POTENCIJALI RAZVOJA RURALNOG TURIZMA U VINARIJI KOVAČEVIĆ

Hajdinjak, Tomislav

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

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

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:185:738883

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Repository / Repozitorij:

Repository Križevci college of agriculture - Final thesis repository Križevci college of agriculture

zir.nsk.hr

Image not found or type unknown

REPUBLIKA HRVATSKA

VISOKO GOSPODARSKO UČILIŠTE U KRIŽEVCIMA

Tomislav Hajdinjak, student

POTENCIJALI RAZVOJA RURALNOG TURIZMA U VINARIJI KOVAČEVIĆ

Završni rad

Križevci, 2018.

REPUBLIKA HRVATSKA

VISOKO GOSPODARSKO UČILIŠTE U KRIŽEVCIMA

Tomislav Hajdinjak, student

POTENCIJALI RAZVOJA RURALNOG TURIZMA U VINARIJI KOVAČEVIĆ

Završni rad

Povjerenstvo za ocjenu i obranu završnog rada:

1. Dr.sc. Kristina Svržnjak, prof. v. š. - predsjednica povjerenstva

2. Dr.sc. Sandra Kantar, v. pred. - mentorica, članica povjerenstva

3. Dragutin Kamenjak, dipl. ing.- član povjerenstva

Križevci, 2018.

SADRŽAJ

1. UVOD 1

2. PREGLED LITERATURE 2

2.1. Vinski turizam 3

2.1.1. Definiranje vinskog turizma 3

2.1.2. Vino kao temelj vinskog turizma 4

2.1.3. Objekti u vinskom turizmu 4

2.1.4. Turističke aktivnosti u vinskom turizmu 5

2.2. Bjelovarsko-bilogorska županija 6

2.2.1. Turizam Bjelovarsko-bilogorske županije 7

3. METODE ISTRAŽIVANJA 15

3.1. Opis postupka provođenja intervjua 16

4. REZULTATI I RASPRAVA 17

4.1. Vinarija Kovačević 17

4.2. Sorte grožđa i vina iz Vinarije Kovačević 19

4.2.1. Graševina 19

4.2.2. Traminac 19

4.2.3. Chardonnay 19

4.2.4. Cabernet Sauvignon 19

4.2.5. Pinot crni 20

4.3. Turistička ponuda na OPG-u/Vinariji Kovačević 21

4.4. Eno - gastronomska ponuda 26

4.4.1. Daruvarska vinska cesta 27

4.5. Posjećenost Vinarije Kovačević 28

4.6. Promocija Vinarije Kovačević 31

ZAKLJUČAK 32

LITERATURA 34

PRILOZI 36

SAŽETAK 41

1. UVOD

Ruralni turizam jedan je od najraširenijih oblika turizma koji se uobičajeno razvija na seoskom području, u prirodi, a podrazumijeva aktivnosti koje se u tom prostoru odvijaju gdje vlada harmonična sredina, odsutnost buke, očuvani okoliš, komunikacija s domaćinima, domaća hrana te upoznavanje pa i participacija u seljačkim poslovima (Geić, 2011.). Takav oblik turizma ovisi o prirodnim ljepotama, kulturi, običajima, ruralnim aktivnostima te samom ruralnom načinu života. Da bi se neko gospodarstvo počelo baviti seoskim turizmom kao dopunskom djelatnošću, pretpostavka je da ruralni prostor tog gospodarstva ima već postojeće navedene turističke potencijale na temelju kojih se gradi i stvara turistička ponuda.

Ruralni prostor u Hrvatskoj zauzima 91,6% njezine površine i obilježava ga velika biološka i društvena raznolikost, što predstavlja ogromni potencijal za razvoj ruralnog turizma. Pri raznolikosti sadržaja prvenstveno se misli na društvena događanja, manifestacije, priredbe, običaje i tradiciju te raznolikosti u prirodnim sredinama što rezultira specifičnom gastronomskom ponudom nekoga kraja (Kunst, 2012.).

Bjelovarsko-bilogorska županija, kao destinacijsko odredište u ruralnom turizmu, svojim geografskim i prirodnim obilježjima ima mnogo potencijala u razvoju ruralnog turizma. Uzevši u obzir sve veći broj gospodarstava u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji koja se okreću bavljenju i pružanju usluga u ruralnom turizmu, a uz tradicionalnu gastronomsku ponudu nude i određene smještajne kapacitete za noćenje.

Za potrebe završnog rada analizirana je vinarija Kovačević kao primjer dobre prakse razvoja vinskog oblika turizma. Vinarija Kovačević registrirana je kao obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo (OPG) budući da se gospodarstvo primarno bavi proizvodnjom grožđa i vina. Osim osnovnom djelatnošću, gospodarstvo se bavi i pružanjem ugostiteljskih usluga kao dopunskom djelatnošću. Prema Pravilniku o dopunskim djelatnostima na OPG-u (NN 76/14), dopunske djelatnosti predstavljaju djelatnosti koje omogućavaju bolje korištenje proizvodnih kapaciteta te bolje korištenje rada članova OPG-a, čime se omogućuje dodatni izvor dohotka gospodarstva.

Cilj završnog rada bio je prikazati vinariju Kovačević kao primjer uspješnog gospodarstva koje je uspjelo objediniti svoju ponudu vina i tradicijske hrane s noćenjem odnosno pružanjem usluga smještaja te na taj način postići vodeće mjesto u razvoju turizma grada Daruvara, ali i Bjelovarsko-bilogorske županije. Svrha završnog rada je utvrditi potencijale razvoja vinarije Kovačević u turističkoj ponudi Bjelovarsko-bilogorskoj županiji s posebnim naglaskom na vinski turizam.

2. PREGLED LITERATURE

Radi boljeg razumijevanja tema završnog rada važno je definirati pojmove ruralnog turizma, vinskog turizma kao oblika ruralnog turizma, vinariju, vinotočje te obrazložiti povezanosti i sličnosti između pojedinih pojmova.

Premda još uvijek u sjeni morskog turizma, u posljednje vrijeme ruralnom turizmu počinje se posvećivati sve veća pozornost jer ruralni prostor Hrvatske zauzima oko 90% njezine površine, što je ogromni razvojni potencijal.

Zanimanje za bavljenje seoskim turizmom u stalnom je porastu s obzirom na postojanje, još uvijek atraktivnih i „netaknutih" ruralnih predjela s točno određenim načinom života, kulturom i običajima, velikom potrebom očuvanja takvih predjela, davanja stanovništvu mogućnosti prihodovanja kroz turističke usluge i očuvanje izvornih usluga i proizvoda kreiranjem ponuda za drugačiji odmor (Baćac, R. 2011.).

Za **ruralni turizam** se može reći da predstavlja relativno novu turističku aktivnost koja ima za cilj vratiti čovjeka tradicijskim vrijednostima i prirodnom okruženju. Pritom je važno istaknuti da ruralni turizam nije nastao tek kao potreba za novim turističkim kapacitetima, već kao potreba očuvanja i revitalizacije odnosno oživljavanja i davanja nove dodatne vrijednosti naslijeđenoj baštini i autentičnom promoviranju tradicijskih znanja i vještina kroz organizaciju atraktivne i originalne turističke ponude (Demonja, 2012).

Ružić (2012.) definira ruralni turizam kao aktivnost ili pokret kojim čovjeka iz urbane sredine vraćamo prirodi. Prema istom autoru, ruralni turizam pokreće niz gospodarskih i negospodarskih aktivnosti kao prednosti u samoj ruralnoj sredini, a neke od njih su uzgoj prirodne i zdrave hrane, koja je sve više tražena među turistima, ruralni turizam omogućuje turistima u ruralnim sredinama aktivan odnos prema prirodi i poljoprivrednoj proizvodnji na OPG-u te možda najvažnije, ruralni turizam omogućuje turistima povratak prirodnim vrijednostima, poljoprivrednim ambijentima, opuštanje i bijeg od stresa urbanih sredina.

Isto tako, ruralni turizam je najširi pojam koji obuhvaća sve turističke usluge (aktivnosti, vidove turizma) unutar ruralnih područja, uključujući npr. lovni, ribolovni, turizam u parkovima prirode, zimski, vinski turizam, gastro turizam, ekoturizam, zdravstveni, kulturni itd. (Baćac, 2011.).

Ovaj posebni oblik turizma u Hrvatskoj se operativno i organizirano počeo razvijati 1996. godine, kada je ministar turizma, temeljem tada važećeg Zakona o ugostiteljskoj djelatnosti, donio Pravilnik o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu i tada je stvoren pravni okvir reguliranja ove vrste turizma.

Danas, glavni strateški ciljevi hrvatskoga turizma u ruralnom području su: konkurentnost na međunarodnom tržištu, ravnomjerni regionalni razvoj, samozapošljavanje i motiviranje mladih za ostanak na selu, trajna zaštita, implementacija i poštivanje visokih ekoloških standarda te dugoročno održiva valorizacija turističkih potencijala, razvoj cjelovite ponude turističke destinacije, podizanje razine kvalitete smještajnih kapaciteta, ugostiteljskih i turističkih usluga, poticanje proizvodnje organske hrane i autohtonih proizvoda i njihov plasman kroz turističku infrastrukturu, edukacija zaposlenih u turizmu te povećanje udjela kontinentalnog turizma u ukupnom turističkom prometu (Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine).

Demonja i Ružić (2010.) navode kako za razvoj ruralnog turizma nisu dovoljna samo turistička seljačka gospodarstva već i drugi smještajni objekti u ruralnom prostoru. Potrebna je i ostala ugostiteljska infrastruktura: restorani, kušaonice vina i vinarije, uređene turističke atrakcije, osmišljene vinske ceste, biciklističke staze, odnosno potrebne su osmišljene i organizirane ruralne turističke destinacije.

2.1. Vinski turizam

2.1.1. Definiranje vinskog turizma

Od sredine devetnaestog stoljeća se vino pojavljuje kao specifičan turistički motivator kada su sudionici Grand Tour-a na trasi svojih putovanja posjetili vinograde i degustirali vina. Tada je došlo do revolucije nekoliko faktora putovanja; revolucije transportnih sredstava (potaknuta razvitkom željeznice), socijalne revolucije srednjeg sloja građana koji tragaju za kvalitetnim vinima, te izdavanje 1855. godine Klasifikacije vina Gironde koja je po prvi put dala vinima, vinskim područjima te destinaciji identitet turističke atrakcije. U modernoj eri vinski putovi su se pojavili u Njemačkoj industriji turizma od dvadesetih godina 19. stoljeća te se od tada počinju razvijati i u drugim zemljama Europe (Razović, 2015.)

Vino i turizam su blisko povezani unatrag mnogo godina, no tek odnedavno postoji korelacija prepoznata u krugovima vlada, istraživačkih krugova te unutar njihovih industrija. Za turističku industriju, vino predstavlja bitan element privlačnosti unutar destinacije i može biti visoki motivirajući faktor posjetiteljima te za vinsku industriju, vinski turizam označava izgradnju veza sa posjetiteljima za vrijeme jednodnevnog izleta ili duže posjete. Mnogim malim obiteljskim vinarijama prodaja vina posjetiteljima nerijetko predstavlja većinski udio u prihodima te u održivosti poslovanja.

Definicija i koncept vinskog turizma nije rezultat jedinstvenog pristupa. Većina definicija se odnosi na iskustva i motive putnika-turista. **Vinski turizam** se tako može definirati kao posjet vinogradima, vinarijama, vinskim festivalima i događanjima gdje su kušanje vina i povezani doživljaji primarni motivirajući faktori. Prema Razoviću (2015.), sa ekonomskog stajališta, vino i turizam su odraz konkurentnosti određene destinacije.

Vinski turizam se bazira na posebnim interesima povezanim s vinom, a turisti mogu biti motivirani ili destinacijom (vinska regija) ili aktivnošću (kušanje vina). Ovakav turizam, koji uključuje kraće odmore ili izlete, vrlo je važan za vinare i vinarije jer je to način da direktno prodaju svoje proizvode.

Vinski turizam prema Getzu (2000.), osim degustacije vina čini i boravak u vinogradima, vinarijama, podrumima, sudjelovanje u samoj proizvodnji vina, te upoznavanje sa povijesnim i kulturnim običajima tog područja. Takvim aktivnostima turisti dobivaju određeni doživljaj takve turističke destinacije. Pri tome vinski turizam upotpunjuje ostale oblike turizma koji se nude u nekoj destinaciji.

Vinski turizam prema Geiću (2011.) uključuje potpuno osjetilno iskustvo: okus (vina i lokalne kuhinje te svježeg grožđa), miris (zemlje, grožđa, svježeg seoskog zraka, vinarija tijekom fermentacije, podruma, kuhinja u restoranima i seoskim prenoćištima, lišća i tla u vinogradima, travnjaka i cvijeća), dodir (praktični doživljaj proizvodnje vina, boce i čaše, kuhanje s vinom, branje grožđa), vid (vinogradi i modro nebo, jedinstvena lokalna arhitektura, lokalni ljudi kako uživaju u radu, tradicionalni festivali, boja vina), sluh (punjenje vina u boce,

lijevanje vina u čaše, radosna glazba, vinarska oprema). Sve navedeno utječe na razvoj komplementarnih oblika i formi selektivnog turizma (kulturni, ruralni itd.).

