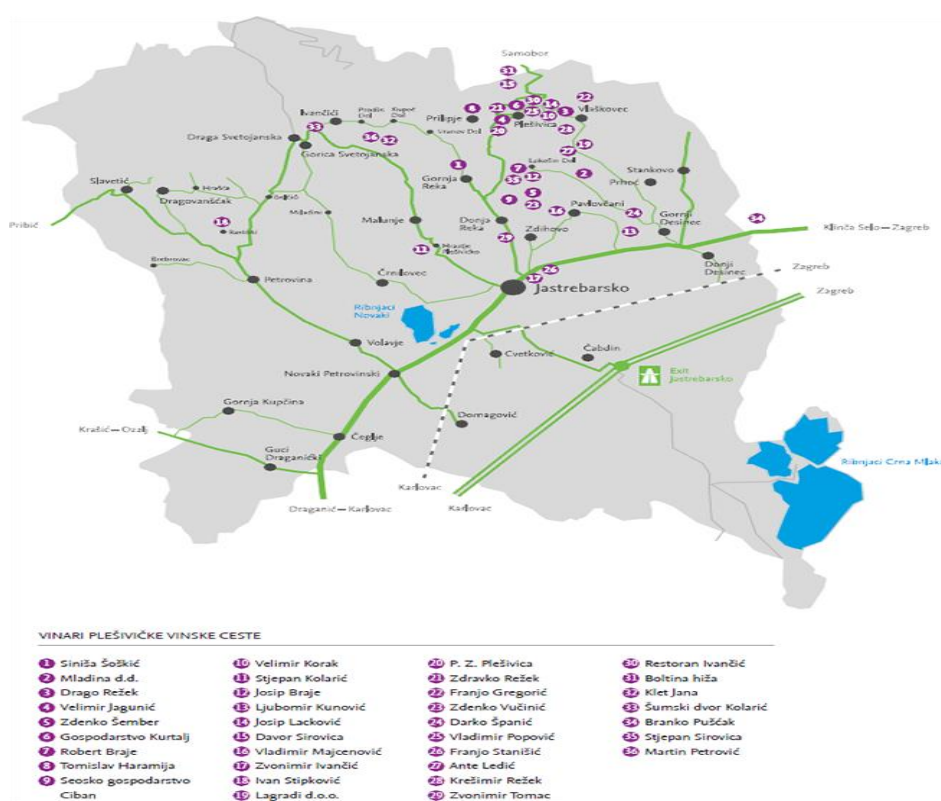
---

<sup>36</sup> Jaska danas, <http://jaskadanas.hr/Grad/Clanak/2044/u-godinu-dana-broj-nocenja-veci-za-20-posto-.aspx> (31.05.2015.)

### 3.4.2. Gastronomska i enološka ponuda

Temelj ugostiteljske ponude grada Jastrebarskog je tradicionalna, odnosno domaća kuhinja. No, osim hrane, posjetitelji koji dolaze u grad zastanu da bi kušali vina budući da je ovaj kraj najpoznatiji po vinarstvu.

Slika 7.: Vinska karta vinara na Plešivičkoj vinskoj cesti



Izvor: Službena stranica Turističke zajednice grada Jastrebarsko, [www.tzgj.hr](http://www.tzgj.hr) (31.05.2015.)

Stoga brojni vinari koji se nalaze na Plešivačkoj vinskoj cesti osim degustacije najpoznatijih sorti vina, u ponudi imaju tradicionalna jela koja su karakteristična za ovaj kraj, kao što je šunka, češnjovke, štrukli, kravlji sir, medenjaci, grebljica, plešivački copanjek koji je autohtoni slatki prhki kolač pripremljen od sastojaka dostupnih u svakom pravom jaskanskom domu. Na području grada Jastrebarsko, Plešivice i Svete Jane nalaze se 33 vinara koje pružaju degustacije vina i hrane, a neki od najpoznatijih su: poljoprivredno gospodarstvo Režek, Korak, Kolarić, Jagunić, Ciban, Tomac, Braje, Šember, Šoškić, te mnogi drugi vinari i vinske kuće. Osim restorana koji imaju u ponudi domaću hranu, kao što su: Restoran Ivančić, Vinska kuća Jana, Pastuh pub, restoran Šumski dvor, Karlo, Kuna, „k Lojzku“, no u samom gradu ima i nekoliko pizzerija, kao što su: Erdody, Sahara, Jazz i Peperroni.

#### 4. KULTURNE MANIFESTACIJE U TURISTIČKOJ PONUDI GRADA JASTREBARSKOG

Za Jaskanski vinogradni kraj, najvažnije su, najljepše i najbogatije manifestacije vezane uz vino i uz „vinske“ svece. Naime, tradicionalno se svi radovi u vinogradu obavljaju uz blagoslov u narodu štovanih vinskih svetaca koji su vezani uz godišnji ciklus. U siječnju, uz blagoslov Svetog Vinka započinje rezidba vinograda, na način da se trsovi kite kobasicama i zalijevaju vinom, a kraj ceremonije se obilježava proslavom u vinariji Mladina. U svibnju se slavi drugi vinski svetac, Sveti Urban, a to je godišnje doba kad veličina lista vinove loze treba pokriti dobar pehar. Sveti Mihael u rujnu najavljuje početak berbe grožđa te se u Svetoj Jani obilježava Miholje. Vinska sezona završava u čast Svetog Martina kad se u gotovo svim podrumima održavaju martinjske svečanosti uz znak krštenja mošta<sup>37</sup>. Jastrebarsko je nadaleko poznato po svojim odlično organiziranim, sada već i tradicionalnim i željno iščekivanim manifestacijama. Veliki publicitet i u državnim medijima uvijek pripadne Jaskanskim vinskim svečanostima koje svake godine dobivaju na popularnosti. Upravo one pružaju brojnim vinarima da izlože najbolja svoja vina široj javnosti, a najpoznatiji pjevači sa hrvatske estrade pružaju najbolju zabavu u gradu. Te upravo Jaskanske vinske svečanosti pridonose povećanju broja noćenja, jer brojni posjetitelji nakon što probaju nekoliko čašica vina, ostaju tih par dana koliko i traju svečanosti. No, nikako ne treba zaboraviti i druge manifestacije koje se zanimljive posjetiteljima, kao što su: Diplomatska berba, Sanjkaški kup, KotloVINA show, Fašnik u Jaski, Dani meda i brojna druga događanja.

##### 4.1. Jaskanske vinske svečanosti (JSV)

Jaskanske vinske svečanosti, tradicionalna rujanska vinska fešta koja već 16 godina svake jeseni promovira vina i vinare ovog kraja te najavljuje novu berbu najvažnija je manifestacija i društveni događaj u Jaski i okolici.<sup>38</sup> U prethodnoj 2014. godini Jaskanske vinske svečanosti održavale su se od 11. do 14. rujna na prostoru jaskanskog sajmišta. Te godine Jaskanske vinske svečanosti održane su dvadeset i drugi puta a s ciljem promocije jaskanskog vinarstva i vinogradarstva, te turističkih i gospodarskih potencijala prepoznatih ne samo na Hrvatskoj, nego i na međunarodnoj razini.<sup>39</sup> U četiri dana manifestacije posjetitelji su imali priliku kušati vina 16 jaskanskih vinara što je za domaće proizvođače od velikog značaja. Jastrebarsko se ovom manifestacijom još jednom predstavlja širokoj javnosti kao grad iznimno bogate

<sup>37</sup> Turistički vodič Jastrebarsko, op.cit., str. 18.

