

# Uloga Bjelovarskog sajma u razvoju turizma Bjelovarsko-bilogorske županije

---

Hunjet, Tihana

Master's thesis / Diplomski rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Science / Sveučilište u Zagrebu, Prirodoslovno-matematički fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:217:962504>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-09-30**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Faculty of Science - University of Zagreb](#)



**Tihana Hunjet**

**Uloga Bjelovarskog sajma u razvoju turizma Bjelovarsko-  
bilogorske županije**

**Diplomski rad**

**Zagreb  
2022.**



**Tihana Hunjet**

**Uloga Bjelovarskog sajma u razvoju turizma Bjelovarsko-  
bilogorske županije**

**Diplomski rad**

predan na ocjenu Geografskom odsjeku  
Prirodoslovno-matematičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu  
radi stjecanja akademskog zvanja  
magistre geografije

**Zagreb  
2022.**

Ovaj je diplomski rad izrađen u sklopu diplomskog sveučilišnog studija *Geografija; smjer: Baština i turizam* na Geografskom odsjeku Prirodoslovno-matematičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, pod vodstvom prof. dr. sc. Laure Šakaja

Sveučilište u Zagrebu  
Prirodoslovno-matematički fakultet  
Geografski odsjek

Diplomski rad

## Uloga Bjelovarskog sajma u razvoju turizma Bjelovarsko-bilogorske županije

Tihana Hunjet

**Izvadak:** U ovom radu prikazan je Bjelovarski sajam kao jedan od oblika gospodarske manifestacije te njegova uloga i utjecaj na razvoj turizma Bjelovarsko-bilogorske županije. U prvom dijelu rada dan je osvrt na geografska obilježja županije i njezin prometno-geografski položaj, turističku ponudu, smještajne kapacitete te kretanje broja domaćih i stranih turista. Drugi je dio rada fokusiran na Bjelovarski sajam i njegovo značenje za Bjelovarsko-bilogorsku županiju. Dan je pregled povijesnog razvoja Bjelovarskog sajma, strukture njegovih izlagača i posjetitelja. Analizirana je kulturna i gospodarska uloga sajma unutar Bjelovarsko-bilogorske županije, a prvenstveno utjecaj sajma na njen turizam. U svrhu proučavanja tog utjecaja istražena su turistička kretanja za vrijeme trajanja sajma te su provedeni intervjui s osobama koje su povezane s osnivanjem sajma. Provedene su ankete među izlagačima na sajmu. U sljedećem dijelu objašnjene su tendencije razvoja Bjelovarskog sajma te su raspravljani mogući pravci njegova razvoja. Propitan je njegov sveukupan utjecaj na gospodarski i kulturni identitet Bjelovara i Bjelovarsko-bilogorske županije. Na osnovi sinteze dobivenih rezultata doneseni su zaključci o navedenoj temi, tj. značenju Bjelovarskog sajma za turizam unutar promatranog područja.

54 stranica, 26 grafičkih priloga, 9 tablica, 17 bibliografskih referenci; izvornik na hrvatskom jeziku

Ključne riječi: Bjelovarski sajam, turizam, baština, Bjelovarsko-bilogorska županija

Voditelj: prof. dr. sc. Laura Šakaja

Povjerenstvo: prof. dr. sc. Laura Šakaja  
doc. dr. sc. Lana Slavuj Borčić  
doc. dr. sc. Ivan Šulc

Tema prihvaćena: 9. 9. 2021.

Rad prihvaćen: 9. 6. 2022.

Rad je pohranjen u Središnjoj geografskoj knjižnici Prirodoslovno-matematičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, Marulićev trg 19, Zagreb, Hrvatska.

BASIC DOCUMENTATION CARD

University of Zagreb  
Faculty of Science  
Department of Geography

Master Thesis

**The role of the Bjelovar Fair in the development of tourism in Bjelovar-Bilogora County**

Tihana Hunjet

**Abstract:** This paper presents the Bjelovar Fair as one of the forms of economic manifestation and its role and influence on the development of tourism in the Bjelovar-Bilogora County. The first part of the paper gives an overview of the geographical characteristics of the county and its traffic and geographic position, tourist offer, accommodation capacities and the number of domestic and foreign tourists. The second part of the paper focuses on the Bjelovar Fair and its meaning for the Bjelovar-Bilogora County. An overview of the historical development of the Bjelovar Fair, the structure of its exhibitors and visitors is given. The cultural and economic role of the fair within the Bjelovar-Bilogora County was analyzed, and primarily the impact of the fair on its tourism. In order to study this impact, tourist trends during the fair were investigated and interviews were conducted with persons associated with the establishment of the fair. Surveys were conducted among the exhibitors of the fair. The following section explains the tendencies of the development of the Bjelovar Fair and discusses the possible directions of its development. Its overall influence on the economic and cultural identity of Bjelovar and Bjelovar-Bilogora County was questioned. Based on the synthesis of the obtained results, conclusions were reached on the above topic, i.e. the significance of the Bjelovar Fair for tourism within the observed area.

54 pages, 26 figures, 9 tables, 17 references; original in Croatian

**Keywords:** Bjelovar fair, tourism, heritage, Bjelovar-Bilogora County

**Supervisor:** Laura Šakaja, PhD, Full Professor

**Reviewers:** Laura Šakaja, PhD, Full Professor  
Lana Slavuj Borčić, PhD, Assistant Professor  
Ivan Šulc, PhD, Assistant Professor

**Thesis title accepted:** 09/09/2021

**Thesis accepted:** 09/06/2022

Thesis deposited in Central Geographic Library, Faculty of Science, University of Zagreb, Marulićev trg 19, Zagreb, Croatia.

## Sadržaj

1. Uvod.....	1
1.1. Predmet istraživanja i cilj rada .....	2
1.2. Prostorni obuhvat istraživanja .....	2
1.3. Pregled dosadašnjih istraživanja.....	3
1.4. Metode istraživanja.....	3
2. Geografska i turistička obilježja Bjelovarsko-bilogorske županije .....	5
2.1. Prometno-geografski položaj.....	5
2.2. Turistička ponuda županije.....	7
2.2.1. Zaštićena prirodna baština.....	7
2.2.2. Zaštićena kulturno-povijesna baština .....	8
2.2.3. Ostala kulturno-povijesna baština .....	10
2.3. Obilježja turističkih kretanja .....	13
2.4. Obilježja smještajnih kapaciteta .....	16
3. Bjelovarski sajam.....	18
3.1. Povijesni razvoj .....	19
3.2. Manifestacije Bjelovarskog sajma.....	22
3.3. Analiza sadržaja – knjižice izlagača na Bjelovarskom sajmu .....	23
4. Rezultati provedenog istraživanja .....	28
4.1. Zaključci iz provedenih intervjua .....	28
4.2. Rezultati anketnog istraživanja.....	33
4.3. Turistička kretanja za vrijeme sajma .....	39
5. Rasprava.....	45
6. Mogućnosti razvoja Bjelovarskog sajma .....	49
7. Zaključak.....	52
8. Literatura i izvori .....	53
9. Prilozi.....	VI



## 1. Uvod

U jednoj od prvih definicija turizam se opisuje kao suvremeni fenomen uzrokovan povećanjem potrebe za odmorom i promjenom klime, buđenjem svijesti o ljepoti krajolika, radosti te užitkom boravka u prirodi (Hrvatska enciklopedija, 2022). Turizam se počeo intenzivnije razvijati u 19. stoljeću, ali je potpunu afirmaciju doživio tek nakon 2. svjetskog rata. Turizam je danas prisutan u svim segmentima društva i nije više povlastica samo naj imućnijih.

Najznačajnije receptivno područje svijeta jest Europa koja bilježi 51.7% svih međunarodnih turističkih dolazaka. Konkretnije to je područje Sredozemlja s 18.4% svih međunarodnih turističkih dolazaka (UNWTO, 2013), a tom području pripada i Hrvatska. Važnost turizma u Republici Hrvatskoj očituje se u činjenici da turizam čini oko 18% ukupnog BDP-a zemlje (HGK, 2016.). Turizam je vrlo osjetljiva djelatnost koja povezuje više gospodarskih i srodnih djelatnosti, što se posebice moglo uočiti u nedavnoj korona krizi. Pretjerano oslanjanje na turizam kao glavni izvor prihoda nikada nije dobro rješenje, pogotovo ako se bazira na jednoj vrsti turizma. U Hrvatskoj je to, naravno, masovni ljetni kupališni turizam kojemu su glavna karakteristika izrazita sezonalnost te isključiva koncentracija turista u obalnom području. Iz navedenog može se zaključiti kako postoji potreba za proširenjem turističke ponude u kontinentalnim županijama i produljenja turističke sezone na cijelu godinu.

Pozitivni trendovi kojima danas svjedočimo jesu odmicanje od masovnog turizma i sve intenzivnije razvijanje selektivnih oblika turizma. Pogodno područje za razvijanje i jačanje selektivnih oblika turizma jest kontinentalna Hrvatska. Neki od razvijenih selektivnih oblika turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj su npr. zdravstveno-lječilišni, vjerski, ruralni, kongresni, kulturni... Uz kulturni turizam često vežemo i manifestacijski, i upravo tu se ističe Bjelovarski sajam kao velika gospodarska manifestacija značajna za Hrvatsku, ali i ovaj dio Europe. Sajmovi nisu samo mjesta susreta potrošača i prodavača, već su manifestacija i reprezentacija društveno-ekonomskog života zemlje. Bjelovarski sajam gospodarska je manifestacija primarno bazirana na poljoprivredi, ali na njemu se mogu pronaći izlagači i proizvodi šireg spektra djelatnosti te popratni kulturno-umjetnički program.

## 1.1. Predmet istraživanja i cilj rada

Predmet istraživanja ovog rada jest uloga i značenje Bjelovarskog sajma u razvoju turizma Bjelovarsko-bilogorske županije. U radu analizirana je prirodna i društvena turistička atrakcijska osnova županije – zaštićena prirodna i kulturno-povijesna baština te ostala baština. U skupini ostale baštine znamenitosti su podijeljene u nekoliko kategorija: *kultura života i rada, znamenite osobe i povijesni događaji, manifestacije, prirodna lječilišta, kulturne i vjerske ustanove, sportsko-rekreacijske građevine i tereni te turističke staze, putovi i ceste*. Isto tako, analizirana su obilježja turističkih kretanja i obilježja smještajnih kapaciteta u županiji. Analiza je provedena pomoću sljedećih statističkih podataka: dolasci i noćenja turista, struktura turista prema državama iz kojih dolaze, struktura postelja i smještajnih kapaciteta.

Prije početka ovog istraživanja postavljena su pitanja: Utječe li Bjelovarski sajam na razvoj turizma u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji? Vide li se pozitivnija kretanja turističkog prometa u mjesecima održavanja Bjelovarskog sajma?

Ciljevi ovog rada su:

- Utvrditi turističku atrakcijsku osnovu županije
- Analizirati obilježja turističkih kretanja i obilježja smještajnih kapaciteta županije
- Analizirati i ocijeniti turistička kretanja u mjesecima održavanja Bjelovarskog sajma
- Odrediti mogućnosti daljnjeg razvoja Bjelovarskog sajma

Temeljna hipoteza ovog rada jest:

**Bjelovarski sajam pozitivno doprinosi razvoju turizma u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji.**

## 1.2. Prostorni obuhvat istraživanja

Prostorni obuhvat istraživanja jest područje Bjelovarsko-bilogorske županije, a sam Bjelovarski sajam održava se u Gudovcu – naselju u sastavu Grada Bjelovara. Županija se nalazi u središnjem dijelu kontinentalne Hrvatske te je jedna od dvije županije koje nemaju državne granice. Njena ukupna površina iznosi 2 640 km<sup>2</sup> (DGU, 2022). Prema posljednjem popisu stanovništva iz 2021. godine županija ima 102 295 stanovnika (DZS, 2022). Sjedište županije je grad Bjelovar, najveće gradsko naselje u županiji, uz još četiri upravna grada te 18 općina i 323 naselja.

### 1.3. Pregled dosadašnjih istraživanja

Kunst (2012) u radu *Razvoj turizma na području Bjelovarsko-bilogorske županije: stanje, ograničenja i kako ih prevladati* govori kako prostor županije odlikuje bogatstvo i raznovrsnost resursa koji predstavljaju atrakcijsku osnovu. No isto tako ukazuje na problematično trenutno stanje u kojem niti jedan proizvod županije nije dovoljno razvijan ni adekvatno prezentiran. U radu ističe razloge takvoga stanja te predlaže moguća rješenja i načine poboljšanja razvoja turizma.

Dokumenti *Turistički master plan Bjelovarsko-bilogorske županije* (Kunst i Tomljenović, 2009) i *Identifikacija ključnih razvojnih projekata za implementaciju vizije turističkog razvoja Bjelovarsko-bilogorske županije* (Kunst i Tomljenović, 2010), koji su usvojili Bjelovarsko-bilogorska županija i Turistička zajednica Bjelovarsko-bilogorske županije, relevantni su jer ističu važnost povećanja ekonomskih učinaka turizma kao krajnji cilj. U turističkom master planu glavni cilj jest stvaranje dugoročno održivih tržišnih i institucionalnih preduvjeta za kontinuirano povećavanje razine kako blagostanja, tako i uvjeta života i rada cjelokupnog stanovništva županije. Taj cilj trebao bi se ostvariti kroz: bolju valorizaciju turističke resursno-atrakcijske osnove, tržišno (re)pozicioniranje, kreiranje cjelovitog i tržišno prepoznatljivog sustava turističkih doživljaja (Kunst i Tomljenović, 2009).

Knjiga *Sedam stoljeća sajmovanja na području Bjelovarsko-bilogorske županije* (Medar, 1999) obrađuje temu sajmovanja na području Bjelovarsko-bilogorske županije kroz stoljeća. Sastoji se od četiri temeljna poglavlja te su u svakom od poglavlja opisana zbivanja vezana za sajmovanje i to kronološkim redom. Knjiga istražuje tijek sajmovanja od srednjovjekovnih korijena pa sve do 20. stoljeća.

### 1.4. Metode istraživanja

Pri izradi ovog rada korištene metode istraživanja su analiza sekundarnih izvora podataka, metoda analize i sinteze, analiza sadržaja, metode anketiranja i intervjua te grafičke i statističke metode. U analizi sadržaja korištene su knjižice izlagača s Proljetnog i Jesenskog sajma iz 2019. godine. U prvoj knjižici predstavljeno je 465 i u drugoj 470 izlagača, koji su dalje razvrstani u kategorije. Grafičkim i statističkim metodama prikazana su obilježja turističkog prometa, izrađena na temelju analiziranih podataka o turističkim

dolascima i noćenjima sa stranica Državnog zavoda za statistiku. Isto tako, prikazani su i rezultati odgovora ispitanika anketa i intervjua. Anketa je izrađena u softveru Google obrasci i slana je izlagačima na njihove email adrese, a u prilogu 1 nalaze se pitanja. Provedena je među izlagačima na sajmu, iz knjižice izlagača za 2019. godinu. Od 470 izlagača kojima je poslana anketa dobiveno je 48 odgovora. Proveden je i polustrukturirani intervju, a u prilogu 2 i 3 nalaze se pitanja koja su služila kao okosnica. Intervjui su provedeni s 3 osobe važne u počecima sajma tj. pri osnivanju i s trenutnim direktorom Bjelovarskog sajma.

## 2. Geografska i turistička obilježja Bjelovarsko-bilogorske županije

### 2.1. Prometno-geografski položaj

Bjelovarsko-bilogorska županija nalazi se u istočnom dijelu središnje Hrvatske. Županija graniči s Koprivničko-križevačkom županijom na sjeveru, s Virovitičko-podravskom na sjeveroistoku, sa Sisačko-moslavačkom na jugu, s Požeško-slavonskom na jugoistoku te sa Zagrebačkom županijom na zapadu (Sl.1.). Političko, kulturno te gospodarsko središte Županije jest grad Bjelovar, a ostali gradovi u njezinom sastavu su Daruvar, Čazma, Garešnica i Grubišno Polje. Prostor Županije čine karakteristične geografske cjeline: obronci Bilogore, Moslavačke gore, Ravne gore i Papuka te nizine uz rijeke Česmu i Ilovu.

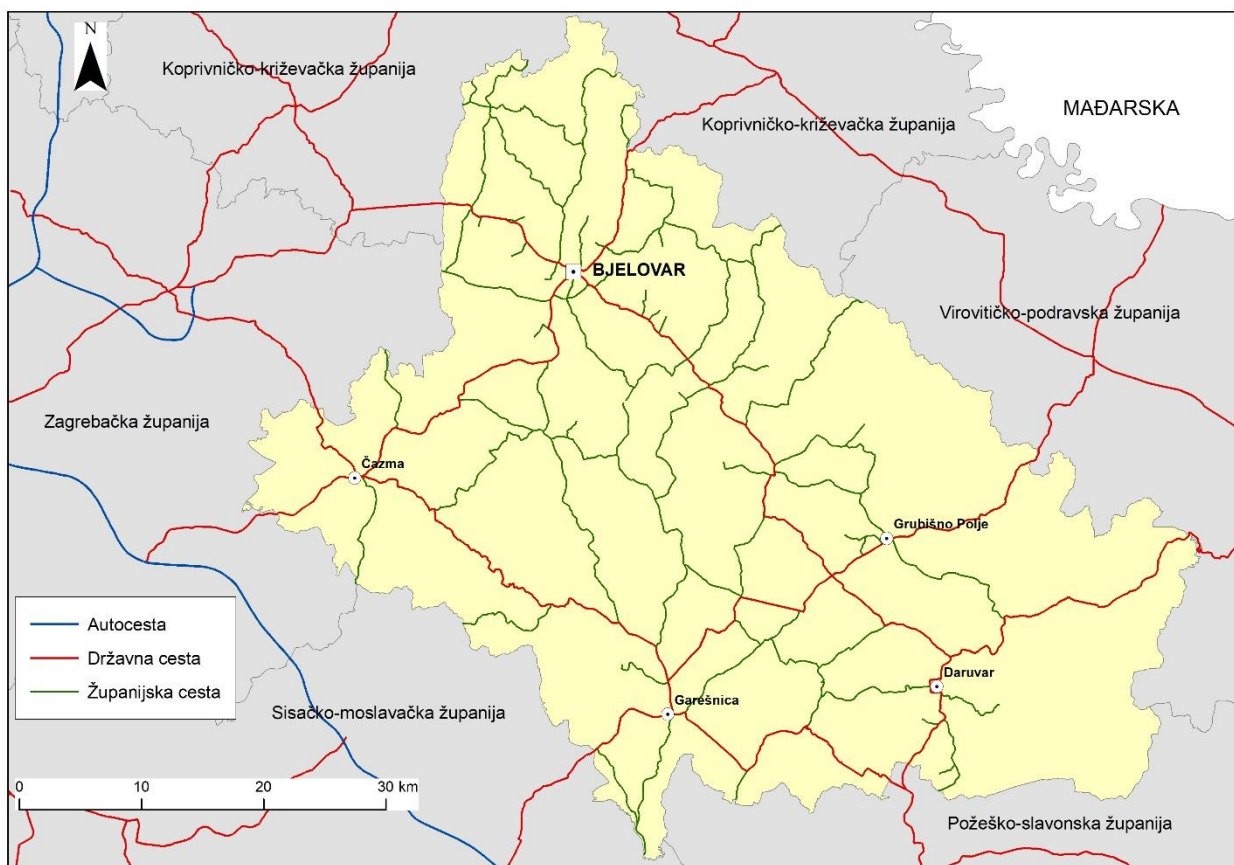


Sl.1. Geografski položaj i administrativno-teritorijalna struktura Bjelovarsko-bilogorske županije

Izvor: izrađeno koristeći ArcMap prema SRPJ, DGU (2022)

Bjelovarsko-bilogorska županija ima povoljan prometno geografski položaj, ali je nedovoljno i nepravilno iskorišten. Grad Bjelovar i Bjelovarsko-bilogorska županija nalaze se

u središnjem dijelu Panonske regije Hrvatske, točnije u sjeverozapadnom dijelu Hrvatske. Nerazvijena cestovna i željeznička prometna infrastruktura uzrokovale su slabiji razvoj prometa. Razlog tome jest neplanski razvoj prometa u Republici Hrvatskoj, koji negativno utječe na promet u županiji (Dadić i dr., 2007.). Drugi razlozi nerazvijenosti jesu njen rubni položaj (prema istoku Hrvatske) i prometna „izoliranost“ (Sl.2.). Prometna „izoliranost“ županije očituje se u tome što njome ne prolazi ni jedan od četiri paneuropska koridora (Vb, Vc, VII i X) niti značajni Podravski i Posavski pravac. Zbog toga županija dijelom ostaje izvan interesa dosadašnjih razvojnih usmjerenja (Kos i dr., 2014).