Osim samog vina, vinski turizam uključuje doživljavanje prostora kroz njegove različite prirodne, društvene i kulturne elemente. Očuvanost i ljepota vinorodnog pejzaža, određene prirodno geografske posebnosti poput geomorfoloških elemenata i klime dio su ponude vinskog turizma. Izložbe vina, kao i različite manifestacije vezane uz vino, poput slavljenja „vinskih" svetaca sv. Vinka i sv. Martina, predstavljaju sastavni dio vinskog turizma.

2.1.2. Vino kao temelj vinskog turizma

Vino je jedno od najpopularnijih alkoholnih pića u svijetu, a smatra se i jednim od najvažnijih sastojaka europskih i svih mediteranskih kuhinja.

Vino je alkoholno piće koje se proizvodi fermentacijom grožđa. Spoj biokemijskih osobina grožđa i kvasca, uvjeta u kojima se odvija proces fermentacije i ljudskog utjecaja na cjelokupni proces prerade, fermentacije i kasnije skladištenja rezultira izuzetno kompleksnim sastavom vina koje može sadržavati na desetke tisuća različitih kemijskih spojeva u različitim omjerima. Na kvalitetu i organoleptička svojstva vina kao i na udio alkohola u vinu, osim podvrste kvasca te kemijskih i fizikalnih parametara procesa fermentacije, a kasnije i skladištenja fermentiranog proizvoda, značajno utječu i karakteristike grožđa kao sirovine za proizvodnju vina. Same karakteristike grožđa variraju ne samo prema sorti vinove loze koja se uzgaja, već su bitni i tlo na kojem vinova loza raste, način obrade tla i uzgoja vinove loze, udio šećera u plodu u vrijeme berbe kao i opći klimatski uvjeti na području gdje se vinova loza uzgaja. Iz tih razloga vina obično označavamo po sorti vinove loze od koje su dobivena, geografskom porijeklu i godištu berbe (Maletić, Karoglan Kontić, Pejić, 2008.).

Hrvatska se vinogradarski dijeli u dvije regije: kontinentalnu i primorsku. Svaka od njih odlikuje se zemljopisnim, orografskim, geološkim, agroekološkim, ampelografskim, gospodarskim i drugim posebnostima. U regiji Kontinentalna Hrvatska, gdje se na podnožjima i obroncima brojnih brda i gora sjeverno od Kupe i Save od davnina uzgaja vinova loza, vodeće su bijele sorte među kojima posebno mjesto pripada graševini. U vinogradarski najprostranijoj i proizvodnjom najvećoj podregiji Slavonija s deset vinogorja (Đakovo s oko 850 ha vinograda, Slavonski Brod 1150 ha, Nova Gradiška 300 ha, Požega-Pleternica 390 ha, Kutjevo 800 ha, **Daruvar 560 ha**, Pakrac 20 ha, Feričanci 775 ha, Orahovica-Slatina 860 ha i Virovitica 695 ha), proizvode se raznovrsna bijela, rosé i crna vina, koja su i izvan naše domovine stekla dobar glas (Maletić, Karoglan Kontić, Pejić, 2008.).

2.1.3. Objekti u vinskom turizmu

Vinski turizam karakterističan je oblik ruralnog turizma koji je usko povezan, pa i ovisan o vinu, proizvodnji vina i vinogradu. Iz tog razloga, vinska turistička infrastruktura ima poseban značaj za razvoj turizma vina.

Vinski turizam, iako je koncentriran oko vina, podrazumijeva kompleksno doživljavanje prostora kojeg se posjećuje. S tim ciljem osnovane su brojne vinske ceste koje na organizirani način nude sve privlačne elemente određenog prostora s vinom u centru pozornosti. Vrste usluga i uvjete koje mora zadovoljavati vinska cesta određeni su zakonskom regulativom. U Hrvatskoj županijske skupštine donose pravilnik o vinskim cestama. One su definirane kao „poseban oblik prodaje poljoprivrednih, ugostiteljskih i

turističkih proizvoda jednog vinorodnog područja na kojem seljačka gospodarstva (obiteljska poljoprivredna gospodarstva) i ostale pravne i fizičke osobe, udruženi pod zajedničkim nazivom vinske ceste, nude svoje proizvode, posebice vino i rakije iz vlastite proizvodnje te ostale seljačke specijalitete. Vinsku cestu čini i prirodna ljepota i posebnost okoliša kroz koji prolazi, kulturne i povijesne znamenitosti, tradicija i posebnosti vinorodnog područja.“ (Pravilnik o vinskim cestama Zagrebačke županije, 2001.).

Vinarija/vinotočje/kušaonica je objekt u kojem se gostima pripremaju i uslužuju vina i/ili voćna vina i/ili proizvodi od vina i/ili voćnih vina i/ili ostala alkoholna pića i/ili naresci (suhomesnati proizvodi, sirevi i slično) koji se sljubljuju s tim pićima i/ili namazi (Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu NN54/2016). Vinarija/vinotočje/kušaonica može biti dio vinske ceste te svoju uslugu nuditi i gostima s vinske ceste. Većina vinarija registrirano je kao obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo (OPG), odnosno upisano u Upisnik poljoprivrednih gospodarstava budući da su svoje poslovanje najprije započele kao OPG te naknadno doregistrirali dopunsku poljoprivrednu djelatnost-vinariju/vinotočje/kušaonicu. Novi Zakon o obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu iz 2018. godine definira OPG kao „organizacijski oblik gospodarskog subjekta poljoprivrednika fizičke osobe koji radi stvaranja dohotka samostalno i trajno obavlja djelatnost poljoprivrede i s njom povezane dopunske djelatnosti, a temelji se na korištenju vlastitih i/ili unajmljenih proizvodnih resursa te na radu, znanju i vještinama članova obitelji“.

Vinski podrumi ili vinske sobe, ako se nalaze iznad zemlje su mjesta dizajnirana za skladištenje i dozrijevanja vina. U "aktivnim" vinskim podrumima, temperatura i vlažnost zraka u prostoriji se zadržava klima uređajima. "Pasivni" vinski podrumi nisu kontrolirani klima uređajima i najčešće se nalaze u zemlji. „*Zato što je vino prirodan, pokvarljiv prehrambeni proizvod osjetljiv je na toplinu, svijetlost, vibracije te kolebanja temperature i vlažnosti. Kada je pravilno skladišteno, vino svoju kvalitetu može očuvati, a u nekim slučajevima s godinama i poboljšati, no to se odnosi na jako mali postotak svjetskih vina (tek oko 5%).Temperatura od 12°C se smatra idealnom, ali može se tolerirati od 10°C do 14°C. Viša temperatura ubrzava starenje i time vino brže gubi na kvaliteti. Vinski podrum, u većini slučajeva, posjeduju sve vinarije i upravo je to ono što gosta najviše oduševi*“ (Maletić, E., Karoglan Kontić, J., Pejić, I., 2008.)

2.1.4. Turističke aktivnosti u vinskom turizmu

U sklopu svoje turističke ponude, prema Geiću (2015.), gospodarstva najčešće pružaju navedene usluge:

- smještaj gostiju na vlastitom gospodarstvu,
- ponuda vlastitih proizvoda,
- ponuda jela iz vlastite kuhinje,
- ponuda pića iz vlastitih podruma,
- degustiranje i kušanje vina,
- organiziranje izleta u okolicu,
- pružanje usluga za grupe turista po najavi,
- berba voća i povrća,
- foto safari,
- iznajmljivanje konja za jahanje,

- iznajmljivanje bicikala za vožnju i dr.

Najvažnije odlike i posebnosti u pružanju usluga jela i pića je da su namirnice proizvedene na klasičan i tradicionalan način u seljačkom gospodarstvu te na taj način slijede trendove vezane za zdravu prehranu.

2.2. Bjelovarsko-bilogorska županija

S obzirom na to da je vinarija Kovačević smještena u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji. Važno je opisati osnovne karakteristike BBŽ te navesti najvažnije turističke posebnosti u okviru kojih će se analizirati povezanost vinarije Kovačević s turističkom ponudom. Prema Turističkom master planu Bjelovarsko-bilogorske županije (2009) Bjelovarsko-bilogorska županija je okarakterizirana kao:…" *zelena oaza zdravlja, znanja, tradicijskih vrijednosti i pravih prilika*".

Općenito, Bjelovarsko-bilogorska županija smještena je na sjeverozapadu Republike Hrvatske. Prostire se na 2.652 km2 ili 265.174 ha, što je 4,65% površine Republike Hrvatske.

U administrativno-političkom smislu Županija je podijeljena na pet gradova (Bjelovar, Čazma, Daruvar, Garešnica i Grubišno Polje), odnosno na 18 općina (Berek, Dežanovac, Đulovac, Hercegovac, Ivanska, Kapela, Končanica, Nova Rača, Rovišće, Severin, Sirač, Šandrovac, Štefanje, Velika Pisanica, Veliki Grđevac, Veliko Trojstvo, Velika Trnovitica, Zrinski Topolovac).



Slika 1. Područje BBŽ
Izvor: http://www.arhiva.bjelovar.info/index.php/aktualno/izbori_za_nachelnike_opina_u_bbzh/ (10.07.2018.)

Cjelokupni prostor BBŽ obilježavaju različita prirodna obilježja što joj daje osobit izgled. Za to su, osim obronaka Bilogore, Ravne gore, Papuka i Moslavačke gore zaslužne ponajviše nizine uz rijeku Česmu i Ilovu te njihove pritoke. Česma je duga 123 km, a nastaje od nekoliko vodotoka koji izviru na južnom dijelu Bilogore. Rijeka Ilova izvire u jugoistočnom

dijelu Bilogore na 200m nadmorske visine. Duga je 85 km. Uz njezine plavljene močvarne obale izgrađeni su ribnjaci kod Končanice i Garešnice.

Veći dio županije nalazi se na nadmorskoj visini od 120 do 150 metara. Klimatski je to prijelazni prostor umjereno kontinentalnih obilježja s umjereno hladnim zimama, toplim ljetima i pretežno povoljnim godišnjim rasporedom padalina.

Iako područje Bjelovarsko-bilogorske županije obiluje značajnim izvorima nafte, plina, kvarcnog pijeska, gline, termalnih voda i drugim prirodnim bogatstvima koja se samo djelomično koriste, kvalitetno i prostrano poljoprivredno zemljište, razvijena stočarska proizvodnja, velik broj ribnjaka kao i bogat i raznovrstan šumski fond temeljna su resursna osnova gospodarskog života na ovom području.[1]

2.2.1. Turizam Bjelovarsko-bilogorske županije

Turizam Bjelovarsko-bilogorske županije temelji se na prirodnim resursima kao što su vodeni resursi, šumski resursi, divljač te mnogobrojnim kulturnim i povijesnim objektima i osobama, manifestacijama, o kojima će biti više riječi u nastavku teksta.

Turizam se prvi puta u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji spominje kada, u svrhu gospodarskog razvoja, dinastija Janković u Daruvaru naseljava svoje posjede poljoprivrednicima, zemljoradnicima i obrtnicima iz ostatka Hrvatske te iz Češke, Slovačke, Mađarske, pa je rijetko naseljen i pust prostor nakon ratova s Turcima ponovno naseljen doseljenicima. Godine 1772. saznanjima o termalnim izvorima započela je izgradnja prvih gradskih kupki pod vodstvom grofa Jankovića. Tradicija ljekovite vode, termalnih izvora i lječilišta njeguje se i danas te čini grad Daruvar kao jedno od nezaobilaznih medicinskih središta za rehabilitaciju u Hrvatskoj i regiji.

Turizam u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji, na važnosti je počeo dobivati nedavno, točnije 2009. godine kada je donesen Turistički master plan Bjelovarsko-bilogorske županije, čime su počela značajnija ulaganja i razvoj ruralnog turizma. Do tada, turizam u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji temeljio se na lovu i smještajnoj ponudi hotela Central u Bjelovaru. Turističkim master planom prvi puta pobrojani su svi potencijali za razvoj turizma te su navedeni opći ciljevi koje se ulaganjima u turizam žele postići.

U županiji djeluje šest područnih turističkih zajednica i Turistička zajednica Bjelovarsko-bilogorske županije. To su: Turistička zajednica (TZ) Bjelovar-Bilogora sa sjedištem u Bjelovaru u koju su, uz Grad Bjelovar, ubrojene općine: Zrinski Topolovac, Rovišće, Kapela, Veliko Trojstvo, Šandrovac, Severin, Nova Rača, Velika Pisanica i Veliki Grđevac; TZ Daruvar-Papuk sa sjedištem u Daruvaru okuplja općine Končanica, Dežanovac, Đulovac i Sirač; TZ Grada Čazme i TZ Grubišno Polje koje osim područja Grada ne okupljaju druge općine; TZ Sjeverna Moslavina sa sjedištem u Garešnici djeluje i na području općina Velika Trnovitica i Hercegovac; TZ Garić grad obuhvaća općine Berek i Štefanje. Općina Ivanska trenutno je nesvrstana jer je istupila iz turističke zajednice u kojoj je bila s gradom Čazmom.