<sup>38</sup> Turistički vodič Jastrebarsko, op.cit., str.30.

<sup>39</sup> Turistička zajednica Zagrebačke županije, [www.tzzz.hr](http://www.tzzz.hr) (31.05.2015.)

tradicije koju kroz više od sedam stoljeća posebno krasi tradicijski obrti, turizam i vinogradarstvo, koje je posljednjih godina svrstalo Plešivicu na sam vrh vinarstva kako u Hrvatskoj tako i u široj regiji. No osim ponude raznovrsnih sorti vina, te brojnim događanjima kroz koje posjetitelji upoznaju kulturna i tradicijska obilježja, jaskanske vinske svečanosti pružaju i bogatu gastronomsku ponudu. Iz godine u godinu program manifestacije se obogaćuje, te se širi krug suradnje s brojnim gradovima partnerima. U sklopu Jaskanskih vinskih svečanosti održava se niz događanja, a među njima su KotloVINA show te obrtničko-turistička izložba Eko-Etno.

Slika 8. Reklamni letak Jaskanskih vinskih svečanosti u 2014. godini sa sponzorima



Izvor: Službena stranica Turističke zajednice grada Jastrebarsko, [www.tzgj.hr](http://www.tzgj.hr) (31.05.2015.)

#### 4.1.1. Posjećenost „Jaskanskih vinskih svečanosti“

Manifestacija „Jaskanske vinske svečanosti“ se prvi puta održala 2008. godine na glavnom gradskom trgu u sklopu obilježavanja Svjetskog dana turizma i izazvala veliki interes i veliku posjećenost, te se od tada svake godine održava na jaskanskom Sajmištu u sklopu poznatih

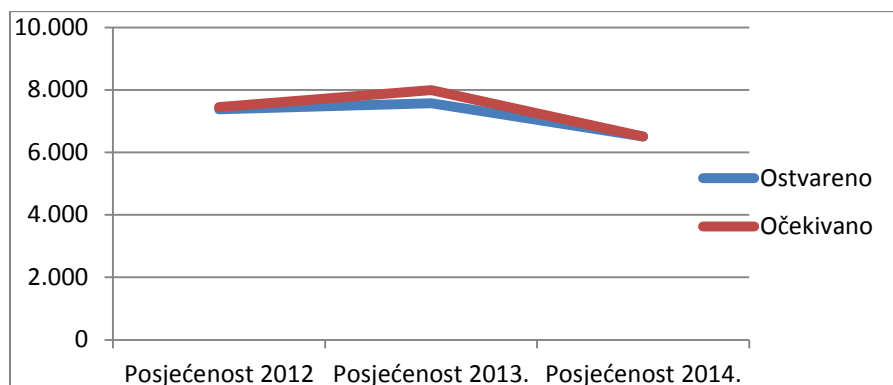
Jaskanskih vinskih svečanosti .U svrhu promocije Grada Jastrebarskog, vinogradarstva, vinarstva i Plešivičke vinske ceste, grad Jastrebarsko organizira manifestaciju „Jaskanske vinske svečanosti“ koja okuplja brojne posjetitelje. Iako posjećenost manifestacije Jaskanskih vinskih svečanosti ovisi o vremenskim uvjetima, svake godine okuplja sve više posjetitelja. Glavne ciljne skupine manifestacije su prvenstveno domaće i inozemne grupe turista, a zatim poslovni subjekti gospodarske i turističke ponude i komplementarnih djelatnosti, koji ima aktivnu ulogu u razvitku vinogradarstva i poljoprivrede u Jastrebarskom i okolici, te lokalna zajednica. Glavni izvor financiranja manifestacije je iz proračuna Grada Jastrebarskog, Ministarstva poduzetništva i obrta. Glavni nositelj projekta je Grad Jastrebarsko, a partneri su Udruženje obrtnika Jastrebarsko te Turistička zajednica grada Jastrebarskog<sup>40</sup>. Glavni cilj projekta je promocija i jačanje vinarstva i vinogradarstva, te turističke ponude grada Jastrebarskog, Zagrebačke županije, ali i cijele Republike Hrvatske na način da turisti mogu kušati najbolja vina u kraju te domaće proizvode, sudjelovati u njihovoj pripremi, te upoznati kulturnu baštinu grada kroz demonstracije izrade raznih proizvoda tradicionalnim metodama. Tijekom cijele manifestacije dijele se promotivni materijali u kojima se nalazi popis svih proizvođača sa područja Jastrebarskog sa pripadajućim kontaktima. Svake večeri uz domaće proizvode, hranu i piće, nudi se prigodni program, nastupi kulturno-umjetničkih društva i tamburaških sastava, a u kasnijim večernjim satima za zabavu su zadužena poznata lica hrvatske estradne scene. U vrijeme održavanja manifestacija, izvan šatora se nalazi i lunapark za djecu, ugostiteljska ponuda, ponuda slatkiša za djecu i raznih sitnica koje tokom dana zaokupe pozornost najmlađih, a u večernjim satima mlađa populacija rado se zabave u lunaparku.

Priloženi grafikon prikazuje odnos ostvarene posjećenosti u odnosu na očekivanu posjećenost za 2012.,2013., i 2014.godinu.

---

<sup>40</sup> Izvješće- Manifestacija „Jaskanske vinske svečanosti“ Grad Jastrebarsko, 2014.

**Grafikon 1.: Odnos ostvarene posjećenosti u odnosu na očekivanu posjećenost za 2012., 2013., i 2014. godinu**



Izvor: obrada autora prema podacima grada Jastrebarskog

Manifestaciju je posjetila 7.378 osoba s plaćenom ulaznicom u 2012.-toj godini. Proračun manifestacije je iznosio 845.523,50 kuna, a 43% sredstava prihodovano je na ime zakupa prostora, prodaje ulaznica te sponzorstva i donacije.<sup>41</sup>

Manifestaciju je posjetila 7.571 osoba s plaćenom ulaznicom u 2013.-toj godini. Proračun manifestacije iznosio je 959.120,81 kuna, a 45% sredstava prihodovano je na ime zakupa prostora, prodaja ulaznica te sponzorstva i donacija.<sup>42</sup>

Manifestaciju je posjetila 6.509 osoba s plaćenom ulaznicom u 2014.-toj godini. Proračun manifestacije iznosio je 729.023,91 kuna, a oko 50% sredstava prihodovano je na ime zakupa prostora, prodaja ulaznica te sponzorstva i donacija.<sup>43</sup>

Iz grafikona vidljivo je da je najviše posjetitelja bilo 2013.godine, te je tada odnos očekivane i ostvarene posjećenosti bio znatno različitiji. Organizatori tvrde da razlog slabije posjećenosti u 2014.-toj godini je nažalost loše vrijeme, jer za posjetitelje iz Karlovca i Samobora koji su najčešći posjetitelji kiša uvelike stvara smetnje ukoliko se u kasnim satima vraćaju u svoj kraj.

