

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
FILOZOFSKI FAKULTET  
ODSJEK ZA INFORMACIJSKE I KOMUNIKACIJSKE ZNANOSTI

Ida Jurković

**Marketing baštine: studija slučaja Park prirode Papuk**

Diplomski rad

Mentor: dr. sc. Darko Babić

Zagreb, 2014.

## Predgovor i zahvale

Ovaj rad izrađen je na diplomskom studiju na Katedri za muzeologiju i upravljanje baštinom, Odsjeka za informacijske i komunikacijske znanosti Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, za potrebe stjecanja diplome iz ovog područja.

Posebno hvala osobama i ustanovama bez kojih ovaj rad ne bi bio moguć:

- Mentoru dr.sc. Darku Babiću
- Ravnateljici Javne ustanove Park prirode Papuk mr.sc Kristini Kožić
- Dr. sc. Ivici Samardžiću, ravnatelju Javne ustanove za upravljanje zaštićenim područjem Požeško-slavonske županije i bivšem ravnatelju Parka prirode Papuk (2001. – 2013. godine)
- Učenicima 2.e razreda Jezične, 2.c razreda Opće i 3.b razreda Prirodoslovno matematičke gimnazije u Požegi i profesorici Marini Farkaš

# SADRŽAJ

1. UVOD	5
2. DEFINIRANJE OSNOVNIH POJMOVA I NJIHOVOG MEĐUODNOSA	7
2.1. Baština, kultura i identitet	7
2.2. Zaštićena područja prirode i prirodna baština (kulturni krajolici)	14
2.2.1. Upravljanje zaštićenim područjima prirode	15
2.3. Park prirode i geopark	16
3. MARKETING BAŠTINE	18
3.1. Pojam marketinga u neprofitnom sektoru	18
3.2. Marketinško planiranje	19
3.3. Marketing miks	22
3.4. Segmentacija, "targetiranje" i pozicioniranje	23
3.5. Financiranje	24
3.6. Odnosi s javnošću i publikacije	26
4. PRIRODNA I KULTURNA BAŠTINA PARKA PRIRODE PAPUK	28
4.1. Park prirode Papuk kao geopark	34
4.2. Flora i fauna	36
4.3. Podzemna staništa	37
4.4. Izvori i vodotoci	37
4.5. Kulturna baština Parka prirode Papuk	38
4.6. Planinarska društva	43
4.7. Događanja i projekti u Parku prirode Papuk	44
5. MARKETING BAŠTINE PARKA PRIRODE PAPUK	47
5.1. Intervju s dr.sc. Ivicom Samardićem (ravnatelj PPP 2001.-2013.)	47
5.2. Marketinško planiranje Park prirode Papuk	50
5.3. Organizacijska struktura i zaposlenici Parka prirode Papuk	54
5.4. Marketing miks	56
5.5. Dosadašnja istraživanja posjetitelja	62

5.6. Segmentacija, "targetiranje" i pozicioniranje ciljanih korisnika	64
5.6.1. Anketno istraživanje među učenicima Gimnazije Požega	65
5.7. Financiranje Parka prirode Papuk	75
5.8. Odnosi s javnošću i objavljene publikacije	78
6. ZAKLJUČAK	80
Literatura	83
7. PRILOZI	87
7.1. Prilog 1. Intervju sa dr.sc. Ivicom Samardžićem (ravnatelj PPP 2001.-2013.)	86
7.2. Prilog 2. Anketa za potrebe diplomskog rada na temu Marketing baštine: studija slučaja Park prirode Papuk	90

## 1. UVOD

Glavni cilj ovog diplomskog rada je prikazati marketinšku koncepciju kulturne i prirodne baštine Javne ustanove Park prirode Papuk. Uz pomoć literature iz područja marketinga baštine, brojnih službenih i stručnih publikacija same Ustanove, uz razgovore sa sadašnjim ali i bivšim ravnateljem Ustanove te uz pomoć učenika Gimnazije u Požegi koji su ispunili anketni upitnik sa svojim iskustvima, primjedbama i željama, ovaj rad je omogućen.

Glavna i početna hipoteza ovoga rada bila je da je marketing same JU Park prirode Papuk nedovoljno obrađen i da se premalo pažnje pridalo željama i potrebama lokalne zajednice, odnosno u ovom slučaju ciljane skupine srednjoškolaca koji su sudjelovali u anketnom istraživanju. Metode istraživanja sastoje se od analiza postojeće literature, tabličnih, slikovnih i grafičkih prikaza, razgovora s bivšim i sadašnjim ravnateljima te anketnog istraživanja.

U poglavlju pod nazivom *Definiranje osnovnih pojmova i njihovog međuodnosa* navode se i definiraju glavni pojmovi neophodni za razumijevanje ovog rada u cjelini. Razumijevanje baštine, kulture i identiteta kao fundamentalnih pojmova od kojih se kreće u svijet proučavanja baštinskih ustanova i lokacija ključni su za razumijevanje ciljeva i rezultata istraživanja ovoga rada kao i njihov međuodnos, navođenje te definiranje vrsta baštine. Definiranje i strukturiranje zaštićenih područja prirode i prirodne baština (ili kulturnih krajolika kako ih naziva Ministarstvo kulture), počinje od navođenja raznolikih vrsta zaštićenih područja, navodi se kako se njima upravlja, dok se na kraju samog poglavlja definiraju i kompariraju pojmovi park prirode i geopark. Prema samom nazivu sljedećeg poglavlja, *Marketing baštine*, može se zaključiti kako se ono sastoji od analize radova priznatih teoretičara u području neprofitnog marketinga, odnosno marketinga u kulturi i umjetnosti prema čijim se marketinškim postavkama temelji glavno istraživanje ovog diplomskoga rada. Na samom početku poglavlja objašnjava se što je to marketing u neprofitnom sektoru i po čemu se on razlikuje od onog u profitnom sektoru. Nakon toga rad se bavi definiranjem marketinškog planiranja odnosno definiranjem misije, vizije, te SWOT i PEST analize. Marketing miks u teoriji definira proizvod, cijenu, distribuciju i promociju dok se segmentacija, "tergetiranje" i pozicioniranje bavi odabirom i istraživanjem ciljanih korisnika te pozicioniranje same Ustanove prema tome. Još jedan čimbenik koji je vrlo važan za marketing neprofitne ustanove jest financiranje te ustanove, odnosno na koji način se

ustanova financira i raspoređuje svoja financijska sredstva. Zadnji dio ovog poglavlja bavi se odnosima s javnošću te publikacijama.

Sljedeće poglavlje pod nazivom *Prirodna i kulturna baština Parka prirode Papuk* bavi se osnovnim karakteristikama Ustanove, Parkom prirode kao Geoparkom, florom, faunom te podzemnim staništima i izvorima i vodotocima, kulturnom baštinom Parka prirode Papuk, planinarskim društvima te važnim događanjima i projektima Parka prirode Papuk. Zadnje ali i najvažnije poglavlje ovoga rada sastoji se od kreiranja marketinške koncepcije Javne ustanove Park prirode Papuk, a prema teorijskoj marketinškoj koncepciji prikazanoj u poglavlju 3 ovoga rada. Marketinško planiranje JU Park prirode Papuk sastoji se od definiranja misije, vizije i ciljeva Javne ustanove Park prirode Papuk te SWOT i PEST analize Ustanove. Nakon toga slijedi analiza organizacijske strukture i zaposlenika Ustanove, te marketing miks kojega čini sveukupni proizvod i ponuda Parka (cijene ulaznica, suvenira, stručnog vodstva i drugih čimbenika koje Park naplaćuje). Nakon toga slijede analize dosadašnjih istraživanja posjetitelja, odnosno broj i struktura posjetitelja do 2009. godine. U dijelu segmentacije, "targetiranja" i pozicioniranja ciljanih korisnika provedeno je anketno istraživanje učenika Gimnazije Požega za potrebe ovog diplomskog rada o njihovim iskustvima, željama i potrebama vezanim uz Park prirode Papuk. Nakon toga objašnjeno je financiranje Parka prirode Papuk, odnosno prihodi i rashodi Ustanove te na samom kraju odnosi s javnošću te objavljene publikacije same Ustanove.

## 2. DEFINIRANJE OSNOVNIH POJMOVA I NJIHOVOG MEĐUODNOSA

### 2.1. Baština, kultura i identitet

Za pravilno razumijevanje baštine vrlo je važno na samome početku razlikovati pojmove kulturno nasljeđe (baština) i kulturno dobro. Prema Marinku Vukoviću razlika između kulturnog nasljeđa (baštine) i kulturnog dobra jest ta što je "nasljeđe" u svojoj biti pojam koji se odnosi na javno i na društvenu zajednicu, te po definiciji spada u područje javnog interesa i pridonosi za opće dobro.<sup>1</sup> To znači da pojam kulturnog nasljeđa ima najšire moguće i sveobuhvatno značenje. Vuković ističe kako je "*Kulturno 'dobro' poseban oblik imovine koji obogaćuje identitet, razumijevanje i poštovanje kulture koja je proizvela određeno dobro.*"<sup>2</sup> Tako se kulturno "dobro" najčešće tumači kao objekt ili grupu objekata temeljeći značenje na jedinstvenoj arheološkoj, znanstvenoj ili povijesnoj važnosti, a u užem smislu pojmovno određuje materijalne i nematerijalne oblike imovine.<sup>3</sup>

Marinko Vuković u svom radu pod nazivom *Pogled na međuodnos baštine, kulture i identiteta* objašnjava kako pojam identitet dolazi od lat. *Identitas*, 'istovjetnost' ili 'jednakobitje' (idem, 'isto'). Načelo identiteta podrazumijeva da su sve pojave u prirodi, društvu i mišljenju jednake sebi. U psihologiji identitet pojedinca njegova je prepoznatljivost kao izraz spoja značajki i kakvoće koji ga određuju i zadržavaju njegovu istovjetnost, a takav se identitet stvara u procesu identifikacije (lat. *identificare*, 'poistovjetiti'), (*identitas + facere*, 'činiti'). U društvenim i humanističkim znanostima taj izraz određen je kao proces koji se odvija unutar društvene zajednice ili skupine, pa će "društveni identitet" biti istovjetnost s vrijednostima zajednice, što se u pojavnosti, zbilji, iskazuje kao tzv. pripadnost ili svijest o pripadanju. U praksi identitet pojedinca ili zajednice izgrađuju svakovrsni sadržaji koje pojedinci primaju kroz osjetila bez vanjske prisile (nesvjesno primaju sadržaje iz kulture) i

---

<sup>1</sup> Vuković, M. Pogled na međuodnos baštine, kulture i identiteta. // Arhivski vjesnik. 54(2011), str. 100. Dostupno i na: [http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jezik=133995](http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=133995) (22.04.2014.). Prema Mason, R. Conference Reports : Economics and Heritage Conservation : Concepts, Values and Agendas for Research. // International Journal of Cultural Property (Los Angeles). 8(1999), str. 550-561.

<sup>2</sup> Vuković, M. Navedeno djelo. Str. 100-101. Prema Gerstenblith, P. Identity and Cultural Property : The Protection of Cultural property in the United States. // Boston University Law Review (Boston), 73(1995), str. 559-579.

<sup>3</sup> Vuković, M. Navedeno djelo. Str. 100-101.

vanjskom prisilom (svjesno odgojem i obrazovanjem usvajaju sadržaje iz kulture u kojoj žive).<sup>4</sup>

Također, Vuković kaže kako je riječ "kultura" jedna je od riječi s najviše značenja. Dolazi iz lat. *cultura*, 'obrađivanje, teženje, gospodarstvo', a u proširenom značenju 'obrazovanje, naobrazba, školovanje' (korijen u lat. *cultus*, 'obrađen, zasađen' od lat. *colere*, 'živjeti, obrađivati, brinuti se'). Tako je riječ kultura primjenjena u mnogim znanostima, ali u različitim kontekstima. Kultura je temeljni istraživački problem u kulturnoj antropologiji odnosno etnologiji ali i u drugim društveno humanističkim znanostima. Najraniju definiciju kulture dao je britanski antropolog Edward B. Taylor 1871. godine: "...kultura je ona složena cjelina koja uključuje znanje, vjerovanje, umjetnost, moral, pravo, običaj i druge sposobnosti i navike koje čovjek stječe kao pripadnik društva".<sup>5</sup> Američki antropolog Alfred L. Kroeber smatra da materijalna kultura prenosi kulturne obrasce temeljene na naslijeđenim (tradicionalnim) vrednotama i idejama, osebujnim za određenu ljudsku zajednicu, ona prenosi društveno nasljeđe s pokoljenja na pokoljenje.<sup>6</sup> Kulturni obrazac (oblik) je oblikovana materija, odnosno prelazak materijalizirane stvari u formu pod utjecajem ljudskog djelovanja.<sup>7</sup>

Prema navedenom Vukovićevom djelu, riječ *naslijeđe*<sup>8</sup> je imenica koja dolazi od glagola *slijediti*, a ima korijen od praslavenskog *slěditi*, odnosno *sleidh*, u značenju 'klizav'. U hrvatskom značenje riječi *slijed* je 'ono što izlazi jedno iz drugoga vremenski, ono što uzastopno nastaje'. *Nasljeđe* je ono što je *nasljeđivo*, što ima *slijed*, ono temelji slijed na onom što bez prekida dolazi do nas sada. Semantički odgovara onom što je "klizilo kroz vrijeme" do nas živućih. Za nasljeđe je u uporabi arhaičnija riječ, *baština*. Riječ *baština* posuđenica je iz crkvenoslavenskog jezika, *bašta*, 'otac', a dolazi od praslavenskog korijena *batjina*, 'očevina'. Baština je najprije označavala pokretnu i nepokretnu imovinu naslijeđenu po muškoj lozi srodstva, koju držitelj mora ostaviti onakvu kakvu je primio, ili unaprijedenu, i ne smije ju prodavati. U suvremenom je jeziku izraz "baština" poprimio opće značenje "nasljeđe", kao ukupnost iz prošlosti sačuvanih i njegovanih kulturnih dobara. Iako etimološki različitog podrijetla riječi, naslijeđe i očevina jasno se mogu semantički dovesti u vezu. Međutim, ne govori se o bilo kakvom nasljeđu ili baštini, već je to "naslijeđena (materijalna) kultura",

---

<sup>4</sup> Isto. Str. 102.

<sup>5</sup> Prema Tylor, E. Primitive culture. New York. New York : Harper and Row, Publishers, 1958. Str. 1.

<sup>6</sup> Prema Kroeber, A. Antropology : Race, Language, Culture, Psychology, Prehistory. New York : Harcourt, Brace and World, 1948. Str. 131; Kroeber, A. Introduction. The Nature of Culture (Chicago). 1952, str. 4-5.

<sup>7</sup> Vuković, M. Navedeno djelo. Str. 102-103.

<sup>8</sup> Vuković, M. Navedeno djelo. Str. 103.



govori se o kulturnom nasljeđu ili kulturnoj baštini. Kulturna baština je u materijaliziranoj stvari zabilježen oblik svekolikog djelovanja ljudskog duha odnosno izraz duha u materijaliziranoj stvari, očuvan u protoku vremena, odraz onog duhovno bitnog i istinskog za čovjeka kroz koje se on pita, tko je, odakle je i kamo ide, i zbog toga je taj odraz od trajne vrijednosti za čovjeka, te mu čovjek zato nastoji održati oblik u materijaliziranoj stvari od nepropadljivosti u svrhu stalnog nadahnuća spoznavanja istine o sebi. Materijalizirana stvarnost ili predmet koji je kulturna baština, zapravo je živa odslika stvarnosti prošloga, te se kao odslikano-živo-prošlo nasljeđuje. Da je mrtvo, ne bi bilo nasljedno, jer ga nema (ljudi se poistovjećuju s predmetima i s onim što su doživjeli uz pomoć njega). Ovo samo podupire tvrdnju o izravnom živom međuodnosu identiteta (poistovjećivanje) i kulturne baštine (predmet).<sup>9</sup> Prema Maroevićevoj definiciji muzeologije kao informacijske znanosti: “*Predmet baštine je realni predmet koji svojim materijalom i oblikom dokumentira realnost u kojoj je nastao, u kojoj je živio i s kojom je ušao u sadašnjost. Predmeti baštine imaju bogate slojeve značenja kojima komuniciraju poruke prošlosti u sadašnjost i čuvaju ih za budućnost.*”<sup>10</sup> Ona baštinu promatra kao znak, odnosno kao informaciju, jer baština komunicira poruke prošlosti.<sup>11</sup>

Na web stranicama Ministarstva kulture stoji kako kulturna baština, materijalna i nematerijalna, zajedničko je bogatstvo čovječanstva u svojoj raznolikosti i posebnosti, a njena zaštita jedan je od važnih čimbenika za prepoznavanje, definiranje i afirmaciju kulturnog identiteta. Ministarstvo kulture razvija mehanizme i uspostavlja mjere zaštite kulturne baštine s ciljem osiguranja njene održivosti što podrazumijeva identificiranje, dokumentiranje, istraživanje, održavanje, zaštitu, korištenje kao i promicanje njenih vrijednosti. Kulturnu baštinu čine pokretna i nepokretna kulturna dobra od umjetničkoga, povijesnoga, paleontološkoga, arheološkoga, antropološkog i znanstvenog značenja. Arheološka nalazišta i arheološke zone, krajolici i njihovi dijelovi koji svjedoče o čovjekovoj prisutnosti u prostoru. Nematerijalni oblici kulturne baštine i pojave čovjekova duhovnog stvaralaštva u prošlosti kao i dokumentacija i bibliografska baština i zgrade, odnosno prostori u kojima se trajno

---

<sup>9</sup> Vuković, M. Navedeno djelo. Str. 103-105.

<sup>10</sup> Arhivi, knjižnice i muzeji : mali pojmovnik arhivistike, bibliotekarstva i muzeologije. Dostupno na: [http://public.carnet.hr/akm/AKM\\_ostali/pojmovnik.html](http://public.carnet.hr/akm/AKM_ostali/pojmovnik.html) (13.04.2014.). Prema Maroević, I. Uvod u muzeologiju. Zagreb : Zavod za informacijske studije, 1993. Str. 120.

<sup>11</sup> Vuković, M. Navedeno djelo. Str. 103-106.

čuvaju ili izlažu kulturna dobra i dokumentacija o njima. Vrijednosti kulturne baštine Ministarstvo prepoznaje kao starosne, povijesne, kulturne, umjetničke i autentične.<sup>12</sup>

**Tablica 1.** Vrste baštine u Republici Hrvatskoj s obzirom na lokaciju i oblik<sup>13</sup>

BAŠTINA		
MATERIJALNA BAŠTINA		NEMATERIJALNA BAŠTINA
NEPOKRETN (baština <i>in situ</i> (lat.), u prvotnom položaju, na iskonskome mjestu) <sup>14</sup>	POKRETN (AKM zajednica: arhivi, knjižnice i muzeji)	RH posjeduje iznimno bogatu, raznovrsnu i stoljećima čuvanu nematerijalnu baštinu. Osnivanjem mnogobrojnih društava za njegovanje tradicije, osobito na lokalnoj razini, proučavanjem, dokumentiranjem te prenošenjem znanja i vještina mladim generacijama, učinjeno je mnogo na njezinu očuvanju. Baza podataka o Registru kulturnih dobara RH osnovni je izvor podataka o svim zakonom zaštićenim nematerijalnim dobrima. Dokumentacija o nematerijalnoj baštini postoji i kod nositelja, lokalne zajednice te u raznim lokalnim i državnim institucijama (muzeji, instituti, fakulteti). Nematerijalna baština već se duže uključuje u turističku ponudu. Osobito se ističu klapsko pjevanje, istarsko dvoglasje, ples lindo, rovinjske bitinade, plovdba rovinjskom batanom, plovdba gajetom falkušom, pletenje ribarskih mreža te razni festivali, manifestacije i vjerska i svjetovna događanja tijekom kojih se prikazuju fenomeni nematerijalne baštine određenog kraja, rekonstrukcije običaja, tradicionalno pripremanje hrane
<b>Graditeljska baština</b> Čine ju pojedinačne građevine, kompleksi građevina i kulturno-povijesne cjeline. Pojedinačne građevine ili kompleksi građevina imaju izrazit povijesni, umjetnički, znanstveni, društveni ili tehnički značaj. To su: civilne građevine i kompleksi, vojne građevine i kompleksi, sakralne građevine i kompleksi, memorijalne građevine i kompleksi te urbana oprema. Kulturno-povijesne cjeline jedinstvene su skupine gradskih ili seoskih građevina: povijesna naselja i dijelovi naselja te povijesno-memorijalna područja.	<b>Muzejska baština</b> Čine ju civilizacijska, kulturna i prirodna dobra kao dio nacionalne i općeljudske baštine. Skupljanje, čuvanje i istraživanje tih dobara te njihova stručna i znanstvena obrada i sistematizacija u zbirke, trajna zaštita, predočivanje javnosti putem stalnih i povremenih izložaba te objavljivanje podataka i spoznaja o njima putem stručnih, znanstvenih i drugih obavijesnih sredstava osnovna je djelatnost muzeja. Od 6.369.650 predmeta u muzejima Hrvatske investirano je 47% građe u klasičnom obliku. Godišnje se u muzejima organizira između 800 i 1000 izložbi različita opsega i vrste te objavi oko 600 tiskanih i elektroničkih publikacija, oko 200 plakata te drugih tiskovina i promidžbenih materijala. Broj posjeta muzejima posljednjih se	

<sup>12</sup> Ministarstvo kulture Republike Hrvatske : kulturna baština. Dostupno na: <http://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=6> (13.04.2014.)

<sup>13</sup> Ministarstvo kulture Republike Hrvatske : Strategija zaštite, očuvanja i održivog gospodarskog korištenja kulturne baštine Republike Hrvatske za razdoblje 2011.–2015. Dostupno na: [http://www.min-kulture.hr/userdocsimages/bastina/STRATEGIJA\\_BASTINE\\_VRH.pdf](http://www.min-kulture.hr/userdocsimages/bastina/STRATEGIJA_BASTINE_VRH.pdf) (12.05.2014.)

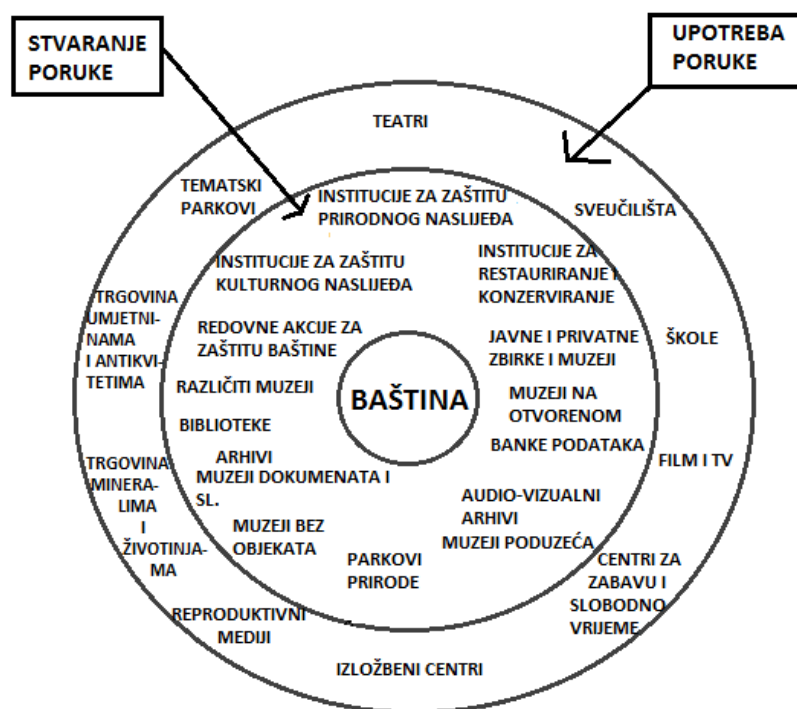
<sup>14</sup> Hrvatski leksikon : in situ. Dostupno na: <http://www.hrleksikon.info/definicija/in-situ.html> (12.05.2014.)

	godina kreće oko 2,5 milijuna. <sup>15</sup>	u sklopu gastronomske ponude, radionice u kojima i turisti mogu sudjelovati u učenju raznih vještina i sl. Nematerijalna baština izvor je dodatne gospodarske aktivnosti na određenim područjima (npr. medicarski i svjećarski obrt, lončarstvo, čipkarstvo, gastronomska ponuda).
<p><b>Arheološka baština (kopnena i podvodna)</b>  Topografija arheološke baštine Hrvatske do sada nije izrađena i objavljena za područje cijele države, a budući da većina lokaliteta nije vidljiva „golim okom“, taj će broj čak i za pojedina područja na kojima je topografija utvrđena teško ikada biti konačan. Lokaliteti se često otkrivaju tek tijekom građevinskih radova, a u slučaju podvornih nalazišta i tijekom rekreativnih ronjenja, a stupanj njihove očuvanosti varira do intaktnih do teško oštećenih. Hrvatski arheološki lokaliteti nalaze se na popisu svjetske baštine ili su prepoznati u europskim okvirima i projektima kao lokaliteti koji su snažno utjecali na povijest civilizacije u razdoblju prapovijesti i antike, a posljednjih godina tu su i oni iz srednjovjekovnog i novovjekovnog razdoblja.</p>	<p><b>Arhivska baština</b>  U 19 javnih (državnih arhiva) čuva se oko 14.000 fondova i zbirki s oko 110.000 dužnih metara gradiva. Osim u državnim arhivima, vrijedno se arhivsko gradiva čuva i u drugim kulturnim i znanstvenim ustanovama (muzejima, knjižnicama, vjerskim ustanovama i dr.) koji čine manji dio od približno 7.500 stvaratelja i imatelja arhivskoga gradiva u sustavu nadzora državnih arhiva. Uvođenje nacionalnog arhivskog informacijskog sustava 2007. omogućilo je standardiziranje rada državnih arhiva, implementaciju jedinstvenog sustava evidentiranja i obrade arhivskih zapisa te integriranje i razmjenu podataka među ustanovama koje čuvaju arhivsko gradivo.</p>	
<p><b>Kulturni krajolici</b>  Vrsta su nepokretnog kulturnog dobra koje sadržava povijesno karakteristične strukture što svjedoče o čovjekovoj nazočnosti u prostoru, a predstavljaju zajedničko djelo čovjeka i prirode, ilustrirajući razvitak zajednice i pripadajućeg teritorija kroz povijest. RH</p>	<p><b>Knjižnična baština</b>  Knjižničnim baštinskim zbirkama smatraju se zbirke stare i rijetke građe (rukopisi do 15. st., ali i noviji, ovisno o nizu drugih kriterija; tiskopisi do 1850.), zbirke obveznog primjerka Croatica (knjige, časopisi, novine) u tiskanom i/ili elektroničkom obliku te zbirke građe posebne vrste</p>	

<sup>15</sup> Muzejski dokumentacijski centar : Izvješća hrvatskih muzeja od 2008.-2012. Dostupno na: <http://www.mdc.hr/hr/mdc/publikacije/izvjesca-muzeja/izvjesca-hrvatskih-muzeja/stari-brojevi/> (18.06.2014.)

<p>posjeduje karakteristične tipove kulturnih krajolika. Prema vrstama prisutni su: namjerno oblikovani (parkovi, perivoji, vrtovi, planski oblikovana urbana područja, industrijski, turistički, rekreacijski i slični), organski razvijeni (ruralni, urbani, morski...) i asocijativni kulturni krajolici.</p>	<p>(grafike, crteži, zemljopisne karte, atlasi, globusi, zbirke sitnog tiska – razglednice, brošure i sl.). Zbirke stare i rijetke građe i zbirke građe posebne vrste mogu postojati u svim vrstama knjižnica, a najzastupljenije su, uz nacionalnu te općeznanstvene i sveučilišne knjižnice, u knjižnicama i knjižničnim zbirkama u sastavu vjerskih zajednica.</p>	
--	---	--

**Slika 1.** Zajednička filozofija i zajednička strategija (shema brige za baštinu): od tradicionalnih do eko muzeja, od umjetničkih do zooloških muzeja, prema knjizi Tomislava Šole, "Eseji o muzejima i njihovoj teoriji : prema kibernetičkom muzeju"<sup>16</sup>



Prema Tomislavu Šoli, brigu za baštinu preuzimaju razne institucije koje se dijele na one koje stvaraju poruku baštine i one koje upotrebljavaju takve poruke. Institucije koje stvaraju poruke utemeljene na baštini su: institucije za zaštitu prirodnog naslijeđa, institucije za restauriranje i konzerviranje, javne i privatne zbirke i muzeji, muzeji na otvorenom, banke

<sup>16</sup> Šola, T. Eseji o muzejima i njihovoj teoriji : prema kibernetičkom muzeju. Zagreb : Hrvatski nacionalni komitet ICOM, 1997. Str. 200.

podataka, audio-vizualni arhivi, muzeji poduzeća, parkovi prirode, muzeji bez objekata, arhivi, muzeji dokumenata, biblioteke, muzeji, redovne akcije za zaštitu baštine, institucije za zaštitu kulturnog naslijeđa itd. Institucije koje upotrebljavaju poruke koje su stvorile navedene institucije su: tematski parkovi, izložbeni centri, reproduktivni mediji, centri za zabavu i slobodno vrijeme, film i tv, škole, sveučilišta, teatri, trgovine umjetninama i antikvitetima itd. Tomislav Šola ističe kako *"Baštinske institucije služe tome da zajamče kontinuitet i opstanak onim identitetima zbog kojih su uspostavljene; identitet pri tome može biti bilo što: neka posebna kultura, osoba, pokret, prirodna pojava ili tehnološki proces."*<sup>17</sup>

**Tablica 2.** Opća teorija baštine prema Tomislavu Šoli<sup>18</sup>

Opća teorija baštine Cjelina općih principa, postavki i teorema upotrijebljenih za objašnjavanje fenomena baštine, institucija baštine, njihove prakse i poslanja te uloge baštine u suvremenom društvu.
Opći princip: Opći princip Teorije je postojanje kolektivne memorije, uže definirane kao baština, osmišljene kao cjelina dokumentiranih iskustava prošlosti i sadašnjosti te kao sredstvo očuvanja naslijeđenog identiteta i supstanca kvalitetnog razvoja.
Postavke: Sličnosti radnog procesa svih djelatnosti s područja društvenih informacija, oblikovanog kao: prikupljanje, selekcija, proučavanje, čuvanje i diseminacija informacija. Konvergenција baštinskih struka (arhivi, muzeji, biblioteke, njihove virtualne inačice i trans-institucionalni oblici) preko sustava (1)korisnika, dakle poslanja prema društvenoj zajednici, te (2)informacijske tehnologije (opreme i programa); potreba zajedničke strategije; sličnosti upravljanja (društveni status, fiskalni status, marketing)
Teoremi: Biblioteke, arhivi i muzeji su baštinske ustanove. Baštinske ustanove su neprofitne odn. nekomercijalne organizacije. Baštinske ustanove imaju slično poslanje unutar općeg društvenog dobra. Baštinske ustanove su korisnički orijentirane. Baštinske ustanove su, u razmjerima koji ovise o njihovim posebnostima, istodobno znanstvene i komunikacijske institucije.

Prema Tomislavu Šoli, kibernetička filozofija baštine (heritologija, opća teorija baštine, mnemozofija) govori kako opći cilj cjelokupnog područja skrbi za baštinu nije znanje nego mudrost. Ističe kako je *"Glavna zadaća ove filozofije je da nas natjera na radikalno propitivanje stajališta i inzistiranje na suprotstavljanju kolektivnih iskustava i sadašnjih potreba."*<sup>19</sup> Također, važno je za istaknuti kako se razvoj muzeja (pa i samog poimanja

<sup>17</sup> Šola, T. Navedeno djelo. Str. 338-339.

<sup>18</sup> Isto. Str. 319.