Kao jedan od najvećih turističkih potencijala Bjelovarsko-bilogorske županije su oni vodeni. Županijom protječu rijeke Ilova, Česma, Glogovnica, Pakra i Toplica. Od akumulacijskih jezera značajno je ono u Podgariću koje je 2017. godine ponovno otvoreno za posjetitelje. Na jezeru se nalazi hotel – restoran „Vila Garić“ sa kategorizacijom tri zvjezdice. "Vila Garić"

[1] http://rerabbz.hr/images/dokumenti/925/turisticki-master-plan-bbz.pdf

nalazi se u predivnoj dolini s jezerom i malim otočićem, uređena dječja i sportska igrališta, planinarske staze, a la carte restoran za 180 osoba, poslovne sale, aperitiv bar s velikom otvorenom terasom na tri razine (http://www.tzbbz.hr, 2018.) .



Slika 2. Vila Garić
Izvor: http://www.tzbbz.hr/izletista-seoski-turizam/bjelovar/vila-garic-podgaric, 10.07.2018.

Najveći i najznačajniji izvor termalne vode svakako je onaj u Daruvaru gdje je temperature vode između 38 i 42 stupnja C.

Od voda stajačica, na području županije postoji 39 ribnjaka po kojima je upravo Bjelovarsko-bilogorska županija najbogatija u Hrvatskoj.



Slika 3. Jezero Skresovi u Garešnici
Izvor: https://garesnica.eu/, 10.07.2018.

Oko 26% županije nalazi se pod šumom u kojoj prevladavaju hrast kitnjak, bukva, grab i jela, a osim svojih ljepota i putova za rekreaciju, dom su mnogim životinjama. BBŽ je poznata i po brojnim lovištima, koja se ubrajaju među najkvalitetnije u našoj zemlji. U županiji je 20 državnih lovišta, a 10 u potpunosti unutar njezinih granica, s površinom od 44 ha. Kapitalno i atipično rogovlje srneće divljači poznato je diljem Europe. U županiji postoje 44 zajednička lovišta, a lovni turizam jedan je od vodećih oblika turizma u županiji. Lovištima gospodare Hrvatske šume, lovačke udruge i privatni zakupnici. Udruge su organizirane kroz Lovački savez BBŽ (http://www.lsbbz.hr, 2018.).



Slika 5. Lovački savez BBŽ
Izvor: http://www.lsbbz.hr/,10.07.2018.

U 2016. godini, započet je jedinstven projekt foto safarija gdje svi posjetitelji, pod stručnim vodstvom, mogu promatrati životinje u svom prirodnom okruženju, to je ujedno i prvi ovakav doživljaj u Hrvatskoj. Još jedna prednost ove ponude je što je to proizvod koji je moguće koristiti tokom cijele godine. Turisti – ljubitelji prirode s interesom za užitkom promatranja i fotografiranja flore i faune, u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji od sada mogu krenuti i u „lov" čarobnih prirodnih ljepota uz pomoć objektiva i dalekozora i kao svojevrsne suvenire kući odnijeti fotografije za pamćenje. U projekt je uključen Lovački savez BBŽ te 5 lovačkih udruga iz Gornjeg Draganca, Kraljevca, Gornjih Zdjelica, Rovišća i Bjelovara.



Slika 6. Foto safari
Izvor: http://www.tzbbz.hr,, 10.07.2018.

Zaštićenom prirodnom baštinom smatraju se dijelovi prirode koji su na osnovi posebnog zakona proglašeni zaštićenima. Regionalni park Moslavačka gora, proglašena 2007. godine te je stavljen pod zaštitu zbog slikovitog odnosa poljoprivredno-šumskih površina, raznolikosti šumskih vrsta, očuvanih potočnih dolina i travnjaka s brojnim i raznolikim biljnim i životinjskim vrstama, geološkom raznolikošću te kulturno-povijesnim znamenitostima, pogodnih za razvoj svih vidova rekreacije i turizma. Od park šuma na području županije nalaze se Julijeva šuma (Papuk i Ravna gora); Kamenitovac (Bilogora), Bedenik (dolina Česme i Ilove), Rimska šuma i Vranjevina (šuma od posebnog interesa) (Turistički master plan Bjelovarsko-bilogorske županije, 2009.).

Zaštićenom kulturno-povijesnom baštinom smatraju se spomenici kulture i druga kulturna dobra koja su na osnovi posebnog zakona proglašena zaštićenima. Oko 8 kulturnih i kultiviranih krajolika koji zauzimaju oko 65 posto površine županije, 1 gradsko-seosko te 8 seoskih naselja, 138 arheoloških lokaliteta i zona te oko 50 pojedinačnih kulturnih dobara

kategorizirana su kao kulturna dobra od nacionalne ili regionalne važnosti (Turistički master plan Bjelovarsko-bilogorske županije, 2009.).



Slika 7. Dvorac grofa Jankovića, Daruvar
Izvor: http://www.visitdaruvar.hr/dvorac-jankovic.aspx , 10.07.2018.

Znamenite osobe i povijesni događaji potka su interpretaciji na osnovu priča i legendi te inspiracija za različite festivale i događanja. Svakako, najpoznatiji i od nacionalne važnosti je Mato Lovrak. Veliki Grđevac, rodno mjesto Mate Lovraka, klasika dječje književnosti, tijekom godine obiđe nekoliko tisuća učenika i odraslih posjetitelja iz svih krajeva Hrvatske. Uz Lovrakove dane kulture i spomen sobu Mate Lovraka, tu je izgrađen i "Mlin Družbe Pere Kvržice", identičan i na istom mjestu gdje su ga obnavljali Pero i družba. U sklopu Centra položen je pružni kolosijek na kojemu su postavljeni lokomotiva parnjača s tri vagona, kao uprizorenje Lovrakovog djela "Vlak u snijegu". U centru se nalazi rekonstruirana tradicijska Mlinareva kuća, dječje igralište i ostali manji etnografski sadržaji. Prostor je izuzetno atraktivan, jer se nalazi na šumskom području uz potok Grđevicu, kao pritoku rijeke Česme. Za Lovrakov centar veliko zanimanje pokazuju škole širom Hrvatske, i prepoznat je kulturno-edukativno-turistički centar za pretežito učenički turizam, koji promovira ovaj kraj i prisjeća sve generacije na lik i djelo doajena dječjih romana, Matu Lovraka (Turistički master plan Bjelovarsko-bilogorske županije, 2009.).

Prepoznat i na europskoj razini, kao proširena ponuda Lovrakova centra, 2016. godine je, sufinanciran EU sredstvima, otvoren sportsko – rekreacijski centar pod nazivom „Vlakom kreacije do bazena imaginacije".





Slika 8. Sportsko-rekreacijski centar Veliki Grđevac
Izvor: http://www.tzbbz.hr/turisticka-ponuda/bjelovar/sportsko-rekreacijski-centar-veliki-grdevac , 10.07.2018.

Od manifestacija u području Bjelovarsko-bilogorske županije prevladavaju one zasnovane za folklornoj baštini koje organiziraju brojna kulturno-umjetnička društva. Od manifestacija poznatijih u nacionalnim okvirima izdvajaju se Bjelovarski sajam i Božićna bajka.



Slika 9. Božićna bajka u Čazmi
Izvor: https://salajland.com/ , 10.07.2018.

Od ostalih manifestacija ističu se Vinodar u Darovaru, Gariglazbijada i Gastroflora u Garešnici, Terezijana u Bjelovaru, Dani šljiva u Siraču, Dani krumpira u Hercegovcu itd.



Slika 10. Manifestacije u BBŽ
Izvor: http://www.tzbbz.hr/, 10.07.2018.

Muzeji i galerije Bjelovarsko-bilogorske županije locirani su uglavnom u gradskim središtima ili njihovoj neposrednoj blizini. Najznačajniji muzej je Muzej grada Bjelovara, dok je u vjerskom turizmu najznačajnije marijansko svetište u Novoj Rači koje iz godine u godinu okuplja sve veći broj vjernika.

Smještajna ponuda većih kapaciteta odnosi se na četiri hotela: Hotel Garić u Garešnici, Hotel Central u Bjelovaru, Hotel Maldimir u Darovaru te Hotel Termal u Daruvaru. U posljednjih nekoliko godina povećava se broj seoskih turističkih gospodarstava koja nude i smještaj. Jedna od najpoznatijih su Izletište „Na malenom brijegu“ u Ribnjačkoj, Izletište i vinotočje „Vinia“ u Puričanima te Vinarija Kovačević u Daruvaru.



Slika 11. Hotel Garić u Garešnici
Izvor: http://www.hotelgaric.com/hr/ 10.07.2018.

Turističke atrakcije u koje ubrajamo pojedine vrste tradicijskog, ali i suvremenog rada, kao i pojedini pojavni oblici kulture svakodnevnog življenja koji mogu zainteresirati turiste, nazivaju se kultura života i rada. U detaljnoj turističkoj klasifikaciji atrakcije kultura života i rada, ona obuhvaća folklor, rukotvorstvo, tradicijsko građenje i uređenje vrtova, tradicijske obrte, vinarstvo i gastroenologiju, gastronomiju, ugostiteljsku tradiciju i suvremenu proizvodnju (Kunst, 2012).

U županiji djeluje veći broj udruga i zajednica koje se bave očuvanjem nematerijalne kulturne baštine kao što su plesovi i pjesme. Glavni način promocije takvih udruga je kroz kulturne manifestacije diljem županije i šire. Sve ih okuplja Zajednica kulturno umjetničkih udruga Bjelovarsko-bilogorske županije. Izdvojene su Zajednica Mađara Daruvara te Savez Čeha u Republici Hrvatskoj jer se bave očuvanjem tradicije nacionalnih manjina (Turistička zajednica Bjelovarsko-bilogorske županije, 2017).

2.2.1.1. Ruralni turizam u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji

Ruralni turizam u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji od svih oblika turizma raste po najbržoj stopi. Analizirano je trenutno stanje postelja na području Turističke zajednice Bjelovarsko-bilogorske županije koje su poslovale u travnju 2017. godine. Na području županije nalazi se 58 smještajnih objekata koji raspolažu s ukupno 1017 postelja i 94 pomoćna ležaja. O razvoju turizma u županiji gledajući prema smještajnim kapacitetima svjedoči podatak da je 2007. godine broj postelja iznosio 585 (Turistički master plan Bjelovarsko-bilogorske županije, 2009), a u samo desetak godina taj broj se gotovo udvostručio te sada iznosi spomenutih 1017 postelja. Broj postelja apsolutno je malen, a veliki relativni rast posljedica je niske baze na početku.

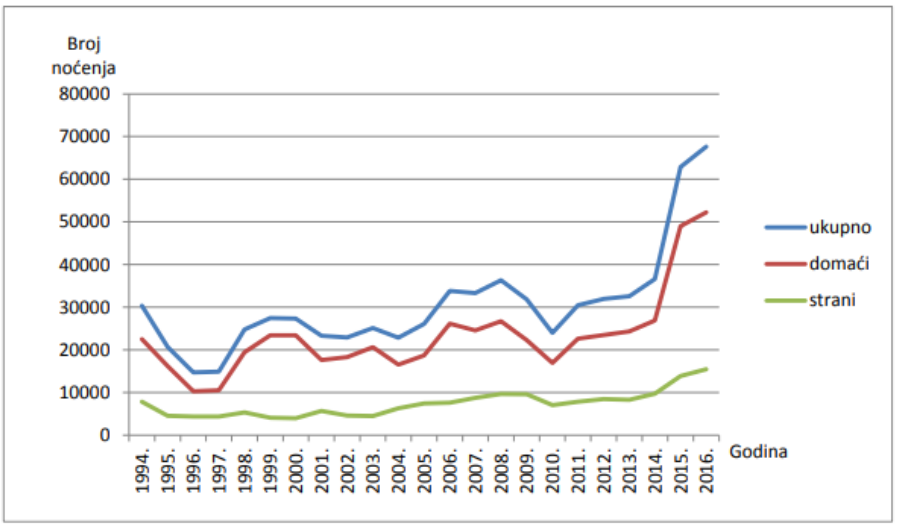
TZ Bilogora-Bjelovar raspolaže s najviše objekata za smještaj gostiju, njih 26 (Tablica 1). U tim objektima nalazi se sveukupno 437 postelja, 403 stalne postelje i 34 pomoćna ležaja. Najveći broj postelja nalazi se na području TZ Daruvar-Papuk njih 490; 468 stalnih postelja i 22 pomoćna ležaja u 15 objekata. U TZ Sjeverna Moslavina u 2017. godini nalazio se samo jedan smještajni objekt, Hotel Garić u Garešnici koji raspolaže s 86 postelja; 54 stalna i 32 pomoćna ležaja. U šest objekata u TZ Čazma nalazi se 37 stalnih postelja, najmanje od svih Turističkih zajednica na području županije. TZ Grubišno Polje i TZ Garić grad imaju po tri smještajna objekta svaka, od toga se 53 postelje nalaze u TZ Grubišnom Polju, a 58 u TZ Garić gradu; 52 stalne i šest pomoćnih postelja.