Sl.2. Prometno geografski položaj Bjelovarsko-bilogorske županije

Izvor: izrađeno koristeći ArcMap prema SRPJ, DGU (2022)

Što se tiče javnog prijevoza, on je poprilično skup i loše organiziran što dovodi i do propadanja i izoliranosti ruralnih područja. Osnovu sadašnjeg željezničkog prometa na području županije čini pruga Bjelovar – Križevci (Zagreb), koja nakon izvršene rekonstrukcije ima poboljšane tehničko-eksploatacijske značajke na relaciji Bjelovar – Sv. Ivan Žabno (Kunst

i Tomljenović, 2009). Obilježja željeznica jesu neelektrificirana jednokolosječna pruga te izostanak pruga za međunarodni promet. Unazad nekoliko godina ima određenih pozitivnih pomaka. Tako je izgrađena nova pruga Sveti Ivan Žabno – Gradec koja je skratila putovanje prema Zagrebu. Iako željeznički promet na području županije ima dugu povijest, postojeće željezničke pruge i željeznička infrastruktura na području županije su zastarjele te ne zadovoljavaju stvarne potrebe sjedišta županije. Modernizacijom željezničke infrastrukture, posebice na željezničkoj pruzi Bjelovar – Zagreb, bio bi omogućen porast teretnog i putničkog prometa, što bi u manjoj mjeri imalo implikacije i na izletnički promet.

## **2.2. Turistička ponuda županije**

### **2.2.1. Zaštićena prirodna baština**

Geološka građa Bjelovarsko-bilogorske županije odlikuje se poglavito po podjeli na četiri prepoznatljiva dijela koji su odredili morfologiju ovog područja, sustav naseljavanja, gospodarske djelatnosti pa i mogućnosti razvoja turizma. To su već spomenute cjeline: Bilogora na sjeveru i sjeveroistoku, Papuk i Ravna gora na istoku, Moslavačka gora na jugozapadu županije, te dolina Česme i Ilove koja obuhvaća zapadne, centralne i južne dijelove županije (Kunst i Tomljenović, 2009).

Zaštićena prirodna baština dio je atrakcijske osnove turizma nekog prostora, a ona se štiti zakonom, tj. proglašenjem zaštićenih dijelova prirode. U Hrvatskoj postoji devet kategorija zaštite prirode: strogi rezervat, nacionalni park, posebni rezervat, park prirode, regionalni park, spomenik prirode, značajni krajobraz, park-šuma, spomenik parkovne arhitekture. Zaštićeno područje jest geografski jasno određen prostor koji je namijenjen zaštiti prirode i kojim se upravlja radi dugoročnog očuvanja prirode i pratećih usluga ekološkog sustava (Prostorni plan Bjelovarsko-bilogorske županije, 2016).

Sva zaštićena područja na prostoru Bjelovarsko-bilogorske županije su od lokalnog i regionalnog značenja. Prema Zakonu o zaštiti prirode u Županiji postoje dva zaštićena dijela prirode: *Moslavačka gora* (regionalni park) i *stablo ginka u Daruvaru* (spomenik prirode). Tu su još i *Krndija - Turski potok* (zaštitna šuma), *Garić grad* (zaštitna šuma) i *Ekološka mreža Bjelovarsko-bilogorske županije* (Tab.1.).

Tab.1. Zaštićeni dijelovi prirode Bjelovarsko-bilogorske županije

<b>Godina zaštite</b>	<b>Kategorija zaštićenog područja</b>	<b>Naziv zaštićenog područja</b>
1967.	spomenik prirode	<i>Stablo ginka u Daruvaru</i>
2011.	regionalni park	<i>Moslavačka gora</i>
2013.	Natura 2000	<i>Ekološka mreža Bjelovarsko-bilogorske županije</i>
2014.	zaštitna šuma	<i>Garić grad</i>
2014.	zaštitna šuma	<i>Krndija – Turski potok</i>

Izvor: Javna ustanova za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode Bjelovarsko-bilogorske županije, 2022

To je, zapravo, relativno mali broj zaštićenih područja, no postoji još 7 područja predviđenih za zaštitu Prostornim planom i stručnim podlogama Državnog zavoda za zaštitu prirode. Područja predviđena za zaštitu su: *Bilogora, Kanjon rijeke Pakre, Vrani kamen, Rimska šuma* (prijašnji naziv *Julijeva šuma*“), *Julijev park u Daruvaru, Park grofa Antuna Jankovića, Park na Trgu Eugena Kvaternika u Bjelovaru*. Navedena su područja predviđena za zaštitu te su uglavnom svrstana u dvije kategorije: značajni krajobraz i spomenik parkovne arhitekture, a ona su također od lokalnog značenja unutar županije.

### **2.2.2. Zaštićena kulturno-povijesna baština**

Kulturna baština pridonosi atraktivnosti određene turističke destinacije zbog čega je često i preduvjet izbora destinacije kod turista. S druge strane, turizam je potreban kulturnoj baštini zbog promocije turističke destinacije, izgradnje njezina identiteta preko dobara materijalne i nematerijalne kulturne baštine te kao element koji će osigurati sredstva za njezino očuvanje (Slunjski, 2017). U Bjelovarsko-bilogorskoj županiji nalaze se brojna prapovijesna, antička i srednjovjekovna nalazišta, spomenici kulture, sakralni spomenici i etno-spomenici (Strugar, 1996).

Na web stranicama Ministarstva kulture i medija nalazi se Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske u kojemu jest popis od 121 kulturnih dobara u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji. Kulturna se baština dijeli na nematerijalnu i materijalnu, a materijalna se baština dalje



dijeli na pokretnu i nepokretnu. U županiji postoje četiri nematerijalna kulturna dobra koja se nalaze u Registru kulturnih dobara, a to su: *Tradicijski kovački i potkivački obrt Stjepana Legca*, *Običaj čitanja Zapovijedi pod lipom*, *Maškaradi - tradicionalne končaničke maškare*, *Umijeće izrade "čipke na drot"* (Tab.2.).

Tab.2. Nematerijalna kulturna baština u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji

<b>Mjesto</b>	<b>Naziv</b>	<b>Vrsta kulturnog dobra</b>
Berek	<i>Tradicijski kovački i potkivački obrt Stjepana Legca</i>	nematerijalno dobro
Gornji Miklouš	<i>Običaj čitanja Zapovijedi pod lipom</i>	nematerijalno dobro
Končanica	<i>Maškaradi - tradicionalne končaničke maškare</i>	nematerijalno dobro
Utiskani	<i>Umijeće izrade "čipke na drot"</i>	nematerijalno dobro

Izvor: Ministarstvo kulture i medija, 2022

Također, baština može biti u sklopu određene cjeline ili kao pojedinačna kulturna baština. Prema tome mogu se izdvojiti dvije kulturno-povijesne cjeline u županiji: *Kulturno-povijesna cjelina grada Bjelovara i grada Čazme*.

Isto tako, u Županiji postoji i pokretna materijalna kulturna baština te ona broji dva kulturna dobra iste vrste: *muzejska građana grada Bjelovara i grada Čazme*.

Preostala kulturna baština nalazi se u skupini pojedinačnih materijalnih nepokretnih kulturnih dobara razvrstanih u četiri skupine: arheološka baština, sakralna graditeljska baština, sakralno-profana graditeljska baština i profana graditeljska baština. Skupine koje broje najviše pojedinačnih kulturnih dobara su sakralna graditeljska baština (60) te zatim profana graditeljska baština (37).

Turistička zajednica Bjelovarsko-bilogorske županije prepoznala je neke lokalitete kao važne te ih svrstala u turističku ponudu županije. To su povijesni spomenici: Garić grad, Spomen obilježje u šumi Lug i Spomen područje Barutana. Dvorci koji se nalaze na prostoru županije, a važni su za turizam: Dvorac Dioš između Grubišnog Polja i Daruvara te Dvorac Janković u Daruvaru. U turističku ponudu uvršteno je nekoliko muzeja i galerija te devet crkvi

i dva svetišta (Turistička zajednica Bjelovarsko-bilogorske županije, 2022). Najstarija crkva u županiji jest Crkva sv. Marije Magdalene u Čazmi, koja je uz Zagrebačku katedralu najveći spomenik arhitekture kasnog srednjeg vijeka na prostoru sjeverne Hrvatske (Strugar, 1996).

Kulturna baština županije raznolika je i bogata, no nedovoljno i nepravilno valorizirana. Većina je ovih kulturnih dobara, osim pojedinih sakralnih objekata i urbanih cjelina, nedovoljno istražena i ugrožena neodgovarajućom zaštitom i konzervacijom. Istodobno, neprimjereni urbani razvoj prijeti opstanku spomeničkih cjelina, osobito kada je riječ o ruralnim i ruralno-urbanim cjelinama (Kunst i Tomljenović, 2009). S turističkog stajališta, većina je ovih resursa lokalnog karaktera, od usputnog interesa onima koji se već zateknu u ovim destinacijama županije.

### **2.2.3. Ostala kulturno-povijesna baština**

Prema Turističkom master planu Bjelovarsko-bilogorske županije ostalu kulturno-povijesnu baštinu možemo svrstati u nekoliko dalje navedenih kategorija:

#### **Kultura života i rada**

Kultura života i rada spaja: folklor, rukotvorstvo, tradicijsku gradnju i uređenje vrtova, tradicijske obrte, vinarstvo i gastroenologiju, gastronomiju, ugostiteljsku tradiciju i suvremenu proizvodnju (Kušen, 2002). Ti elementi sami po sebi imaju potencijal postati turističke atrakcije, kao što su npr. vinogradi i vinski podrumi – stvarajući osnovu i podlogu za turistička događanja i manifestacije te za izradu autentičnih suvenira. Uglavnom su to lokalne ili regionalne turističke atrakcije, iako nisu vidljive u prostoru dok se na odgovarajući način ne prezentiraju i interpretiraju posjetiteljima. Zato je potrebno prepoznati njihovu vrijednost i značaj te poticati inicijative i projekte u domeni njihovog istraživanja, prezentiranja i njegovanja.

Neki od primjera očuvanja kulture života i rada u županiji su *Kulturno-umjetnička društva i udruga, Češka beseda* – udruženje Čeha koji njeguju svoju kulturu i običaje te nekoliko etno i tradicijskih kuća. Najbolji primjeri za to su *Moslavačka tradicijska kuća Miklouš* koja je opremljena predmetima iz etnografske zbirke Gradskog muzeja Čazma. Zatim, *Etno kuća Bilogora* u vlasništvu Zajednice Mađara Grubišnog polja, *etno kuća Tonković*, *Etno park* u Velikom Trojstvu i *Romska etno-kuća autohtonih hrvatskih Roma Lovara* (Ćetković, 2019). To je jedina takva kuća ne samo u Hrvatskoj već i u Europi, a u njoj je prezentirana romska povijest,

tradicija, jezik i običaji. U županiji se isto tako nalaze i dva centra za očuvanje tradicijske baštine: *Centar tradicijskih obrta Bjelovar* i *Kulturni centar Mato Lovrak*.

### **Znamenite osobe i povijesni događaji**

Potencijalnim posjetiteljima svakako bi bilo interesantno znati i znamenite osobe i događaje prostora koji posjećuju. Zato su upravo oni dobra pozadina za interpretaciju na osnovi priča i legendi te inspiracija za različite festivale i događanja. Neki od znamenitih osoba s prostora županije su: *Mato Lovrak* – poznati hrvatski književnik rođen u Velikom Grđevcu, *Edo Murtić* – hrvatski slikar i grafičar te redoviti član Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti, te *Ivo Robić* – popularni pjevač i skladatelj.

### **Manifestacije**

Od manifestacija u području Bjelovarsko-bilogorske županije prevladavaju one zasnovane za folklornoj baštini koje organiziraju brojna kulturno-umjetnička društva. Uglavnom su lokalnog karaktera te više u funkciji njegovanja kulturne i umjetničke baštine, a manje u turističkoj funkciji.

Neke od poznatijih i posjećenijih manifestacija u županiji su *BOK fest*, *Terezijana*, *Lovrakovi dani kulture* i *Božićni gala koncert*. Daleko najpoznatija manifestacija koja se organizira u županiji je upravo *Bjelovarski sajam* u Gudovcu koji okuplja izlagače i posjetitelje iz cijele Hrvatske, ali i inozemstva. Održava se dva puta godišnje – u jesen i proljeće, a tijekom tri dana sajma gotovo svi kapaciteti u okolici su popunjeni, odnosno rezervirani nekoliko mjeseci unaprijed.

### **Prirodna lječilišta**

Za korištenje prirodnih ljekovitih činitelja potrebni su odgovarajući lječilišni objekti i popratni sadržaji. Oni nisu dio turističke infrastrukture, već zasebna turistička atrakcija, čiji se sadržaj i oblik temelje na lječilišnoj tradiciji i suvremenim značajkama zdravstvenog turizma (Kušen, 2002).

Na postojećim termalnim izvorima na prostoru grada Daruvara izgrađene su toplice još početkom 18. stoljeća. Potencijal ovih izvora danas koriste *Daruvarske toplice* – specijalizirana bolnica za medicinsku rehabilitaciju u kojoj se, osim medicinske rehabilitacije, nude i različiti programi wellnesa te medicinski programiranog aktivnog odmora. Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju – Daruvarske Toplice – predstavlja atrakciju od nacionalnog značaja.

## **Kulturne i vjerske ustanove**

U kategoriju kulturnih i vjerskih ustanova ubrajaju se muzeji, galerije, kazališta, koncertne dvorane, svetišta i prošteništa te samostani (Kušen, 2002). Muzeji i galerije Bjelovarsko-bilogorske županije smješteni su uglavnom u gradskim središtima ili njihovoj neposrednoj blizini. Muzeji uglavnom istražuju, evidentiraju i prezentiraju zavičajnu građu, a galerije su posvećene lokalnim umjetnicima ili su to njihove privatne galerije. Izdvajaju se *Gradski muzej Bjelovar*, *Centar za kulturu Čazma*, *galerija Mateštin*. Od crkvi i svetišta u županiji izdvajaju se *Crkva sv. Marije Magdalene* u Čazmi i *Marijansko svetište Nova Rača* (Kunst i Tomljenović, 2009). Svi resursi iz ove kategorije koji se nalaze u županiji su od lokalnog značaja.

## **Sportsko-rekreacijske građevine i tereni**

U kategoriji sportsko-rekreacijske građevine i tereni nalaze se: sportsko-rekreacijske staze, sportsko-rekreacijske građevine na otvorenom, planinarski i lovački domovi i skloništa, sportsko-rekreacijski centri i izletišta. Većina sportsko-rekreacijskih građevina i terena imaju lokalni značaj i zadovoljavaju potrebe lokalnog stanovništva za sportom i rekreacijom.

Termalni vodeni park *Aquae Balissae* u Daruvaru ističe se kao jedini lokalitet od svih u ovoj kategoriji koji ima regionalnu važnost za turizam, dok su ostali ocjenjeni kao lokalno važni objekti. Dalje, neki od lokaliteta koji se još nalaze u ovoj kategoriji su: *Športsko-rekreacijski centar Kukavica*, *Izletište Podgarić*, planinarski dom *Kamenitovac*, *Lovačka kuća Babinac* te razne biciklističke i planinarske staze.

## **Turističke staze, putovi i ceste**

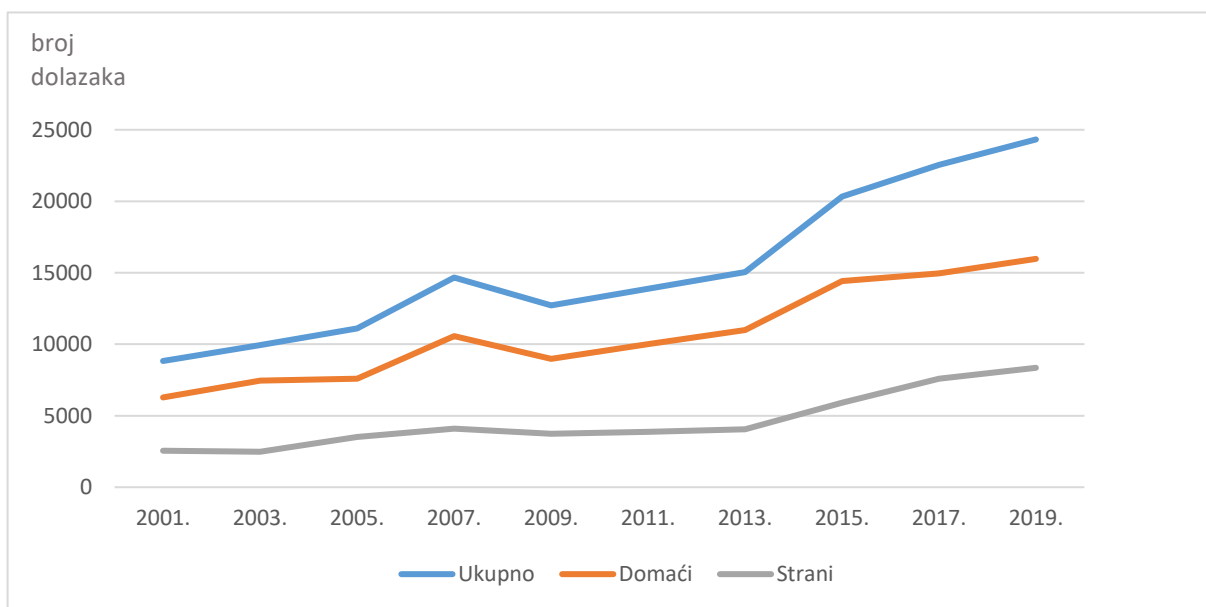
Turističke staze, putovi i ceste u funkciji turizma koriste se za hodanje, vožnju biciklom, jahanje, vožnju čamcem, korištenje motornih vozila te za mješovito kretanje. Mogu biti: panoramske, vinske ceste, kulturni putovi. Postoje određeni preduvjeti koje je potrebno osigurati kako bi se određena staza, put ili cesta koristili u turističke svrhe. Neki od tih preduvjeta su: javni pristup obilježenoj trasi, tiskanje pratećeg orijentacijskog materijala kao što su zemljovid i s osnovnim podacima te institucionalno održavanje. Aktivnosti koje su moguće na stazama, putovima i cestama jesu sportska rekreacija, odmor i oporavak, znanstveno-stručna edukacija i zadovoljstvo (Kušen, 2002).

U ovoj kategoriji ističu se četiri staze: *Planinarske staze Moslavačke gore*, *Bilogore i Papuka* te *Staza prijatelja prirode* u Velikom Grđevcu, i sve četiri imaju regionalnu turističku

važnost. Tu se još nalaze i izdvojene biciklističke staze Bjelovarsko-bilogorske županije, *Daruvarska vinska cesta, Pisanička zelena eko-etno staza*.

### 2.3. Obilježja turističkih kretanja

U nastavku analizirana su obilježja turističkih kretanja. Ona podrazumijevaju dolaske i noćenja turista u komercijalnim smještajnim objektima i strukturu turista prema državama iz kojih dolaze. Analiza je napravljena za vremenski period od 2001. do 2019. godine, a uzeta je u obzir svaka druga godina. U navedenom razdoblju prema grafu (Sl.3.) uočava se blagi porast dolazaka od 2001. do 2007. godine nakon čega slijedi pad uzrokovan svjetskom financijskom krizom 2008. godine. Ta je kriza posebice utjecala na domaće turiste koji su ujedno i najbrojniji u županiji. Zatim je uslijedio oporavak i blagi porast te znatniji porast od 2015. godine. Isto tako, uočava se prevlast domaćih turista koji su u svakom razdoblju najbrojniji te oni čine oko 70% svih turističkih dolazaka.

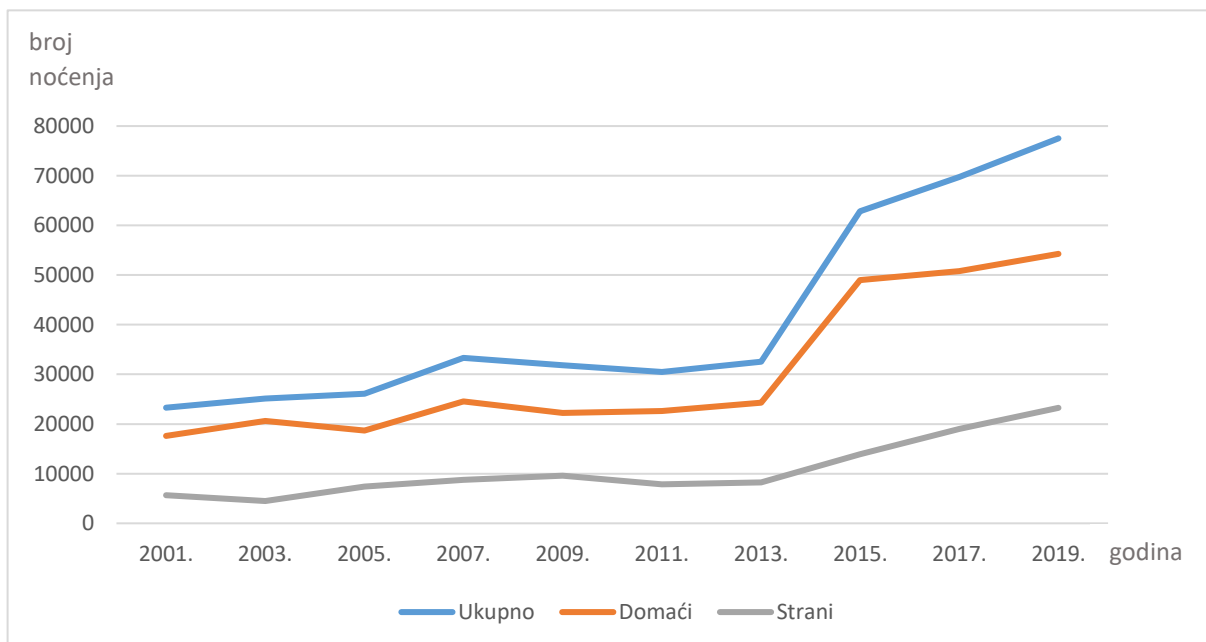


Sl.3. Turistički dolasci u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji u razdoblju 2001. - 2019.