<sup>19</sup> Šola, T. Eseji o muzejima i njihovoj teoriji : prema kibernetičkom muzeju. Zagreb : Hrvatski nacionalni komitet ICOM, 1997. Str. 197-212.

baštine) uvelike promijenio krajem 20. stoljeća. Tako je jedan od najpoznatijih teoretičara i kritičara tradicionalnih muzeja René Rivard tradicionalni muzej odredio kao *"pojam koji se sastoji od zgrade + kolekcije (zbirke) + stručnjaka + publike, dok s druge strane eko-muzej uključuje teritorij (područje) + baštinu + memoriju + populaciju (tj. zajednicu)"*<sup>20</sup>. Prema Darku Babiću prva razlika upućuje na to da su eko-muzeji zgradu (jednu ili više njih) zamijenili sveobuhvatnošću teritorija. Kaže kako je *"muzejsku ustanovu i specifični joj muzeološki kontekst zamijenila širina prostora na kojem se akcija (muzejska, baštinska ili nekako drugačije definirana) događa. Muzejsku je zbirku pak zamijenila baština, točnije sveukupnost baštine, što je vrlo jasan i iznimno bitan teoretski odmak od muzejskog predmeta (odnosno određenog skupa muzejskih predmeta)"* ističe Babić. Također kaže kako su stručnjaci i publika ustupili su mjesto memoriji i zajednici.<sup>21</sup>

## 2.2. Zaštićena područja prirode i prirodna baština (kulturni krajolici)

Prirodna baština Republike Hrvatske izrazito je bogata. Zaštićena područja prirode su prema Zakonu o zaštiti prirode razvrstana u devet prostornih kategorija: strogi rezervat (u RH postoje 2 stroga rezervata), nacionalni park (8 nacionalnih parkova u RH), posebni rezervat (78 posebnih rezervata u RH), park prirode (11 parkova prirode), regionalni park (u RH ih još nema), spomenik prirode (103 spomenika prirode u RH), značajni krajobraz (70 takvih krajobrazova u RH), park šuma (38 park šuma u RH), spomenik parkovne arhitekture (135 takvih spomenika). Jedno područje nalazi se pod preventivnom zaštitom. Neka od tih područja su pod međunarodnom zaštitom (UNESCO ili RAMSAR<sup>22</sup> područje). Ukupna površina zaštićenih područja je 5124,80 km<sup>2</sup>, što je 9,5% kopnenog područja Republike Hrvatske.<sup>23</sup> U Hrvatskoj je proglašeno 11 parkova prirode: Kopački rit, Papuk, Lonjsko polje,

---

<sup>20</sup> Definicija prema: Davis, P. *Ecomuseums : a sense of place*. London : Leicester University Press, 1999. str. 73.

<sup>21</sup> Babić, D. O muzeologiji, novoj muzeologiji i znanosti o baštini // Ivi Maroeviću baštinici u spomen / Vujić, Ž.; Špikić, M. (ur.). Zagreb : Zavod za informacijske studije Odsjeka za informacijske znanosti Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, 2009. Str. 43-60.

<sup>22</sup> Akronim RAMSAR odnosi se na Konvenciju o vlažnim područjima. Ramsarska konvencija donesena je 2. veljače 1971. godine kada su u iranskom crnomorskom mjestu Ramsaru predstavnici 18 zemalja prihvatili tekst dogovora o zaštiti i očuvanju vlažnih područja. Cilj ovog dokumenta je očuvanje onih područja na Zemlji koja su od presudne važnosti za opstanak mnogih biljnih i životinjskih vrsta i njihovih zajednica od kojih mnoge čovjek koristi i u određenoj mjeri ovisi o njima te kroz mnogostrukom korisnu ulogu koju ova područja imaju u životu ljudi. Detaljnije na: <http://www.zastita-prirode.hr/Aktivnosti-projekti-i-medunarodna-suradnja/Medunarodni-sporazumi/Konvencija-o-vlaznim-podrucjima-Ramsarska-konvencija> (18.06.2014.)

<sup>23</sup> Ministarstvo kulture : zaštita prirode : zaštićena područja. <http://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=232> (13.04.2014.)

Velebit, Učka, Medvednica, Telaščica, Žumberak – Samoborsko gorje, Vransko jezero, Biokovo te Lastovsko otočje.<sup>24</sup>

Zaštićenim prirodnim vrijednostima upravljaju javne ustanove. Prema djelu *Marketing u kulturi*, Marcela Melera, javne ustanove pripadaju pod vrstu neprofitnih organizacija koje su definirane kao *"organizacije koje postoje kako bi osigurale opći boljitak društva, korištenjem odgovarajućih izvora i/ili raspoloživost odgovarajućih fizičkih dobara i usluga. Takva organizacija ne postoji da osigura dobit ili zaradu pojedincu i kao rezultat ne distribuira ostvarenu dobit ili višak dioničarima ili članovima organizacije."* Također u djelu stoji kako one mogu zapošljavati osoblje i ostvarivati prihode iznalaženjem aktivnosti koje im pomažu da realiziraju svoju misiju, a temeljni oblici neprofitnih organizacija u Republici Hrvatskoj su *"udruge, zaklade i fundacije, dok ustanove predstavljaju osnovne pravne subjekte za trajno obavljanje djelatnosti bez primarne svrhe stjecanja dobiti."*<sup>25</sup>

Na web stranicama Ministarstva zaštite okoliša i prirode stoji kako *"javne ustanove za upravljanje nacionalnim parkovima i javne ustanove za upravljanje parkovima prirode osniva Republika Hrvatska uredbom Vlade Republike Hrvatske, a osnovna im je djelatnost zaštita, održavanje i promicanje zaštićenih područja u cilju zaštite i očuvanja izvornosti prirode, osiguravanja neometanog odvijanja prirodnih procesa i održivog korištenja prirodnih dobara."*<sup>26</sup> Nacionalni parkovi i parkovi prirode pod patronatom su Ministarstva zaštite okoliša i prirode, čija se Uprava za zaštitu prirode isključivo bavi ovom tematikom. Također, na stranicama stoji kako je Državni zavod za zaštitu prirode *"središnja ustanova koja obavlja stručne poslove zaštite prirode u Hrvatskoj. Državni zavod za zaštitu prirode osnovan je Uredbom Vlade Republike Hrvatske 30. listopada 2002. godine, a započeo je sa radom u rujnu 2003. godine."*<sup>27</sup>

### 2.2.1. Upravljanje zaštićenim područjima prirode

Prema Državnom zavodu za zaštitu prirode *"potreba za aktivnim upravljanjem zaštićenim područjima postala je jasna nakon što se iskustveno pokazalo da se zaštita nekog područja ne*

---

<sup>24</sup> Početna stranica Hrvatske : geografija i priroda : parkovi prirode. Dostupno na: <http://www.hr/hrvatska/geografija/parkovi> (13.04.2014.)

<sup>25</sup> Meler, M. *Marketing u kulturi*. Osijek : Ekonomski fakultet, 2006. Str. 63-64.

<sup>26</sup> Ministarstvo kulture : zaštita prirode : zaštićena područja.

Dostupno na: <http://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=232> (13.04.2014.)

<sup>27</sup> Ministarstvo zaštite okoliša i prirode. Dostupno na: <http://www.mzoip.hr/default.aspx?id=4716> (13.04.2014.)

može postići samim proglašenjem njegove zaštite (tzv. „papirnati parkovi“) nego da je za zaštitu prirode neophodno utjecati na aktivnosti koje se odvijaju u tom području." Također, prema tom Zavodu upravljanje zaštićenim područjima zapravo se, kao i bilo koje drugo upravljanje, odnosi na upravljanje ljudskim djelatnostima koje se odvijaju u tom području, pri čemu se neke djelatnosti mogu nastojati ograničiti ili prilagoditi, dok se druge nastoje poticati. Upravljanje zaštićenim područjem ponekad se može činiti vrlo jednostavnim, a ponekad nedostižno kompliciranim ili čak besmislenim. Zapravo se radi o složenom i zahtjevnom procesu koji, ako se provodi promišljeno i prilagođeno uvjetima u kojima se odvija, najčešće ipak ima smisla. Tako se pojednostavljeno može reći kako je upravljanje zaštićenim područjem zapravo ciklički proces u okviru kojeg provođenjem unaprijed određenih aktivnosti pokušavamo postići ciljeve koje smo si zadali. Taj proces uključuje procjenu ili vrednovanje stanja područja, definiranje ciljeva upravljanja i planiranje aktivnosti koje je potrebno provesti da bi se oni postigli, provedbu tih aktivnosti uz istovremeno praćenje njihove provedbe i procjenu učinkovitosti te prilagodbu planiranih aktivnosti ukoliko se za tim pokaže potreba, nakon čega se cijeli proces ponavlja.<sup>28</sup>

Državni zavod za zaštitu prirode na svojim web stranicama navodi neke od karakteristika kakvo bi upravljanje zaštićenim područjima trebalo biti:

- Temeljeno na preuzetoj obavezi - to jest u skladu s ciljevima radi kojih je područje zaštićeno.
- Prikladno - što znači da je prilagođeno specifičnim uvjetima i potrebama područja te da se, koliko god je to moguće, temelji na već uspostavljenoj praksi i uvriježenim načinima donošenja odluka. To nikako ne znači da u upravljanju zaštićenim područjima ne bi trebalo koristiti nove ideje i dokazano dobru praksu i iskustva iz drugih područja, no ako se takve promjene uvode naglo i nasilno vrlo vjerojatno će izazvati neprihvatanje i otpor onih na koje se odnose te mogu naići na neuspjeh.
- Prilagodljivo - podrazumijeva mogućnost prilagodbe aktivnosti promjenjenim uvjetima u kojima se odvija upravljanje (kao npr. promjenama nastalim uslijed prirodnih dinamičkih procesa - požari, poplave ili slično, promjenama političkih i/ili

---

<sup>28</sup> Državni zavod za zaštitu prirode : upravljanje zaštićenim područjima. Dostupno na: <http://www.dzsp.hr/upravljanje-zasticenim-podrucjima/upravljanje-zasticenim-podrucjima/upravljanje-zasticenim-podrucjima-1101.html> (13.04.2014.). Prema Alexander, M. Management Planning for nature Conservation : A Theoretical Basis and Practical Guide. Springer science, 2008. ; Appleton, M.R. i Hotham, P.A.E. Izrada planova upravljanja zaštićenim područjima u Hrvatskoj : priručnik. Cambridge, UK : Fauna and Flora International, 2007.; Martinić, I. Upravljanje zaštićenim područjima prirode : planiranje, razvoj i održivost. Zagreb : Šumarski fakultet, 2010.



socio-ekonomskih okolnosti, promjenama stanja ciljeva zaštite s obzirom na učinkovitost ili neučinkovitost upravljanja i dr.), a da se pri tom ne ugrozi postizanje ciljeva radi kojih je područje zaštićeno.

- Participatorno - što znači da dionici aktivno, svojim savjetima, prijedlozima i/ili provođenjem konkretnih aktivnosti, sudjeluju u upravljanju zaštićenim područjem.
- Planirano - što znači da su ciljevi i aktivnosti upravljanja unaprijed promišljeni i isplanirani te da se njihova provedba odvija po unaprijed određenim prioritetima i planu, a ne spontano i stihijski.
- Transparentno – to jest otvoreno prema javnosti i jasno.<sup>29</sup>

### 2.3. Park prirode i geopark

Park prirode je prema Zakonu o zaštiti prirode Republike Hrvatske (NN 162/03), *"prostorno prirodno ili dijelom kultivirano područje kopna i/ili mora s ekološkim obilježjima međunarodne ili nacionalne važnosti, s naglašenim krajobraznim, odgojno-obrazovnim, kulturno-povijesnim i turističko-rekreacijskim vrijednostima."*<sup>30</sup> Prema Samardić, I., Radonić, G. *"Park prirode je prije svega znanstvena i kulturno-odgojna institucija, osnovana radi održavanja prirodnog stanja, očuvanja prirodnih karakteristika i upoznavanja širokih slojeva pučanstva sa zakonitostima prirode."*<sup>31</sup>

U znanstvenom članku pod nazivom *Park prirode Papuk: zaštićeni prirodni biser Slavonije*, Samardić, I. i Radonić, G. navode kako je osnovna i najbitnija razlika između nacionalnog parka i parka prirode je što su u parkovima prirode dopuštene djelatnosti i radnje kojima se ne ugrožavaju njegove bitne značajke i uloge, a obavljanje gospodarskih djelatnosti i korištenje prirodnih dobara u parku je dopušteno uz prethodno ishodaenje uvjeta zaštite prirode u Ministarstvu zaštite okoliša i prostornog uređenja, a sukladno Pravilniku o unutarnjem redu u Parku prirode Papuk. Također ističu kako je u ovakvim kategorijama zaštite prirode najveća

---

<sup>29</sup> Državni zavod za zaštitu prirode : upravljanje zaštićenim područjima. Dostupno na: <http://www.dzvp.hr/upravljanje-zasticenim-podrucjima/upravljanje-zasticenim-podrucjima/upravljanje-zasticenim-podrucjima-1101.html> (13.04.2014.).

<sup>30</sup> Gregurić Cvenić, E. Papuk : geološki dragulj Slavonije. // Meridijani : časopis za zemljopis, povijest, ekologiju i putovanja. 149(2010), str. 26.

<sup>31</sup> Samardić, I.; Radonić, G. Park prirode Papuk : zaštićeni prirodni biser Slavonije. // Zlatna dolina. 8, 1(2002), str. 160.

problematika stvoriti balans između korisnika u prostoru i zaštite prirode, odnosno omogućiti održivi razvoj područja.<sup>32</sup>

Gregurić Cveniĉ, E. u ĉlanku *Papuk : geološki dragulj Slavonije* navodi kako je "*Geopark područje s izraženom geološkom baštinom te strategijom za održivi gospodarski razvoj i promociju te baštine na dobrobit lokalne zajednice. Glavni ciljevi geoparkova su zaštita geološke raznolikosti, edukacija i promocija geološke baštine te podupiranje gospodarskog razvoja teritorija i turizma.*"<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> Samardić, I.; Radonić, G. Navedeno djelo. Str. 160.

<sup>33</sup> Gregurić Cveniĉ, E. Navedeno djelo. Str. 26.

### 3. MARKETING BAŠTINE

#### 3.1. Pojam marketinga u neprofitnom sektoru

Prema Philipu Kotleru, jednom od najpoznatijih marketinških teoretičara, *"marketing je ljudska aktivnost usmjerena na zadovoljavanje potreba i želja putem procesa razmjene"*. Pri tome Kotler definira potrebe kao *"stanje osjećaja pomanjkanja u pojedincu"*. Želje se definiraju kao *"kulturalno definirani objekti koji će zadovoljiti određenu potrebu."*<sup>34</sup> Također kaže kako ne treba podleći strahu od svojevrsne 'komercijalizacije' kulturnih/umjetničkih djelatnosti, s obzirom da se marketing i menadžment primjenjuju u svim djelatnostima, kako u profitnom, tako i u neprofitnom sektoru.<sup>35</sup>

Prema Colbertu, u djelu *Marketing u kulturi i umjetnosti*, pojam marketinga podrazumijeva uglavnom četiri elementa: *"potrebu potrošača, njeno zadovoljavanje, vezu između poduzeća i potrošača i težnju ka optimizaciji profita poduzeća."* Važno je razlikovati maksimizaciju od optimizacije profita. *"Maksimizacija teži ostvarivanju što je moguće veće zarade, dok optimizacija teži ostvarivanju što boljih profita, uzimajući u obzir elemente organizacije i okruženja, kao što su blagostanje zaposlenih, stvaranje dobre slike poduzeća (ustanove), zadovoljavanje potrošača (korisnika), uključenost poduzeća (ustanove) u lokalnu sredinu itd."* U neprofitabilnom poduzeću, ostvarivanje budžetske ravnoteže zamjenjuje pojam optimizacije profita. Dakle, marketing je instrument u službi poduzeća ili ustanove, bez obzira na to da li je neprofitno ili profitno, komercijalnog ili kulturnog sektora, a na rukovoditeljima je da koriste ovo oruđe kako bi ostvarili misiju svoj poduzeća ili ustanove.<sup>36</sup> Tomislav Šola ističe kako je *"Marketing domišljanje sadržaja i načina djelovanja koji su instituciji kao pramac, oštrica kojom se probija do boljeg rezultata; dakle jasan, čist i čvrst dio institucionalnog identiteta."*<sup>37</sup>

#### **Tablica 3.** Razlika između neprofitnog i konvencionalnog marketinga<sup>38</sup>

---

<sup>34</sup> Meler, M. Marketing u kulturi. Osijek : Ekonomski fakultet, 2006. Str. 9. Vidjeti i Kotler, P. Principles of marketing. New Jersey : Prentice-Hall, Englewood Cliffs, 1980. Str. 4-10.

<sup>35</sup> Pavičić, J., Alfirević, N., Aleksić, Lj. Marketing i menadžment u kulturi i umjetnosti. Zagreb : Masmedia, 2006. Str. 18.

<sup>36</sup> Colbert, F. Marketing u kulturi i umjetnosti. Beograd : Clio, 2010. Str. 12.

<sup>37</sup> Šola, T. Marketing u muzejima ili o vrlini i kako je obznani. Zagreb : Hrvatsko muzejsko društvo, 2001. Str. 229.

<sup>38</sup> Meler, M. Marketing u kulturi. Osijek : Ekonomski fakultet, 2006., str. 61.

<b>NEPROFITNI MARKETING</b>	<b>KONVENCIONALNI MARKETING</b>
Nastojanje za promjenama stavova i ponašanja na ciljnom tržištu.	Zadovoljavanje identificiranih potreba ciljnog tržišta.
Ostvarenje interesa ciljnog tržišta ili društva bez ostvarenja osobne ili neke druge vrste dobiti.	Ostvarenje dobiti ostvarenjem interesa ciljnog tržišta društva.
Predmet realizacije marketinških napora su ideje.	Predmet realizacije marketinških napora su proizvodi i usluge.

Prema Marcelu Meleru, temeljni je cilj i konvencionalnog i neprofitnog marketinga jest zadovoljenje pojedinačnih (ili zajedničkih) potreba. Međutim izvedeni cilj iz toga temeljnoga cilja je u slučaju konvencionalnog marketinga ostvarenje dobiti, dok bi to u slučaju neprofitnog marketinga trebalo ponajprije biti ostvarenje općedruštvene koristi (ili odgovarajućeg doprinosa njezinom ostvarenju), a tek potom, i to tek za one osobito tržišno i poslovno vezane subjekte neprofitnog marketinga, ostvarenje dobiti.<sup>39</sup>

### 3.2. Marketinško planiranje

Marketinško planiranje sastoji se od definiranja misije, vizije i ciljeva neke organizacije te izrade SWOT i PEST analize kako bi se definirali polazni podaci, prepreke i osobine organizacije te kako bi se iz toga mogao složiti plan rada, dugoročni ili kratkoročni. Marcel Meler u planiranju marketinga razlikuje 3 vremenska obzora:

- *Dugoročni*, koji se odnosi na razdoblje duže od 5 godina
- *Srednjoročni*, koji se odnosi na razdoblje od 2 do 5 godina
- *Kratkoročni*, koji se odnosi na razdoblje do godine dana s tim da u sebi mogu uključivati godišnje planove (1 godina) te operativne planove (dnevni, tjedni, dekadni, mjesečni i kvartalni planovi).<sup>40</sup>

Prema Meleru riječ misija "(*lat. mittere, misio poslati, slati, slanje, poslanje*), *nalog, zadatak*"<sup>41</sup> se najjednostavnije može označiti "*zadaćom ili svrhom poslovanja neke ustanove*."<sup>42</sup> Tomislav Šola kaže kako je misiju ili izjavu o poslanju moguće je sročiti prema ovoj strukturi:

<sup>39</sup> Meler, M. Marketing u kulturi. Osijek : Ekonomski fakultet, 2006., str. 61.

<sup>40</sup> Meler, M. Navedeno djelo. Str. 118.

<sup>41</sup> Online rječnik stranih riječi : misija. Dostupno na: <http://onlinerjecnik.com/rjecnik/strane-rijeci> (27.04.2014.)

<sup>42</sup> Meler, M. Navedeno djelo. Str. 121.

1. *Načela* – općedruštvena razina (izjava o razlozima postojanja institucije, razložno očitovanje principa na kojima postoji, korjeniti razlozi koji omogućavaju razumijevanje djelovanja institucije; društveni ideali, utopijska projekcija, svjetonazor).
2. *Namjere* – razina vlastite zajednice (smisao rada i stručnog napora zaposlenih, svrha rada i namjeravani dosezi, postignuća; služba zajednici, mjesto i uloga institucija, uloga u razvojnoj strategiji i održivom razvoju).
3. *Ciljevi* – razina konkretnih potreba (neposredni namjeravani učinci, stvarne namjere i planovi, stalne akcije)<sup>43</sup>

Riječ vizija dolazi od lat. *visio, videre, viđenje, gledanje*<sup>44</sup>, a portal *Virtualni suradnik* definira ju kao "*inspirativnu izjavu koja definira smjer u kojem se organizacija želi razvijati. Ono čemu težimo, o čemu sanjamo. Vizija mora biti jednostavna, razumljiva svima, uzbudljiva, biti realna ali istovremeno predstavljati izazov.*"<sup>45</sup>

U knjizi *Marketing i menadžment u kulturi i umjetnosti*, autora Pavičić, Alfirević i Aleksić, navodi se kako je PEST analiza, analiza političkih, ekonomskih, društvenih i tehnoloških čimbenika iz okruženja. "*Ona predstavlja okvir za oblikovanje i kategoriziranje kako bi se menadžmentu pružio lakši uvid u problematiku.*"<sup>46</sup>

**Tablica 4.** Pregled nekih mogućih elemenata u sklopu pojedinih PEST čimbenika<sup>47</sup>

<b>Politički (P)</b>	<b>Ekonomski (E)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zakonodavstvo/zakoni važni za djelatnost organizacije</li> <li>• Porezni propisi važni za financiranje</li> <li>• Političke promjene na lokalnoj i državnoj razini</li> <li>• Sindikati</li> <li>• Politička nestabilnost u susjednim zemljama</li> <li>• Mogućnost pristupa specijaliziranim izvorima financiranja (EU fondovi npr.)</li> <li>• ...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stopa nezaposlenosti</li> <li>• Raspoloživost kredita i uvjeti po kojima se odobravaju</li> <li>• Proračunski deficiti (suficiti)</li> <li>• Razina gospodarske aktivnosti</li> <li>• Inflacija</li> <li>• Razvoj pojedinih gospodarskih grana</li> <li>• Mogućnost povrata ulaganja u pojedine djelatnosti</li> <li>• ...</li> </ul>

<sup>43</sup> Šola, T. Navedeno djelo. Str. 74.

<sup>44</sup> Rječnik stranih riječi : vizija. Dostupno na: <http://onlinerjecnik.com/rjecnik/strane-rijeci> (27.04.2014.)

<sup>45</sup> Virtualni suradnik : riječ vizija. Prema: <http://www.virtualni-suradnik.hr/vizija-i-misija-sto-je-to/> (27.04.2014.)

<sup>46</sup> Pavičić, J., Alfirević, N., Aleksić, Lj. *Marketing i menadžment u kulturi i umjetnosti*. Zagreb : Masmedia, 2006. Str. 24.

<sup>47</sup> Pavičić, J., Alfirević, N., Aleksić, Lj. Navedeno djelo. Str. 25.

<b>Društveni (S)</b>	<b>Tehnološki (T)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promjene u strukturi stanovništva (dobnoj, spolnoj...)</li> <li>• Obrazovanost stanovništva</li> <li>• Navike pri kupnji proizvoda/korištenju usluga</li> <li>• Religijska kultura</li> <li>• Tradicionalne društvene vrijednosti</li> <li>• Društvena raslojenost</li> <li>• Načini provođenja slobodnog vremena</li> <li>• Razina ekološke svijesti u društvu</li> <li>• Konzumerizam</li> <li>• ...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dostupnost suvremene komunikacijske infrastrukture i tehnologije</li> <li>• Razvoj tehnologije bitne za djelovanje organizacije</li> <li>• Snižavanje troškova poslovanja korištenjem novih tehnologija</li> <li>• Korištenje novih izvora energije</li> <li>• Zajednička istraživanja/ulaganja u tehnološki razvoj</li> <li>• Poboljšana dostupnost i korisnost usluga korisnicima kao rezultat tehnološkog napretka</li> <li>• ...</li> </ul>

Prema Pavičić, Alfirević i Aleksić, "SWOT analiza obuhvaća proces analiziranja institucije i njezinog okruženja na način da se utvrđuju snage i slabosti koje institucija ima i može na njih utjecati te vanjske prilike i prijetnje s kojima se suočava u svom radu i mora ih uvažavati."<sup>48</sup>

Često se može dogoditi da ono što se smatra snagom u jednome, može se prikazati kao slabost u drugome. Tomislav Šola ističe kako su "vrlo važne konzultacije sa svim zaposlenicima i dionicima kako bi se osiguralo točnost podataka analize."<sup>49</sup> Na temelju izvršene SWOT analize moguće je na razini ustanove kulture ustanoviti njezine zadaće, izabrati najpovoljniju strategiju, kao i program njezine operacionalizacije, odnosno njezine implementacije, a u konačnici i njezine kontrole.<sup>50</sup>

**Tablica 5.** SWOT matrica hipotetske institucije<sup>51</sup>

<b>S (snage)</b>	<b>W (slabosti)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kvalitetno vodstvo institucije i njegove liderske kvalitete</li> <li>• Iskusni i obrazovani djelatnici</li> <li>• Dobra lokacija institucije</li> <li>• Osigurani dugoročni izvori financiranja</li> <li>• Prepoznatljivost za korisnike</li> <li>• ...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Loša organizacijska struktura</li> <li>• Preveliki broj djelatnika za opseg poslova kojima se institucija bavi</li> <li>• Derutni i zapušteni prostori</li> <li>• Nezadovoljstvo i nemotiviranost djelatnika za rad</li> <li>• Neodgovarajuća primjena marketinških aktivnosti</li> <li>• ...</li> </ul>
<b>O (prilike)</b>	<b>T (prijetnje)</b>

<sup>48</sup> Pavičić, J., Alfirević, N., Aleksić, Lj. Marketing i menadžment u kulturi i umjetnosti. Zagreb : Masmedia, 2006. Str. 34.

<sup>49</sup> Šola, T. Marketing u muzejima ili o vrlini i kako je obznani. Str. 275.

<sup>50</sup> Meler, M. Marketing u kulturi. Osijek : Ekonomski fakultet, 2006. Str. 125.

<sup>51</sup> Pavičić, J., Alfirević, N., Aleksić, Lj. Navedeno djelo. Str. 35.

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promjena zakonskih propisa vezanih uz financiranje institucija kulture i umjetnosti</li> <li>• Poboľšavanje ukupne ekonomske situacije u okruženju</li> <li>• Povećanje interesa javnosti i medija za specifičnu kulturnu baštinu</li> <li>• Mogućnost pristupa fondovima EU-a i novim izvorima financiranja</li> <li>• Ponuda srodnih institucija za sudjelovanje u partnerskim programima</li> <li>• ...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nenaklonjenost lokalnih, županijskih ili državnih institucija i pojedinaca u njima</li> <li>• Negativan imidž donatora/sponzora s kojima institucija surađuje</li> <li>• Nepovoljne demografske promjene u okruženju</li> <li>• Pojava konkurentskih institucija</li> <li>• Promjene zakonskih propisa koje ugrožavaju dugoročni razvoj i opstanak institucije</li> <li>• Pogoršanje životnog standarda ciljnih skupina/korisnika institucije</li> <li>• ...</li> </ul>
--	--

### 3.3. Marketing miks

Marcel Meler kaže kako se *"marketinški program ili program nastupa na tržište, u marketingu uobičajeno naziva marketing miks i on zapravo predstavlja sredstvo kojim određena ustanova nastoji ostvariti svoje marketinške ciljeve."*<sup>52</sup> Prema Colbertu, Marketing miks sastoji se od četiri elementa: proizvod, cijena, distribucija i promocija, a uspjeh plasiranja na tržište ovisi o mudrom doziranju ta četiri elementa. Proizvod, na primjer, može imati dobru distribucijsku mrežu ili dobru promociju, ali ako ga potrošač ne želi, čak ni po povoljnoj cijeni, neće imati očekivan uspjeh. Ista je situacija s dobrim proizvodom čija cijena nije povoljna ili ima neodgovarajući ili nepovoljan sustav distribucije, što je posljedica pogreške u promotivnoj strategiji. *"Ovo su osnovni elementi plasiranja na tržište, i svako poduzeće (ustanova) teži ostvariti efekt sinergije kombiniranom snagom navedena četiri elementa. O sinergiji se govori kada je ukupan efekt nekoliko elemenata uzetih zajedno veći od efekata tih elemenata pojedinačno. Elementi marketing miksa nazivaju se "kontroliranim promjenjivim", nasuprot konkurenciji koja pripada u "djelimično kontrolirane promjenjive" i makrookruženju na koje organizacije ne utječu ni na koji način."*<sup>53</sup> Meler ističe kako se u anglosaksonskoj literaturi marketing miks se još naziva i koncept četiri P, što dolazi od početnih engleskih riječi elemenata marketing miksa (*product, price, place, promotion*).<sup>54</sup>

Robert Lauterborn sugerirao je da 4P odgovara kupčevim 4C (customer):

- Proizvod (product) = želje i potrebe kupca

<sup>52</sup> Meler, M. Marketing u kulturi. Osijek : Ekonomski fakultet, 2006. Str. 40.

<sup>53</sup> Colbert, F. Marketing u kulturi i umjetnosti. Beograd : Clio, 2010. Str. 27-28.

<sup>54</sup> Meler, M. Marketing u kulturi. Osijek : Ekonomski fakultet, 2006. Str. 41.

- Cijena (price) = troškovi za kupca
- Distribucija (place) = prikladnost
- Promocija (promotion) = komunikacija<sup>55</sup>

**Tablica 6.** Elementi marketing miksa i njihovo objašnjenje<sup>56</sup>

Element marketing miksa	Objašnjenje
Proizvod	Centralni element na kojemu se zasniva svaka organizacija. Naziv proizvod koristi se u širokom smislu i označava opipljiv proizvod i uslugu, ideju ili pobudu. Ovaj pojam se također odnosi na svaki rezultat procesa kreiranja koji se plasira na tržište (predstavu, program, izložbu, knjigu ili neki drugi sadržaj).
Cijena	Svaki proizvod ima cijenu. Ona obično odgovara novčanoj vrijednosti koju dodjeljujemo proizvodu, ali također podrazumijeva i trud koji potrošač mora uložiti prilikom kupnje, vrijeme koje mu je potrebno za potrošnju proizvoda i rizik da mu izabrani proizvod ne odgovara. Moramo, dakle, uvijek imati na umu da moramo platiti svaki proizvod, čak i onaj koji je besplatan. Najtočnija cijena je ona koju je potrošač ili korisnik spreman platiti i u skladu s tim organizacija mora izgraditi svoje strategije.
Distribucija	Element distribucija sastoji se od nekoliko komponenti od kojih su osnovne distribucijska mreža, fizička distribucija i komercijalna lokacija. Svakom distribucijskom mrežom mora se upravljati što podrazumijeva da je potrebno usklađivanje odnosa između različitih posrednika mreže. Fizička distribucija odnosi se na logistiku distribucije proizvoda, organiziranje turneje neke predstave ili put knjige od izdavača do čitatelja. Komercijalna lokacija je važan faktor uspjeha organizacije koja svoje proizvode prodaje direktno korisnicima.
Promocija	Promocija dolazi na posljednje mjesto određivanja marketing miksa, jer je prije osmišljavanja promotivne kampanje neophodno znati koji proizvod se nudi, po kojoj cijeni i gdje bi se mogao ponuditi potrošačima. Mnogi miješaju pojmove oglašavanja, promocije i marketinga. Jedan pojam uključuje druge, s obzirom na to da se element "promocija" sastoji od četiri komponente: oglašavanja, osobne prodaje, promocije prodaje i odnosa s javnošću. Temeljni učinci promocije na poslovanje ustanove su: povećanje realizacije proizvoda, stvaranje i povećanje image-a ustanove, pomoć pri lansiranju i realizaciji novih proizvoda kulture itd.

<sup>55</sup> Kotler, P. Upravljanje marketingom : analiza, planiranje, primjena i kontrola. Zagreb : Mate, 2001. Str. 94.