Tablica 1. Ruralni turizam Bjelovarsko-bilogorske županije u 2017. godini

Bjelovar	- Izletište, vinarija i restoran Coner - Izletište i vinotočje Vinia - OPG Seoski turizam Bilogorska čarolija - Seosko gospodarstvo Kudumija - Izletište Vrata Bilogore - Seoski turizam - Izletište "Na Malenom brijegu"
Daruvar	- Izletište Kod Francuza - Vinarija Lotada - OPG Voborski - Vinarija Kovačević
Čazma	- Seoski turizam Pirak - Zmajevo gnijezdo
Garešnica	- Vila Garić, Podgarić - OPG Balja (Hotel za pčele) - Sobe Štimac
Grubišno Polje	Vila Bilogore

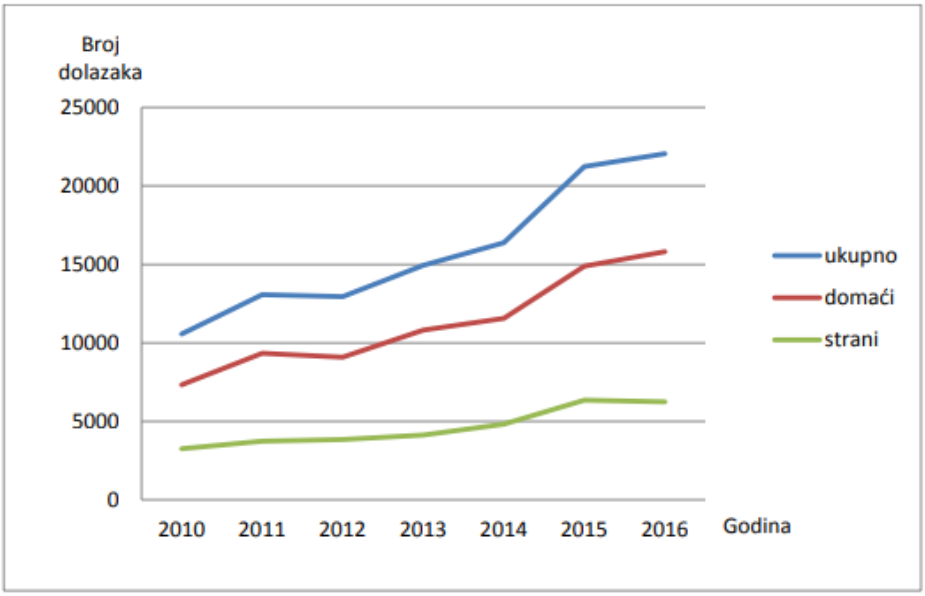
Izvor: http://www.tzbbz.hr/izletista-seoski-turizam/bjelovarsko-bilogorska/tz-grubisno-polje 10.07.2018.

Detaljna analiza napravljena je za noćenja turista u komercijalnim smještajnim objektima, odnosno napravljena je za vremenski period od 1994. do 2016 (Grafikon 1.). Ukupan broj noćenja ostvarenih od strane stranih i domaćih turista 1994. godine iznosio je nešto više od 30 000. Uočena je dominacija domaćih turista koja se zadržala sve do danas. Nakon 1994. primjećuje se pad broja noćenja koji je vjerojatno uzrokovan ratnim zbivanjima na ovom prostoru. Oporavak slijedi tek 1997. godine i vraća se na prijašnje stanje iz 1994. godine kada je iznosio oko 23 000 noćenja. Slijedi razdoblje stagnacije do 2005. godine nakon čega su dostignute brojke noćenja iz predratnog razdoblja. Maksimum noćenja uočavamo 2008. godine nakon čega je uslijedio veliki pad uzrokovan recesijom koja je pogotovo zahvatila domaće turiste, ali nešto malo i strane. Između 2010. i 2014. godine primijećen je blagi oporavak, a 2015. godine dolazi do naglog porasta noćenja pogotovo domaćih turista, porast traje i dalje u 2016. godini kao i u 2017. godini. Promatrajući navedene podatka, možemo uočiti da se porastom broja kreveta, odnosno objekata koji pružaju uslugu smještaja u ruralnom turizmu u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji, povećao i porast broja ostvarenih noćenja.



Grafikon 1. Noćenja turista u komercijalnim smještajnim objektima 1994. - 2016. godine u BBŽ

Izvor: DZS, 2018



Grafikon 2. Dolasci turista u Bjelovarsko-bilogorsku županiju u razdoblju 2010. - 2016.,

Izvor: DZS, 2018

Tijekom proteklih 6 (2010.-2016.) godina županiju je posjetilo sveukupno 111 206 turista, od čega 78 850 domaćih turista i 32 356 stranih turista (Grafikon 2.). Udio domaćih turista iznosi 70,9 % dok je udio stranih turista 29,1 % iz čega se jasno vidi dominacija domaćih turista. Tijekom čitavog razdoblja uočen je porast broja dolazaka, dok je znatan skok uočen nakon 2014. godine.

3. METODE ISTRAŽIVANJA

Za istraživanje potencijala vinarije Kovačević, korištene su slijedeće metode istraživanja:

- Metoda deskripcije - postupak jednostavnog opisivanja ili ocrtavanja činjenica, procesa i predmeta u prirodi i društvu te empirijskih potvrđivanja njihovih odnosa i veza.
- Metoda analize - postupak znanstvenog istraživanja i objašnjavanja stvarnosti putem raščlanjivanja složenih misaonih tvorevina (pojmova, sudova i zaključaka) na njihove jednostavnije sastavne dijelove.
- Metoda sinteze - postupak znanstvenog istraživanja i objašnjavanja stvarnosti putem spajanja jednostavnih misaonih tvorevina u složene, i složenijih u još složenije, povezujući izdvojene elemente, pojave, procese i odnose u jedinstvenu cjelinu u kojoj su njezini dijelovi uzajamno povezani.
- Metoda opažanja - svaki podatak koji možemo dobiti izravno pomoću osjetila ili neizravnim zaključivanjem.

Svaka od ovih metoda korištena je kontinuirano u procesu pisanja rada.

Isto tako, za ovaj završni rad korišteno je primarno vlastito istraživanje, odnosno istraživanje pomoću osobnog intervjua čiji se tijek odvijanja i postavljena pitanja nalaze u Prilogu (Prilog 1).

Često je razgovor najadekvatniji i najbrži način da se dođe do informacija od ljudi. Upravo je to i vrlo čest razlog za primjenu intervjua kao istraživačke metode osobito u sociologiji. Intervju se sastoji od niza pitanja koja istraživač postavlja intervjuiranome ili respondentu.

Intervjui se mogu klasificirati kao „strukturirani“ ili „nestrukturirani“, premda se mnogi nalaze negdje između te dvije krajnosti. U strukturiranom intervjuu, način na koji su pitanja oblikovana i red kojim se postavljaju ostaje isti u svakom pojedinom slučaju. Rezultat je prilično formalan dijalog koji se sastoji od pitanja i odgovora. Nestrukturirani su intervjui više nalik neformalnom razgovoru te ona osoba koja vodi intervju slobodno oblikuje pitanja kako želi, može tražiti od sugovornika da proširi ili pojasni svoje odgovore (Haralambos i Heald, 1980.).

3.1. Opis postupka provođenja intervjua

Nakon što sam stupio u kontakt s obitelji Kovačević, dogovorili smo prvi posjet vinariji 2017. godine za potrebe pisanja seminarskog rada. Prije samog intervjua, načinio sam skicu tijeka intervjua, odnosno pitanja na koja sam želio saznati odgovore. Intervju je realiziran u popodnevnim satima, radnim danom, krajem studenog, kada ima najmanje posjetitelja. Dočekali su me g. Matej i gđa. Martina Kovačević, najmlađi članovi obitelji Kovačević koji su nedavno preuzeli vođenje gospodarstva. U opuštenoj atmosferi, obišli smo čitavo imanje te sam saznao većinu potrebnih informacija. Intervju se odvijao u neformalnoj atmosferi budući da smo svi približnih godina i radimo sličan posao. Posjet, obilazak gospodarstva i vinarije obitelji Kovačević te intervju završio je u prijateljskom raspoloženju nakon 4 sata provedenih na imanju. Nakon provedenog intervjua, slijedila je obrada i analiza prikupljenih informacija i podataka koje sam uobličio i interpretirao u seminarskom radu. S obzirom na to da intervju proveden za potrebe seminarskog rada nije obuhvatio sve potrebne informacije, uslijedio je dogovor i realizacija novog intervjua sa ciljem nadopune ranije dobivenih podataka.

Druga posjeta Vinariji Kovačević realizirana je u subotu, 04. kolovoza 2018. godine. Ovaj termin posebno smo dogovorili jer je na gospodarstvu taj dan bila proslava vjenčanja te je i uređenje bilo drugačije. To je bila izvrsna prilika posjetiti vinariju u potpuno drugačijem ambijentu.

Podaci prikupljeni tijekom provedbe oba intervjua su transkribirani, a veći dio intervjua korišten je za potrebe ovog rada u formi direktnog navođenja, odnosno citiranja.

Osim informacija prikupljenih intervjuom, korišteni su i podaci s promotivnog letka i web stranice vinarije.

4. REZULTATI I RASPRAVA

Na temelju informacija prikupljenih metodom intervjua tijekom 2017. i 2018. godine dobiveni su podaci o vinariji Kovačević koji uključuju geografski položaj, postojeću proizvodnju, turističku ponudu, vinski podrum, posjećenost i planove u budućnosti.

4.1. Vinarija Kovačević

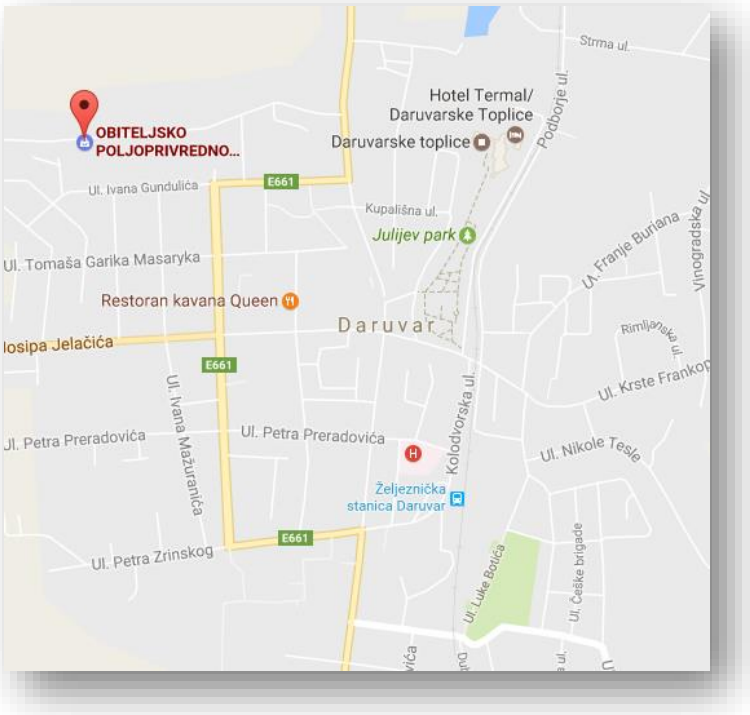
Vinarija Kovačević (slika 12.) nalazi se u Daruvaru, u Ulici Franje Kuhača na broju 49 (slika 13). Udaljena je od Daruvarskih toplica i od glavnog gradskog trga manje od 1 km što vinariju čini iznimno atraktivnom što se tiče smještaja i udaljenosti od centra grada. Upravo sam smještaj vinarije jedan je od njenih glavnih aduta budući da turistu može pružiti mir i odmor od gradske gužve, a opet je vrlo blizu svim „gradskim“ sadržajima poput tržnice, bolnice, toplica, bazena, trgovina, kafića i sl.

Obitelj Kovačević ima dugogodišnju tradiciju u bavljenju vinogradarstvom i vinarstvom koja se prenosi iz generacije na generaciju i na taj način se nastavlja i održava. Prve trsove grožđa, njih 200 komada, zasadio je djed trenutnog vlasnika Mateja Kovačevića, još davne 1960. godine. Prvi vinograd nalazio se na brežuljku nasuprot imanja, tada još obiteljske kuće Kovačević, na manjoj parceli koja se učinila idealnom za uzgoj vinove loze zbog orijentacije terena prema suncu. Mnoga uspješna natjecanja navela su prvog vlasnika, djeda, na izgradnju vinskog podruma i kupovinu suvremenije opreme za bavljenje vinogradarstvom i vinarstvom te na ozbiljniju proizvodnju i brendiranje svog proizvoda. Uspješna proizvodnja navela je gospodina Kovačevića 2003.godine na upis u Upisnik poljoprivrednih gospodarstava, od kada je obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo (OPG) Kovačević i službeno registrirano.



Slika 12. Vinarija OPG Kovačević

Izvor: Vlastita fotografija, kolovoz 2018



Slika 13. Smještaj OPG-a Kovačević u Daruvaru, Izvor: https://www.google.hr/maps, 10.07.2018.