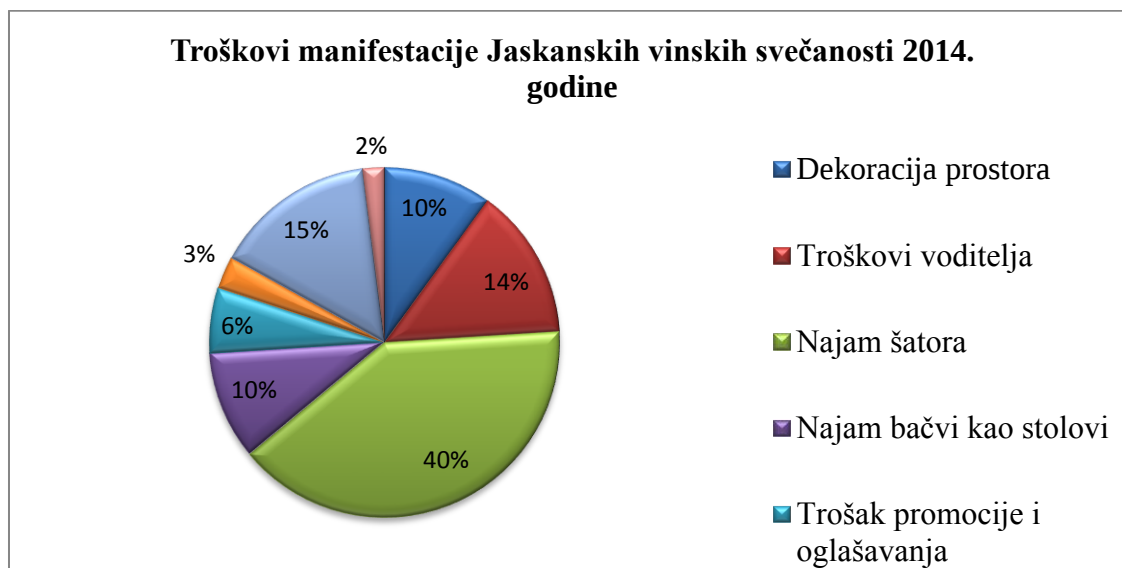
Od svih izvođača koji su za vrijeme svečanosti nastupili, najviše posjećenosti je ipak imao zvijezda hrvatske estrade Ivan Zak. Golemi šator Jaskanskih vinskih svečanosti na Sajmištu u nedjelju 14.rujna je bio premalen kako bi primio sve one koji su željeli uživati na koncertu

<sup>41</sup> Izvješće o izvršenju Programa potpore gospodarstvu, obrtništvo, malom i srednjem poduzetništvu Grada Jastrebarskog za 2012.godinu, Službeni vjesnik Grada Jastrebarskog, Jastrebarsko, 2012.

<sup>42</sup> Izvješće o izvršenju Programa potpore gospodarstvu, obrtništvo, malom i srednjem poduzetništvu Grada Jastrebarskog za 2013.godinu, Službeni vjesnik Grada Jastrebarskog, Jastrebarsko, 2013.

<sup>43</sup> Izvješće o izvršenju Programa potpore gospodarstvu, obrtništvo, malom i srednjem poduzetništvu Grada Jastrebarskog za 2014.godinu, Službeni vjesnik Grada Jastrebarskog, Jastrebarsko, 2014.

najpoznatijeg Jaskanca Ivana Zaka. Organizatori manifestacije s tradicijom dugom 22 godine ističu da je poznati glazbenik oborio rekord koncertne posjećenosti, a zbog rekordnog broja posjetitelja u šatoru su pucale postavljene podnice. Više od tri i pol sata publika je u glas pjevala sa šarmatnim glazbenikom koji sam potpisuje sve svoje hitove<sup>44</sup>. Unatoč obilnoj kiši i lošem vremenu, sve četiri večeri Jaskanskih vinskih svečanosti bile su odlične posjećenosti što je još jednom dokazalo da je to manifestacija koja se ne propušta, te prikuplja sve generacije naraštaja. Iako 2014. broj posjetitelja se smanjio u odnosu na 2013. no usprkos tome manifestacija je ostvarila prihod. Budući da su manifestaciju posjetile poznate osobe, naravno da je bila medijski popraćena, RTL televizija se uživo javljala uživo iz šatora, te se medijsko pratila na brojnim portalima, tiskovinama, radio i TV emisijama. Na manifestaciju dolazi veliki broj gostiju iz susjednih gradova, ali i stranaca jer još uvijek veliki broj turista prolazi kroz Jastrebarsko, a takve manifestacije ih svakako zadržavaju. Manifestacija ima edukativnu svrhu jer služi za kulturno uzdizanje posjetioca, a svakako je i zabavnog karaktera, te potiče na druženje i buduće suradnje.



Izvor: obrada autora prema podacima grada Jastrebarskog

Na temelju priloženog grafikona koji pokazuje troškove manifestacije Jaskanskih vinskih svečanosti 2014. godine vidljivo je da najviše troškova otpada na najam šatora, a iznosi 40.000,00 HRK. Sljedeća stavka koje je iznosila 14.000,00 HRK je bila troškovi voditelja, izvođača i hostesa, budući da su oni bitni jer pridonose da se posjetitelji ugodnije osjećaju i stvaraju prijateljsku atmosferu. Troškovi tiskanja bannera, plakata, pozivnica, diploma

<sup>44</sup> 24 sata, [www.24sata.hr](http://www.24sata.hr) (17.06.2015.)

sudionicima i ostalog promotivnog materijala iznosilo je 15.000,00 HRK, koji su se koristili u marketinške svrhe. Troškovi iznajmljivanja bačava kao stolova, te ostale dekoracije prostora da bi se dočarale prirodne ljepote jaskanskog vinogradnog kraja su iznosile svaka po 10.000,00 HRK. Troškovi promocije i oglašavanja na lokalnom radiju, ali i ostalim radio stanicama u Hrvatskoj, te oglašavanje putem Turističke zajednice iznosili su 6.000,00 HRK. Brendiranje same manifestacije, odnosno vizualni identitet stajao je 6.000,00 HRK. Dok, ostali troškovi kao što su poštarina, materijalni troškovi, trošak telefona stajao 2.000,00 HRK. Naposljetku, sveukupni iznos troškova manifestacije Jaskanskih vinskih svečanosti 2014.godine je iznosio 100.000,00 HRK s PDV-om<sup>45</sup>. Na temelju prikazanih podataka, ne treba zanemariti troškove koji nisu beznačajni, ali treba uzeti u obzir prihode koje dolaze sa manifestacijom. Obzirom da se radi o manifestaciji, teško je procijeniti uspješnost, jer uvijek postoji određen rizik, činjenica je da 2013.godine za vrijeme trajanja manifestacije u jaskanskim smještajnim objektima zabilježeno je oko tristo noćenja, podjednako domaćih i stranih turista, pokazuje da je manifestacija uspješna te potiče razvoj turizma u gradu Jastrebarskom.