<sup>56</sup> Tekst za izradu tablice preuzet iz: Colbert, F. Marketing u kulturi i umjetnosti. Beograd : Clio, 2010. Str. 28-30.; Meler, M. Marketing u kulturi. Osijek : Ekonomski fakultet, 2006. Str. 222.



### 3.4. Segmentacija, "targetiranje" i pozicioniranje

Prema Pavičić, Alfirević i Aleksić, bez obzira radilo se o profitnom ili neprofitnom sektoru, pojedinci i organizacije obraćaju se "kupcima, korisnicima, poslovnim partnerima, sponzorima, odnosno svima onima koje smatraju potencijalnim partnerima u bilo kojem smislu. Pritom partnere treba pažljivo birati. Oni koji se obraćaju "svima" ili "pogrešnima", zapravo se ne obraćaju nikome. Temeljem dosadašnjih iskustava ili novih spoznaja potrebno je što preciznije utvrditi koji pojedinci i/ili skupine jesu ili mogu biti korisnici, sponzori, dobavljači, volonteri itd. neke konkretne organizacije, pojedinog programa, koncerta ili izložbe. Spomenuto se postiže postupkom segmentacije, odnosno, utvrđivanjem kriterija pomoću kojih se mogu grupirati / izdvojiti oni koji imaju iste / slične potrebe i želje. Rezultat procesa segmentacije su homogene skupine – segmenti."<sup>57</sup>

Prema Pavičić, Alfirević i Aleksić osnovni postupci segmentiranja su:

- *Zemljopisno*: prema zemljopisnoj lokaciji
- *Demografsko*: dobno, spolno, prema prihodima/financijskoj snazi
- *Psihografsko*: prema socijalnoj pripadnosti, prema životnom stilu, prema osobnosti
- *Segmentiranje prema ponašanju*: prema prilici, prema traženju koristi, prema učestalosti ostvarivanja kontakata.<sup>58</sup>

Prema navedenim autorima, nakon provedene segmentacije, slijedi tzv. "targetiranje", odnosno procjena atraktivnosti svakog pojedinog segmenta i odabir onih koji se smatraju interesantnima. Nakon "targetiranja" postupkom pozicioniranja potrebno je stvoriti povoljnu poziciju/percepciju vlastite organizacije, ponude, usluga u svijesti onih kojima se obraćamo. To se postiže dobro osmišljenim i provedenim marketinškim aktivnostima i definiranjem marketinškog miksa.<sup>59</sup>

### 3.5. Financiranje

Prema Marcelu Meleru, niti jedna neprofitna organizacija ne može funkcionirati ako, osim svoje misije nema financijske preduvjete za svoje funkcioniranje. Ili kako to prvo pravilo

---

<sup>57</sup> Pavičić, J., Alfirević, N., Aleksić, Lj. Navedeno djelo. Str. 150.

<sup>58</sup> Isto. Str. 152.

<sup>59</sup> Isto. Str. 153.

neprofitnih organizacija kazuje:<sup>60</sup> *"Mission, mission, and more mission!"* ("Misije, misije, što više misije!"). Međutim, drugo je pravilo: *"No money, no mission!"* (Nema li novaca, nema niti misije!), ili *"More money – more mission!"* ("Više novca – više misije!"). To ujedno znači kako neprofitna organizacija itekako mora voditi računa o uspješnosti svojega cjelokupnog poslovanja, a osobito financijskog, a drugo je, međutim, pitanje na koji način ona smije raspoređivati svoju dobit.<sup>61</sup>

Također, prema Meleru, neprofitne organizacije uobičajeno imaju dvije glavne financijske zadaće: *"privlačenje resursa i alokaciju resursa. Prva se zadaća očituje privlačenjem raznih fondova, volontera, članova i drugih mogućih izvora da se uključe u aktivnosti neprofitne organizacije. Sredstva se mogu prikupljati putem ubiranja pristojbi, donacija ili iz fondova vladinih tijela. Ova sredstva ne moraju biti isključivo financijska već mogu biti i materijalna. Druga se zadaća očituje u uporabi i korištenju prikupljenih sredstava na učinkovit način, a u cilju ostvarenja misije neprofitne organizacije, najvećim dijelom za realizaciju njezinih programa"*.<sup>62</sup> Neprofitne se organizacije danas, kao izvoru svoje egzistencije, okreću prema tržištu. Umjesto međunarodnih i državnih izvora kao novi izvori financiranja pojavljuju se raznoliki načini "samofinanciranja" koji se, uglavnom, temelje na tržišnim načelima. Drugim riječima, cilj neprofitnih organizacija postaje, uz ostvarenje određenih društvenih ciljeva i zadovoljavanje potreba svojih korisnika, i ostvarenje određene dobiti (profita) kako bi mogli uspješno ostvarivati svoju misiju. Prema Marcelu Meleru, najčešći načini samofinanciranja neprofitnih organizacija jesu:

- Pristojbe, ulaznine, kotizacije, naknade i sl. za usluge
- Prodaja različitih proizvoda
- Iznajmljivanje prostora/opreme
- Članarine
- Prihodi od oročenih/pozajmljenih slobodnih financijskih sredstava.<sup>63</sup>

Prema Pavičić, Alfirević i Aleksić karakteristike uspješnih aktivnosti prikupljanja sredstava su:

- Jasno i pravodobno definiranje ciljeva koji se žele ostvariti

---

<sup>60</sup> Meler, M. Navedeno djelo. Str. 75. Prema Brinckerhoff, P. C. *Social Entrepreneurship : The art of Mission-Based Venture Development*. New York : John Wiley & Sons, Inc., 2000. Str. 15.

<sup>61</sup> Meler, M. *Marketing u kulturi*. Osijek : Ekonomski fakultet, 2006. Str. 75.

<sup>62</sup> Meler, M. Navedeno djelo. Str. 75-76.

<sup>63</sup> Isto. Str. 76.

- Dobar odabir partnera
- Jasna poruka partnerima što se od njih očekuje
- Jasno definirane procedure i načini uključivanja partnera
- Prepoznavanje interesa 'druge strane' – partnera za suradnju.<sup>64</sup>

### 3.6. Odnosi s javnošću i publikacije

Prema Pavečić, Alfrević i Aleksić, odnosi s javnošću (ili PR što je kratica engleskih riječi *public relations*) su "formalni način na koji organizacije komuniciraju s njihovim javnostima, upravljanje komunikacijom između organizacije i njezinih javnosti. Termin 'odnosi s javnošću' bilo bi bolje zamijeniti terminom 'odnosi s javnostima' budući da bi na taj način bilo jasnije da svaki pojedinac i organizacija ne komunicira samo s jednom 'općom javnosti', već s mnogo međusobno različitih subjekata. Tako u spomenute javnosti možemo ubrojiti: masovne medije, političke stranke, porezne obveznike, glasače na izborima, vjerske zajednice itd."<sup>65</sup> Prema Kotleru, javnost je "bilo koja grupa koja ima stvarni ili potencijalni interes za ili može utjecati na sposobnost tvrtke da postigne svoj cilj. Odnosi s javnošću podrazumijevaju različite programe izrađene kako bi promovirali i/ili zaštitili imidž tvrtke ili njezinih pojedinačnih proizvoda".<sup>66</sup> Kotler ističe kako je imidž "skup vjerovanja, ideja i dojmova koje osoba ima, a vezani su za određeni predmet. Stavovi ljudi i aktivnosti prema određenom predmetu uvelike su uvjetovani imidžom tog predmeta".<sup>67</sup> Također, prema Kotleru glavni instrumenti marketinga odnosa s javnošću su: "publikacije, događaji, vijesti, govori, aktivnosti javnih službi, mediji identiteta."<sup>68</sup>

Tomislav Šola u svojoj knjizi *Marketing u muzejima ili ovrline i kako je obznaniti* kaže kako program odnosa s javnošću najčešće uključuje:

- publikacije (izjava za medije, godišnji izvještaj, brošure, posteri, članci, itd.)
- odnosi sa zajednicom (kontakti s pojedinim grupama, savjetodavnim tijelima)
- odnosi s medijima (intervjui, konferencija za tisak, tematske radio/TV emisije)
- događaji (seminari, govori, razgovori, predavanja, susreti)

<sup>64</sup> Pavičić, J. Alfrević, N. Aleksić, Lj. Navedeno djelo. Str. 259.

<sup>65</sup> Pavičić, J., Alfrević, N., Aleksić, Lj. Navedeno djelo. Str. 231.

<sup>66</sup> Kotler, P. Upravljanje marketingom : analiza, planiranje, primjena i kontrola. Zagreb : Mate, 2001. Str. 671.

<sup>67</sup> Kotler, P. Navedeno djelo. Str. 607.

<sup>68</sup> Isto. Str. 674.

- simpoziji i konferencije
- pojavljivanje VIP-a (važne osobe iz političkog, gospodarskog, društvenog ili medijskog života)
- pozovnice, čestitke, obavijesti
- organiziranje posebnih događaja, itd.<sup>69</sup>

Pavičić, Alfirević i Aleksić naglašavaju kako je recept za odgovornu komunikaciju s javnostima: *"recite istinu ako možete, ili barem toliko od nje koliko možete, a nemojte iznositi pogrešne ili iskrivljene činjenice."*<sup>70</sup>

---

<sup>69</sup> Šola, T. Marketing u muzejima ili o vrlini i kako je obznaniti. Zagreb : Hrvatsko muzejsko društvo, 2001. Str. 249-250.

<sup>70</sup> Pavičić, J., Alfirević, N., Aleksić, Lj. Navedeno djelo. Str. 236.

#### 4. PRIRODNA I KULTURNA BAŠTINA PARKA PRIRODE PAPUK

Kada se govori o Slavoniji, najčešće se pomišlja na nepregledne ravnice i oranice zasijane žitaricama. To je uglavnom točno, ali u jednom dijelu Slavonije putnik se može zapitati nalazi li se u nizinskom panonskom kraju ili u nekom dijelu planinske Hrvatske. Taj dio Slavonije poznat je kao Požeština ili požeški kraj. Tu se nalaze najviše slavonske gore koje sa svih strana okružuju nisku i plodnu Požešku kotlinu.<sup>71</sup> Slavonsko gorje s masivima Psunja, Papuka, Krndije, Požeške i Dilj gore nalazi se u južnim dijelovima Panonskog bazena.<sup>72</sup> Najviši vrh je na Psunju pod nazivom Brezovo polje visine 984m.<sup>73</sup>

*"Ti koji u kamenjaru Vrgorca smišljaš kako da uhvatiš lisicu u stupicu, ili ti u Drnišu koji po kršu kradeš jaja divljem golubu, znam, kada čuješ: Papuk, onda misliš: neko brdašce prošarano potočićem, onako nešto meko kao papuča Kozarčeve Tene: zeleni baršun protkan srebrnom žicom! Sve je drugačije: hrvatski sjever nije sav neka nježna, premeka bara, nagnjio daždevnjak, truli puž. Ovo je kraj najtvrđeg našeg kamena...Ovo su arhajske formacije iz pradoba zemlje: gromade pragorja." (Matko Peić, "Skitnje", 1967.)*

Ovaj zapis o Papuku znanoga Matka Peića, akademika, putopisca, povjesničara umjetnosti i slikara, rječito govori da je Papuk u Slavoniji jedinstvena prirodna ljepota – sklad granita i arhajskoga gnajsa, tinjčevih škriljavaca, kremenata i grafita nad kojim bdiju bujne šume, teku biserni potoci u kojima se dosađuje mrki rak ili se propinje jogunasta pastrva. I ne samo to. Papuk je i bogatstvo čovjekova življenja od najstarijih vremena. To je planina stožer zaštite hrvatskoga sjevera i Panonije, prava kolijevka hrvatske samostojnosti, povijesti, kulture i umjetnosti. Ovdje već nađoše svoje utočište augustinci, franjevci. Na njegovim stjenama u zaštićenim klancima podiže tijekom povijesti hrvatska, slavonska vlastela dvadesetak utvrda – od tajnovitog Kamengrada Ijutoga Voćina, crkvenog Kaptola do vitke Stupčanice i "sestrice" joj – Nelipićeve Dobre kuće. Osim utverdama, Papuk je "domaćin" brojnim starim crkvenim zdanjima, sagrađenima u stilu gotike i baroka – od svete Ane pokraj Daruvara do Velike blizu Požege. Iz dubina Papuka ističu hladne i tople mineralne vode Lipika i Daruvara, Đakovačke

<sup>71</sup> Pamić, J.; Radonić, G.; Pavić, G. Geološki vodič kroz Park prirode Papuk. Velika : Javna ustanova Park prirode Papuk, 2003. Str. 6.

<sup>72</sup> Samardić, I.; Radonić, G. Park prirode Papuk : zaštićeni prirodni biser Slavonije. // Zlatna dolina. 8, 1(2002), str. 161.

<sup>73</sup> Planinarenje : Slavonija. Dostupno na: <http://planinarenje.hr/kt/gorja/hrvatsko/slavonija/> (11.04.2014.)

Breznice na zapadu i sjeveru, te Duboke i Velike na jugu, dok su na sjeveru posebne od 1961. godine ljepote zaštićenog prirodnog rezervata Jankovca.<sup>74</sup>

"*Papugh*" je izvorno bilo ime potoka koji je utjecao u današnji potok Brzaju. Na kraju je po njemu nazvana cijela gora i najviši vrh.<sup>75</sup> U sklopu slavonskog gorja Papuk je najprostranija i najzanimljivija planina i zajedno s Krndijom oblikuje jedinstvenu reljefno-pejsažnu cjelinu približnog pružanja zapad-istok. Kao markantne točke glavnoga grebena ističu se vrhovi Točak (887 m), Papuk (953 m), Ivačka glava (913 m), Češljakovački vis (820 m) i Kapavac (792 m), koji ima funkciju vododijelnice sljevova rijeke Drave (sjever) i Save (jug). Masiv papučko-krndijskog gorja u Parku prirode Papuk hidrološki je vrlo bogat: preko stotinu potoka (Brzaja, Stražemanka, Veličanka, Dubočanka, Vetovka, Kutjevačka rijeka, Voćinska rijeka, Vojlovica, Kovačica, Pištanska i Radlovačka rijeka i dr.) spuštaju se padinama planine i čine važan prirodni segment mnogih ekosustava.<sup>76</sup> Papuk izgrađuju stijene u starosnom rasponu od 350 milijuna godina.<sup>77</sup>

Prije samog proglašenja Parka prirode Papuk, na istom prostoru postojali su već ranije zaštićeni dijelovi prirode:<sup>78</sup>

- Zemaljski zavod za zaštitu prirodnih rijetkosti Narodne republike Hrvatske donio je Odluku o proglašenju zaštićenom prirodnom rijetkošću majdana „Rupnica“ kod Voćina (14.10.1948. godine), danas se on smatra prvim geološkim spomenikom prirode u Hrvatskoj.
- Državni sekretarijat za poslove narodne privrede NRH uz suglasnost Izvršnog vijeća NRH od 24.8.1955. proglasio je zaštićenom Park šumu Jankovac
- Skupština općine Podravska Slatina 3.11.1966. donijelo je rješenje o proglašenju specijalnog rezervata šumske vegetacije Sekulinačke planine.

---

<sup>74</sup> Đurić, T. Papuk : stara slavonska gromada. // Hrvatski zemljopis : časopis za zemljopis, povijest i prirodu. 59(2001), str. 23.

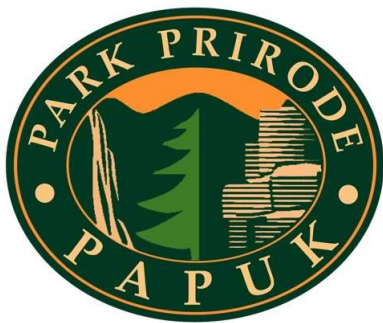
<sup>75</sup> Gregurić Cvenić, E. Papuk : geološki dragulj Slavonije. // Meridijani : časopis za zemljopis, povijest, ekologiju i putovanja. 149(2010), str. 33.

<sup>76</sup> Gregurić Cvenić, E. Navedeno djelo. Str. 26.

<sup>77</sup> Samardić, I.; Radonić, G. Park prirode Papuk : zaštićeni prirodni biser Slavonije. // Zlatna dolina. 8, 1(2002), str. 161.

<sup>78</sup> Javna ustanova Park prirode Papuk. Plan upravljanja Parka prirode Papuk. Velika : Javna ustanova Park prirode Papuk, 2011. Str. 3.

**Slika 2.** Logo Parka prirode Papuk<sup>79</sup>



Park prirode Papuk jedan je od najmlađih parkova prirode u Hrvatskoj, a zbog svojih prirodnih i kulturno-povijesnih osobitosti proglašen je zaštićenim područjem 23. travnja 1999. godine. S površinom od 33 600 ha treći je po veličini park prirode u Hrvatskoj, a obuhvaća gotovo cijelo papučko i dijelom krndijsko područje Požeško-slavonske i Virovitičko-podravske županije (približnim omjerom površina 50% prema 50%).<sup>80</sup>

**Tablica 7.** Osnovni podaci Parka prirode Papuk<sup>81</sup>

Površina Parka prirode	336 km <sup>2</sup>
Najviši vrh	Papuk, 954 m n.v.
Pokrivenost šumom	98%
Biljne vrste	1225
Životinjske vrste	170
Utvrđeni srednjovjekovni gradovi	9
geolokaliteti	69
Planinarske staze	200 km
Godina proglašenja parkom prirode	1999.
Godina proglašenja geoparkom	2007.
Godišnji broj posjetitelja	130.000

Unutar Parka nalaze se područja više zaštite, a to su:

1. specijalni rezervat Šumske vegetacije Sekulinačke planine (prašuma bukve i jele, oaza netaknute prirode)
2. park-šuma Jankovac (gorska dolina okružena stoljetnom šumom bukve s krškim fenomenom Jankovačkog slapa)

<sup>79</sup> Logo Parka prirode Papuk : Turistička zajednica općine Velika. Dostupno na: [http://www.tz-velika.com/park\\_prirode\\_papuk.html](http://www.tz-velika.com/park_prirode_papuk.html) (25.05.2014.)

<sup>80</sup> Javna ustanova Park prirode Papuk. Plan upravljanja Parka prirode Papuk. Velika : Javna ustanova Park prirode Papuk, 2011. Str. 5.

<sup>81</sup> Gregurić Cveniće, E. Navedeno djelo. Str. 26.

3. geološki spomenik prirode Rupnica (stupasto lučenje albitnog riolita, jedinstvena pojava vulkanskih stijena u Hrvatskoj).<sup>82</sup>
4. Spomenik prirode Stanište tise
5. Spomenik prirode Stari hrastovi
6. Pliš-Mališćak-Turjak-Lapjak<sup>83</sup>

**Tablica 8.** Područja posebne zaštite Parka prirode Papuk i njihov opis<sup>84</sup>

Područje posebne zaštite prirode	opis
Sekulinačke planine	Posebni rezervat šumske vegetacije nalazi se u teško pristupačnom dijelu Papuka na nadmorskoj visini 740 do 820 metara. Oko 150 godina stara šuma bukve i jele zaštićena je 1966. godine kao posebni rezervat šumske vegetacije na površini od 8 hektara. Šumskih je oaza prašumskoga tipa na Papuku ostalo vrlo malo pa je to područje, zbog starosti šume, iznimno važno za biološku raznolikost. <i>Catinella olivacea</i> je veoma rijetka europska vrsta gljive, a Sekulinačka planina je jedina šuma u Hrvatskoj gdje je ta vrsta pronađena.
park-šuma Jankovac	Jedna od najljepših gorskih dolina koja se nalazi na sjevernim obroncima Papuka na visini od 475 m. Bogata je hladnim izvorima i bistrim potocima, a okružena stoljetnom bukovom šumom. Zbog izuzetnih prirodnih ljepota Jankovac je 1955. godine proglašen zaštićenom Park - šumom. Jankovac se prvi put spominje još 1801. godine kada je ovdje postojala staklana. O prvim stanovnicima Jankovca, njemačkim staklarima, svjedoče ostaci nadgrobnih spomenika. Staklana je radila od 1801. do 1820. Stare bukve bile su idealna sirovina za potašu (pepeljiku) koja je uz kvarc i vapno potrebna za proizvodnju stakla. <sup>85</sup> Jankovac je dobio ime po grofu Jankoviću koji je sredinom 19. stoljeća sagradio lovačku kuću, iskopao dva jezera i uredio šetnicu do slapa Skakavac. U čast grofa Jankovića na Jankovcu je izgrađena „Grofova poučna staza“. Iznad izvora Jankovca nalaze se dvije špilje: jedna je nekadašnje sklonište papučkog razbojnika Maksima Bojanića, "Maksimova špilja", a druga posljednje počivalište grofa Jankovića. <sup>86</sup> Za ovo područje vezana je i duga tradicija planinarenja Slavanskim planinama, prvi planinarski dom sagrađen je 1934. godine.
Rupnica	U blizini mjesta Voćin u sjeverozapadnom dijelu Parka smješten je jedinstveni geološki spomenik prirode Rupnica. 1948. godine

<sup>82</sup> Pamić, J.; Radonić, G.; Pavić, G. Geološki vodič kroz Park prirode Papuk. Velika : Javna ustanova Park prirode Papuk, 2003. Str. 8-9.

<sup>83</sup> Papuk geopark : brošura. Dostupno na: <http://www.papukgeopark.com/publikacije/papukBrosuraHR.pdf> (12.04.2014.)

<sup>84</sup> Papuk geopark : posebno zaštićena područja. Dostupno na:

[http://www.papukgeopark.com/index.php?option=com\\_content&view=category&layout=blog&id=40&Itemid=59&lang=hr](http://www.papukgeopark.com/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=40&Itemid=59&lang=hr) (12.04.2014.)

<sup>85</sup> Gregurić Cveniće, E. Papuk : geološki dragulj Slavonije. // Meridijani : časopis za zemljopis, povijest, ekologiju i putovanja. 149(2010), str. 28-29.

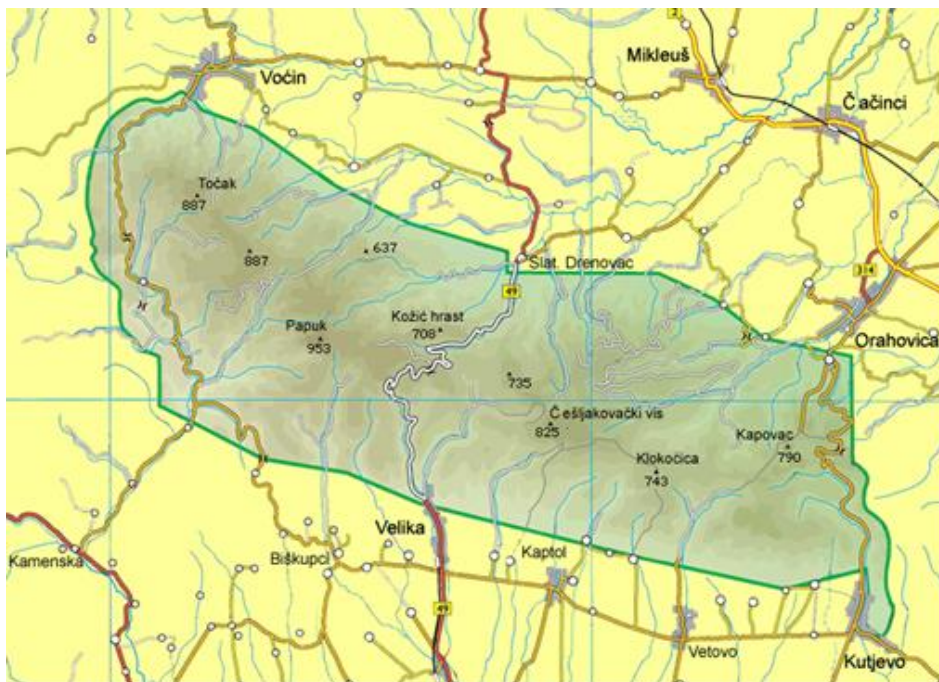
<sup>86</sup> Gregurić Cveniće, E. Navedeno djelo. Str. 27.



	<p>proglašena je prvim geološkim spomenikom prirode u Hrvatskoj. Njegov geološki značaj je u jedinstvenoj morfološkoj pojavnosti vulkanskih stijena, u obliku četverokutnog i šesterokutnog stupastog lučenja alborskog riolita. Stupovi su nastali kao posljedica stvaranja pukotinskih sustava pri hlađenju magme na prolazu prema površini Zemlje. Na samom lokalitetu izrađena je kraća poučna staza uz koju su postavljene poučne table. Uz stazu posjetitelji mogu saznati više o zanimljivostima Rupnice te o vulkanizmu i vulkanima općenito.</p>
Stanište tise	<p>Posljednje poznato stanište tise na Papuku nalazi se u šumskom predjelu Debeljak u blizini Zvečeva. Tise zauzimaju kompaktnu površinu od oko 150 četvornih metara. Uglavnom rastu kao grmovi, a tek se dva stabla izdvajaju kao više drveće. Najstarije stablo staro je oko 100 godina. Nekada je Papuk bio bogat tisovom šumom što nam potvrđuju brojni toponimi (Tisovac, Tisica, Tisov potok), danas na tim lokalitetima nema niti jednog stabla tise. S obzirom na izuzetnu kakvoću stabla tise prekomjerna sječa u 19. i početkom 20. stoljeća glavni je razlog njezina nestanka iz papučkih šuma. Upravo iz tih razloga ovo posljednje stanište tise zaštićeno je kao spomenik prirode 2005. godine. na površini od 0,72 hektara.</p>
Stari hrastovi	<p>Dva stoljetna hrasta kitnjaka predstavljaju jedne od najstarijih živućih organizama u Slavoniji a možda i najveće živuće organizme ovog dijela Hrvatske. Smješteni su na nadmorskoj visini od 580 metara ispod glavnog papučkog grebena. Pristup je moguć brdskom stazom koja je ostatak konjičkog puta – „Reitweg“ s početka 20. st. Visina stabala je oko 33 m, a stara su oko 420 i 500 godina. Zanimljivo je da rastu u panonskoj šumi bukve i jele, u kojoj hrastovi kitnjaci nemaju ekološki najbolje uvjete. Pretpostavlja se da im je dosezanje ovakve starosti omogućio položaj na osunčanoj strani padine. Zaštićeni kao spomenik prirode 2005. godine.</p>
Pliš-Mališćak-Turjak-Lapjak	<p>Specijalni floristički rezervat koji je dobio ime po četiri susjedna brda na kojima se nalazi. Područje (190 ha) je prekriveno sa oko 100 godina starom šumom hrasta medunca i crnog jasena unutar koje se javljaju otvorena kamenjarska područja i mali vapnenački travnjaci. Na tim malim šumskim travnjacima raste najveći broj ugroženih i zaštićenih biljaka Parka prirode.</p>

### Slika 3. Geografski prikaz Parka prirode Papuk<sup>87</sup>

<sup>87</sup> Javna ustanova Park prirode Papuk. Plan upravljanja Parka prirode Papuk. Velika : Javna ustanova Park prirode Papuk, 2011. Str. 5.



"Ništa na svijetu ne pročisti moju dušu od tegobnih misli kao žubor razigrane vode koja se slijeva s kamena na kamen", zapisivao je grof Janković u svojim memoarima, opisujući ugođaj koji stvara Jankovački potok i slap. Naime, grof Janković je 1840. godine napustio raskošan život u Beču i privučen ljubavlju prema divljini, preselio se u šumovitu dolinu na Papuku. Tu je sagradio lovačku kuću, ujezero potok u dva protočna jezera za pastrve, uredio šetnice i staze za jahanje.<sup>88</sup> U njegovoj grobnici u špilji nalazi se sarkofag od crvenog mramora na kojoj je natpis: *"Josip pl. Janković od Pribirda i Vućina, cara Leopolda izred. ordena kavalir i kraljevski komornik. Rodio se 15. januara 1780. Preminuo 1861. Vječan mu spomen!"*<sup>89</sup> Prema Aleksandru Vrbaškom koji 1954. godine piše članak "Jankovac kao središte zimskog sporta Slavonije" na Jankovačkim padinama postoje tri odlično uređene skijaške staze koje su omogućavale daljinsko trčanje, skakanje i tehničku vožnju – slalom i spust. Jedna od najpoznatijih skijališnih lokacija na Papuku bio je Nevoljaš na 763 m.<sup>90</sup> U to vrijeme skijaške lokacije na Jankovcu bile su žive i pune skijaša, međutim danas je to sve zapušteno, a o postojanju slijaških staza danas svjedoče samo zapuštene uspinjače obrasle bukovom šumom.

Šumske zajednice obuhvaćaju 95% površine Parka prirode Papuk. Od autohtonih vrsta u Parku prirode prevladava bukva (47%), zatim hrast kitnjak (34%), jela (6%), grab (5%) i ostale vrste s 8% zastupljenosti. Unošenih stranih vrsta ima malo i to su kulture smreke, crnog

<sup>88</sup> Gregurić Cveniċ, E. Navedeno djelo. Str. 26.

<sup>89</sup> Firinger, K. Jankovac : planinarsko središte Slavonije. Osijek : Planinarsko društvo, 1954. Str. 3.

<sup>90</sup> Firinger, K. Navedeno djelo. Str. 15-17.

i običnog bora, duglazije, borovca, ariša i bagrema. Visinska vegetacijska zonacija počinje šumskom zajednicom hrasta kitnjaka i običnog graba, nešto više su gorske bukove šume, slijedi zona bukve i jele te gorskog javora i crnog jasena na najvišim vrhovima. Na južnim padinama dolaze šume hrasta medunca, a uz gorske potoke šume crne johe.<sup>91</sup>

#### 4.1. Park prirode Papuk kao geopark

Od proglašenja Parka prirode Papuk, njegovo vodstvo je prepoznalo veliku vrijednost njegova geološkog nasljeđa te se rodila ideja o pridruživanju Europskoj mreži geoparkova. Dokumentacija za prijavu je izrađena zajedničkim naporima Parka prirode Papuk, Hrvatskog geološkog instituta te Sveučilišta u Zagrebu. Park prirode Papuk podnio je prijavu za prijem u Europsku mrežu geoparkova u rujnu 2006. Delegacija koja je nakon toga posjetila Papuk dala je vrlo povoljno izvješće. Kao posljedica toga, u rujnu 2007. godine na sedmoj sjednici Europske Mreže Geoparkova kojoj je domaćin bio škotski park North West Highlands Papuk je postao prvi hrvatski geopark i 30. član europske mreže te član UNESCO-ve svjetske mreže geoparkova. Novi status geoparka podići će svijest o važnosti geološke zaštite i pridonijeti promociji lokalnih i regionalnih proizvoda, obrta, događaja, festivala, lokalne tradicije te ugostiteljstva. Geopark je prilika da se posjetiteljima pokažu mjesta koja pričaju priču o planetu Zemlji staru 600 milijuna godina.<sup>92</sup>

Geopark je područje sa izraženom geološkom baštinom te strategijom za održivi gospodarski razvoj i promociju te baštine na dobrobit lokalne zajednice. Geopark Papuk je dio europske i svjetske UNESCO-ve mreže geoparkova čiji su glavni ciljevi zaštita, edukacija i održivi razvoj.

Geoparkovi štite različite geološke osobitosti te istražuju i promiču nove načine i metode zaštite. Uprave geoparkova osiguravaju različite mjere zaštite u suradnji sa sveučilištima i znanstvenim ustanovama te raznim upravnim tijelima lokalnih zajednica. Geoparkovi moraju djelovati u skladu s lokalnim zakonima i tradicijama. Geoparkovi organiziraju različite aktivnosti te pružaju logističku potporu za prijenos različitih saznanja iz područja geoznanosti

---

<sup>91</sup> Pamić, J.; Radonić, G.; Pavić, G. Geološki vodič kroz Park prirode Papuk. Velika : Javna ustanova Park prirode Papuk, 2003. Str. 8-10.

