

ULOGA TRADICIJSKIH OBRTA U OBLIKOVANJU AUTOHTONIH SUVENIRA KOPRIVNIČKO-KRIŽEVAČKE ŽUPANIJE

Golubić, Mateo

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Križevci college of agriculture / Visoko gospodarsko učilište u Križevcima**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:185:306445>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-17**



Repository / Repozitorij:

[Repository Križevci college of agriculture - Final thesis repository Križevci college of agriculture](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

REPUBLIKA HRVATSKA
VISOKO GOSPODARSKO UČILIŠTE U KRIŽEVCIMA

Mateo Golubić, student, bacc. ing. agr.

Uloga tradicijskih obrta u
oblikovanju autohtonih suvenira Koprivničko-križevačke
županije

Križevci, 2021.

REPUBLIKA HRVATSKA
VISOKO GOSPODARSKO UČILIŠTE U KRIŽEVCIMA
Specijalistički stručni studij *Menadžment u poljoprivredi*

Mateo Golubić, student

**Uloga tradicijskih obrta u
oblikovanju autohtonih suvenira Koprivničko-
križevačke županije**
Diplomski rad

Povjerenstvo za obranu i ocjenu završnoga rada:

1. dr.sc. Kristina Svržnjak, prof.v.š., mentorica i članica Povjerenstva
2. dr.sc. dr.sc. Sandra Kantar, predsjednica Povjerenstva
3. dr.sc. Silvije Jerčinović, član Povjerenstva

Križevci, 2021.

Zahvale

Turistička ponuda Koprivničko-križevačke županije oduvijek mi je predstavljala područje posebnog interesa, a tradicijski obrti u segmentu ponude. Izrada ovoga rada predstavljala mi je veliki izazov, ali i veliku radost budući da mi je ovo područje istraživanja vrlo zanimljivo. No rad ne bih mogao izraditi da nisam imao veliku pomoć svoje mentorice, dr. sc. Kristine Svržnjak, koja mi je uvelike pomogla u strukturiranju rada i savjetima prilikom istraživanja. Hvala Vam što ste pristali biti moja mentorica i pomogli mi u izradi rada.

Zahvaljujem i profesorici dr.sc. Sandri Kantar te profesoru dr.sc. Silviju Jerčinoviću koji su mi svojim sugestijama također pomogli u izradi rada.

Veliko hvala svim ispitanicima koji su pristali sudjelovati u istraživanjima koje sam proveo prilikom pisanja ovoga rada. Bez vaših iskrenih odgovora ne bih mogao izraditi ovaj rad.

Naposljetku, posebnu zahvalu dugujem svojim roditeljima koji su mi omogućili studiranje na Visokom gospodarskom učilištu u Križevcima, koji su me poticali i financijski mi pomagali kako bih postigao uspjeh. Hvala!

Sadržaj

1. UVOD.....	1
1.1. Predmet rada.....	1
1.2. Svrha i cilj rada	1
1.3. Hipoteze	2
1.4. Sadržaj i struktura rada.....	2
2. PREGLED LITERATURE.....	3
2.1. Obrt i obrtništvo na području Koprivničko-križevačke županije.....	3
2.2. Tradicijski obrt: pojam i zakonske regulative	5
2.3. Suveniri i važnost suvenira	7
2.4. Uloga obrta u turizmu	7
2.5. Koprivničko-križevačka županija kao turistička destinacija.....	9
2.6. Promocija obrta i projekti namijenjeni obrtništvu u Koprivničko-križevačkoj županiji.....	10
3. MATERIJALI I METODE.....	12
4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA SEKUNDARNIH IZVORA PODATAKA.....	14
4.1. Aktualno stanje tradicijskih obrta i tradicijskih obrtnika na području Koprivničko-križevačke županije	14
4.2. Pregled odabranih suvenira u gradovima Koprivničko-križevačke županije.....	16
4.2.1. Suveniri đurđevačkog kraja	16
4.2.2. Suveniri koprivničkog kraja.....	17
4.2.3. Suveniri križevačkog kraja	19
5. REZULTATI ISTRAŽIVANJA PRIMARNIH IZVORA PODATAKA	21
5.1. Analiza intervjua s osobama uključenima u razvoj i kreiranje turizma Koprivničko-križevačke županije i rasprava	21
5.1.1. Analiza intervjua.....	21
5.1.2. Rasprava o rezultatima intervjua s donositeljima odluka u turizmu.....	29

5.2. Analiza anketnog upitnika s tradicijskim obrtnicima i drugim poslovnim subjektima koji proizvode tradicijske proizvode i rasprava	30
5.2.1. Analiza anketnog upitnika	31
5.2.2. Rasprava o rezultatima provedenog anketnog upitnika s proizvođačima suvenira	
40	
6. ZAKLJUČAK.....	42
POPIS LITERATURE	45
POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFIKONA.....	48
PRILOG 1	49
PRILOG 2	50
SAŽETAK	54
SUMMARY	55
ŽIVOTOPIS.....	56

1. UVOD

U uvodnom poglavlju objašnjava se predmet rada kako bi se dobila šira slika o tematici, svrsi i cilju rada te se formulirala hipoteza rada, a zatim se navodi sadržaj i struktura rada.

1.1. Predmet rada

Tradicijski obrti danas imaju povijesnu, kulturnu i umjetničku vrijednost i čuvari su baštine. Tradicijski obrti ostvaraju financijski prihod koji se, zbog manufakturne proizvodnje, čini neznatnim. Zbog toga se ne očekuje da će, primjerice, klobučar profitirati na kvantiteti i šarolikom asortimanu, već na očuvanju tradicije, jer se zbog ručne izrade predmeta čuvaju posebnosti određenog kraja u samom proizvodu.

Suvremena turistička ponuda bazira se na predmetima koji simboliziraju baštinu nekoga kraja, a putnici na svojim putovanjima preferiraju kupovati proizvode koji podsjećaju na jedinstvenost toga kraja. Stoga su proizvodi tradicijskih obrta odličan suvenir.

No, ponekad sama djelatnost tradicijskog obrta nije dovoljna da bi obrtnik mogao živjeti od takvih prihoda pa se tradicijski proizvodi izrađuju u sklopu neke druge djelatnosti. Primjerice, tradicijski obrti mogu se registrirati kao dopunska djelatnost na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu (OPG) u cilju boljeg korištenja proizvodnih kapaciteta te boljeg korištenja rada članova OPG-a. Tako obogaćuju turističku ponudu te su neizostavni dio većine tradicionalnih manifestacija koje se odvijaju na otvorenom.

S obzirom na to da u okviru turističke ponude Koprivničko-križevačke županije postoje odlični preduvjeti za očuvanje tradicijskih obrta, u radu se istražuju potencijali povezivanja sektora tradicijskih obrta sa sektorom turizma s naglaskom na oblikovanju autohtonih suvenira Koprivničko-križevačke županije.

1.2. Svrha i cilj rada

Svrha rada je istaknuti važnost tradicijskih obrta i njihovih proizvoda za razvoj identiteta lokalne zajednice u obliku suvenira u Koprivničko-križevačkoj županiji što uvelike doprinosi privlačnosti destinacije potencijalnim posjetiteljima.

Cilj rada je analizirati tradicijske obrte u Koprivničko-križevačkoj županiji, utvrditi jesu li tradicijski obrti registrirani kao primarna djelatnost ili dopunska djelatnost na OPG-ima te procijeniti njihov doprinos u kreiranju buduće turističke ponude.

1.3. Hipoteze

U radu se ispituju četiri hipoteze:

Hipoteza 1: U Koprivničko-križevačkoj županiji opada broj tradicijskih obrtnika.

Hipoteza 2: Postoje razlike u evidentiranju vrsta tradicijskih obrta u Hrvatskoj obrtničkoj komori i prema Pravilniku o dopunskim djelatnostima na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima.

Hipoteza 3: Većinu svojih proizvoda tradicijski obrtnici prodaju kroz turističku ponudu.

Hipoteza 4: Osobe uključene u razvoj turizma smatraju da su tradicijski obrti temelj za razvoj novih suvenira u Koprivničko-križevačkoj županiji.

1.4. Sadržaj i struktura rada

Rad je podijeljen u šest temeljnih poglavlja, a većina poglavlja podijeljena je u manja poglavlja. Prvo poglavlje uvodi čitatelja u problematiku rada, objašnjava svrhu i cilj rada, postavlja istraživačke hipoteze te navodi sadržaj i strukturu rada. Drugo poglavlje je Pregled literature te se u njemu daju osnovne teorijske informacije o pojmovima; obrt, obrtništvo, tradicijski obrt, suveniri i ostalo. U ovom poglavlju također se objašnjava uloga obrta u turizmu te se predstavlja Koprivničko-križevačka županija kao turistička destinacija. Navode se i primjeri promocije obrta u ovoj županiji te projekti koji su namijenjeni županijskim obrtnicima. Treće poglavlje su Materijali i metode. U trećem poglavlju navode se metode koje su korištene kod pisanja rada te se objašnjavaju izvori podataka. Četvrto poglavlje je Rezultati istraživanja sekundarnih izvora podataka u kojem se prezentiraju informacije o obrtnicima i tradicijskim obrtnicima u Republici Hrvatskoj i Koprivničko-križevačkoj županiji, a navode se i odabrani suveniri s područja Koprivničko-križevačke županije. U petom poglavlju prikazuju se rezultati istraživanja primarnih izvora podataka, to jest provedenih intervjua i rezultati anketnog upitnika, a šesto poglavlje je Zaključak.

2. PREGLED LITERATURE

Pregled literature predstavlja sažeti prikaz osnovnih pojmova i informacija koje je potrebno razumjeti za interpretaciju rezultata primarnih i sekundarnih istraživanja. U ovom poglavlju daju se osnovne teorijske informacije o pojmovima: obrt, obrtništvo, tradicijski obrt, suveniri i drugo. Objašnjava se i uloga obrta u turizmu te se predstavlja Koprivničko-križevačka županija kao turistička destinacija. Navode se i primjeri promocije obrta u ovoj županiji te projekti koji su namijenjeni županijskim obrtnicima.

2.1. Obrt i obrtništvo na području Koprivničko-križevačke županije

Obrtnik je fizička osoba koja obavlja neki posao u svoje ime i za svoj račun, a može imati zaposlene i druge osobe. Zakonom su u Republici Hrvatskoj propisane dozvoljene vrste obrta, odnosno smatra se da su dozvoljene sve vrste obrta osim onih koje su zabranjene. U Hrvatskoj se djelatnost obrta može obavljati u obliku (Zakon o obrtu, NN 143/13, 127/19, 41/20):

- a) slobodnog obrta
- b) vezanog obrta
- c) povlaštenog obrta.

Slobodni obrti su obrti za čije otvaranje obrtnik ne treba imati položen majstorski ispit te ispit o stručnoj osposobljenosti. Vezani obrti mogu tražiti ili položen majstorski ispit ili položen ispit o stručnoj osposobljenosti ili odgovarajuću srednju stručnu spremu. Povlašteni obrti predstavljaju oblik obrta kod kojih obrtnik svoju djelatnost smije obavljati na temelju povlasticu u obliku dozvole koje će mu izdati nadležno ministarstvo. S obzirom na to da neke djelatnosti iziskuju sezonsko poslovanje, u Hrvatskoj je moguće otvoriti i sezonski obrt, ali njegova se djelatnost smije obavljati najviše devet mjeseci unutar jedne kalendarske godine (Zakon o obrtu, NN 143/13, 127/19, 41/20). Hrvatski se obrtnici mogu (ali i ne moraju) učlaniti u Hrvatsku obrtničku komoru, organizaciju obrtnika koja je osnovana kako bi se promicali, zastupali i usklađivali zajednički ciljevi svih obrtnika. Iako je središte Hrvatske obrtničke komore u Zagrebu, ona ima svoje podružnice po županijama i gradovima te je sveprisutna u hrvatskom obrtništvu.

Podravina ima bogatu tradiciju obrta i obrtništva, a najviše povijesnih podataka vezanih za razvoj obrtništva na području Koprivničko-križevačke županije vezano je za koprivničko obrtništvo. Na području Koprivničko-križevačke županije obrt se počeo razvijati na prijelazu s 12. u 13. stoljeće te je u 14. stoljeću nastupilo takozvano „zlatno doba“ Koprivnice koje je

obilježio veliki gospodarski razvoj, ali i činjenica da dobiva status slobodnog kraljevskog grada (Jalšić Ernečić, 2007). Koprivnica je u 15. stoljeću dobila i pravo na sajmovanje, kao i Drnje i Legrad te neka druga mjesta, a mogućnost sajmovanja povoljno je utjecala na razvoj obrtništva. Budući da su Turci došli do Slavonije 1552. godine te do jugozapadne Ugarske, podravski se gradovi nisu više mogli normalno razvijati. Došlo je do formiranja sustava vojne granice, no Koprivnica je kao grad uspjela zadržati svoju autonomiju. Vojna vlast u Koprivnici uzrokovala je specifičan razvoj cehova na ovome području. Legrad je u to vrijeme bio najznačajnije trgovište, a legradski obrtnici počeli su se udruživati u cehove već krajem 15. stoljeća. Cehovi su predstavljali zajednice u koje su se udruživali istovrsni ili slični obrtnici (Feletar, 2003).

Feletar navodi da „najstarija koprivnička cehovska povelja potječe iz 1607. godine“ (Feletar, 2003: 184). Iz toga proizlazi da su koprivnički cehovi bili vrlo aktivni već na početku 17. stoljeća kada su i potpisivali povelje. U 17. i 18. stoljeću gotovo svi važniji obrtnici udruživali su se u cehove. „Od druge polovice 18. stoljeća pa sve do donošenja zakona o slobodi obrta 1872. (čime su cehovi praktički ukinuti) u Koprivnici djeluje devet velikih cehova, a obrtnika ima više od dvije stotine“ (Feletar, 2003: 185).

U 18. stoljeću cehovi su djelovali i u drugim dijelovima Koprivničko-križevačke županije, a ne samo u Koprivnici. Tako je zabilježeno da su cehovi, a samim time i obrtnici, bili vrlo aktivni u Legradu, Rasinji, Drnju, Virju, Đurđevcu i Novigradu Podravskom (Feletar, 2003). U tablici 1. prikazana je procjena broja stanovnika i broja obrtnika u Koprivničko-križevačkoj županiji u 18. i 19. stoljeću.

Tablica 1. Procjena broja stanovnika i broja obrtnika u 18. i 19. stoljeću

Procjena broja stanovnika i broja obrtnika u 18. i 19. stoljeću		
Mjesto	Broj stanovnika	Broj obrtnika
Koprivnica	2800	180
Legrad	3000	200
Križevci	1400	120
Đurđevac	1000	30
Virje	1000	50
Novigrad Podravski	600	20

Izvor: autor prema Feletar (2003)

U tablici se vidi da su gradovi i mjesta u Koprivničko-križevačkoj županiji imali relativno visok broj obrtnika u odnosu na broj stanovnika, a svakako prednjače Koprivnica koja je na 2800 stanovnika imala 180 obrtnika te Legrad koji je na 3000 stanovnika imao 200 obrtnika. Krajem 19. stoljeća, u cijeloj je Koprivničko-križevačkoj županiji bilo toliko obrtnika da su mogli zadovoljiti sve potrebe domaćeg stanovništva. Obrtnika je „1890. na cijelom području današnje Koprivničko-križevačke županije bilo 314, odnosno u Koprivničkom kotaru 71 u gradu i 58 izvan, u Križevačkom kotaru 53 u gradu i 63 izvan te u Đurđevačkom kotaru u trgovištu 22, a 47 izvan“ (Kolar-Dimitrijević, 2021: 101). Obrtništvo je na području Koprivničko-križevačke županije i danas vrlo široko rasprostranjeno, a o broju obrtnika u gradovima Koprivničko-križevačke županije u prethodnoj godini govorit će se u nastavku rada.

2.2. Tradicijski obrt: pojam i zakonske regulative

Djelatnost tradicijskog obrta mnogo je uža od djelatnosti obrta općenito. „Tradicijski obrti su obrti za koje je potrebno posebno poznavanje zanatskih vještina i umijeća u obavljanju djelatnosti te koji se obavljaju pretežnim udjelom ručnog rada, a koji se tehnikama proizvodnje i rada, namjenom i oblikom oslanjaju na obrasce tradicijske kulture, pa u tom smislu mogu simbolizirati lokalni, regionalni ili nacionalni identitet“ (Pravilnik o tradicijskim, odnosno umjetničkim obrtima NN 112/2007). Prema istom Pravilniku, u tradicijske obrte mogu se klasificirati i obrti koji se u koriste novim tehnologijama, primjerice suvremenim alatima i to s ciljem bržeg i lakšeg obavljanja djelatnosti. Međutim, pritom ne smiju obezvrijediti estetsku razinu proizvoda ni karakter tradicijskog proizvoda. Ako se neki proizvodi već generacijama proizvode u obrtu, a danas se koriste kao suveniri koji obogaćuju turističku ponudu kulturne baštine, također se mogu smatrati tradicijskim proizvodima, a obrti koji ih proizvode mogu se smatrati tradicijskim obrtima.