#### 4.1.2. Plan odvijanja turističkih događanja u 2014. godini

Program „Jaskanskih vinskih svečanosti“ u 2014. godini započeo je u četvrtak 11. rujna u 18 sati kada je sa Strossmayerovog trga prema sajmištu krenula svečana povorka. Obnašatelj dužnosti gradonačelnik Zvonimir Novosel u društvu premijera RH Zorana Milanovića, te župana Zagrebačke županije nakon što je povorka stigla do Sajmišta gdje su se održavale svečanosti, pod visokim pokroviteljstvom Vlade Republike Hrvatske, te uz vatromet svečano su otvorili Jaskanske vinske svečanosti. U večernjim satima prvog dana, u šatoru na sajmištu, bili su zakazani kulturno-umjetnički, te glazbeni program kojeg su upotpunili Desinečki tamburaši, a od 22 sati nastupile su Gazde. Sljedeći dan, petak 12. Bile su zakazane sportske aktivnosti tokom dana, koje su trajale od 18:00 do 20:45 sati, a to su bile nogometna utakmica dobrovoljnih davatelja krvi Samobora i Jastrebarskog na sajmištu, te nakon toga kod dvorca Erdody odvijalo se nordijsko hodanje, te škola trčanja, te u večernjim satima nakon 20:00 sati nastupili su Tamburaški sastav Fini dečki i Begini. Od toga dana da bi posjetitelji mogli ući u šator, poslije 20:00 sati naplaćivale su se ulaznice u vrijednosti od 10 kuna. Subotu ujutro od 9:00 sati već su počele aktivnosti na seoskom gospodarstvo Režek, gdje su bile likovne

---

<sup>45</sup> Izvješće – Troškovi manifestacije Jaskanskih vinskih svečanosti, grad Jastrebarsko, 2014.

kolonije sve do 14:00 sati, nakon toga u šatoru od 19:00 krenuli su folklorni nastup zajednice kulturno umjetničkih udruga grada Jastrebarskog, te nakon toga predstavljanje kandidatkinja za izbor Vinske kraljice Zagrebačke županije. U večernjim satima, posjetitelje su zabavljali grupa Prima Vista te popularni Ivan Zak koji je bilježio najveći broj posjetitelja. U posljednjem danu Jaskanskih vinskih svečanosti je bila organizirana turističko-gastronomska manifestacija kotloVINA show, gdje su se natjecale prijavljene ekipe u pripremanju kotlovine, poznatog prigorskog specijaliteta pod stručnim žirijem. Nakon toga nastupali su jaskanski puhački orkestri, te vinske svečanosti zatvorili su grupa Staccato te Jasmin Stavros<sup>46</sup>. Također napomenula bih da za vrijeme Jaskanskih vinskih svečanosti organizira se obrtničko – turistička izložba Eko Etno Jaska koja je od iznimne važnosti jer promiče očuvanje tradicije jaskanskog kraja kroz tradicionalne proizvode i zanate. Posjetiteljima je 30-tak izlagača nudilo tradicionalne proizvode, od prehrambenih, pa sve do raznih suvenira i ukrasa. Na izložbi su svoje proizvode izložili i obrtnici grada partnera, otoka Hvara, te nekoliko obrtnika iz susjednih gradova i općina.

#### 4.1.3. SWOT analiza Jaskanskih vinskih svečanosti

Prije svega, potrebno je pojasniti što znači riječ SWOT. Kratica naziva SWOT analiza dolazi od engleske riječi koja podrazumijeva: stenghts - snage (prednosti), weakneses – slabosti (nedostaci), opportunities – prilike (mogućnosti) i threats – opasnosti (ograničenja). SWOT analiza (engl. SWOT analysis, njem. SWOT-Analyse) je kvalitativna analitička metoda kojom se stupnjevanjem elemenata u okviru 4 polja analize – mogućnosti, ograničenja, prednosti, nedostaci – procjenjuju jake i slabe strane, pogodnosti i problemi razmatranog predmeta ili pojave<sup>47</sup>. Snage, odnosno prednosti treba tražiti u područjima na kojima se konkretno neka manifestacija ističe u odnosu na konkurente i na kojima ostvaruje uspjeh. Neke od prednosti manifestacije Jaskanske vinske svečanosti je prije svega njezina lociranost, naime, svake godine manifestacija se održava pored glavne prometnice na velikom sajmištu nedaleko samog centra što je odlično za sve posjetitelje koje dolaze iz pravca Zagreba ili Karlovca, te pritom je osigurano dovoljni broj parkirnih mjesta. Zatim vrhunska vina najpoznatijih vinara u okolici su također velika prednost, te to što manifestacija pruža svim posjetiteljima da na jednom mjestu probaju različita vina, te kušaju tradicionalnu hranu koja karakteriziraju ovaj

---

<sup>46</sup> Jaska danas, [www.jaskadanas.hr](http://www.jaskadanas.hr) (31.05.2015.)

<sup>47</sup> Poslovni info, [www.poslovni-info.eu](http://www.poslovni-info.eu) (13.06.2015.)

kraj. Jaskanske vinske svečanosti pokazuju sliku prošlosti i sadašnjosti, te povezuju ljude koji vole i cijene tradicijsku kulturu, običaje i jezik. Čuva od zaborava nekadašnje selo te ljude te i dočarava suvremenom čovjeku. Organizatori manifestacije s velikim entuzijazmom organiziraju unutar Jaskanskih vinskih svečanosti događaje kao što su kotloVINA show, obrtničko-turističku izložbu Eko Etno, te time posjetiteljima nude široki raspon mogućnosti za sudjelovanjem, ali i uživanjem u izvođenju manifestacija. No, manifestacija ne bi bila toliko uspješna da obiteljska gospodarstva u okolici nemaju kvalitetnu suradnju s lokalnom vlašću i turističkom zajednicom, jer ukoliko ne pristanu na suradnju, manifestacija bi propala. Slabosti ili nedostaci koje proizlaze iz manifestacije je nažalost što se skoro svake godine ponavljaju izvođači čime dolazi do zasićenosti naročito kod mlađe populacije, jer tokom tih dana kada se održavaju svečanosti noćni život se seli u šator, gdje onda nažalost mlađa populacija bude razočarana jer neki izvođači su bili i prošle godine. Također neke od nedostataka manifestacije su zvučni efekti, jer razglas u nekim dijelovima šatora je previše glasan da bi ljudi mogli razgovarati, dok je u nekim dijelovima znatno tiši. Budući da obiteljska gospodarstva koja sudjeluju na manifestaciji, posjetiteljima pružaju smještaj, no kako svake godine broj posjetitelja raste, javlja se problem jer gospodarstva su ograničena sa smještajnim kapacitetima