<sup>92</sup> Papuk geopark : proglašenje. Dostupno na: [http://www.papukgeopark.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=59&Itemid=62&lang=hr](http://www.papukgeopark.com/index.php?option=com_content&view=article&id=59&Itemid=62&lang=hr) (11.04.2014.)

i znanosti o okolišu prema javnosti. To postižu kroz zaštitu i promociju geospomenika, osnivanjem muzeja, informacijskih centara, izradom staza, izdavanjem popularno-znanstvenih članaka i edukativnih materijala, organizacijom seminara i na druge načine. Geoparkovi potiču znanstvena istraživanja, ostvaruju veze sa fakultetima i drugim istraživačkim ustanovama te potiču dijalog između geoznanstvenika i lokalnih zajednica. Glavni način poticanja ekonomije i održivog razvoja parkova je kroz geoturizam. Geoparkovi svojim aktivnostima privlače veći broj posjetitelja i omogućuju pokretanje različitih proizvodnih i uslužnih djelatnosti koje doprinose socio-ekonomskom razvoju zajednice.

Geopark mora obuhvatiti nekoliko geološki ili geomorfološki važnih mjesta interesantnih široj zajednici. Ta mjesta mogu biti značajna po svojoj znanstvenoj vrijednosti, rijetkosti te estetskoj ili edukativnoj važnosti. Geoparkovima doprinose ne samo geološki zanimljiva mjesta, već i razne druge ekološke, arheološke, povijesne i kulturne znamenitosti. Geoparkove podupiru i u njemu aktivno sudjeluju lokalne zajednice koje znaju prepoznati i žele afirmirati svoje geološko, povijesno i kulturno nasljeđe, ponajviše kroz ideju geoturizma. Svi geoparkovi osim na lokalnom planu moraju biti aktivni i u zajednici geoparkova, surađivati na zajedničkim projektima i razmjeni ideja za poboljšanje promocije njihovih aktivnosti.<sup>93</sup>

Edukacijski centar i Centar za posjetitelje nalazi se u Velikoj, naselju 14 km udaljenom od grada Požege. Velika predstavlja glavni ulaz u Geopark Papuk. Centar je smješten u povjesnoj zgradi izgrađenoj u 19. stoljeću koja je u potpunosti obnovljena 2007. godine. U centru su postavljene stalne i povremene izložbe. Opremljen je i audio-vizualnom dvoranom i konferencijskom dvoranom. U neposrednoj blizini Centra su mnogi turistički i rekreacijski objekti (termalni bazeni, edukativna staza Lapjak, planinarske staze, poletišta za paragliding te stijena za slobodno penjanje Sokoline).

Stalna izložba u Centru pokriva najzanimljivije biološke, geološke i povijesne izložbe s područja Geoparka. Posjetitelji imaju priliku otkriti geološko nasljeđe preko mnogih postera te izloženih geoloških uzoraka i kristala. Stalno je izložena i vrlo bogata zbirka fosila. Biološki izložci između ostalog uključuju gnijezda različitih ptica i zbirku insekata. Arheološki izložci obuhvaćaju predmete iz kasnog kamenog doba, ranog željeznog doba, ali i

---

<sup>93</sup> Papuk geopark : što je geopark? Dostupno na: [http://www.papukgeopark.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=62&Itemid=68&lang=hr](http://www.papukgeopark.com/index.php?option=com_content&view=article&id=62&Itemid=68&lang=hr) (11.04.2014.)

mnoge staklarske proizvode iz staklarskih manufaktura iz 18. stoljeća. Unutar Centra dostupan je i Geopark kutak koji pruža informacije o međunarodnim mrežama geoparkova (EGN i GGN). Multimedijaska dvorana može primiti do 70 posjetitelja. Osim nje tu je i manja dvorana za radionice koja može biti korištena za organiziranje edukativnih programa, predavanja, radionica te različitih tečajeva. Na ulazu u Centar posjetitelji mogu kupiti suvenire (razglednice, knjige, majice, karte, keramičke predmete...) i dobiti različite informacije. Uredi Geoparka smješteni su na prvom katu zgrade Centra. Na istom katu su i prostorije koje omogućavaju smještaj stručnjaka, znanstvenika i drugih službenih posjetitelja. Centar je otvoren radnim danima. Predavanja i edukativne radionice se organiziraju za škole i organizirane grupe posjetitelja za što je potrebno dogovoriti se unaprijed.

## 4.2. Flora i fauna

Floristički sastav Parka prirode Papuk bogat je i raznolik, što je posljedica reljefnih kontrasta, velike različitosti geološke građe te raznolikih pedoloških i klimatskih utjecaja. U Parku prirode Papuk botaničkom raznolikošću ističu se gorski predjeli Pliš-Mališćak u južnim dijelovima Papuka, Petrov vrh na Krndiji te područje vrha Papuka s najvećim udjelom zaštićenih, ugroženih, osjetljivih i rijetkih vrsta. Od zaštićenih samoniklih biljnih vrsta ovdje rastu: kavkaski divokozjak (*Doronicum orientale Hofm.*), crveni likovac (*Daphne cneorum L.*), ljiljan zlatan (*Lilium martagon L.*), božikovina (*Ilex aquifolium L.*), vratiželja (*Anacamptis pyramidalis L.*), dugolisna naglavica (*Cephalanthera longifolium*), žučkasti vimenjак (*Platanthera chlorantha*), mekolisna veprina (*Ruscus hypoglossum*) i dr.

Područje Parka prirode Papuk, sa svojim geomorfološkim, klimatskim i vegetacijskim obilježjima, pruža izvrsna prirodna staništa brojnim životinjskim vrstama. Ovdje obitavaju gotovo svi predstavnici srednjoeuropske faune. Prije više od 200 godina, prema zapisnicima prirodoslovca Taubea, na Papuku su živjeli medvjedi (*Ursus arctos L.*), vukovi (*Canis lupus L.*), risovi (*Lynx lynx L.*) i dabrovi (*Castor fiber L.*), koji su vremenom nestali. Guste šume Papuka pokazale su se kao idealno stanište i sklonište brojnoj populaciji sisavaca: jelen (*Cervus elaphus L.*), srna (*Capreolus capreolus L.*), divlja svinja (*Sus scrofa L.*), lisica (*Vulpes vulpes L.*), kuna zlatica (*Martes martes L.*), lasica (*Mustela nivalis L.*), vidra (*Lutra lutra L.*), koja obitava u potoku Brzaji, i mnogi drugi. Posebno je značajna populacija netopira (Chiroptera), jer se u ponoru Uviraljka od jedanaest određenih vrsta šišmiša na zimovanju njih

šest nalazi na IUCN listi ugroženih vrsta. Za vodeni biotop posebno su značajne potočna pastrva (*Salmo trutta m. fario* L.), potočni rak (*Astacus astacus* L.) te gmazovi i vodozemci. Na Papuku je utvrđeno 75 vrsta ptica (*Aves*) od kojih samo pet nisu zaštićene vrste. Kukci, koji čine 70% ukupnog broja životinjskih vrsta, također su vrlo brojno zastupljena populacija u Parku prirode Papuk.<sup>94</sup>

### 4.3. Podzemna staništa

U Geoparku Papuk postoji više od 40 speleoloških objekata (špilja, rupa, ponora...). One se nalaze na najvišem, krškom području planina Papuk i Krndija. Neke od njih naseljavaju vrlo zanimljive podzemne vrste životinja. Čak je 11 vrsta šišmiša koji zabilježeno na zimovanju u ponoru Uviraljka, a među njima je ugroženi velikouhi šišmiš (*Myotis bechsteinii*). Uviraljka je jedino poznato zimovalište močvarnog šišmiša (*Myotis dasycneme*) u Hrvatskoj. Ponor Uviraljka se sastoji od više od 200 metara labirinta uskih kanala, a dubok je više od 30 metara. Špilja Kovačica je jedinstvena ponornica duga više od 100 metara. Špilja Suhodolka je najdublja špilja u kontinentalnom dijelu Hrvatske, dublja je od 90 metara. Ovdje žive troglobionske vrste račića, iz reda *Niphargus*. To je prava podzemna vrsta životinja jer na tijelu nema pigmenta niti razvijene oči. U podzemlju Papuka zabilježeno je više od 80 vrsta životinja, no kukac *Bryaxis* živi samo u dubini Papuka. Otkriven je 2006. godine, i nova je vrsta za znanost.<sup>95</sup>

### 4.4. Izvori i vodotoci

Bogatstvo voda Papuka izuzetna su prirodna osobitost Parka prirode koju čine specifična geološka građa i reljefna te klimatska osobitost područja. Vršni greben Papuka predstavlja i hidrološku vodojelicu dvaju slivova, sliva rijeke Save te rijeke Drave. Brojni potoci slijevaju se na južnim i sjevernim padinama planine:<sup>96</sup>

- sjever (Dravski sliv): Voćinska rijeka, Kovačica, Velika i Mala Radetina, Pištanska rijeka, Pušinska rijeka, Radlovačka rijeka, Žervanjski potok

<sup>94</sup> Pamić, J.; Radonić, G.; Pavić, G. Navedeno djelo. Str. 10-11.

<sup>95</sup> Papuk kao geopark : podzemna staništa. Dostupno na: [http://www.papukgeopark.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=77%3Apodzemna-stanita&catid=38%3Aprirodna-stanita&Itemid=75&lang=hr](http://www.papukgeopark.com/index.php?option=com_content&view=article&id=77%3Apodzemna-stanita&catid=38%3Aprirodna-stanita&Itemid=75&lang=hr) (11.04.2014.)

<sup>96</sup> Javna ustanova Park prirode Papuk. Plan upravljanja Parka prirode Papuk. Velika : Javna ustanova Park prirode Papuk, 2011. Str. 54.

- jug (Savski sliv): Brzaja, Veličanka, Dubočanka, Vetovački potok, Kutjeva rijeka

Dosadašnja ihtiološka istraživanja pokazala su da u većini ovih potoka obitavaju ugrožene vrste riba: potočne pastrve, paklare, potočne mreke i dvoprugasta uklija itd. Za očekivati je zbog specifičnosti i očuvanosti ovih vodotoka i brojne zanimljive vrste vodenih beskralješnjaka. U većini potoka obitava i brojna populacija riječnog raka. Karbonatni izvor Jankovačkog potoka i izvori u blizini slapa Skakavac dosad su jedina staništa endemske vrste puža *Graziane papukensis*.<sup>97</sup>

#### 4.5. Kulturna baština Parka prirode Papuk

Unatoč svome imenu, Park prirode Papuk svijetli je primjer brige ne samo za prirodna bogatstva nego i za kulturnu baštinu, koja je na tom području i više negoli raznovrsna. Područje Parka prirode Papuk prirodna je geografska i povijesna cjelina u kojoj se tisućljećima odvijao intenzivan život različitih civilizacija koje su ovdje ostavile tragove svog postojanja.<sup>98</sup> Na prostoru Parka nalazi se veliki broj arheoloških lokaliteta i spomenika kulturno – povijesne baštine koji ukazuju na kontinuitet naseljavanja ovog prostora još od vremena mlađeg kamenog doba (neolitika). Prirodno bogatstvo osnovnih sirovina poput vode, drveta i kamena osiguravalo je povoljne životne uvjete, dok je brdovito područje pružalo utočište i hranu.<sup>99</sup>

Prva naselja na otvorenom potvrđena su već u neolitiku brojnim nalazima glačanog kamenog oruđa i rukom rađene keramike sopotske i starčevačke kulture (5500.-3500.pr.K.). Na papučkom prigorju u bakreno doba (eneolitik), u razdoblju od 3500.-2200.pr.K., nastaje nekoliko naselja koja se tijekom brončanog doba utvrđuju i pomiču na vrhove i više obronke koji svojim strateškim položajem pružaju zaštitu i kontrolu prirodnih putova koji su oduvijek išli dolinama potoka. Potvrđena je mogućnost vizualne komunikacije među prapovijesnim visinskim naseljima, takozvanim gradinama. Tijekom starijeg željeznog doba (750.-300.pr.K.) u Požeškoj kotlini i okolnim gorama bila su mnoga naselja povezana s Kaptolom kao

---

<sup>97</sup> Isto.

<sup>98</sup> Bačić, D. Srednjovjekovna baština Parka prirode Papuk. Velika : Javna ustanova Park prirode Papuk, 2009. Str. 9-11.

<sup>99</sup> Papuk kao geopark : pregled kulturne i povijesne baštine. Dostupno na: [http://www.papukgeopark.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=69&Itemid=70&lang=hr](http://www.papukgeopark.com/index.php?option=com_content&view=article&id=69&Itemid=70&lang=hr) (11.04.2014.)

središtem. To svjetski poznato nalazište halštatske kulture izuzetno je po nalazima bogatih kneževskih grobova pod humcima (tumulima) vezanim uz spaljivanje pokojnika i stavljanje pepela u žare (urne). Keramičke posude crne boje, često premazane finim slojem grafita i ukrašene životinjskim rogovima, svjedoče o bogatstvu i moći kaptolskih kneževa. Dijelovi ratničke opreme ukazuju na veze s Grčkom, te na visoki stupanj kulture i gospodarsku razvijenost ovog kraja. S rubnog područja Parka, iz Velike, potječe vrijedan nalaz keltskog nakita iz ženskog groba koji pripada mlađem željeznom dobu (4.st.pr.K.). Požeška kotlina je u antičkom razdoblju bila naseljena već od 1. stoljeća i tu su Rimljani sve do 4. stoljeća izgradili brojna naselja i seoska gospodarstva. Sva naselja bila su povezana cestama, a ove su se opet vezale na glavne pravce - kroz Podravinu: cesta Poetovio (Ptuj) - Mursa (Osijek) i Posavinu: Siscia (Sisak) – Marsunia (Slavonski Brod) - Sirmium (Sremska Mitrovica). Na više lokaliteta uočeni su ostaci tih cesta. O romanizaciji ovog prostora svjedoče veća villa rustica iz 4.st. otkrivena u Velikoj na lokalitetu Kruge, i nadgrobna stela s kraja 2. ili početka 3.st. pronađena u Vetovu.<sup>100</sup>

Na prostoru Parka prirode Papuk nalaze se ostaci brojnih srednjovjekovnih gradova. Nedaleko od mjesta Orahovice nalazi se najljepši i najočuvaniji "stari grad" – Ružica, vrijedan primjer gotičke i renesansne umjetnosti u ovom dijelu Hrvatske. U planini povrh Ružice nalaze se ostatci Starog grada, a iznad sela Slatinski Drenovac ostatci starog grada Klaka. Nedaleko od naselja Kamenski Vučjak nalazi se utvrđeni grad Kamengrad, a sjeverno od mjesta Velika ruševine starog Veličkog grada. U blizini su i slabo sačuvani Stražemanski grad te Pogana gradina kod sela Doljanovci. Svi nabrojani srednjovjekovni gradovi nalaze se na području Parka, a u neposrednoj blizini su i drugi vrijedni spomenici kulturno-povijesne baštine: voćinski Stari grad, Rudine (benediktinska opatija sv.Mihovila iz 12.st.), kaštel u Kaptolu, cistercitska opatija sv. Marije u Kutjevu i manastir sv. Nikole kod Orahovice.<sup>101</sup>

**Slika 2.** Geografski raspored srednjovjekovnih utvrda<sup>102</sup>

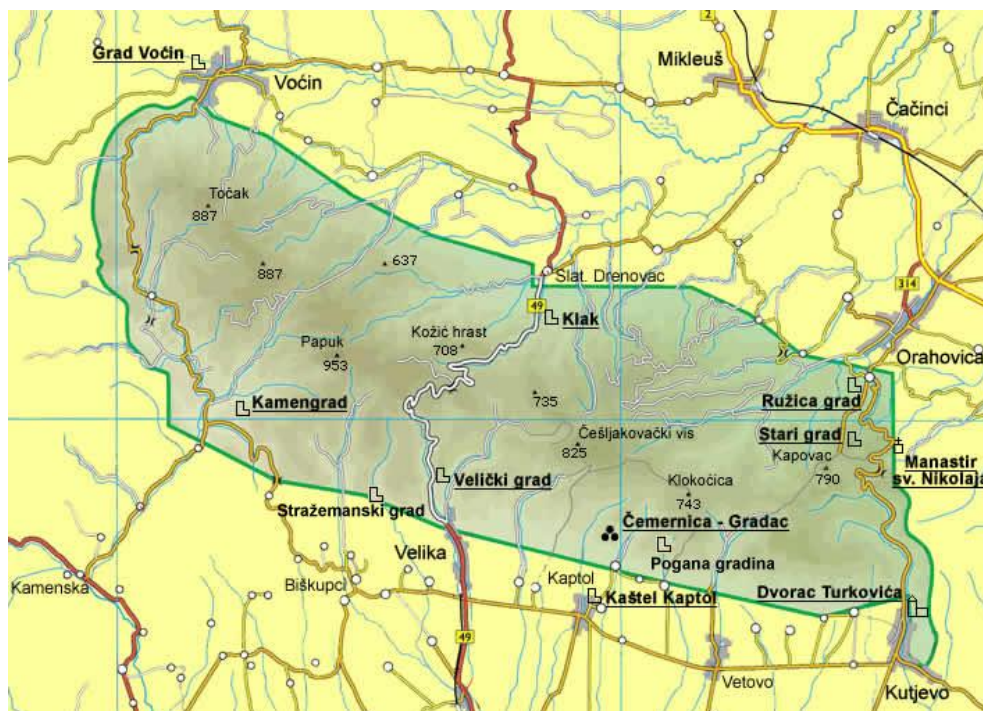
---

<sup>100</sup> Papuk kao geopark : pregled kulturne i povijesne baštine : prapovijest i antika. Dostupno na: [http://www.papukgeopark.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=69&Itemid=70&lang=hr](http://www.papukgeopark.com/index.php?option=com_content&view=article&id=69&Itemid=70&lang=hr) (11.04.2014.)

<sup>101</sup> Park prirode Papuk : kulturno-povijesna baština : srednji vijek. Dostupno na: <http://pp-papuk.hr/kulturno-povijesna-bastina/srednji-vijek/> (18.05.2014.)

<sup>102</sup> Javna ustanova Park prirode Papuk. Plan upravljanja Parka prirode Papuk. Velika : Javna ustanova Park prirode Papuk, 2011. Str. 78.





Znatan broj danas sačuvanih narodnih legendi potječe još iz osmanlijskog vremena koje je ostavilo dubok trag u pučkom sjećanju. Kao uz mnoge srednjovjekovne utvrde, i uz Kamengrad je vezana drevna legenda o sakrivenom blagu koja se sačuvala u narodnoj predaji okolnih sela. *Legenda kaže da je u podrumima utvrde Kamengrad nakon progona Osmanlija ostalo sakriveno mnogo zlata koje je čuvala strašna zmija sa zlatnom krunom na glavi. Tko god da je pokušao doći do blaga, pobjegao bi u strahu ugledavši zmiju kako leži na dukatima. Druga legenda također govori o blagu koje su Osmanlije bježeći ostavili sakriveno na raznim okolnim mjestima, na primjer pod kamenom u obliku lisice na livadi Odžinici. Osim ovih legendi, u narodnoj predaji ostalo je živo vjerovanje o ljekovitosti vode iz bunara Đurina, koji se nalazio ispod utvrde Kamengrad.*<sup>103</sup>

Iako su ime utvrde Ružica grad i današnje Orahovice etimologijom nastali od srednjovjekovnih naziva Raholcza, Rachowcha, Rahowza i sl., u pučkoj predaji ime Ružica vezano je uz ime princeze, vile ili cvijeta. *Prva legenda vezana uz vile navodi da je u drevno doba mjesto na kojem se danas nalazi Ružica grad bilo vilinsko sastajalište, sve dok neki moćnik nije odlučio upravo tamo sagraditi sebi dvorac. Došavši na sijelo, vile se nemalo iznenadiše ugledavši zgaženo cvijeće i gradilište puno dasaka i kamena. Svojim su čarolijama porušile temelje i svu građu otkotrljale u dolinu. Moćni velmoža tražio je krivce za počinjenu*

<sup>103</sup> Isto. Str. 15-17.

štetu, ali bez uspjeha. Ono što bi graditelji za dana sagradili, vile bi noću porušile. Tada je moćnik odlučio postaviti straže, a kad je otkrio da mu planinske vile noću ruše sagrađeno, odlučio je razapeti mrežu oko gradilišta. U nju se svojom vilinskom kosom zaplela najljepša vila, Ružica, koju je velmoža za primjer ostalima, beščutno zazidao u temelje kule. Ostale se vile razbježaše, ali baciše prokletstvo na surovog moćnika, koji je kasnije zaista nastradao pod kamenom koji se odronio s najviše kule pri proslavi završetka gradnje, a dvorac je dobio ime po vili Ružici. Prema drugoj legendi Ružica je lijepa i plemenita kneginja, kojoj su otac i braća poginuli u borbi s Francima. Saznavši tu žalosnu vijest, staroj kneginji od tuge je prepuklo srce, a Ružica je ostala posve sama vladati gradom. Odlučila je muža i budućeg branitelja svog naroda izabrati na viteškom turniru. Na njemu je redom sve domaće vitezove pobijedio nepoznati Crni vitez. No, kada je proglašen pobjednikom, te skinuo vizir i progovorio, otkrilo se da se radi o franačkom vitezovima koji je došao s namjerom da ženidbom osvoji još jedan hrvatski grad. Ružica nije mogla podnijeti takvu sudbinu, već se bacila s najviše gradske kule. Ubrzo su po cijelom kraju iznikli grmovi crvenih ruža, boje Ružičine krvi, a utvrda je dobila sadašnje ime.<sup>104</sup>

**Slika 3.** Utvrda Ružica grad<sup>105</sup>



Spomenici srednjovjekovnog sakralno-profanog karaktera na području Parka prirode Papuk su Stari grad Kaptol i Kutjevački povijesni kompleks. Spomenici srednjovjekovnog sakralnog karaktera na području Parka prirode Papuk su: Župna crkva sv. Mihovila u Stražemanu, Župna crkva sv. Augustina u Velikoj, Župna crkva sv. Petra i Pavla u Kaptolu, Manastir sv.

<sup>104</sup> Bačić, D. Navedeno djelo. Str. 27-33.

<sup>105</sup> Službena web stranica Parka Prirode Papuk : Ružica grad. Dostupno na: <http://pp-papuk.hr/kulturno-povijesna-bastina/srednji-vijek/> (27.05.2014.)

Nikole kod Orahovice, Župna crkva sv. Križa u Orahovici Crkva sv. Georgija u Slatinskom Drenovcu te Crkva pohođenja Blažene Djevice Marije u Voćinu.<sup>106</sup>

Prema popisima koje vodi Ministarstvo kulture, Uprava za zaštitu kulturne baštine, Konzervatorski odjel u Požegi, na području Parka prirode Papuk trajno ili preventivno je zaštićeno 12 nepokretnih kulturnih dobara.<sup>107</sup>

**Tablica 9.** Popis kulturnih dobara na području Parka prirode Papuk i u rubnom području (*Izvod iz Registra kulturnih dobara Republike Hrvatske*)<sup>108</sup>

Požeško – slavonska županija					
br.	općina	mjesto	naziv	k.o.	vrsta
1.	Brestovac	Kamenski Vučjak	Srednjovjekovni grad Kamengrad	Vrhovci	profano arh.nalazi
2.	Kaptol	Kaptol	Arheološki lokalitet Kaptol-Gradci	Kaptol	arheološko
3.	Kaptol	Kaptol	Arheološki lokalitet Kaptol-Čemernice*	Kaptol	arheološko
4.	Kaptol	Kaptol	Stari grad Kaptol*	Kaptol	profano sakralno arh.istraž.
5.	Kutjevo	Hrnjevac	Arheološki lokalitet Hrnjevac-Brda	Lukač	arheološko
6.	Kutjevo	Hrnjevac	Arheološki lokalitet Hrnjevac-Košarine	Lukač	arheološko
7.	Kutjevo	Kutjevo	Kutjevački povijesni kompleks*	Kutjevo	profano sakralno
8.	Velika	Stražeman	Župna crkva sv. Mihovila*	Stražeman	sakralno arh.istraž.
9.	Velika	Velika	Župna crkva sv. Augustina	Velika	sakralno
10.	Velika	Velika	Srednjovjekovni grad Velika	Velika	profano arh.nalazi
11.	Velika	Velika	Arheološki lokalitet "Pliš"	Radovanci	arheološko
12.	Velika	Gornji Vrhovci	Arheološki lokalitet "Selište"*	Gornji Vrhovci	arheološko
Virovitičko – podravska županija					
13.	Čačinci	Slatinski Drenovac	Crkva sv. Georgija	Slatinski Drenovac	sakralno
14.	Čačinci	Slatinski Drenovac	Kulturno-povjesni krajolik Jankovac	Slatinski Drenovac	profano

<sup>106</sup> Isto. Str. 7.

<sup>107</sup> Javna ustanova Park prirode Papuk. Plan upravljanja Parka prirode Papuk. Velika : Javna ustanova Park prirode Papuk, 2011. Str. 82.

<sup>108</sup> Isto.

15.	Orahovica	Duzluk	Manastir sv.Nikole*	Orahovica	sakralno
16.	Orahovica	Orahovica	Srednjovjekovni grad Ružica	Orahovica Duzluk	profano arh.istraž.
17.	Orahovica	Orahovica	Srednjovjekovni grad Oršulić	Duzluk	profano
18.	Orahovica	Orahovica	Plemićka kurija Curiae Nobilitaris	Orahovica	profano arh.nalazi
19.	Voćin	Voćin	Srednjovjekovni grad Voćin*	Voćin	profano
20.	Voćin	Voćin	Crkva Blažene Djevice Marije*	Voćin	sakralno arh.istraž.

\* lokaliteti u rubnom području Parka prirode Papuk

**Tablica 10.** Popis evidentiranih arheoloških lokaliteta na području Parka prirode Papuk<sup>109</sup>

1.	Velika	Vrh Papuka	Prapovijesno nalazište kasnog brončanog doba	arheološko
2.	Čačinci	Slatinski Drenovac	Srednjovjekovni grad Klak	profano
3.	Velika	Stražeman	Srednjovjekovni grad Stražeman	profano

Najmanje zastupljen iako ne i najmanje važan aspekt kulturne baštine za Park prirode Papuk je nematerijalna kulturna baština. Nematerijalna kulturna baština obuhvaća govor, običaje, prakse, vještine i znanja lokalne zajednice, ali i predmete, živa bića i rukotvorine povezane s njima. Kako je područje Parka prirode Papuk brdovit prostor prekriven šumama, bogat kamenom i vodom, stoljećima se život okolnih sela oslanjao na te prirodne resurse. Iz perspektive odnosa lokalne kulture i prirodnog okoliša, tradicionalne djelatnosti i zanati predstavljaju najvažniji dio nematerijalne kulturne baštine. Također se važan dio nematerijalne kulturne baštine odnosi na lokalne legende, priče, predaje, običaje i pjesme.<sup>110</sup>

#### 4.5. Planinarska društva

Ljepote Papuka posebno su privlačile zaljubljenike prirode, pa je tako i ovdje vrlo rano nastalo slavonsko organizirano planinarstvo. Osječani, oduševljeni ljepotama Jankovca i Velike, osnivaju 1895. prvo slavonsko planinarsko društvo "Bršljan", a tri godine kasnije (1898.) požeški planinar i povjesničar Julije Kempf osniva u Požegi planinarsku podružnicu

<sup>109</sup> Javna ustanova Park prirode Papuk. Plan upravljanja Parka prirode Papuk. Velika : Javna ustanova Park prirode Papuk, 2011. Str. 83.

<sup>110</sup> Isto.

"Papuk" Hrvatskoga planinarskoga društva "Matica" u Zagrebu.<sup>111</sup> Od 1900. do 1933. godine slabi i gubi se planinarska misao ovog područja, dolazi do prestanka rada društva. *"Trebalo je punih 30 godina dok se mojim nastojanjima 1933. osnovala ponovno Podružnica "Sokolovac" pod predsjedništvom upravitelja 1. hrvatske štedionice Julija Strepečkog"*, kaže u svojim Memoarima Julije Kempf. Društvo je dobilo ime po historijskom brijegu Sokolovac iznad Požege. 1941. Društvo prestaje s radom zbog Drugoga svjetskoga rata. Do obnove Društva dolazi 1950. godine.<sup>112</sup> Danas Društvo djeluje pod nazivom HPD Sokolovac i organizira brojne planinarske događaje, a najpoznatiji su tradicionalni "Papučki jaglaci", tradicionalni pohod planinara papučkom gorju koji se organizira s prvim danima proljeća.<sup>113</sup>

Najljepši predjeli Papuka, Jankovac i Velika stožerna su mjesta planine koja od davnine privlače istraživače, posjetitelje – turiste i planinare. Zbog prirodne romantike postao je Jankovac krunom u vijencu Papuka i slavonskoga gorja uopće. Ta dolina na sjevernom Papuku, na visini od 475 m, duga je 500, a široka 200 m. U toj dolini podigli su osječki planinari svoj dom 1934., koji je više puta stradao, pa je 1987. sagrađen novi. Zabilježen je i posjet uglednih Hrvata dolini Jankovca. Pohodio ga je biskup J. J. Strossmayer, a glasoviti književnik iz Dalmacije Mihovil Pavlinović nakon posjeta Jankovcu zapisao je: *"Za tragom svojih uzora može svud obijati hrvatski umjetnik, ali mu teško naći u domovini stope jankovačke."* Podno Papuka još je i povijesna Velika (273 m) sa svojim starim gradom i samostanom te izvorištem termalne vode (29 celzijevih stupnjeva), povrh kojega su požeški planinari podigli 1958. godine planinarski dom.<sup>114</sup>

#### 4.6. Događanja i projekti u Parku prirode Papuk

"Papučki jaglaci" su tradicionalni pohod planinara papučkom gorju koji se organizira s prvim danima proljeća. Na "Papučkim jaglacima" održanim 2014. godine (ujedno i 32. Papučki jaglaci) sudjelovalo je oko 2 000 planinara i izletnika iz 50-ak planinarskih društva. Ova manifestacija najmasovniji je izlet planinara u našoj zemlji. Izletnici su mogli birati između sedam staza različite dužine i težine, tradicionalno najposjećenije staza bila je Lapjak

---

<sup>111</sup> Đurić, T. Papuk : stara slavonska gromada. // Hrvatski zemljopis : časopis za zemljopis, povijest i prirodu. 59(2001), str. 23-25.

<sup>112</sup> Petković, A. S požeškim planinarima Papuk – planinom. Slavonska Požega : Planinarsko društvo Sokolovac, 1965. Str. 57-68.

<sup>113</sup> Hrvatsko planinarsko društvo Sokolovac. Dostupno na: <http://www.hpd-sokolovac.hr/> (14.04.2014.)

<sup>114</sup> Đurić, T. Papuk : stara slavonska gromada. // Hrvatski zemljopis : časopis za zemljopis, povijest i prirodu. 59(2001), str. 23-25.