Izvor: DZS, 2022

Sljedeća analiza jest analiza turističkih noćenja, također u razdoblju 2001. do 2019. godine. Prema grafu (Sl.4.), slično kao i u analizi dolazaka, uočava se blagi rast od 2001. do 2007. godine nakon čega je uslijedio pad i stagnacija sve do 2013. godine. Velik porast u broju noćenja počinje se bilježiti nakon 2013. te posebice 2015. godine, a nakon toga broj noćenja

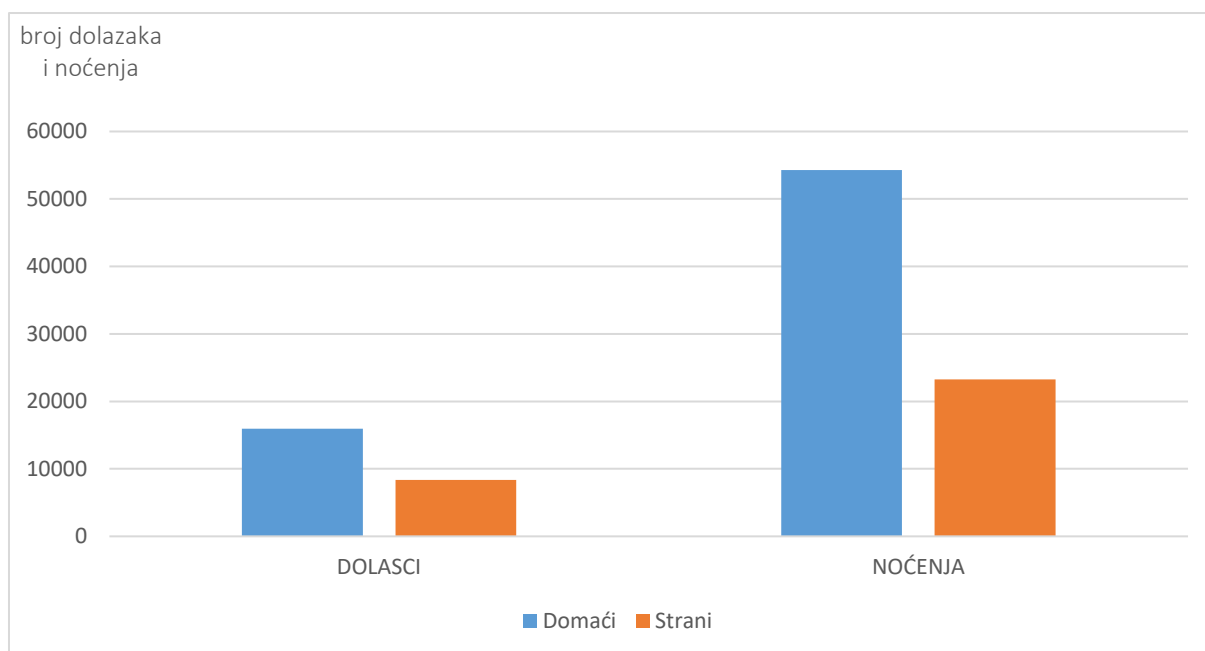
nastavlja rasti. Udio domaćih turista u noćenjima nešto je značajniji nego kod dolazaka i iznosi oko 74%. To je vidljivo iz navedenog grafa u kojem se može uočiti kako brže raste broj noćenja domaćih turista te se veća razlika između domaćih i stranih turista posebice uočava od 2013. godine nadalje.



Sl.4. Turistička noćenja u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji u razdoblju 2001. - 2019.

Izvor: DZS, 2022

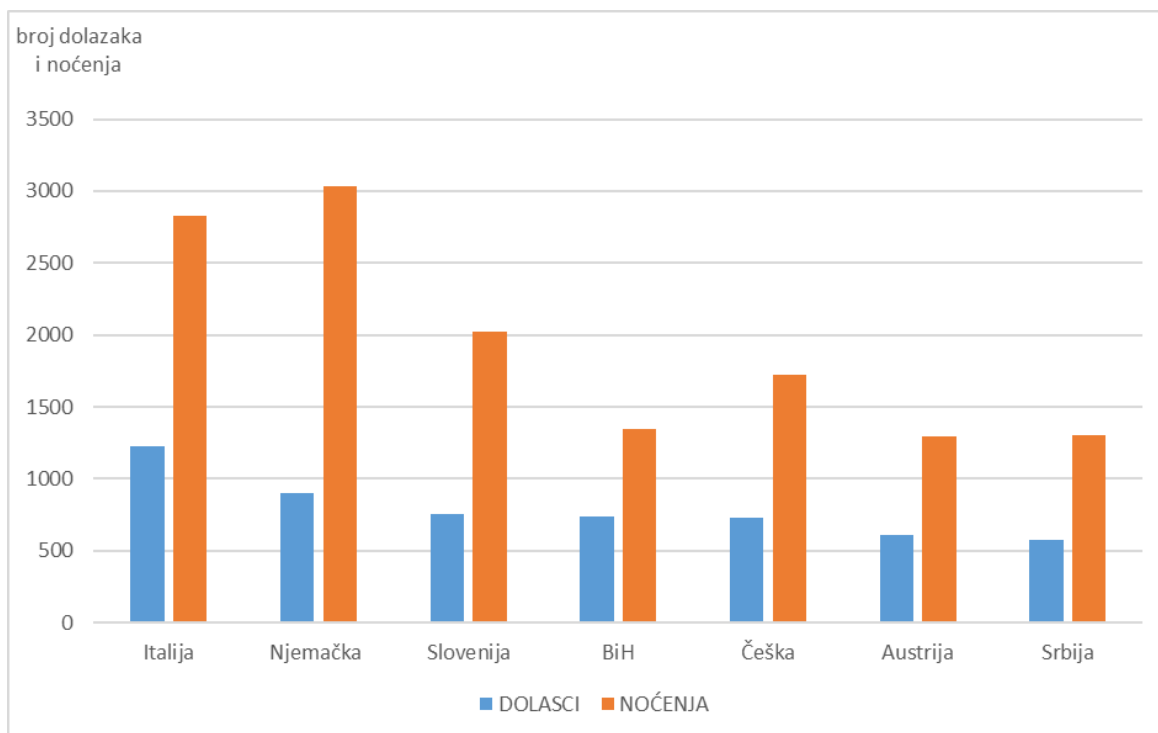
Godine 2019. ukupno je ostvareno 24 323 dolazaka i 77 513 noćenja u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji (Sl.5.). Od ukupnog broja dolazaka domaći turisti ostvarili su 15 971 dolazaka što čini 65,7%, dok su strani turisti ostvarili 8 352 dolaska što čini 34,3% svih dolazaka. Zatim, domaći su turisti ostvarili 54 260 noćenja što je udio od 70%, a strani su turisti ostvarili 23 253 noćenja s ukupnim udjelom od 30%. Dakle, zaključak jest kako su domaći turisti najbitniji segment jer ostvaruju oko 2/3 svih dolazaka i noćenja u županiji.



Sl.5. Dolasci i noćenja stranih i domaćih turista u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji 2019. godine

Izvor: DZS, 2022

Dalje slijede podaci o državama iz kojih turisti posjećuju županiju. Najveći broj turista dolazi iz Italije, njih 1 224 u 2019. godini (Sl.6.). Iako su najbrojniji strani turisti, Talijani ne ostvaruju najveći broj noćenja, već zauzimaju drugo mjesto u ovoj kategoriji s 2 831 noćenjem. Najveći broj noćenja ostvarili su turisti iz Njemačke, s 901 dolaskom ostvarili su 3 032 noćenja – prosječno oko tri noćenja po jednom dolasku. Na trećem mjestu prema dolascima i noćenjima nalaze se turisti iz Slovenije koji su u 2019. godini ostvarili 758 dolazaka i 2 022 noćenja. Ostale zemlje iz kojih dolaze strani turisti, a ističu se prema broju dolazaka i noćenja, su Bosna i Hercegovina, Češka, Austrija i Srbija. Turisti iz tih zemalja 2019. godine ostvarili su između 500 i 800 dolazaka te preko 1 000 noćenja.



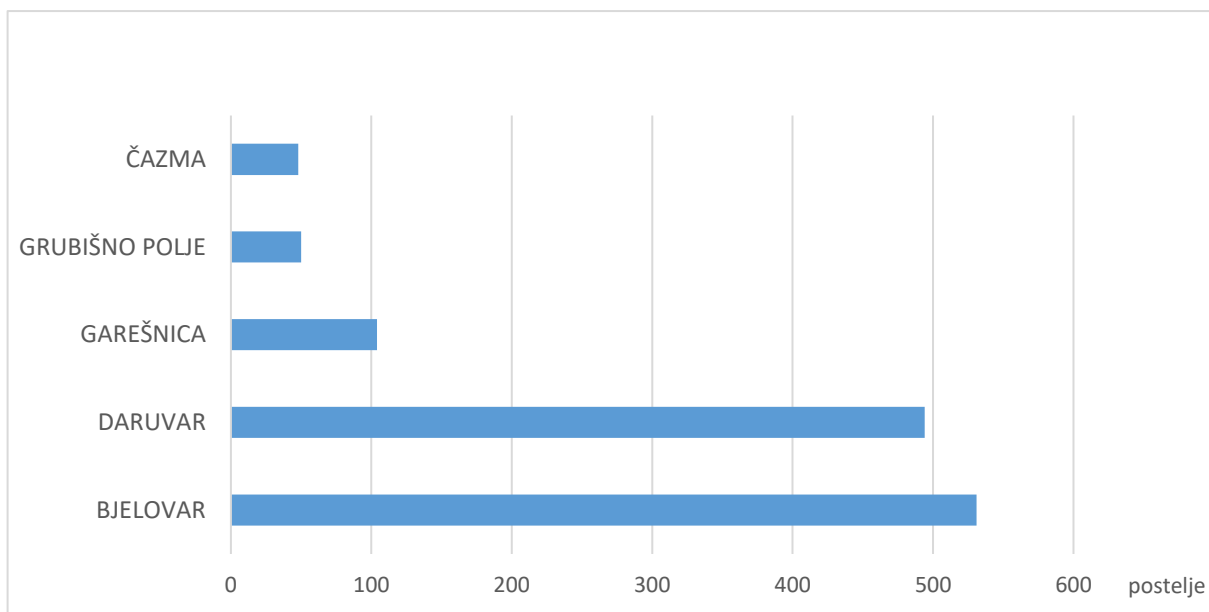
Sl.6. Dolasci i noćenja sedam najbrojnijih skupina stranih turista u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji

Izvor: DZS, 2022

## 2.4. Obilježja smještajnih kapaciteta

Smještajnu ponudu Bjelovarsko-bilogorske županije karakterizira malen broj objekata, smještajnih jedinica i postelja kao i izrazito neravnomjerna prostorna disperzija kvalitetnijih smještajnih kapaciteta. Kretanje ukupnog broja postelja u županiji, analizirano u periodu 2009. – 2019. godine, dokazuje kako je broj postelja poprilično malen, ali ipak iz godine u godinu raste. Tako je 2009. godine županija brojila ukupno 667 postelja, a već je do 2019. godine ta brojka narasla na 1 372 postelje. Dalje, prema podacima Državnog zavoda za statistiku u 2019. godini na prostoru županije ukupno je 1 295 stalnih postelja i 77 pomoćnih postelja. Najveći ukupni broj postelja u županiji od pet gradova imaju gradovi Bjelovar i Daruvar. Bjelovar s ukupno 531 posteljom čini udio od 38,7% i Daruvar s 494 postelje čini udio od 36% u ukupnom broju svih postelja u županiji (Sl.7.). Razlozi zašto navedena dva grada imaju najveći broj postelja jesu, naravno, što je Bjelovar administrativno, ekonomsko i kulturno središte županije, a Daruvar je izrazito povezan s potražnjom za različitim zdravstveno-lječilišnim tretmanima na bazi eksploatacije tamošnjih izvora termalne vode.





Sl.7. Ukupan broj postelja u pet gradova Bjelovarsko-bilogorske županije u 2019. godini

Izvor: DZS, 2022

Bjelovarsko-bilogorska županija raspolaže različitim smještajnim kapacitetima. Na službenoj web stranici Turističke zajednice Bjelovarsko-bilogorske županije smještajni su kapaciteti razvrstani u nekoliko kategorija, a to su: hoteli, prenoćišta, izletišta - seoski turizam, domovi, lovačke kuće, hosteli, kampovi, vinarije, privatni smještaj (sobe, apartmani, kuće za odmor).

Od ukupno 58 objekata, šest je hotela, jedan hostel i jedno prenoćište. Hoteli su *Hotel Central* u Bjelovaru; *Hotel Balise*, *Hotel Mladimir* i *Lječilišni hotel Termal* s depadansom *Arcadia* u Daruvaru; *Hotel Garić* u Garešnici te *Hotel Bilogora* u Grubišnom Polju. Hostel *Sportsko rekreacijski centar Kukavica* nalazi se u Velikoj Pisanici, a prenoćište *Vila Garić* u Podgariću (TZ Bjelovarsko-bilogorske županije, 2022). Navedeni hotelski smještaji kategorizirani su uglavnom s dvije ili tri zvjezdice što ukazuje na činjenicu da je postojeća smještajna ponuda na prostoru županije poprilično siromašna i uglavnom nespremna za prihvrat zahtjevnijih potrošačkih segmenata.

### 3. Bjelovarski sajam

*Bjelovarski sajam d.o.o.* osnovan je 1995. godine. Vlasnici sajma su Bjelovarsko-bilogorska županija i Grad Bjelovar. Bjelovarski sajam održava se na sajamskom prostoru u Gudovcu te ukupna površina prostora iznosi preko 200 000 m<sup>2</sup>. Izložbenim potrebama prilagođeni su zatvoreni i otvoreni prostor, nadstrešnice, objekti namijenjeni izložbi stoke te parkirališni prostor (Sl.8.). Glavna manifestacija “Jesenski međunarodni bjelovarski sajam” održava se svake godine početkom rujna. Na navedenoj manifestaciji sudjeluje više od 500 izlagača te 400 stočara sa stokom, a posjeti ju preko 50 000 posjetitelja. Pored toga Sajam organizira i niz drugih događanja, kao što su: Proljetni sajam, Pčelarski sajam, Sajam malih životinja, konjičke priredbe, aukcije stoke, izložbe ratara, voćara i vinogradara, stručne skupove, tjedne stočne sajmove i drugo (Bjelovarski sajam, 2022). Manifestacija sajma sama po sebi zadovoljava interese izlagača i posjetitelja, ali kako bi se privukao što veći broj posjetitelja, potrebno im je ponuditi i dodatne sadržaje. Zato se, za zabavu izlagača i posjetitelja, organiziraju nastupi folklornih društava, plesnih grupa, pjevača i slično. Cilj je obogaćivanje sajamske ponude i privlačenje novih potencijalnih posjetitelja.



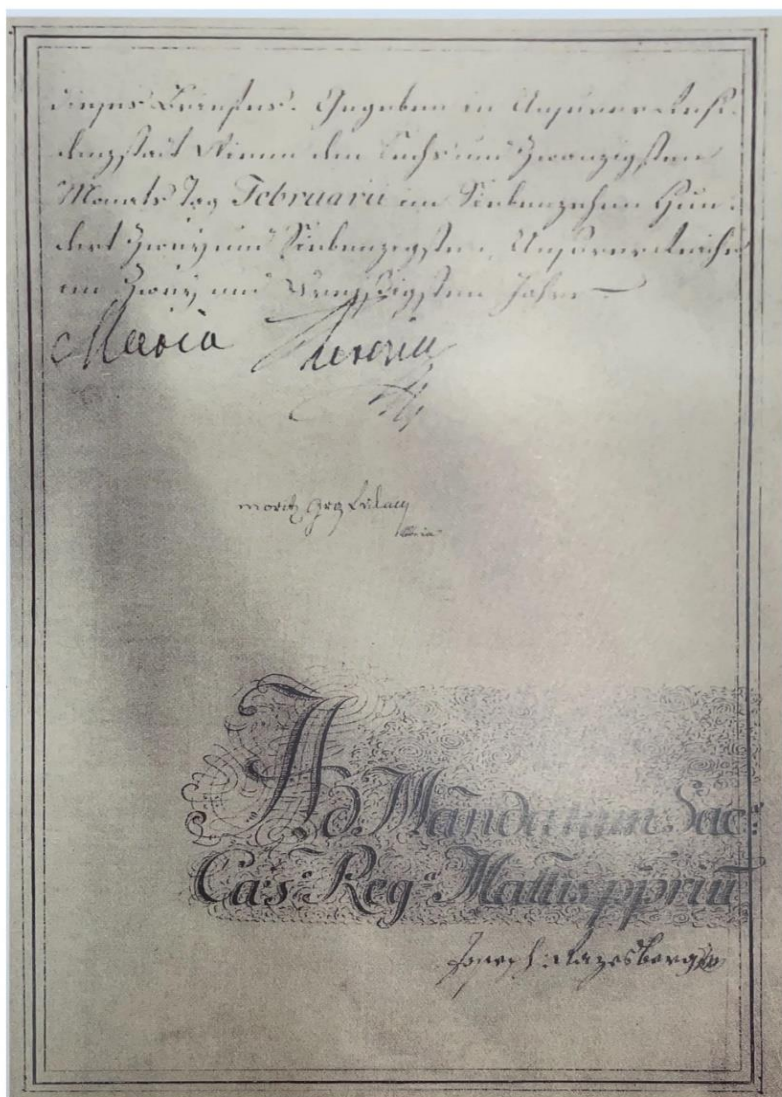
Sl.8. Prostor Bjelovarskoj sajma za vrijeme Jesenskog sajma 2021. godine

Izvor: Bjelovarski sajam, 2022

### 3.1. Povijesni razvoj

Prvi počeci sajmovanja na bjelovarskom području sežu u period srednjega vijeka. Prvi podatak o sajmovima na području današnje Bjelovarsko-bilogorske županije u prošlosti, nalazi se u svojevrsnom dokumentu s čazmanskog područja – u 13. stoljeću Čazmanski kaptol dobiva od biskupa polovicu ubranih pristojbi od sajmovine (*tributum fori*). No preciznijih podataka o održavanju sajмова nema. Zatim, tijekom 14. i 15. stoljeća sajamske su povlastice u srednjem vijeku dobivali gradovi, ali i neki manji feudalni posjedi pa su tako i Jakobove Sredice (danas Male i Velike Sredice – predgrađe Bjelovara) dobile te povlastice i sajmovi su se održavali na tjednoj bazi. Kako početkom 16. stoljeća Jakobove Sredice gube svoju važnost, gase se i sajmovi u tom mjestu, trgovci i obrtnici sele se u nedaleki Gudovac pa on postaje trgovište u kojemu se održavaju sajmovi. To traje sve dok mu se zbog turskih razaranja ne gubi trag i on se više ne spominje u popisu poreza. „O tome da je područje Bjelovara i prije svoje urbanizacije bilo od značaja, govori podatak da se kao malo mjesto sa sajmovima u tadašnjoj Rovišćanskoj županiji spominje već 1420. godine u ispravi koja se čuva u Mađarskom državnom arhivu u Budimpešti.“ (Medar, 1999). Podrobnijih podataka o održavanju sajмова na ovom području nema sve do 18. stoljeća.

Carica Marija Terezija donosi odluku 1756. godine kojom započinje gradnja grada Bjelovara te su u gradu uz vojsku počeli živjeti obrtnici i trgovci. Bjelovar je 1764. godine dobio sajmište (Marktplatz) za konje, goveda i sitnu stoku. Grad je za vrijeme sajma često bio prenapučen jer su trgovci i potencijalni kupci dolazili na sajam dan ili dva prije sajma i odlazili tek nakon sajma. Prema povelji iz 1772. carica Marija Terezija dodjeljuje gradu Bjelovaru sajamske privilegije (Sl.9.). Ovom poveljom carica je odobrila 2 sajma godišnje i tjedne sajmove svakog četvrtka, a sadržaj povelje pokazuje da su godišnji sajmovi trajali tri dana. U Bjelovaru se od 1794. godine održava i 12 mjesečnih sajмова, i to svakog prvog ponedjeljka u mjesecu (Medar, 1999).