Prijetnje i prilike dolaze iz okoline u kojoj se manifestacija odvija. Prilike podrazumijevaju mogućnosti koje manifestacija uz postojeće snage i slabosti može ili bi ih u nekim okolnostima mogla realizirati. Da bi se prilike mogle ostvariti, uz potrebne snage nužan je i veliki angažman organizatora manifestacije. Za razliku od toga, na prijetnje se najčešće ne može utjecati, pa se za njih treba na vrijeme pripremiti. Prijetnje ili ograničenja mogu biti brojne, a to su da može doći do smanjenja prihoda što može biti rezultat zasićenosti kod posjetitelja Jaskanskih vinskih svečanosti, odnosno da troškovi manifestacije budu veći od prihoda koje se ostvare tokom manifestacije, na što može utjecati i današnja situacija u državi. Prijetnje nažalost mogu biti elementarne nepogode, što uvelike može smanjiti posjećenost. Naime, prošle 2014. godine organizatorima nije pogodovalo vrijeme, te su imale poteškoće u šatoru jer je na nekim mjestima je prokišnjavalo. Nažalost na takvu nepogodu nisu mogli utjecati, ali su mogli utjecati na kvalitetu šatora te su trebali na vrijeme organizirati i postaviti kvalitetniji šator koji ne bi prokišnjavao, te je to možda utjecalo na smanjenu posjećenost. Krašički dani vina, te ostale manifestacije koje su sličnog karaktera, iako se ne odvijaju u istom vremenskom periodu mogu ugroziti posjećenost Jaskanskih vinskih svečanosti ukoliko se ljudi opredijele na samo jednu manifestaciju. Svake godine javlja se problem individualaca

sa policijom jer nekoliko kapljica vina kod pojedinaca može uzrokovati svađe i nemira, no čuvari zakona su svake godine u pripravnosti da takve prijetnje na vrijeme spriječe. Prilike ili mogućnosti koje mogu stvoriti Jaskanske vinske svečanosti su u konačnici najvažnije za sam grad. Nova sponzorstva i suradnje mogu biti od koristi lokalnoj vlasti jer potiču zaposlenost. Publicitet i oglašavanje putem turističkih agencija te medija mogu pridonijeti stvaranju imidža grada Jastrebarskog, te tako privući sve veći broj posjetitelja. No, najvažnije mogućnosti koje pridonose Jaskanske vinske svečanosti su da svake godine sve više pridonose gospodarskom razvitku grada, ali i cijele države na način da potiču razvitak poljoprivrede i vinarstva. Ukoliko će se vinarstvo u ovom kraju razvijati, Jaskanske vinske svečanosti neće otići u zaborav, niti će se smanjiti posjećenost, što nakraju rezultira i poticanju turizma i razvoja grada Jastrebarskog.

Sintetizirani prikaz provedene SWOT analize nalazi se u tablici 2.

Tablica 2.: SWOT analiza Jaskanskih vinskih svečanosti

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Strenghts – Prednosti</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokacija</li> <li>• Dovoljni broj parkirnih mjesta</li> <li>• Entuzijazam</li> <li>• Kvalitetna vina</li> <li>• Tradicionalna domaća kuhinja</li> <li>• Široki raspon tema</li> <li>• Kulturno-povijesna baština</li> <li>• Kvalitetna suradnja obiteljskih gospodarstva s lokalnom vlašću i turističkom zajednicom</li> </ul> | <p><b>Weaknesses – Nedostaci</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ponavljanje izvođača</li> <li>• Nedovoljno znanja za tehnološku podršku</li> <li>• Nedovoljno smještajnih kapaciteta</li> </ul>                                                        |
| <p><b>Opportunities – Mogućnosti</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sponzorstva</li> <li>• Publicitet</li> <li>• Podrška lokalne zajednice</li> <li>• Zainteresiranost medija i turističkih agencija</li> <li>• Povećanje zaposlenosti</li> <li>• Povećanje proizvodnje vina</li> <li>• Povećanje vinogradskih površina</li> </ul>                                                            | <p><b>Threats – Ograničenja</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Smanjenje prihoda, zasićenost</li> <li>• Konkurencija ostalih sličnih manifestacija</li> <li>• Mogućnost lošeg vremena</li> <li>• Moguće neprimjereno ponašanje posjetitelja</li> </ul> |

Izvor: izrada autora

SWOT analiza prilika je da se odrede koji bi izazovi mogli prekinuti, otkazati ili zaprijetiti manifestaciji, te pomaže pri utvrđivanju je li manifestacija izvediva. Na kraju analize trebalo bi utvrditi da li snage nadilaze slabosti, a prilike prijetnje. Organizatori moraju svu pažnju posvetiti SWOT analizi jer ukoliko se ona radi učestalo i stručno, u kombinaciji s drugim pokazateljima, može biti jedan od vrlo korisnih upravljačkih alata, osobito u uvjetima krize. Temeljni smisao SWOT analize je da ona bude od koristi u raščlanjivanju pojava koje se označavaju kao prilika, prepoznavanju signala koji upozoravaju na moguće probleme, da upućuje na marketinške aktivnosti kojim će se izvršiti promjene u korist jakih točaka, da

kreira odgovarajući marketing informacijski sustav, radi unapređenja imidža destinacije kroz stalno uvažavanje promjena iz unutarnjeg i vanjskog okruženja.

#### 4.2. Ostale manifestacije u Jastrebarskom

Diplomatska berba koja se odvija nekoliko dana prije ceremonije Jaskanskih vinskih svečanosti. Početak berbe grožđa u Jastrebarskom i Plešivici zauzima poseban značaj kroz povijest i dio je duge i bogate tradicije koju su u nasljeđe ostavili preci, zato je sudjelovanjem u berbi grožđa predsjednik Ivo Josipović na simboličan način označio početak berbe grožđa u Hrvatskoj.

Manifestacija Božić u Jaski, održala se pod pokroviteljstvom Grada Jastrebarskog, Turističke zajednice grada Jastrebarskog i Društva naša djeca Jastrebarsko, ispred Žitnice u parku. Žive jaslice, bogat kulturni i zabavni program, podjela darova za djecu, velika ponuda božićnog nakita i ukrasa te domaćih proizvoda glavne su karakteristike manifestacije Božić u Jaski. Također, tijekom manifestacije izvodio se kulturno-umjetnički program, a nastupali su domaća kulturno-umjetnička društva, a prigodnim božićnim pjesmama predstavili su se članovi pjevačkog zbora Vatroslav Lisinski iz Zagreba. . U sklopu manifestacije postavlja se klizalište na kojem se odvija zimska igraonica te brojna druga događanja, ali i šator u kojem posjetitelji mogu prisustvovati bogatom zabavno - kulturnom programu te razgledati Božićni sajam.

Jaskanski fašnik koji se održava u veljači tradicionalna je manifestacija koja okuplja veliki broj sudionika, ali i posjetitelja. Najposjećeniji do sada bio je održan u parku Erdody, te je bio podijeljen na dječje i odrasle skupine. U povorci sudjeluju skupine iz Dječjeg vrtića Radost (oko 600 djece), te organizirane skupine iz okolnih naselja<sup>48</sup>. Cijelu povorku gledatelji mogu pratiti na jaskanskim ulicama, ali i na Sajmištu ili glavnom trgu Štrosu, gdje se sve skupine predstavljaju na fašničkoj povorci. Tijekom cijelog poslijepodneva održava se zabavni fašnički program koji završava dodjelom vrijednih nagrada najorginalnijim maskama.