Prema Pravilniku o dopunskim djelatnostima na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima (NN 76/2014), postoji 45 djelatnosti kojima se bave tradicijski obrtnici, a te su djelatnosti navedene u tablici 2.

Tablica 2. Djelatnosti kojima se bave tradicijski obrtnici

Djelatnosti kojima se bave tradicijski obrtnici					
Redni broj	Djelatnost	Redni broj	Djelatnost	Redni broj	Djelatnost
1.	Češljari	16.	kotlari	31.	sapunari
2.	Četkari	17.	kovači (potkivači)	32.	sedlari
3.	Čizmari	18.	kožari	33.	stolari
4.	Čohači	19.	krojači	34.	strelari
5.	Drvodjelci	20.	krznari	35.	stupari
6.	graditelji glazbala	21.	kundačari	36.	suknostriže
7.	grebari, češljači i predioci vune	22.	lulari	37.	štavioci
8.	Gumbari	23.	mošnjari, torbari	38.	Tapetari
9.	Kapari	24.	nožari	39.	Tesari
10.	Karikari	25.	ostrugari	40.	Tkalci
11.	Kipari	26.	platnari	41.	Travari
12.	Kirijaši	27.	pojasari	42.	Uzdari
13.	Kolari	28.	postolari	43.	Užari
14.	Kopljari	29.	poplunari	44.	Vlasuljari
15.	Košaraši	30.	remenari	45.	Voštari

Izvor: autor prema Pravilniku o dopunskim djelatnostima na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima (NN 76/2014)

Osim navedenih djelatnosti, postoji i 13 vještina koje spadaju u tradicijske vještine, a to su: ručno pletenje, vezenje, kukičanje, proizvodnja proizvoda od čipke, izrada proizvoda od filcane vune, izrada svijeća i proizvoda od pčelinjeg voska, rezbarstvo i proizvodnja intarzija, slamarstvo, unikatno šivanje i krojenje za određene svrhe, proizvodnja proizvoda od umjetnog cvijeća, proizvodnja dekorativnih i ukrasnih predmeta, proizvodnja proizvoda od drva, pluta, slame i pletarskih materijala, ručno izrađene igračke i lutke, proizvodnja ostalih unikatnih proizvoda, izrada tradicionalnih poljoprivrednih alata i oruđa te treniranje radnih životinja¹.

¹ Pravilnik o dopunskim djelatnostima na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima (NN 76/2014). Preuzeto s: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2014_06_76_1436.html (5. 7. 2021.)

2.3. Suveniri i važnost suvenira

Na polasku na putovanja, uobičajeno je kupiti neki predmet i ponijeti ga kući. Obično se kupuju predmeti koji predstavljaju neki kraj – suveniri. „Suveniri su – kad uzmognu u potpunosti ispuniti svoju zadaću – kompleksni kulturni objekti, neodvojivi dio materijalne kulture, ali i identitetskih i razvojnih strategija lokaliteta“ (Geiger Zeman i Zeman, 2011: 2). Smatra se da suveniri postoje otkad postoje i putovanja te da je čovjek oduvijek želio prikupljati suvenire koji su obilježili njegova turistička iskustva. Primjerice, u starome Egiptu postoje sačuvani natpisi iz prvog dijela 13. st. pr. Kr. koji govore o suvenirima (Joksimović i Berc, 2015).

Suveniri su se proizvodili i prodavali kroz cijelu povijest čovjekovih putovanja. S pojavom suvremenog turizma, od 1950. godine pa do danas, razvijalo se i jačalo potrošačko društvo pa dolazi do omasovljavanja turizma i proizvodnje jeftinih suvenira koji su svima bili dostupni; snježnih kugli, magneta i slično. Danas je glavno sredstvo koje služi za čuvanje uspomena fotografija, a ona je ujedno i jedini besplatan suvenir (Joksimović i Berc, 2015). Suveniri su se mijenjali s vremenom, no nije se mijenjala njihova važnost za osobe koje putuju.

Turistički suvenir je važan i kao sredstvo promocije te je zato sastavni dio turističke ponude. Suveniri spadaju u takozvane parcijalne turističke proizvode koje nositelji razvoja ponude turističke destinacije moraju integrirati u željenu sliku destinacije (Prebežac i Mikulić, 2005). Suvenir je važna sastavnica turističkog iskustva zato što turisti vole pri povratku s putovanja donositi uspomene i suvenire kao dokaz da su posjetili određenu destinaciju. Ljudi vole predmete koji će ih podsjećati na posebne trenutke u njihovim životima pa čuvaju dokaze o tim posebnim trenucima (Wilkins, 2011). Kada se vrati svojoj kući, putnik se želi sjećati mjesta koje je posjetio. Zato kupuje suvenire. Kao što navode Geiger Zeman i Zeman (2011), suveniri imaju višestruku funkciju te kompleksnu misiju. „Oni su ponajprije pripovjedači, čije priče čuvaju i materijaliziraju (isprepletenu) sjećanja, a kao takvi oni mogu biti i odlični promotori turizma“ (Geiger Zeman i Zeman, 2011: 12).

2.4. Uloga obrta u turizmu

Suvremeni stručnjaci sve su svjesniji važnosti kulturne baštine koja predstavlja nositelja regionalnog razvoja. Kulturni turizam sve se snažnije razvija, a tradicijska baština važan je dio razvoja kulturnog turizma (Horjan, 2009). Budući da kulturna baština nije produkt sadašnjosti, predmeti i načini izrade predmeta koji pripadaju kulturnoj baštini pripadaju prošlim vremenima, a čuvari načina izrade tradicijskih predmeta i čuvari tradicijskih vještina su tradicijski obrtnici, u najširem smislu te riječi.

Ručni radovi ili rukotvorine (engl. handicrafts) su popularne i danas, no one pripadaju prošlosti. Rukotvorine su čuvari kulturnih osobina određene regije u određenom razdoblju, a to su predmeti koji su izrađeni bez korištenja složenih alata. Za izradu rukotvorina mogu se koristiti jednostavni alati ili oruđa i mora se raditi o malim serijama proizvoda, a ne o masovnoj proizvodnji. U rukotvorine zapravo spadaju svakodnevne kućanske potrepštine koje su se ukrašavale i koristile u vrijeme različitih svečanosti. Rukotvorine pomažu u promicanju i širenju turističke ponude te potiču privatne poduzetnike da se uključe u sektor turizma. U zemljama u razvoju rukotvorine su još važnije nego u razvijenim zemljama zato što je njihova izrada često jedini posao kojim se bavi veći dio lokalnog stanovništva (Zargham, 2007).

Ručni radovi, kao i umjetnička djela, ne spadaju isključivo u proizvode koji se koriste u svakodnevnom životu ili u isključivo kulturne proizvode. I ručni radovi i umjetnička djela koja nastaju kao rukotvorine svjedok su društvene kulture koja ukazuju na stupanj gospodarskog razvoja, stanje mišljenja te druga obilježja jedne zajednice. Proizvodi koji nastaju u obrtima važan su resurs neke destinacije. Zanatski proizvodi opstaju čak i u suvremeno doba, nakon što su strojevi potisnuli uporabnu vrijednost brojnih od njih (Zargham, 2007).

Obrti, iako imaju važnu ekonomsku ulogu, imaju i mnogo širu ulogu. Zahvaljujući radu tradicijskih obrtnika, proizvodi se više vrsta vrijednosti. Ponajprije, obrtnici povezuju ljude i mjesta i to kroz priču koju pripovijedaju predmeti, kroz komunikaciju. Proizvodi koje proizvode obrtnici su autentični proizvodi, oni omogućuju povezivanje s podrijetlom proizvoda te s tvorcem predmeta. Obrtnici njeguju vještine koje se mogu prenositi s osobe na osobu šireći krug znanja. Obrt nudi alternativu masovnoj proizvodnji i potrošnji pa su obrti zapravo promicatelji održivog načina života. Zato su obrtnici važni; njihovi proizvodi turistima pričaju priču o mjestu koje su posjetili, a istovremeno se zahvaljujući turistima koji kupuju obrtničke rukotvorine omogućuje opstanak zajednice. Iako su obrtnici u počecima razvoja turizma imali isključivo ulogu proizvođača suvenira koji će se prodavati turistima, danas je sve snažnija njihova uloga u stvaranju veze između turista i mjesta koje posjećuju te u oživljavanju tog mjesta. Ljudi svojim domovima danas više ne nose samo suvenire, već i potpuno nove poglede na svijet, za što su zaslužni obrtnici (Richards, 2020).

Čini se da proizvodi tradicijskih obrtnika još nisu dobili mjesto u razvoju turizma koje zaslužuju, zato je važno unaprijediti status takvih proizvoda (Zargham, 2007). Za jačanje uloge obrta u turizmu važno je učiniti sljedeće:

- Treba se fokusirati na programe održivog razvoja turizma koji podrazumijevaju i očuvanje lokalnih tradicijskih obrta (zanata).
- Potrebno je osmisliti, razviti i podržati marketinšku kampanju za rukotvorine i domaće proizvode i brendirati lokalni identitet kako bi se tim proizvodima dala vrijednost koju imaju.
- Treba olakšati i nagraditi odgovorno planiranje i upravljanje turizmom.
- Potrebno je poticati lokalne institucije da podrže tradicijske obrtnike i druge osobe koje se bave izradom rukotvorina te poboljšato marketing tih proizvoda.
- Razumjeti i razvijati postojeća udruženja proizvođača ručnih radova (tradicijskih obrtnika, osoba koje se bave izradom suvenira i sl.)
- Omogućiti ovoj skupini proizvođača platformu za e-trgovinu.

Obrtnici su važni sudionici u kreiranju turističke ponude nekoga kraja, no oni danas više ne stvaraju isključivo fizičke objekte koje će posjetitelji ponijeti svojim kućama – suvenire, već su i živi sudionici kreiranja jedinstvenog turističkog doživljaja.

2.5. Koprivničko-križevačka županija kao turistička destinacija

Koprivničko-križevačka županija raspolaže značajnim turističkim potencijalom. Taj se potencijal ponajviše vidi u vjerskom, vinskom, planinarskom, ciklo, kulturnom, sportskom, lovnom i ribolovnom turizmu. Prilikom izrade Županijske razvojne strategije za razdoblje 2014. – 2020. zabilježeno je da na županijskom području postoji 18 objekata koji pružaju usluge smještaja. U županiji postoje tri vinske ceste, a ima i desetak konjičkih klubova pa postoji odlična podloga za razvoj vinskog i konjičkog turizma. Hlebinska naiva nadaleko je poznata, a ponuda koja je vezana za naivno slikarstvo podravskog kraja nadaleko je poznata, ne samo u zemlji, nego i u inozemstvu. Ova je županija poznata po brojnim prirodnim bogatstvima te netakutoj prirodi. Bogat životinjski svijet važan je za razvoj lovnog i ribolovnog turizma².

Važan dio turističke ponude čini i kulturna baština nekoga kraja. Tako je za vrijeme izrade Županijske razvojne strategije za razdoblje 2014. – 2020. na području Koprivničko-križevačke županije bilo 2342 kulturna dobra. Najviše je bilo graditeljske baštine (crkve,

² Županijska razvojna strategija za razdoblje 2014. – 2020. Preuzeto s: <https://kckzz.hr/wp-content/uploads/2016/09/%C5%BDUPANIJSKA-RAZVOJNA-STRATEGIJA-2014-2020.-1.pdf> (18. 6. 2021.)

kapelice i tradicijska seoska gradnja). Bilo je i arheoloških nalazišta, a ima i kulturnog krajolika te pokretne i nematerijalne baštine. Pokretna kulturna uglavnom se odnose na crkveni inventar i etnografske zbirke. Najznačajnija nematerijalna kulturna dobra su Legenda o Picokima u Đurđevcu i Hlebinska škola naive. Na županijskom području djeluju brojne ustanove u kulturi (muzeji, galerije, knjižnice...), religijske institucije i udruge koje također doprinose osnaživanju turističke ponude ovoga kraja³.

Prema svemu navedenom, Koprivničko-križevačka županija ima bogat turistički potencijal pa se ova županija može smatrati turističkom destinacijom.

2.6. Promocija obrta i projekti namijenjeni obrtništvu u Koprivničko-križevačkoj županiji

Na području Koprivničko-križevačke županije nastoje se promovirati obrti da se pomogne očuvanje obrtništva. U nastavku su nabrojani i ukratko objašnjeni projekti namijenjeni obrtnicima i obrtu u razdoblju od 2019. do 2021. godine.

1. Program „Očuvanje i razvoj tradicijskih i umjetničkih obrta“ za 2019., 2020. i 2021. godinu

Na ovaj natječaj mogli su se prijaviti obrti, trgovačka društva i zadruge koji na obrtnički način rade i izrađuju proizvode tradicijskog i/ili umjetničkog obrta. Pri radu se moraju koristiti najviše ručnim radom, a moraju proizvoditi male serije proizvoda. Natječaj je bio otvoren za sve tri godine⁴.

2. Program mjera poticanja razvoja poduzetništva na području Grada Koprivnice za 2019., 2020. i 2021. godinu

U sklopu ovog natječaja mogli su se prijaviti i tradicijski ili umjetnički obrti. Uvjet je bio da obrt radi na području grada Koprivnice, a u 2021. godini bilo je moguće dobiti do 10.000 kuna po obrtu, a ukupno je za ovu skupinu obrta bilo predviđeno 100.000 kuna⁵.

3. Natječaj Koprivničko-križevačke županije za potpore male vrijednosti za samozapošljavanje „Start up“ u 2021. godini

³Županijska razvojna strategija za razdoblje 2014. – 2020. Preuzeto s: <https://kckzz.hr/wp-content/uploads/2016/09/%C5%BDUPANIJSKA-RAZVOJNA-STRATEGIJA-2014-2020.-1.pdf> (18. 6. 2021.)

⁴ Zatvoreni javni pozivi. Preuzeto s: <https://mingor.gov.hr/javni-pozivi-i-natjecaji-7371/javni-pozivi-ministarstva-7389/zatvoreni-javni-pozivi/7392> (20. 8. 2021.)

⁵ Javni poziv za podnošenje prijave za dodjelu nepovratnih subvencija iz Programa mjera poticanja razvoja poduzetništva na području Grada Koprivnice. Preuzeto s: <https://koprivnica.hr/javni-pozivi-i-natjecaji/javni-poziv-za-podnošenje-prijava-za-dodjelu-nepovratnih-subvencija-iz-programa-mjera-poticanja-razvoja-poduzetništva-na-području-grada-koprivnice-5/> (8. 9. 2021.)

Ove potpore bile su namijenjene obrtnicima ili poduzetnicima koji su odlučili pokrenuti poslovanje, a bilo je moguće dobiti 30.000 kuna⁶.

Na području Koprivničko-križevačke županije ne postoji mnogo natječaja koji su namijenjeni tradicijskim obrtnicima, ali i obrtnicima općenito. Za promociju obrta ponajviše je zadužena Obrtnička komora Koprivničko-križevačke županije. Promocija se prvenstveno odvija na Obrtničkom i gospodarskom sajmu Koprivničko-križevačke županije⁷, putem okruglih stolova, konferencija za medije i slično.

Koprivničko-križevačka županija prati rad obrtnika s područja županije, a župan godinama organizira prijam za nagrađene obrtnike. U 2021. godini održao je prijem za dobitnike najviših priznanja Hrvatske obrtničke komore čime je pridao važnost kvaliteti obrtnika i pomogao njihovo medijsko eksponiranje⁸. Rad obrtnika prate i gotovo svi portali i tiskani mediji pa je tako ova vijest bila dobro praćena u Glasu Podravine i Prigorja, na portalu Klikaj.hr i u drugim lokalnim medijima.

Turistička zajednica grada Koprivnice 2021. godine pokrenula je radionice starih obrta – pod nazivom „Skrivena Podravina“. Radionice su bile namijenjene svim zainteresiranima, bile su besplatne, a cilj je bio oživjeti izradu tradicijskih proizvoda ovoga kraja. Radionice su trebale živjeti sljedeća zanimanja; kolar, bačvar, košaraš, ispirać zlata i krovopokrivač sa slamom⁹. Iako ove radionice nisu bile namijenjene isključivo već postojećim obrtnicima, oni su bili dobrodošli, a važna je i medijska promocija starih obrta koja je nastala zahvaljujući održanim radionicama, primjerice, radionicu košaraštva dobro su popratili gotovo svi važniji lokalni mediji.

⁶ Javni poziv za aktivnost A 100199 – potpora male vrijednosti za samozapošljavanje „START UP“. Preuzeto s: <https://kckzz.hr/en/javni-poziv-za-aktivnost-a-100199-potpورا-male-vrijednosti-za-samozaposlјavanje-start-up/> (5. 8. 2021.)

⁷ Sajmovi. Preuzeto s: https://www.obrtnicka-komora-koprivnica.hr/default_sajmovi.asp?sid=6331&n=11 (10. 8. 2021.)