U 2005. godini, djed odlazi u mirovinu, a gospodarstvo, vinograd i podrum predaje na upravljanje unuku g. Mateju Kovačeviću koji je naš sugovornik. Kako g. Matej navodi: "... *da pokažem da sam ozbiljan, ja sam odmah kupio parcelu pored ovog vinograda te postojeći proširio i pomladio. Bila je to jako rizična investicija vrijednosti 20.000 eura, ali se isplatila već nakon dvije godine.*"

Iste godine baka i djed Kovačević iselili su iz kuće na kojoj je bilo smješteno gospodarstvo i vinarija te g. Matej, vođen idejom brojnih vinarija koje je posjetio, odlučuje pokušati urediti kuću u etno stilu s ruralnim motivima te motivima vina i vinograda.



Slika 14. Vinograd OPG Kovačević
Izvor: vlastita fotografija, 2017.

Na taj način, Vinarija Kovačević objedinjuje kulturu života i rada: vinarstvo, gastronomiju, folklor, rukotvorstvo, ali i tradiciju i poljoprivrednu proizvodnju, točnije uzgoj vinove loze i proizvodnju vina.

4.2. Sorte grožđa i vina iz Vinarije Kovačević

Danas se nasad vinograda prostire na 1,9 ha gdje se brižljivom njegom uzgaja pet sorti grožđa što čini ukupno 11.000 trsova. Sorte koje se uzgajaju su Graševina, Traminac mirisavi, Chardonnay i dvije crne sorte: Cabernet Sauvignon i Pinot crni.

4.2.1. Graševina

Vrlo je prilagodljiva i uspijeva na većini hrvatskih tala, potpuno je zadovoljavaju i klimatski uvjeti svih kontinentalnih vinogorja, nije odveć osjetljiva na bolesti i štetnike, izvrsno podnosi niske zimske temperature, a u kasno proljeće kreće s vegetacijom, čime izbjegava kasne proljetne mrazove. Rodnosti je dobre, redovite i, što g. Matej posebno naglašava „*daje prilično ujednačenu kakvoću*“.

4.2.2. Traminac

„*Traminac je sorta vinove loze, koja se tradicionalno uzgaja u podregiji Slavonija, gdje nalazi optimalne pedoklimatske uvjete te smo se i mi odlučili okušati u uzgoju ove sorte i za sada smo vrlo uspješni*.“, navodi g. Matej. U te krajeve ga je 1710. g. donio knez Odeschalchi iz Južnog Tirola, a ime je dobio po mjestu Tramin, gdje je i počeo njegov uzgoj (Maletić, Karoglan Kontić, Pejić, 2008.).

Traminac iz Slavonije je vodeće vino među europskim tramincima, čemu u prilog govori činjenica da je poslužen na svečanosti krunidbe engleske kraljice Elizabete II., a i prije toga je uvršten među vina koja se poslužuju na engleskom kraljevskom dvoru.

„*Sorta grožđa traminac srednje je rodnosti, ali postiže visoki postotak sladora i optimalan sadržaj ukupnih kiselina, koji se postiže ranijom berbom. Vino dobiveno iz takvog grožđa izuzetne je arome jer postiže harmoniju alkohola i kiselina, zlatnožute boje i može biti suho ili polusuho. Traminac je vino koje traže ljubitelji vrlo izgrađenog ukusa*.“, navodi g. Matej.

4.2.3. Chardonnay

Pravilnikom o Nacionalnoj listi priznatih kultivara vinove loze u RH (NN 159/04.) njen se uzgoj preporuča u svim podregijama izuzev u podregiji Srednja i južna Dalmacija.

Mali piramidalni grozdovi, u pravilu vrlo često s jednim krilcem i s podjednako razvijenim, srednje velikim, slatkim i ugodno kiselim bobicama puni su soka, pa moraju biti vinificirani neposredno poslije berbe (Maletić, Karoglan Kontić, Pejić, 2008.).

4.2.4. Cabernet Sauvignon

Francuskog je podrijetla, iz zone Bordeaux-a. Raširen je u cijelom svijetu u uvjetima umjereno tople klime. Prikladan je za područja umjerene klime, dosta suha i aerirana. Na sjeveru zahtjeva položaje dobre ekspozicije na brežuljcima ili ilovasto-šljunkovita propusna tla na nižim položajima. G. Matej naglašava da „*za ovu sortu nisu dobra vrlo plodna i vlažna tla i iz tog razloga su pokušali s uzgojem ove sorte*“.

Vino Cabernet Sauvignona je intenzivne rubin-crvene boje s prijelazom na ljubičastu, puno, ekstraktno, s dosta alkohola, aromatično, s karakterističnim travnatim okusom. Sa starenjem se znatno poboljšava kvaliteta. Prerađen s drugim sortama mogu se povećati organoleptička svojstva vina (Maletić, Karoglan Kontić, Pejić, 2008.).

4.2.5. Pinot crni

Pinot crni je grožđe tanke kožice, stoga je laganog tijela i svijetlije boje. Zahtjeva stalnu njegu i nadzor, posebno zbog osjetljivosti na bolesti. Kako bi se dobilo dobro vino, potrebno je smanjivati urod. Rano zri, te nije pogodno za izrazito toplu klimu.

Aroma ovog vina je jako ovisna o području u kojemu se uzgaja grožđe, a najpoznatija vina dolaze iz Burgundije. Iz tog razloga se često naziva i crnim burgundcem. Okus i miris se osim što ovise o području dosta mijenjaju s vremenom, pa su tu prisutni i jagoda, kupina, malina, višnja, ljubičice, kupus, a kod starijih vina prevladavaju zemljani tonovi.

G. Matej navodi da je ovo vino pogodno za čuvanje i s određenim vremenom provedenim u podrumu, može postići čak i veću kvalitetu.



Slika 15. Vina iz Vinarije Kovačević

Izvor: vlastita fotografija, kolovoz 2018.

Vinski podrum na gospodarstvu ima kapacitet 25.000 l vina u inox posuđu. Iako se koristi suvremena tehnologija, podrum izgledom podsjeća na tradicionalne slavonske vinske podrume jer je zidan starom sitnom punom ciglom, boltanog svoda, s teškim masivnim drvenim vratima.



Slika 16. Podrum vinarije Kovačević
Izvor: vlastita fotografija, kolovoz 2018.

4.3. Turistička ponuda na OPG-u/Vinariji Kovačević

Ono što je obitelj Kovačević potaknulo na bavljenje ovom vrstom djelatnosti su najprije bili smanjenje cijena svježih poljoprivrednih proizvoda, povećanje inputa u proizvodnji vina, smanjenje ili čak potpuni izuzetak potpore za bavljenje vinogradarstvom i vinarstvom, ali i neke pozitivne činjenice: povećanje broja turista na području grada Daruvara, posjedovanje potrebnih resursa, iskustvo u bavljenju vinogradarstvom i vinarstvom, nasljednici koji se žele baviti vinskim turizmom.

Na imanju obitelji Kovačević nalaze se tri objekta: kuća u kojoj su smještene sobe i apartman, kuhinja i dvorana (restoran), zatim vinski podrum te štagalj u kojemu je smještena poljoprivredna mehanizacija.

Uređena kuća u ruralnom stilu, u početku je služila prvenstveno kao vikendica obitelji Kovačević. Kako doznajemo od g. Mateja „*...kako smo mi vrlo društvena familija, berbu grožđa i druge radove u vinogradu uvijek radimo u veselom društvu, s prijateljima. Kako se takve fešte često oduže do jutra, mnogi su ostali prespavati na imanju te nas je upravo ovo navelo na pružanje usluga smještaja. Bilo je tu još dosta posla oko uređenja vanjskog i unutarnjeg dijela imanja, ali malo po malo, i to smo uspjeli. I to sve bez kredita, na što sam jako ponosan*.“

Kuća na gospodarstvu svojim tradicionalnim stilom gradnje prikazuje kako su se nekada gradile kuće daruvarskoga kraja. Kuća građena „u ključ[2]“ s gospodarskim objektima zidana

[2] Tradicionalna kuća tipična za ovo područje pri čemu je osnovna jedinica (kuća) paralelna s ulicom i u njoj su najčešće sobe, dok se okomito na osnovnu jedinicu nalazi „ključ“, prostorije poput kuhinje, boravka i sličnog, s trijemom (Somek, P., 2010.)

sitnom punom ciglom autohtonog je izgleda koji obitelj Kovačević nastoji zadržati kao trajni podsjetnik slijedećim generacijama (slika 19.).

Sve navedeno, dovelo je do doregistracije djelatnosti u 2007.godini, točnije na bavljenje ruralnim turizmom – vinskim turizmom. Naravno, na odluku je utjecao i veliki broj turista u Daruvaru zbog poznate lječilišne ponude.



Slika 17. Restoran obitelji Kovačević
Izvor: vlastita fotografija, 2017.

Pun pogodak g. Matej učinio je postavljenjem starinskih predmeta u veliku dvoranu na gospodarstvu. Sve predmete skupljao je njegov djed te su danas jedna vrsta zbirke koju čini starinsko posuđe, vrčevi, razni alati koji su se nekada koristili u poljoprivredi i sl. Danas je navedena zbirka ono što turiste najčešće najviše iznenadi jer je upravo to što gospodarstvu daje ruralni štih.

Ovo gospodarstvo uređeno je u tradicionalnom stilu slavonskih vinogradara, a na njemu vas očekuje i vinotočje te smještaj u dvokrevetnom apartmanu i dvokrevetnim sobama koji izgledom podsjećaju na sobe naših baka uz starinski namještaj i rukom vezenu posteljinu. Ono što vlasnici posebno ističu je namještaj koji je izrađen prije 70 godina od drveta s područja grada Daruvara. Otvaranjem smještaja, namještaj je renoviran (prebrušen i prelakiran) da bi mogao služiti svrsi još dugi niz godina (Slika 18.).



Slika 18. Izgled smještajnih kapaciteta na OPG-u Kovačević

Izvor: vlastita fotografija, 2017.

Na OPG-u se nalaze ukupno dvije dvokrevetne sobe te jedan dvokrevetni apartman.

Sve etno uređene smještajne jedinice opremljene su nizom dodatnih pogodnosti koje upotpunjuju visoki standardi. Sadržaji u sklopu objekta su parking na otvorenom, šank, dječje igralište, usluga sobarice (na zahtjev), bežični internet, praona rublja, peglaona, najam bicikla te dječji krevetić, također na zahtjev.

Uz prethodnu najavu, obitelj Kovačević, organizira degustacije vina, prigodne proslave, ručak ili večernja druženja do 70 osoba. Isto tako, u zadnje dvije godine, česti gosti su djeca iz vrtića i osnovne škole te je i ovu ponudu gospodarstvo odlučilo uvrstiti u svoj repertuar, nudeći usluge jednodnevnog izleta za grupe (vrtićanci, školarci, umirovljenici, team building za poslovne ljude i sl.).

Posjetitelji imaju mogućnost najma sjenice s velikim roštiljem. Ove godine, sjenicu je iznajmio razred maturanata te svoj zadnji dan školske nastave odlučio provesti na gospodarstvu obitelji Kovačević.

U dvorištu je i obnovljen štagalj u kojem se nalazi radni traktor, old-timerski traktor marke Mccormick iz 1957. godine uređen i dotjeran te registriran. Na traktoru je montirana drvena bačvica i pipa iz koje gosti mogu kušati vino. Ovaj traktor ima i seoska kola prozvana „slavonska banana“ na kojima gosti uživaju u starinskoj vožnji do vinograda.



Slika 19. Slavonska banana

Izvor: http://www.visitdaruvar.hr, 2017.

Gospodarstvo provodi team building aktivnosti kao što su berba grožđa, iznošenje loze iz orezanog vinograda, spremanje zimnice, seoska olimpijada u 6 disciplina i slično.

Ova obitelj njeguje i tradicijske običaje vezane uz vino te se posebno i svečano obilježava „Vincekovo“ kada se u narodnim nošnjama uz tamburaše, gosti vode u vinograd gdje se blagoslivlja trsje (Slika 20.). Berba je posebno zanimljiva jer gosti aktivno učestvuju u poslovima na gospodarstvu i zabavljaju se. Nakon aktivnosti u vinogradu i na prešanju, organizira se ručak - večera uz tamburaše. Martinje je centralna proslava ove obitelji. Tada se organizira tradicijska večera s tamburašima i u ponoć se upriliči ceremonijal krštenja vina (Slika 21.).



Slika 20. Vincekovo 2015. godine

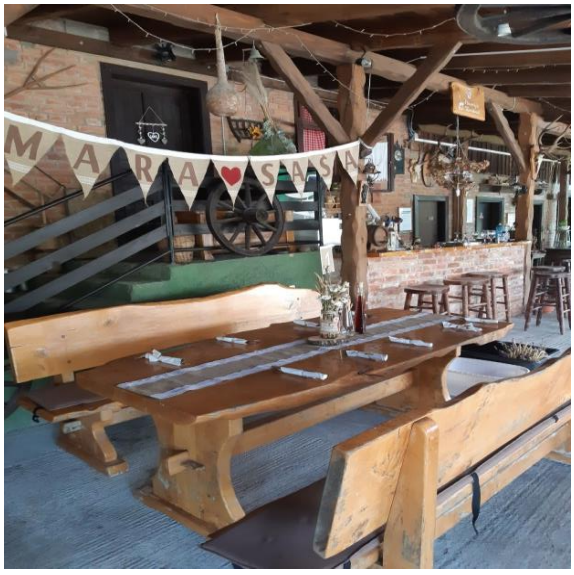
Izvor: http://www.visitdaruvar.hr



Slika 21. Martinje 2015. godine

Izvor: http://www.visitdaruvar.hr, 2017.