---

<sup>48</sup> Turistički vodič Jastrebarsko, op.cit., str.32

Slika 9.: Fašnik u Jaski 2014.



Izvor: Fotografije iz arhive Turističke zajednice grada Jastrebarskog (31.05.2015.)

Pod pokroviteljstvom Grada Jastrebarskog na Plešivici je održan Sanjkaški kup i prvo prvenstvo Hrvatske u sanjakanju. Čak 2500 posjetitelja prisustvovalo je Sanjkaškom kupu na Plešivici, a od toga čak 200-tinjak natjecatelja spustilo se niz stazu Kamenice.<sup>49</sup> Velika posjećenost ove manifestacije natjecateljskog i zabavnog karaktera rezultat je dobre organizacije članova Sanjkaškog kluba Plešivica.

Povodom Uskršnjih blagdana na glavnom trgu Štrosu se organizira Uskršnji sajam na kojem svi zainteresirani mogu razgledati i kupiti domaće proizvode te prigodne poklone. Organizira se u travnju. Turistička zajednica grada Jastrebarskog poziva sve zainteresirane izlagače da se prijave na Uskršnji sajam gdje mogu izlagati i prodavati svoje proizvode. Za sudjelovanje na sajmu moraju TZGJ predati izjavu da će sudjelovati na sajmu u terminu koji mu je ponuđen, te je obavezan platiti kotizaciju, koja će im biti vraćena u istoj vrijednosti krajem manifestacije ukoliko su izvršili sve uvjete potpisane izjavom koju su predali.

Pod pokroviteljstvom Grada Jastrebarskog, a u organizaciji Centra za kulturu te Turističke zajednice i Sportske zajednice grada Jastrebarskog, u srpnju i kolovozu održava se manifestacija Ljeto u Jaski. Turističko-sportsko-zabavna atrakcija koja iz godine u godinu bilježi iznimni rast posjećenosti kako Jaskanaca, tako i posjetitelja iz okolnih mjesta i gradova u sklopu Zagrebačke županije, te se održala u perivoju dvorca Erdody s bogatim programom zanimljivim svim generacijama. . Među brojnim sadržajima koji se nude posjetiteljima na ovoj manifestaciji, prednjače oni namijenjeni djeci. Tako mališani, ali i oni stariji, mogu uživati u spuštanju toboganom, u istraživanju dvoraca na napuhavanje, u paintballu, vožnji pedaline u bazenu i košarci, a poseban užitek priredit će klaun s balonima te mogućnost oslikavanja lica. Mališani ali i svi posjetitelji mogu uživati i u kazališnim predstavama na

<sup>49</sup>2012. Godišnjak grada Jastrebarskog, op.cit., 153.

otvorenom. Svima koje privlače sportske aktivnosti, nude se i vožnja kajakom po jezeru te natjecanja u badmintonu i streličarstvu. Pored uobičajene ugostiteljske ponude, svoje proizvode na štandovima izlažu domaći proizvođači sira, lavande, meda, vina i delicija od kupina, te i izlagači s raznim drugim proizvodima. Za dobro raspoloženje uvijek se pobrinu lokalni bendovi, te bend iznenađenja. Svake godine ponuda se obogaćuje sa novim sadržajima.

Slika 10.: Ljeto u Jaski 2014.



Izvor: Arhiva Turističke zajednice grada Jastrebarsko (31.05.2015.)

Manifestacija koja se održava još od 1981. posljednje nedjelje u srpnju u selu Volavje kraj Jastrebarskog njeguje tradiciju jaskanskih baka i djedova kroz puhačko-pastirske igre poput gađanja lukom i strijelom, guranja drvenih kola kroz šumu, bacanja štapa u dalj rukom i nogom, hodanja na štulama, potezanja konopa i penjanja po užetu<sup>50</sup>. U igre su uključeni i najmlađi, koji se u posebnoj kategoriji tom prigodom okušavaju u skakanju u vrećama, nošenju jaja na žlici. „Zelena livada“ započinje povorkom u narodnim nošnjama, a zvuk roga znak je za početak igara. Na „Zelenoj livadi“ izloženi su stari vrijedni eksponati i narodne nošnje, predstavljaju se tradicionalna jela poput franjki, štrukli i zlevanke, a u novije vrijeme tu je i izložbeno-prodajni prostor gdje se mogu prodavati i kupovati razni proizvodi jaskanskog kraja.

<sup>50</sup> Turistički vodič Jastrebarsko, op.cit. str.36

## **5. MOGUĆNOST BUDUĆEG RAZVOJA MANIFESTACIJA GRADA JASTREBARSKOG**

Iako u gradu Jastrebarskom ne nedostaje ponude kada su manifestacije u pitanju, prostora za unaprjeđenje i poboljšanja postojećih manifestacija uvijek ima. Određene manifestacije u gradu Jastrebarskom se već zaista godinama održavaju i grad je po njima prepoznatljiv, te se time utječe na sam imidž grada Jastrebarskog.

Plešivica je jedno od ponajboljih vinogorja, a ambijentalno je vrlo privlačna i za turizam. U blizini je Zagreba i Karlovca kao potencijalno jakih emitivnih središta, nalazi se tik uz autocestu što od glavnog grada vodi prema moru, a prometnicom kroz vinograde povezuje Jastrebarsko sa Samoborom, ulaznim vratima u Hrvatsku iz Slovenije. Iako jaskanski kraj je priznat kao vinogradno područje i ima svjetska priznata vina, ovaj kraj se može još više iskoristiti u svrhu razvoja turizma, ali i manifestacija. Naime, nedostaje ugostiteljskih objekata na Plešivici koji bi pružili autohtonu hranu i brojna vina ovog kraja. Naime jedan restoran s domaćom kuhinjom i jedan nedavno otvoreni mali ugostiteljski objekt na Plešivici te nekoliko obiteljskih gospodarstva koji nude toplu i hladnu hranu uz prethodni dogovor nisu dovoljni da se zadovolje potrebe turista koji dolaze iz milijunskog grada Zagreba. Također smještajnih kapaciteta, nakon što je Jastrebarsko zatvorilo svoj hotel Jaska, ima tek nešto na seoskim gospodarstvima, a to nije ohrabrujuće ni za nekoga tko putuje prema moru ili s mora u unutrašnjosti. Za turiste bi bilo idealno kada bi na takvom području postojao jedan manji smještajni objekt sa stilom gradnje koji prevladava u jaskanskom području te vlastitim vinogradom i ponudom autohtone kuhinje. Turisti bi rado zastali, te ostali u ovom prekrasnom kraju, te kada bi se pritom organizirale nekoliko manifestacija vezano za vinarstvo, kao što različiti radovi u vinogradu, degustacije vina ili manji izleti konjima ili kočijom kroz vinske ceste učinili bi ovaj kraj još više turistički privlačnim. No, ne moraju sve manifestacije biti povezane sa vinom. Naime, Svetojanski kraj je poznat po svojoj izvorskoj vodi Jani, te nedaleko prirodnog izvora sagrađeni je sportsko - rekreacijski centar „Svetojanske toplice“ sa bazenima koji nažalost propadaju. Uspješno bi bilo renovirati bazene, te iskoristiti to što je kraj bogat vodom, te pokrenuti ponovo sportsko-rekreacijski centar. Tokom ljeta bi bilo idealno za mlađe generacije organizirati neke manifestacije u obliku festivala ili sportskih natjecanja, budući da tokom ljetnih mjeseca zabavni život mlađe populacije zanemaruju i mladi sve više odlaze u izlazak u Zagreb ili u Samobor koji je odlično iskoristio svoje prirodne vrijednosti, te napravio bazene gdje se danas odvija jedan od najpoznatijih „pool party“ u okolici. U gradu se nekoliko zadnjih godina radi na očuvanju kulturne baštine, stoga

je grad zatražio od Fonda za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost obnovu perivoja dvorca Erdody koji se također može turistički iskoristiti i u njemu se mogu organizirati brojne manifestacije, a ne samo da se organiziraju preko ljeta, kako to inače biva.