⁸ Župan održao prijem za dobitnike najviših priznanja Hrvatske obrtničke komore – Mariju Posavec i Antuna Kovačića. Preuzeto s: <https://kckzz.hr/en/zupan-odrzao-prijem-za-dobitnike-najvisih-priznanja-hrvatske-obrtnicke-komore-mariju-posavec-i-antuna-kovacic/> (10. 8. 2021.)

⁹ Turistička zajednica grada Koprivnice pokreće radionice starih obrta – „Skrivena Podravina“. Preuzeto s: <https://koprivnica.hr/novosti/turisticka-zajednica-grada-koprivnice-pokrece-radionice-starih-obrta-skrivena-podravina/> (10. 8. 2021.)

3. MATERIJALI I METODE

Ovaj rad sastoji se od dva temeljna dijela. Prvi dio rada nastao je na temelju analize sekundarnih podataka, odnosno na temelju dostupne literature. U prvom dijelu prvoga dijela rada daje se općeniti pregled literature kako bi se objasnili temeljni pojmovi potrebni za razumijevanje cijeloga rada, a u drugome dijelu daje se analiza sekundarnih izvora podataka. U drugome dijelu rada predstavljaju se rezultati istraživanja, odnosno primarni podaci dobiveni istraživanjem koje je provedeno putem intervjua i anketnog upitnika. Prvo istraživanje provedeno je putem anketnog upitnika s tradicijskim obrtnicima i drugim poslovnim subjektima koji na tradicionalan način proizvode tradicijske proizvode, a drugo istraživanje provedeno je s osobama uključenima u razvoj i kreiranje turizma Koprivničko-križevačke županije. U radu se koriste sljedeće metode, a metode su prikazane prema zadacima koji se provode u radu:

1. Pregled literature

Na temelju sekundarnih izvora podataka (knjiga, članaka u časopisima, zakona i podataka s internet stranica) sažeto su predstavljeni najznačajniji pojmovi potrebni za razumijevanje rada. Korištene su metode indukcije, dedukcije, analize i sinteze.

2. Analiza podataka

Obuhvaća analizu podataka Hrvatske obrtničke komore (HOK) o tradicijskim obrtima (broj, rasprostranjenost po županijama, zastupljenost po vrsti tradicijskih obrta) te usporedna analiza podataka HOK-a i Pravilnika o dopunskim djelatnostima na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima o vrstama tradicijskih obrta.

Provedena je analiza sekundarnih izvora podataka, a također su korištene metode analize, sinteze, dedukcije i indukcije.

3. Intervju

Proveden je intervju s osobama uključenima u razvoj i kreiranje turizma Koprivničko-križevačke županije. Cilj intervjua je dobiti podatke o aktualnim suvenirima u turističkoj ponudi te postoje li na području Koprivničko-križevačke županije suveniri koji pomažu u razvijanju turističke ponude, postoji li potreba za novim suvenirima te koja je uloga tradicijskih obrtnika u stvaranju suvenira.

Intervju se sastojao od sedam pitanja. Nakon toga je napravljen kratak komentar na svaku skupinu pitanja (po jedan komentar za svako od sedam pitanja) te su rezultati intervjua sažeto prikazani u raspravi. Pitanja za intervju navedena su u Prilogu 1.

4. Anketni upitnik

Proveden je anketni upitnik s deset tradicijskih obrtnika i drugih poslovnih subjekata koji na tradicijski način proizvode tradicijske proizvode s ciljem da se ispita njihovo zadovoljstvo bavljenja tradicijskim obrtom, gdje plasiraju proizvode, jesu li njihovi proizvodi prepoznatljivi/potrebni izvan turističke ponude ili se većina proizvoda prodaje u sklopu turističkih manifestacija. Ispitati će se prodaju li se proizvodi tradicijskih obrtnika u Koprivničko-križevačkoj županiji kao suveniri, imaju li novih, inovativnih ideja za suvenire te kako vide buduću poveznicu s turističkim sektorom.

Anketni upitnik sastojao se od 19 pitanja različitog tipa (da/ne pitanja, pitanja kratkog odgovora, pitanja dugog odgovora, pitanja višestrukog odgovora...). Nakon toga su dobiveni podaci obrađeni statističkim metodama te su predstavljeni i raspravljani pomoću metoda indukcije i dedukcije. Pitanja iz anketnog upitnika navedena su u Prilogu 2.

4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA SEKUNDARNIH IZVORA PODATAKA

U ovom poglavlju prikazano je stanje obrta i tradicijskih obrtnika na području Koprivničko-križevačke županije te su prikazani odabrani suveniri s područja koprivničkog, đurđevačkog i križevačkog kraja.

4.1. Aktualno stanje tradicijskih obrta i tradicijskih obrtnika na području Koprivničko-križevačke županije

U Koprivničko-križevačkoj županiji u prosincu 2020. godine bilo je aktivno 1550 obrta. Od toga je 828 bilo namijenjeno bavljenju uslužnim zanatstvom, 196 proizvodnim zanatstvom, 112 ugostiteljstvom i turizmom, 133 trgovinom, 74 obrta bilo je namijenjeno prijevozu osoba i stvari, 68 ribarstvu, marikulturi i poljodjelstvu te 139 frizerstvu, njezi tijela i kozmetičarstvu (Ranogajec, 2021).

Dio tradicijskih obrta bavi se djelatnostima koje su zaštićene Registrom kulturnih dobara Republike Hrvatske. Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske tako pod pretraživanjem pojma „tradicijski obrt“ navodi da su zaštićena nematerijalna kulturna dobra u Republici Hrvatskoj nastala u tradicijskim obrtima: Medičarski obrt s područja sjeverozapadne Hrvatske i Slavonije, Tradicijsko lončarstvo na području sjeverozapadne Hrvatske, Umijeće izrade tradicijskih dječjih igračaka s područja Hrvatskog zagorja, Tradicijski krznarski obrt Vlatka Gribla, Tradicijski užarski obrt Antuna Kneza, Tradicijski obrt za preradu vune i izradu valjanih odjevnih predmeta obitelji Čolakovac, Tradicijsko lončarstvo otoka Iža, Opančarski obrt Kruh Vuk, Umijeće izrade šindre za pokrivanje krovova, Umijeće izrade slavonskog kožnog prsluka, Umijeće izrade šestinskog kišobrana u tradicijskom obrtu Cerovečki, Tradicijski obrt izrade slavonsko-srijemskih šokačkih šešira, Tradicijski obrt izrade slavonsko-srijemskih suknarskih odjevnih predmeta, Tradicijski kovački i potkivački obrt Stjepana Legca, Tradicijsko lončarstvo ručnoga kola u Potravlju, Umijeće ručne izrade i popravka satova urarskog obrta Lebarović, Umijeće izrade i popravka pisaćega pribora u sklopu obrta „Peroklinika“ te Mlin - vodenica Špoljarić¹⁰. Od navedenih, na Koprivničko-križevačku županiju odnosi se Medičarski obrt s područja sjeverozapadne Hrvatske i Slavonije.

¹⁰ Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske. Preuzeto s: <https://registar.kulturnadobra.hr/#/> (2. 8. 2021.)

Na stranicama Hrvatske obrtničke komore, navode se sljedeći tradicijski obrti s područja Koprivničko-križevačke županije:

- 1) Galanterist Darko Frankol, Koprivnica
- 2) Košaraš Alen Glavica, Koprivnica
- 3) Licitar Ljubica Špičko, Koprivnica¹¹.

Prema navedenom popisu, nijedan od tradicijskih obrtnika ne radi na području Đurđevca i Koprivnice.

Pretraživanjem internet stranica ne dobivaju se dodatne informacije o tradicijskim obrtnicima, no dobivaju se informacije o drugim oblicima poslovanja koja su namijenjena izradi tradicijskih proizvoda, a u nastavku se navode neki od poduzetnika koji izrađuju (među ostalim) i tradicijske proizvode:

- 1) Domaća radinost „Baka i mama“ Virje, tradicionalno tkalačko rukotvorje
- 2) Domaća radinost Zorica Vidaković, Đurđevac, izrada predmeta od domaćeg platna, narodnih nošnji i slično
- 3) Domaća radinost Ljubica Cestar, Đurđevac, tkanje, našivavanje i izrada predmeta za svakodnevnu upotrebu
- 4) Obrt Ember, Koprivnica, izrada i prodaja suvenira, prodaja repromaterijala
- 5) RIVER, obrt za proizvodnju i trgovinu, Koprivnica, izrada i prodaja nakita, ali i licitara i licitarskih predmeta
- 6) Domaća radinost Goran Katalenić, Križevci, izrada suvenira
- 7) E B Čunčana čipka i soutache nakit, Križevci, izrada čunčane čipke i nakita od trakica
- 8) Domaća radinost Jasminka Miklić, Kalinovac, ručno oslikavanje, graviranje, izrada suvenira
- 9) Vias, d.o.o., Koprivnica, proizvodnja proizvoda i suvenira od drva
- 10) Tilika d.o.o., Koprivnički Ivanec, izrada glazbala
- 11) Obrt za izradu proizvoda od žice Matija Franić, Koprivnica, ručna izrada žica za glazbala
- 12) IM bladesmithing, Reka, obrt za proizvodnju sječiva i usluge
- 13) Josip Evačić, Koprivnica, kovač.

Navedeni poduzetnici mogu se navesti kao primjer osoba koje se djelomice bave izradom tradicijskih proizvoda ili u svojoj proizvodnji koriste tradicijske tehnike.

¹¹ Tradicijski i umjetnički obrti, popis. Preuzeto s: <https://www.hok.hr/cehovi-i-sekcije/tradicijski-i-umjetnicki-obrti/popis-obrta?page=5> (18. 8. 2021.)

4.2. Pregled odabranih suvenira u gradovima Koprivničko-križevačke županije

Na području Koprivničko-križevačke županije moguće je pronaći dosta suvenira, a kako bi se pronašli suveniri, kontaktirane su turističke zajednice, muzeji, galerije te je pretražen popis obrtnika, a naposljetku su pretražene internet stranice i društvene mreže. U nastavku će se prikazati odabrani suveniri đurđevačkog, koprivničkog i križevačkog kraja.

4.2.1. Suveniri đurđevačkog kraja

Muzej Grada Đurđevca od 2019. godine u ponudi ima suvenir Đurđevačka ambrela, kišobran s motivima koji su karakteristični za đurđevački kraj. Kišobrani su ukrašeni motivima ruža sa starih đurđevačkih narodnih nošnji te motivima utvrde Stari grad, pijetla, deva, crkve te prirode đurđevačkog kraja¹². Đurđevačka ambrela prikazana je na slici 1.



Slika 1. Đurđevačka ambrela

Izvor: Muzej Grada Đurđevca, Facebook. Preuzeto s:

<https://www.facebook.com/muzejdjurdjevac/posts/1754716521298114/> (18. 7. 2021.)

Suvenirnica Muzeja Grada Đurđevca čuva brojne suvenire, a osobito je poznat nakit s cvjetnim motivima koji su preuzeti s tradicionalnih narodnih nošnji. Primjer takvog nakita prikazan je na slici 2.

¹² Muzej Grada Đurđevca, Facebook. Preuzeto s: <https://www.facebook.com/muzejdjurdjevac/posts/1754716521298114/> (18. 7. 2021.)



Slika 2. Nakit s motivom preuzetim s narodne nošnje

Izvor: Suvenirnica Muzeja Grada Đurđevca u emisiji Pozitivno. Preuzeto s: <https://djurdjevac.hr/dogadanja-u-gradu/suvenirnica-muzeja-grada-durdevca-u-emisiji-pozitivno/> (18. 7. 2021.)

Čest motiv koji inspirira Đurđevčane je motiv pijetla, s obzirom na poznatu Legendu o Picokima. Zato postoje i brojni suveniri koji prikazuju lik pijetla, kao na slici 3.



Slika 3. Pijetao

Izvor: Izabrani suveniri Grada Đurđevca. Preuzeto s: <https://djurdjevac.hr/dogadanja-u-gradu/objava-rezultata-za-izbor-suvenira-grada-durdevca/> (19. 7. 2021.)

4.2.2. *Suveniri koprivničkog kraja*

Licitari su mali kolači prekriveni glazurom i posebno ukrašeni, a najčešće se radi o licitarskim srcima crvene boje. Ovo je jedan od najpoznatijih suvenira koprivničkog kraja, a licitari Medičarne Špičko prikazani su na slici 4.



Slika 4. Licitarska srca

Izvor: *Medičarna Špičko, Facebook. Preuzeto s: <https://www.facebook.com/Medicarna.Spicko/> (17. 7. 2021.)*

Suvenir koji predstavlja Koprivnicu u gotovo cijelome svijetu, što je otkrio direktor Turističke zajednice grada Koprivnice, Renato Labazan, izrađen je za potrebe Renesansnog festivala, a to je renesansna keramička krigla. Krigle su prikazane na slici 5.



Slika 5. Renesansne krigle

Izvor: *Zbrajaju se posjetitelji, skupljaju dojmovi: Gradonačelnica ocijenila Renesansni festival s 5+. Preuzeto s: <https://drava.info/2015/08/zbrajaju-se-posjetitelji-skupljaju-dojmovi-gradonacelnica-ocijenila-renesansni-festival-s-5/> (22. 7. 2021.)*

Mladi poduzetnici pod brendom etnokaj plasiraju na tržište uporabne predmete s motivima podravskog kraja. Na slici 6 je šalica na kojoj se nalazi motiv veza Koprivničkog Ivanca.



Slika 6. Šalica s vezom Koprivničkog Ivanca

Izvor: etnokaj. Preuzeto s: <https://www.etnokaj.com/proizvod/salice/salica-ivanecki-vez> (22. 7. 2021.)

4.2.3. Suveniri križevačkog kraja

Jedan od zasigurno najpoznatijih suvenira križevačkog kraja čine tri glinene posude povezane tako da se ne mogu razdvojiti. Te se posude nazivaju trilikum, a riječ trilikum izvedena je od riječi bilikum. Bilikumi su bili posude iz kojih se je, pri posjeti nečijoj kući, pila zdravica¹³. Bilikum je prikazan na slici 7.



Slika 7. Bilikum

Izvor: Bilikum. Preuzeto s: <https://www.visitkrizevci.hr/istrazi-i-posjeti/tradicija/> (20. 7. 2021.)

Udruga Hera je u 2011. godini zahvaljujući potpori Ministarstva turizma za Program poticanja izrade i plasmana izvornih suvenira „Izvorni suvenir“ izradila suvenir koji je prikazan na slici 8¹⁴.

¹³ Bilikum. Preuzeto s: <https://www.visitkrizevci.hr/istrazi-i-posjeti/tradicija/> (20. 7. 2021.)

¹⁴ Suveniri križevačkog kraja, Udruga Hera. Preuzeto s: <https://udruga-hera.info/portfolio/suveniri-krizevackog-kraja/> (20. 7. 2021.)



Slika 8. Suvenir križevačkog kraja, Udruga Hera

Izvor: *Suveniri križevačkog kraja, Udruga Hera. Preuzeto s: <https://udruga-hera.info/portfolio/suveniri-krizevackog-kraja/> (20. 7. 2021.)*

Izrada čunčane čipke umijeće je koje je oživjelo u Križevcima pa je i čunčana čipka jedan od važnijih i novijih suvenirira Križevaca¹⁵. Prikazana je na slici 9.



Slika 9. Čunčana čipka

Izvor: *Predstavljena čunčana čipka – najnoviji križevački suvenir. Preuzeto s: <https://www.krizevci.info/2016/11/13/predstavljena-cuncana-cipka-najnoviji-krizevacki-suvenir/> (20. 7. 2021.)*

Prikazani suveniri predstavljaju manji dio ponude suvenirira koprivničkog, đurđevačkog i križevačkog kraja, no prikazani suveniri predstavljaju najznačajnije suvenire s ovoga područja ili najznačajnije motive koji se javljaju na suvenirima. Za detaljniju prezentaciju, trebalo bi izraditi svojevrsan katalog u kojemu bi se predstavili svi suveniri Koprivničko-križevačke županije, što je sveobuhvatan posao.

¹⁵ Predstavljena čunčana čipka – najnoviji križevački suvenir. Preuzeto s: <https://www.krizevci.info/2016/11/13/predstavljena-cuncana-cipka-najnoviji-krizevacki-suvenir/> (20. 7. 2021.)

5. REZULTATI ISTRAŽIVANJA PRIMARNIH IZVORA PODATAKA

Pisanju ovoga rada prethodila je provedba intervjua i anketnog upitnika. Intervju je proveden s osobama koje su uključene u razvoj i kreiranje turizma Koprivničko-križevačke županije, a anketni upitnik je proveden s tradicijskim obrtnicima i drugim poslovnim subjektima koji proizvode tradicijske proizvode.