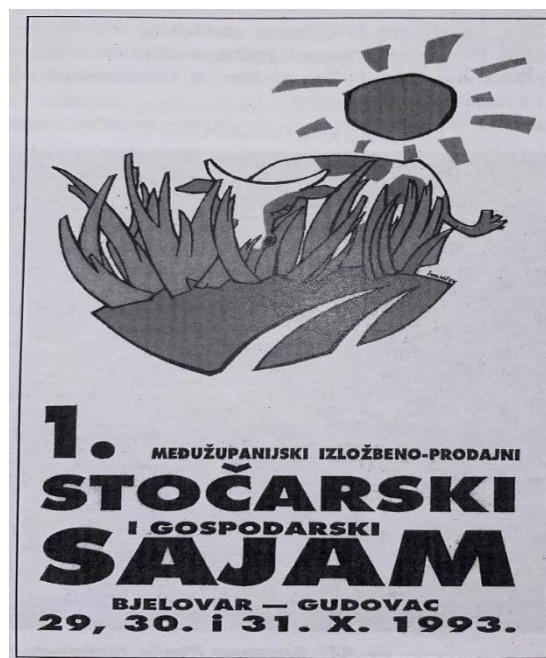


Sl.9. Zadnji list sajamske povelje gradu Bjelovaru iz 1772. godine s originalnim potpisom carice Marije Terezije

Izvor: Medar, 1999

U 19. stoljeću Reskriptom Visokoga ministarstva iz 1862. godine dozvoljeno je Bjelovaru održavanje dva godišnja (čime je samo potvrđena odluka carice Marije Terezije iz 18. stoljeća) i dvanaest mjesečnih sajмова. Pojavom željeznice u 19. stoljeću velika pozornost počinje se pridavati prijevozu stoke željezničkim putem. U tadašnjoj Bjelovarsko-križevačkoj županiji bilo je osam tovarnih željezničkih postaja za utovar stoke koja se odvozila na sajmove, a krajem stoljeća otvorene su još dvije na pruzi Bjelovar – Virovitica. Na području Bjelovarsko-križevačke županije godine 1896. održano je ukupno 305 godišnjih sajмова, 57 mjesečnih i 936 tjednih i najviše godišnjih u bjelovarskoj regiji. „... na sajmove u Bjelovaru dolaze i strani trgovci raznih zemalja: Ugarske, Austrije, Češke, Moravske, Kranjske, Štajerske, Koroške, Tirola, Njemačke, Švicarske, Italije, Istre i Trsta te Bosne i Hercegovine.“ (Medar, 2022).

Bjelovarsko se sajmište 1908. godine seli na novu lokaciju – sjeveroistočni dio izvan grada, tzv. “logor”. Godine 1913. Bjelovar dobiva „Pristojbenik za mjestovinu na sajmovima i dnevnom tržištu“, a njime su bile određene pristojbe koje su se ubirale na sajmovima. U vrijeme Drugog svjetskog rata, tijekom 1941. i 1942. godine, Gradsko poglavarstvo donosi niz uredbi, među kojima se nalazi i “Uredba o sajmovini i mjestovini u općini grada Bjelovara”. Nakon završetka rata “Prva oblasna poljoprivredna izložba” u Bjelovaru održana je u listopadu 1949. godine. Na toj izložbi, koju je posjetilo više od 16 000 posjetitelja, sudjelovalo je 69 seljačkih radnih zadruga, mnoge državne i zadružne ekonomije, prehrambena industrija te pojedinci, a najboljima su podijeljene nagrade. Druga takva izložba održana je u Bjelovaru u rujnu 1955. godine. Sljedeće izložbe stoke održane su 1967. i 1968. godine. Od tada se na području Bilogorske regije do 1978. godine održavaju dvije stočarske izložbe godišnje, i to jedna za općine Bjelovar, Čazmu, Đurđevac, Koprivnicu, Križevce i Vrbovec, a druga za općine Grubišno Polje, Viroviticu, Daruvar, Pakrac i Garešnicu. Krajem 20. stoljeća i osnivanjem samostalne Republike Hrvatske nastavlja se tradicija sajmovanja te se 1993. godine održava „1. međužupanijski izložbeno-prodajni stočarski i gospodarski sajam“ (Sl.10.). U narednim godinama slijedi još sustavniji razvoj sajma koji konačno rezultira današnjim Bjelovarskim međunarodnim sajmom koji predstavlja hrvatsku, ali i europsku manifestaciju.



Sl.10. Naslovnica kataloga prvog stočarskog i gospodarskog sajma

Izvor: Medar, 1999

### 3.2. Manifestacije Bjelovarskog sajma

U sklopu Bjelovarskog sajama organiziraju se dvije velike poljoprivredno-gospodarske manifestacije i nekoliko manjih. Najveća manifestacija jest *Jesenski međunarodni sajam*, koji svake godine okuplja veliki broj izlagača iz zemlje i inozemstva. On je postao značajna poljoprivredna i gospodarska manifestacija u cijeloj regiji. Druga veća manifestacija jest *Proljetni međunarodni sajam* koji također bilježi velik broj izlagača i posjetitelja. Važnost i značaj ovih manifestacija očituje se u njihovoj potpori od strane resornih ministarstava i stručnih službi, jedinica lokalne samouprave, razvojnih agencija i brojnih uglednih tvrtki. Uz navedene dvije velike manifestacije, tijekom godine se održavaju i mnoge druge manje manifestacije kao što su: Pčelarski sajam, Sajam malih životinja, konjičke priredbe, izložbe ratara, voćara i vinogradara, stručni skupovi, tjednih stočnih sajmovi, itd.

*Jesenski međunarodni sajam* glavna je i najveća manifestacija Bjelovarskog sajma. Održava se svake godine početkom rujna i traje tri dana. Ovo je međunarodna poljoprivredno-gospodarska i manifestacija na kojoj izlagači mogu predstaviti svoje inovacije, ostvariti izravnu prodaju i povezati se s drugim izlagačima i tvrtkama radi razmjene iskustva i informacija. U sklopu manifestacije održava se i stočarska izložba, koja je ujedno i najveća profesionalna stočarska izložba u zemlji. Na stočarskoj izložbi sudjeluju i domaći i inozemni predstavnici.

Druga veća manifestacija jest *Proljetni međunarodni sajam*, koji se tradicionalno održava krajem ožujka u trajanju od tri dana. Proljetni sajam je nešto noviji od Jesenskog – započinje tek četiri godine kasnije. Osim što je u primarnom fokusu poljoprivreda i sami proizvodi, tu su još i stručni skupovi, okrugli stolovi, predavanja i prezentacije iz područja gospodarstva i poljoprivrede. Poseban interes Proljetnog sajma je Sajam poljoprivredne opreme koji na jednom mjestu nudi neke od najkvalitetnijih proizvoda poljoprivredne mehanizacije u Republici Hrvatskoj.

Od ostalih manifestacija ističe se *Pčelarski sajam* – jedna je od manifestacija Bjelovarskog sajma koja je započela 2004. godine. Održava se u veljači i prvobitno je trajala 2 dana, ali je produžena na 3 dana zbog povećanog broja posjetitelja. Na izložbi se izlaže i prodaje med, proizvodi od meda i pčelarska oprema te se održavaju stručna predavanja. Pčelarski sajam međunarodnog je karaktera i iz godine u godinu se povećava i postaje središnji pčelarski događaj u ovom dijelu Europe. Tu su još i: sajmovi malih životinja, sajam OPG-ova i Eko sajam, sajam građevinske i komunalne opreme, konjičke priredbe, aukcije stoke, izložbe poljoprivrednika, voćara i vinogradara, stručni skupovi, tjedni stočni sajmovi i drugo.

### 3.3. Analiza sadržaja – knjižice izlagača na Bjelovarskom sajmu

Metoda analize sadržaja jest metoda kojom se na objektivan način kvantitativno opisuje sadržaj određenog teksta ili poruke, u ovom primjeru službene brošure sajma, tj. knjižice izlagača. Nakon provedenog uzorkovanja dokumenta, slijedi određivanje jedinica analize te kategoriziranje i kodiranje. Kategoriziranjem se određuje pojmovni okvir unutar kojeg će se opisati sadržaj dokumenta, a kodiranjem se u njega svrstava postojeći sadržaj. Zadnji korak jest statistička analiza podataka kojom se prikazuju rezultati u obliku mjere učestalosti i iz njih izvedeni postoci (Milas, 2005). Temeljna pretpostavka jest kako postoji veza između značenja i učestalosti javljanja definiranih kategorija. U ovom primjeru analiziran je popis svih izlagača na sajmu te su određene jedinice analize i sadržaj svake kategorije. Definirane kategorije u ovom primjeru su:

- Ratarstvo
- Stočarstvo
- Pčelarstvo
- Poljoprivredna oprema i mehanizacija
- Automobili i automobilska oprema
- Građevinarstvo
- Tekstil i nakit
- Turizam
- Ostalo

U kategoriju *Ratarstvo* svrstani su svi izlagači vezani uz biljnu proizvodnju, tj. ratarstvo, npr. OPG-ovi koji se bave voćarstvom, povrtlarstvom; vinarije; prodavači sadnica, i sl. Konkretni proizvodi koji se nalaze u ovoj kategoriji su: proizvodi OPG-ova kao što su voće i povrće, džemovi, sokovi, likeri, ulja, vina i sl. U kategoriju *Stočarstvo* svrstani su svi izlagači vezani uz stočarstvo, npr. to su OPG-ovi koji se bave govedarstvom, svinjogojstvom, peradarstvom i preradom mesa te izlagači živih životinja. U kategoriji *Pčelarstvo* izlagači su koji se bave pčelama i pčelarskim proizvodima, odnosno medom i drugim pčelarskim proizvodima. Kategoriji *Poljoprivredna oprema i mehanizacija* pridružene su sve vrste poljoprivredne mehanizacije i pripadajuće opreme. Konkretni proizvodi unutar ove kategorije su npr.: strojevi kao što su traktorska vozila i sva pripadajuća oprema, sušare, silosi, mlinovi, muzilice, i sl. Isto tako, u ovu kategoriju svrstana je i sjemenska roba i stočna harana. Navedene

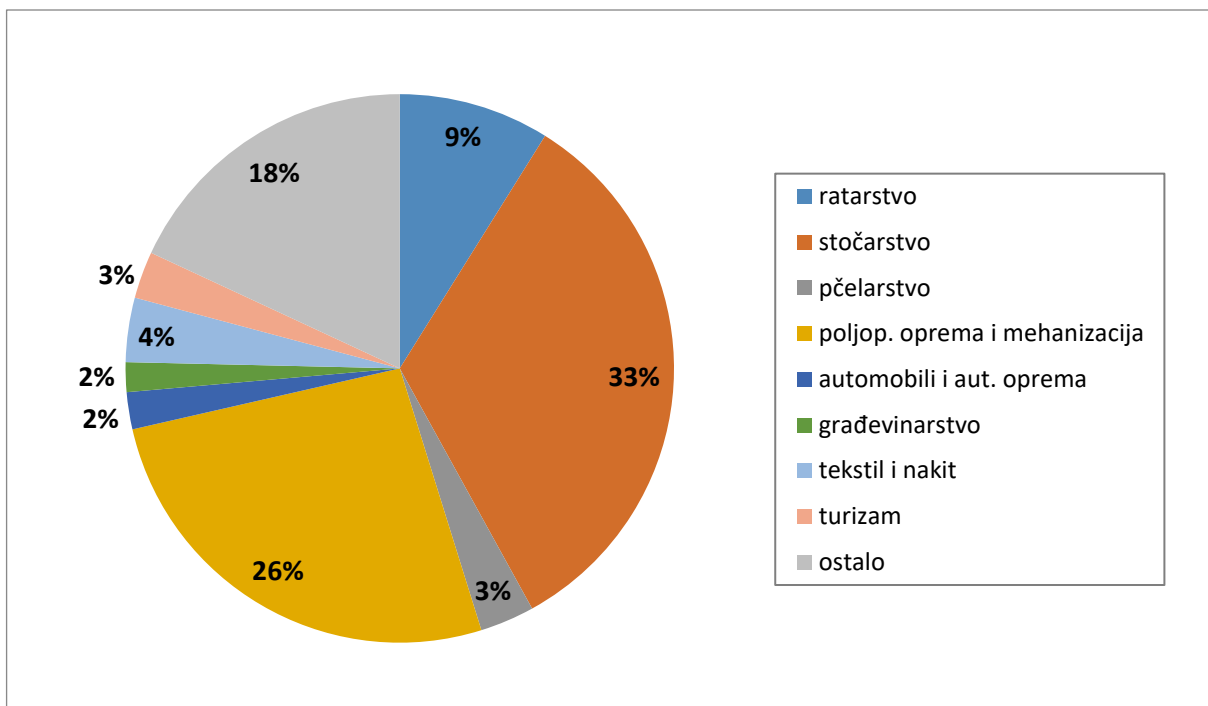
prve 4 kategorije isključivo su vezane uz poljoprivredu dok su preostale kategorije raznovrsnog spektra djelatnosti.

U kategoriji *Automobili i automobilska oprema* izlagači su koji prezentiraju automobilska vozila, svu pripadajuću opremu te rezervne dijelove (Auto Horvat d.o.o., Autokuća Cindrić, Autokuća Kržak d.o.o. itd.). Kategorija *Građevinarstvo* uključuje izlagače koji imaju građevinarske tvrtke te one koji izlažu građevinarsku opremu. To su primjerice sljedeći proizvodi: građevinski alati i strojevi, limeni pokrovi, sustavi izolacija, dimni sustavi i sl. U kategoriji *Tekstil i nakit* su izlagači koji izlažu sve vrste tekstilnih proizvoda (odjeća, obuća, modni dodaci) i ručno rađen nakit. U kategoriji *Turizam* nalaze se hoteli, turističke zajednice pojedinih gradova te predstavnici određenih nacionalnih parkova i parkova prirode. To su primjerice: City Hotel, Mostar; Hotel Park, Široki Brijeg; Turistička zajednica Hercegovačko-neretvanske županije; Javno poduzeće „Parkovi“ Ljubuški; Duna – Drava Nemzeti Park i sl. Te na kraju, kategorija *Ostalo* obuhvaća sve preostale izlagače koji se ne mogu svrstati niti u jednu od prethodnih kategorija. Primjerice to su izlagači igračaka, suvenira i slika, ručnih radova, te financijske agencije, osiguranja, savezi i gospodarske komore...

U analizi sadržaja korištene su knjižice izlagača s Proljetnog i Jesenskog sajma iz 2019. godine. U prvoj knjižici je predstavljeno 465 i druga 470 izlagača. Glavna manifestacija Bjelovarskoj sajma jest Jesenski međunarodni sajam. Na Jesenskom sajmu, ukupnim brojem izlagača, daleko se najviše ističu kategorije Stočarstvo (33%) i Poljoprivredna oprema i mehanizacija (26%) (Sl. 11.). Također, od svih kategorija najveći udio izlagača jest u kategorijama koje su usko vezane uz poljoprivredu, otprilike 71%. To svakako upućuje na to da su glavna skupina posjetitelja upravo poljoprivrednici.

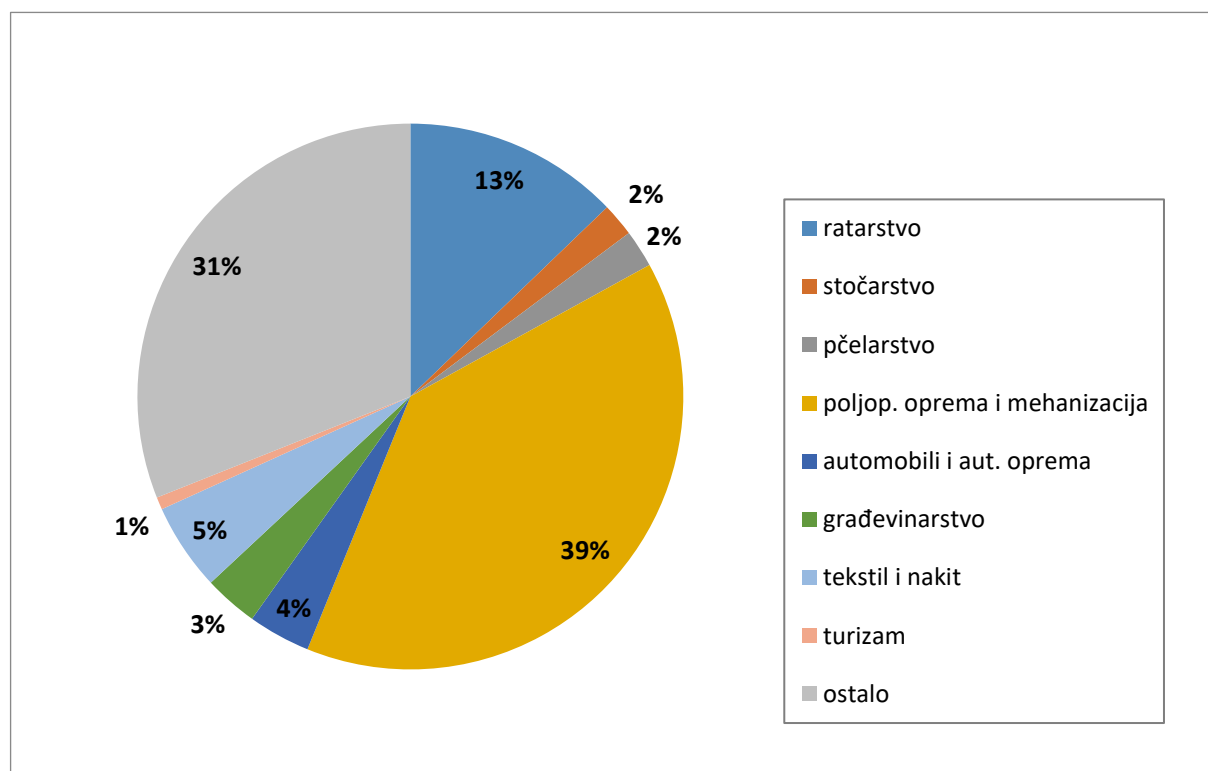
Na Proljetnom sajmu najvećim udjelom ističe se kategorija Poljoprivredna oprema i mehanizacija (39%) te nešto manjim udjelom Ratarstvo (13%), dok su preostale kategorije, osim kategorije Ostalo, podjednako zastupljene. Ponovno, većinski udio čine izlagači vezani uz poljoprivredu, otprilike 56% (Sl.12.). Uspoređujući Jesenski i Proljetni sajam 2019. godine vidljivo je kako je primarni interes i značaj stavljen na različite kategorije. Na Jesenskom sajmu primarni je značaj kategorije Stočarstvo, a razlog tome jest što je svaki Jesenski sajam rezerviran za veliku stočarsku izložbu, između ostalog. Zatim, na Proljetnom sajmu 2019. primarni je značaj kategorije Poljoprivredna oprema i mehanizacija. Razlog tome jest što je to glavna okosnica bio manji sajam – Sajam poljoprivredne mehanizacije, vezan uz proljetnu sjetvu.