Nesporna je činjenica da jaskansko područje posjeduje veliki potencijal za razvoj turizma, ali je činjenica da jaskansko područje još uvijek nema imidž turističke destinacije. Turizam se ne događa sam od sebe, dakle nisu dovoljni resursi sami za sebe. Turizam treba htjeti i znati razumjeti, treba živjeti, ali i ulagati u njega. Priznanja koja je od najuglednijih svjetskih poslovnih časopisa dobio grad Jastrebarsko, kao jedan od europskih gradova budućnosti i kao grad koji prednjači i pokreće razvoj Hrvatske samo potvrđuje kolike prirodne, ali i kulturne vrijednosti ima grad i koje bi se mogle turistički iskoristiti s ciljem privlačenja sve većeg broja turista u grad, te naposljetku i pridobivanjem samih tih turista kao građana grada Jastrebarskog.

## 6. ZAKLJUČAK

Turizam je danas jedna od najznačajnijih gospodarskih grana svijeta, a očekuje se i daljnji rast njegovog obujma i važnosti. Od prvih turista koji su zadovoljni samom činjenicom da putuju i nisu tražili mnogo više, razvili su se posjetitelji željni novih iskustva, zabave, skloni istraživanju i eksperimentiranju. Ukoliko destinacije žele privući posjetitelje, moraju prvenstveno osigurati da ih potencijalni turisti primijete u mnoštvu destinacija koje im stoje na raspolaganju. Kada je riječ o originalnosti i diferenciranju, tu veliku ulogu imaju manifestacije. Upravo njih su mnoge destinacije iskoristile kao sredstvo diferenciranja i privlačenja gostiju. Osim na imidž destinacije, manifestacije ostvaruju i brojne druge utjecaje u destinaciji u kojoj se odvijaju. Jedan od najznačajnijih je možda ekonomski utjecaj manifestacija. Osim što privlače posjetitelje i povećavaju prihode destinaciji, manifestacije potiču i zapošljavanje, kako u samoj organizaciji manifestacije, tako i u svim onim djelatnostima čije proizvode manifestacija koristi. Manifestacije također ostvaruju i socijalne, kulturne, ekološke i političke učinke u destinaciji. Osim što pridonose prihode lokalnoj zajednici, manifestacije utječu na pojedince na način da potiču druženje, a pritom kod pojedinca se potiče svijest o kulturnoj baštini i tradicije, te zahvaljujući manifestacijom te vrijednosti neće otići u zaborav.

Posebni značaj u Jastrebarskom imaju manifestacije koje osim što obogaćuju turističku ponudu grada, također štite i promiču njegove kulturne vrijednosti. U ovom radu je provedeno istraživanje uloge manifestacije u kreiranju turističke ponude grada Jastrebarskog kojim se željelo saznati prednosti i nedostaci postojeće manifestacije Jaskanskih vinski svečanosti, te spoznati mogućnosti razvoja novih manifestacija. Jastrebarsko je sa postojećim manifestacija veći razvio turistički imidž, ali uvođenjem i organiziranjem novih manifestacija ojačao bi svoj turistički ugled, jer raspolaže s prirodnim i kulturnim vrijednostima koje se danas rijetko nalaze. Naime vinogradno područje kroz cijelu Plešivicu, Svetu Janu i Okić samo potvrđuju zašto je grad dobio titulu „najvinskog“ grada u Hrvatskoj. Ljepota pejzaža prosuta beskonačnim vinogradima koji se vide prolazeći vinskom cestom kroz Plešivicu, izvori prirodne vode koju je moguće pronaći u svakom dijelu Svete Jane, te šumska vegetacija i bogatstvo ptičjih vrsta na prostranim močvarama Crne Mlake, te naposljetku beskrajni pogled koji s vrha Japetića se pruža sve do Triglava u Sloveniji ostavit će bez daha svakog izletnika i ljubitelja prirode. Jastrebarsko se može pohvaliti sa svojim prirodnim vrijednostima koje treba jako čuvati u današnje vrijeme budući da se takve vrijednosti u Hrvatskoj sve više zanemaruju. No, Jastrebarsko se još može i dičiti svojom kulturnom baštinom. Crkve i kapele

visoko uzdignutih zvonika u gotovo svakom jaskanskom zaseoku pružaju mogućnost upoznavanja autohtone kulturno-povijesne gradnje, a njihove unutrašnjosti čuvaju bogato sakralno blago i pružaju svakom putniku namjerniku uvijek potreban mir i duhovnu obnovu. Uz prekrasne dvorce grofova Erdody i Oršić koja nažalost se zanemarivanju putnici se mogu uputiti na nezaboravan izlet u svijet mašte i prošlosti predaka. Spojem vrijednih sakralnih objekata, dvoraca i kulturnih institucija i prirodnih ljepota jaskanskoj kraja, Turistička zajednica u suradnji sa ostalim zajednicama, te samim gradom Jastrebarskom organizira različite manifestacije. Naime, kao što je već u radu spomenuto, Jastrebarsko je poznato po svojim odlično organiziranim, sada već i tradicionalno i željno iščekanim manifestacijama. Za jaskanski kraj najvažnije i najbogatije manifestacije su vezane uz vino. Naime, svaki vinski sveci obilježavaju se na svoji način i lokalno stanovništvo takva događanja ne propušta. Dok Diplomatska berba i Jaskanske vinske svečanosti su manifestacije koje okupljaju važne osobe iz političkog, kulturnog i gospodarskog djelovanja. Njima svake godine pripadne veliki publicitet te najviše pažnje jer ustvari one predstavljaju grad Jastrebarsko. Jaskanske vinske svečanosti su najvažnija manifestacija koja svake godine okuplja sve veći broj posjetitelja, dok je zadnje 2014. godine bilježio lagani pad, a organizatori tvrde da je uzrok tome ipak loše vrijeme. No to ne može osporiti činjenicu da u gradu Jastrebarskom Jaskanske vinske svečanosti predstavljaju „hallmark manifestaciju“ jer na temelju manifestacija većina ljudi ih povezuju s gradom. Stoga, najviše pažnje u radu je posvećeno Jaskanskim vinskim svečanosti, te je provedena SWOT analiza kako bi se spoznali nedostaci, prednosti, ograničenja i prilike koje proizlaze iz manifestacije. Uzimajući u obzir sve faktore koje utječu na usporavanje ili jačanje manifestacije, teško je utvrditi uspješnost manifestacije, ali ipak najbolji pokazatelji koji govori je posjećenost koja je pozitivna, a organizatori jedino na temelju SWOT analize mogu poboljšati organiziranje i izvođenje Jaskanskih vinskih svečanosti. Iako su one najznačajnije i najveće manifestacije u gradu, nikako ne treba zaboraviti ostale manifestacije koje svake godine sve više bilježe porast broja posjetitelja, a to su: Fašnik u Jaski, Božić u Jaski, Sanjkaški kup, Ljeto u Jaski, Zelena livada te ostale manifestacije koje su više sportsko-zabavnog karaktera kako bi zaokupile pažnju lokalnog stanovništva, ali i posjetitelja koja rado svrate na neke od navedenih manifestacija.