5.1. Analiza intervjua s osobama uključenima u razvoj i kreiranje turizma Koprivničko-križevačke županije i rasprava

Za vrijeme istraživanja proveden je intervju s pet osoba uključenih u razvoj i kreiranje turizma na području Koprivničko-križevačke županije. Intervju se sastojao od sedam pitanja i proveden je kako bi se dobili podaci o aktualnim suvenirima u turističkoj ponudi u Koprivničko-križevačkoj županiji. Ovim intervjuom željelo se saznati postoje li na području Koprivničko-križevačke županije suvenir koji pomažu u razvijanju turističke ponude, postoji li potreba za novim suvenirima te koja je uloga tradicijskih obrtnika u stvaranju suvenira. Zbog epidemiološke situacije u trenu provođenja ovoga intervjua, svi ispitanici na pitanja su odgovorili pisanim putem uz konzultaciju telefonom.

5.1.1. Analiza intervjua

Ispitanici koji su sudjelovali u istraživanju predstavljali su sljedeće institucije:

Ispitanik 1: Muzej grada Koprivnice

Ispitanik 2: Turistička zajednica područja Dravski peski

Ispitanik 3: Muzej Grada Đurđevca

Ispitanik 4: Turistička zajednica područja Središnja Podravina

Ispitanik 5: Turistička zajednica grada Koprivnice

U nastavku su navedeni odgovori na pitanja prva četiri ispitanika, a ispred Turističke zajednice dobiven je odgovor isključivo vezan za iskustva u kreiranju suvenira Koprivničko-križevačke županije te je naveden nakon svih odgovora na pitanja.

- 1. Molim Vas da ukratko predstavite organizaciju iz koje dolazite (naziv, broj zaposlenika, početak poslovanja, opis poslovanja, što je specifično za Vašu organizaciju...)*

Ispitanik 1: Muzej grada Koprivnice je javna ustanova koja obavlja muzejsku djelatnost kao javnu službu od 1951. godine. Trenutno je u ustanovi zaposleno 17 zaposlenika, što stručnog

muzejskog i što pomoćnog osoblja. Muzej je kulturno, komunikacijsko i informacijsko središte Grada Koprivnice i Koprivničko-križevačke županije koje vodi sustavnu brigu o nepokretnoj, pokretnoj i nematerijalnoj baštini grada i regije. Zadaća ustanove je sustavno prikupljanje, čuvanje, stručno održavanje, sređivanje, restauriranje, konzerviranje i trajno zaštićivanje muzejske građe, stručna i znanstvena obrada nepokretnih i pokretnih spomenika kulture, održavanje stalnog postava muzeja i priprema povremenih pokretnih izložbi koje se odnose na prošlost i sadašnjost grada Koprivnice i koprivničke Podravine, izdavanje i objavljivanje vlastitih publikacija, pripremanje i organiziranje brojnih kulturno – umjetničkih manifestacija i projekata, predavanja, tečajeva, seminara, stručnih i znanstvenih skupova, muzejskih radionica i igraonica, promicanje muzejske struke u suradnji sa srodnim ustanovama u zemlji i inozemstvu, promicanje muzejske struke suradnjom sa školama i drugim pravnim osobama te zainteresiranim pojedincima u skladu s „Kodeksom profesionalne etike“ muzejske struke. Muzej obavlja muzejsku djelatnost koja obuhvaća poslove nabave muzejske građe, istraživanja, stručne i znanstvene obrade te njezine sistematizacije u zbirke, zatim trajne zaštite muzejske građe, muzejske dokumentacije i baštinskih lokaliteta i nalazišta u svrhu osiguranja dostupnosti, obrazovanja, tumačenja i predstavljanja javnosti muzejske građe kao kulturnoga materijalnog i nematerijalnog dobra te dijelova prirode.

Ispitanik 2: Turistička zajednica područja Dravski peski prostire se na području četiri općine Koprivničko – križevačke županije: Ferdinandovac, Kalinovac, Kloštar Podravski i Podravske Sesvete. Turistički ured s radom je započeo 1. kolovoza 2017. godine, a od svog početka ima jednu zaposlenu osobu. Zadaće Turističke zajednice, kao lokalne destinacijske menadžment organizacije, su mnogobrojne. Primjerice, razvoj proizvoda, informacije i istraživanje te distribucija.

Ispitanik 3: Muzej Grada Đurđevca ima troje zaposlenih, djeluje kao muzej od 2015. godine, a pravni je sljednik Centra za kulturu Đurđevac. Muzej se nalazi u utvrdi Stari grad, spomeniku kulture RH, uz koju je vezana Legenda o Picokima – usmena predaja temeljena na povijesnom događaju iz vremena osmanskih osvajanja u 16. stoljeću. Na prvom katu utvrde nalazi se stalni postav muzeja, Interpretacijski centar Picokijade te galerijski prostori, a u potkrovlju utvrde se nalazi reprezentativni stalni postav slika hrvatskih umjetnika 20. stoljeća koji je ujedno dio bogate Donacije Ivana Lackovića Croate. U galerijskim se prostorima godišnje održava desetak izložbi, a potkrovlje je bilo i privremenim domom inozemnim izložbama – Hommage a Picasso, Marc Chagall, Salvador Dali i Leonardo da Vinci.

Ispitanik 4: Turistička zajednica područja Središnja Podravina osnovana je 2017. godine te pokriva područja Općine Virje, Molve, Hlebine, Novigrad Podravski, Gola te Legrad. TZ ima jednog zaposlenog.

Komentar: U istraživanju su sudjelovali ispitanici koji predstavljaju Muzej grada Koprivnice, Turističku zajednicu područja Dravski peski, Muzej Grada Đurđevca, Turističku zajednicu područja Središnja Podravina te Turističku zajednicu grada Koprivnice. Odgovor Turističke zajednice grada Koprivnice izdvojen je budući da ovaj ispitanik nije odgovorio na sva pitanja, već je dao općeniti osvrt na ulogu Turističke zajednice grada Koprivnice u kreiranju suvenira Koprivničko-križevačke županije.

2. Kakva je ponuda suvenira izrađenih na području Koprivničko-križevačke županije?

Ispitanik 1: Ponuda suvenira na području Koprivničko-križevačke županije nije u potpunosti zadovoljavajuća. Malo je mjesta na kojima se oni mogu kupiti, osobito u središtu županije – Koprivnici.

Ispitanik 2: Ponuda suvenira na području naše županije sigurno nije kao na obali, ali postoji. Kontinent se polako „budi“ tako da se samim time i potiče razvoj ponude suvenira.

Ispitanik 3: Odgovor na postavljeno pitanje ne možemo dati gledajući čitavu KKŽ, već samo ponudu grada Đurđevca i bliže okolice, s obzirom da u najvećem postotku surađujemo s ljudima s tog područja. Ponuda suvenira je vrlo velika i svaka ustanova za sebe treba pomno probirati one koji su pogodni za vlastitu djelatnost. Konkretno muzej surađuje s brojnim domaćim radinostima s područja grada Đurđevca, udrugama i obrtima. Sve su to ljudi koji svoje suvenire izrađuju vlastoručno.

Ispitanik 4: Što se tiče ponude suvenira na području koje ova TZ obuhvaća (prethodno navedene Općine) postoje razni suveniri koje u velikoj mjeri izrađuju lokalne udruge, obrtnici i OPG-ovi. To su najčešće predmeti koji predstavljaju neku zanimljivost ili atrakciju koja je posebna za taj kraj, npr. Rode u Goli, mini sličice ili magneti s motivom naive u Hlebinama, valjak za tijesto (prkače) iz Virja i sl.

Komentar: Ponuda suvenira na području Koprivničko-križevačke županije postoji, no s izuzetkom đurđevačkog područja, ispitanici smatraju da još uvijek ima mjesta za razvoj novih suvenira. Ističe se da suvenire vlastoručno izrađuju udruge, obrtnici te obiteljska poljoprivredna gospodarstva.

3. *Kakav je odnos ponude i potražnje za suvenirima?*

Ispitanik 1: Ponuda ne prati potražnju. To možemo pratiti kroz upite posjetitelja Galerije Mijo Kovačić koji traže koprivnički suvenir, a nemaju informaciju o mjestu na kojem se on može nabaviti. Nedostaje suvenirnica u centru grada. Ponuda suvenira je nešto bolja tijekom turističkih manifestacija poput Podravskeg motiva i Renesansnog festivala u kojima sudjeluju obrtnici, udruge i pojedinci koji više ili manje uspješno nude proizvode od kojih neki mogu poslužiti i kao suveniri.

Ispitanik 2: Na našem području imamo dobru ponudu suvenira, a potražnja ovisi o turističkim kretanjima. U vrijeme Pandemije COVID-19 i ponuda i potražnja su stagnirale, ali već ove godine vidi se pojačana potražnja za suvenirima. Što se individualnih dolazaka tiče, tu nedostaje određenih mjesta i suradnje s ostalim subjektima koji bi te suvenire mogli staviti u svoju ponudu. Što se tiče organiziranih dolazaka (grupa) uvijek im barem na jednom mjestu osiguramo da mogu kupiti suvenire koje proizvode osobe s našeg područja.

Ispitanik 3: Ponuda ispunjava potražnju i obrnuto. Postoje mjeseci u godini kad je ponuda veća no potražnja, no to je zbog smanjenog dolaska posjetitelja u kontinentalni dio RH te posjetitelja muzeja uopće.

Ispitanik 4: Potražnja za suvenirima svakako postoji, no javlja se problem pozicioniranja ponude suvenira prema krajnjim kupcima (turistima). Nažalost, na našem području ne postoji suvenirnica koja može ponuditi sve vrste suvenira na jednom mjestu.

Komentar: Može se zaključiti da su ponuda i potražnja za suvenirima neusklađene. Očito je da postoji problem u plasmanu suvenira do krajnjih kupaca, to jest turista, a jedan od glavnih razloga je nepostojanje suvenirnice na kojoj bi turisti mogli vidjeti sve ili bar većinu suvenira s područja Koprivničko-križevačke županije. Općenito, najveći problem predstavlja činjenica da ne postoji mjesto na kojemu bi turisti mogli razgledati, a zatim i kupiti suvenire.

4. *Postoje li lokalni suveniri koji se proizvode u obrtima ili tvrtkama koje imaju u ponudi i tradicijske proizvode? Koji su to suveniri? Molimo da nabrojite tvrtke za koje ste čuli i ponudu tih tvrtki.*

Ispitanik 1: Koprivnički tradicijski obrt (Medičarna Špičko), licitar Ljubica Špičko - ima bogatu ponudu medičarskih i svjećarskih proizvoda, ali i dobro osmišljenih koprivničkih suvenira vezanih uz medičarske proizvode i prilagođenih potrebama današnjih kupaca: koprivnički gverc, licitarska srca s natpisom i druge. Muzej grada Koprivnice ima dobro osmišljenu ponudu suvenira inspiriranih predmetima iz muzejskih zbirki. To se prije svega odnosi na motive iz djela naivne umjetnosti koji su aplicirani ili otisnuti na predmete

uporabne ili ukrasne namjene. Navedeni predmeti izrađeni su od prirodnih materijala i osim estetske vrijednosti imaju edukativnu ulogu te uporabnu vrijednost.

Ispitanik 2: Postoje, ali ne u mjeri kojoj bi to bilo potrebno. Tradicijske obrte proizvode Obrt Stari Zanati iz Hlebina te Domaća radinost Jasminka Miklič iz Kalinovca. To su razno razni ukrasi i uporabni predmeti iz prošlosti.

Ispitanik 3: Tradicijski proizvodi se mogu pronaći kod gotovo svakog suradnika i dobavljača muzeja, no da nabrojimo samo neke: Domaća radinost Ljubica Cestar, Pograd, Udruga žena Grada Đurđevca, OPG Anica Jakelić i ostali. Suvenirni u njihovoj ponudi su mahom napravljeni od tradicijskih materijala i tvore uporabne predmete – pregače, torbe, nadstolnjake i sl. To je zasigurno samo mali dio njihove ponude i mogućnosti izrade suvenira, jer kao što smo ranije spomenuli, muzej u svojoj suvenirnici nudi samo probrane suvenire i one koji se tiču muzejskog postava i utvrde.

Ispitanik 4: Većinu suvenira proizvode lokalne udruge, mali obrtnici te OPG-ovi.

Komentar: Na području Koprivničko-križevačke županije postoje različiti poslovni subjekti (poduzeća, obrti, tradicijski obrti, udruge, OPG-ovi, domaće radinosti...) koji proizvode suvenire. Obično se radi o različitim ukrasima i uporabnim predmetima kakvi su se koristili u prošlosti na području ove županije.

5. *Kakvo je stanje s tradicijskim obrtnicima na području naše županije? Je li ponuda suvenira koje oni proizvode zadovoljavajuća?*

Ispitanik 1: Na području Koprivnice danas je aktivno nekoliko tradicijskih obrta: već spomenuti licitar Ljubica Špičko, zatim košaraš Alen Glavica te galanterist Darko Frankol. Od proizvoda koji se nalaze u njihovom asortimanu možemo izdvojiti sljedeće: košare, namještaj i ostali uporabno-dekorativni proizvodi od prirodnih materijala, osobito oni pleteni od strukova slame (Alen Glavica); torbe, futrole, renesansne vrećice, pojas, novčanik, privjesak, obuća (Darko Frankol); licitari, medenjaci, bomboni “šule”, gverc i medica (Ljubica Špičko). Prema navedenom vidljivo je kako je njihova ponuda predmeta koji mogu imati ulogu suvenira zadovoljavajuća.

Ispitanik 2: Ponuda koju oni proizvode je optimalna i prilagođena potražnji.

Ispitanik 3: Ne možemo odgovoriti za cijelu županiju jer zasigurno nismo upoznati sa svim obrtnicima. Ono što možemo reći da se ponuda tradicijskih suvenira najbolje vidi u sklopu održavanja kojekakvih sajмова u području županije kao npr. Picokijade u Đurđevcu.

Ispitanik 4: Tradicijski obrtnici se moraju boriti sa mnogo jačom i većom konkurencijom (srednja i velika poduzeća), no kvaliteta njihovih proizvoda je neupitna kao i činjenica kako su to proizvodi koji su ručno rađeni čime se povećava njihova vrijednost i značaj za naš kraj.

Komentar: U županiji postoji nekoliko tradicijskih obrtnika koji imaju optimalnu ponudu proizvoda, usklađenu s potražnjom. Međutim, vrlo je teško vidjeti cjelokupnu ponudu tradicijskih obrtnika budući da ne postoji mjesto na kojemu bi zajednički bili prezentirani svi tradicijski obrtnici te sva njihova ponuda, već se ta ponuda vidi obuhvatnije isključivo za vrijeme održavanja velikih turističkih sajмова i drugih sličnih događaja.

6. *Koja je uloga tradicijskih obrtnika u stvaranju suvenira?*

Ispitanik 1: Uloga tradicijskih obrtnika u stvaranju suvenira trebala bi biti vodeća, no čini se da njihov značaj nije u dovoljnoj mjeri prepoznat i podržan od strane nadležnih uprava i institucija. Kako bi sačuvali proizvodnju i svoja znanja i umijeća uspješno prenijeli mlađim obrtnicima potrebno je pružiti im financijsku i stručnu pomoć, a njihove proizvode bolje prezentirati u okviru turističke ponude i ponude suvenira.

Ispitanik 2: Njihova uloga je itekako velika budući da baš oni proizvode unikatne proizvode koji su vezani uz ovo područje. Upravo to je ono što nas čini drugačijima od ostalih te je potrebno njegovati svoju tradiciju i kulturnu baštinu. Upravo suveniri su jedan od načina za to.

Ispitanik 3: Uloga tradicijskih obrtnika je velika s obzirom na to da svaki od njih da dio unikatnosti u svoj suvenir. Za tradicijske je suvenire baza jednaka, no oni se razvijaju u različitim smjerovima. Osim toga, većina obrtnika surađuje s drugim obrtnicima, umjetnicima, ustanovama, stoga je moguća i suradnja koja izrasta u nove suvenire ukoliko se pokaže potreba za njima.

Ispitanik 4: Obrtnici su glavni akteri u stvaranju suvenira, pogotovo ako je riječ o tradicionalnim ručno rađenim suvenirima.

Komentar: Tradicijski obrtnici trebali bi biti glavni proizvođači suvenira, no problem je što nadležne institucije nisu prepoznale njihovu važnost i njihov značaj te im se ne daje dovoljna potpora. Čini se da postoji jaka svijest o važnosti očuvanja tradicijskih obrtnika i prijenosa tradicijskih vještina na mlađe generacije, no akcija koja bi tome doprinijela ne poduzima se u dovoljnoj mjeri.

7. *Postoji li potreba za novim suvenirima? Kako bi trebali izgledati novi suvenir, po Vašem mišljenju? Imate li Vi nekih ideja i prijedloga u vezi izgleda i dizajna suvenira?*

Ispitanik 1: Potreba za kvalitetnim suvenirima koji će zadovoljavati estetske kriterije, biti uporabni i nositi poruku iz našeg kraja permanentno je prisutna. Nakon nerealiziranog pokušaja da se putem natječaja za izbor „službenog“ suvenira Koprivničko-križevačke županije ovaj problem riješi, zabilježeno je nekoliko pokušaja osmišljavanja zadovoljavajućih suvenira koji nisu u potpunosti zaživjeli. Muzej grada Koprivnice može upotpuniti ponudu suvenira u Koprivničko-križevačkoj županiji na način da osmisli nove suvenire temeljene na predmetima i/ili detaljima iz bogatih muzejskih zbirki. To mogu biti predmeti uporabne vrijednosti (nakit, torbe, tekstilno posoblje, drveno, metalno ili keramičko posuđe, dječje igračke...) koji će zadovoljiti suvremene estetske kriterije, biti temeljeni na autentičnom i lokalnom te pristupačni cijenom.