– Velički grad. Događaj organizira HPD Sokolovac, uz Općinu Velika, Park prirode Papuk, Grad Požegu, TZ Grada Požege i Požeško-slavonsku županiju <sup>115</sup>

U skopu projekta „Dvije rijeke i jedna gora“ postavljeno je dječje igralište na Jankovcu. Kombinirano igralo, žičara, ljuljačke, klackalice, njihalice na opruzi i vrtuljak najnovija su atrakcija za naše najmađe posjetitelje, a ograda će omogućiti njihovu sigurnost kao i klupe s kojih će roditelji moći paziti svoje mališane, a pritom uživati u svježem zraku i prirodi Jankovca. Za potrebe edukativnih programa Parka kroz projekt je nabavljen polarizacijski mikroskop te stručna literatura iz geologije i biologije. Projekt „Dvije rijeke i jedna gora – novi eko turistički proizvodi Drave, Dunava i Papuka“ osmislili su i u partnerstvu provode Udruga za zaštitu prirode i okoliša Zeleni Osijek, Nacionalni park Dunav-Drava i Javna ustanova Parka prirode Papuk. Implementacija projekta započela je 1. travnja 2013. godine i traje do 30. studenog 2014. godine. Projekt sufinancira Europska unija u sklopu IPA prekograničnog programa Mađarska-Hrvatska, a ukupna vrijednost projekta iznosi 1.021.266,70 EUR-a. Područje provedbe projekta su četiri zaštićena područja – Park prirode Kopački rit, Park prirode Papuk i Regionalni park Mura-Drava u Hrvatskoj te Nacionalni park Dunav-Drava u Mađarskoj. Cilj projekta je osigurati model održivog gospodarskog razvoja i upravljanja prirodnim resursima duž regije Mura-Drava-Dunav uvođenjem novih eko turističkih proizvoda i prekograničnom suradnjom. Park prirode Papuk će još u sklopu ovog projekta izgraditi stazu uz jezera na Jankovcu, dužine 350 metara, kako bi se omogućila pristupačnost jedinstvenosti prirode Jankovca osobama s posebnim potrebama. Staza će imati rampu za invalide za savladavanje visinske razlike između parkirališnog prostora i nasipa jezera, a predviđena su i tri proširenja staze u podeste na kojima će biti postavljene informacijske točke – tabla i tekst na Braillovom pismu. Za planinare unutar ovog projekta odlučili smo ponovno uniformirati označavanje postojećih i novih staza, kako planinarskih, tako i biciklističkih i konjičkih te sve zajedno objediniti u jednom vodiču. Za potrebe planinarske infrastrukture predviđeno je i postavljanje panela sa planinarskim kartama i oznakama pojedinih postaja na Slavonskom planinarskom putu te izgradnja odmorišta/skloništa za planinare koji bi bio objekt veličine nešto manje od 12 m<sup>2</sup>, a opremljen

---

<sup>115</sup> Službena web stranica Parka prirode Papuk : Papučki jaglaci. <http://pp-papuk.hr/novosti/32-papucki-jaglaci/> (13.05.2014.)

drvenim klupama i kaminom na drva. Unutar ovog projekta biti će 3 nove konjičke staze sa odmorištima za konje i jahače.<sup>116</sup>

Projekt GEL (Gimnazijski ekološki laboratorij) Park prirode Papuk provodi s Gimnazijom iz Požege te Zavodom za javno zdravstvo. U Gimnaziji u Požegi održan je radni sastanak vezan uz temu provođenja radionica monitoringa i organizacije terenske nastave kao jednim od glavnih aktivnosti samoga projekta. Za potrebe provođenja aktivnosti monitoringa i terenske nastave iz GEL projekta za Park prirode Papuk nabavljena je biološka lupa, digitalni fotoaparati, set za analizu tla te GPS uređaj. Od ostale opreme u sklopu projekta nabavit će se i solarna meteo stanica koja će biti postavljena na području Turjaka čime će se omogućiti sustavni monitoring toga područja, set za analizu zraka i vode, te stručna literatura. Projekt sufinancira Europska unija u sklopu IPA programa-komponenta IV „Razvoj ljudskih potencijala“. Ukupna vrijednost projekta je 196.458,42 EUR-a. Opći cilj projekta je unaprijediti Hrvatski kvalifikacijski okvir kreiranjem i provedbom interdisciplinarnog kurikuluma za gimnazije u području zaštite okoliša i održivog razvoja. Uloga Parka prirode Papuk u ovom projektu je pružiti usluge svoga stručnog osoblja u organiziranju i provođenju radionica monitoringa okoliša, sudjelovati u socijalnim akcijama u okolišu te organizirati terensku nastavu na području Parka prirode Papuk. Kroz aktivnosti gimnazijskog ekološkog laboratorija učenici i nastavnici će biti osposobljeni za praktičnu primjenu znanja i vještina kao i za argumentirano društveno djelovanje u području zaštite okoliša i održivog razvoja, što predstavlja i specifični cilj ovoga projekta.<sup>117</sup>

---

<sup>116</sup> Službena web stranica Parka prirode Papuk : Projekt Dvije rijeke i jedna gora. Dostupno na: <http://pp-papuk.hr/novosti/dvije-rijeke-i-jedna-gora/> (13.05.2014.)

<sup>117</sup> Službena web stranica Parka prirode Papuk : Gimnazijski ekološki laboratorij. Dostupno na: <http://pp-papuk.hr/novosti/gimnazijski-ekoloski-laboratorij-gel/> (13.05.2014.)

## 5. MARKETING BAŠTINE PARKA PRIRODE PAPUK

Marketing prirodne i kulturne baštine Parka prirode Papuk sastoji se od izrade cjelokupne marketinške strategije same Ustanove koja se, u svom istraživačkom i implementacijskom dijelu, sastoji od: intervju sa dr. sc. Ivicom Samardićem, ravnateljem Parka prirode Papuk od 2001. do 2013. godine, marketinškog planiranja (misija, vizija, ciljevi, SWOT i PEST analize), organizacijske strukture i zaposlenika, definiranja marketing miksa (proizvod, cijena, distribucija, promocija), turističke mogućnosti, ponuda i posjetitelji uz segmentaciju ciljanih korisnika (anketno istraživanje provedeno među učenicima Gimnazije Požega), financiranje JU Parka prirode Papuk te odnosi s javnošću i objavljene publikacije. Marketinška strategija izrađena je prema shemi marketinga prikazanoj u poglavlju 3 ovoga rada, dok je sve to potkrijepljeno citatima iz razgovora s ravnateljicom Parka prirode Papuk, mr.sc. Kristinom Kožić.

### 5.1. Intervju sa dr.sc. Ivicom Samardićem (ravnatelj PPP 2001.-2013.)

Intervju s dr.sc. Ivicom Samardićem, ravnateljem Parka prirode Papuk od 2001. - 2013. godine obavljen je 19. svibnja 2014. godine. Ivica Samardić bio je prvi ravnatelj Parka prirode Papuk od njegovog osnutka 1999. godine, međutim sa funkcioniranjem je počeo 2001. Gospodin Samardić trenutno je ravnatelj Javne ustanove za upravljanje zaštićenim područjem Požeško-slavonske županije.

Samardić ističe kako je jedan od najvećih rezultata koje je Park prirode Papuk postigao proglašenje prvog hrvatskog geoparka Papuk. Kaže kako je to značajno ne samo za Hrvatsku nego i za zemlje na prostoru bivše Jugoslavije. Park prirode Papuk bio je jedan od 30 geoparkova koji su kao institucija formirani 2000. godine. 2006. godine primljen je u Škotskoj, a to je bio značajan iskorak da se upravo kroz geološko bogatstvo Papuka Park promovira u svijetu. Ovo područje pokazalo je specifičnost po pitanju reljefa, klime i vegetacije i posebno geologije i ta raznolikost stijena i minerala bila je velika zanimljivost pogotovo kad su počela iskapanja, a pronađeni su zanimljivi fosili. Tada je Park doveo brojne stručnjake iz različitih područja što je rezultiralo sa nekoliko stotina izrađenih znanstvenih radova u desetak godina, ističe Samardić. Također, kaže kako se tada počelo otkrivati i podzemlje. Tada se znalo za oko 4-5 polušpiljica da bi se na kraju došlo do 50 raznih špilja,



jama pogotovo krški dio papuka. Sišlo se do 100 metara jama dubine sa brojnim endemskim vrstama jer je to izvorni dio krša između Karpata, Alpi i Dinarida.

Što se tiče samog marketinga, bivši ravnatelj kaže kako se marketingom Ustanove bavio tim ljudi koji su radili i na drugim stvarima, povremeno su svi uskakali kako bi marketing bio što uspješniji. Pravovremeno se razvijao i turizam, napravljeno je 9 poučnih staza u periodu od 10-ak godina, a važno je za istaknuti kako je Park za poučnu stazu grofa Jankovića na Jankovcu dobio i nagradu hrvatske turističke zajednice 2006 godine. Gospodin Samarđić kaže kako je sve što se važno događalo u Parku bilo praćeno medijima, kako lokalnim tako i državnim. Također ističe kako je Park jedno vrijeme imao učestalost pojavljivanja u HRT dnevniku gotovo svaki mjesec. Bile su i brojne vijesti vezanih za istraživanje, turizam, biologiju, kulturu, povijest, geologiju, floru i faunu, vegetaciju, sve što bi se novo otkrilo bi se prezentiralo jer je to i bio cilj da se to na neki način predoči javnosti i popularizacija svega išla je u tom smjeru da ljude treba dovesti u novootkriveni prostor, kaže Samarđić. Kao rezultat i kruna radu dogodio se pred kraj samog mandata gospodina Samarđića kada je Park u Briselu dobio priznanje Eden destinacije, destinacije novih turističkih vrijednosti. Park prirode Papuk zajedno je sa nacionalnim parkom Sj. Velebitom bio u finalu na lokalnom državnom natjecanju Hrvatske turističke zajednice i donio još jedno veliko priznanje u smislu novootkrivenih turističkih područja. Također, Samarđić ističe kako je suradnja s medijima bila vrlo dobra i konstruktivna.

Što se tiče gospodarskih aktivnosti u parkovima prirode one su dozvoljene dakle i sječa šuma i rad kamenoloma, iskorištavanja voda, lovstva, međutim sve to mora biti pod patronatom samog Parka kako bi se zaštitili njegovi interesi, odnosno interesi korisnika kao i zaštite baštinskih vrijednosti koje Park posjeduje, kaže bivši ravnatelj Parka.

Tijekom desetljeća i pol postojanja Parka objavljen je veliki broj publikacija, najčešće karata, brošura, knjiga, vodiča, geološkog, biološkog, kulturnog, veliki broj letaka, veliki broj suvenira, barem 30 do 40 različitih vrsta, ističe gospodin Samarđić. Turizam je vrlo dobro razvijan od samog osnutka Parka. Uređeno je nekoliko destinacija kao što je Jankovac, Orahovačko jezero, područje Kutjeva, više od 200 km uređenih planinarskih staza, više od 200 km biciklističkih staza gdje se održava jubilarni maraton u okviru natjecanja državnog turnira biciklizma za brdski biciklizam, napravljeno je i prvo penjalište u Slavoniji sa oko 10-ak smjerova na stijeni Sokoline koje je do 55 metara visoka, uzletiše za paraglajdere na brdu

Pliš, razne ponude lokalnog stanovništva za jahanje, vožnju kočijom, planinari, vinari kutjevačkog vinogorja, OPG, razni gospodarski obrti, eko proizvođači, kaže bivši ravnatelj Parka.

Na pitanje naplata ulaznica, gospodin Samardić kaže kako su to bila značajna sredstva za ustanovu. Naplaćivala su se i koncesijska odobrenja za turistička i ugostiteljska korištenja. Također bivši ravnatelj ističe kako je za vrijeme njegova tri mandata sredstva prikupljena na takav način činila su i do oko 15% prihoda Parka. Od medijski popularnih imena vezanih za Park, ističe, kako je predsjednik vijeća jedno vrijeme bio i Željko Mavrović, boksač koji se borio za svjetsku titulu prvaka svijeta.

## 5.2. Marketinško planiranje Javne ustanove Park prirode Papuk

Marketinško planiranje JU Park prirode Papuk sastoji se od definiranja njezine misije, vizije, ciljeva te izrade SWOT i PEST analize same Ustanove. Ravnateljica Parka prirode Papuk, mr.sc. Kristina Kožić ističe kako se *"marketingom i odnosima s javnošću JU Park prirode Papuk bavi Gordana Kukić, stručna suradnica za turizam i diplomirana ekonomistica, dok po potrebi uskaču i drugi stručnjaci iz drugih područja koji rade na određenim projektima"*.

**Tablica 11.** Misija, vizija i glavni ciljevi Javne ustanove Park prirode Papuk<sup>118</sup>

<b>Misija</b>	Osnovna zadaća Javne ustanove Park prirode Papuk je upravljanje ovim područjem na način da se posebna pažnja obraća održavanju ravnoteže između ciljeva njegovih prirodnih i kulturoloških vrijednosti s jedne strane i želja te potreba lokalnog stanovništva koje ovdje živi i radi s druge strane.
<b>Vizija</b>	Vizija Parka prirode Papuk povezuje sve interesne skupine i dionike u osiguranju kvalitetnije budućnosti, kako Parka tako i lokalne zajednice te svih dionika. Sve upravljačke aktivnosti moraju zato biti u potpunom suglasju s ovom vizijom jer ona odražava svrhu Parka i ciljeve upravljanja. Javna ustanova Park prirode Papuk, u suradnji sa svim zainteresiranim dionicima, osmislila je sljedeću viziju: "Park prirode Papuk je prostor očuvanih i kvalitetno prezentiranih prirodnih i kulturnih obilježja, u kojem čovjek spoznaje njegove istinske vrijednosti i potiče ga ka novim saznanjima."

<sup>118</sup> Podaci većinom preuzeti iz: Javna ustanova Park prirode Papuk. Plan upravljanja Parka prirode Papuk. Velika : Javna ustanova Park prirode Papuk, 2011. Str. 1. i 84.

<b>Ciljevi</b>	<p>Opći cilj: Postizanje sklada između zaštite i očuvanja vrijednosti Parka prirode i održivog razvoja predmetnog područja kroz potrajno korištenje obnovljivih i racionalno korištenje neobnovljivih prirodnih dobara te obavljanje odgovarajućih gospodarskih aktivnosti, rekreacije i turizma.</p> <p>Tri su temeljna cilja predviđena za dugoročno održivo upravljanje Parkom:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Očuvanje – trajno očuvati i unaprijediti biološku i geološku raznolikost te kulturnu baštinu</li> <li>➤ Edukacija i rekreacija – promovirati mogućnosti za razumijevanje i uživanje u specifičnim kvalitetama Parka prirode</li> <li>➤ Jačanje lokalne zajednice – intenzivirati započetu suradnju s lokalnom zajednicom u održivom korištenju prirodnih bogatstava Parka prirode s ciljem gospodarskog rasta i razvoja, porasta prihoda lokalnog stanovništva te otvaranja novih radnih mjesta.</li> </ul>
----------------	---

**Tablica 12.** PEST analiza JU Park prirode Papuk koja se sastoji od političkih, ekonomskih, društvenih i tehnoloških čimbenika koji se nalaze u okolini Parka prirode Papuk<sup>119</sup>

<b>Politički (P)</b>	<b>Ekonomski (E)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zbog gospodarske krize stope poreza su se povećale, platežna moć stanovništva opada</li> <li>• Teško pomirljiva politika eksploatacije čovjeka i zaštite kulturne i prirodne baštine Parka prirode Papuk: zbog sve većeg nedostatka financijskih i drugih sredstava vlada donosi odredbe za što veću eksploataciju što drvene mase to i financijske opterećenosti</li> <li>• U proteklih godinu dana dogodile su se političke promjene na lokalnoj razini, promjena lokalne vlasti zamjenjena je drugom političkom opcijom</li> <li>• Postoji mogućnost pristupa izvorima financiranja iz EU fondova od kojih je Park prirode Papuk već imao koristi, a trenutno se planira izgradnja suvremenog Geo-info centra u Voćinu u Virovitičko-podravskoj županiji, u kojem će se inovativnim metodama posjetiteljima predstaviti geološko, biološko i kulturno-povijesno bogatstvo Parka, vrijednost projekta iznosi 38.085.039,76 kuna.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zbog gospodarske krize u zemlji postoji ne samo smanjenje ulaganja u ustanove koje se bave zaštitom i promoviranjem prirodne i kulturne baštine već i ogromno nezadovoljstvo stanovništva što rezultira smanjenjem posjećenosti</li> <li>• Stopa nezaposlenosti raste i svakim danom je sve veća, nezadovoljstvo stanovništva ali i zaposlenih od gubitka posla</li> <li>• Proračunski deficiti se povećavaju, a to rezultira smanjenjem sredstava koja Park prirode Papuk dobiva iz proračuna, trebalo bi razmotriti druge načine financiranja</li> <li>• Razina gospodarske aktivnosti drastično pada, razvoj pojedinih gospodarskih grana također</li> </ul>
<b>Društveni (S)</b>	<b>Tehnološki (T)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promjene u dobnoj strukturi stanovništva (stanovništvo je sve starije, mladi se iseljavaju u potrazi za poslom jer sve manje je zapošljavanja)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sve brži razvoj informacijske i komunikacijske tehnologije uvjetuje otuđenju pojedinca i smanjanju provedenog vremena vani u prirodi</li> </ul>

<sup>119</sup> Izrađeno prema cjelokupnoj istraženoj literaturi s ovog područja navedenoj na kraju ovoga rada.

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obrazovanost stanovništva raste ali budući mladi i obrazovani stručnjaci ili većina ostaje u gradu studiranja ili odlaze u inozemstvo</li> <li>• Analize pokazale da srednjoškolci i studenti najmanje posjećuju Park prirode Papuk, dok osnovnoškolska djeca najviše većinom zbog školskih izleta, a manje kada idu obiteljski</li> <li>• Tradicionalne društvene vrijednosti su se promijenile, baština ide u drugi plan, a društvo je postalo konzumerističko (trgovački centri postaju omiljenije odredište)</li> <li>• Lokalno stanovništvo pronalazi druge načine provođenja slobodnog vremena, ispred odlaska u prirodu ili u Park prirode često su egzistencijalni problemi, nedostatak slobodnog vremena, provođenje vremena pred računalom</li> <li>• Još uvijek razina ekološke svijesti u zajednici ali i u društvu nije dosegla potrebnu razinu, još uvijek se u Parku prirode pronalazi smeće koje ljudi ostave u prirodi za sobom.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dostupnost suvremene komunikacijske infrastrukture i tehnologije je sve veća međutim istraživanja<sup>120</sup> su pokazala kako razvijen facebook profil ili web stranica Parka prirode Papuk nije utjecalo na veću posjećenost, dapače, te lokacije na internetu su jako slabo posjećene</li> <li>• Razvoj tehnologije bitne za djelovanje Parka prirode Papuk omogućuju bolju stručnu opremljenost, preciznija geološka, biološka mjerenja</li> <li>• Snižavanje troškova poslovanja korištenjem novih tehnologija: brže, točnije i efikasnije obavljanje poslova uz pomoć novih tehnologija</li> <li>• Poboljšana dostupnost i korisnost usluga korisnicima kao rezultat tehnološkog napretka nije očit, barem prema pokazanim rezultatima anketnog istraživanja, iako je istraživanje rađeno samo na uzorku srednjoškolskih učenika, moguće je da odrasli koriste više mogućnosti koje im pruža internet</li> </ul>
---	---

**Tablica 13.** SWOT analiza JU Parka prirode Papuk<sup>121</sup>

<b>S (snage)</b>	<b>W (slabosti)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Osigurana izdašnja sredstva iz fondova EU</li> <li>• Konstruiran dobar <i>brand</i> JU Parka prirode Papuk</li> <li>• Jedini geopark u Hrvatskoj</li> <li>• Velika postignuća s obzirom na relativnu mladost Parka: veliki broj označenih planinarskih staza i puteva, biciklističkih staza, odmarališta i planinarskih domova, relativno raznolik broj aktivnosti</li> <li>• Suradnja sa Gimnazijom u Požegi u projektu GEL (Gimnazijski ekološki laboratorij)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedostatak stručnog kadra zbog potreba znanstvenih istraživanja i analiza unutar Parka</li> <li>• Problem granica Parka prirode Papuk (pregrubo određene, sijeku katastarske čestice)</li> <li>• Neodgovarajuća primjena marketinških aktivnosti: nedostatak razrađene i djelotvorne strategije, slaba posjećenost mladog stanovništva, posjećenost općenito u padu, povećana potražnja za aktivnostima i događajima za mlade, nedovoljno učinkovito oglašavanje</li> <li>• Poteškoće u uravnotežavanju ljudske eksploatacije i potreba za resursima sa</li> </ul>

<sup>120</sup> Provedeno anketno istraživanje među učenicima Gimnazije u Požegi navedeno i objašnjeno u kasnijem dijelu ovoga poglavlja.

<sup>121</sup> Isto.

<ul style="list-style-type: none"> <li>• geološki spomenik prirode Rupnica kao jedinstvena pojava vulkanskih stijena u Hrvatskoj</li> <li>• Projekt skore izgradnje suvremenog multimedijalnog Geo-info centra</li> <li>• Diploma Zeleni cvijet Hrvatske turističke zajednice za originalnu turističku ponudu za Grofovou poučnu stazu u parkšumi Jankovac 2006.</li> <li>• Povelja Europske federacije turističkih novinara za izvanredna postignuća u području turizma 2007.</li> </ul>	<p>zaštitom prirodne i kulturne baštine Parka (kamenolom, odluke o većoj sječi šuma, lovstvo).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Loša strategija naplata ulaznica u Park upravo zbog loše određenih granica, nemogućnost zatvaranja granica radi naplaćivanja</li> <li>• Rivalitet dviju županija na čijem se prostoru nalazi Park (Uprava u Velikoj, sjedište u Voćinu, otežano upravljanje)</li> <li>• Slaba suradnja sa lokalnom zajednicom poglavito sa mladim stanovništvom</li> </ul>
<p><b>O (prilike)</b></p>	<p><b>T (prijetnje)</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Veća mogućnost suradnje sa financijski orijentiranim tvrtkama i potencijalnim sponzorima</li> <li>• Mogućnost većeg korištenja sredstava fondova iz EU fondova</li> <li>• Konstruiranje bolje strategije naplata ulaznica</li> <li>• Veća suradnja sa lokalnim školama i Veleučilištem</li> <li>• Veća suradnja sa srodnim ustanovama u partnerskim programima</li> <li>• Bolja suradnja sa lokalnim medijima</li> <li>• Potreba stanovništva za odlazak u prirodu i odmak od teške svakodnevice</li> <li>• Organizacija i osmišljavanje više programa i događaja za mlade</li> <li>• Revitalizacija nekadašnjih skijališta (Zvečevo, Nevoljaš, Jankovac) obogatila bi zimsko-rekreativnu ponudu Parka</li> <li>• Mogućnost osiguranja prostora za kampiranje unutar Parka</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nepovoljne demografske promjene koje se tiče sve većeg broja starijeg stanovništva, obrazovano i mlado stanovništvo odlazi u veće gradove ili u inozemstvo u potrazi za poslom</li> <li>• Pojava konkurentskih ustanova: sve veći broj ne samo zaštićenih lokacija prirodne baštine već i kulturne baštine</li> <li>• Promjene zakonskih propisa koje ugrožavaju dugoročni razvoj i opstanak institucije: sve veća eksploatacija prirodnih resursa, kamenolomi unutar Parka prijetu neravnoteži zaštite kulturne i prirodne baštine</li> <li>• Pogoršanje životnog standarda korisnika institucije zbog sad već dugotrajne gospodarske krize</li> <li>• Pojava konkurentskih sadržaja izvan područja baštine: trgovački centri</li> </ul>

### 5.3. Organizacijska struktura i zaposlenici Parka prirode Papuk

Prema *Planu upravljanja Parka prirode Papuk* Parkom prirode upravlja Ustanova koju je sukladno Zakonu osnovala Vlada Republike Hrvatske Uredbom o osnivanju Javne ustanove Park prirode Papuk (Narodne novine br. 96/99), a u izravnoj nadležnosti je Ministarstva kulture. "Djelatnost Ustanove uključuje zaštitu, održavanje i promicanje parka prirode u cilju zaštite i očuvanja bitnih značajki i uloge Parka prirode, osiguravanje neometanog odvijanja

*prirodnih procesa i održivog korištenja prirodnih dobara, te nadzor nad provođenjem uvjeta i mjera zaštite prirode na zaštićenom području. Tijela Javne ustanove su: Upravno vijeće, ravnatelj i stručni voditelj. Upravno vijeće upravlja Ustanovom, a poslovanje Ustanove organizira i vodi ravnatelj kojeg imenuje ministar nadležan za poslove zaštite prirode na razdoblje od četiri godine. Stručni rad Ustanove vodi stručni voditelj, kojeg na prijedlog ravnatelja imenuje Upravno vijeće Ustanove na razdoblje od četiri godine. Unutarnje ustrojstvo i djelatnost Ustanove određeno je Statutom te Pravilnikom o unutarnjem ustrojstvu i načinu rada."*<sup>122</sup>

Na službenoj web stranici Parka navedene su unutarnje ustrojstvene jedinice Ustanove i zaposlenici:<sup>123</sup>

- Ured ravnatelja. U uredu ravnatelja obavljaju se administrativni i stručni poslovi za ravnatelja, protokolarni poslovi, poslovi u svezi odnosa sa sredstvima javnog priopćavanja, poslovi u svezi kontakata i komunikacija s tijelima državne uprave i lokalne samouprave, te drugim pravnim i fizičkim osobama, poslovi u svezi sa zaprimanjem i rješavanjem pošte upućene ravnatelju, vođenje evidencije i pohrane povjerljive pošte, kao i drugi stručni i administrativni poslovi u svezi s radom ravnatelja. Ured ravnatelja obavlja i ostale administrativne, kadrovske, pravne, financijske, knjigovodstvene i računovodstvene poslove. Ravnateljica: mr.sc Kristina Kožić, tajnica Ustanove: Anita Lovreković, dipl.jur., voditeljica računovodstva: Anica Došen.
- Služba stručnih poslova zaštite, održavanja, očuvanja, promicanja i korištenja parka prirode. Služba obavlja stručne poslove koji se odnose na zaštitu, održavanje, očuvanje i korištenje Parka prirode, posebno poslove u svezi izrade programa zaštite, održavanja, očuvanja, korištenja i promicanja Parka prirode, njegove provedbe, praćenja stanja krajobraza, te živog i neživog svijeta u Parku prirode, skrb o kapitalnim ulaganjima u Parku prirode u svezi zaštite, održavanja, očuvanja i korištenja Parka prirode, kao i druge odgovarajuće stručne poslove. Stručni voditelj: Goran Radonić, dipl.ing.geol., stručni savjetnik: Goran Pavić, dipl.ing.geol.

---

<sup>122</sup> Javna ustanova Park prirode Papuk. Plan upravljanja Parka prirode Papuk. Velika : Javna ustanova Park prirode Papuk, 2011. Str. 4.

<sup>123</sup> Službena web stranica Parka prirode Papuk : ustrojstvo. Dostupno na: <http://pp-papuk.hr/o-nama/ustrojstvo/> (25.05.2014.)

- Služba čuvara prirode. Služba čuvara prirode obavlja poslove nadzora u Parku prirode u svezi primjene Zakona o zaštiti prirode i Pravilnika o unutarnjem redu u Parku prirode Papuk. Radi provođenja poslova nadzora služba provodi odgovarajući upravni postupak, te poduzima zakonom propisane mjere protiv osoba koje su povrijedile Zakon o zaštiti prirode ili Pravilnik o unutarnjem redu. U okviru službe čuvaraprirode obavljaju se poslovi zaštite od požara. Također čuvari prirode u djelokrugu svog posla mogu surađivati sa drugim ustrojstvenim jedinicama. Glavna čuvarica prirode: Gordana Kukić, dipl.oec., ostali čuvari prirode: Alen Jurenac, Časlav Sikora, Stjepan Gal, Danijel Majstorović, Miroslav Mesić.
- Tehnička služba i služba održavanja. Tehnička služba obavlja stručne i tehničke poslove u svezi održavanja objekata i opreme, održavanja vozila i opreme, održavanja prometnica i puteva u Parku prirode Papuk koji su u nadležnosti Ustanove, kao i druge tehničke poslove, te poslove čišćenja poslovnih prostora Ustanove, kao i određenih javnih površina. Voditelj tehničke službe: Milan Uglješić, djelatnik za održavanje staza, puteva i građevinskih objekata: Željko Blažević.

Na službenim web stranicama također je navedeno kako trenutno u JU Park prirode Papuk zaposleno 13 djelatnika. Optimalno stanje bi bila mogućnost popunjenja svih radnih mjesta sistematiziranih po Pravilniku o unutarnjem ustrojstvu i načinu rada, jer je trenutni broj zaposlenih nedovoljan obzirom na veličinu prostora, te otežava kvalitetno upravljanje Parkom. Ustanova ima potrebe za značajnim povećanjem broja zaposlenih, a posebno stručnog osoblja (biolog, arheolog, šumar, informatičar, pravnik).<sup>124</sup>

#### 5.4. Marketing miks

Marketing miks Parka prirode Papuk sastoji se od definiranja proizvoda, cijene, distribucije i promocije JU Park Prirode Papuk.

1. Cjelokupni proizvod Parka prirode Papuk sastoji se od svih proizvoda i usluga koje Ustanova nudi svojim posjetiteljima. Papuk obiluje prirodnim i antropogenim vrijednostima prostora (očuvana priroda, očuvani okoliš, geološke značajke, zdrava klima, očuvana prirodna baština, raznolikost biljnih i životinjskih vrsta, slikoviti krajobrazi, područja pogodna za

---

<sup>124</sup> Isto.

rekreaciju, prirodni ljekoviti činitelji, razni pojavni oblici vode, ruralne cjeline, povijesna mjesta, arheološka nalazišta, spomenici kulture, etnografska i folklorna obilježja, prostorni znaci identiteta kraja, itd.). Budući da je turizam djelatnost koja koristi upravo takav prostor Park prirode Papuk ima veliki potencijal za daljnji razvoj turizma.

Zahvaljujući iznimnom prirodnom i kulturno-povijesnom bogatstvu Park prirode Papuk može graditi svoju turističku ponudu na brojnim elementima:<sup>125</sup>

- geološke značajke (spilje, stjenjaci, vidikovci, kanjoni, geopunktovi)
- klima
- vode (jezera, slapovi)
- biljni svijet (šume, botaničke staze i rezervati)
- kulturno-povijesne atrakcije (arheološka nalazišta, stari gradovi, crkve, staklane, groblja)
- manifestacije (festivali, planinarske ture)
- sportsko-rekreacijski objekti (skijališta, planinarski domovi, toplice, bazeni, stijena za slobodno penjanje, paragliding uzletišta, biciklističke staze)

Prije proglašenja Papuka zaštićenim dijelom prirode turizam na ovim prostorima bazirao se na temeljima planinarstva, izviđaštva, lovstva te organiziranih sindikalnih izletničkih tura. Izletnici, rekreativci i turisti dolazili su najčešće iz bliže okolice na odmor i opuštanje, uglavnom tijekom vikenda. Najposjećenija mjesta bila su Orahovačko jezero, Zvečevo, Jankovac, Kutjevo, Velika od kojih su većina nažalost doživjela sudbinu propadanja bilo zbog neadekvatnog ulaganja, nelegalne gradnje, nedefiniranog vlasništva, ratnog razaranja i dr. JU Park prirode Papuk od svog osnutka radi na turističkoj promociji ovog zaštićenog prostora i mogućnostima koje on pruža u turističkom smislu, kilometri uređenih i markiranih planinarskih staza (oko 200 km) presijecaju Park prirode Papuk, a samim bilom Papuka prolazi Slavonski planinarski put.<sup>126</sup>

U Parku prirode Papuk postoje objekti:<sup>127</sup>

1. Planinarski domovi: Jankovac, Lapjak
2. Planinarske kuće: Trišnjica, Jezerce (Nevoljaš), Šaševo

---

<sup>125</sup> Isto. Str. 31.

<sup>126</sup> Isto.

<sup>127</sup> Isto.



3. Planinarsko sklonište: Mališćak
4. Lovačke kuće: Djedovica, Leštat

U samom početku svog rada Javna Ustanova označila je, uniformiranim drvenim tablama, sve važnije ulaze u Park prirode Papuk. JU Parka prirode Papuk do sada je izradila i četiri poučne staze:<sup>128</sup>

- Poučna staza Lapjak – prva brdsko-planinska poučna staza u Slavoniji
- Grofova poučna staza na Jankovcu – dobitnica nagrade Hrvatske turističke zajednice Zeleni cvijet 2006., kao najbolja u kategoriji originalne turističke destinacije kontinentalne Hrvatske
- Poučna geološka staza na lokalitetu Rupnica – kandidirana 2008. godine za nagradu Zeleni cvijet Hrvatske turističke zajednice u kategoriji turistička ponuda ili posebnost
- Poučna staza Ružica- kandidirana 2009. godine za nagradu Zeleni cvijet Hrvatske turističke zajednice u kategoriji turistička ponuda ili posebnost.