Na temelju provedenog istraživanja moguće je zaključiti da manifestacije značajno privlače posjetitelje grada Jastrebarskog, no kada se usporede s drugim atrakcijama te u odnosu na vlastite mogućnosti, grad Jastrebarsko ih može za potrebe razvoja turizma još više iskoristiti. Razvojem postojećih i uvođenjem novih manifestacija moglo bi se na tom području mnogo

učiniti. Kao i mnogi drugi gradovi, i grad Jastrebarsko bi mogao manifestacije učiniti jednim od svojih zaštitnih znakova i u tom smjeru graditi imidž, te na temelju toga ostvariti još veći turistički, ali i gospodarski razvoj u Hrvatskoj.

## LITERATURA

1. Čavlek N., Bartoluci M., Prebežac D., Kesar O i suradnici: **Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav**, Školska knjiga, Zagreb, 2011.
2. **Čuvari baštine**, Turistička zajednica Zagrebačke županije, Zagreb, MMXIV
3. Franić, R., Cunj L.: „**Društveno-gospodarski preuvjeti razvitka agroturizma u Zagrebačkoj županiji**“, Agronomski glasnik 5/2007, ISSN 0002-1954, Agronomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 2007.
4. **Godišnjak grada Jastrebarskog 2012.**, Grad Jastrebarsko, Jastrebarsko, 2012.
5. Gržinić J.,: **Međunarodni turizam**, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“ Pula, Pula, 2014.
6. **Izješće – Troškovi manifestacije Jaskanskih vinskih svečanosti**, grad Jastrebarsko, 2014
7. **Izješće o izvršenju Programa potpore gospodarstvu, obrtništvu, malom i srednjem poduzetništvu Grada Jastrebarskog za 2012.godinu**, Službeni vjesnik Grada Jastrebarskog, Jastrebarsko, 2012.
8. **Izješće o izvršenju Programa potpore gospodarstvu, obrtništvu, malom i srednjem poduzetništvu Grada Jastrebarskog za 2013.godinu**, Službeni vjesnik Grada Jastrebarskog, Jastrebarsko, 2013.
9. **Izješće o izvršenju Programa potpore gospodarstvu, obrtništvu, malom i srednjem poduzetništvu Grada Jastrebarskog za 2014.godinu**, Službeni vjesnik Grada Jastrebarskog, Jastrebarsko, 2014.
10. Kesar O., **Specifični oblici turizma**, nastavni tekst za predavanje na kolegiju Specifični oblici turizma na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu, 2015.
11. Kušen E.,: **Turistička atrakcijska osnova**, Zagreb, 2002.
12. Mamić J.,: **Manifestacijski proizvodi: Platforma razvoja specijalizirane turističke ponude destinacije**, Pisani materijal, Ekonomski fakultet Split, Split, 2013.
13. Pirjavec B., **Turizam-jučer,danas...**, Veleučilište u Karlovcu, Karlovac, 2008.
14. Pivčić S.,: **Upravljanje manifestacijama**, Pisani materijali, Ekonomski fakultet Split, Split, 2013.
15. **Turistički vodič grada Jastrebarskog**, Turistička zajednica grada Jastrebarskog, Jastrebarsko, 2005.

#### INTERNET STRANICE:

Sportska zajednica grada Jastrebarskog: [www.sport-zagrebace-zupanije.hr](http://www.sport-zagrebace-zupanije.hr) – učitano: 26.04.2015.

Službena stranica grada Jastrebarskog: [www.jastrebarsko.hr](http://www.jastrebarsko.hr) – učitano : 03.05.2015.

Službena stranica Plešivice: [www.plesivica.hr](http://www.plesivica.hr) – učitano 10.05.2015.

Službena stranica Svete Jane: [www.svetajana.com](http://www.svetajana.com) – učitano 10.05.2015.

Put pod noge: [www.putpodnoge.hr](http://www.putpodnoge.hr) – učitano 31.05.2015.

Turističke zajednice grada Jastrebarsko: [www.tzgj.hr](http://www.tzgj.hr) – učitano 31.05.2015.

Jaska danas: [www.jaskadanas.hr](http://www.jaskadanas.hr) - učitano 31.05.2015.

Turistička zajednica Zagrebačke županije: [www.tzzz.hr](http://www.tzzz.hr) – učitano 31.05.2015.

24 sata: [www.24sata.hr](http://www.24sata.hr) – učitano 17.06.2015.

Poslovni info: [www.poslovni-info.eu](http://www.poslovni-info.eu) – učitano 13.06.2015.

## POPIS ILUSTRACIJA

| Ilustracija                                                                                                  | Stranica |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 1. Grb grada Jastrebarskog .....                                                                             | 13       |
| 2. Dvorac Erdody i obnovljena žitnica .....                                                                  | 15       |
| 3. Panoramska slika turističkog izletišta Mladina i Japetić .....                                            | 19       |
| 4. Panoramska slika Svete Jane .....                                                                         | 21       |
| 5. Crna Mlaka u zimi .....                                                                                   | 22       |
| 6. Jedno od ljepše uređenih obiteljskih gospodarstva Ciban koje sa nalazi u okolini grada Jastrebarsko ..... | 23       |
| 7. Vinska karta vinara na Plešivičkoj vinskoj cesti .....                                                    | 24       |
| 8. Reklamni letak Jaskanskih vinskih svečanosti u 2014. godini sa sponzorima .....                           | 27       |
| 9. Fašnik u Jaski .....                                                                                      | 37       |
| 10. Ljeto u Jaski .....                                                                                      | 38       |

## **POPIS TABLICA**

|                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| Tablica 1.: Detaljna turistička klasifikacija manifestacija ..... | 6  |
| Tablica 2.: SWOT analiza Jaskanskih vinskih svečanosti .....      | 35 |

## **POPIS GRAFIKONA**

Grafikon 1.: Odnos ostvarene posjećenosti u odnosu na očekivanu posjećenost za 2012., 2013., i 2014. godinu ..... 28

Grafikon 2.; Troškovi manifestacije Jaskanskih vinskih svečanosti ..... 30