Ispitanik 2: Potrebe ima uvijek i treba gledati na to da suvenir predstavlja kraj iz kojeg dolaze. Naravno, treba spojiti moderno s tradicionalnim, ali nikako odstupati od svoje povijesti i ostalih bitnih elemenata za stvaranje suvenira.

Ispitanik 3: Možemo reći da potreba za novim suvenirima ne postoji čisto iz razloga što različitih suvenira ima u velikom broju. No ono do čega dolazi jest zasićivanje jednim te istim suvenirima stoga je, kao i u ostalim djelatnostima, potrebno publici ponuditi nešto novo. Za dizajn novih suvenira potrebno je samo osvrnuti se oko sebe.

Ispitanik 4: Vjerujem kako imamo mnogo suvenira koji nisu dovoljno prepoznati ili se uopće ne zna za njih. Lokalno stanovništvo je najbolji promotor svog kraja, ukoliko bi se išlo u razvoj novih suvenira i promotivnih proizvoda zasigurno treba uključiti lokalno stanovništvo da daju svoje ideje te zajedničkim snagama ukoliko se pokaže potreba kreirati novi proizvod.

Komentar: U Koprivničko-križevačkoj županiji postoje suvenir, no ponuda modernih, kvalitetnih suvenira nije zadovoljavajuća. Inspiraciju za izradu novih suvenira treba pronalaziti oko sebe, u mjestu u kojemu se živi, u tradiciji, kulturi i baštini koprivničkog, đurđevačkog i križevačkog kraja.

Ispitanik 5: Iskustva Turističke zajednice grada Koprivnice u kreiranju suvenira

Renato Labazan, direktor Turističke zajednice grada Koprivnice: Prije 17 godina zaposlio sam se u TZ Koprivnica na mjestu direktora, a kako je moje formalno obrazovanje vezano direktno za tradiciju (prof. povijesti i geografije), krenuo sam odmah u osmišljavanje projekata i turističkih proizvoda kojima je platforma tradicija, to jest povijest.

Prvi koraci bili su mi sumjereni prema starim zanatima – tradicionalnim obrtima, naročito onima koji su već nestali ili su bili na tom putu, primjerice kovač, stolar, notar, kolar, užar, izrada cekera od rogoza, korpi od šibe, kožar, postolar, bačvar, lončar, krovopokrivač sa slamom, rakijaš i mnogi drugi. U nekoliko godina postajemo lider tradicijskih obrta u smislu njihove restitucije, ali i prezentacije, ne samo na koprivničkim manifestacijama već i diljem Hrvatske, ali i nekih europskih zemalja.

Vezano uz to, osim edukacije u povijesnom smislu usmjeravam ih i u pogledu izrade pojedinih proizvoda koji bi mogli postati suveniri grada Koprivnice, Podravine i Hrvatske. Josipa Evačića kojeg sam usmjerio u pravcu kovača, savjetujem da počne proizvoditi i to na licu mjesta male potkovice s imenom Grada ili s vlastitim imenima posjetitelja što je bila izvrsna atrakcija, a potkovice su završile na svima kontinentima.

Bilo je tu još svakakvih proizvoda, manje ili više atraktivnih, no glavna priča počinje s proizvodima od koprive. Naime, odmah u početku mojeg radnog odnosa u TZ primijetio sam da ime grada Koprivnice (ime po biljci koprivi) nitko do tada nije iskoristio u turističke ili povijesno-tradicijske svrhe niti je tome pridavao pažnju.

Postepeno sam počeo osmišljavati priču o koprivi te pronalaziti pojedince, udruge i obrte koji bi bili zainteresirani sudjelovati u tom dugoročnom projektu potencijala za koji sam smatrao da može biti jedinstvena priča u svjetskim okvirima. Kontaktirao bih obrtnike i tvrtke prvenstveno u Koprivnici i okolici, ali i nešto šire ako ne bih imao mogućnosti u našem gradu.

Najprije se krenulo s rakijom od koprive koju sam predložio OPG-u Grošek, a oni istu uspješno proizvode i plasiraju na tržište već desetak godina, zatim medenjaki koprivnjaki, tjestenina s koprivom, čaj od koprive, sapun s koprivom, čokolada i praline s koprivom koje sam predložio čokoladarni u Križevcima u kojoj proizvode osobe s invaliditetom, parfem od koprive, pivo od koprive i dr. Danas su naši suveniri – proizvodi razasuti širom svijeta, poglavito zaslugom Renesansnog festivala s kojeg ih odnose desetine tisuća posjetitelja iz čitavog svijeta.

Mišljenja sam da rijetko koja sredina u Hrvatskoj ima toliko originalne, recentno osmišljene i što je još iznimno bitno, funkcionalne tj. uporabne suvenire kao Koprivnica, a da se naš grad nalazi na obali ili je neko popularno turističko mjesto, proizvođači suvenira od koprive mogli bi samo od toga poslovati i živjeti.

Na kraju moram spomenuti i glinenu kriglu koju sam osmislio prije 8 godina kako bih izbacio plastiku iz ugostiteljske usluge na Renesansnom festivalu. Tako je Renesansni festival postao prva manifestacija bez plastike u Hrvatskoj i jedna od prvih u Europi, a krigle su također u

desecima tisuća primjerka završile širom svijeta noseći na sebi ime Renesansnog festivala, Koprivnice i Hrvatske. Vrijedno je istaknuti da je svaka krigla ručni rad te da se svake godine izrađuje drugačiji oblik, vezan za glavnu temu Renesansnog festivala.

Komentar: Turistička zajednica grada Koprivnice uložila je mnogo vremena i truda u poticanje obrtnika i obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava da proizvedu suvenire koji predstavljaju grad Koprivnicu. Brojni od tih poslovnih subjekata uspjeli su, uz poticaj i motivaciju, razviti suvenire koji su pomogli u širenju ponude suvenira grada Koprivnice. U sklopu Renesansnog festivala, koji je svojevrsan suvenir Koprivnice sam po sebi, proizvedeni su brojni suveniri, primjerice glinena unikatna krigla koja predstavlja festival. Zahvaljujući ponajviše Renesansnom festivalu, suveniri koprivničkog kraja su doprli do cijeloga svijeta.

5.1.2. Rasprava o rezultatima intervjua s donositeljima odluka u turizmu

Proveden je intervju s pet osoba koje su predstavljale institucije zadužene za kreiranje turističkih sadržaja na području Koprivničko-križevačke županije, a intervju se sastojao od sedam pitanja na koja su ispitanici zbog nepovoljne epidemiološke situacije odgovorili pisanim putem. Sa svakim od ispitanika proveden je i telefonski razgovor kako bi mu se objasnio razlog intervjua. U istraživanju su sudjelovali ispitanici koji predstavljaju Muzej grada Koprivnice, Turističku zajednicu područja Dravski peski, Muzej Grada Đurđevca, Turističku zajednicu područja Središnja Podravina te Turističku zajednicu grada Koprivnice. Odgovor Turističke zajednice grada Koprivnice izdvojen je budući da ovaj ispitanik nije odgovorio na sva pitanja, već je dao općeniti osvrt na ulogu Turističke zajednice grada Koprivnice u kreiranju suvenira Koprivničko-križevačke županije.

Na području Koprivničko-križevačke županije postoji određena ponuda suvenira, no ispitanici (osim ispitanika koji predstavlja đurđevačko područje), smatraju da ima mjesta za razvoj novih suvenira te da bi trebalo ojačati ponudu suvenira. Ispitanici navode da suvenire vlastoručno izrađuju udruge, obrtnici te obiteljska poljoprivredna gospodarstva što je značajno budući da su u idućem istraživanju koje je predstavljeno u idućem poglavlju upravo ovi poslovni subjekti ispitanici.

Jedan od većih problema na području Koprivničko-križevačke županije je činjenica da su ponuda i potražnja za suvenirima neusklađene. Najveći problem je nepostojanje suvenirnice koja bi nudila značajniju ponudu suvenira s područja Koprivničko-križevačke županije. Turisti ne mogu, osim za vrijeme velikih festivala, kao što je Renesansni festival ili Picokijada, na jednome mjestu vidjeti suvenire koprivničkog, križevačkog i đurđevačkog

kraja, a nepostojanje suvenirnice problem je koji onemogućuje kvalitetnu i potpunu prezentaciju suvenira turistima.

U županiji postoje različiti poslovni subjekti (poduzeća, obrti, tradicijski obrti, udruge, OPG-ovi, domaće radinosti...) koji proizvode suvenire. Suveniri koje proizvode obično su raznovrsni ukrasi te uporabni predmeti kakvi su se koristili u prošlosti na području ove županije. U županiji postoji nekoliko tradicijskih obrtnika čija je ponuda proizvoda usklađena s potražnjom. No ne postoji mjesto na kojemu bi zajednički bili prezentirani svi tradicijski obrtnici te sva njihova ponuda, primjerice neka suvenirnica. Zato se ponuda tradicijskih obrtnika najbolje vidi za vrijeme održavanja sajмова i drugih turističkih manifestacija.

Tradicijski obrtnici trebali bi biti glavni proizvođači suvenira u svakome kraju. No u Koprivničko-križevačkoj županiji nastao je problem zato što nadležne institucije nisu prepoznale važnost tradicijskih obrtnika te im se ne daje potpora kakva im je potrebna. Iako je svima naizgled jasno da su tradicijski obrtnici svojevrsni čuvari identiteta ovoga kraja, ne poduzima se dovoljno akcija koje bi pomogle očuvanju tradicijskih obrta. Tradicijski obrtnici su važni zato što oni proizvode suvenire koji predstavljaju kraj u kojemu žive. U ovoj županiji ima suvenira, no problem je što nema dovoljno kvalitetnih suvenira.

Turistima je potrebno ponuditi moderne, kvalitetne i estetski vrijedne suvenire. Inspiraciju za izradu novih suvenira treba pronalaziti oko sebe, u mjestu u kojemu se živi, u tradiciji, kulturi i baštini koprivničkog, đurđevačkog i križevačkog kraja.

5.2. Analiza anketnog upitnika s tradicijskim obrtnicima i drugim poslovnim subjektima koji proizvode tradicijske proizvode i rasprava

Za potrebe pisanja rada proveden je anketni upitnik s deset tradicijskih obrtnika s ciljem da se ispita njihovo zadovoljstvo bavljenja tradicijskim obrtom, gdje plasiraju proizvode, jesu li njihovi proizvodi prepoznatljivi/potrebni izvan turističke ponude ili se većina proizvoda prodaje u sklopu turističkih manifestacija. Ispitanici su pitani prodaju li se proizvodi tradicijskih obrtnika u Koprivničko-križevačkoj županiji kao suveniri, imaju li novih, inovativnih ideja za suvenire te kako vide buduću poveznicu s turističkim sektorom.

5.2.1. Analiza anketnog upitnika

Djelatnost ispitanika organizirana je u obliku tradicijskog obrta, obrta koji izrađuje i tradicijske predmete tradicijskim tehnikama, poduzeća ili domaće radinosti. U tablici 3 je naveden broj ispitanika te postotak ispitanika u svakom obliku djelatnosti.

Tablica 3. Način organiziranja djelatnosti

Način organiziranja djelatnosti	Broj ispitanika	Postotak ispitanika
Djelatnost je organizirana u obliku obrta, ali izrađujem i tradicijske predmete i koristim se tradicionalnim tehnikama	4	40 %
Tradicijskog obrta	3	30 %
Poduzeće	2	20 %
Domaće radinosti	1	10 %
Ukupno	10	100 %

Izvor: autor

Četiri ispitanika svoju su djelatnost organizirala u obliku obrta, no izrađuju i tradicijske predmete te se koriste tradicionalnim tehnikama kod izrade predmeta. Tri ispitanika imaju status tradicijskog obrta. Dva ispitanika svoju su djelatnost organizirala u obliku j.d.o.o., d.o.o. ili d.d., odnosno u obliku poduzeća, a jedan ispitanik ima registriranu domaću radinost. Ispitanici se svojom djelatnošću bave različito vrijeme, a u tablici 4 je navedeno razdoblje bavljenja djelatnošću te postotak i broj ispitanika koji se djelatnošću bave određeno razdoblje.

Tablica 4. Razdoblje bavljenja djelatnošću

Razdoblje bavljenja djelatnošću	Broj ispitanika	Postotak ispitanika
Do 5 godina	3	30 %
Između 5 i 10 godina	2	20 %
Od 10 do 15 godina	2	20 %
Više od 15 godina	3	30 %
Ukupno	10	100 %

Izvor: autor

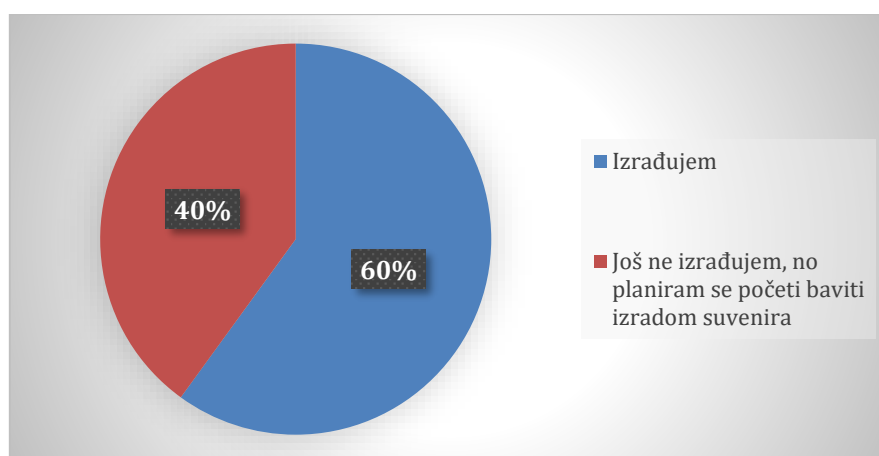
Tri ispitanika svojom se djelatnošću bave do 5 godina, 2 između 5 i 10 godina, 2 od 10 do 15 godina, a 3 više od 15 godina. Ispitanici se djelatnošću bave kao primarnom djelatnošću, djelatnošću kojom se bave uz primarni posao te primarnom djelatnošću koja im nije dovoljna da pokriju svoje troškove pa se uz nju bave i drugim poslovima, a broj i postotak ispitanika prikazan je u tablici 5.

Tablica 5. Način bavljenja djelatnošću (primarna, sekundarna...)

Način bavljenja djelatnošću	Broj ispitanika	Postotak ispitanika
Jedina djelatnost kojom se bavim	3	30 %
Djelatnost kojom se bavim uz svoj primarni posao	3	30 %
Moja primarna djelatnost, no moram raditi i dodatne poslove da preživim	4	40 %
Ukupno	10	100 %

Izvor: autor

Tri ispitanika bave se isključivo proizvodnjom tradicijskih proizvoda, tri ispitanika izradom tradicijskih proizvoda bave se kao sekundarnom djelatnošću uz koju imaju i primarni posao. Četiri ispitanika bave se proizvodnjom tradicijskih proizvoda kao primarnom djelatnošću, no to im nije dovoljno da financiraju sve svoje potrebe pa se bave i drugim poslovima kako bi preživjeli. U idućem pitanju ispitanici su trebali odgovoriti izrađuju li suvenire. Rezultati odgovora na ovo pitanje prikazani su grafikonom 1.



Grafikon 1. Ispitanici koji se bave izradom suvenira

Izvor: autor

Šest ispitanika izrađuje suvenire, a četiri ih ne izrađuje, no planira se početi baviti izradom suvenira. Na 5. i 6. pitanje odgovarali su samo ispitanici koji se već bave izradom suvenira.

Ispitanici koji proizvode suvenire, u svojoj ponudi suvenira imaju:

- a) različite vrste posuda i svijećnjaka, zidne satove te slične proizvode
- b) kožne privjeske te ostale kožne predmete po želji kupca s logom grada, županije ili države
- c) licitarska srca i druge proizvode od licitara (bebe, konjiće, kućice...), svijeće, licitarske slatkiše
- d) suvenire za Grad Đurđevac, magnete, bočice s pijeskom, magnete, lutkice punjene lavandom u nošnji podravskog kraja
- e) biciklič od željeza kao suvenir Koprivnice, skulpturu pijetla kao simbol Podravine
- f) uporabne predmete s etno motivima (šalice, kuhinjske krpe, nadstoljnake, torbe, pregače, majice, kape, čarape...).