Sl.11. Izlagači po kategorijama na Jesenskom sajmu 2019. godine

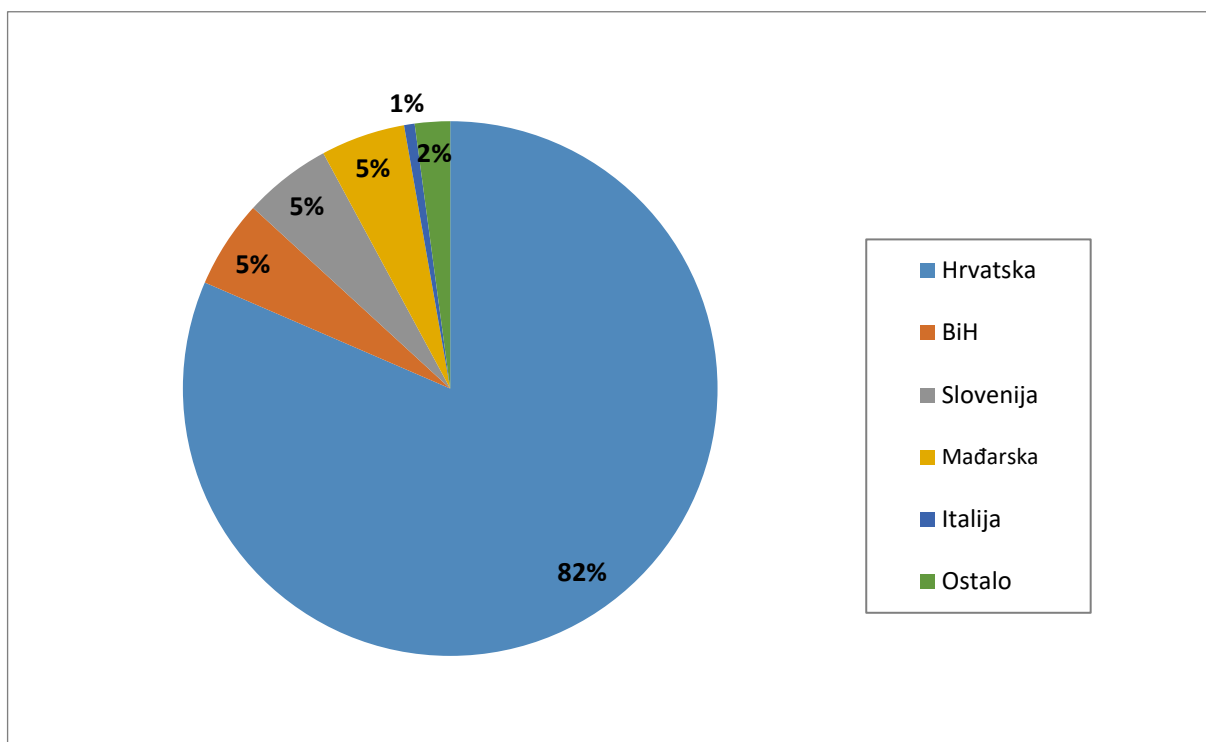
Izvor: knjižica izlagača "27. JESENSKI MEĐUNARODNI BJELOVARSKI SAJAM"



Sl.12. Izlagači po kategorijama na Proljetnom sajmu 2019. godine

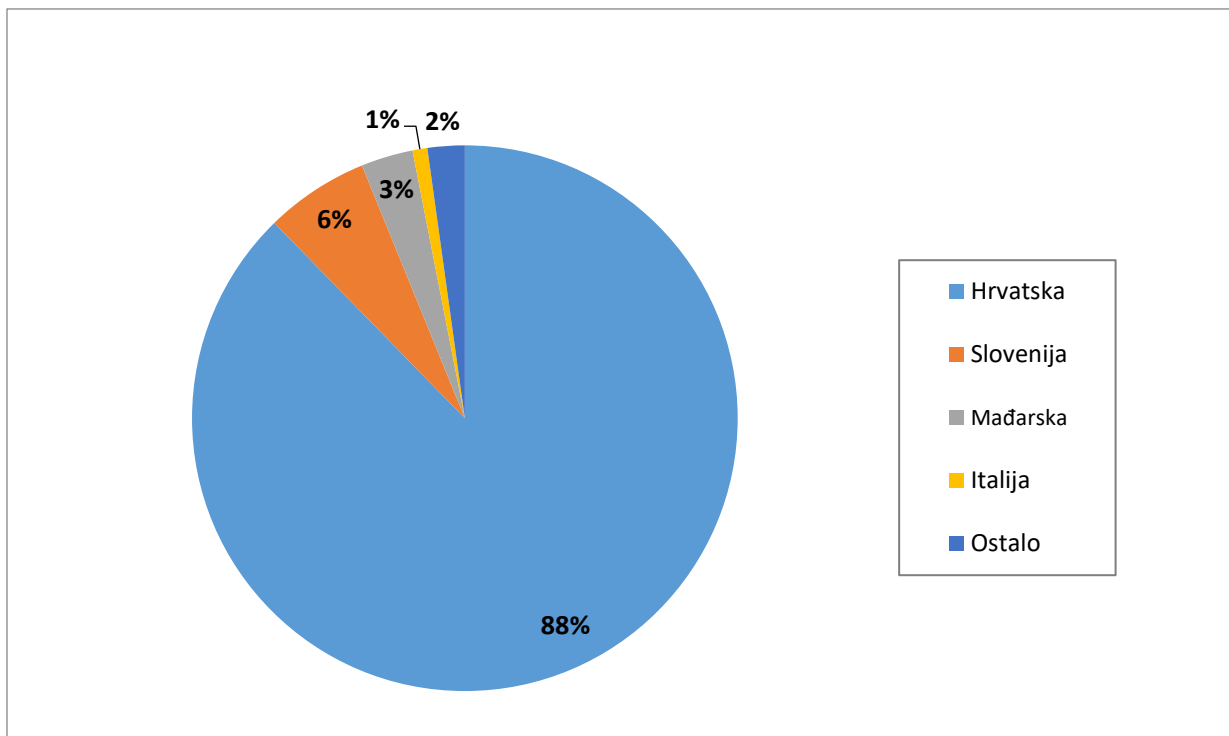
Izvor: knjižica izlagača "22. PROLJETNI MEĐUNARODNI BJELOVARSKI SAJAM"

Također, provedena je i analiza porijekla izlagača, odnosno analiza izlagača po zemljama iz kojih dolaze. Usporednom analizom Jesenskog i Proljetnog sajma moguće je uočiti kako je, naravno, većina izlagača upravo iz Hrvatske, između 82 i 88%. Na Jesenskom sajmu 2019. godine, od izlagača iz stranih zemalja postotkom se najviše ističu oni iz susjednih zemalja: BiH, Slovenije i Mađarske. Posjetitelji iz svake od tih zemalja čine oko 5% ukupnog broja posjetitelja (Sl.13.). Ostali izlagači iz stranih zemalja s manjim postotnim udjelom su porijeklom iz Italije, Austrije, Njemačke, Nizozemske, Danske, Srbije, Poljske i Češke. Na Proljetnom sajmu 2019. godine, s najvećim postotnim udjelom ističu se izlagači iz Slovenije (6%) i Mađarske (3%) (Sl.14.). Ostali izlagači iz stranih zemalja porijeklom su iz Austrije, Njemačke, Poljske, Češke, BiH, Srbije, Švedske i Litve. Uspoređujući Jesenski i Proljetni sajam, vidimo da veći udio stranih izlagača dolazi na Jesenski sajam, koji je, kako je već rečeno, najstarija i glavna manifestacija. Svakako treba istaknuti Sloveniju, od stranih zemalja, koja se uglavnom na većini sajmova ističe najvećim brojem svojih izlagača.



Sl.13. Izlagači prema porijeklu na Jesenskom sajmu 2019. godine

Izvor: knjižica izlagača 27. JESENSKI MEĐUNARODNI BJELOVARSKI SAJAM"



Sl.14. Izlagači prema porijeklu na Proljetnom sajmu 2019. godine

Izvor: knjižica izlagača "22. PROLJETNI MEĐUNARODNI BJELOVARSKI SAJAM"

#### **4. Rezultati provedenog istraživanja**

Nakon teorijskog opisa teme i analize sadržaja u prethodnim poglavljima, u nastavku bit će prikazani rezultati provedenog istraživanja. Istraživanje je provedeno metodom intervjua s tri osobe koje su imale važnu ulogu u počecima sajma te s trenutnim direktorom Bjelovarskog sajma. Isto tako, metodom anketnog upitnika među izlagačima na sajmu ispitan je njihov stav i pogledi o značenju sajma. Te na kraju, analizirani su turistički pokazatelji – dolasci i noćenja – po mjesecima, kako bi se istražilo postoji li pozitivni pomak u mjesecima održavanja sajma (ožujku i rujnu). U nastavku slijedi obrada i analiza podataka dobivenih navedenim istraživačkim metodama.

##### **4.1. Zaključci iz provedenih intervjua**

U svrhu ovog istraživanja intervjui su obavljani sa suosnivačima tj. osobama koje su aktivno sudjelovale u samim počecima osnivanja Bjelovarskog sajma kakav je u današnjem obliku, u periodu od 1993. nadalje. Zato su izabrani Antun Turčić – bivši direktor Ureda turističke zajednice Bjelovarsko-bilogorske županije i predsjednik Turističke zajednice Grada Bjelovara (1995./1996. godine); Krešimir Ivanček – akademski slikar grafičar te prvi direktor Bjelovarskog sajma (1994. godine) i dr.sc. Vladimir Strugar – bivši ministar prosvjete i športa (2000. – 2003. godine). Uz navedene osobe, intervju je proveden i s trenutnim direktorom Bjelovarskog sajma - Zlatkom Salajem.

Postavljena pitanja bila su koncipirana na način da se dobiju informacije o ulozi pojedine osobe u počecima sajma i kako se ideja sajma razvijala, koji su pozitivni i potencijalno negativni segmenti sajma. Zatim, kakvo je značenje sajma u turizmu u okvirima Hrvatske te u inozemstvu, kakvo značenje sajam ima u turizmu županije i koji su prijedlozi za daljnje unaprjeđenje. Svim su ispitanicima postavljena ista pitanja, s iznimkom trenutnog direktora sajma kojemu su postavljena pitanja u smislu današnjeg, odnosno trenutnog stanja. Ostalim ispitanicima postavljala su se pitanja uglavnom o počecima sajma u 1990-im godinama.

Na pitanje koju je ulogu imao u počecima sajma, Krešimir Ivanček pojašnjava kako je on bio prvi direktor Bjelovarskoj sajma te je upravo on osoba koja je osmislila današnji logo (Sl.15.). „Moj zadatak je bio osmisliti vizualni identitet i cjelokupan grafički standard: znak-logo, plakat, brošura, pozivnice, akreditacije... te napraviti plan prostornog uređenja sajma.

Godine 1994. bio sam prvi direktor sajma, dogovarajući s nama susjednim županijama i zemljama u okružju što kvalitetniji program.“



Sl.15. Logo Bjelovarskog sajma

Izvor: Bjelovarski sajam, 2022

Na isto pitanje, Antun Turčić odgovara kako je bio pozvan na suradnju pri osnivanju sajma od strane tadašnjeg župana Bjelovarsko-bilogorske županije Tihomira Trnskog. Navodi kako se već u listopadu 1993. godine održava prvi stočarski sajam nakon osamostaljenja Hrvatske i to prema uzoru na prijašnje sajmove iz okolice Bjelovara. „Suradnik i poznanik tadašnjeg župana Tihomira Trnskog. Tvrtku poznajem i njen rad sam pratio iz svojih ranijih aktivnosti. Župan se obratio nekima od nas – gospodarstvenika i poznanika – za pomoć i zamolio za suradnju (godina je 1993.). Već u listopadu 1993. g. održan je stočarski sajam po uzoru i tradiciji ranijeg sajmovanja u Bjelovaru, Novoj Rači, Sv. Ivanu Žabno, Ferdinandovcu itd.“ Bivši ministar Vladimir Strugar pojašnjava svoju ulogu na sljedeći način: „Tijekom pripreme i održavanja prvog Međuzupanijskog stočarskog i gospodarskog sajma od 29. do 30. listopada 1993. godine obnašao sam dužnost člana Županijskog poglavarstva Bjelovarsko-bilogorske županije. Ono je u to vrijeme utemeljilo i osmislilo takav oblik sajmovanja na području Županije. U narednim godinama povezan sam sa sajamom obnašanjem funkcije pročelnika Ureda za prosvjetu, kulturu, sport, informiranje i tehničku kulturu Bjelovarsko-bilogorske županije, što je konkretno značilo da sam brinuo o dostupnosti sadržaja sajma interesima škola, posebno interesa učenika srednjih škola te o stvaranju uvjeta učenicima da sajam posjećuju.“

Isto tako, gospodin Ivanček objašnjava kako se razvijala ideja sajma: „Sama ideja usko je povezana s tadašnjim županom Bjelovarsko-bilogorske županije koji ju je početkom rujna

1993. iznio kao jedan od strateških planova za razvitak županije. Budući da su istovjetne ideje postojale u Karlovačkoj i Osječko-baranjskoj županiji brza reakcija se nametnula kao prioritet. Tijekom samo jednog mjeseca (rujna) proizvodna farma Koopexporta pretvorena je u izložbeni prostor sa svim potrebnim dozvolama za održavanje stočarskih sajмова.“

Antun Turčić dalje detaljnije pojašnjava pozadinu i konkretne korake koji su poduzeti za razvoj sajama u samim počecima i tako navodi kako je s tadašnjim županom Trnskim išao skupiti iskustva u Austriju i Sloveniju. Uz pomoć prikupljenih iskustava i kontakata usmjeruju sajam u primarno stočarski. Postignuta je suradnja s Ministarstvom poljoprivrede pomoću koje je sajam stekao određeni status u državi te su omogućena državna ulaganja u sajam. Isto tako, uz pomoć države ostvarena je suradnja s pojedinim državama u inozemstvu i usput stečena međunarodna prepoznatljivost. „Župan i ja odlazimo u svibnju 1994. godine po iskustva u Austriju (St. Martin, Klagenfurt, Graz) i Sloveniju (Gornja Radgona) gdje se održavaju sajmovi toga tipa. Temeljem prikupljenih saznanja već iste godine (1994.) sajam postaje „naglašenije“ stočarski i gospodarski. Ostvarujemo kontakte sa poljoprivrednom strukom u Hrvatskoj, a preko njih i s inozemstvom.“

Spominje i Zagrebački Velesajam kao jednu od suradnji te značajni projekt *Mare Croaticum* (Sl.16.). „Važna karika u svemu bio je Zagrebački Velesajam i njihov tadašnji direktor marketinga g. Jurica Centner. Gospodin Centner prepoznao je stočarske i gospodarske potencijale i mogućnosti bjelovarskog kraja, a mi „domaći“ potencijal prostora tadašnjeg Koopexporta u Gudovcu.“ Projekt *Mare Croaticum* bio je važan u smislu poticanja suradnje gospodarskih djelatnosti kontinentalne i primorske Hrvatske. Tu je Bjelovarski sajam dobio mogućnost predstavljanja šire od granica svoje okolice i veću medijsku eksponiranost, posebice iz razloga što se završnica samog projekta odvijala na prostoru sajma. „Aktivnost Županije u projektu spojiti zeleno i plavo – zvanog Mare Croaticum, također je krenulo u to vrijeme i donijelo je mnoge koristi napretku sajma. Organizatori ove akcije bili su mahom novinari i istraživači, koji su imali sklonost isticanja poljoprivrede kao struke. Osobito treba priznati kvalitetnu suradnju s općinama: Novalja, Biograd, Primošten i mnogim drugima te sa HGK Šibensko-kninske županije. Na prostorima Sajma događaju se završnice akcije Mare Croaticum, a na događaju prisutni su ljudi iz čitave Dalmacije i Hrvatske i sve se događa uz veliki medijski odjek u Hrvatskoj i u Europi.“



Sl.16. Projekt Mare Croaticum

Izvor: Turčić, 2012

Antun Turčić, bivši direktor Turističke zajednice Grada Bjelovara, dalje govori o prvobitnim zadacima i ciljevima sajma koji su bili poticanje i razvoj obrtništva i općenito gospodarstva. „Oživljavanje svih gospodarskih grana i obrtništva ovog dijela Hrvatske. Tada nam je najjači uzor bio sajam u Gornjoj Radgoni i u Novom Sadu, ali u Hrvatskoj je još uvijek bio rat, pa su nam bila ograničena kretanja. Znali smo za dosege i značaj sličnog sajma u Novom Sadu, ali je u to vrijeme kontakt s njima bio onemogućen. Prostor Koopexporta je bio pod bankarskim hipotekama i ta nas je činjenica tjerala na brze pregovore s bankama, koji su uspješno okončani.“

Zatim, na pitanje o najpozitivnijim segmentima sajma, Antun Turčić navodi jačanje agronomske struke, razvoj specijaliziranih priredbi i događaja te organiziranje mnogih stručnih skupova. „Poznatost sajma u svjetskim razmjerima. Jačanje struke i selekcijskog rada u

stočarstvu (ističem govedarstvu), u ovom kraju prisutno već oko 130 godina. Jača i agronomska struka tako da Proljetni sajam sve više postaje sajam pripreme za proljetnu sjetvu. Slijedi nastajanje niza specijaliziranih priredbi i događanja (pčelarski, vinski, sajam sira, sajam lova i ribolova i drugi specijalizirani sajmovi i izložbe) čime sajmovanje traje veći dio godine. Održavaju se stručni skupovi svih ovih struka.“ Gospodin Strugar isto tako navodi jačanje agronomske struke i općenito gospodarstva kao najpozitivniji segment, te ističe određene potrebe za poboljšanjem kao što su primjerice inovacije unutar sajma. „Svakako je važno za razvoj Bjelovarsko-bilogorske županije što se prezentiraju vlastiti stočarski, gospodarsko-obrtnički proizvodi i inovativnost vlastitih tvrtki. S druge strane, mjesto je to na kojem se razmjenjuju ideje s različitih domaćih i stranih područja te omogućuje stjecanje korisnih znanja iz stočarstva, gospodarstva općenito te obrtništva posebno.“ „Ne može se govoriti o negativnim pojavama koje bi umanjivale ideju i postignutu vrijednost i razinu sajma. Međutim, stječe se dojam kako se određena koncepcija sajma ponavlja više godina. S tog motrišta potrebna je dodatna angažiranost stručnjaka iz raznih gospodarskih područja.“

Na pitanje kakvo je značenje sajma za turizam u županiji, gospodin Turčić pojašnjava kako je značajan boravak i korištenje turističkih usluga kao što su noćenje i ugostiteljske usluge te razvoj određenih usluga koje su do tada bile nerazvijene. Također, govori i o važnosti šire prepoznatljivosti u Hrvatskoj i inozemstvu. „Afirmacija kraja i zastupljenih grana kao i njihovih proizvoda na bližim i daljim tržištima. Dolazak velikog broja stručnjaka i posjetitelja koji na sajmu i u gradu borave i koriste turističke usluge – noćenje i ugostiteljske usluge, kupuju trgovačku robu i proizvode za poljoprivredu i široku potrošnju. Time šire prepoznatljivost kraja u cijelom svijetu. Razvio se je niz do tada nedovoljno razvijenih usluga. Primarno privatnog smještaja i to ne samo u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji nego i šire. U vrijeme održavanja sajamskih priredbi i događanja pune se smještajne jedinice i na širem području.“ Zatim, gospodin Ivanček iznosi svoj stav o značenju sajma u turizmu i navodi problem nedostatka smještajnih kapaciteta kao jedan od glavnih. „Sudeći prema broju posjetitelja i automobilskim registracijama, sajam je davno premašio lokalni značaj i postao, u turističkom smislu, jedan od najznačajnijih događaja u županiji s velikim turističkim potencijalom. Već godinama se traži slobodan smještaj koji u Bjelovaru nije dostatan pa gosti traže noćenje i u obližnjim mjestima i gradovima.“

I na kraju, odgovor na pitanje o prijedlozima unaprjeđenja sajma, gospodin Turčić navodi jačanje i rad na boljem planiranju i upravljanju te posebno rad na promotivnim aktivnostima. „Ustabiliti struku, jačati planiranje i upravljanje sajmom i jačanje veze sa svim raspoloživim promotivnim aktivnostima Republike Hrvatske. Primjenjivati nove tehnologije u poljoprivredi,



ali i u s njom povezanim strukama.“ Gospodin Strugar ističe potrebu za nakladničkom djelatnošću, izdavanjem popularnih publikacija te medijskim praćenjem i prezentacijom. „Smatram potrebnim obogatiti nakladničku djelatnost izdanjima povijesnih knjiga i popularnih publikacija o postignućima i ciljevima razvoja sajma. Omogućiti također tijekom održavanja sajma stručne skupove, radionice, medijsko praćenje na državnoj i regionalnoj razini te prezentirati rad izlagača iz različitih domaćih i stranih područja gospodarstva.“

Trenutni direktor sajma Zlatko Salaj pojašnjava značaj i ulogu Bjelovarskog sajma u današnje vrijeme. Direktor Salaj posebno naglašava kako je sajam jedini takav u cijeloj Hrvatskoj. „Jedini takav u Hrvatskoj – sajam kojeg otvara predsjednik Republike Hrvatske i na kojem sudjeluju izlagači iz cijele Hrvatske te iz 10-ak drugih zemalja.“ Direktor govori kako sajam, osim što je u prvom redu gospodarska manifestacija, ima značaj u turizmu te posjetitelji dolaze iz turističkih razloga (ne isključivo kao kupci). Sajam nudi i kulturno-umjetnički program i popratne sadržaje te je uočljiv turistički učinak u broju ostvarenih noćenja. „Ljudi dolaze i turistički – imamo kulturno-umjetnički program, prikaz tradicijskih zanata te gastronomsku ponudu.“ „Sajam traje tri dana, ali izlagači dolaze nekoliko dana prije i ostaju dan poslije sajma – otprilike tjedan dana ukupno. Svi su smještaji popunjeni u Bjelovaru i okolici – hoteli, privatni smještaji – a rezerviraju se mjesecima unaprijed.“ Direktor Salaj govori kako se radi i na inovacijama sajma te su uvedeni određeni novi sajmovi. „Novi sajmovi su sajam komunalne i građevinske opreme i sajam obnovljivih izvora energije.“ „Ove ćemo godine probati nešto novo – sajam cvijeća i sajam vjenčanja.“ Te na kraju, direktor navodi nužni zahvat za unaprjeđenje sajma, a to je prvenstveno rad na infrastrukturi. „Infrastruktura je još uvijek nedovoljna za europski i svjetski izgled sajma, ali i dosta ovisimo o vremenskim uvjetima – treba urediti prostore za izlaganje i napraviti još hala.“

## **4.2. Rezultati anketnog istraživanja**

Anketa je izrađena u softveru Google obrasci i slana je izlagačima na njihove email adrese. Provedena je među izlagačima na sajmu iz knjižice izlagača za 2019. godinu. Od 470 izlagača kojima je poslana anketa dobiveno je 48 odgovora. U prvoj skupini pitanja prikupljene su općenite informacije o izlagačima na sajmu – dobno-spolna struktura, završeno obrazovanje, zanimanje i mjesto stanovanja. Većina ispitanika bila je muškog spola (70,8%), dok je populaciju ženskog spola činilo 29,2%. U dobnoj strukturi najveći je broj ispitanika u skupini 36-45 godina starosti (35,4%). Najmanje je ispitanika u dobnoj skupini 18-25 godina starosti s 4,2%. Ispitanici su najvećim udjelom završili srednjoškolsku razinu obrazovanja (47,9%), a

nakon njih slijede oni sa završenim diplomskim studijem (33,3%) (Tab.3.). Pitanje o zanimanju bilo je otvorenog tipa stoga je dobiven širok spektar odgovora, a većinom je odgovor bila neka od obrtničkih djelatnosti. Isto tako, pitanje o mjestu stanovanja bilo je otvorenog tipa te je dobiven širok spektar odgovora iz razloga što su izlagači iz cijele Hrvatske, no brojem se najviše ističu izlagači iz Bjelovarsko-bilogorske županije (37,5%).