U sklopu projekta Grofove staze na Jankovcu je postavljena i suvenirnica – info točka koja služi i kao nadzornička postaja. U 2006. godini uz potporu HTZ-a, lokalnih vinara te Grada Kutjeva, JU PP Papuk realizirala je označavanje tri brdske biciklističke staze u vinorodnom području Kutjeva. Za potrebe turizma i protupožarne zaštite postavljena su i četiri vidikovca na Češljakovačkom visu, Mališćaku, Nevoljašu i Ružica gradu koji predstavljaju značajnu turističku točku prilikom izletničkih i planinarskih tura. U 2010. godini postavljen je i vidikovac na Petrovom vrhu koji je sastavni dio tematskog puta „Putevima vina, lova i ribolova“ turističke zajednice grada Orahovice. Turističku ponudu Parka prirode Papuk obogatilo je i uređenje prve stijene za slobodno penjanje u Slavoniji, na lokalitetu Sokoline, kao i paragliding uzletište Pliš. U 2007. godini postavljena je turistička (smeđa) signalizacija koja označava Park prirode Papuk na prostoru Požeško-slavonske županije, 2010. godine postavljena je turistička signalizacija sa obilježjima Parka prirode i Geoparka Papuk na prostoru Virovitičko-podravske županije.<sup>129</sup>

---

<sup>128</sup> Javna ustanova Park prirode Papuk. Plan upravljanja Parka prirode Papuk. Velika : Javna ustanova Park prirode Papuk, 2011. Str. 32.

<sup>129</sup> Isto.

U smislu turističke afirmacije srednjovjekovnih gradova PP Papuk, u sklopu projekta HTZ-ova Ureda za kulturni turizam uređeni su pristupi i postavljene edukativne table na Kamengradu i Ružici gradu, projekt rekonstrukcije grobnice Grofa Jankovića na Jankovcu završena je.<sup>130</sup>

Velika informacijska turistička tabla PP Papuk s kartom postavljena je u Voćinu, Duzluku, Kutjevu, Orahovici, Čačincima, Slatini, Velikoj, Kaptolu, na Jankovcu, Rupnici, Zvečevu, te na jezeru u Orahovici, a u pripremi je postavljanje takvih tabli u Požegi i na Veličkim bazenima. Za afirmaciju turizma u Velikoj, glavnom centralnom ulazu u Park prirode Papuk, posebnu ulogu ima završeni posjetiteljski centar, s uređenom prezentacijskom dvoranom, suvenirnicom te izložbenim postavom. U planu je uspostava još dva informacijska centra i suvenirnice na Jankovcu i na orahovačkom jezeru, te geoinfocentar u Voćinu. U 2008. godini započeo je projekt izgradnje Geopark trga u Velikoj, pokrenut je projekt obnove skijališta Nevoljaš, te projekt Biciklistička ruta kroz četiri Parka prirode. U 2009. godini napravljene su pripreme radnje za botaničku poučnu stazu Pliš-Mališćak-Turjak i poučnu stazu Stari hrastovi. U smislu razvoja geoturizma uređena je i obilježena nekolicina (dvadesetak) geoloških lokaliteta uz postavljanje interpretacijskih tabli u Vrhovcima, na Petrovom vrhu te Kutjevačkoj rijeci. Izrađeni su i zidani ulazni zidići koji ukazuju na dolazak u Geopark Papuk.<sup>131</sup>

U skoroj budućnosti planira se izgradnja suvremenog Geo-info centra u Voćinu u Virovitičko-podravskoj županiji, u kojem će se inovativnim metodama posjetiteljima predstaviti geološko, biološko i kulturno-povijesno bogatstvo Parka. U sklopu projekta predviđena je suvremena višedimenzionirana kino dvorana sa 20-ak mjesta, u kojoj će posjetitelji uz razne 4D efekte u filmu putovati kroz vrijeme od suvremenog Voćina pa sve do Velikog praska. Nakon što pogledaju film, posjetitelji će moći ući u izložbeni prostor geologije u kojem će biti interaktivni stolovi na kojima će se prikazivati razne teme poput vulkana, potresa (posjetitelj će moći doživjeti potres) te vrsta stijena na Papuku. Posebno zanimljiva bit će projekcija planete Zemlje na velikoj kugli koja će lebdjeti u izložbenom prostoru te tri niše atmosfere: podzemlje sa špiljom sa šišmišima u kojoj će posjetitelji imati osjećaj da kraj njih lete šišmiši, miocensko kopno u kojem će se ući u svijet Papuka prije 23 milijuna godina uz jedinstveni

---

<sup>130</sup> Javna ustanova Park prirode Papuk. Plan upravljanja Parka prirode Papuk. Velika : Javna ustanova Park prirode Papuk, 2011. Str. 31.

<sup>131</sup> Isto. Str. 31-32.

doživljaj miocenskog nosoroga, sabljozube mačke, slonova sa lopatastim kljovama te miocensko podmorje Papuka i Panonskog mora, gdje će kraj posjetitelja plivati Carcharodon, izumrla divovska morska psina miocenskog razdoblja. Posjetitelji će također moći hodati kroz staništa Papuka, a na podu će se izmjenjivati razne vrste lišća kroz koje će hodati, čut će se žubor vode i lelutati travnjačke biljke. U sklopu projekta predviđena je i suvenirnica, kafić sa terasom, kutak za internet i brojni drugi sadržaji. Suvremeni multimedijalni centar otvorit će se krajem 2015. godine, a vrijednost prijavljenog projekta iznosi 38.085.039,76 kuna te obuhvaća izgradnju, opremanje i stavljanje u funkciju. Projekt je prijavljen u veljači na strukturne fondove na Operativni program regionalna konkurentnost 2007. - 2013. godina, Shema dodjele bespovratnih sredstava za poslovnu infrastrukturu, Podršku na putu prema dobivanju potpore iz EU fondova ovom projektu dalo je i Ministarstvo zaštite prirode i okoliša, koje ga je uvrstilo u svoje prioritetne projekte te prijavilo Ministarstvu regionalnog razvoja i fondova EU kao jedan od strateških turističkih projekata.<sup>132</sup>

2. Cijena Parka Prirode Papuk sastoji se od cijena ulaznica koje Park naplaćuje svojim korisnicima, od cijena usluga stručnog vođenja, cijena stručnih izdanja (publikacija) te suvenira koji se mogu kupiti unutar Parka, cijene za održavanje jednodnevnih događanja unutar Parka, cijene iznajmljivanja opreme za turizam, sport i rekreaciju, godišnje naknade za reklamne panoje, cijene za turističko-ugostiteljsku djelatnost i trgovinu na malo prehrambenim i neprehrambenim proizvodima, cijene za iznajmljivanje sredstava za turističku i rekreativnu namjenu te cijene za organizaciju sportsko-rekreacijskih aktivnosti.<sup>133</sup>

Ulaznica u Park prirode Papuk (za organizirane grupe): za odrasle – 25,00 kn, za djecu i studente – 20,00 kn, za umirovljenike – 20,00 kn, za planinare (s iskaznicom) – 20,00 kn. Edukativni program – cijene usluga stručnog vođenja: poludnevno vođenje (do 4 sata) 250,00 kn, cjelodnevno vođenje (do 6 sati) 350,00 kn, usluga prezentacije (info centar) 250,00 kn, radni listić – 5,00 kn.

Tiskana izdanja Parka prirode Papuk: Turistička karta Parka prirode Papuk – 30,00 kn, Geološki vodič kroz Park prirode Papuk – 50,00 kn, Rijetke i ugrožene vrste PP Papuk – 25,00 kn, Srednjovjekovna baština PP Papuk – 25,00 kn. Suveniri Parka prirode Papuk:

---

<sup>132</sup> Park prirode Papuk dobit će suvremeni multimedijalni Geo-info centar vrijedan više od 38 milijuna kuna. // Business.hr. Dostupno na: <http://www.business.hr/eu-fondovi/park-prirode-papuk-dobit-ce-suvremeni-multimedijalni-geo-info-centar-vrijedan-vise-od-38-milijuna-kuna> (25.05.2014.)

<sup>133</sup> Službena web stranica Parka prirode Papuk : cjenik. Dostupno na: <http://pp-papuk.hr/cjenik/> (25.05.2014.)

Majica Parka prirode Papuk – 60,00 kn, majica crna Dan planeta Zemlje – 40,00 kn, razglednica keramička Jankovac – 25,00 kn, razglednica keramička Rupnica – 25,00 kn, medaljon – jaglac – 18,00 kn, magnetić – grifon – 15,00 kn, medaljon – Ružica grad – 15,00 kn, Ružica grad (keramika) – 20,00 kn, geološki suvenir (Panonsko more-fosili) – 20,00 kn, bookmarker – 15,00 kn, Lončić (šalica obični) – 25,00 kn, lončić zgužvani – 25,00 kn, Askos – 100,00 kn, čaša replika – 25,00 kn, Žara – 120,00 kn, medaljon logo – 15,00 kn, zdjelica – 30,00 kn, svječnjak -30,00 kn, drveni privjesak-konop – 10,00 kn, drveni bedž – 10,00 kn, drveni privjesak magnet – 10,00 kn.

Događanja u prostoru Parka prirode Papuk (jednodnevno): Koncerti na otvorenom –500,00 kn – 3.000,00 kn, demonstracija vozila, opreme i proizvoda – 2.000,00 kn, snimanje u komercijalne svrhe do 6 h – 2.000,00 kn, snimanje u komercijalne svrhe preko 6 h – 3.000,00 kn, snimanje parka prirode iz zraka – 2.000,00 kn, fotografiranje u komercijalne svrhe – 1.000,00 kn, organizacija biciklističkog natjecanja – 1.000,00 kn, organizacija maraton utrka – 1.000,00 kn, organizacija orijentacijskog trčanja – 1.000,00 kn, organizacija paragliding natjecanja – 1.000,00 kn, organizacija natjecanja u sportskom penjanju ili škola penjanja– 600,00 kn, organizacija automobilističkih natjecanja po danu – 10.000,00 kn. Iznajmljivanje opreme za turizam, sport i rekreaciju: Iznajmljivanje čamca – 0,5 h – 30,00 kn, iznajmljivanje bicikla – 1 h – 15,00 kn, cijeli dan (8h) – 80,00 kn, iznajmljivanje prostora odmarališta (Dubočanka) na dan – 250,00 kn. Godišnja naknada za reklamni pano: Reklamni pano – mali (do 2 m<sup>2</sup>) – 2.000,00 kn, reklamni pano – veliki (od 2 m<sup>2</sup>) – 5.000 kn.

Turističko-ugostiteljska djelatnost i trgovina na malo prehrambenim i neprehrambenim proizvodima: Hoteli – 10.000,00 – 20.000,00 kn, moteli – 5.000,00 – 10.000,00 kn, kamp – 5.000,00 – 10.000,00 kn, bistro (posluživanja pića) – 2.000,00 – 5.000,00 kn, restoran – 10.000,00 – 20.000,00 kn, poslovni prostor-odmarališta – 4.000,00 – 10.000,00 kn, planinarski dom, lovačke kuće (smještaj) – 5.000,00 – 10.000,00 kn, bazeni, kupalište – 5.000,00 – 10.000,00 kn, kiosk, prikolice, montažni objekti do 12 m<sup>2</sup> - 2.000,00 – 5.000,00 kn, ambulatna prodaja (škrinja, aparati za sladoled, aparati za pripremu hrane, štandovi, rukotvorine, suveniri, autohtoni prehrambeni proizvodi – 500,00 – 5.000,00 kn.

Iznajmljivanje sredstava za turističku i rekreativnu namjenu: čamac na vesla – 500 kn godišnje, pribor i oprema za birdwatching – 200 kn godišnje, speleologiju – 500 kn godišnje, bicikli – 500 kn godišnje, panoramski dalekozor – 1.000 kn godišnje, jahanje – 500 kn

godišnje, kočija – 1.000 kn godišnje. Organizacija sportsko-rekreacijskih aktivnosti: sportski ribolov (ribolovno područje Požeško-slavonske županije) – 10.000,00 kn godišnje.<sup>134</sup>

3. Budući da je prirodna i kulturna baština Parka prirode Papuk baština *in situ*, nepokretna baština čije se usluge i proizvodi "proizvode" i "konzumiraju" na istom mjestu, distribucija Parka prirode Papuk je zapravo područje na kojem se Park prirode Papuk nalazi.

4. Promocija Parka prirode Papuk odnosi se na aktivnosti poput sudjelovanja na sajmovima i kongresima, predavanja i prezentacije PP Papuk, objavljivanje članaka u dnevnom tisku i stručnim časopisima, sudjelovanje u radio i TV emisijama, suradnja s drugim parkovima, redovito ažuriranje Internet stranica, izložbe, radionice, manifestacije i dr. JU Parka prirode Papuk redovito obilježava svjetske datume vezane za zaštitu prirode i okoliša, poput Dana planeta Zemlje, Svjetskog dana voda, Dana zaštite prirode i dr. JU surađuje i promovira lokalne davatelje turističkih usluga (seoska gospodarstva, turističke agencije, obiteljski objekti), također surađuje s lokalnim turističkim zajednicama i TZ-om županija. Za potrebe promocije JU Park prirode Papuk izradila je cijeli niz promotivnih materijala i prikladnih suvenira.<sup>135</sup> Najpoznatije objavljene publikacije koje je moguće kupiti u Parku prirode Papuk ili preuzeti u e-obliku sa web stranice Parka su: Podzemlje Parka prirode Papuk (poster), Biljni svijet Parka prirode Papuk (poster), Ptice Parka prirode Papuk (poster), Biciklističke staze – Kutjevo (poster), Život na mrtvom drvetu (brošura), Park-šuma Jankovac (brošura), Park prirode Papuk (brošura), Geološki vodič (vodič), Papuk Geopark (brošura), Europska mreža geoparkova - Papuk geopark (brošura), Priručnik za prepoznavanje (priručnik), Srednjovjekovna baština Parka prirode Papuk (knjiga), Srednjovjekovne utvrde Parka prirode Papuk (plakat), Slavonski arhipelag u "Panonskom moru" (poster), Šume Parka prirode Papuk (poster), Vodozemci i gmazovi Parka prirode Papuk (poster), Vretenca Parka prirode Papuk (poster), Ivanjski rovaš (brošura).<sup>136</sup> Suveniri koje je moguće kupiti unutar Parka prirode Papuk su: Majica Parka prirode Papuk, majica crna Dan planeta Zemlje, razglednica keramička Jankovac, razglednica keramička Rupnica, medaljon – jaglac, magnetić – grifon, medaljon – Ružica grad, Ružica grad (keramika), geološki suvenir (Panonsko more-fosili),

---

<sup>134</sup> Službena web stranica Parka prirode Papuk : cjenik. Dostupno na: <http://pp-papuk.hr/cjenik/> (25.05.2014.)

<sup>135</sup> Javna ustanova Park prirode Papuk. Plan upravljanja Parka prirode Papuk. Velika : Javna ustanova Park prirode Papuk, 2011. Str. 34.

<sup>136</sup> Službena web stranica Parka prirode Papuk : publikacije. Dostupno na: <http://pp-papuk.hr/publikacije/> (25.05.2014.)

bookmarkeri, lončić (šalica obični), lončić zgužvani, Askos, čaša replika, žara, medaljon logo, zdjelica, svječnjak, drveni privjesak-konop, drveni bedž, drveni privjesak magnet.<sup>137</sup>

## 5.5. Dosadašnja istraživanja posjetitelja

Prema dokumentu Plan upravljanja Parka prirode Papuk, na prostoru Parka prirode Papuk postoji izuzetno veliki broj cestovnih ulaza (županijska cesta u krajnje zapadnom dijelu zaštićenog prostora, državna cesta (Voćin-Kamenska) koja se nalazi u istočnom dijelu, te cijeli niz lokalnih prometnica, koje u parku prelaze u šumske ceste). Zbog navedenog te zbog nazočnosti velikog broja korisnika u prostoru koji svakodnevno prolaze ili borave (rade) u PP Papuk, bilo je nemoguće primijeniti sistem kontrole ulaza i naplate ulaznica u zaštićeni prostor na svim ulazima. Osnovu turističke ponude Parka prirode Papuk čine programi poludnevnih i cjelodnevnih izleta uz mogućnost naplate ulaznica i uslugu stručnog vođenja organiziranim posjetiteljima. Iako je vrlo teško pratiti broj individualnih posjetitelja kroz relevantne pokazatelje, uspostavom naplate ulaznica organiziranim posjetiteljima (koji se najave u JU) mogu se dobiti pokazatelji o turističkim posjetama u PP Papuk.<sup>138</sup>

**Tablica 14.** Broj posjetitelja Parka prirode Papuk za razdoblje 2004.-2009. godine<sup>139</sup>

<b>Godina</b>	<b>2004.</b>	<b>2005.</b>	<b>2006.</b>	<b>2007.</b>	<b>2008.</b>	<b>2009.</b>
<b>Broj posjetitelja</b>	1050	1600	4224	5760	7166	6615

U 2009. godini zaustavljen je trend porasta turističkih posjeta, broj prodanih ulaznica smanjen je za 7,69% u odnosu na 2008. godinu. Na smanjenje broja posjetitelja bitno su utjecale vremenske prilike (kišoviti travanj i listopad), raniji završetak školske godine u odnosu na 2008. godinu, a na smanjenje broja posjetitelja svakako je utjecala i financijska kriza. Od ukupnog broja posjetitelja 48,12% došlo je organizirano putem turističkih agencija, dok je 51,88% posjetitelja došlo u individualnom aranžmanu. Najveći dio posjetitelja u PP Papuk čine domaći posjetitelj 98,9%, dok se svega 1,1% prodanih ulaznica odnosi na strane posjetitelje. U strukturi posjetitelja najveći dio odnosi se na osnovnoškolsku djecu 62,67%,

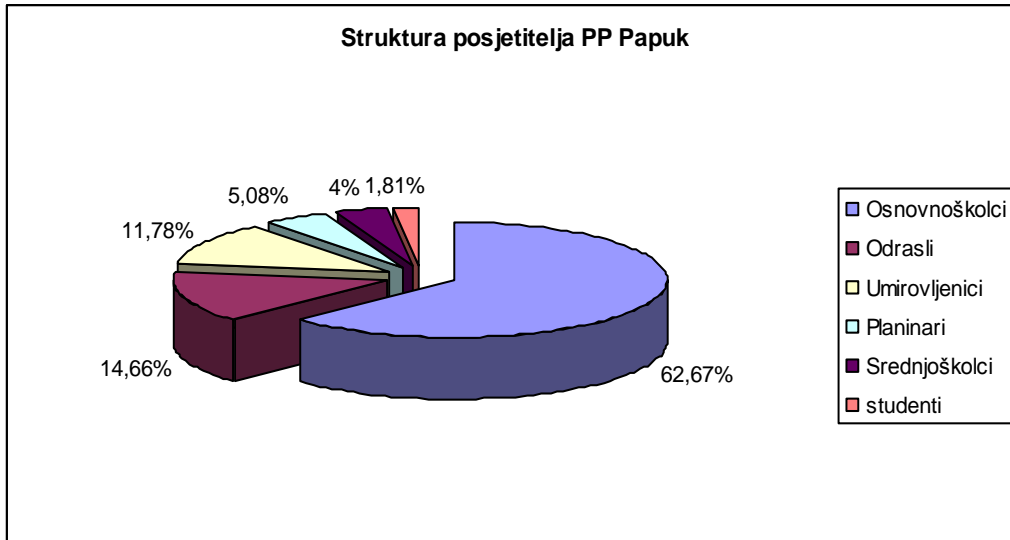
<sup>137</sup> Službena web stranica Park prirode Papuk : cjenik. Dostupno na: <http://pp-papuk.hr/cjenik/> (25.05.2014.)

<sup>138</sup> Javna ustanova Park prirode Papuk. Plan upravljanja Parka prirode Papuk. Velika : Javna ustanova Park prirode Papuk, 2011. Str. 31-32.

<sup>139</sup> Isto. Str. 33.

potom slijede odrasli 14,66%, umirovljenici 11,78%, planinari 5,08%, srednjoškolci 4%, studenti 1,81%.<sup>140</sup>

**Grafikon 1.** Struktura posjetitelja Parka prirode Papuk<sup>141</sup>



Pretpostavlja se da je stvarni broj posjetitelja puno veći, zbog nemogućnost kontrole svih ulaza u Park velik je broj posjetitelja koji ulaze bez ulaznice. Najveći broj posjetitelja Parka posjećuje Park šumu Jankovac i Grofovu poučnu stazu. Za budući razvoj turizma PP Papuk nužno je proširiti turističku ponudu kako bi se rasteretio Jankovac. Premda je Jankovac najpoznatija destinacija u Parku potrebno je intenzivnije promovirati i posjete ostalim dijelovima Parka (poučna staza Lapjak, srednjovjekovni gradovi, Rupnica, poučna staza Ružica grad, botaničke staze i dr.). Pretpostavka je da će Jankovac i u buduće ostati najznačajnija destinacija u Parku stoga je nužno unaprijediti postojeću turističku infrastrukturu (urediti info-centar za posjetitelje, riješiti sanitarno pitanje, sanirati poučnu stazu po završetku sezone, obnoviti grobnicu grofa Jankovića) kako bi se osigurao cjeloviti turistički proizvod. Obogaćivanju turističke ponude PP Papuk svakako bi doprinijela i revitalizacija skijaških lokaliteta. Revitalizacija nekadašnjih skijališta (Zvečevo, Nevoljaš, Jankovac) obogatila bi zimsko-rekreativnu ponudu Parka, ali i cijele Slavonije. Veliki dio turističkog tržišta u zaštićenim područjima čine posjetitelji koji žele kampirati u takvim područjima. I u PP Papuk postoji interes za kampiranjem, stoga je jedan od budućih projekata i izgradnja osnovne infrastrukture potrebne za kampiranje (primjerice na livadama uz

<sup>140</sup> Isto.

<sup>141</sup> Isto.

Dubočanku, Zvečevo, jezero u Orahovici) kako bi osigurali uvjete za razvoj i ovog oblika turizma.<sup>142</sup>

*"Od 2009. godine nisu rađena istraživanja strukture i količine posjetitelja, upravo zbog toga jer je potrebno provesti regulaciju i promjene granica Parka, međutim do sada se pokazalo kako je skupina koja još uvijek prednjači po broju posjeta su djeca školskog uzrasta zbog suradnje škola i agencija, programa škola u prirodi. Također. Domaći posjetitelji daleko prednjače nad stranim posjetiteljima",* kaže ravnateljica Javne ustanove Park prirode Papuk mr.sc Kristina Kožić.

## 5.6. Segmentacija, targetiranje i pozicioniranje ciljanih korisnika

Ciljana skupina: učenici srednje škole (gimnazije u Požegi) u dobi od 16 do 18 godina

Razlog odabira ove ciljane skupine za istraživanje:

- Neposredna blizina Parka prirode Papuk (nalazi se unutar jedne od županije unutar koje se nalazi Park prirode Papuk): čine populaciju (lokalnu zajednicu) koja živi na prostoru ili u blizini samog prostora Parka i na taj način imaju mogućnost ne samo češćeg posjeta već i samog života na tom prostoru, ali i odnosa samog Parka sa lokalnom zajednicom
- Skupina budućih visokoobrazovanih ljudi, a najveći broj od svih srednjih škola se nalazi upravo u gimnaziji (dosadašnja istraživanja na području baštine pokazala su kako posjete baštinskim lokacijama i ustanovama ovise o obrazovanju, o prihodima, postoji veliki utjecaj roditelja na djecu jer ako su roditelji visokoobrazovani u većini slučajeva i njihova djeca će biti, pa tako ako su roditelji djecu dok su bila mala vodili u baštinske ustanove i lokacije tada će oni kad odrastu češće ići, ali i voditi svoju djecu jednoga dana
- Srednjoškolska dob: najrizičnija skupina za posjete baštinskim lokacijama i ustanovama ali i prava dob u kojoj se još uvijek mogu oblikovati i mijenjati stavovi te želje i pogledi na baštinske ustanove i lokacije. Dob u kojoj je još moguće da posjećuju sa roditeljima, pa se tako može vidjeti i u kojoj mjeri roditelji još uvijek utječu na dijete i na koji način.

---

<sup>142</sup> Javna ustanova Park prirode Papuk. Plan upravljanja Parka prirode Papuk. Velika : Javna ustanova Park prirode Papuk, 2011. Str. 33-34.



### 5.6.1. Anketno istraživanje među učenicima Gimnazije Požega

19. svibnja 2014. godine provedeno je anketno istraživanje za potrebe ovog diplomskoga rada u tri razreda Gimnazije Požega: 2.e razred Jezične gimnazije, 2.c razred Opće gimnazije te 3.b razred Prirodoslovno-matematičke gimnazije u Požegi, a o iskustvima i razmišljanjima o Parku prirode Papuk. Anketirano je ukupno 79 učenika, od toga 28 učenika 2.e razreda Jezične gimnazije, 25 učenika 2.c razreda Opće gimnazije te 26 učenika 3.b razreda Prirodoslovno-matematičke gimnazije. Anketi je pristupilo ukupno 32 momaka i 47 djevojaka u dobi od 16 do 18 godina. Anketa je bila anonimna. Od ukupno 11 pitanja u anketi, bilo je tri tipa pitanja. Prvi tip sastojao se od učestalosti posjeta prema kategorijama unutar kojih su se ispitanici trebali odlučiti za jednu od sljedećih: vrlo često (više od 10 puta), često (5-10 puta), rijetko (3-5 puta), vrlo rijetko (1-3 puta) i nikada. Drugi tip pitanja bio je sa mogućnostima zaokruživanja više ponuđenih odgovora (mogućnosti a, b, c...). Treći tip pitanja (jedno pitanje je oblikovano na takav način) bilo je opisno, tražilo se razmišljanje: "sviđa/ne sviđa", "biste li nešto promijenili."

**Tablica 15.** Analiza rezultata provedene ankete za prvo pitanje

1. Posjećujem zaštićena područja prirode (nacionalni park, park prirode, spomenik prirode, strogi rezervat, posebni rezervat, značajni krajobraz, park šuma, spomenik parkovne arhitekture) u Republici Hrvatskoj:						
Spol	Gimnazijski program	vrlo često	često	rijetko	vrlo rijetko	nikada
Ž	Jezična	/	/	10	12	/
	Opća	2	2	2	7	2
	Prirodoslovno-matematička	/	4	5	1	1
<b>Ukupno Ž</b>		<b>2</b>	<b>6</b>	<b>17</b>	<b>20</b>	<b>3</b>
M	Jezična	/	1	3	2	/
	Opća	1	2	2	5	/
	Prirodoslovno-matematička	2	3	4	4	2
<b>Ukupno M</b>		<b>3</b>	<b>6</b>	<b>9</b>	<b>11</b>	<b>2</b>
<b>Ukupno Ž+M=79</b>		<b>5</b>	<b>12</b>	<b>26</b>	<b>31</b>	<b>5</b>

U tablici 15. vidljivo je da ukupno 31 učenik, najveći broj učenika, posjećuje vrlo rijetko (1-3 puta) zaštićena područja u Republici Hrvatskoj što uključuje nacionalni park, park prirode, spomenik prirode, strogi rezervat, posebni rezervat, značajni krajobraz, park šuma, spomenik parkovne arhitekture. 26 učenika posjećuje zaštićena područja prirode vrlo rijetko, 12 njih

posjećuje ih često, vrlo često petero učenika dok nikada nije posjetilo samo 5 učenika. Ovaj rezultat je dosta dobar jer je pokazao da učenici jesu dosta posjetili zaštićena područja u RH, međutim rezultati bi mogli biti i bolji. Što se tiče spola i gimnazijskog programa, ovi čimbenici ne čine neku razliku u odgovorima. Moguće je zaključiti kako bi se ovakve ustanove mogle puno bolje potruditi oko svog oglašavanja, ali i suradnje sa školama u organiziranim posjetama jer nije svima lako doći do udaljenijih mjesta u Hrvatskoj.

**Tablica 16.** Analiza rezultata provedene ankete za drugo pitanje

2. Šetam, planinarim (organizirano ili neorganizirano), vozim se biciklom ili provodim piknike i izlete ili druge aktivnosti unutar Parka prirode Papuk:						
Spol	Gimnazijski program	vrlo često	često	rijetko	vrlo rijetko	nikada
Ž	Jezična	1	1	2	4	13
	Opća	2	3	2	2	6
	Prirodoslovno-matematička	1	2	4	3	1
<b>Ukupno Ž</b>		<b>4</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>20</b>
M	Jezična	/	1		4	2
	Opća	/	2	3	3	2
	Prirodoslovno-matematička	3	2	4	2	4
<b>Ukupno M</b>		<b>3</b>	<b>5</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>8</b>
<b>Ukupno Ž+M=79</b>		<b>7</b>	<b>11</b>	<b>15</b>	<b>18</b>	<b>28</b>

U tablici 16. vidljivo je da ukupno 28 učenika, najveći broj učenika, nikada ne šeta, ne planinari (organizirano ili neorganizirano), ne vozi se biciklom ili ne provodi piknike i izlete ili druge aktivnosti unutar Parka prirode Papuk. Iza toga slijedi odgovor vrlo rijetko sa brojem 18, rijetko sa brojem 15, a često sa brojem 11 dok je na zadnjem mjesto mogućnost vrlo često sa 7 odgovora. Muški ispitanici za nijansu češće šetaju, planinare (organizirano ili neorganizirano), voze se biciklom ili provode piknike i izlete ili druge aktivnosti unutar Parka prirode Papuk. Također, prirodoslovno-matematički gimnazijski program pokazao je kako za nijansu više posjećuju Park. Sam Park bi se trebao potruditi organizirati više usputnih i svakodnevnih aktivnosti vožnje biciklom ili planinarenja, pa i organiziranih, ali sve to dakako dobro oglasiti.

**Tablica 17.** Analiza rezultata provedene ankete za treće pitanje

3. Posjećujem "Papučke jaglace" (tradicionalni događaj koji obilježava prvi dan proljeća svake godine, a organizira ga HPD Sokolovac, uz Općinu Velika, Park prirode Papuk, Grad
--

Požegu, TZ Grada Požege i Požeško-slavonsku županiju):						
Spol	Gimnazijski program	vrlo često	često	rijetko	vrlo rijetko	nikada
Ž	Jezična	/	/	2	2	17
	Opća	/	/	1	7	7
	Prirodoslovno-matematička	/	/	2	4	5
<b>Ukupno Ž</b>		<b>/</b>	<b>/</b>	<b>5</b>	<b>13</b>	<b>29</b>
M	Jezična	/	/	/	2	5
	Opća	/	/	1	3	6
	Prirodoslovno-matematička	/	3	3	3	6
<b>Ukupno M</b>		<b>/</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>17</b>
<b>Ukupno Ž+M=79</b>		<b>/</b>	<b>3</b>	<b>9</b>	<b>21</b>	<b>46</b>

U tablici 17. vidljivo je kako najveći broj učenika, čak njih 46 nikada nije posjetio "Papučke jaglace", tradicionalni događaj koji obilježava prvi dan proljeća svake godine, a organizira ga HPD Sokolovac, uz Općinu Velika, Park prirode Papuk, Grad Požegu, TZ Grada Požege i Požeško-slavonsku županiju. Njih 21 posjetilo je vrlo rijetko, dok su često posjetili njih 9, a često samo 3 ispitanika. Muški ispitanici prednjače u posjeti "Papučkim jaglacima", dok gimnazijski program ne pravi neku posebnu razliku. Park bi trebao puno više oglašavati ovakve događaje i uz njih organizirati neke popratne događaje za mlade kako bi popularizirao ovakve događaje i među mladima.