Slika 22. Vanjski dio restorana obitelji Kovačević

Izvor: vlastita fotografija, kolovoz 2018.

Gospodin Matej ističe kako vinski turizam uključuje potpuno osjetilno iskustvo:

- „*Okus: vina i lokalne kuhinje, svježeg grožđa*
- *Miris: zemlje i grožđa, svjež seoski zrak, vinarija tijekom fermentacije, podruma, lišća i tla u vinogradima, travnjaka i cvijeća ...*
- *Dodir: praktični doživljaj proizvodnje vina, boce i čaše, kuhanje s vinom, branje grožđa*
- *Vid: vinogradi i modro nebo, jedinstvena lokalna arhitektura, drugi ljudi kako uživaju, tradicionalni festivali, boja vina...*
- *Sluh: punjenje vina u boce, lijevanje vina u čaše, radosna glazba, vinarska oprema, kuhinja…*“

Gospodin Matej navodi da „*vinski turizam zapravo predstavlja turistima identitet, pravu sliku destinacije, stvarni doživljaj, što je njima zapravo važnije od neposrednog broja prodanih boca. Vino održava kulturu i identitet pojedine regije ili države živim. Većina turista koji dolaze na ruralna područja kao što je Daruvar, traže nedodirnuti krajolik te više saznanja o kulturi i životnom stilu destinacije, a u kombinaciji vina, hrane i kulturnih sadržaja stvara se vjeran i stalan gost. Vinarija Kovačević preko turističke niše izgrađuje prepoznatljivi brand koji se manifestira u povećanju prodaje i dobiti od prodaje*“.

Upravo je vinarija Kovačević pokušala obuhvatiti sve navedeno te ponuditi turistu cijeli doživljaj, put grozda od trsa do boce.

Osim navedenog, na OPG-u moguće je kupiti i domaće vino te proizvode okolnih proizvođača sira, rakije i sličnih tradicijskih proizvoda karakterističnih za ovo područje. Posjetiteljima se nudi jahanje, vožnja biciklom, panoramski letovi, skijanje i sanjkanje zimi, planinarenje, šetnja uređenim parkovima bogatih endemičnim drvećem, od kojih se ističe ginko biloba, drvo staro 250 godina, sofore, piramidalni hrast, tise, kraljevsko drvo i dr., te razgled zaštićene povijesne arhitekture.

4.4. Eno - gastronomska ponuda

Gđa. Ljiljana Kovačević, majka gospodina Mateja priprema gostima koji noće na gospodarstvu, doručak, ručak i večeru: „*U pomoć često uskoči cijela obitelj te gostima mogu ponuditi domaća jela: jaja i špek, marmelade, pekmezi, sir i povrće za doručak; za ručak i večeru jela s roštilja, jela ispod peke, šarani s rašlja, paprikaš i sl. Od deserata nude domaće štrudle, pite, palačinke, orehnjače, makovnjače ili štrudle s grožđem. Za velike grupe posjetitelja ili velike proslave, najčešće se organizira catering iz lokalnog obližnjeg restorana koji u ponudi nudi domaća jela, ili gosti mogu donijeti svoju hranu*“.

Enološka i gastro ponuda temelji se u potpunosti na daruvarskom tradicionalnom kulinarstvu i namirnicama uzgojenim na ovom području. Gosti osobito cijene specifična jela, kolače, kruh, vino i druga domaća pića. Rado ih uspoređuju sa sličnim ponudama i različitim jelima iz područja sa kojih dolaze, traže recepte i sjećaju se starinskih jela svog djetinjstva.

Vina koja se na OPG-u Kovačević proizvode i nude gostima su Graševina, Traminac, i Chardonnay od bijelih vina te Cabernet Sauvignon i Pinot crni od crni vina.

Gospodin Matej okarakterizirao nam je svoja vina:

„Graševinu karakterizira prepoznatljiva ugodna aroma, zelenkastožuta boja i svjež i skladan (harmoničan) okus. Mnogi će osjetiti note svježega voća – jabuke i kruške, a od cvjetnih ljubicu, jasmin i lipu. Za okus je uobičajena i blaga gorčina na završetku, što je sortna i cijenjena karakteristika. Graševina je naše najbolje vino, koje vrlo često osvaja medalje na mnogim izložbama i natjecanjima, a prepoznali su ga i naši kupci i gosti. Iz istog razloga i mi smo povećali proizvodnju te je prošle godine proizvedeno 9.000 litara vina graševine.

Traminac je inače sorta ekstrema. Mnogi ga ne vole jer im prejako miriše i zbog toga će reći kako je to "žensko" vino. Traminac u pravilu ima i puno alkohola protiv čega se vinari "bore" zaustavljanjem vrenja, pa dobivaju slađa ili sasvim slatka vina. Prošle godine proizvedeno je oko 1.500 litara vina.

Chardonnay je jedno od najpopularnijih bijelih vina. U Hrvatskoj mu u popularnosti može možda konkurirati graševina, no u SAD-u je Chardonnay sinonim za bijelo vino. Vino chardonnay vrlo je neutralno vino koje krasi velika varijabilnost što je vjerojatno i najveći razlog zašto je toliko popularno. Vino chardonnay je lagano, voćne arome i kiselkasto, a uz vinarske tehnologije tim se temeljnim karakteristikama vina dodaju i drugi karakteristični okusi. Ležanjem u hrastovim bačvama u ovom vinu javljaju se note vanilije, dima i karamele. Ovo vino najtraženije je, odmah nakon graševine te je prošle godine proizvedeno približno 2.000 litara.

Od crnih vina proizvodimo Cabernet sauvignon koji ima divan i jako izražen sortni miris koji može podsjećati i na crni ribiz. Vino je tamno crne boje koju dobiva iz kožice svojih malenih tamnoplavih bobica. Po okusu je pun, suh i izuzetno harmoničan, po čemu je i prepoznatljiv. Prija uz tamna mesa, i jača jela od divljači. Cabernet sauvignon jedno je od dva crna vina koje imamo u svom asortimanu, prošle godine proizvedeno je oko 1.000 litara. Ovo vino ima svoje kupce koji su najčešće lovci, lovačke udruge, društva i sl.

Drugo crno vino je Pinot crni kojemu se okus i miris, osim što ovise o području, dosta mijenjaju s vremenom, pa su tu prisutni i jagoda, kupina, malina, višnja, ljubičice, kupus, a kod starijih vina prevladavaju zemljani tonovi. Crni pinot naše je najbolje crno vino, prošle godine proizvedeno je 1.500 litara i to je vino koje prodamo jako brzo.

Sva vina prodajemo stalnim kupcima, uglavnom iz Daruvara i okolice, ili kroz organizirane fešte u vinariji, nešto ode na sajmovima, a butelje uglavnom pokupuju stranci koji dolaze na noćenja ili gosti koji dolaze na degustacije.

Za sada, sve vino koje proizvedemo, uspijemo prodati na već spomenute načine, bez pretjerane promocije. U budućnosti, ukoliko budemo proširivali proizvodnju i vinograde, pokušat ćemo stupiti u kontakt s određenim turističkim i drugim subjektima, npr. Daruvarskim toplicama i hotelima u okolici."

Vinarija Kovačević uključena je u Daruvarsku vinsku cestu te su svi proizvodi koji se nude na gospodarstvu potpuno domaći i prirodni, od proizvođača s vinske ceste.

4.4.1. Daruvarska vinska cesta

Organizirani oblik vinskog turizma na području grada Daruvara započinje 2008. godine osnivanjem Daruvarske vinske ceste. Iako su i prije postojali pojedinačni pokušaji promocije i korištenja vina u turističke svrhe na pojedinim obiteljskim gospodarstvima, vinska cesta označila je prekretnicu u turističkoj djelatnosti vezanoj uz vino. Institucionalizacija Daruvarske vinske ceste pomogla je u organiziranju svih privlačnih elemenata ovog kraja u jednu

prepoznatljivu turističku ponudu. Visoki kriteriji za pristupanje projektu vinske ceste nisu predstavljali problem, jer je u ovom prostoru već postojala kritična masa kvalitetnih vinara i obiteljskih gospodarstava koji su prepoznali mogućnost ekonomske koristi vinskog turizma i koji danas čine jezgru vinskog turizma grada Daruvara, ali i čitave Bjelovarsko-bilogorske županije. Tradicija malog poduzetništva u ovom prostoru preslikava se i u vinogradarskoj proizvodnji obiteljskih gospodarstava grada Daruvara (Vinske ceste BBŽ, 2008.).

Daruvarska vinska cesta sastoji se od osam različitih, jedinstvenih punktova:

1. OPG Matej Kovačević
2. Badel 1862 d.d.- Vinarija Daruvar, dvorac Janković
3. Vinarija Lotada
4. OPG Voborski
5. Kavana Queen
6. Biogal sirana
7. Badel 1862 d.d. Vinarija Daruvar
8. Vinski salon,

Navedena gospodarstva mogu ponuditi kompletnu gastronomsku ponudu i zadovoljiti želje svakog turista, na cesti se nalaze proizvođači meda, voća, povrća, sira, restoran za catering i dr.

Kako je navedeno u Pravilniku o vinskim cestama, osim punktova koje čine seljačka gospodarstva i drugi fizički i pravni oblici u poduzetništvu, na Daruvarskoj vinskoj cesti nalaze se i tenis igralište, prostori za jahanje, košarkaška i nogometna igrališta, sportski ribnjak, vidikovac, daruvarske toplice, povijesne građevine te sakralni objekti.

4.5. Posjećenost Vinarije Kovačević

Kako doznajemo od domaćina, posjećenost vinarije Kovačević iz godine u godinu raste, tako da je 2016. godine posjećenost bila veća za 39% nego 2015. godine. Vjerojatno je da su ljudi prepoznali kvalitetu hrane, ljubaznost osoblja i vlasnika te raznovrsnost vinske ponude te da im se gosti nakon prvog posjeta vračaju ponovno. Knjiga pohvala je gotovo puna, na što su iznimno ponosni. Postoji i knjiga žalbe, ali kao što su domaćini istaknuli – prazna je!

Prema izvatku turističkog prometa u 2017. godini, možemo iščitati da je najviše dolazaka ostvareno u prosincu, što domaćini navode da je bio organiziran doček Nove godine. Ukupno u 2017. godini, ostvareno je 89 dolazaka od čega je 58 domaćih gostiju i 31 strani (tablica 2.). Od stranih gostiju, najviše dolazaka ostvarili su gosti iz Njemačke (5,62%), gosti iz Belgije (4,49%) i gosti iz Turske (4,49%) (tablica 3.).

Tablica 2. Turistički promet po mjesecima u 2017. godini

Mjesec	Dolasci domaći	Dolasci strani	Dolasci ukupno
01/2017	0	0	0
2/2017	4	0	4
3/2017	7	4	11
4/2017	6	0	6
5/2017	6	1	7
6/2017	6	0	6

7/2017	0	3	3
8/2017	2	10	12
9/2017	4	6	10
10/2017	7	0	7
11/2017	4	2	6
12/2017	12	5	17
UKUPNO	**58**	**31**	**89**

Izvor: Vinarija Kovačević (eVisitor), srpanj 2018.

Tablica 3. Turisti po državi dolaska u 2017. godini

Država	Dolasci	Udio dolazaka (%)
Hrvatska	58	65,17
Belgija	4	4,49
Turska	4	4,49
Nizozemska	3	3,37
Njemačka	5	5,62
Luksemburg	2	2,25
Australija	2	2,25
Češka	3	3,37
Srbija	2	2,25
Bosna i Hercegovina	2	2,25
Rumunjska	2	2,25
Slovenija	2	2,25
Ukupno	**89**	**100**

Izvor: Vinarija Kovačević (eVisitor), srpanj 2018.

Tablica 4. Broj noćenja po mjesecima u 2017. godini

Mjesec	Noćenja domaći	Noćenja strani	Noćenja ukupno
01/2017	0	0	0
2/2017	6	0	6
3/2017	7	4	11
4/2017	22	2	24
5/2017	15	13	28
6/2017	16	0	16
7/2017	0	7	7
8/2017	8	22	30
9/2017	10	54	64
10/2017	20	60	80
11/2017	18	58	76
12/2017	32	18	50
UKUPNO	**154**	**238**	**392**

Izvor: Vinarija Kovačević (eVisitor), srpanj 2018.

Što se tiče noćenja, u protekloj 2017. godini ostvareno je ukupno 392 noćenja, od čega je bilo 154 domaća gosta i 238 strana (tablica 4.). Najviše stranih noćenja ostvarili su gosti iz

Belgije (94 noćenja, 23,98% udjela noćenja) te gosti iz Turske (94 noćenja, 20,66% udjela noćenja) (tablica 5.).