Šest ispitanika koji izrađuju suvenire ocjenjivali su nekoliko tvrdnji koje su vezane za proizvodnju suvenira. Ocjene su bile od 1 do 5, a značenja ocjena su: 1 - uopće se ne slažem, 2 - ne slažem se, 3 - ne znam, nisam siguran/na, 4 - slažem se, 5 - u potpunosti se slažem. U tablici 6 se nalaze tvrdnje s izračunatom prosječnom ocjenom koju su dobile od šest ispitanika.

Tablica 6. Stavovi obrtnika koji se bave proizvodnjom suvenira

Tvrdnja	Prosječna ocjena
Moji su suveniri prepoznati na tržištu.	3,29
Sa svojim sam suvenirima osvojio lokalnu zajednicu.	3,14
Nailazim na potporu nadležnih institucija u proizvodnji suvenira (turističkih zajednica, uprava i slično).	2,86
Smatram da imam kvalitetan suvenir.	4,53
Planiram i dalje razvijati ponudu suvenira koje proizvodim.	4,53
Zbog Pandemije COVID-19 virusom, ostvario sam slabije poslovne rezultate.	4,14

Izvor: autor

Ispitanici nisu sigurni jesu li njihovi ispitanici prepoznati na tržištu (prosječna ocjena prve tvrdnje je 3,29), a još su manje sigurni jesu li sa svojim suvenirima osvojili lokalnu zajednicu (prosječna ocjena druge tvrdnje je 3,14). Uglavnom su niže zadovoljni potporom koju im daju nadležne institucije (2,86). Ispitanici smatraju da imaju kvalitetan suvenir (4,53) te

planiraju i dalje razvijati ponudu svojih suvenira (4,53). Također, smatraju da su zbog pojave Pandemije COVID-19 ostvarili slabije poslovne rezultate (4,14).

U idućem pitanju ocjenama od 1 do 5 ocjenjivale su se tvrdnje vezane za proizvodnju suvenira. Ocjene su bile od 1 do 5, a značenja ocjena su: 1 - uopće se ne slažem, 2 - ne slažem se, 3 - ne znam, nisam siguran/na, 4 - slažem se, 5 - u potpunosti se slažem. U tablici 7. nalaze se tvrdnje s izračunatom prosječnom ocjenom svih ispitanika.

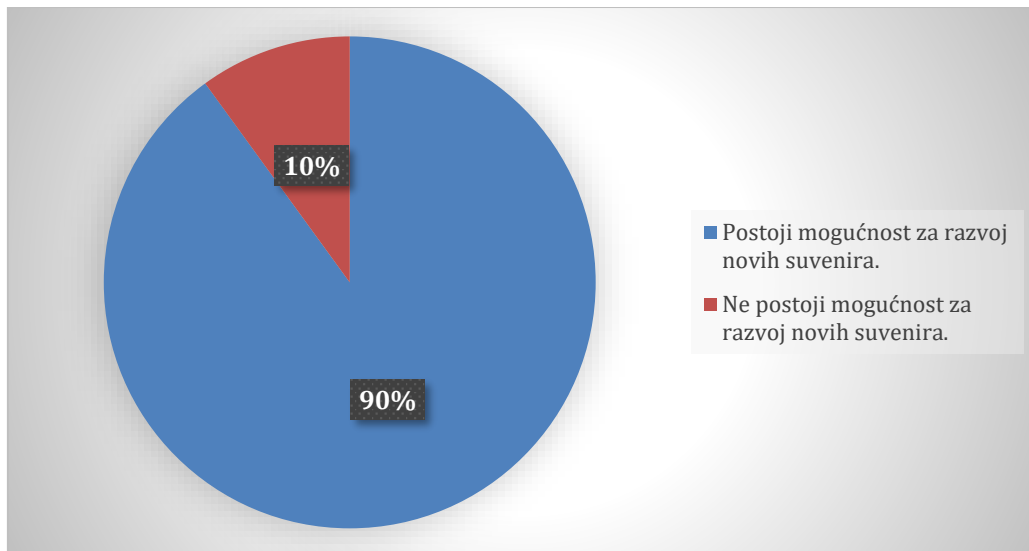
Tablica 7. Stavovi o proizvodnji suvenira

Tvrdnja	Prosječna ocjena
Potražnja za proizvodima koje izrađujem je izvrsna.	3,0
Osobe koje se bave izradom tradicijskih proizvoda u našoj županiji vrlo su uspješne.	2,4
Osobe koje se bave izradom tradicijskih proizvoda u našoj županiji mogu živjeti od izrade suvenira.	1,8

Izvor: autor

Ispitanici nisu sigurni kolika je potražnja za proizvodima koje izrađuju (prosječna ocjena 3,0), a uglavnom se ne slažu da su osobe koje se bave proizvodnjom suvenira u Koprivničko-križevačkoj županiji vrlo uspješne (prosječna ocjena 2,4). Ispitanici smatraju da osobe koje se bave izradom tradicijskih proizvoda u Koprivničko-križevačkoj županiji ne mogu živjeti od izrade suvenira (prosječna ocjena 1,8).

U idućem pitanju od ispitanika se tražilo da iznesu svoje mišljenje o postojanju mogućnosti za razvoj novih suvenira koje bi izrađivali tradicijski obrtnici na području Koprivničko-križevačke županije. Rezultati se vide u grafikonu 2.

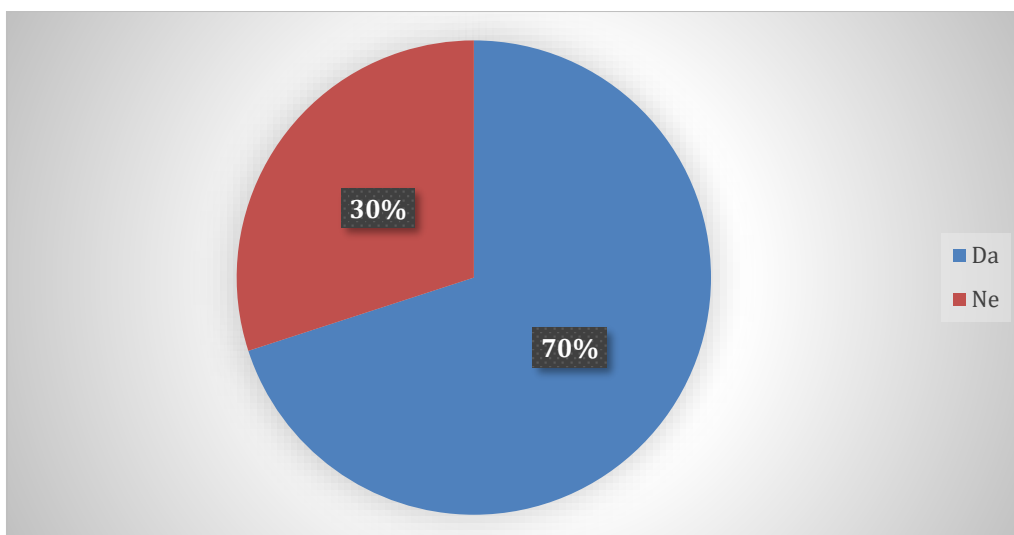


Grafikon 2. Mogućnosti za razvoj novih suvenira koje bi izrađivali tradicijski obrtnici
Izvor: autor

Čak devet ispitanika smatra da u Koprivničko-križevačkoj županiji postoji mogućnost za razvoj novih suvenira koje bi izrađivali tradicijski obrtnici, a jedan ispitanik to ne smatra. Ispitanici su rečenicu: *Kada se spomene riječ suvenir Koprivničko-križevačke županije...* dopunili sljedećim izrazima:

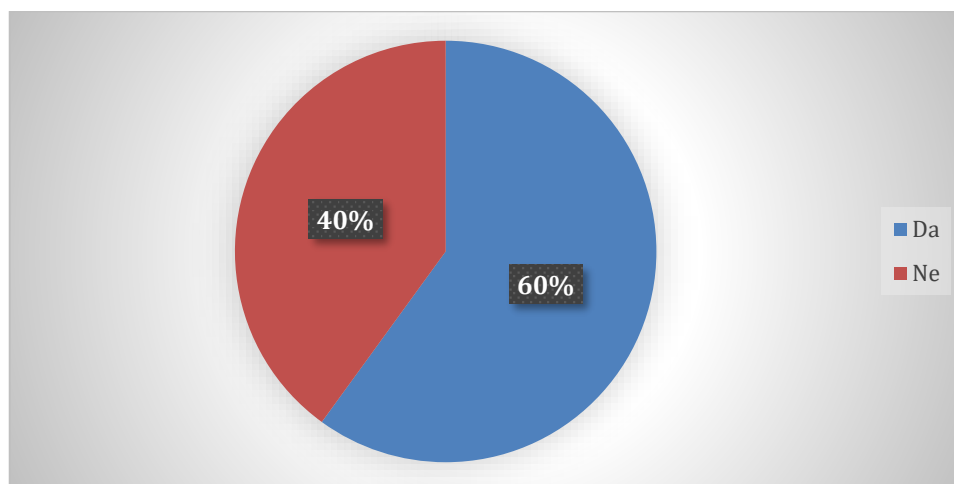
- a) pustinje bez hlada
- b) Vegete
- c) bicikla
- d) biciklića od konjskih potkova
- e) pisanica
- f) manjka suvenira
- g) pjetla
- h) licitarskih srca
- i) koprive
- j) licitarskih srca.

U desetom pitanju ispitanici su trebali odgovoriti na pitanje planiraju li u budućnosti osmisliti originalni suvenir koji bi predstavljao ovaj kraj. Rezultati su prikazani grafikonom 3.



Grafikon 3. Planovi za osmišljavanje novih suvenira Koprivničko-križevačke županije
Izvor: autor

Sedam ispitanika planira, a tri ispitanika ne planiraju osmisliti novi suvenir. U idućem pitanju ispitanici su trebali odgovoriti na pitanje imaju li već ideja za razvoj novih suvenira, a rezultati su prikazani grafikonom 4.



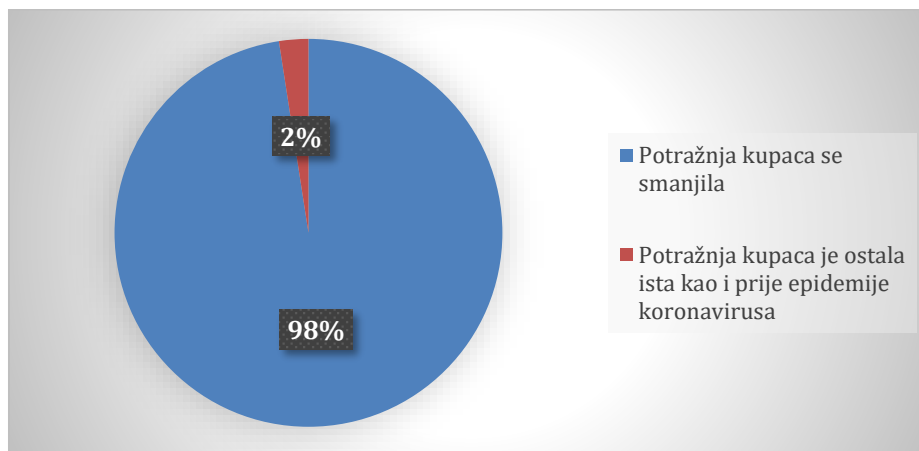
Grafikon 4. Nove ideje za razvoj suvenira
Izvor: autor

Šest ispitanika već ima ideje za razvoj novih suvenira, a četiri ispitanika nemaju novih ideja za suvenire. Samo jedan ispitanik htio je otkriti svoju ideju za razvoj novih suvenira, a radi se o suvenirima pijetla, koprive i bicikla koji bi bili izrađeni kao licitari. Dva ispitanika inzistirala su na činjenici da se ovo pitanje ne smije pitati jer se radi o poslovnoj tajni, četiri ispitanika rekla su da nemaju novih ideja za razvoj suvenira, a samo tri nisu htjela odgovoriti na pitanje. Kod poljoprivrednih proizvoda uglavnom je porasla potražnja kupaca za tim

proizvodima u doba Pandemije COVID-19 virusom pa su ispitanici upitani kakva je situacija s potražnjom za proizvodima tradicijskih obrtnika. Odgovorili su:

- a) Situacija je otprilike ista, ali zbog otkazivanja puno sajмова i priredbi s puno manjom mogućnošću prodaje.
- b) Potražnja se nije promijenila.
- c) Nisam siguran.
- d) Potražnja je osjetno slabija.
- e) Potražnja je slaba.
- f) Pala je potražnja.
- g) Potražnja je slaba, a velik problem je činjenica da je repromaterijal poskupio za više od tri puta.
- h) Potražnja je ostala ista.
- i) Potražnja je mala.
- j) Potražnja nije porasla.

U idućem pitanju ispitanici su trebali otkriti je li Pandemija COVID-19 virusom utjecala na njihove djelatnosti, a odgovori se vide u grafikonu 5.



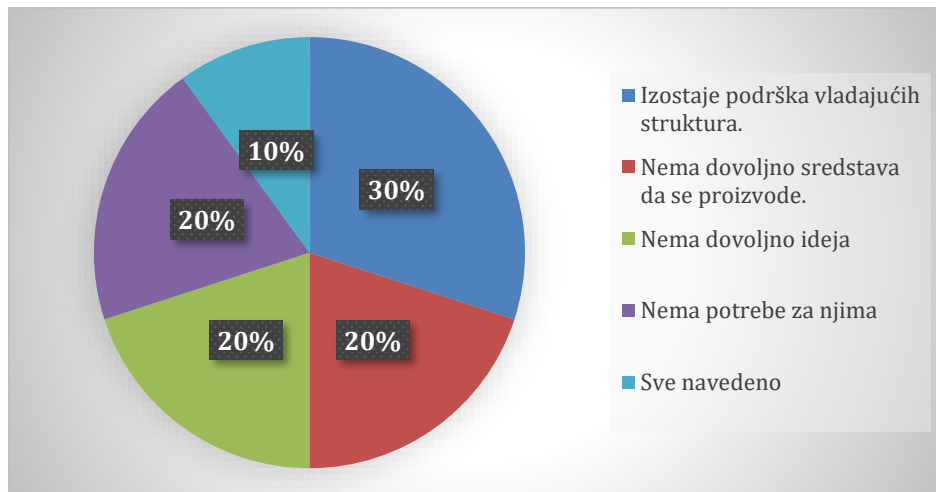
Grafikon 5. Utjecaj Pandemije COVID-19 virusom na djelatnosti ispitanika
Izvor: autor

Osam ispitanika smatra da je Pandemija COVID-19 virusom utjecala na njihove djelatnosti i to tako da se smanjila potražnja kupaca za njihovim proizvodima, a dva ispitanika smatraju da je potražnja ostala ista kao i za vrijeme Pandemije COVID-19 virusom. Ispitanici su ovu pojavu objasnili:

- a) Kupci i dalje kupuju suvenire sebi ili za poklon drugima. Ali moraju doći k obrtniku po njih, a ne na otkazano Spravišće ili neku drugu manifestaciju (a otkazivanje manifestacija nam je velik problem).

- b) Manje kupaca trebalo je popravak ili novi instrument pa je bila smanjena potražnja.
- c) Epidemiološke mjere smanjuju mogućnosti kvalitetnog prometa, nema dovoljno događanja i kupcima se na manje mjesta mogu nuditi proizvodi.
- d) Došlo je do velikog pada prometa jer nema sajмова.
- e) Ograničeno kretanje i izlasci na teren osakatali su nam prihode.
- f) Nikome nije do ukrasa i suvenira, ljudi paze kako troše novac i štede.
- g) Moji kupci imali su iste potrebe kao i prije pojave Pandemije COVID-19 virusom.
- h) Fokusirani smo na suvenirnice koje žive od turista, a zbog Pandemije COVID-19 virusom turista nije bilo.
- i) Suveniri su kao i putovanja i pokloni, sve ono u čemu je došlo do zastoja zbog Pandemije COVID-19 virusom.
- j) Mnogi moji klijenti ostali su bez posla pa su imali manje novca, a i stalni pesimizam medija negativno je utjecao na njihove kupovne navike. Kupci su počeli kupovati samo ono što je nužno, a naši proizvodi nisu im nužni.

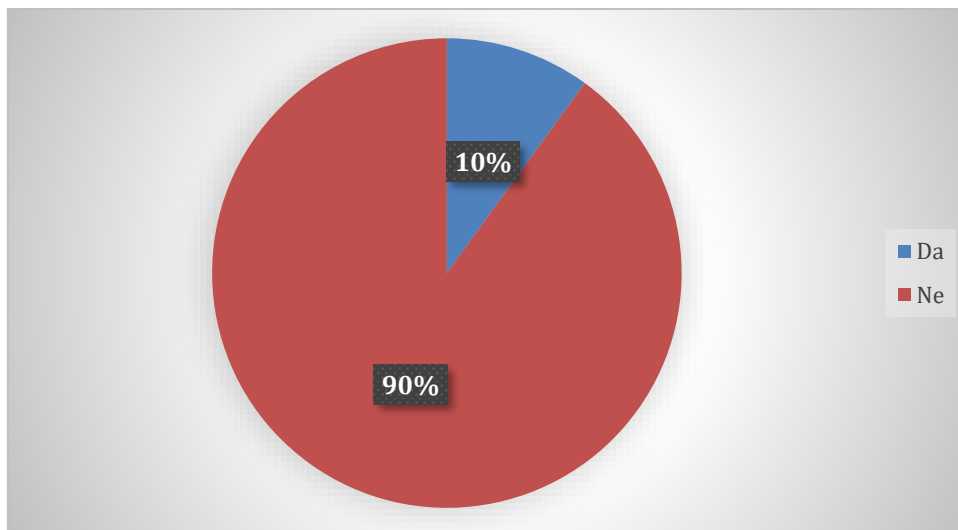
Ispitanici su objasnili zašto ne postoji više suvenira našega kraja, a njihovi odgovori vide se u grafikonu 6.