**Tablica 18.** Analiza rezultata provedene ankete za četvrto pitanje

4. Zaokružite mjesta unutar Parka prirode Papuk koji ste posjetili. (moguće više odgovora)										
Spol	Gimnazijski program	a)	b)	c)	d)	e)	f)	g)	h)	i)
Ž	Jezična	/	18	/	2	11	1	9	/	1
	Opća	1	12	/	/	8	5	7	3+Tauberove stijene	1
	Prirodoslovno-matematička	1	10	2	2	6	6	6	1	1
<b>Ukupno Ž</b>		<b>2</b>	<b>40</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>25</b>	<b>12</b>	<b>22</b>	<b>5</b>	<b>3</b>
M	Jezična	2	7	2	1	2	2	1	/	
	Opća	1	10	1	1	5	4	4	3	
	Prirodoslovno-matematička	2	13	3	3	6	5	8	4 + Češljakovački vis	1
<b>Ukupno M</b>		<b>5</b>	<b>30</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>13</b>	<b>11</b>	<b>13</b>	<b>8</b>	<b>1</b>
<b>Ukupno Ž+M</b>		<b>7</b>	<b>70</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>38</b>	<b>23</b>	<b>35</b>	<b>13</b>	<b>4</b>

Prema tablici 18. vidljivi su rezultati provedene ankete za četvrto pitanje. Pitanje je glasilo: *Zaokružite mjesta unutar Parka prirode Papuk koji ste posjetili. (moguće više odgovora): a) Sekulinačke planine, b) Park-šuma Jankovac, c) geološki spomenik prirode Rupnica, d) floristički rezervat Pliš-Mališčak-Turjak-Lapjak, e) Ružica grad, f) Utvrda Kamengrad, g) Utvrda Velika, h) Neki drugi povijesno-kulturni lokalitet ili zaštićeno područje prirode na području Parka koja nije navedena, i) Ništa od navedenog.* Budući da je u ovom pitanju bilo moguće više odgovora zbog specifičnosti pitanja u kojem su se tražile konkretne lokacije prirodne i kulturne baštine, rezultati će se brojati u broju odgovora svake pojedine lokacije. Kako se i predviđalo, Jankovac je daleko najposjećeniji, a prikupio je ukupno 70 odgovora. Nakon njega slijedi srednjovjekovna utvrda Ružica grad sa ukupno 38 prikupljenih odgovora. Veliko iznenađenje je Utvrda Velika koja je prikupila odgovora malo manje od Ružice grada, točnije 35 odgovora. Nakon toga slijedi utvrda Kamengrad sa ukupno 23 odgovora. Odgovor koji predstavlja neki drugi povijesno-kulturni lokalitet ili zaštićeno područje prirode na području Parka koja nije navedena prikupio je 13 odgovora koji su neidentificirani, znači da su učenici posjetili nešto što nije navedeno ali se ne mogu sjetiti kako se lokalitet zove ili ne znaju. Od toga samo 2 odgovora su identificirana kao Tauberove stijene i Češljakovački vis, a zanimljivo je da su oba odgovora potekla od muških ispitanika. Nakon toga slijede odgovori koji su prikupili jednoznačen broj odgovora, a to su redom: floristički rezervat Pliš-Mališčak-Turjak-Lapjak sa 9 odgovora, geološki spomenik prirode Rupnica 8 odgovora, Sekulinačke planine sa 7 odgovora, dok se na zadnjem mjestu nalazi mogućnost ništa od navedenog, sa samo 4 odgovora. Kako i momci i djevojke posjećuju jednako Jankovac najčešće, ova razlika u odgovoru *Neki drugi povijesno-kulturni lokalitet ili zaštićeno područje prirode na području Parka koja nije navedena*, odnosno navođenje nekog manje poznatog lokaliteta, točnije Tauberovih stijena i Češljakovačkog visa, pokazuje kako muški ispitanici više posjećuju i možda više znaju manje poznata mjesta od djevojaka. Park prirode Papuk uz veliku i najveću popularnost Jankovca, zaista bi trebao i popularizirati druga, jednako zanimljiva i važna mjesta.

**Tablica 19.** Analiza rezultata provedene ankete za peto pitanje

5. Posjećena područja ili događaje vezane uz Park prirode Papuk sam posjetio/la sa (moguće više odgovora):							
Spol	Gimnazijski program	a)	b)	c)	d)	e)	f)
Ž	Jezična	10	7	1	16	/	1
	Opća	12	9	/	11	/	1
	Prirodoslovno-matematička	8	4	1	7	/	1
<b>Ukupno Ž</b>		<b>30</b>	<b>20</b>	<b>2</b>	<b>34</b>	<b>/</b>	<b>3</b>
M	Jezična	3	1	2	5	/	/

	Opća	9	3	1	5	1	
	Prirodoslovno-matematička	12	7	6	9	1	1
<b>Ukupno M</b>		<b>24</b>	<b>11</b>	<b>9</b>	<b>19</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>Ukupno Ž+M</b>		<b>54</b>	<b>31</b>	<b>11</b>	<b>53</b>	<b>2</b>	<b>4</b>

Prema tablici 19. vidljivi su rezultati provedene ankete za peto pitanje. Pitanje je glasilo: *Posjećena područja ili događaje vezane uz Park prirode Papuk sam posjetio/la sa (moguće više odgovora): a) Obitelji, b) Prijateljima, c) Djevojkom ili momkom, d) Školom, e) Samostalno, f) Nisam posjetio/la.* Kao i u prijašnjem pitanju, bilo je moguće zaokružiti više odgovora, pa se tako rezultati broje po ukupnom broju odgovora za svaku pojedinu mogućnost. Zanimljivo je kako su odgovori *sa obitelji* i *sa školom* prikupili podjednaki broj odgovora, točnije mogućnost *sa obitelji* prikupila je ukupno 54 odgovora, dok je mogućnost *sa školom* prikupila ukupno 53 odgovora. Zatim slijedi mogućnost *sa prijateljima* koja je skupila čak 31 odgovor, dok su najmanje skupile mogućnosti *sa djevojkom ili momkom* (11 odgovora), *nisam posjetio/la* (4 odgovora), a na zadnjem mjestu je mogućnost *samostalno* sa samo 2 odgovora, što je bilo i za očekivati. Djevojke biraju mogućnost *sa školom* sa ukupno najviše odgovora (34), dok momci najčešće posjećuju *sa obitelji*. Ovo je vjerojatno zato jer djevojke čine veću populaciju ispitanika od momaka, ali momci očito više posjećuju sa svojim obiteljima možda jer to više žele od djevojaka ili ih obitelji više potiču na posjet. Gimnazijski program ne utječe pretjerano na rezultat. Ovi rezultati su i očekivani za školske posjete međutim ne i za obiteljske. Iznenađenje je to što učenici podjednako posjećuju obiteljski što je rezultat vjerojatno obrazovanijih roditelja kojima je važno da im djeca provode slobodno vrijeme u prirodi, uz druženje sa svojim obiteljima, a da uz to nešto i nauče.

**Tablica 20.** Analiza rezultata provedene ankete za šesto pitanje

6. Posjećena područja ili događaje unutar Parka prirode Papuk posjetio/la sam (moguće više odgovora):							
Spol	Gimnazijski program	a)	b)	c)	d)	e)	f)
Ž	Jezična	6	12	10	9	1	/
	Opća	5	11	6	2	/	1
	Prirodoslovno-matematička	7	6	5	/	/	1
<b>Ukupno Ž</b>		<b>18</b>	<b>29</b>	<b>21</b>	<b>11</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
M	Jezična	/	3	3	2	/	/
	Opća	5	5	3	3	1	/
	Prirodoslovno-matematička	7	12	3	5	2	1

<b>Ukupno M</b>	<b>12</b>	<b>20</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>3</b>	<b>1</b>
<b>Ukupno Ž+M</b>	<b>30</b>	<b>49</b>	<b>30</b>	<b>21</b>	<b>4</b>	<b>3</b>

Prema tablici 20. vidljivi su rezultati provedene ankete za šesto pitanje. Pitanje je glasilo: *Posjećena područja ili događaje unutar Parka prirode Papuk posjetio/la sam (moguće više odgovora): a) Zbog rekreacije, b) Iz zabave, c) Zbog edukacije, d) Jer sam morao/la, e) Neki drugi razlog, f) Nisam posjetio/la.* Kao i u prijašnjem pitanju, bilo je moguće zaokružiti više odgovora, pa se tako rezultati broje po ukupnom broju odgovora za svaku pojedinu mogućnost. Zanimljivo je kako je mogućnost posjećivanja iz zabave postigla najveći broj odgovora (49), dok su mogućnosti *zbog rekreacije* i *zbog edukacije* postigli jednaki broj odgovora (30). Iza toga slijedi mogućnost *Jer sam morao/la* sa ukupno 21 odgovorom, dok je *neki drugi* neidentificirani razlog postigao 4 odgovora, a *Nisam posjetio/la* na zadnjem mjestu sa 3 odgovora. Ovi rezultati su iznenađujući jer većina učenika posjećuje Park prirode zbog zabave, a tomu je vjerojatno razlog jer im je zabava najvažnija stvar, pa i kada posjećuju sa školom. Momci i djevojke podjednako odabiru zabavu kao najvažniji razlog, dok gimnazijski program ne pokazuje posebnu razliku u odgovorima. Ovi rezultati trebali bi potaknuti Park da organizira više manifestacija i događaja za mlade, posebno ove dobi, uz koju bi zabava trebala biti glavni element, međutim tu bi trebalo dodati i element edukacije ali u određenoj mjeri.

**Tablica 21.** Analiza rezultata provedene ankete za sedmo pitanje

7. Park prirode Papuk oglašava i promovira svoje usluge, proizvode i događaje:				
Spol	Gimnazijski program	a)	b)	c)
Ž	Jezična	2	13	7
	Opća	/	5	5
	Prirodoslovno-matematička	1	6	4
<b>Ukupno Ž</b>		<b>3</b>	<b>24</b>	<b>16</b>
M	Jezična	1	2	3
	Opća	4	5	6
	Prirodoslovno-matematička	1	7	7
<b>Ukupno M</b>		<b>6</b>	<b>14</b>	<b>16</b>
<b>Ukupno Ž+M</b>		<b>9</b>	<b>38</b>	<b>32</b>

Prema tablici 21. vidljivi su rezultati provedene ankete za sedmo pitanje. Pitanje je glasilo: *Park prirode Papuk oglašava i promovira svoje usluge, proizvode i događaje: a) Odlično, ne*

može bolje, b) dobro, mogao bi bolje, c) loše, mogao bi puno bolje. Kao što je i očekivano, mogućnost *Dobro, mogao bi bolje* postigao je najveći broj odgovora, njih ukupno 38, dok je mogućnost *Loše, mogao bi puno bolje* postigao približno isti rezultat, ukupno 32 odgovora. Mogućnost *Odlično, ne može bolje* kao što je i očekivano postigla je najmanji broj odgovora, ukupno njih 9. Ovi rezultati su zapravo očekivani, jer je i sama hipoteza na početku ovoga rada pretpostavila kako marketing i oglašavanje nisu na zavidnoj razini. Što se tiče djevojaka, one su blaže sa najviše odgovora (24) da se Park dobro oglašava ali može bolje, dok su momci stroži, a prikupili su najviše odgovora za to da se Park loše oglašava, mogao bi puno bolje sa ukupno 16 odgovora. Gimnazijski program ne utječe previše na rezultat. Park prirode Papuk bi u svakom slučaju trebao porazmisliti o boljem načinu oglašavanja ili možda početi koristiti neki drugi medij.

**Tablica 22.** Analiza rezultata provedene ankete za osmo pitanje

8. Posjećujem web stranice Parka prirode Papuk:						
Spol	Gimnazijski program	vrlo često	često	rijetko	vrlo rijetko	nikada
Ž	Jezična	/	/	1	2	18
	Opća	/	/	/	2	13
	Prirodoslovno-matematička	/	/	/	/	11
<b>Ukupno Ž</b>		/	/	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>42</b>
M	Jezična	/	/	/	1	6
	Opća	/	/	/	/	10
	Prirodoslovno-matematička	/	/	1	/	14
<b>Ukupno M</b>		/	/	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>30</b>
<b>Ukupno Ž+M</b>		/	/	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>72</b>

U tablici 22. vidljivi su rezultati ankete za osmo pitanje. Pitanje je glasilo: *Koliko često posjećujem web stranice Parka prirode Papuk*. Rezultati pokazuju kako čak 72 učenika nikada nije posjetilo web stranice Parka prirode Papuk, što je zapravo zabrinjavajuće. Jednoznamenaste i zanemarive brojke dobile su mogućnosti rijetko (samo 2 učenika) i vrlo rijetko (5 učenika.). Što se tiče spola i gimnazijskog programa, oni ne čine neku razliku što se tiče broja odgovora, u velikoj većini učenici nikada nisu posjetili web stranicu Parka prirode Papuk. Ovaj rezultat je poražavajući s obzirom da je korištenje interneta među mladima danas svakodnevna stvar na koju potroše barem par sati svoga slobodnog vremena. Rješenje bi

možda bilo da se mladi na neki način obavjeste da stranica uopće postoji, dijeljenje letaka u školama koje će na sebi imati URL-ove web stranice i facebook profila.

**Tablica 23.** Analiza rezultata provedene ankete za deveto pitanje

9. Posjećujem facebook profil Parka prirode Papuk:						
Spol	Gimnazijski program	vrlo često	često	rijetko	vrlo rijetko	nikada
Ž	Jezična	/	/	/	1	20
	Opća	/	/	/	2	13
	Prirodoslovno-matematička	/	/	/	/	11
<b>Ukupno Ž</b>		/	/	/	<b>3</b>	<b>44</b>
M	Jezična	/	/	/	/	7
	Opća	/	/	/	/	10
	Prirodoslovno-matematička	/	/	1	/	14
<b>Ukupno M</b>		/	/	<b>1</b>	/	<b>31</b>
<b>Ukupno Ž+M</b>		/	/	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>75</b>

U tablici 23. vidljivi su rezultati ankete za deveto pitanje. Pitanje je glasilo: Koliko često posjećujem *facebook* profil Parka prirode Papuk. Rezultati pokazuju kako čak 75 učenika nikada nije posjetilo *facebook* profil Parka prirode Papuk, dok je rijetko posjetio samo jedan učenik, a njih troje posjetilo je vrlo rijetko. Rezultati su podjednaki i za momke i za djevojke, dok su momci prikupili 31 odgovor za nikada, djevojke su čak 44. Također, gimnazijski program ne utječe na raznolikost odgovora. Ovaj rezultat je poražavajući, ako se uzme u obzir da su društvene mreže, posebice *facebook* najomiljeniji i najkorišteniji način komunikacije među mladima. Čak i napor za izradu i obavješavanje javnosti putem *facebooka* nije rezultiralo većoj posjećenosti mladih gimnazijalaca. Pretpostavljam kako posjetitelji ovog *facebook* profila posjećuju ga s namjerom, to su vjerojatno mlade odrasle osobe koje se svakodnevno koriste internetom i društvenim mrežama, a znaju da taj *facebook* profil postoji i posjećuju ga jer su planinari, izletnici ili se bave s nečim vezanim uz Park. Za mlade gimnazijalce možda bi trebalo pokušati sa agresivnijim oglašavanjem ili oglašavanjem putem škola itd.

**Tablica 24.** Analiza rezultata provedene ankete za deseto pitanje

10. Posjećujem događaje i/ili lokalitete unutar Parka prirode Papuk jer sam o njima saznao preko:										
Spol	Gimnazijski program	a)	b)	c)	d)	e)	f)	g)	h)	i)



Ž	Jezična	2	/	/	/	1	/	6	/	8
	Opća	2	/	1	/	/	/	7	/	4
	Prirodoslovno-matematička	/	/	/	/	/	/	6	/	5
<b>Ukupno Ž</b>		<b>4</b>	<b>/</b>	<b>1</b>	<b>/</b>	<b>1</b>	<b>/</b>	<b>19</b>	<b>/</b>	<b>17</b>
M	Jezična	/	/	/	/	1	/	2	/	2
	Opća	1	/	7	/	1	/	7	/	1
	Prirodoslovno-matematička	1	/	1	/	/	2	8	/	3
<b>Ukupno M</b>		<b>2</b>	<b>/</b>	<b>8</b>	<b>/</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>17</b>	<b>/</b>	<b>6</b>
<b>Ukupno Ž+M</b>		<b>6</b>		<b>9</b>	<b>/</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>36</b>	<b>/</b>	<b>23</b>

Prema tablici 24. vidljivi su rezultati provedene ankete za deseto pitanje. Pitanje je glasilo: *Posjećujem događaje i/ili lokalitete unutar Parka prirode Papuk jer sam o njima saznao preko: a) interneta, b) TV-a, c) Novina ili časopisa, d) Knjiga, e) Letaka i/ili brošura, f) radio postaja, g) usmene predaje, h) Neki drugi medij ili izvor, i) Ne posjećujem.* Ovo pitanje nije imalo mogućnost zaokruživanja više odgovora upravo zbog toga kako bi se saznalo koji medij je najučinkovitiji i najčešće je korišten. Bez obzira na danas najviše raširen internet, odgovor *usmena predaja* odabralo je najveći broj učenika, čak njih 36. Nakon toga odgovor *Ne posjećujem* izabralo je 23 učenika. Slijede odgovori sa jednoznačnim brojem učenika: *Novine ili časopise* odabralo je 9 učenika, iza toga slijedi *internet* sa 6 učenika, dok su letci i brošure dobili 3 odabira, a radio postaje samo 2 odgovora. Također, što se tiče spola, i djevojke i momci su odabrali usmenu predaju kao najčešći izvor, točnije ukuno 19 djevojaka i 17 momaka. Što se tiče gimnazijskog programa, rezultati pokazuju kako djevojke iz Jezične najviše ne posjećuju, dok jednako momci i djevojke iz Opće gimnazije odabiru usmenu predaju sa 7 odgovora. Također, momci i djevojke iz Prirodoslovno-matematičke gimnazije najviše odabiru usmenu predaju, momci 8 odgovora, a djevojke 6. Park prirode u svakom slučaju treba poraditi više na drugim vrstama i medijima u kojima se oglašavaju.

Posljednje, jedanaesto pitanje bilo je oblikovano na način da učenici trebaju na prazne crte upisati ono što im se posebno sviđa/ne sviđa unutar Parka prirode Papuk i smatraju li da je nešto potrebno promijeniti. U ovom pitanju bilo je moguće odgovoriti potpuno slobodno, te reći svoje dojmove, stavove, potrebe, razmišljanja. Samo mali broj učenika nije napisao ništa ili da nema komentara. Slijede najzanimljiviji citirani odgovori:<sup>143</sup>

<sup>143</sup> Prema provedenom anketnom istraživanju 19. svibnja 2014. godine sa učenicima Gimnazije Požega : rezultati pitanja broj 11.

- *Kao što je gore napisano, potrebno je bolje oglašavanje i promoviranje te poticanje na posjet. (Ž)*
- *Sviđa mi se krajobraz i lokalitet sam po sebi no treba postaviti više sjedećih objekata. (Ž)*
- *Sviđaju mi se šume! (Ž)*
- *Sviđa mi se jer je tamo jako lijepo, a ne sviđa mi se što nije toliko popularno. Treba promijeniti da se više organiziraju neki izleti u Park prirode Papuk. (Ž)*
- *Sviđa mi se što je Papuk lijep, a loše što nije često posjećivan. (M)*
- *Sviđa mi se krajobraz i lokalitet. (M)*
- *Sviđa mi se to što je iz mog kraja. (M)*
- *Raznolikost flore i faune. (Ž)*
- *Smatram da bi trebali biti uporniji u oglašavanju i kreiranju raznih društvenih događaja na tom području. (Ž)*
- *Prekrasna priroda. Odlično za opuštanje. (Ž)*
- *Sve mi se sviđa i jako je lijepo, ali nemam vremena za češće posjete. (Ž)*
- *Možda više događanja ili ako se održava događanje da se bolje oglasi. (M)*
- *Smatram da bi se trebalo malo više urediti, da bi ljudi više trebali znati o događajima. (M)*
- *Više marketinga, pružiti ljudima izvana više prenočišta, malo više uređenja. Sve ostalo je dobro. (M)*
- *Češće organizirati nešto za mlade, da se može prespavati i zabaviti. (M)*
- *Sviđa mi se ljepota krajolika i raznovrsnost životinjskih i biljnih vrsta te mogućnost održavanja nezaboravnih tulumu. (M)*
- *Sviđa mi se priroda, ali sve što su ljudi napravili tamo je manje-više bezveze. (M)*
- *Park-šuma Jankovac. Mislim da bi bilo dobro kad bi se održavalo više manifestacija. (M)*
- *Treba bolje urediti okoliš (klupe, kante za smeće...). (M)*
- *Neuredno je. (M)*
- *Sviđa mi se park-šuma Jankovac. (Ž)*
- *Mislim da bi se mogao malo bolje održavati i trebalo bi dodati neke sadržaje (poučne ili za zabavu). (Ž)*

Iz gore navedenih citata vidljivo je kako učenici smatraju da je potrebno bolje oglašavanje i promoviranje te poticanje na posjet u Park prirode Papuk, kako nema dovoljno sjedećih objekata, voljeli bi da se organizira više izleta, nedostaje upornosti u oglašavanju i kreiranju raznih društvenih događaja na tom području, nemaju vremena za česte posjete, nedostaje događanja ili ako se održava događanje da se bolje oglasi, bolje urediti prostor, više marketinga, pružiti ljudima izvana više prenočišta, malo više uređenja, češće organizirati nešto za mlade, da se može prespavati i zabaviti, više manifestacija, treba bolje urediti okoliš (više klupa, kanti za smeće), trebalo bi dodati neke sadržaje (poučne ili za zabavu). Također najviše im se sviđa park-šuma Jankovac, priroda, ljepota krajolika i raznovrsnost životinjskih i biljnih vrsta, zato jer je iz njihovog kraja, raznolikost flore i faune, krajobraz i lokalitet. Po ovome može se zaključiti kako JU Park prirode Papuk zaista treba više pažnje usmjeriti na promoviranje i oglašavanje, više organizirati manifestacije i događaje za mlade, bolje urediti okoliš, postaviti više klupa za odmor te koševa za smeće. Također, potrebno je poraditi i na ostalim, manje popularnim sadržajima Parka kako bi ljudi saznali za njih, a ne se samo usmjeriti na najpopularniji Jankovac.

## 5.7. Financiranje JU Park prirode Papuk

Prema Statutu Javne ustanove Park prirode Papuk, *"Imovinu Parka prirode Papuk čine stvari, prava i novčana sredstva koja su pribavljena od osnivača i stečena radom i poslovanjem Ustanove, ili pribavljanjem iz drugih izvora. Imovinom Ustanove raspolaze Upravno vijeće i ravnatelj Ustanove u skladu sa statutom i zakonom."* Sredstva za rad Ustanove i obavljanje poslova zaštite, održavanja i promicanja Parka prirode osiguravaju se iz:<sup>144</sup>

- državnog proračuna Republike Hrvatske,
- prihoda ostvareni vlastitom djelatnošću
- prihoda od korištenja Parka prirode,
- prihoda od naknada,
- drugih izvora u skladu sa zakonom i posebnim propisima

Također u statutu Ustanove piše kako *"ako u obavljanju svoje djelatnosti Ustanova ostvari dobit, ta se dobit upotrebljava isključivo za obavljanje i razvoj djelatnosti Ustanove."*

---

<sup>144</sup> Statut Javne ustanove Park prirode Papuk : članak 31-33. Dostupno na: [http://pp-papuk.hr/wp-content/uploads/2014/01/1\\_STATUT-JU-PP-PAPUK.pdf](http://pp-papuk.hr/wp-content/uploads/2014/01/1_STATUT-JU-PP-PAPUK.pdf) (17.05.2014.)

*Ustanova obavlja djelatnost utvrđenu zakonom i statutom na osnovi plana razvoja, plana upravljanja, godišnjeg programa zaštite, održavanja, očuvanja, promicanja i korištenja zaštićenog područja Ustanove i godišnjeg financijskog plana.*<sup>145</sup>

**Tablica 25.** Prihodi JU Parka prirode Papuk od 2003. do 2009. godine

POZICIJA	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Državni proračun	1.500.303	1.765.348	1.762.035	2.083.034	2.522.162	1.380.974	2.229.168
Financijska imovina	2.216	2.702	8.225	3.091	929	2.399	10.001
Donacije i pomoći	0	5.000	115.000	219.470	224.000	125.000	85.000
Vlastiti prihodi	16.507	73.470	89.080	122.746	268.746	282.843	279.310
Prihodi ukupno	1.519.026	1.846.520	1.974.340	2.428.341	3.015.837	2.791.216	2.603.479

Iz tablice koja prikazuje prihode Parka prirode Papuk od 2003. do 2009. godine vidljivo je kako su prihodi iz državnog proračuna eksponencijalno rasli do 2007. godine kada naglo padaju. Razlog tome je vjerojatno početak gospodarske krize. Donacije i pomoći te vlastiti prihodi drastično rastu kada je Ustanova nakon osnutka stala na svoje noge. Porasli su i projekti te se rad usmjerio na prijave na natječaje za razne državne i EU fondove.

**Tablica 26.** Rashodi JU Parka prirode Papuk od 2003. do 2009. godine

POZICIJA	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Redovno poslovanje	1.030.309	1.155.884	1.239.811	1.388.972	1.768.875	2.116.940	2.136.770
Nabava nefinancijske imovine	768.513	413.594	1.203.635	909.788	1.323.623	409.837	415.442
Rashodi ukupno	1.798.822	1.569.478	2.443.446	2.298.760	3.092.498	2.526.777	2.552.142

Iz tablice 26. koja prikazuje rashode JU Parka prirode Papuk od 2003. do 2009. godine vidljivo je kako porastom prihoda i rashodi se povećavaju, pogotovo 2007. godine kada se porasla pogotovo nabava nefinancijske imovine.

<sup>145</sup> Statut Javne ustanove Park prirode Papuk : imovina i financijsko poslovanje ustanove : članak 34-35.  
Dostupno na: [http://pp-papuk.hr/wp-content/uploads/2014/01/1\\_STATUT-JU-PP-PAPUK.pdf](http://pp-papuk.hr/wp-content/uploads/2014/01/1_STATUT-JU-PP-PAPUK.pdf) (17.05.2014.)

**Tablica 27.** Financijski plan Javne ustanove „Park prirode Papuk“ za 2014.<sup>146</sup>

<b>PLAN: PRIHODI I PRIMICI</b>	<b>Plan 2014.</b>
Državni proračun	1.885.796
Županijski ili gradski proračun	0
Vlastiti prihodi	194.600
Prihodi za posebne namjene	0
Pomoći	3.965.185
Donacije	0
Prihodi od nefinancijske imovine i nadoknade štete s osnova osiguranja	5.000
Namjenski primici od zaduživanja	0
Ukupno	6.050.581

Iz tablice 27. koja prikazuje financijski plan Javne ustanove Park prirode Papuk, vidljivo je kako Ustanova najviše sredstava dobiva iz državnog proračuna te iz pomoći. Za ovu godinu je specifična situacija u kojoj se dogodilo kako iz pomoći Ustanova dobiva daleko veća financijska sredstva nego iz državnog proračuna. Razlog tome je prvenstveno smanjenje državne financijske potpore zbog vrlo lošeg gospodarskog stanja u državi, dok je s druge strane Ustanova uspjela dobiti sredstva iz pomoći od drugih institucija i ustanova. Naime, mr.sc Kristina Kožić, ravnateljica Parka prirode Papuk ističe kako: *"pomoći Javnoj ustanovi Park prirode Papuk čine razni natječaji Ministarstva turizma, NIP-kredit svjetske banke (integracija NATURA 2000), razni natječaji EU fondova i drugo. Ustanova je za ovu godinu uspjela osigurati iz pomoći puno više financijskih sredstava nego iz državnog proračuna."* Također u financijskom planu Ustanova iz vlastitih prihoda trebala bi osigurati 194.600 kuna, što je zapravo zanemarivo u odnosu na troškove.

## 5.8. Odnosi s javnošću i publikacije

Kako piše u Statutu JU Park prirode Papuk, rad JU Park prirode Papuk je javan, a javnost rada osigurava ravnatelj. Ustanova je dužna pravodobno i istinito izvještavati javnost o obavljanju djelatnosti za koju je osnovana. Za obavješćivanje javnosti Ustanova može podnositi izvješća o svom radu i djelovanju. Ustanova je dužna strukovnoj udruzi ili osobi koja dokaže pravni

<sup>146</sup> Financijski plan JU Park prirode Papuk za 2014. godinu. Dostupno na: [http://pp-papuk.hr/wp-content/uploads/2014/02/12\\_FINANCIJSKI-PLAN-ZA-2014.pdf](http://pp-papuk.hr/wp-content/uploads/2014/02/12_FINANCIJSKI-PLAN-ZA-2014.pdf) (17.05.2014.)

interes dati odgovarajuće informacije koje se odnose na zaštitu prirode. Ustanova izvješćuje osnivača i Ministarstvo o svom radu i poslovanju, kao i druga nadležna tijela, sukladno zakonu i statutu. Ustanova surađuje s jedinicama lokalne uprave i samouprave na čijem području se nalazi Park prirode, te informira jedinice lokalne uprave i samouprave o svom radu na zaštiti, očuvanju, promicanju i korištenju Parka prirode.<sup>147</sup>

Prema *Planu upravljanja*, Park prirode Papuk promovira svoje aktivnosti kroz sudjelovanja na sajmovima i kongresima, predavanja i prezentacije, objavljivanje članaka u dnevnom tisku i stručnim časopisima, sudjelovanje u radio i TV emisijama, suradnja s drugim parkovima, redovito ažuriranje web stranica, izložbe, radionice, manifestacije i dr. JU Parka prirode Papuk redovito obilježava svjetske datume vezane za zaštitu prirode i okoliša, poput Dana planeta Zemlje, Svjetskog dana voda, Dana zaštite prirode i dr. JU surađuje i promovira lokalne davatelje turističkih usluga (seoska gospodarstva, turističke agencije, obiteljski objekti), također surađuje s lokalnim turističkim zajednicama i TZ-om županija.<sup>148</sup>

Ravnateljica Javne ustanove Park prirode Papuk mr.sc Kristina Kožić ističe:

*"Što se tiče suradnje Parka prirode Papuk s medijima, budući da naši posjetitelji čine 90% lokalnog stanovništva, publicitet se postiže suradnjom sa lokalnim medijima (Virovotočko-podravske i Požeško-slavonske županije): lokalne radio postaje, portali, novine, TV. Što se tiče HRT-a, nedavno je ukinuto dopisništvo, tako da se do sada vrlo dobro surađivalo, a sada slabije. Sada to funkcionira tako da Park prirode Papuk pošalje obavijest o događanju, aktivnosti ili projektu, pa tada HRT odlučuje što će, kada i kako prikazati. Strani posjetitelji mogu obavijest dobiti preko turističkih agencija, s kojima također surađujemo, te preko web stranica koje pravovremeno ažuriramo."*

Na web stranicama Parka moguće je vidjeti kako su najpoznatije objavljene publikacije koje je moguće kupiti u Parku prirode Papuk ili preuzeti u e-obliku sa web stranice Parka: *Podzemlje Parka prirode Papuk (poster), Biljni svijet Parka prirode Papuk (poster), Ptice Parka prirode Papuk (poster), Biciklističke staze – Kutjevo (poster), Život na mrtvom drvetu (brošura), Park-šuma Jankovac (brošura), Park prirode Papuk (brošura), Geološki vodič (vodič), Papuk Geopark (brošura), Europska mreža geoparkova - Papuk geopark (brošura),*

---

<sup>147</sup> Statut javne ustanove Park prirode Papuk : javnost rada : članak 43-45. Dostupno na: [http://pp-papuk.hr/wp-content/uploads/2014/01/1\\_STATUT-JU-PP-PAPUK.pdf](http://pp-papuk.hr/wp-content/uploads/2014/01/1_STATUT-JU-PP-PAPUK.pdf) (17.05.2014.)

<sup>148</sup> Javna ustanova Park prirode Papuk. Plan upravljanja Parka prirode Papuk. Velika : Javna ustanova Park prirode Papuk, 2011. Str. 34.

*Priručnik za prepoznavanje (priručnik), Srednjovjekovna baština Parka prirode Papuk (knjiga), Srednjovjekovne utvrde Parka prirode Papuk (plakat), Slavonski arhipelag u "Panonskom moru" (poster), Šume Parka prirode Papuk (poster), Vodozemci i gmazovi Parka prirode Papuk (poster), Vretenca Parka prirode Papuk (poster), Ivanjski rovaš (brošura).*<sup>149</sup>

Na službenim web stranicama Parka vidljivo je kako su suveniri koje je moguće kupiti unutar Parka prirode Papuk: "*Majica Parka prirode Papuk, majica crna Dan planeta Zemlje, razglednica keramička Jankovac, razglednica keramička Rupnica, medaljon – jaglac, magnetić – grifon, medaljon – Ružica grad, Ružica grad (keramika), geološki suvenir (Panonsko more-fosili), bookmarker, lončić (šalica obični), lončić zgužvani, Askos, čaša replika, žara, medaljon logo, zdjelica, svječnjak, drveni privjesak-konop, drveni bedž, drveni privjesak magnet.*"<sup>150</sup>

---

<sup>149</sup> Službena web stranica Parka prirode Papuk : publikacije. Dostupno na: <http://pp-papuk.hr/publikacije/> (25.05.2014.)