Tab.3. Opći podaci o ispitanicima iz provedene ankete

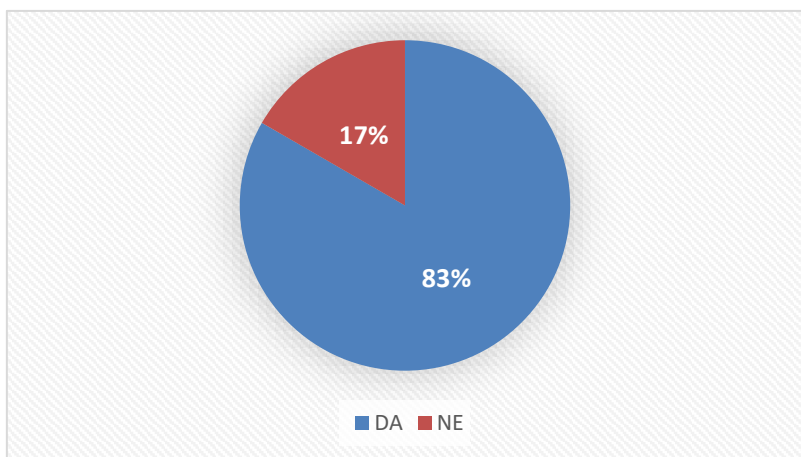
	<b>broj ispitanika (48)</b>	<b>postotak (100%)</b>
<b>1. Spol</b>		
ženski	14	29,2%
muški	34	70,8%
<b>2. Dob</b>		
18-25	2	4,2%
26-35	10	20,8%
36-45	17	35,4%
46-60	15	31,3%
60 i više	4	8,3%
<b>3. Završeno obrazovanje</b>		
osnovna škola	0	0%
srednja škola	23	47,9%
viša škola	6	12,5%
preddiplomski studij	3	6,3%
diplomski studij	16	33,3%
doktorski studij	0	0%

Sljedeće pitanje bilo je „Izlažete li svake godine na Bjelovarskom sajmu“, na što je 75% ispitanika odgovorilo DA, a 25% njih NE. Zatim, na pitanje o učestalosti sudjelovanja na sajmu do sada, 72,9% ispitanika odgovorilo je da je sudjelovalo 5 ili više puta do sada (Tab.4.)

Tab.4. Učestalost sudjelovanja ispitanika na Bjelovarskom sajmu

	<b>broj ispitanika (48)</b>	<b>postotak (100%)</b>
<b>6. Sudjelujete/izlažete li svake godine?</b>		
DA	36	75%
NE	12	25%
<b>7. Koliko ste puta sudjelovali/izlagali do sada?</b>		
jednom	9	18,8%
2-4 puta	4	8,3%
5 i više puta	35	72,9%

Sljedeće pitanje bilo je otvorenog tipa te su ispitanici trebali napisati što izlažu od svojih proizvoda. Kao najčešći odgovori pojavljivali su se proizvodi OPG-ova kao što su npr. džemovi, ulja, zimnice, med, slastice, suveniri i sl., te poljoprivredna oprema i mehanizacija. Na pitanje „Planirate li sudjelovati na sajmu u narednom razdoblju“ čak 83% ispitanika odgovorilo je pozitivnim odgovorom (Sl.17.).



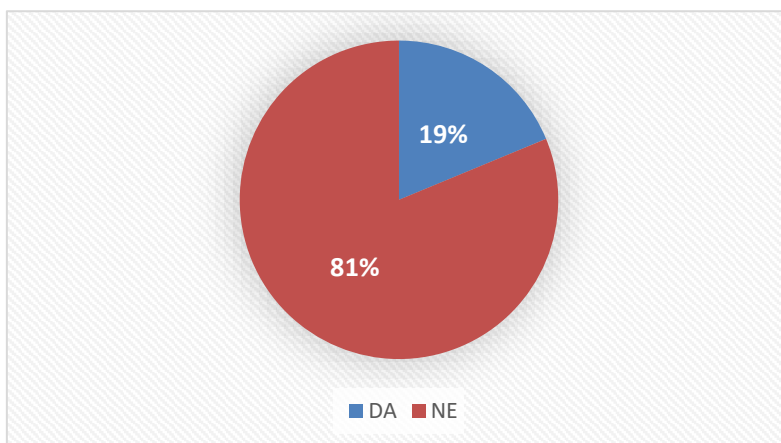
Sl.17. Postotak ispitanika koji planiraju sudjelovati na sajmu u narednom razdoblju

Slijedila su ponovno pitanja otvorenog tipa i ona su se odnosila na mišljenje izlagača o pozitivnim efektima/crtama sajma. Odgovori na pitanje o pozitivnim efektima/crtama sajma prikazani su u Tab.5. te su svrstani u nekoliko skupina prema učestalosti odgovora. Kao najpozitivnije efekte/crte sajma ispitanici su navodili prvenstveno reklamu vlastite tvrtke ili proizvoda te prodaju vlastitih proizvoda i suradnju.

Tab.5. Najpozitivniji efekti/crte sajma prema ispitanicima

odgovori	broj ispitanika
reklama	13
prodaja	6
suradnja	5
novi klijenti	5
kontakt s kupcima	4
lokacija	2
kvaliteta proizvoda	2
međunarodna prisutnost	2

Ispitanici su zatim trebali odgovoriti na pitanje ima li negativnih efekata/crta sajma te je njih čak 81% odgovorilo negativno (Sl.18.). Ispitanici koji su odgovorili pozitivno trebali su navesti koji su to, po njima, negativni efekti/crte sajma te su njihovi odgovori prikazani u Tab.6. Prema njihovom mišljenju negativni efekti/crte sajma su veliki troškovi, neefektivno iskorišteno vrijeme, loša internetska veza i nepovoljna lokacija štanda.

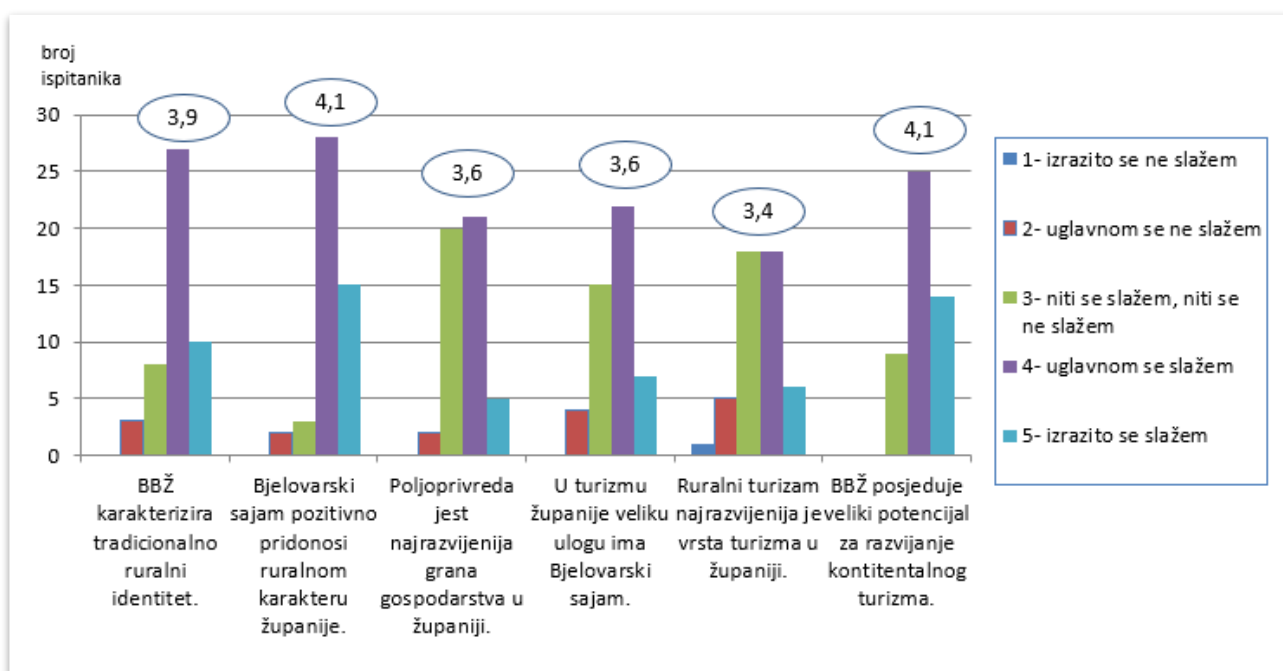


Sl.18. Odgovori ispitanika na pitanje ima li sajam negativnih efekata/crta

Tab.6. Negativni efekti/crte sajma prema ispitanicima

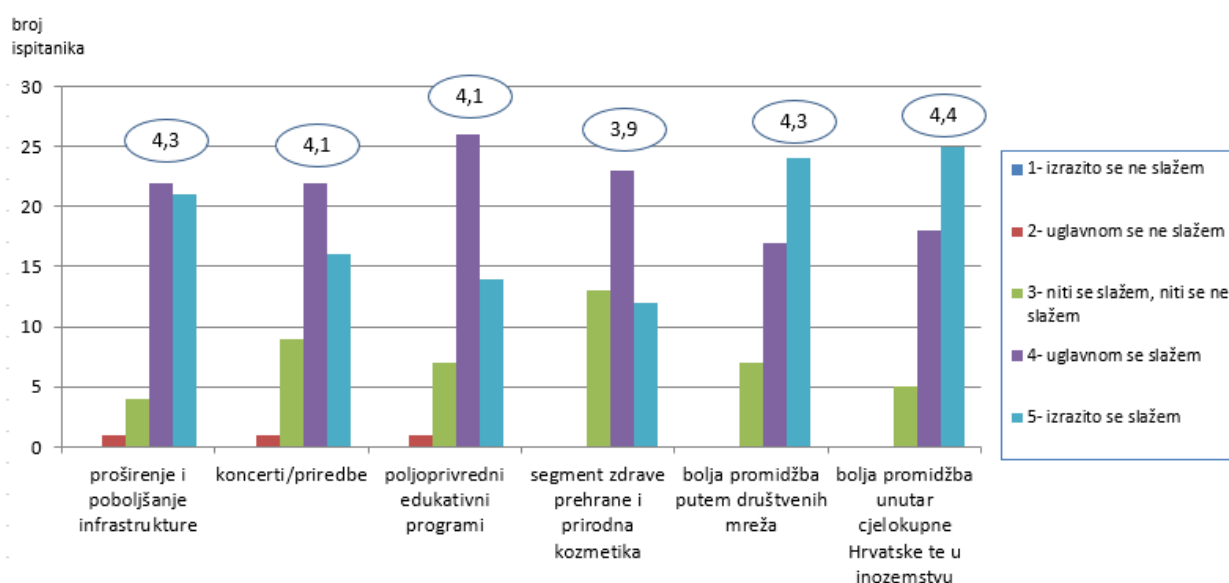
odgovori	broj ispitanika
troškovi	6
neefektivno iskorišteno vrijeme	2
internet	1
nepovoljna lokacija štanda	1

Sljedeće je bilo pitanje kojim se nastojalo ispitati u kolikoj se mjeri ispitanici slažu s pojedinim tvrdnjama koje su se odnosile na Bjelovarsko-bilogorsku županiju, poljoprivredu, turizam i Bjelovarski sajam, tj. cilj je bio saznati njihovo mišljenje o konkretnim temama. Koristila se Likertova ljestvica s граниčnim vrijednostima od 1 do 5 pri čemu je ocjena 1 označavala izrazito neslaganje, a 5 izrazito slaganje. S prosječnom ocjenom 4,1 ispitanici se najviše slažu s tvrdnjama „Bjelovarski sajam pozitivno pridonosi ruralnom karakteru županije“ i „Bjelovarsko-bilogorska županija posjeduje veliki potencijal za razvijanje kontinentalnog turizma“. Dok se najmanje slažu s tvrdnjom „Ruralni turizam najrazvijenija je vrsta turizma u županiji“, s prosječnom ocjenom 3,4. Stavovi ispitanika o ostalim tvrdnjama mogu se vidjeti u dolje prikazanom grafu (Sl.19.).



Sl.19. Slaganje ispitanika s navedenim tvrdnjama

Sljedeće je pitanje bilo istog tipa te su se ispitanici trebali izjasniti u kojoj mjeri se slažu ili ne slažu s ponuđenim tvrdnjama o najboljem načinu privlačenja domaćih i stranih turista na Bjelovarski sajam. Ispitanici se najviše slažu s tvrdnjom kako je najbolji način privlačenja turista na sajam boljom promidžbom u cjelokupnoj Hrvatskoj te u inozemstvu, s prosječnom ocjenom 4,4. Ispitanici se najmanje slažu s tvrdnjom kako je najbolji način privlačenja turista na sajam dodavanjem novog segmenta zdrave prehrane i prirodne kozmetike, s prosječnom ocjenom 3,9. Stavovi ispitanika o ostalim tvrdnjama mogu se vidjeti u dolje prikazanom grafu (Sl.20.).



Sl.20. Slaganje ispitanika s navedenim tvrdnjama o najboljem načinu privlačenja domaćih i stranih turista na Bjelovarski sajam

Posljednje pitanje bilo je otvorenog tipa te su ispitanici imali mogućnost napisati svoje prijedloge i ideje za daljnje unaprjeđenje/razvoj Bjelovarskog sajma. Odgovori su raznovrsni, ali neki od njih se i ponavljaju stoga su svrstani u određene skupine koje su prikazane u tablici (Tab.7.). Odgovori koji se pojavljuju najčešće su „poboljšanje i modernizacija infrastrukture“, „bolji marketing“, „povećati smještajne kapacitete“ i „više stručnih predavanja i edukacija“.

Tab.7. Prijedlozi ispitanika za unaprjeđenje sajma

<b>odgovori</b>	<b>broj ispitanika</b>
poboljšati i modernizirati infrastrukturu	11
bolji marketing	5
više stručnih predavanja i edukacija	4
povećati smještajne kapacitete	4
organizirati više događanja (koncerti, priredbe...)	3
bolja organizacija sajma	3
proširiti novim izlagačima	1
više autohtonih proizvoda	1

#### **4.3. Turistička kretanja za vrijeme sajma**

Slijedi analiza turističkih kretanja – dolazaka i noćenja – domaćih i stranih turista u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji. Analiza je napravljena za svaku treću godinu od 2004. do 2019. godine po mjesecima kako bi se usporedili mjeseci kada se održavaju dvije najveće manifestacije sajma (ožujak i rujan) i ostali mjeseci u godini.

U tablici su prikazani ukupni dolasci turista u Bjelovarsko-bilogorsku županiju za svaku treću godinu od 2004. do 2019. godine (Tab.8.). Zatamnjeni mjeseci su mjeseci održavanja Proljetnog sajma (ožujak) i Jesenskog sajma (rujan). Iz tablice je vidljivo kako se ukupni broj dolazaka s godinama sve više povećao. U 2004. godini ukupni dolasci kretali su se između 600 i 1 000, a u 2019. godini taj se broj povećao na između 1 500 i 2 400 dolazaka. To pokazuje da je ukupni porast broja dolazaka od 2004. do 2019. porastao za preko 100%. Uspoređujući ožujak, kada se održava Proljetni sajam, s veljačom i travnjem uočljivo je kako se jedino ističe 2004. godina u kojoj ožujak ima veći broj dolazaka od veljače i travnja. No ni ta razlika nije značajno velika, iznosi svega 20-ak dolazaka više nego u veljači i 129 dolazaka više nego u travnju.

Zatim, uspoređujući rujan, kada se održava Jesenski sajam, s kolovozom i listopadom uočljivo je kako je ukupni broj dolazaka najveći u rujnu u svim navedenim godinama osim u

2007. i 2019. kada kolovoz ima nešto veći broj dolazaka. Razlike u dolascima između jesenskih mjeseci nešto su značajnije nego razlike između proljetnih mjeseci. Isto tako, uspoređujući rujan i ožujak vidljivo je kako je svake navedene godine ukupni broj dolazaka veći u rujnu nego u ožujku, što se podudara s činjenicom kako je Jesenski sajam glavna i najznačajnija manifestacija.

Tab.8. Ukupni dolasci turista u Bjelovarsko-bilogorsku županiju za svaku treću godinu 2004. – 2019.

	<b>Dolasci turista</b>					
	<b>2004.</b>	<b>2007.</b>	<b>2010.</b>	<b>2013.</b>	<b>2016.</b>	<b>2019.</b>
siječanj	876	1124	820	977	1423	1769
veljača	803	734	955	972	1584	1586
ožujak	824	1040	749	990	1485	1982
travanj	695	1070	908	1096	1923	2017
svibanj	1080	1358	1011	1302	1604	1883
lipanj	817	1521	887	1244	1485	2107
srpanj	890	1588	1116	1451	1869	2097
kolovoz	674	1476	1019	1384	1812	2409
rujan	901	1342	1045	1630	2129	2353
listopad	757	956	1037	1361	1953	2179
studeni	776	1330	957	1334	1648	2081
prosinac	807	1130	1086	1307	1575	1860

Izvor: DZS, 2022

U sljedećoj tablici prikazan je ukupni broj noćenja turista u Bjelovarsko-bilogorsku županiju za svaku treću godinu od 2004. do 2019. godine (Tab.9.). Zatamnjeni mjeseci su mjeseci održavanja Proljetnog sajma (ožujak) i Jesenskog sajma (rujan). U tablici je vidljivo kako se, također, i broj noćenja povećavao svake godine. Tako se 2004. ukupni broj noćenja kretao između 1 300 i 2 500, a 2019. ta je brojka narasla na između 5 000 i 7 800, što je povećanje od 300-400%. Zatim, uspoređujući ožujak s veljačom i travnjem uočljivo je kako je jedino 2013. godina u kojoj ožujak ima veći broj noćenja od veljače i travnja, te od 2013. nadalje ožujak ima više ostvarenih noćenja nego veljača.

Zatim, kada se analiziraju podaci za rujan u usporedbi s kolovozom i listopadom uočljivo je kako je ukupni broj noćenja u rujnu najveći 2004., 2013. i 2016. godine, što znači da ne



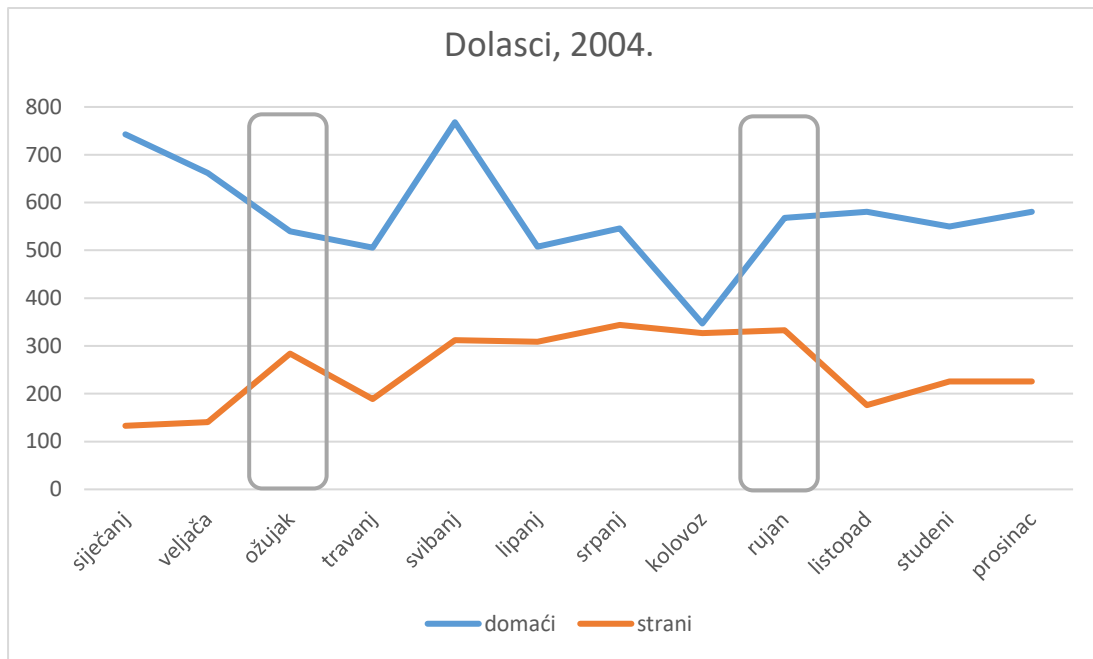
postoji određeni uzorak prema kojemu se broj noćenja povećava. Jedinu ponavljajući uzorak jest kako je svake navedene godine broj ostvarenih noćenja veći u rujnu nego u listopadu. Treba istaknuti kako su razlike u noćenjima između jesenskih mjeseci nešto značajnije nego razlike između proljetnih mjeseci. Isto tako, uspoređujući rujnu i ožujak vidljivo je kako je svake navedene godine ukupni broj ostvarenih noćenja veći u rujnu nego u ožujku.