Grafikon 6. Razlozi manjka suvenira Koprivničko-križevačke županije
Izvor: autor

Najviše ispitanika smatra da izostaje podrška vladajućih struktura (30 %) te da zato dolazi do manjka suvenira Koprivničko-križevačke županije. Po 20% ispitanika smatra da nema dovoljno sredstava za proizvodnju suvenira, da nema dovoljno ideja te da nema potrebe za novim suvenirima. Jedan ispitanik smatra sve navedene razloge skupom razloga koji utječu na manjak suvenira u Koprivničko-križevačkoj županiji.

Ispitanici su u 17. pitanju trebali odgovoriti na pitanje postoji li u Koprivničko-križevačkoj županiji suvenirnica koja bi nudila suvenire nastale na području te županije. Odgovori se vide u grafikonu 7.



Grafikon 7. Postoji li u Koprivničko-križevačkoj županiji suvenirnica koja bi nudila suvenire nastale na području te županije?

Izvor: autor

Devet ispitanika odgovorilo je da ne postoji, a jedan ispitanik odgovorio je da na području županije postoji suvenirnica. U 18. pitanju ispitanici su trebali odgovoriti na pitanje postoji li u Koprivničko-križevačkoj županiji udruženje osoba koje proizvode suvenire. Svi ispitanici odgovorili su da u Koprivničko-križevačkoj županiji ne postoji udruženje osoba koje proizvode suvenire.

U posljednjem pitanju, ispitanici su imali mogućnost dati prijedloge za poboljšanje ponude suvenira u Koprivničko-križevačkoj županiji. Tri ispitanika odbila su dati prijedlog, a sedam ispitanika dalo je prijedloge. U nastavku su navedeni prijedlozi ispitanika:

- 1) U našoj županiji ne postoji suvenirnica koja bi prodavala suvenire koje izrađuju naši županijski obrtnici, a ne postoje ni nikakva udruženja obrtnika koji se bave izradom suvenira. Prepušteni smo sami sebi te nam nedostaje adekvatna potpora i podrška, a mnogi od nas ne uspijevaju pronaći tržište i živjeti od svojega rada. Zato mislim da bi trebalo učiniti baš i ono što ste nas vi pitali: osnovati udruženje obrtnika koji se bave proizvodnjom suvenira te napraviti suvenirnicu u Koprivnici.

- 2) Mali poduzetnici i obrtnici trebali bi dobivati više podrške. Danas na tržištu vlada veća potražnja za suvenirima koji su ručno izrađeni, individualizirani, posebni... A nas male nitko ne doživljava.
- 3) Treba na lokalnoj razini sufinancirati ozbiljne ljude za koji će se baviti suvenirima, ideje postoje, no nema potrebne infrastrukture.
- 4) Nemam konkretnih prijedloga, no smatram da je veliki problem što ne postoji trgovina u kojoj bi se mogli kupiti različiti suveniri našega kraja na jednome mjestu.
- 5) Bilo bi odlično da se otvori suvenirnica koja bi na jednom mjestu nudila sve suvenire s područja županije, jer ponuda je velika.
- 6) Ne znamo koja je vizija razvoja županije pa ne znamo ni kako bi uopće trebali znali proizvesti prikladne suvenire.
- 7) Moramo se ugledati na druge županije koje mnogo bolje nego mi rješavaju svoje potrebe za suvenirima.

5.2.2. Rasprava o rezultatima provedenog anketnog upitnika s proizvođačima suvenira

U Koprivničko-križevačkoj županiji ne postoji mnogo tradicijskih obrta koji se bave proizvodnjom suvenira te je zato za potrebe istraživanja u ovome radu proveden anketni upitnik s tradicijskim obrtnicima i drugim poslovnim subjektima koji proizvode tradicijske proizvode. Anketni upitnik je imao 19 pitanja, a bio je proveden telefonskim putem, direktnim kontaktom ili dopisnim putem, ovisno o preferencijama ispitanika.

Od deset ispitanika koji su pristali sudjelovati u istraživanju putem anketnog upitnika, svega tri ispitanika imaju registriran tradicijski obrt, četiri ispitanika imaju registriran obrt u kojemu koriste i tradicijske tehnike i izrađuju tradicijske predmete, a tri ispitanika imaju registrirane druge oblike djelatnosti. Samo tri ispitanika svojom se djelatnošću bave kao primarnom, odnosno žive isključivo od nje, tri ispitanika djelatnost obavljaju uz svoj primarni posao, a četiri ispitanika moraju uz djelatnost raditi i druge poslove kako bi preživjeli. Može se zaključiti da je velikom dijelu osoba koje se bave i izradom tradicijskih predmeta nezamislivo baviti se isključivo tradicijskim predmetima te se bave i proizvodnjom drugih predmeta zbog čega nemaju otvorene tradicijske obrte. Na druge poslove ili bavljenje i drugim djelatnostima moraju se odlučiti zato što ne bi mogli živjeti isključivo od izrade tradicijskih proizvoda.

Ispitanici ili već izrađuju suvenire, ili se imaju u planu početi baviti izradom suvenira, no čak i kada imaju ideje za izradu novih suvenira, ne žele ih podijeliti zato što svoje ideje smatraju poslovnom tajnom. Ispitanici nepovoljno ocjenjuju potražnju za proizvodima koje izrađuju, a

smatraju i da su osobe koje se bave proizvodnjom suvenira u Koprivničko-križevačkoj županiji uglavnom neuspješne te da ne mogu živjeti od izrade suvenira.

U protekle dvije godine velik problem većini ispitanika stvorila je i pojava Pandemije COVID-19 virusom zbog koje se nisu mogli održavati uobičajeni sajmovi na kojima prodaju većinu svojih proizvoda zbog čega je pala njihova prodaja. Ograničavanje kretanja i nemogućnost putovanja također su velik problem svima koji se bave proizvodnjom suvenira jer ljudi koji ne putuju, sigurno ne kupuju ni suvenire.

Ispitanici uočavaju da na području Koprivničko-križevačke županije nema suvenirnice u kojoj bi se mogli kupiti suveniri s toga područja, a isto tako uočavaju da na području županije ne postoji udruženje osoba koje se bave proizvodnjom suvenira. Smatraju da su najveći problemi zbog kojih ne postoji više suvenira ovoga kraja nedostatak podrške vladajućih struktura, nedostatak sredstava te nedostatak ideja.

Koprivničko-križevačka županija mjesto je na kojemu postoje određeni suveniri, to jest postoje osobe koje se bave proizvodnjom suvenira toga kraja, ali još je i važnija činjenica da postoje nove ideje za razvoj suvenira. No osobe koje se bave proizvodnjom suvenira nezadovoljne su svojim statusom te ne mogu živjeti isključivo od izrade suvenira, što je velik problem zbog kojega na području Koprivničko-križevačke županije nema više suvenira, a ni osoba koje bi se bavile proizvodnjom suvenira.

6. ZAKLJUČAK

Koprivničko-križevačka županija mjesto je na kojemu svoje poslovanje odlučuju stacionirati brojni obrtnici, no mali broj tih obrtnika spada u tradicijske obrtnike. Tradicijski obrtnici osobe su koje se bave najmanje jednom od 45 tradicijskih djelatnosti ili 13 tradicijskih vještina koje su navedene Pravilnikom o dopunskim djelatnostima na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima. Osim tradicijskih obrtnika, tradicijske djelatnosti i vještine njeguju i poslovni subjekti u širem smislu – poduzeća, domaće radinosti, obrtnici, obiteljska poljoprivredna gospodarstva ili udruge. U ovome radu analizirani su tradicijski obrti u Koprivničko-križevačkoj županiji, ali i drugi poslovni subjekti koji proizvode tradicijske proizvode te se procjenjivao njihov doprinos u kreiranju buduće turističke ponude. Prije provedbe istraživanja postavljene su četiri hipoteze, a u nastavku će se navesti rezultati istraživanja za svaku hipotezu.

Hipoteza 1: U Koprivničko-križevačkoj županiji opada broj tradicijskih obrtnika.

U Koprivničko-križevačkoj županiji nema mnogo tradicijskih obrtnika, ali ima drugih poslovnih subjekata koji se bave izradom tradicijskih proizvoda na tradicijski način te njeguju tradicijske vještine. Radi se o udrugama, poduzećima, domaćim radionostima, obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima i obrtima koji u svojem asortimanu imaju i tradicijske proizvode. No ne postoje statistički podaci koji bi govorili o kretanju tradicijskih obrtnika u Koprivničko-križevačkoj županiji kroz povijest, stoga se ova hipoteza ne može potvrditi te je hipoteza odbijena.

Hipoteza 2: Postoje razlike u evidentiranju vrsta tradicijskih obrta u Hrvatskoj obrtničkoj komori i prema Pravilniku o dopunskim djelatnostima na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima.

Prema Pravilniku o dopunskim djelatnostima na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima (NN 76/2014), postoji 45 djelatnosti kojima se bave tradicijski obrtnici te postoji i 13 vještina koje spadaju u tradicijske vještine. Hrvatska obrtnička komora s druge strane vodi popis tradicijskih obrtnika na svojim mrežnim stranicama. Stoga se ova hipoteza može potvrditi budući da Hrvatska obrtnička komora i Pravilnik o dopunskim djelatnostima imaju drugačiji način evidencije.

Hipoteza 3: Većinu svojih proizvoda tradicijski obrtnici prodaju kroz turističku ponudu.

S obzirom na to da u Koprivničko-križevačkoj županiji nema mnogo tradicijskih obrtnika te u istraživanju nije sudjelovalo mnogo tradicijskih obrtnika, ova se hipoteza ne može ni potvrditi ni odbaciti, odnosno hipoteza se djelomično prihvaća. Međutim, ispitanici koji su sudjelovali u istraživanju tradicijske proizvode koje izrađuju primarno plasiraju u sklopu turističke ponude, primarno na festivalima i sličnim turističkim manifestacijama, a najveći problem u njihovom radu predstavlja im činjenica da u Koprivničko-križevačkoj županiji ne postoji suvenirnica u kojoj bi prodavali svoje proizvode. Ne postoji ni udruženje tradicijskih obrtnika ili osoba koje se bave izradom tradicijskih proizvoda, a ispitanici su nezadovoljni svojim statusom u društvu zato što ne dobivaju adekvatnu potporu, ne mogu prodati dovoljno svojih proizvoda i živjeti isključivo od proizvodnje tradicijskih proizvoda.

Hipoteza 4: Osobe uključene u razvoj turizma smatraju da su tradicijski obrti temelj za razvoj novih suvenira u Koprivničko-križevačkoj županiji.

Na području Koprivničko-križevačke županije postoji određena ponuda suvenira, no još ima mjesta za razvoj novih suvenira pa bi trebalo ojačati ponudu suvenira. Osobe uključene u razvoj turizma smatraju da suvenire vlastoručno izrađuju udruge, obrtnici te obiteljska poljoprivredna gospodarstva, a problem je što dolazi do neusklađenosti ponude i potražnje za suvenirima. U županiji postoje različiti poslovni subjekti (poduzeća, obrti, tradicijski obrti, udruge, OPG-ovi, domaće radinosti...) koji proizvode suvenire. Suvenirni koje proizvode tradicijski obrti obično su raznovrsni ukrasi te uporabni predmeti kakvi su se koristili u prošlosti na području ove županije. U županiji postoji nekoliko tradicijskih obrtnika čija je ponuda proizvoda usklađena s potražnjom, a tradicijski obrtnici trebali bi biti glavni proizvođači suvenira u svakome kraju te se stoga ova hipoteza može potvrditi.

Iako na području Koprivničko-križevačke županije postoji određena ponuda suvenira toga kraja, manji dio suvenira izrađuju tradicijski obrtnici. S obzirom na to da postoji još mnogo prilika za razvoj suvenira, u kreiranju buduće ponude suvenira trebalo bi naglasak staviti na tradicijske obrtnike te ih poticati na razvoj suvenira. Osobe koje se primarno bave izradom suvenira vrlo teško mogu živjeti isključivo od izrade suvenira pa im treba i financijski pomagati, ali i logistički te ih poticati da izrađuju suvenire koji imaju i uporabnu vrijednost. Također, krajnje je vrijeme da se na području Koprivničko-križevačke županije napravi suvenirnica koja bi imala i pripadajuću internet trgovinu pa osobe koje se bave izradom suvenira ne bi bile ograničene na prodaju isključivo u vrijeme sajмова i turističkih manifestacija.

Na području Koprivničko-križevačke županije nužno je hitno povećati broj tradicijskih obrtnika te im omogućiti da razvijaju nove suvenire koji će obogatiti turističku ponudu ove županije. To je moguće učiniti kroz promociju važnosti bavljenja tradicijskim obrtničkim zanimanjima, ali i kroz snažniju ulogu institucija koje zanemaruju tradicijske obrtnike. Problem predstavlja i činjenica da tradicijska zanimanja nisu toliko česta pa im se ne posvećuje dovoljna pažnja. Za očuvanje tradicijskih obrta i otvaranje novih potrebno je osigurati sredstva, putem nacionalnih i europskih fondova i poticati osobe koje izrađuju predmete koji se mogu smatrati tradicijskima da polože majstorske ispite i otvore tradicijske obrte.

POPIS LITERATURE

1. Feletar, D. (2003), Cehovi i bratovštine u Podravini krajem srednjega i početkom novoga vijeka, Podravina, 2(3), str. 173-194.
2. Geiger Zeman, M., Zeman, Z. (2011.), Suveniri – simboli lokalnih identiteta, ekspresije kulturne baštine i promotori turizma, Međunarodni znanstveno-stručni skup MODEL UPRAVLJANJA PROCESIMA OBNOVE I RAZVOJA POVIJESNIH GRADOVA, Primjer Ivanić-Grada: Mogućnosti revitalizacije i obnove starog Ivanića, Ivanić-Grad. Preuzeto s: https://bib.irb.hr/datoteka/537823.D44_GeigerZeman_Zeman.pdf (15. 4. 2021.)
3. Horjan, G. (2009), Nematerijalna baština kao pokretač regionalnog razvoja CRAFTATTRACT - tradicijski obrti - nove atrakcije za kulturni turizam, Informatica museologica, 40(1-2), str. 79-84.
4. Jalšić Ernečić, D. (2007.), Zbirka cehalija Akvizicije dr. Leandera Brozovića 1945.-1962. u Muzeju grada Koprivnice, Muzej grada Koprivnice, Koprivnica
5. Joksimović, M., Berc, A. (2015), Suveniri s motivima istarskih fresaka. Preuzeto s: <http://revitas.org/files/File/vijesti/Suveniri-s-motivima-istarskih-fresaka.pdf> (16. 4. 2021.)
6. Kolar-Dimitrijević, M. (2021), Popis obrtnika na području današnje Koprivničko-križevačke županije 1890. godine, Rad Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti. Razred za društvene znanosti, (545,55), str. 31-102.
7. Prebežac, D., Mikulić, J. (2005), Turistički suvenir grada Zagreba, Market-Tržište, 17(1-2), str. 89-98
8. Ranogajec, D. (2021) (izd.), Obrtništvo u brojkama XII/2020. Preuzeto s: https://www.hok.hr/sites/default/files/page-docs/2021-03/1_Obrtni%20u%20brojkama_%20OUB_XII_2020.pdf (12. 7. 2021.)
9. Richards, G. (2020), From cultural to creative tourism: Sharing the material world through craft, World Crafts Council Europe webinar on Craft and Tourism. Preuzeto s: https://www.researchgate.net/publication/346675602_From_cultural_to_creative_tourism_Sharing_the_material_world_through_craft (8. 7. 2021.)
10. Wilkins, H. (2011), Souvenirs: What and Why We Buy, Journal of Travel Research, Vol 50, Issue 3, str. 239-247

11. Zargham, H., (2007), Sustainable tourism development and handicrafts in the developing world, WIT Transactions on Ecology and the Environment, Vol 102, str. 1011-1017.

Zakonski okvir:

1. Pravilnik o tradicijskim, odnosno umjetničkim obrtima NN 112/2007. Preuzeto s: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2007_10_112_3312.html (16. 4. 2021.)
2. Pravilnik o dopunskim djelatnostima na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima (NN 76/2014). Preuzeto s: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2014_06_76_1436.html (5. 7. 2021.)
3. Zakon o obrtu NN 143/13, 127/19, 41/20. Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/297/Zakon-o-obrtu> (17. 4. 2021.)
4. Županijska razvojna strategija za razdoblje 2014. – 2020. Preuzeto s: <https://kckzz.hr/wp-content/uploads/2016/09/%C5%BDUPANIJSKA-RAZVOJNA-STRATEGIJA-2014-2020.-1.pdf> (18. 6. 2021.)