<sup>150</sup> Službena web stranica Parka prirode Papuk : suvenirnica. Dostupno na: <http://pp-papuk.hr/suvenirnica/> (25.05.2014.)

## 6. ZAKLJUČAK

Glavni cilj ovog diplomskog rada bio je prikazati marketinšku koncepciju kulturne i prirodne baštine Javne ustanove Park prirode Papuk. Marketing prirodne i kulturne baštine Parka prirode Papuk sastoji se od izrade cjelokupne marketinške strategije same Ustanove koja se sastoji od: Intervjua sa dr. sc. Ivicom Samardžićem, ravnateljem Parka prirode Papuk od 2001. do 2013. godine, marketinškog planiranja (misija, vizija, ciljevi, SWOT i PEST analize), organizacijske strukture i zaposlenika, marketing miksa (proizvod, cijena, distribucija, promocija), turističke mogućnosti, ponuda i posjetitelji uz segmentaciju ciljanih korisnika (anketno istraživanje provedeno među učenicima Gimnazije Požege), financiranje JU Parka prirode Papuk te odnosi s javnošću i objavljene publikacije. Marketinška strategija izrađena je prema shemi marketinga prikazanoj u poglavlju 3 ovoga rada, dok je sve to potkrijepljeno citatima iz razgovora sa ravnateljicom Parka prirode Papuk, mr.sc. Kristinom Kožić.

Glavna i početna hipoteza ovoga rada bila je da je marketing same JU Park prirode Papuk nedovoljno obrađen i da se premalo pažnje pridalo željama i potrebama lokalne zajednice, odnosno u ovom slučaju ciljane skupine srednjoškolaca koji su sudjelovali u anketnom istraživanju. Anketno istraživanje pokazalo je:

- najveći broj učenika posjećuje vrlo rijetko (1-3 puta) zaštićena područja u Republici Hrvatskoj što uključuje nacionalni park, park prirode, spomenik prirode, strogi rezervat, posebni rezervat, značajni krajobraz, park šuma, spomenik parkovne arhitekture
- najveći broj učenika, nikada ne šeta, ne planinari (organizirano ili neorganizirano), ne vozi se biciklom ili ne provodi piknike i izlete ili druge aktivnosti unutar Parka prirode Papuk
- najveći broj učenika nikada nije posjetio "Papučke jaglace", tradicionalni događaj koji obilježava prvi dan proljeća svake godine, a organizira ga HPD Sokolovac, uz Općinu Velika, Park prirode Papuk, Grad Požegu, TZ Grada Požege i Požeško-slavonsku županiju
- Od svih lokacija unutar Parka, Jankovac je daleko najposjećeniji, a nakon njega po posjećenosti slijedi srednjovjekovna utvrda Ružica grad
- Učenici su posjećene lokacije i događaje unutar Parka posjetili sa obitelji i sa školom podjednako



- Učenici Park posjećuju najviše iz zabave, a iza zabave slijede razlozi rekreacija i edukacija sa jednakim brojem odgovora
- Po njihovom mišljenju Park se oglašava dobro, mogao bi bolje, a odmah iza slijedi mogućnost Loše, mogao bi puno bolje koji je postigao približno isti rezultat
- Čak 72 učenika od njih 79 nikada nije posjetilo web stranice Parka prirode Papuk, a čak 75 učenika nikada nije posjetilo facebook profil Parka prirode Papuk
- Učenici bez obzira na najviše rašireni internetski medij ipak najviše informacija saznaju usmenom predajom
- Učenici smatraju da je potrebno bolje oglašavanje i promoviranje te poticanje na posjet u Park prirode Papuk, kako nema dovoljno sjedećih objekata, voljeli bi da se organizira više izleta, nedostaje upornosti u oglašavanju i kreiranju raznih društvenih događaja na tom području, nemaju vremena za česte posjete, nedostaje događanja ili ako se održava događanje da se bolje oglasi, bolje urediti prostor, više marketinga, pružiti ljudima izvana više prenočišta, malo više uređenja, češće organizirati nešto za mlade, da se može prespavati i zabaviti, više manifestacija, treba bolje urediti okoliš (više klupa, kanti za smeće), trebalo bi dodati neke sadržaje (poučne ili za zabavu). Također najviše im se sviđa park-šuma Jankovac, priroda, ljepota krajolika i raznovrsnost životinjskih i biljnih vrsta, zato jer je iz njihovog kraja, raznolikost flore i faune, krajobraz i lokalitet.

Također, važno je za istaknuti neke od problema koji Park ima i koje bi trebao riješiti, a uz probleme ponuđena su i neka moguća rješenja:

- Nedostatak stručnog kadra zbog potreba znanstvenih istraživanja i analiza unutar Parka = moguće, ali privremeno rješenje je primanje studenata iz potrebnih područja na studentsku praksu (dati oglase u medije, javiti se studentskim referadama), početi primati volontere, zaposliti što veći broj pripravnika različitih struka itd.
- Problem granica Parka prirode Papuk (pregrubo određene, sijeku katastarske čestice) = neka od mogućih rješenja za ovaj problem su suradnja sa geodetskim, šumarskim, prometnim i drugim potrebnim stručnjacima, savjetovanje i pomoć u vezi toga kako oblikovati i odrediti granice Parka, razgovarati sa nadležnim institucijama o tome što se da napraviti, raspisati natječaj za najbolje moguće ponuđeno rješenje itd.
- Neodgovarajuća primjena marketinških aktivnosti: nedostatak razrađene i djelotvorne strategije, slaba posjećenost mladog stanovništva, posjećenost općenito u padu,

povećana potražnja za aktivnostima i događajima za mlade, nedovoljno učinkovito oglašavanje = neka moguća rješenja su zapošljavanje (privremeno ili ne) pravog marketinškog stručnjaka ili tima ili ako to nije moguće preusmjeriti već zaposlenu osobu koji će se baviti isključivo problemom marketinga i odnosa s javnošću, ta osoba ili još bolje tim ljudi trebao bi izraditi pravu marketinšku strategiju, jedinstvenu i primjenjenu samo i isključivo na Park prirode Papuk

- Poteškoće u uravnotežavanju ljudske eksploatacije i potreba za resursima sa zaštitom prirodne i kulturne baštine Parka (kamenolom, odluke o većoj sječi šuma, lovstvo) = neka od mogućih rješenja su bolja suradnja sa interesnim pojedincima i vlastima kako bi se bolje isticao interes Parka i njegovih posjetitelja, putem bolje promidžbe povećati interes i svijest ljudi unutar zajednice o mogućim opasnostima koje prijete Parku prilikom lošeg ponašanja i nepoštivanja zakona u području upravljanja kamenolomima, sječi šuma, lovstvom izvan dozvoljenih granica i pravila.
- Loša strategija naplata ulaznica u Park upravo zbog loše određenih granica, nemogućnost zatvaranja granica radi naplaćivanja = neka od mogućih rješenja su privremeno ograđivanje sadašnjih granica Parka, nadoknada sredstava koji bi trebali doći od ulaznica sa organiziranjem koncerata lokalnih glazbenika i umjetnika, prikupljanje sredstava i suradnja sa mogućim sponzorima, tvrtkama, organiziranje različitih natjecanja itd.
- Rivalitet dviju županija na čijem se prostoru nalazi Park (Uprava u Velikoj, sjedište u Voćinu, otežano upravljanje) = moguća rješenja su postavljanje jednog središta Parka u kojem bi međusobno i jednako surađivali zaposlenici i jedne i druge županije
- Slaba suradnja sa lokalnom zajednicom poglavito sa mladim stanovništvom = organiziranje više događaja za mlade, razna natjecanja, zabave, druženja u prirodi, škole u prirodi, osiguravanje boljeg smještaja za noćenje, osiguravanje natkrivenog prostora za zabave, organiziranje koncerata, radionica o Parku, igre itd. Dovođenje i suradnja sa mladim umjetnicima, književnicima, bolja suradnja sa školama i fakultetima
- Budući da Jankovac zauzima čak 90% posjeta u Park, uprava bi se trebala pozabaviti sa jačim marketingom usmjerenim na druge lokacije unutar Parka = organizacija škola u prirodi, osmišljavanje različitih družina kao što su mladi planinari, mladi rudari, mladi istraživači, potraga za blagom, promatranje ptica i drugih životinja itd.

- Problem lošeg oglašavanja = oboljšati i povećati broj načina na koji se Park oglašava, dolazak u škole i fakultete i predavanje usmenom predajom, dijeljenje letaka i brošura nastavnicima i profesorima, bolja suradnja sa turističkim agencijama, izrada web stranice isključivo za strane turiste, stavljanje URL-a web stranice na sve brošure i isticanje istog u medijima, na društvenim mrežama.

Park prirode Papuk posjeduje brojna bogatstva prirodne i kulturne baštine kao što je i prikazano u ovome radu, međutim Ustanova bi trebala poraditi na rješavanju gorućih navedenih problema ne samo u korist boljeg funkcioniranja same Ustanove već i zbog najvećeg i najvažnijeg razloga, razloga zbog kojeg i postoji, a to su njezini posjetitelji.

## Literatura

1. Alexander, M. Management Planning for nature Conservation : A Theoretical Basis and Practical Guide. Barmouth, UK : Springer science, 2008.
2. Appleton, M.R. i Hotham, P.A.E. Izrada planova upravljanja zaštićenim područjima u Hrvatskoj : priručnik. Cambridge, UK : Fauna and Flora International, 2007.
3. Arhivi, knjižnice i muzeji : mali pojmovnik arhivistike, bibliotekarstva i muzeologije. Dostupno na: [http://public.carnet.hr/akm/AKM\\_ostali/pojmovnik.html](http://public.carnet.hr/akm/AKM_ostali/pojmovnik.html) (13.04.2014.)
4. Babić, D. O muzeologiji, novoj muzeologiji i znanosti o baštini // Ivi Maroeviću baštinici u spomen / Vujić, Ž.; Špikić, M. (ur.). Zagreb : Zavod za informacijske studije Odsjeka za informacijske znanosti Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, 2009.
5. Bačić, D. Srednjovjekovna baština Parka prirode Papuk. Velika : Javna ustanova Park prirode Papuk, 2009.
6. Brinckerhoff, P. C. Social Entrepreneurship : The art of Mission-Based Venture Development. New York : John Wiley & Sons, Inc., 2000.
7. Colbert, F. Marketing u kulturi i umjetnosti. Beograd : Clio, 2010.
8. Davis, P. Ecomuseums : a sense of place. London : Leicester University Press, 1999.
9. Državni zavod za zaštitu prirode : upravljanje zaštićenim područjima. Dostupno na: <http://www.dzzp.hr/upravljanje-zasticenim-podrucjima/upravljanje-zasticenim-podrucjima/upravljanje-zasticenim-podrucjima-1101.html> (13.04.2014.)
10. Đurić, T. Papuk : stara slavonska gromada. // Hrvatski zemljopis : časopis za zemljopis, povijest i prirodu. 59(2001)
11. Financijski plan JU Park prirode Papuk za 2014. godinu. Dostupno na: [http://pp-papuk.hr/wp-content/uploads/2014/02/12\\_FINANCIJSKI-PLAN-ZA-2014.pdf](http://pp-papuk.hr/wp-content/uploads/2014/02/12_FINANCIJSKI-PLAN-ZA-2014.pdf) (17.05.2014.)
12. Firinger, K. Jankovac : planinarsko središte Slavonije. Osijek : Planinarsko društvo, 1954.
13. Gerstenblith, P. Identity and Cultural Property : The Protection of Cultural property in the United States. // Boston University Law Review. 73(1995)
14. Gregurić Cveniće, E. Papuk : geološki dragulj Slavonije. // Meridijani : časopis za zemljopis, povijest, ekologiju i putovanja. 149(2010)

15. Hrvatski leksikon : in situ. Dostupno na: <http://www.hrleksikon.info/definicija/in-situ.html> (12.05.2014.)
16. Hrvatsko planinarsko društvo Sokolovac. Dostupno na: <http://www.hpd-sokolovac.hr/> (14.04.2014.)
17. Javna ustanova Park prirode Papuk. Plan upravljanja Parka prirode Papuk. Velika : Javna ustanova Park prirode Papuk, 2011.
18. Kotler, P. Principles of marketing. New Jersey : Prentice-Hall, Englewood Cliffs, 1980.
19. Kotler, P. Upravljanje marketingom : analiza, planiranje, primjena i kontrola. Zagreb : Mate, 2001.
20. Kroeber, A. Anthropology : Race, Language, Culture, Psychology, Prehistory. New York : Harcourt, Brace and Word, 1948.
21. Kroeber, A. Introduction in The Nature of Culture. Chicago : University of Chicago Press, 1952.
22. Maroević, I. Uvod u muzeologiju. Zagreb : Zavod za informacijske studije, 1993.
23. Martinić, I. Upravljanje zaštićenim područjima prirode : planiranje, razvoj i održivost. Zagreb : Šumarski fakultet, 2010.
24. Meler, M. Marketing u kulturi. Osijek : Ekonomski fakultet, 2006.
25. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske : kulturna baština. Dostupno na: <http://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=6> (13.04.2014.)
26. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske : strategija zaštite, očuvanja i održivog gospodarskog korištenja kulturne baštine Republike Hrvatske za razdoblje 2011.–2015. Dostupno na: [http://www.minkulture.hr/userdocsimages/bastina/STRATEGIJA\\_BASTINE\\_VRH.pdf](http://www.minkulture.hr/userdocsimages/bastina/STRATEGIJA_BASTINE_VRH.pdf) (12.05.2014.)
27. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske : zaštita prirode : zaštićena područja. <http://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=232> (13.04.2014.)
28. Ministarstvo zaštite okoliša i prirode. Dostupno na: <http://www.mzoip.hr/default.aspx?id=4716> (13.04.2014.)
29. Online rječnik stranih riječi : misija. Dostupno na: <http://onlinerjecnik.com/rjecnik/strane-rijeci> (27.04.2014.)
30. Pamić, J.; Radonić, G.; Pavić, G. Geološki vodič kroz Park prirode Papuk. Velika : Javna ustanova Park prirode Papuk, 2003.
31. Papuk geopark : brošura. Dostupno na:

- <http://www.papukgeopark.com/publikacije/papukBrosuraHR.pdf> (12.04.2014.)
32. Papuk geopark : podzemna staništa. Dostupno na:  
[http://www.papukgeopark.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=77%3Apodzemna-stanita&catid=38%3Aprirodna-stanita&Itemid=75&lang=hr](http://www.papukgeopark.com/index.php?option=com_content&view=article&id=77%3Apodzemna-stanita&catid=38%3Aprirodna-stanita&Itemid=75&lang=hr)  
(11.04.2014.)
33. Papuk geopark : posebno zaštićena područja. Dostupno na:  
[http://www.papukgeopark.com/index.php?option=com\\_content&view=category&layout=blog&id=40&Itemid=59&lang=hr](http://www.papukgeopark.com/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=40&Itemid=59&lang=hr) (12.04.2014.)
34. Papuk geopark : pregled kulturne i povijesne baštine. Dostupno na:  
[http://www.papukgeopark.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=69&Itemid=70&lang=hr](http://www.papukgeopark.com/index.php?option=com_content&view=article&id=69&Itemid=70&lang=hr) (11.04.2014.)
35. Papuk geopark : pregled kulturne i povijesne baštine : prapovijest i antika. Dostupno na:  
[http://www.papukgeopark.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=69&Itemid=70&lang=hr](http://www.papukgeopark.com/index.php?option=com_content&view=article&id=69&Itemid=70&lang=hr) (11.04.2014.)
36. Papuk geopark : proglašenje. Dostupno na:  
[http://www.papukgeopark.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=59&Itemid=62&lang=hr](http://www.papukgeopark.com/index.php?option=com_content&view=article&id=59&Itemid=62&lang=hr) (11.04.2014.)
37. Papuk geopark : što je geopark? Dostupno na:  
[http://www.papukgeopark.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=62&Itemid=68&lang=hr](http://www.papukgeopark.com/index.php?option=com_content&view=article&id=62&Itemid=68&lang=hr) (11.04.2014.)
38. Park prirode Papuk dobit će suvremeni multimedijalni Geo-info centar vrijedan više od 38 milijuna kuna. // Business.hr. Dostupno na: <http://www.business.hr/eu-fondovi/park-prirode-papuk-dobit-ce-suvremeni-multimedijalni-geo-info-centar-vrijedan-vise-od-38-milijuna-kuna> (25.05.2014.)
39. Pavičić, J., Alfirević, N., Aleksić, Lj. Marketing i menadžment u kulturi i umjetnosti. Zagreb : Masmmedia, 2006.
40. Petković, A. S požeškim planinarima Papuk – planinom. Slavonska Požega : Planinarsko društvo Sokolovac, 1965.
41. Planinarenje : Slavonija. Dostupno na:  
<http://planinarenje.hr/kt/gorja/hrvatsko/slavonija/> (11.04.2014.)
42. Početna stranica Hrvatske : geografija i priroda : parkovi prirode. Dostupno na:  
<http://www.hr/hrvatska/geografija/parkovi> (13.04.2014.)

43. Rječnik stranih riječi : vizija. Dostupno na: <http://onlinerjecnik.com/rjecnik/strane-rijeci> (27.04.2014.)
44. Samarđić, I.; Radonić, G. Park prirode Papuk : zaštićeni prirodni biser Slavonije. // Zlatna dolina. 8, 1(2002)
45. Službena web stranica Parka prirode Papuk : Gimnazijski ekološki laboratorij. Dostupno na: <http://pp-papuk.hr/novosti/gimnazijski-ekoloski-laboratorij-gel/> (13.05.2014.)
46. Službena web stranica Parka prirode Papuk : Papučki jaglaci. Dostupno na: <http://pp-papuk.hr/novosti/32-papucki-jaglaci/> (13.05.2014.)
47. Službena web stranica Parka prirode Papuk : Projekt Dvije rijeke i jedna gora. Dostupno na: <http://pp-papuk.hr/novosti/dvije-rijeke-i-jedna-gora/> (13.05.2014.)
48. Statut javne ustanove Park prirode Papuk. Dostupno na: [http://pp-papuk.hr/wp-content/uploads/2014/01/1\\_STATUT-JU-PP-PAPUK.pdf](http://pp-papuk.hr/wp-content/uploads/2014/01/1_STATUT-JU-PP-PAPUK.pdf) (17.05.2014.)
49. Šola, T. Eseji o muzejima i njihovoj teoriji : prema kibernetičkom muzeju. Zagreb : Hrvatski nacionalni komitet ICOM, 1997.
50. Šola, T. Marketing u muzejima ili o vrlini i kako je obznaniti. Zagreb : Hrvatsko muzejsko društvo, 2001.
51. Tylor, E. Primitive culture. New York : Harper and Row Publishers, 1958.
52. Virtualni suradnik : vizija i misija. Dostupno na: <http://www.virtualni-suradnik.hr/vizija-i-misija-sto-je-to/> (27.04.2014.)
53. Vuković, M. Pogled na međuodnos baštine, kulture i identiteta. // Arhivski vjesnik. 54(2011)

## **PRILOG 1.** Intervju sa dr.sc. Ivicom Samarđićem (ravnatelj PPP 2001.-2013.)

1. Molim Vas predstavite se i ukratko recite koja je bila Vaša uloga i funkcija u ustanovi Park prirode Papuk. (Od kada do kada ste bili upravitelj te što sada radite?)

*Ja sam Ivica Samarđić, prvi ravnatelj Parka prirode Papuk od njegovog osnutka 1999. godine, a sa funkcioniranjem je počeo 2001. Kao prvi zaposlenik došao sam na prazan teren gdje nije bilo ništa i tu sam živio i radio 12 godina. Imao sam tim ljudi s kojima je bilo zadovoljstvo raditi, u početku u prvoj fazi stvaranja tog parka se nije politika miješala u izbor stručnih kadrova i dovoljno je bilo imati 2- 3 čovjeka da povuku, u jedno vrijeme ih je bilo i 4-5, i tada ništa nije bilo teško. Ljudi koji su imali znanja i svi su birani na osnovi stručnosti i sposobnosti. Park nije bio zanimljiv lokalnoj ni široj zajednici dok nismo postali popularni na osnovu svojih rezultata. Sada sam ravnatelj Javne ustanove za upravljanje zaštićenim područjem Požeško-slavonske županije.*

2. Što bi istaknuli kao najbitnije što je ustanova Park prirode Papuk postigla od svog osnutka 1999. godine?

*Jedan od najvećih rezultata koje je Ustanova postigla je proglašenje prvog hrvatskog geoparka Papuk. To je značajno ne samo za Hrvatsku nego i za zemlje na prostoru bivše Jugoslavije. Bio je jedan od 30 geoparkova koji su kao institucija formirani 2000. godine. 2006. godine primljeni smo u Škotskoj i to nam je bio značajan iskorak da se upravo kroz geološko bogatstvo Papuka promoviramo svijetu. Ovo karakterizira jedna drugačija priča što se tiče Slavonije koja je inače poznata kao ravnica, ovdje je područje pokazalo specifičnost po pitanju reljefa, klime i vegetacije i posebno geologije i ta raznolikost stijena i minerala bila je velika zanimljivost pogotovo kad smo počeli iskapati zanimljive fosile i tada smo doveli stručnjake iz različitih područja što je rezultiralo sa nekoliko stotina znanstvenih radova u desetak godina. Geološki to je bilo zanimljivo po tome što smo našli neke lokalitete fosila Panonskog mora, posebno tri lokaliteta ponegdje starosti paleoflore i paleofaune od oko 14 do 18 milijuna godina. Zaključeno je da su to 3 od 10 najznačajnijih lokaliteta kao nalazišta fosila uopće Panonskog mora. Sa vrhunskim geolozima najjačim u Hrvatskoj definirali smo najznačajnije geolokalitete, obradili ih detaljno i to je bila aplikacija koju smo prosljedili kao kandidaturu i tako postali dio te obitelji geoparkova. Ta Europska obitelj čini udio svjetske mreže geoparkova kojih je u to vrijeme bilo 50-ak, te smo čak bili pioniri u toj priči.*



*Geologija je bila prepoznata kao nešto što je bilo drugačije jer gotovo u Hrvatskoj nema stijena kakvih ima na Papuku i on je po tome bio drugačiji i jedinstven. Također, počelo se otkrivati podzemlje, a tada se znalo za 4-5 polušpiljica da bi se na kraju došlo do 50 raznih špilja, jama pogotovo krški dio papuka. Sišlo se do 100 metara jama dubine sa brojnim endemskim vrstama jer je to izvorni dio krša između Karpata, Alpi i Dinarida.*

3. Dok ste bili upravitelj kako ste se brinuli o marketingu ustanove i odnosima s javnošću? Da li se s tim bavila jedna osoba zadužena samo za taj posao ili ste ga Vi obavljali?

*Marketingom Ustanove bavio se tim ljudi koji su radili i na drugim stvarima, povremeno su svi uskakali kako bi marketing bio što uspješniji. Pravovremeno smo razvijali turizam, napravljeno je 9 poučnih staza u periodu od 10-ak godina i čak smo za poučnu stazu grofa Jankovića na Jankovcu dobili i nagradu hrvatske turističke zajednice 2006 godine. Ušli smo u zapušteni prostor, kroz 3, 4 godine doveli u red. Definirali zone, trase i postavili poučne table sa različitim pričama kroz 3-4 godine Jankovac je postao od totalne zapuštene šikare postao jedna od top destinacija Slavonije, a on čini više od 90 posto posjeta u Park.*

4. Kakav odnos je Ustanova imala s medijima i s kojim medijima? Na koji način ste oglašavali svoje usluge i proizvode?

*Sve je to bilo praćeno sa medijima. Mi smo bili zanimljivi medijima jer smo bili drugačiji i stalno su nas pratili. Jedno vrijeme smo imali pojavljivanja u HRT dnevniku gotovo svaki mjesec. Bile su i brojne vijesti vezanih za istraživanje, turizam, biologiju, kulturu, povijest, geologiju, floru i faunu, vegetaciju, sve što bi se novo otkrilo bi se i prezentiralo jer to je i bio cilj da se na neki način predoči javnosti. Popularizacija svega išla je u tom smjeru da ljude treba dovesti u novootkriveni prostor. I to je rezultiralo na kraju, pred kraj mog mandata, u Brisselu sa priznanjem Eden destinacije, a to je destinacija novih turističkih vrijednosti. Zajedno sa nacionalnim parkom Sj. Velebitom bili smo u finalu na lokalnom državnom natjecanju Hrvatske turističke zajednice i donjeli još jedno veliko priznanje u smislu novootkrivenih turističkih područja. Mogu reći kako je suradnja s medijima bila vrlo dobra suradnja.*

5. Prokomentirajte postojanje kamenoloma unutar Parka. Na koji način to utječe na zaštitu prirode? Na koji način je to zakonski uređeno i je li moguće uspostaviti ravnotežu ljudskog narušavanja prirodnog okoliša u svoju korist sa korisnošću koju dobiva od zaštite prirodne i kulturne baštine na tom području? Utječe li to na posjetitelje?

*Što se tiče gospodarskih aktivnosti u parkovima prirode one su dozvoljene dakle i sječa šuma i rad kamenoloma, iskorištavanja voda, lovstva. Naravno da je tu bilo problema sa korisnicima jer su se pojavili kao neki novi revizor koji nije baš dobro prihvaćen jer puno je zgodnije onom tko ima profit od eksploatacije različitih resursa da nema nikoga kao tutora nad sobom. I tu je bilo dosta borbi posebno priča oko tih kamenoloma koji nisu radili legalno jer nisu imali dokumentaciju, a naša je zadaća bila da nadziremo njihov rad po pitanju onečišćenja tla, vode, zraka, miniranja i da to ne utječe na okolinu. Po zakonu mi smo imali pravo uspostaviti monitoring nad tlom, vodom i zrakom.*

6. Koje publikacije je Ustanovam objavila i s kojim ciljem (od brošura, časopisa, znanstvenih i stručnih radova pa do knjiga)?

*Što se tiče publikacija, puno ih je bilo, veliki broj karata, brošura, knjiga, vodiča, geološkog, biološkog, kulturnog, veliki broj letaka, veliki broj suvenira barem 30 do 40 razl vrsta. Sve načine na koji bi došli do korisnika na koji način bio ljudima predočili što tu ima vrijedno za pogledati, obići, vidjeti i promijeniti na neki način i kulturu življenja koja kod nas nema tu razinu kao što je to u Europskim zemljama razvijeno, gdje je boravak u prirodi vikendom normalna stvar kod nas to još nije zaživjelo. Mi smo dakle uredili nekoliko destinacija kao što je Jankovac, Orahovačko jezero, područje Kutjeva, više od 200 km uređenih planinarskih staza, više od 200 km biciklističkih staza gdje se održava jubilarni maraton u okviru natjecanja državnog turnira biciklizma za brdski biciklizam. Napravili smo i prvo penjalište u Slavoniji sa nekih 10-ak smjerova na stijeni Sokoline koja je do 55 metara visoka, uzletišta za paraglajdere na brdu Pliš, razne ponude lokalnog stanovništva za jahanje, vožnju kočijom, planinarenje, vinarstvo kutjevačkog vinogorja, OPG, razni gospodarski obrti, eko proizvođači.*

7. Naplaćuje li se ulaznica za bilo koji dio Parka i je li se što promijenilo od osnutka do danas? Ako postoje, mislite li da su preniske ili previsoke ili baš kako treba s obzirom na situaciju u zemlji?

*Što se tiče naplata ulaznica i koncesija to su bila značajna sredstva za ustanovu, nekih 5-6 godina konstantna sredstva, tu smo se borili da zavedemo red po zakonu. Naplaćivali smo čak*

*i koncesijska odobrenja za turistička i ugostiteljska korištenja, a za vrijeme moja tri mandata takva sredstva činila su i do 15% prihoda samog Parka.*

8. Jesu li medijski poznati ljudi poput političara, pjevača, glumaca posjetili Park, a ako jesu koji su to i je li i na koji način to utjecalo na popularnost Parka?

*Od zvučnih imena predsjednik vijeća jedno vrijeme bio je Željko Mavrović, boksač koji se borio za svjetsku titulu prvaka svijeta.*

## **PRILOG 2. ANKETA ZA POTREBE DIPLOMSKOGA RADA NA TEMU: Marketing baštine: studija slučaja Park prirode Papuk**

Provodim anketno istraživanje u Gimnaziji u Požegi u svrhu svog diplomskog rada koji se bavi temom marketinga prirodne i kulturne baštine Parka prirode Papuk koji se proteže kroz Požeško-slavonsku i Virovitičko-podravsku županiju na površini od 336 km<sup>2</sup>. OVA ANKETA JE ANONIMNA!

Dob: \_\_\_\_\_

Spol: \_\_\_\_\_

Razred i gimnazijski program: \_\_\_\_\_

### **Uputa!**

Vrlo često = više od 10 puta; često = 5-10 puta; rijetko = 3-5 puta; vrlo rijetko = 1-3 puta.

1. Posjećujem zaštićena područja prirode (nacionalni park, park prirode, spomenik prirode, strogi rezervat, posebni rezervat, značajni krajobraz, park šuma, spomenik parkovne arhitekture) u Republici Hrvatskoj:

Vrlo često      često      rijetko      vrlo rijetko      nikada

2. Šetam, planinarim (organizirano ili neorganizirano), vozim se biciklom ili provodim piknike i izlete ili druge aktivnosti unutar Parka prirode Papuk:

Vrlo često      često      rijetko      vrlo rijetko      nikada

3. Posjećujem "Papučke jaglace" (tradicionalni događaj koji obilježava prvi dan proljeća svake godine, a organizira ga HPD Sokolovac, uz Općinu Velika, Park prirode Papuk, Grad Požegu, TZ Grada Požege i Požeško-slavonsku županiju):

Vrlo često      često      rijetko      vrlo rijetko      nikada

4. Zaokružite mjesta unutar Parka prirode Papuk koji ste posjetili (moguće više odgovora!).

- |                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| a) Sekulinačke planine               | b) park-šuma Jankovac  |
| c) geološki spomenik prirode Rupnica | d) floristički rezervat Pliš-Mališčak-Turjak-Lapjak  |
| e) Ružica grad                       | f) Utvrda Kamengrad  |
| g) Utvrda Velika                     | h) Neki drugi povijesno-kulturni lokalitet ili zaštićeno područje prirode na području Parka koja nije navedena |

i) Ništa od navedenog

---

5. Posjećena područja ili događaje vezane uz Park prirode Papuk sam posjetio/la sa:  
(Moguće više odgovora!)

- |              |                 |                         |
|--------------|-----------------|-------------------------|
| a) Obitelji  | b) Prijateljima | c) Djevojkom ili momkom |
| d) Sa školom | e) Samostalno   | f) Nisam posjetio/la    |

6. Posjećena područja ili događaje unutar Parka prirode Papuk posjetio/la sam:  
(Moguće više odgovora!)

- |                     |                      |                      |
|---------------------|----------------------|----------------------|
| a) Zbog rekreacije  | b) Iz zabave         | c) Zbog edukacije    |
| d) Jer sam morao/la | e) Neki drugi razlog | f) Nisam posjetio/la |
- 

7. Park prirode Papuk oglašava i promovira svoje usluge, proizvode i događaje:

- a) odlično, ne može bolje    b) dobro, mogao bi bolje    c) loše, mogao bi puno bolje

8. Posjećujem web stranice Parka prirode Papuk?

Vrlo često    često    rijetko    vrlo rijetko    nikada

9. Posjećujem facebook profil Parka prirode Papuk?

Vrlo često    često    rijetko    vrlo rijetko    nikada

10. Posjećujem događaje i/ili lokalitete unutar Parka prirode Papuk jer sam o njima saznao preko:

- |                   |                               |                        |
|-------------------|-------------------------------|------------------------|
| a) Interneta      | b) TV-a                       | c) Novina ili časopisa |
| d) Knjiga         | e) Letaka i/ili brošura       | f) Radio postaja       |
| g) Usmene predaje | h) Neki drugi medij ili izvor | i) Ne posjećujem       |
- 

11. Što vam se posebno sviđa/ne sviđa unutar Parka prirode Papuk i smatrate li da je nešto potrebno promijeniti?

---

---

---

Zahvaljujem na suradnji!