Tab.9. Ukupni broj noćenja u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji za svaku treću godinu 2004. - 2019.

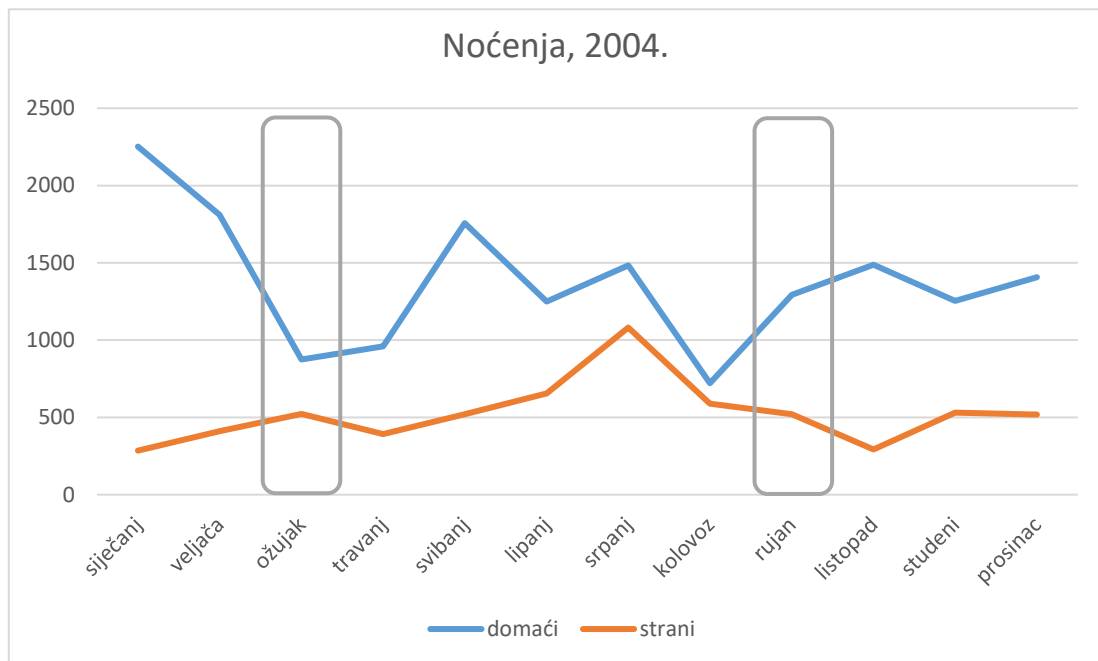
	Noćenja turista					
	2004.	2007.	2010.	2013.	2016.	2019.
siječanj	2537	2928	1993	2848	5180	6208
veljača	2220	1325	1906	1842	4859	5181
ožujak	1396	2035	1395	1933	5108	6487
travanj	1352	2106	1716	1921	5778	6731
svibanj	2277	2951	1976	2408	5092	5652
lipanj	1903	3685	1731	2370	4456	6302
srpanj	2564	2804	2974	3559	6220	7603
kolovoz	1310	3819	2226	3156	6215	7864
rujan	1812	2862	2180	3760	6991	7323
listopad	1781	2868	2079	3631	6731	6906
studeni	1784	3212	2053	2519	5882	6160
prosinac	1925	2709	1752	2618	5154	5096

Izvor: DZS, 2022

Sljedeća jest analiza turističkih dolazaka i noćenja stranih i domaćih turista u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji u prvoj (2004.) i zadnjoj (2019.) godini uključenoj u ovu analizu. Iz usporedbe dolazaka i noćenja u 2004. godini vidljivo je kako su najznačajniji upravo domaći turisti jer čine najveći udio i u dolascima i u noćenjima (Sl. 21. i Sl.22.). Dolasci domaćih turista 2004. godine u ožujku bilježe blagi pad, dok dolasci stranih turista bilježe blagi porast. Zatim dolasci domaćih turista u rujnu bilježe veći porast, a strani su turisti u stagnaciji. Sljedeći pokazatelj jesu ostvarena noćenja te se može uočiti kako su noćenja domaćih turista u ožujku u padu, a noćenja stranih turista bilježe minimalni porast. Sljedeće, noćenja domaćih turista u rujnu bilježe porast, a noćenja stranih turista su u stagnaciji. Takva situacija može se objasniti time što je to razdoblje kada se sajam još uvijek razvijao i probijao na tržište u Hrvatskoj i inozemstvu te zato navedeni pokazatelji ne ukazuju na veliki utjecaj Bjelovarskog sajma u turizmu županije.

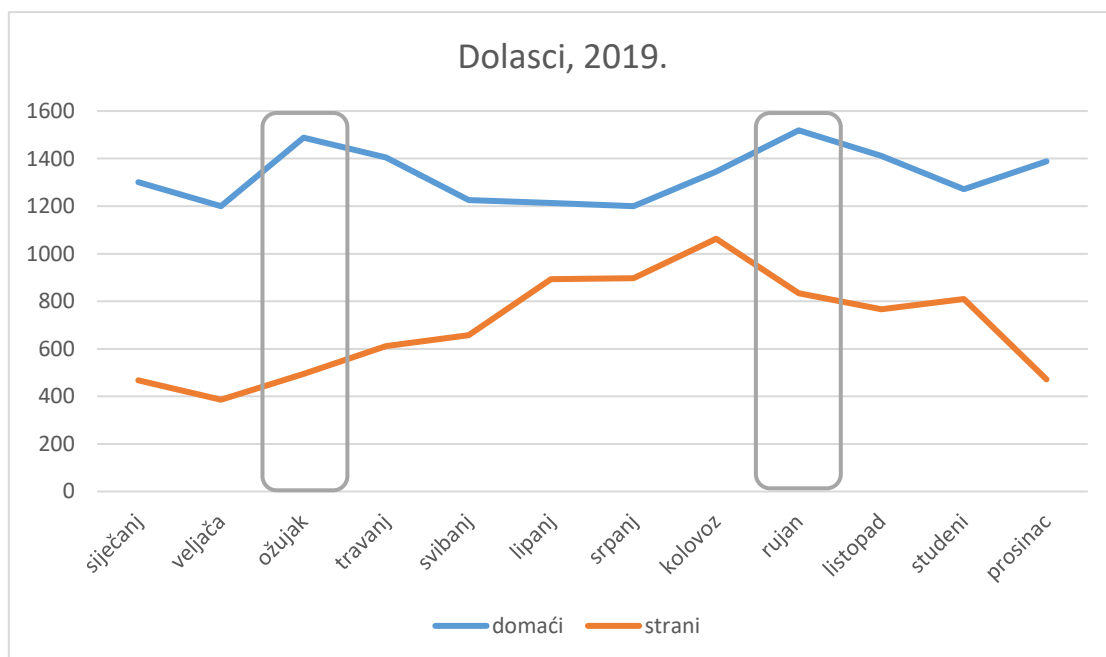


Sl.21. Dolasci domaćih i stranih turista u Bjelovarsko-bilogorsku županiju 2004. godine  
Izvor: DZS,2022



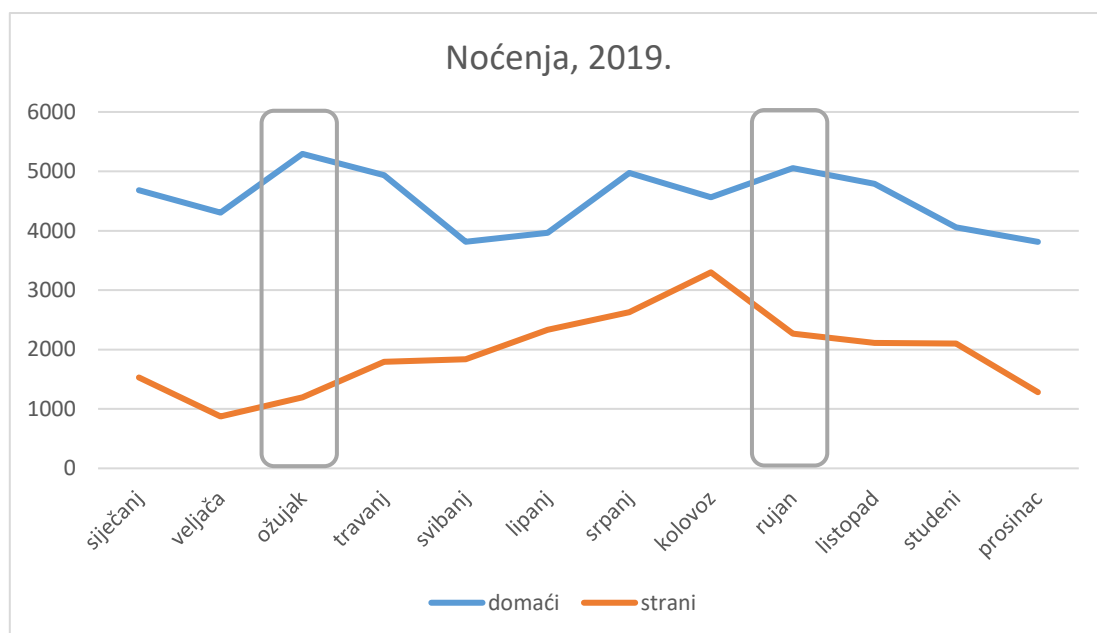
Sl.22. Noćenja domaćih i stranih turista u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji 2004. godine  
Izvor: DZS, 2022

Sljedeće jest usporedba dolazaka i noćenja u 2019. godini, te je iz grafova ponovno vidljivo kako su najznačajniji upravo domaći turisti za oba pokazatelja (Sl.23. i Sl.24.). U 2019. godini stanje je nešto drugačije nego 2004. godine te se može uvidjeti porast dolazaka i noćenja u mjesecima održavanja Proljetnog i Jesenskog sajma. Iz grafa turističkih dolazaka za 2019. godinu vidljivo je kako broj dolazaka domaćih turista u ožujku i rujnu bilježi nešto značajniji porast. Dok su dolasci stranih turista u stagnaciji ili čak blagom padu, ako usporedimo kolovoz i rujan. To naravno može biti povezano sa sezonom jer uglavnom ljetni mjeseci bilježe najveće brojke dolaska stranih turista. Zatim, iz grafa noćenja za 2019. godinu može se uočiti blagi porast broja noćenja domaćih turista u mjesecima održavanja Proljetnog i Jesenskog sajma. Noćenja stranih turista bilježe slična obilježja kao i dolasci, stagnacija ili blagi pad nakon ljetne sezone. Usporedbom navedenih pokazatelja za 2004. i 2019. godinu svakako je vidljiv pozitivan napredak jer su brojke dolazaka i ostvarenih noćenja uvelike porasle. Te se u 2019. godini može uočiti pozitivan doprinos Bjelovarskog sajma turizmu županije.



Sl.23. Dolasci domaćih i stranih turista u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji 2019. godine

Izvor: DZS, 2022



Sl.24. Noćenja domaćih i stranih turista u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji 2019. godine

Izvor: DZS, 2022

## 5. Rasprava

„Sajmovi su ostajali svezremana tekovina osmišljena za pokazivanje drugima svoje duhovne i materijalne kulture, na kojoj je sve na prodaju i na kojoj je moguće sve kupovati. Bez sajмова bi bio nezamisliv život, bez sajмова bi svijet bio drugačiji i puno siromašniji. Sajmovi su zato postali neodvojiv dio opće povijesti civilizacije.“ (Pemper, 2009).

Riječi T. Pempera kako su sajmovi neodvojiv dio opće povijesti civilizacije potvrđuje i današnji Bjelovarski sajam. Bjelovarski sajam sa svojom tradicijom dužom od 500 godina daje prepoznatljivost i svojevrsan kulturni identitet Bjelovarsko-bilogorskoj županiji. Kako je to jedini takav sajam u Hrvatskoj potvrđuju i riječi današnjeg direktora koji ističe njegovu važnost time što ga svake godine otvara predsjednik Republike, a sudjeluju izlagači iz cijele Hrvatske te iz inozemstva. Sama manifestacija sajma u prvom redu služi osnovnim interesima izlagača i posjetitelja, no kako bi privukli što veći broj posjetitelja potrebno im je osigurati dodatni sadržaj. U tu svrhu, kako bi se zainteresirali izlagači i dodatno privukli posjetitelji, organizirani su kulturno-umjetnički nastupi, pokazuju se tradicijski zanati te je tu i gastronomska ponuda.

Sudionici intervjua potvrđuju značaj sajma za županiju te ističu kako je upravo sajam bio jedan od strateških planova za razvoj županije 1990-ih godina nakon osamostaljenja Hrvatske. Suradnja sa stranim državama i sudjelovanje u projektima kao što je bio *Mare Croaticum* svakako su doprinijele razvoju sajma u njegovim počecima i omogućile mu širu prepoznatljivost. Sajam je značajan u smislu jačanja poljoprivredne struke i gospodarstva općenito, ali i turističkom smislu. Značaj u turističkom smislu vidljiv je u korištenju turističkih usluga kao što su noćenja i ugostiteljske usluge općenito, ali sudionici intervjua skreću pozornost na problem nedostatka smještajnih kapaciteta. Taj se isti problem spominje i u anketi gdje ispitanici na otvorenom pitanju o unaprjeđenju sajma navode i potrebu povećanja smještajnih kapaciteta. Osim što taj problem navode sudionici intervjua i ispitanici u anketi, on je vidljiv iz konkretnih statističkih podataka. Na početku rada, u poglavlju o općim turističkim obilježjima županije, navedeno je kako je broj postelja sa 667 (2009.) narastao na 1 372 u 2019. godini. To je svakako pozitivan pomak, ali generalno gledajući ta je brojka premala za mogućnosti koje posjeduje županija. Broj postelja koncentriran je u dva grada – Bjelovaru i Daruvaru – tako da se u ta dva grada nalaze 2/3 svih postelja u županiji. Problem postojećih smještajnih kapaciteta jest upravo mali broj postelja, ali i nespremnost za prihvata zahtjevnijih potrošača jer su uglavnom kategorizirani s dvije ili tri zvjezdice. Stoga je jedna od glavnih potreba u turizmu županije upravo proširenje smještajnih kapaciteta, disperzija istih po cijelom teritoriju županije te rad na poboljšanju postojećih.

Rezultati ankete pokazuju kako većina izlagača prepoznaje veliku vrijednost sajma te upravo zato iznova sudjeluju, njih 73% izjasnilo se kako je već sudjelovalo pet ili više puta. Isto tako, 83% ispitanika je odgovorilo kako planira ponovno sudjelovati u narednom razdoblju. Iz navedenih je podataka vidljivo da je velika većina izlagača „konstantna“ na sajmu. S jedne strane taj je podatak vrlo pozitivan jer pokazuje kako su izlagači prepoznali veliku vrijednost sajma jer redovito sudjeluju, ali isto tako taj podatak upućuje da je možda došlo i do potrebe za određenim inovacijama. Tu potrebu za inovacijama naveli su i sugovornici intervjua, ali i sami izlagači. Današnji direktor sajma ukazuje na to da se radi na određenim inovacijama – uvođenje novih sajмова kao što su sajam komunalne i građevinske opreme, sajam obnovljivih izvora energije te posebice sajam cvijeća i sajam vjenčanja. Dakle, sajam se kreće i u nekom novom smjeru s potencijalnim novim posjetiteljima te proširuje svoju ponudu na veći dio godine.

Dalje, iz provedene ankete kao najpozitivnije crte sajma izlagači su istaknuli reklamu, prodaju, suradnju i međunarodnu prisutnost. S obzirom na to da se izlagači iznova vraćaju na sajam, može se zaključiti da navedene pozitivne crte imaju utjecaj na njihovo poslovanje, ali i na ponovni dolazak. Reklamu i prodaju istaknulo je najviše ispitanika te su time i potvrdili da na sajam dolazi veći broj posjetitelja koji prepoznaju njihovu djelatnost i kupuju njihove proizvode.

Zatim, u anketi su bili ispitani stavovi i pogledi izlagača općenito o Bjelovarskom sajmu i županiji. Ispitanici se najviše slažu s tvrdnjama „Bjelovarski sajam pozitivno pridonosi ruralnom karakteru županije“ i „Bjelovarsko-bilogorska županija posjeduje veliki potencijal za razvijanje kontinentalnog turizma“. Njihovi odgovori upućuju na to da je upravo opisana duga povijest sajmovanja, primarno u poljoprivrednom smislu, ostavila trag na županiji i ljudi ju danas prepoznaju kao vrlo važnu u tom smislu. Isto tako, ispitanici se iznimno slažu kako županija posjeduje veliki potencijal za razvijanje kontinentalnog turizma jer se uz najveći međunarodni poljoprivredni sajam u Hrvatskoj, tu nalaze i druga bogatstva županije. Ostala bogatstva županije poput primjerice prirodne i kulturne baštine koja se posebno ističu bila su zaštićena prirodna baština kao što je Moslavačka gora te širi spektar kulturne baštine poput prirodnih lječilišta, gradskih muzeja i sakralnih građevina.

Stavovi anketnih ispitanika o najučinkovitijem načinu privlačenja domaćih i stranih turista vrlo su jasni – velika većina njih se složila da je bolja promidžba u Hrvatskoj i inozemstvu nužna te isto tako, i bolja promidžba putem društvenih mreža. Time su istaknuli da sajam treba ići u korak s vremenom te dodatno poraditi na vlastitoj promidžbi. Bolja promidžba, odnosno marketing pojavljuje se kao česti odgovor i u zadnjem anketnom pitanju o prijedlozima za daljnje unaprjeđenje sajma. Uz bolju promidžbu, kao nužno za unaprjeđenje sajma ispitanici

ističu poboljšanje i modernizaciju same infrastrukture na sajmu te povećanje smještajnih kapaciteta u županiji.

Iz podataka o turističkim dolascima i noćenjima stranih i domaćih turista vidljivo je da je ukupni broj dolazaka rastao od 2004. do 2019. te je u tom periodu porasta za preko 100%. To su svakako pozitivni turistički pokazatelji koji ukazuju na to da se turizam polako, ali sigurno razvija u županiji. To potvrđuje i porast ukupnog broja noćenja koji je još veći, te je u periodu od 2004. do 2019. godine narastao za oko 300-400%.

Zatim, uspoređujući mjesece održavanja dvije najveće sajamske manifestacije – Proljetni i Jesenski sajam – tj. ožujak i rujna uočljiva je značajna razlika u korist rujna. U mjesecu rujnu, kada se održava Jesenski sajam, vidljiv je porast turističkih dolazaka, ali i noćenja. Dok se u ožujku ta razlika toliko ne ističe ili je čak broj dolazaka i noćenja manji nego u mjesecima prije i poslije. S time se potvrđuje činjenica da je Jesenski sajam glavna i najposjećenija manifestacija od svih ostalih u sklopu Bjelovarskog sajma. Uz to, Jesenski sajam ima i najdužu tradiciju od svih ostalih jer je prvih nekoliko godina od pokretanja bio jedino sajam.

Analizom domaćih i stranih turista utvrđeno je da su najznačajnija skupina posjetitelja u županiji upravo domaći turisti jer čine većinski udio u ukupnom broju dolazaka i noćenja. Početkom stoljeća, uzimajući u obzir promatranu 2004. godinu, značaj Proljetnog i Jesenskog sajma nije toliko vidljiv kroz turističke dolaske i noćenja. Tek se u kasnijem periodu, u ovom slučaju promatrana 2019. godina, uočava skok u dolascima i noćenjima za vrijeme održavanja sajmov. Taj je skok posebice primjetan kod domaćih turista, dok se strani turisti toliko ne ističu, te su ponekad i u padu tijekom mjeseci održavanja sajma.

Prije početka istraživanja postavljena su pitanja: Utječe li Bjelovarski sajam na razvoj turizam u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji? Vide li se pozitivnija kretanja turističkog prometa u mjesecima održavanja Bjelovarskog sajma? Postavljena je i temeljna hipoteza: Bjelovarski sajam pozitivno doprinosi razvoju turizma u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji. Kroz provedeno istraživanje i pisanje rada dobiveni su odgovori na početna pitanja te su otkriveni i određeni nedostaci na kojima treba raditi. Dakle, temeljna je hipoteza potvrđena, Bjelovarski sajam pozitivno doprinosi razvoju turizma u županiji što je vidljivo iz dobivenih podataka iz anketa, intervjua i analize turističkih dolazaka i noćenja. No ipak taj utjecaj sajma na turizam u županiji nije toliko značajan koliko je očekivano prije početka istraživanja. Najvažniji segment svakako su domaći turisti koji se ističu brojem ostvarenih dolazaka i noćenja u županiji, posebice u mjesecima održavanja dvaju velikih sajmov. Nužno je poraditi na boljoj promidžbi kako bi se dodatno potaknuli domaći turisti te posebice strani turisti koji čine puno manji udio. Bolja bi se promidžba svakako trebala ostvariti u suradnji s turističkom zajednicom i biti usmjerena

prema privlačenju potencijalnih stranih turista. Još jedan od vrlo važnih problema otkrivenih tijekom istraživanja jest nedostatak smještajnih kapaciteta i taj se problem ističe kao najveći u okviru turizma županije. Premali broj postelja i smještajnih kapaciteta koji posjeduju ponudu i za najzahtjevnije goste. Treba potaknuti razvoj privatnih smještajnih kapaciteta, pogodno u okviru ruralnog turizma i OPG-ova. Isto tako, potreban je i poticaj za izgradnju nekog većeg hotela (s većim brojem zvjezdica). Iz dobivenih podataka vidljiva je potreba i za radom na infrastrukturi na samom sajmu. S obzirom da sajam raste i razvija se, organiziraju se određeni novi sajmovi kako bi se dodatno zainteresirali posjetitelji, proširenje infrastrukture je nužno. Iz svega navedenog zaključak jest kako Bjelovarski sajam pozitivno doprinosu razvoju turizma u županiji, ali postoje određeni segmenti koje treba unaprijediti kako bi taj utjecaj bio značajniji.