Internet stranice:

1. Bilikum. Preuzeto s: <https://www.visitkrizevci.hr/istrazi-i-posjeti/tradicija/> (20. 7. 2021.)
2. etnokaj. Preuzeto s: <https://www.etnokaj.com/proizvod/salice/salica-ivanecki-vez> (22. 7. 2021.)
3. Izabrani suveniri Grada Đurđevca. Preuzeto s: <https://djurdjevac.hr/dogadanja-u-gradu/objava-rezultata-za-izbor-suvenira-grada-durdevca/> (19. 7. 2021.)
4. Javni poziv za podnošenje prijave za dodjelu nepovratnih subvencija iz Programa mjera poticanja razvoja poduzetništva na području Grada Koprivnice. Preuzeto s: <https://koprivnica.hr/javni-pozivi-i-natjecaji/javni-poziv-za-podnosenje-prijava-za-dodjelu-nepovratnih-subvencija-iz-programa-mjera-poticanja-razvoja-poduzetnistva-na-podrucju-grada-koprivnice-5/> (8. 9. 2021.)
5. Javni poziv za aktivnost A 100199 – potpora male vrijednosti za samozapošljavanje „START UP“. Preuzeto s: <https://kckzz.hr/en/javni-poziv-za-aktivnost-a-100199-potpورا-male-vrijednosti-za-samozaposljavanje-start-up/> (5. 8. 2021.)
6. Medičarna Špičko, Facebook. Preuzeto s: <https://www.facebook.com/Medicarna.Spicko/> (17. 7. 2021.)
7. Muzej Grada Đurđevca, Facebook. Preuzeto s: <https://www.facebook.com/muzejdjurdjevac/posts/1754716521298114/> (18. 7. 2021.)

8. Predstavljena čunčana čipka – najnoviji križevački suvenir. Preuzeto s: <https://www.krizevci.info/2016/11/13/predstavljena-cuncana-cipka-najnoviji-krizevacki-suvenir/> (20. 7. 2021.)
9. Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske. Preuzeto s: <https://registar.kulturnadobra.hr/#/> (2. 8. 2021.)
10. Sajmovi. Preuzeto s: https://www.obrtnicka-komora-koprivnica.hr/default_sajmovi.asp?sid=6331&n=11 (10. 8. 2021.)
11. Suvenirni križevačkog kraja, Udruga Hera. Preuzeto s: <https://udrugahera.info/portfolio/suvenirni-krizevackog-kraja/> (20. 7. 2021.)
12. Suvenirnica Muzeja Grada Đurđevca u emisiji Pozitivno. Preuzeto s: <https://djurdjevac.hr/dogadanja-u-gradu/suvenirnica-muzeja-grada-durdevca-u-emisiji-pozitivno/> (18. 7. 2021.)
13. Tradicijski i umjetnički obrti, popis. Preuzeto s: <https://www.hok.hr/cehovi-i-sekcije/tradicijski-i-umjetnicki-obrti/popis-obrta?page=5> (18. 8. 2021.)
14. Turistička zajednica grada Koprivnice pokreće radionice starih obrta – „Skrivena Podravina“. Preuzeto s: <https://koprivnica.hr/novosti/turisticka-zajednica-grada-koprivnice-pokrece-radionice-starih-obrta-skrivena-podravina/> (10. 8. 2021.)
15. Zatvoreni javni pozivi. Preuzeto s: <https://mingor.gov.hr/javni-pozivi-i-natjecaji-7371/javni-pozivi-ministarstva-7389/zatvoreni-javni-pozivi/7392> (20. 8. 2021.)
16. Zbrajaju se posjetitelji, skupljaju dojmovi: Gradonačelnica ocijenila Renesansni festival s 5+. Preuzeto s: <https://drava.info/2015/08/zbrajaju-se-posjetitelji-skupljaju-dojmovi-gradonacelnica-ocijenila-renesansni-festival-s-5/> (22. 7. 2021.)
17. Župan održao prijem za dobitnike najviših priznanja Hrvatske obrtničke komore – Mariju Posavec i Antuna Kovačića. Preuzeto s: <https://kckzz.hr/en/zupan-odrzao-prijem-za-dobitnike-najvisih-priznanja-hrvatske-obrtnicke-komore-mariju-posavec-i-antuna-kovacica/> (10. 8. 2021.)

POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFIKONA

Popis slika

Slika 1. Đurđevačka ambrela	16
Slika 2. Nakit s motivom preuzetim s narodne nošnje.....	17
Slika 3. Pijetao	17
Slika 4. Licitarska srca.....	18
Slika 5. Renesansne krigele	18
Slika 6. Šalica s vezom Koprivničkog Ivanca	19
Slika 7. Bilikum	19
Slika 8. Suvenir križevačkog kraja, Udruga Hera.....	20
Slika 9. Čunčana čipka.....	20

Popis tablica

Tablica 1. Procjena broja stanovnika i broja obrtnika u 18. i 19. stoljeću.....	4
Tablica 2. Djelatnosti kojima se bave tradicijski obrtnici.....	6
Tablica 3. Način organiziranja djelatnosti	31
Tablica 4. Razdoblje bavljenja djelatnošću	31
Tablica 5. Način bavljenja djelatnošću (primarna, sekundarna.....)	32
Tablica 6. Stavovi obrtnika koji se bave proizvodnjom suvenira.....	33
Tablica 7. Stavovi o proizvodnji suvenira	34

Popis grafikona

Grafikon 1. Ispitanici koji se bave izradom suvenira	32
Grafikon 2. Mogućnosti za razvoj novih suvenira koje bi izrađivali tradicijski obrtnici	35
Grafikon 3. Planovi za osmišljavanje novih suvenira Koprivničko-križevačke županije	36
Grafikon 4. Nove ideje za razvoj suvenira.....	36
Grafikon 5. Utjecaj Pandemije COVID-19 virusom na djelatnosti ispitanika.....	37
Grafikon 6. Razlozi manjka suvenira Koprivničko-križevačke županije	38
Grafikon 7. Postoji li u Koprivničko-križevačkoj županiji suvenirnica koja bi nudila suvenire nastale na području te županije?	39

PRILOG 1

Cilj intervjua je dobiti podatke o aktualnim suvenirima u turističkoj ponudi te postoje li na području Koprivničko-križevačke županije suvenir koji pomažu u razvijanju turističke ponude, postoji li potreba za novim suvenirima te koja je uloga tradicijskih obrtnika u stvaranju suvenira.

1. Molim Vas da ukratko predstavite organizaciju iz koje dolazite (naziv, broj zaposlenika, početak poslovanja, opis poslovanja, što je specifično za Vašu organizaciju...)
2. Kakva je ponuda suvenira izrađenih na području Koprivničko-križevačke županije?
3. Kakav je odnos ponude i potražnje za suvenirima?
4. Postoje li lokalni suvenir koji se proizvode u obrtima ili tvrtkama koje imaju u ponudi i tradicijske proizvode? Koji su to suvenir? Molimo da nabrojite tvrtke za koje ste čuli i ponudu tih tvrtki.
5. Kakvo je stanje s tradicijskim obrtnicima na području naše županije? Je li ponuda suvenira koje oni proizvode zadovoljavajuća?
6. Koja je uloga tradicijskih obrtnika u stvaranju suvenira?
7. Postoji li potreba za novim suvenirima? Kako bi trebali izgledati novi suvenir, po Vašem mišljenju? Imate li Vi nekih ideja i prijedloga u vezi izgleda i dizajna suvenira?

PRILOG 2

Poštovani,

ovim se anketnim upitnikom ispituje uloga tradicijskih obrta/zanata u stvaranju suvenira u Koprivničko-križevačkoj županiji. Odgovaranje na pitanja je dobrovoljno i u potpunosti anonimno, a rezultati će se koristiti za pisanje diplomskog rada na Visokom gospodarskom učilištu u Križevcima. Za odgovaranje je potrebno desetak minuta.

Hvala Vam na izdvojenom vremenu,

Mateo Golubić

1. Vaša djelatnost organizirana je u obliku:

Tradicijskog obrta

Obrta, ali izrađujem i tradicijske predmete i koristim se tradicionalnim tehnikama

Poduzeća (j.d.o.o., d.o.o., d.d.)

Udruge

Nešto drugo _____

2. Svojom se djelatnošću bavite:

Do 5 godina

Između 5 i 10 godina

Od 10 do 15 godina

Više od 15 godina

3. Vaša djelatnost je:

Jedina djelatnost kojom se bavim

Djelatnost kojom se bavim uz svoj primarni posao

Moja primarna djelatnost, no moram raditi i dodatne poslove da preživim

Nešto drugo _____

4. Izrađujete li suvenire?

Da – idite na pitanje 5

Još ne, ali namjeravam se time početi baviti – idite na pitanje 7

5. Kakve suvenire proizvodite? Molim nabrojite sve suvenire koje proizvodite.

6. U nastavku ankete nalazi se nekoliko tvrdnji koje su vezane za proizvodnju suvenira. Lijepo Vas molim da ih ocijenite ocjenama od 1 do 5. Obrazloženje ocjena: 1 - uopće se ne slažem, 2 - ne slažem se, 3 - ne znam, nisam siguran/na, 4 - slažem se, 5 - u potpunosti se slažem.

Moji su suveniri prepoznati na tržištu.

1 2 3 4 5

Sa svojim sam suvenirima osvojio lokalnu zajednicu.

1 2 3 4 5

Nailazim na potporu nadležnih institucija u proizvodnji suvenira (turističkih zajednica, uprava i slično).

1 2 3 4 5

Smatram da imam kvalitetan suvenir.

1 2 3 4 5

Planiram i dalje razvijati ponudu suvenira koje proizvodim.

1 2 3 4 5

Zbog Pandemije COVID-19 virusom, ostvario sam slabije poslovne rezultate.

1 2 3 4 5

7. U nastavku ankete nalazi se nekoliko tvrdnji koje su vezane za proizvodnju suvenira. Lijepo Vas molim da ih ocijenite ocjenama od 1 do 5. Obrazloženje ocjena: 1 - uopće se ne slažem, 2 - ne slažem se, 3 - ne znam, nisam siguran/na, 4 - slažem se, 5 - u potpunosti se slažem. Od 1 do 5 ocijenite ponudu suvenira u našoj županiji.

1 2 3 4 5

Potražnja za proizvodima koje izrađujem je izvrsna.

1 2 3 4 5

Osobe koje se bave izradom tradicijskih proizvoda u našoj županiji vrlo su uspješne.

1 2 3 4 5

Osobe koje se bave izradom tradicijskih proizvoda u našoj županiji mogu živjeti od izrade suvenira.

1 2 3 4 5

8. Što mislite, postoje li mogućnosti za razvoj novih suvenira koje bi izrađivali tradicijski obrtnici?

Da

Ne

9. Kada se spomene riječ suvenir Koprivničko-križevačke županije, prvo se prisjetim

_____.

10. Namjeravate li u budućnosti osmisliti originalni suvenir koji bi predstavljao ovaj kraj?

Da

Ne

11. Imate li ideja za razvoj novih suvenira?

Da

Ne

12. Upišite svoje prijedloge za razvoj novih suvenira.

13. Kod poljoprivrednih proizvoda uglavnom je porasla potražnja kupaca za tim proizvodima u doba Pandemije COVID-19 virusom. Kakva je situacija s potražnjom za proizvodima tradicijskih obrtnika?

14. Kako biste označili snagu utjecaja Pandemije COVID-19 virusom na Vaše djelatnosti?

Potražnja kupaca je porasla

Potražnja kupaca se smanjila

Potražnja kupaca je ostala ista kao i prije Pandemije COVID-19 virusom

15. Obrazložite prethodni odgovor.

16. Zašto nema više suvenira našega područja? (Odaberite odgovor koji smatrate najprihvatljivijim)

Nema potrebe za njima

Nema dovoljno ideja

Nema dovoljno sredstava da se proizvode

Izostaje podrška vladajućih struktura

Nešto drugo _____

17. Postoji li u Koprivničko-križevačkoj županiji suvenirnica koja bi nudila suvenire nastale na području te županije?

Da

Ne

18. Postoji li u Koprivničko-križevačkoj županiji udruženje osoba koje proizvode suvenire?

Da

Ne

19. Imate li kakav prijedlog za poboljšanje ponude suvenira u Koprivničko-križevačkoj županiji? Upišite ga.

SAŽETAK

Uloga tradicijskih obrta u oblikovanju autohtonih suvenira Koprivničko-križevačke županije

Tradicijski obrtnici imaju važan utjecaj na cjelokupnu zajednicu zato što, osim ekonomskog doprinosa, čuvaju lokalni identitet. Izrađuju i suvenire koji budi sjećanja, a kada se kupuje želi se pokloniti osobi koju volimo ili koja nam je draga te kako bi se sačuvalo vlastito sjećanje na zemlju ili mjesto na kojemu je suvenir kupljen. Suveniri su svakako jedan od važnijih dijelova turističke ponude svakoga mjesta, oni su pripovjedači i promotori turizma.

S obzirom na to da u okviru turizma Koprivničko-križevačke županije postoje odlični preduvjeti za očuvanje tradicijskih obrta, u radu se istražuju potencijali povezivanja sektora tradicijskih obrta sa sektorom turizma s naglaskom na oblikovanju autohtonih suvenira Koprivničko-križevačke županije. Rezultati istraživanja pokazuju da na području ove županije postoji iznimno mali broj tradicijskih obrtnika te da ne postoji udruženje tradicijskih obrtnika ni jedna suvenirnica koja bi nudila sve suvenire ovoga kraja. Iako postoje mogućnosti za razvoj novih suvenira koje bi izrađivali tradicijski obrtnici, još nije došlo do kvalitetnijeg razvoja i širenja ponude suvenira. Problem tradicijskim obrtnicima ovoga kraja svakako stvara i pojava Pandemije COVID-19 virusom jer su im smanjene mogućnosti za prodaju proizvoda.

Ključne riječi: obrtnik, tradicijski obrti, Koprivničko-križevačka županija, suveniri

SUMMARY

The role of traditional crafts in shaping local souvenirs of Koprivnica Križevci County

Traditional craftsmen have an important impact on the whole community because, besides economical contribution, they guard the local identity. Today traditional heritage is an important factor in developing tourism in a certain place. That is why the role of the traditional craftsmen is important, because they help keep the traditional heritage of a certain place. Traditional craftsmen also make souvenirs. A souvenir is an object that brings up memories. People buy them to give them to people they love or that mean much to them, or to preserve their memory of a certain country or place where the souvenir was bought. Souvenirs are definitely one of the important parts of the tourist offer of each place, they are the narrators and promoters of tourism. Since souvenirs have an important role in the tourist offer, it is necessary to encourage their development, and especially when it comes to souvenirs that point to a heritage of a certain place.

Traditional crafts help the development of tourism by producing products through generations. These products are nowadays revived with new functions in the form of a souvenir and are more and more used in the tourist offer as keepers of Croatian cultural heritage. Since there are excellent prerequisites for keeping traditional crafts in the tourism of the Koprivnica Križevci County, this paper explores the potentials of connecting the traditional crafts sector to the tourism sector, with the emphasis on shaping local souvenirs of Koprivnica Križevci County.

Keywords: a craftsman, traditional crafts, Koprivnica Križevci County, souvenirs

ŽIVOTOPIS

Mateo Golubić rođen je 4. studenog 1996. godine u Koprivnici. Školovanje je započeo 2003. godine u osnovnoj školi „Antun Nemčić Gostovinski“ u Koprivnici. Godine 2010. upisao je srednju školu u Koprivnici, smjer „Tehničar nutricionist“. Na Visoko gospodarsko učilište u Križevcima upisao se 2015. godine. Tijekom studiranja sudjelovao je na dva projekta; Projektu „ECOTOP 2“ te Projektu „POP-UP RURAL HUBS“.

Stručnu praksu na preddiplomskom studiju obavljao je u sklopu Turističke zajednice Koprivničko-križevačke županije grada Koprivnice. Godine 2019. završio je preddiplomski studij i stekao titulu: Stručni prvostupnik inženjer agronomije usmjerenje Menadžment u poljoprivredi.

Iste godine upisuje Specijalistički diplomski stručni studij *Menadžment u poljoprivredi* na Visokom gospodarskom učilištu i Križevcima. Stručnu praksu na specijalističkom stručnom studiju obavljao je na „Sunčanom selu“ u Jagnjedovcu, pokraj Koprivnice.

Svoje slobodno vrijeme posvećuje brizi za napuštene životinje pa su u njegovom domu privremeno ili trajno boravište našli brojni kućni ljubimci. Volontira u nekoliko udruga koje se bave pomaganju napuštenim, nezbrinutim ili bolesnim životinjama.