Tablica 5. Turisti po državi noćenja u 2017. godini

Država	Noćenja	Udio noćenja (%)
Hrvatska	154	39,29
Belgija	94	23,98
Turska	81	20,66
Nizozemska	15	3,83
Njemačka	12	3,06
Luksemburg	11	2,81
Australija	10	2,55
Češka	5	1,28
Srbija	4	1,02
Bosna i Hercegovina	2	0,51
Rumunjska	2	0,51
Slovenija	2	0,51
Ukupno	**392**	**100**

Izvor: Vinarija Kovačević (eVisitor), srpanj 2018.

Od početka 2018. godine do kraja lipnja 2018. godine ostvareno je ukupno 54 dolaska čime možemo zaključiti da je ostvareno više dolazaka nego u prvoj polovici 2017. godine. Kao i protekle, i ove godine u dolascima prednjači broj domaćih turista iz Hrvatske (tablica 6.).

Tablica 6. Dolasci turista po mjesecima u 2018.godini (01.01.-30.06.)

Mjesec	Dolasci domaći	Dolasci strani	Dolasci ukupno
01/2018	5	0	5
2/2018	0	3	3
3/2018	6	0	6
4/2018	12	8	20
5/2018	4	7	11
6/2018	6	3	9
Ukupno	**33**	**21**	**54**

Izvor: Vinarija Kovačević (eVisitor), srpanj 2018.

Tablica 7. Noćenja turista po mjesecima u 2018. godini (01.01.-30.06.)

Mjesec	Noćenja domaći	Noćenja strani	Noćenja ukupno
01/2018	18	0	18
2/2018	1	12	13
3/2018	9	0	9
4/2018	19	14	33
5/2018	8	7	15
6/2018	8	11	19
Ukupno	**67**	**44**	**107**

U tablici 7. možemo iščitati da je u prvih 6 mjeseci u 2018. godini ostvareno više dolazaka nego u promatranom razdoblju u 2017. godini. Ove godine, broj noćenja s datumom 30.06.2018. iznosio je 107, dok je na datum 30.06.2017. godine bilo ukupno 85 noćenja. U 2018.godini, u promatranom razdoblju više noćenja ostvarili su domaći turisti.

Gospodin Matej ističe „...*gosti se uvijek vraćaju, a najčešći su srednje starosne dobi, zaposleni, koji dolaze na aktivan vikend ili team building*".

Iz navedenog, očigledno je da se ove godine očekuje već broj gostiju nego proteklih godina.

4.6. Promocija Vinarije Kovačević

Na povećanje broja gostiju vlasnici ističu da uvelike utječe i marketing. Trenutno je prvenstveno orijentacija na jeftiniji oblik promoviranja u vidu vlastite web stranice, promoviranja preko turističke agencije te popularnih portala Facebook i Twitter. Sljedeći marketinški oblik je promocija preko lokalnih novina i radio postaja (Daruvarski radio, BBR radio, Super radio, Bjelovarski list, Bjelovarac i sl). Vinarija je uvrštena na turističku ponudu na web stranicama Turističke zajednice Bjelovarsko-bilogorske županije, na web stranice Grada Daruvara te na web stranice visitdaruvar.hr.

Vinarija je ostvarila veći broj dolazaka promocijom i ponudom preko portala ponudadana.hr.

Pozitivni poslovni rezultat i uspješno poslovanje teško je ostvariti kao pojedinac, zato vlasnici ističu „...*bitno je surađivati s turističkom zajednicom te naravno s drugim vinarima u svojoj okolici kako bi turistu odmor postao još zanimljivijim*".

Vinarija Kovačević uspješno surađuje s drugim vinarima u svojoj okolici u smislu suradnje na zajedničkoj vinskoj cesti, zajedničkih odlazaka na sajmove i izložbe vina, osmišljavanju razgledavanja za turiste ili pak u davanju savjeta i preporuka jedni drugima.

Sve navedeno što je uloženo u ovo gospodarstvo i vinariju, financirano je vlastitim sredstvima. Vinarija se u sljedećih nekoliko godina planira proširiti i nuditi veću ponudu i vina i usluga na gospodarstvu. Veliku priliku g. Matej vidi u fondovima Europske unije (Program ruralnog razvoja RH 2014-2020, natječaji za tip operacije 6.4.1. Ulaganja u stvaranje i razvoj nepoljoprivrednih djelatnosti) te u programu Vinske omotnice kojim bi mogao modernizirati postojeći podrum. Isto tako, niz mogućnosti pružaju Ministarstvo turizma i Hrvatska turistička zajednica kroz svoje natječaje koje raspisuju jednom godišnje i financiraju do 50% ukupne investicije do maksimalnog iznosa 250.000 kn.

Prvotni cilj vinarije Kovačević bio je postati jednom od vodećih destinacija u ruralnom turizmu grada Daruvara. Budući da se taj cilj ostvario, sljedeće što bi željeli postići je postati prepoznatom i jednom od najpoznatijih destinacija ruralnog turizma u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji. Rastom turističkog prometa, vizija razvoja vinarije Kovačević uspješno ide ka svome konačnom cilju, čime je obitelj Kovačević iznimno ponosna.

ZAKLJUČAK

Razvidno je da se turizam Bjelovarsko-bilogorske županije temelji na tradicijskoj kulturi, a suvremene sastavnice su mu sačuvani okoliš, zdrava i netaknuta priroda, hrana proizvedena na poljima koja nisu onečišćena pesticidima i herbicidima, visokokvalitetna vina nagrađivana na najvažnijim vinskim sajmovima i izložbama, lovni turizam, otvaranje kušaonica vina, vinotočja i drugi oblici ruralnog turizma. Treba istaknuti i gastronomiju, koja se temelji na tradicijskoj prehrani, za što se veže i pokret ekološke poljoprivrede.

Vinarija Kovačević uvrštena je u ponudu Turističke zajednice Bjelovarsko-bilogorske županije i grada Daruvara, a njihovi gosti, nakon upoznavanja i posjeta manifestacijama u Daruvaru i okolnim mjestima, rado završavaju svoj posjet upravo na ovom gospodarstvu. Tu ih dočekuje ljubazan domaćin sa dobrom okrjepom, zabavom i odmorom. Mnogi od gostiju će tu naći smještaj na jedan ili više dana sa noćenjem, ponovno se vratiti i preporučiti prijateljima.

Rezultati istraživanja pokazali su kako je Vinarija Kovačević jedan uspješan primjer razvoja ruralnog turizma Bjelovarsko-bilogorske županije, a posebno na području grada Daruvara. Vinarija Kovačević uspješno je iskoristila činjenicu da na području grada Daruvara postoji duga tradicija uzgoja vinove loze i proizvodnje vina te vodeće uloge Daruvara u razvoju kontinentalnog turizma u bjelovarsko-bilogorskoj županiji.

Vinarija Kovačević pruža osnovne usluge kao što su usluge smještaja gostiju, ponuda vlastitih proizvoda (vino), ponuda jela iz vlastite kuhinje, ponuda pića iz vlastitog podruma, usluga degustiranja i kušanja vina, razne usluge za grupe turista po najavi, mogućnost sudjelovanja u berbi grožđa i slično. Ono što vinarija još ne nudi kao vlastitu uslugu, a utjecalo bi na proširenje i raznovrsnost ponude je najam bicikala za vožnju i mogućnost jahanja konja.

Uočeni nedostatak na ovom gospodarstvu svakako je kvalitetnija promocija. Trenutno, vinarija se promovira u sklopu Daruvarske vinske ceste i Turističke zajednice Bjelovarsko-bilogorske županije. Neke od budućih mjera kojima bi se moglo više promovirati ovo gospodarstvo su izrada vlastite Internet stranice, oglašavanje u turističkim časopisima, oglašavanje putem raznih portala koji nude smještajne ponude o atraktivnim cijenama kao što je Ponuda dana, Crno Jaje i slično.

Analiza vinarije Kovačević, njene povijesti, lokacije, trenutne proizvodnje, turističke ponude, gastronomske ponude, posjećenosti i promocijskih aktivnosti pokazala je kako ovo turističko odredište ima dobre temelje, predispozicije i potencijale za daljnji kontinuirani razvoj ruralnog turizma grada Daruvara i Bjelovarsko-bilogorske županije.

Analizirajući broj dolazaka i broj noćenja, razvidno je da se broj gostiju iz godine u godinu povećava. Opravdano se pretpostavlja da će se taj trend nastaviti.

Ono što vinariju Kovačević posebno ističe među drugim sličnim objektima u Daruvaru i Bjelovarsko-bilogorskoj županiji je etno zbirka koja se nalazi u velikoj dvorani. Na taj način turistu/gostu je dočarana identična kultura rada i življenja koja se nekada odvijala na ovom gospodarstvu i ovom području.

Prema sadašnjoj situaciji, kvalitetu usluge i gostoljubivost vlasnika i osoblja prepoznali su prvenstveno poslovni ljudi, pa onda obitelji te mladi. Postali su prepoznatljivo i omiljeno odredište za okrjepu različitim gostima koji ciljano dolaze u vinariju za vrijeme turističkih manifestacija u blizini, organiziranih proslava u objektu, ali i slučajnim gostima kao što su

biciklisti, jahači i pješaci i ostali gosti, putnici namjernici i slično. Krajnji cilj je proširiti paletu različitih turističkih sadržaja namijenjenu mladima.

Nadopunjavajući postojeću autohtonu ponudu novim turističkim uslugama prema ciljanim skupinama gostiju i unaprjeđujući promocijske aktivnosti, vinarija Kovačević može postati vodeće turističko gospodarstvo u Županiji.

LITERATURA

1. Baćac, R., Priručnik za bavljenje seoskim turizmom, Ministarstvo turizma RH, Zagreb, 2011.
2. Čorak, S., Mikačić, V. i suradnici (2006.): Hrvatski turizam, Institut za turizam, Zagreb
3. Demonja, D., Ružić, P. (2010): Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima, Naklada Meridijani, Zagreb
4. Franić, R. (2006). Politika ruralnog razvitka – nova prilika za Hrvatsku, Agronomski glasnik 3/2006, str. 221 – 236, Agronomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zavod za ekonomiku poljoprivrede i agrarnu sociologiju, Zagreb
5. Geić, S., (2011): Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split
6. Getz, D.: Explore Wine Tourism: Management, Development & Destination, Cognizant Communication Corporation, New York, 2000.,
7. Grad Garešnica https://garesnica.eu/
8. Haralambos, M., Heald, R., (1980.): Uvod u sociologiju, Globus, Zagreb
9. Hrabovski-Tomić, E., (2008): Selektivni oblici turizma, Fakultet za uslužni biznis, Sremska Kamenica
10. Krajnović i sur. (2011): Strateško upravljanje razvojem ruralnog turizma – problemi i smjernice. Oeconomica Jadertina 1/2011., str.32.
11. Kunst, I., (2012.): Razvoj turizma na području Bjelovarsko-bilogorske županije: stanje, ograničenja i kako ih prevladati, Zagreb, Radovi Zavoda za znanstvenoistraživački i umjetnički rad u Bjelovaru, sv. 6(2012), str. 91-102
12. Lovački savez Bjelovarsko-bilogorske županije http://www.lsbbz.hr/,10.07.2018.
13. Maletić, E., Karoglan Kontić, J., Pejić, I., (2008.): Vinova loza - Ampelografija, ekologija, oplemenjivanje, Školska knjiga, Zagreb, 2008.
14. Mlinar, A., Antoš, Z.: Upute za očuvanje etnografskih zbirki, Hrvatsko etnološko društvo, Zagreb, 2004., http://www.hrvatskoetnoloskodrustvo.hr/wp-content/uploads/2012/11/Upute-za-cuvanje-etnografskih-zbirki-integralne.pdf
15. Pravilnik o dopunskim djelatnostima na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima (NN76/2014) https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2014_06_76_1436.html
16. Pravilnik o Nacionalnoj listi priznatih kultivara vinove loze u RH https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2014_04_53_1007.html
17. Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu NN54/2016 https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016_06_54_1408.html
18. Pravilnik o vinskim cestama Zagrebačke županije, 2001.
19. Program ruralnog razvoja Republike Hrvatske za razdoblje 2014.-2020., Zagreb, 2014.,http://europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/Program%20ruralnog%20razvoja%202014.-2020..pdf
20. Razović, M.: Vinski turizam kao posebni oblik turističke ponude Dalmacije, izvorni znanstveni rad, Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku, No. 3-4/2015, str. 51-67
21. Ružić, P. (2009): Ruralni turizam, Drugo prošireno izdanje, Institut za poljoprivredu i turizam, Poreč
22. Somek, P.: Osnovni tipovi ruralnih kućišta i kuća u Podravini, izvorni znanstveni rad, PODRAVINA Volumen 9, broj 18, Str. 127 – 149, Koprivnica 2010.

23. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/130426-Strategija-turizam-2020.pdf
24. Svržnjak, K. i suradnici (2014.): Ruralni turizam-uvod u destinacijski menadžment, Visoko gospodarsko učilište u Križevcima, Križevci
25. Turistička zajednica Bjelovarsko-bilogorske županije http://www.tzbbz.hr
26. Turistički master plan Bjelovarsko-bilogorske županije http://rerabbz.hr/images/dokumenti/925/turisticki-master-plan-bbz.pdf
27. Vinske ceste BBŽ http://www.vinskeceste-bbz.hr/
28. Visit Daruvar http://www.visitdaruvar.hr

PRILOZI

1. Transkript intervjua s vlasnikom imanja, g. Matejom Kovačevićem

1. **Možete li mi opisati povijest OPG-a i vinarije, kada ste počeli s poslovanjem?**
   Prve trsove grožđa, njih 200 komada, zasadio je djed 1960. godine, koje je dugi niz godina obrađivao isključivo ručno (okopavanjem i košnjom). Tada je o vinogradarstvu zna malo, a o vinu još manje. Posjećivao je mnoge sajmove, događanja, čitao knjige i jednostavno bio uporan, posvetio se vinogradu 200%.
   Na izložbama i natjecanjima uvijek je osvajao medalje. Kada je uspostavljen Upisnik poljoprivrednih gospodarstva, 2003., djed je odmah upisao naše gospodarstvo te je od tada ono i službeno registrirano.

2. **Tko danas vodi OPG?**
   Od 2005. godine – ja (g.Matej Kovačević), na papiru (smijeh), svi vodimo gospodarstvo, to je obiteljski posao i zajedno smo u tome. Zato i jesmo uspješni.

3. **Što vas je potaknulo na bavljenje dopunskom djelatnošću, tj. ugostiteljstvom/turizmom?**
   Uređena kuća u početku je služila prvenstveno kao vikendica. Kako smo mi vrlo društvena familija, berbu grožđa i druge radove u vinogradu uvijek radimo u veselom društvu, s prijateljima. Kako se takve fešte često oduže do jutra, mnogi su ostali prespavati na imanju te nas je upravo ovo navelo na pružanje usluga smještaja. Bilo je tu još dosta posla oko uređenja vanjskog i unutarnjeg dijela imanja, ali malo po malo, i to smo uspjeli. I to sve bez kredita, na što sam jako ponosan.

4. **Koja je onda vaša glavna djelatnost?**
   Vinogradsratvo/vinarstvo i turizam (smijeh). Još uvijek više prihoda ostvarimo od vina i grožđa, tako da bih mogao reći da je to onda glavna djelatnost. Ali kod nas je to spojeno s gostima i tu nema nepoljoprivrednih djelatnosti ili aktivnosti, sve je isprepleteno jedno s drugim.

5. **Danas imate smještaj? Možete li malo opisati koji su kapaciteti? I što još imate u svojoj ponudi?**
   Nudimo smještaj u dvokrevetnom apartmanu i dvokrevetnim sobama koji izgledom podsjećaju na sobe naših baka uz starinski namještaj i rukom vezenu posteljinu. Sobe su namještene namještajem koji je izrađen prije 70 godina od drveta s područja grada Daruvara. Otvaranjem smještaja, namještaj je renoviran (prebrušen i prelakiran) da bi mogao služiti svrsi još dugi niz godina.
   Sve smještajne jedinice opremljene su nizom dodatnih pogodnosti, sadržaji u sklopu objekta su parking na otvorenom, šank, dječje igralište, usluga sobarice (na zahtjev), bežični internet, praona rublja, peglaona, najam bicikla te dječji krevetić, također na zahtjev.
   Uz prethodnu najavu, organiziramo degustacije vina, prigodne proslave, ručak ili večernja druženja do 70 osoba. Isto tako, u zadnje dvije godine, česti gosti su nam djeca iz vrtića i osnovne škole te smo i ovu ponudu odlučilo uvrstiti u svoj repertuar, nudeći usluge jednodnevnog izleta za grupe (vrtićanci, školarci, umirovljenici, team building za poslovne ljude i sl.).

Posjetitelji imaju mogućnost najma sjenice s velikim roštiljem. Ove godine, sjenicu je iznajmio razred maturanata te svoj zadnji dan školske nastave odlučio provesti na našem gospodarstvu.

6. **Vaše gospodarstvo se temelji na tradiciji i tradicijskim običajima, da li nudite gostima nešto takve tematike?**
   Naravno, njeguje tradicijske običaje vezane uz vino pa svečano obilježavamo „Vincekovo“ kada se u narodnim nošnjama uz tamburaše, gosti vode u vinograd gdje se blagoslivlja trsje.
   Berba je posebno zanimljiva jer gosti aktivno učestvuju u poslovima na gospodarstvu i zabavljaju se. Nakon aktivnosti u vinogradu i na prešanju, organizira se ručak - večera uz tamburaše.
   Martinje je centralna proslava ove obitelji. Tada se organizira tradicijska večera s tamburašima i u ponoć se upriliči ceremonijal krštenja vina. Tata se obuće u biskupa, tako da imamo pravi doživljaj.

7. **Pretpostavljam da nudite i hranu na svom gospodarstvu?**
   Tako je. Mama priprema gostima koji noće na gospodarstvu, doručak, ručak i večeru. U pomoć često uskoči cijela obitelj te gostima pripremamo domaća jela: jaja i špek, marmelade, pekmezi, sir i povrće za doručak; za ručak i večeru jela s roštilja, jela ispod peke, šarani s rašlja, paprikaš i sl. Od deserata nudimo domaće štrudle, pite, palačinke, orehnjače, makovnjače ili štrudle s grožđem. Za velike grupe posjetitelja ili velike proslave, najčešće se organizira catering iz lokalnog obližnjeg restorana koji u ponudi nudi domaća jela, ili gosti mogu donijeti svoju hranu.
   Naša vinarija uključena je u Daruvarsku vinsku cestu te su svi proizvodi koji se ne proizvedu na gospodarstvu, ustvari od nekog proizvođača s vinske ceste i sve je domaće i većinom svježe.

8. **Koliko gostiju imate godišnje?**
   Posjećenost vinarije iz godine u godinu raste, tako da je 2016. godine posjećenost bila veća za 39% nego 2015. godine. Vjerojatno je da su ljudi prepoznali kvalitetu hrane, ljubaznost osoblja i vlasnika te raznovrsnost vinske ponude te da se gosti nakon prvog posjeta vračaju ponovno. Knjiga pohvala je gotovo puna, na što smo iznimno ponosni. Postoji i knjiga žalbe, ali– prazna je!
   Točan broj gostiju dobit ćete mailom iz sustava eVisitor.

9. **Na koji način se oglašavate/reklamirate?**
   Trenutno je prvenstveno orijentacija na jeftiniji oblik promoviranja u vidu vlastite web stranice, promoviranja preko turističke agencije te popularnih portala Facebook i Twitter. zatim preko novina i radija (Daruvarski, BBR, Super radio, Bjelovarski list, Bjelovarac i sl). Vinarija je uvrštena na turističku ponudu na web stranicama Turističke zajednice Bjelovarsko-bilogorske županije, na web stranice Grada Daruvara te na web stranice visitdaruvar.hr. Za sada nam je to dovoljno.

10. **Imate li zaposlene?**
    Zaposlen sam samo ja, ali kako sam već rekao, radimo svi – mama, tata, sestra, svi.

11. **Planirate li povećanje ponude, proširenje?**

Planiramo nakon što sestra završi faks, trenutno pohađa Menadžment ruralnog turizma u Virovitici te nakon što bude mogla više pomagati, tražit ćemo i više posla. Planiram nabavljati novu opremu za podrum, ako bude uspjeha, preko natječaja „Vinska omotnica“ Ministarstva poljoprivrede. Razmatramo i druge prilike, EU sredstva i slično.

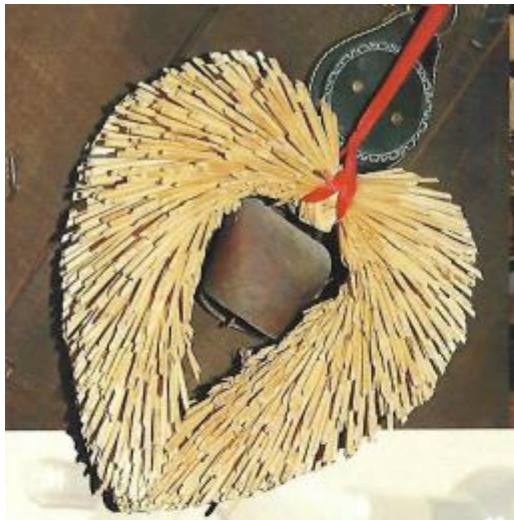
Dodatno pitanje:

12. Možete li okarakterizirati svoja vina?

Graševinu karakterizira prepoznatljiva ugodna aroma, zelenkastožuta boja i svjež i skladan (harmoničan) okus. Mnogi će osjetiti note svježega voća – jabuke i kruške, a od cvjetnih ljubicu, jasmin i lipu. Za okus je uobičajena i blaga gorčina na završetku, što je sortna i cijenjena karakteristika. Graševina je naše najbolje vino, koje vrlo često osvaja medalje na mnogim izložbama i natjecanjima, a prepoznali su ga i naši kupci i gosti. Iz istog razloga i mi smo povećali proizvodnju te je prošle godine proizvedeno 9.000 litara vina graševine.
Traminac je inače sorta ekstrema. Mnogi ga ne vole jer im prejako miriše i zbog toga će reći kako je to “žensko” vino. Traminac u pravilu ima i puno alkohola protiv čega se vinari “bore” zaustavljanjem vrenja, pa dobivaju slađa ili sasvim slatka vina. Prošle godine proizvedeno je oko 1.500 litara vina.
Chardonnay je jedno od najpopularnijih bijelih vina. U Hrvatskoj mu u popularnosti može možda konkurirati graševina, no u SAD-u je Chardonnay sinonim za bijelo vino. Vino chardonnay vrlo je neutralno vino koje krasi velika varijabilnost što je vjerojatno i najveći razlog zašto je toliko popularno. Vino chardonnay je lagano, voćne arome i kiselkasto, a uz vinarske tehnologije tim se temeljnim karakteristikama vina dodaju i drugi karakteristični okusi. Ležanjem u hrastovim bačvama u ovom vinu javljaju se note vanilije, dima i karamele. Ovo vino najtraženije je, odmah nakon graševine te je prošle godine proizvedeno približno 2.000 litara.
Od crnih vina proizvodimo Cabernet sauvignon koji ima divan i jako izražen sortni miris koji može podsjećati i na crni ribiz. Vino je tamno crne boje koju dobiva iz kožice svojih malenih tamnoplavih bobica. Po okusu je pun, suh i izuzetno harmoničan, po čemu je i prepoznatljiv. Prija uz tamna mesa, i jača jela od divljači. Cabernet sauvignon jedno je od dva crna vina koje imamo u svom asortimanu, prošle godine proizvedeno je oko 1.000 litara. Ovo vino ima svoje kupce koji su najčešće lovci, lovačke udruge, društva i sl.
Drugo crno vino je Pinot crni kojemu se okus i miris, osim što ovise o području, dosta mijenjaju s vremenom, pa su tu prisutni i jagoda, kupina, malina, višnja, ljubičice, kupus, a kod starijih vina prevladavaju zemljani tonovi. Crni pinot naše je najbolje crno vino, prošle godine proizvedeno je 1.500 litara i to je vino koje prodamo jako brzo.
Sva vina prodajemo stalnim kupcima, uglavnom iz Daruvara i okolice, ili kroz organizirane fešte u vinariji, nešto ode na sajmovima, a butelje uglavnom pokupuju stranci koji dolaze na noćenja ili gosti koji dolaze na degustacije.
Za sada, sve vino koje proizvedemo, uspijemo prodati na već spomenute načine, bez pretjerane promocije. U budućnosti, ukoliko budemo proširivali proizvodnju i vinograde, pokušat ćemo stupiti u kontakt s određenim turističkim i drugim subjektima, npr. Daruvarskim toplicama i hotelima u okolici.

1. Letak Vinarije Kovačević









Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo Kovačević na 1,9 ha vlastitih nasada vinograda brižljivom njegom uzgaja 5 sorti grožđa, što čini ukupno 11.000 trsova.

Primjena suvremenih tehnologija u proizvodnji i grožđa i vina rezultira visokom kvalitetom vina koja se nagrađuju na izložbama vina.

Vinska karta sadrži 5 vrsti vina i to:
tri bijela:
- **Graševina - Traminac mirisavi - Chardonay**
i dva crna vina:
- **Cabernet Sauvignon - Pinot crni**

Na gospodarstvu, uređenom u tradicionalnom stilu slavonskih vinogradara, pružaju se usluge seoskog turizma: uz prethodnu najavu organiziraju se prigodne proslave, ručkovi ili večernja druženja.







SAŽETAK

U radu se prikazuju ruralno turistički potencijali obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva – Vinarije Kovačević u gradu Daruvar u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji. Putem intervjua s vlasnikom OPG-a i analizom ostalih relevantnih izvora podataka analizirana je specifičnost vinarije i ponude u ukupnoj ponudi ruralnog turizma i turizma Bjelovarsko-bilogorske županije. Zaključak rada je da Vinarija Kovačević predstavlja primjer dobre prakse poljoprivrednih, proizvođačkih, uslužno-turističkih i tradicijskih potencijala u koje je uključena obitelj, a prirodne ljepote i prometna povezanost Županije dodatno osnažuju postojeće komparativne prednosti ovog objekta.

Ključne riječi: ruralni turizam, vinski turizam, vino, vinarija, vinograd