## 6. Mogućnosti razvoja Bjelovarskog sajma

Bjelovarski sajam najveća je gospodarska poljoprivredna manifestacija u Hrvatskoj, s tradicijom dužom od 500 godina. Osim u Hrvatskoj, svoj je status sajam učvrstio i u ovom dijelu Europe. S obzirom na takav značaj i položaj potrebna je konstantna prilagodba domaćem i stranom tržištu te zahtjevima ciljanih skupina posjetitelja. Isto tako, potrebna je i modernizacija infrastrukture i dodavanje inovacija u okviru novih manifestacija sajma.

Bjelovarski sajam u vlasništvu je Grada Bjelovara s udjelom od 40% i Bjelovarsko-bilogorske županije s udjelom od 60% (Strategija razvoja grada Bjelovara 2016. – 2020.). Stoga postoji potreba za zajedničkim ulaganjem u infrastrukturu i održavanje sajma. Također, postoji i potreba za suradnjom s turističkom zajednicom kako bi se omogućila što bolja promidžba sajma te u konačnici povećala i posjećenost. Gradu Bjelovaru i Bjelovarsko-bilogorskoj županiji potreban je sajam kao *brand* i prepoznatljivi proizvod u Hrvatskoj, ali i inozemstvu. Potreban je iz razloga što županija ne posjeduje velik broj valorizirane prirodne i kulturne baštine pa je stoga Bjelovarski sajam kao prepoznatljivi proizvod važan u turističkoj ponudi.

Prednosti Bjelovarskog sajma očituju se u nekoliko segmenata. Jedini je takav sajam u Hrvatskoj – poljoprivredni sajam koji okuplja izlagače iz cijele zemlje i 10-ak zemalja iz inozemstva. Na sajmu se nudi širok spektar raznovrsnih proizvoda (500-tinjak izlagača), održavaju se kulturno-umjetničke priredbe, prikazuju se tradicijskih zanata i gastronomska ponuda. Također, na sajmu su organizirani stručni skupovi, okrugli stolovi, predavanja i prezentacije iz područja gospodarstva i poljoprivrede.

Primarni je zadatak zadržati vodeću poziciju u segmentu poljoprivrednih sajmova u Hrvatskoj. Za zadržavanje vodeće pozicije svakako je potrebno daljnje ulaganje u infrastrukturu i modernizaciju te u strategije razvitka. U svrhu ostvarivanja zadanih ciljeva potrebno je odrediti ciljano tržište, to su naravno u prvom redu poljoprivrednici, ali ciljanoj skupini posjetitelja treba proširiti. Jedan od načina proširenja jesu inovacije u sajmovima – jedna od takvih inovacija od 2022. godine jest novi sajam cvijeća i sajam vjenčanja kojim se ciljano skupina posjetitelja potencijalno proširila (Sl. 25.). Dakle, dalje u budućnosti takve su inovacije poželjne, ali i potrebne kako bi se išlo u korak s vremenom.



Sl.25. Prvi sajam cvijeća i sadnog materijala i Prvi sajam vjenčanja

Izvor: Bjelovarski sajam, 2022

Jedan od koraka za budući daljnji razvoj mogla bi biti i suradnja s drugim sajmovima. Primjerice u Hrvatskoj to bi svakako bio Zagrebački Velesajam, ali i ostali manji sajmovi u kontinentalnoj i primorskoj Hrvatskoj. Isto tako potrebna je i suradnja s drugim sajmovima u inozemstvu, primjerice s poljoprivrednim sajmovima u Sloveniji, Mađarskoj, Srbiji.

Jedan od vrlo dobrih primjera inovacije i modernizacije jest opcija virtualnog sajma na web stranicama Bjelovarskog sajma (Sl. 26.). Mogućnost „posjeta“ virtualnog sajma na web stranicama inovacija je koja je uvedena za vrijeme korona krize te ona predstavlja vrlo dobar primjer kako se može modernizirati sajam. Naravno, ta je opcija uglavnom za potencijalne posjetitelje koji iz određenih razloga nisu u mogućnosti fizički posjetiti sajam. Većini posjetitelja cilj je svakako fizički prisustvovati sajmu što zbog mogućnosti detaljnijeg pregledavanja proizvoda, što zbog socijalnog aspekta.



Sl.26. Virtualni sajam

Izvor: Bjelovarski sajam, 2022

Ono što je posebno istaknuto tijekom istraživanja jest rad na infrastrukturi sajma. Potrebno je uložiti sredstva kako bi se postojeća infrastruktura poboljšala te kako bi se izgradila dodatna nova infrastruktura. Sve to u svrhu modernizacije sajma kako bi sajam održao svoj status u Hrvatskoj i inozemstvu te kako bi postao još atraktivniji proizvod u turističkoj ponudi županije.

Bjelovarski sajam svake godine pridonosi u ostvarenju većih prihoda hotela, privatnih smještaja, restorana i trgovina u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji. Važno je dobrom ponudom zainteresirati izlagače i posjetitelje, kao najvažnije segmente u turističkom smislu. Dakle, očuvanje duge tradicije sajmovanja, inovacije i modernizacija, rad na infrastrukturi i rad na boljoj promidžbi imaju važnu ulogu u jačanju Bjelovarskog sajma unutar okvira turizma županije.

## 7. Zaključak

Turizam je jedna od najvažnijih gospodarskih djelatnosti u suvremeno doba. A današnji turisti imaju sve zahtjevnije i specifičnije interese te žele slobodno vrijeme provoditi u prirodi, upoznavati baštinu i tradicijske vrijednosti prostora koji posjećuju. Ta činjenica pogoduje sve većem razvoju selektivnih oblika turizma što pogoduje Bjelovarsko-bilogorskoj županiji kao kontinentalnoj županiji koja može ponuditi širi spektar selektivnih oblika turizma. Neki od selektivnih oblika turizma u županiji su ruralni turizam, turizam na seoskim obiteljskim gospodarstvima, kulturni turizam (npr. manifestacijski), cikloturizam, itd.

Na početku rada prikazana su prirodno i društveno geografska obilježja promatranog prostora te pregled prirodne i kulturne baštine u funkciji turizma. Analizom navedenih obilježja vidljivo je kako prostor Bjelovarsko-bilogorske županije posjeduje potencijal za razvoj kontinentalnog turizma. No problem je nedovoljna valorizacija u turističkom smislu. Dalje su analizirani turistički pokazatelji u županiji – turistički dolasci i noćenja te smještajni kapaciteti. Utvrđeno je kako se turistički promet godinama sve više povećava i ima tendenciju daljnjeg rasta. Broj postelja se udvostručio, no i dalje je nedovoljan te je potrebno raditi na njegovu povećanju i općenito poboljšanju kvalitete postojećih smještajnih kapaciteta. Današnje usmjerenje turističkog tržišta prema selektivnim oblicima turizma vrlo je bitno za županiju. Razvoj kulturnog turizma, posebice manifestacijskog, doprinosi pozicioniranju županije u Hrvatskoj, sa svojom najvećom poljoprivrednom i gospodarskom manifestacijom – Bjelovarskim sajmom.

Postavljena hipoteza pred početak istraživanja bila je: Bjelovarski sajam pozitivno doprinosi razvoju turizma u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji. Analizom navedenih faktora te dobivenih podataka anketa, intervjua i statističke analize, hipoteza je potvrđena. Bjelovarski sajam pozitivno pridonosi razvoju turizma u županiji, što se posebice vidi iz statistički podataka turističkog prometa. No taj učinak sajma u turizmu mogao bi biti još značajniji, nego što je sada. Kako bi se taj učinak povećao potrebno je poduzeti određene korake. U prvom redu treba povećati smještajne kapacitete i poboljšati postojeće, poboljšati infrastrukturu i inovirati pojedine dijelove sajma te poraditi na boljoj promidžbi sajma u turističkoj ponudi županije.

## 8. Literatura i izvori

Literatura:

1. Akcijski plan razvoja turizma ruralnih područja Republike Hrvatske, Institut za turizam, Zagreb, 2015.
2. Četković, S., 2018: Perspektive razvoja ruralnog turizma u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji (Diplomski rad, Sveučilište u Zagrebu).
3. Četković, S., 2019: Ruralni turizam Bjelovarsko-bilogorske županije. Geografski horizont, 65(1), 7-19.
4. Dadić, I., Badanjak, D., Jurum-Kipke, J., 2007: Prometno značenje Bjelovarsko-bilogorske županije za Panonsku Hrvatsku, u: Radovi Zavoda za znanstvenoistraživački i umjetnički rad u Bjelovaru, 99-109.
5. Kos, G., Klarić, Z., Feletar, P., 2014: Model vođenja cikloturističkih ruta na primjeru Bjelovarsko-bilogorske županije, Podravina 26 (13), 76-98.
6. Kunst, I., 2012: Razvoj turizma na području Bjelovarsko-bilogorske županije: stanje, ograničenja i kako ih prevladati, u: Radovi Zavoda za znanstvenoistraživački i umjetnički rad u Bjelovaru, 91-102.
7. Kunst, I., Tomljenović, R., 2009: Turistički master plan Bjelovarsko-bilogorske županije, Institut za turizam, Zagreb.
8. Kunst, I., Tomljenović, R., 2010: Identifikacija ključnih projekata za implementaciju vizije turističkog razvoja Bjelovarsko-bilogorske županije. Institut za turizam, Zagreb.
9. Kušen, E., 2002: Turistička atrakcijska osnova, Institut za turizam, Zagreb
10. Medar, M., 1999: Sedam stoljeća sajmovanja na području Bjelovarsko-bilogorske županije. Bjelovarski sajam doo i Gradski muzej Bjelovar.
11. Milas, G., 2005: Istraživačke metode u psihologiji i drugim društvenim znanostima. Naklada Slap. Jastrebarsko
12. Pemper, T., 2009: 15 uspješnih godina : 1993. - 2008. : Bjelovarski sajam : tradicija duža od 500 godina. Bjelovar: Bjelovarski sajam.
13. Prostorni plan Bjelovarsko-bilogorske županije, Zavod za prostorno uređenje Bjelovarsko-bilogorske županije, Bjelovar, 2012.
14. Slunjski, R., 2017: Turističkogeografski pristup u valorizaciji kulturne baštine. Podravina, 16 (31), 163-172.
15. Strategija razvoja grada Bjelovara 2016. – 2020., Bjelovarsko-bilogorska županija, Bjelovar, 2017.
16. Strugar, V., 1996: Bjelovarsko-bilogorska županija, Čvor, Bjelovar.
17. Turčić, A., 2012: Mare Croaticum - spojiti zeleno i plavo, radovi Zavoda za znanstvenoistraživački i umjetnički rad u Bjelovaru, 215-218

## Izvori:

1. Bjelovarski sajam, <https://bj-sajam.hr/> (25.5.2022.)
2. Državna geodetska uprava, <https://www.dgu.hr/> (12.5.2022.)
3. Gospodarstvo Bjelovarsko-bilogorske županije, Hrvatska gospodarska komora, <https://www.hgk.hr/zupanijska-komora-bjelovar/gospodarstvo-bjelovarsko-bilogorske-zupanije> (12.5.2022.)
4. Hrvatska enciklopedija, <https://www.enciklopedija.hr/> (13.5.2022.)
5. Javna ustanova za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode Bjelovarsko-bilogorske županije, <http://www.zastita-prirode-bbz.hr/index.html> (17.5.2022.)
6. Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2011. godine: stanovništvo prema starosti i spolu, po naseljima, <http://www.dzs.hr> (12.5.2022.)
7. Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske, Ministarstvo kulture i medija, <https://min-kulture.gov.hr/> (16.5.2022.)
8. Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar, <http://turizam-bilogorabjelovar.com.hr/> (19.5.2022.)
9. Turistička zajednica Bjelovarsko-bilogorske županije, <http://www.tzbbz.hr/> (18.5.2022.)
10. Turizam – pregled po županijama: noćenja turista u komercijalnim smještajnim objektima, <http://www.dzs.hr> (26.5.2022.)
11. UNWTO, 2013: World Tourism Barometer, [https://web.archive.org/web/20130228162347/http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_barom13\\_01\\_jan\\_excerpt\\_0.pdf](https://web.archive.org/web/20130228162347/http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_barom13_01_jan_excerpt_0.pdf) (1.7.2022.)

## 9. Prilozi

Prilog 1: anketni upitnik za izlagače na Bjelovarskom sajmu

### 1. Spol

M

Ž

### 2. Dob

18-25

26-35

36-45

46-60

60+

### 3. Završeno obrazovanje

osnovna škola,

srednja škola

preddiplomski studij

diplomski studij

doktorski studij

### 4. Zanimanje

\_\_\_\_\_

### 5. Mjesto stanovanja

\_\_\_\_\_

---

### 6. Sudjelujete/izlažete li svake godine na Bjelovarskom sajmu? (zaokružite odgovor)

DA

NE

### 7. Koliko ste puta sudjelovali/izlagali na sajmu do sada? (zaokružite odgovor)

- Jednom
- 2-4 puta
- 5 i više puta

**8. Planirate li sudjelovati na sajmu u narednom razdoblju? (zaokružite odgovor)**

- DA
- NE

**9. Koji je, za Vas, najpozitivniji efekt/crta sajma?**

---

---

**10. Ima li negativnih efekata/crta sajma? (zaokružite odgovor)**

- DA
- NE

**11. Ako da, koji su to negativni efekti/crte sajma?**

---

---

**12. Slažete li se, i u kojoj mjeri, s navedenim tvrdnjama?**

**(1 – izrazito se ne slažem, 5 – izrazito se slažem)**

Bjelovarsko-bilogorsku županiju karakterizira tradicionalno ruralni identitet.

1      2      3      4      5

Bjelovarski sajam pozitivno pridonosi ruralnom karakteru županije.

1      2      3      4      5



Poljoprivreda jest najrazvijenija grana gospodarstva u županiji.

1          2          3          4          5

U turizmu županije veliku ulogu ima Bjelovarski sajam.

1          2          3          4          5

Ruralni turizam najrazvijenija je vrsta turizma u županiji.

1          2          3          4          5

Bjelovarsko-bilogorska županija posjeduje veliki potencijal za razvijanje kontinentalnog turizma.

1          2          3          4          5

**13. Slažete li se, i u kojoj mjeri, kako su dolje navedeni načini učinkoviti za privlačenje  
domaćih i stranih turista na Bjelovarski sajam?**

**(1 – izrazito se ne slažem, 5 – izrazito se slažem)**

proširenje i poboljšanje infrastrukture

1          2          3          4          5

koncerti/priredbe

1          2          3          4          5

poljoprivredni edukativni programi

1          2          3          4          5

segment zdrave prehrane i prirodne kozmetike

1          2          3          4          5

bolja promidžba putem društvenih mreža

1        2        3        4        5

bolja promidžba unutar cjelokupne Hrvatske te u inozemstvu

1        2        3        4        5

**14. Vaši prijedlozi za daljnji razvoj/unaprjeđenje sajma?**

---

---

---

## Prilog 2: pitanja za intervju – osnivači

- 1) Koja je vaša poveznica sa sajmom?
- 2) Kako se „rodila“ ideja sajma?
- 3) Koje su bile prvobitne ideje i vizije sajma?
- 4) Jesu li se prvobitne ideje obistinile? Razlikuje li se sajam, kakav je danas, od Vaših prvobitnih zamisli?
- 5) Koje su najpozitivnije crte sajma?
- 6) Ima li negativnih crta? Ako da, koje su to?
- 7) Značenje sajma unutar okvira Republike Hrvatske te u međunarodnom smislu?
- 8) Čime se postiže međunarodna prepoznatljivost?
- 9) Kakvo značenje sajam ima za Bjelovarsko-bilogorsku županiju generalno? Te za turizam?
- 10) Što smatrate najučinkovitijim za privlačenje turista, domaćih i stranih, na sajam?
- 11) Koji su vaši prijedlozi za daljnji razvoj/unaprjeđenje?

## Prilog 3: pitanja za intervju – direktor sajma

- 1) Na koje segmente sajma možete utjecati kao direktor i kako?
- 2) Koje su najpozitivnije crte sajma?
- 3) Ima li negativnih crta? Ako da, koje su to?
- 4) Iz kojih regija Hrvatske, odnosno iz kojih zemalja dolaze sudionici sajma prema Vašim saznanjima?
- 5) Kakvo je značenje sajma unutar okvira Republike Hrvatske te u međunarodnom smislu?
- 6) Čime se postiže međunarodna prepoznatljivost?
- 7) Kakvo značenje sajam ima za Bjelovarsko-bilogorsku županiju generalno? Te za turizam?
- 8) Što smatrate najučinkovitijim za privlačenje turista, domaćih i stranih, na sajam?
- 9) Koji su vaši prijedlozi za daljnji razvoj/unaprjeđenje sajma?

## Prilog 4: popis slika

Sl.1. Geografski položaj i administrativno-teritorijalna struktura Bjelovarsko-bilogorske županije .....	5
Sl.2. Prometno geografski položaj Bjelovarsko-bilogorske županije .....	6
Sl.3. Turistički dolasci u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji u razdoblju 2001. - 2019. ....	13
Sl.4. Turistička noćenja u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji u razdoblju 2001. - 2019.....	14
Sl.5. Dolasci i noćenja stranih i domaćih turista u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji 2019. godine .....	15
Sl.6. Dolasci i noćenja sedam najbrojnijih skupina stranih turista u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji .....	16
Sl.7. Ukupan broj postelja u pet gradova Bjelovarsko-bilogorske županije u 2019. godini ....	17
Sl.8. Prostor Bjelovarskoj sajma za vrijeme Jesenskog sajma 2021. godine .....	18
Sl.9. Zadnji list sajamske povelje gradu Bjelovaru iz 1772. godine s originalnim potpisom carice Marije Terezije .....	20
Sl.10. Naslovnica kataloga prvog stočarskog i gospodarskog sajma .....	21
Sl.11. Izlagači po kategorijama na Jesenskom sajmu 2019. godine.....	25
Sl.12. Izlagači po kategorijama na Proljetnom sajmu 2019. godine .....	25
Sl.13. Izlagači prema porijeklu na Jesenskom sajmu 2019. godine .....	26
Sl.14. Izlagači prema porijeklu na Proljetnom sajmu 2019. godine .....	27
Sl.15. Logo Bjelovarskog sajma .....	29
Sl.16. Projekt Mare Croaticum.....	31
Sl.17. Postotak ispitanika koji planiraju sudjelovati na sajmu u narednom razdoblju.....	35
Sl.18. Odgovori ispitanika na pitanje ima li sajam negativnih efekata/crta.....	36
Sl.19. Slaganje ispitanika s navedenim tvrdnjama .....	37
Sl.20. Slaganje ispitanika s navedenim tvrdnjama o najboljem načinu privlačenja domaćih i stranih turista na Bjelovarski sajam .....	38
Sl.21. Dolasci domaćih i stranih turista u Bjelovarsko-bilogorsku županiju 2004. godine .....	42
Sl.22. Noćenja domaćih i stranih turista u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji 2004. godine Izvor: DZS, 2022 .....	42
Sl.23. Dolasci domaćih i stranih turista u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji 2019. godine.....	43
Sl.24. Noćenja domaćih i stranih turista u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji 2019. godine....	44
Sl.25. Prvi sajam cvijeća i sadnog materijala i Prvi sajam vjenčanja .....	50
Sl.26. Virtualni sajam.....	50

## Prilog 5: popis tablica

Tab.1. Zaštićeni dijelovi prirode Bjelovarsko-bilogorske županije .....	8
Tab.2. Nematerijalna kulturna baština u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji.....	9
Tab.3. Opći podatci o ispitanicima iz provedene ankete.....	34
Tab.4. Učestalost sudjelovanja ispitanika na Bjelovarskom sajmu.....	35
Tab.5. Najpozitivniji efekti/crte sajma prema ispitanicima .....	36
Tab.6. Negativni efekti/crte sajma prema ispitanicima.....	37
Tab.7. Prijedlozi ispitanika za unaprjeđenje sajma .....	39
Tab.8. Ukupni dolasci turista u Bjelovarsko-bilogorsku županiju za svaku treću godinu 2004. – 2019. ....	40
Tab.9. Ukupni broj noćenja u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji za svaku treću godinu 2004. - 2019. ....	41