POTENCIJALI RAZVOJA TURIZMA U KRAPINSKO-ZAGORSKOJ ŢUPANIJI

Petričević, Lucija

Undergraduate thesis / Završni rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:271709

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

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

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

POTENCIJALI RAZVOJA TURIZMA U KRAPINSKO-ZAGORSKOJ ŽUPANIJI

Mentor:
prof.dr. sc. Lidija Petrić

Studentica:
Lucija Petričević

Split, lipanj 2017.

SADRŽAJ

1.UVOD 4
1.1. Definiranje problema istraživanja 4
1.2. Ciljevi istraživanja 4
1.3. Metode rada 4
1.4. Struktura (sadržaj) rada 5
2.OPĆI UVJETI RAZVOJA TURIZMA 6
2.1.GEOGRAFSKE ODREDNICE, SMJEŠTAJ I RELJEF 6
2.1.1. Geografski položaj 6
2.1.2. Upravna podjela 7
2.1.3. Reljef 8
2.2.DEMOGRAFSKA OBILJEŽJA 8
2.3.GOSPODARSTVO 9
2.2.KLIMATSKA OBILJEŽJA 10
2.2.1. Temperatura zraka 10
2.2.2. Oborine 10
2.2.3. Magla 10
3.ANALIZA TURISTIČKE PONUDE 11
3.1.ATRAKTIVNI ELEMENTI TURISTIČKE PONUDE 12
3.1.1. Prirodni elementi turističke ponude 12
3.1.2. Društveni elementi turističke ponude 16
3.2.KOMUNIKATIVNI ELEMENTI TURISTIČKE PONUDE 18
3.2.1. Cestovni promet 18
3.2.2. Županijske i lokalne ceste 18
3.2.3. Državne ceste 19
3.2.4. Zračni promet 19
3.2.5. Željeznički promet 20
3.3.RECEPTIVNI ELEMENTI TURISTIČKE PONUDE 21
3.1. SMJEŠTAJ 21
4.ORGANIZACIJA TURIZMA U KRAPINSKO-ZAGORSKOJ ŽUPANIJI 22
4.1. SUSTAV TURISTIČKIH ZAJEDNICA 22
4.2. BREND KRAPINSKO-ZAGORSKE ŽUPANIJE 23
4.3. PREGLED PROMOTIVNIH MATERIJALA I ONLINE PRISUTNOSTI 23
5.ANALIZA TURISTIČKE POTRAŽNJE 25
6.ANALIZA UČINAKA TURIZMA I STRATEŠKA OPREDJELJENJA U RAZVOJU 32
6.1. MODEL RASTA TURIZMA KRAPINSKO-ZAGORSKE ŽUPANIJE DO 2025. GODINE 33

6.2. PLANOVI RAZVOJA TURIZMA 34
6.2.1. Zdravlje, spa i welness 35
6.2.2. Obiteljski odmor 36
6.2.3. Poslovni turizam i događanja 36
6.2.4. Sportski, aktivni i avanturistički turizam 37
6.2.4. Kulturni turizam 37
6.2.5. Religijski turizam 38
6.2.6. Agroturizam 38
7.ZAKLJUČAK 39
LITERATURA 40
PRILOZI 41
SAŽETAK 42
SUMMARY 42

1.UVOD

1.1. Definiranje problema istraživanja

Krapinsko-zagorska županija ima brojne resurse za razvoj turizma no zbog strategije turističkog razvoja baziranog na obali, turizam nije dovoljno razvijen. Naime, Krapinsko zagorska županija obiluje raznovrsnom i vrijednom kulturno- povijesnom baštinom (arheološki lokaliteti, dvorci, crkve, običaji) i nematerijalnom kulturnom baštinom što obogaćuje kulturnu djelatnost čitave županije kroz razne manifestacije, ustanove i susrete. Krapinsko – zagorska županija rodni je kraj mnogih povijesnih ličnosti. Bogato kulturno naslijeđe vidljivo je i u zagorskim nošnjama, plesovima te običajima. Isto tako, ističe se zagorska narodna glazba kao i plesovi koji su karakteristični za ovu županiju.

Međutim, većina turizma u Hrvatskoj bazirana je na Jadranskoj obali, stoga je potrebno što bolje iskoristiti sve resurse koje županija nudi i na taj način privući velik broj turista, kako inozemnih pa tako i domaćih.

Na taj bi se način smanjila oscilacija broja turista u kontinentalnoj Hrvatskoj i obali i uz to spriječili mogući problemi koje ona donosi.

1.2. Ciljevi istraživanja

Cilj ovog rada je istražiti aktualno stanje i mogućnosti razvoja turizma u Krapinsko- zagorskoj županiji.

1.3. Metode rada

U radu su korištene metode :

- Metoda analize (za raščlanjivanje složenijih cjelina na njihove sastavne dijelove)
- Metoda deskripcije (za opisivanje različitih mjera, metoda, postupaka)
- Metoda sinteze (za povezivanje jednostavnih tvrdnji u složenije)
- Metoda klasifikacije (za podjelu složenijih tvrdnji na jednostavnije)
- Metoda komparacije (za usporedbu određenih podataka)
- Metode indukcije i dedukcije (koristi se za donošenje zaključaka)[1]

[1] Turistička zajednica KZŽ, raspoloživo na : http://www.tzkzz.hr

1.4. Struktura (sadržaj) rada

Rad je koncipiran na način da s uvodom i zaključkom sadrži osam poglavlja koja su opisana u nastavku.
U uvodnom dijelu definiran je problem i predmet istraživanja, ciljevi te znanstveno istraživačke metode koje su korištene u radu. Na samom kraju uvoda, izložen je sadržaj rada.

U drugom dijeli izneseni su opći uvjeti razvoja turizma, točnije geografske odrednice, demografska obilježja stanovništva, podaci o gospodarstvu te klimatska obilježja.

U trećem dijelu analizirana je turistička ponuda Krapinsko-zagorske županije te su navedeni osnovni elementi svake turističke ponude – atraktivni elementi, komunikativni elementi te na kraju receptivni elementi.

U četvrtom dijelu prikazuje se organizacija turizma u Krapinsko- zagorskoj županiji kroz sustav turističkih zajednica, te je dat osvrta na strategiju brendiranja Krapinsko-zagorske županije i pregled promotivnih materijala i on-line prisutnosti.

U petom dijelu detaljno je analizirana turistička potražnja Krapinsko-zagorske županije.

U šestom dijelu istražuju se učinci turizma te su navedeni planovi razvoja turizma u Krapinsko- zagorskoj županiji.

Sedmi dio, zaključak, odnosi se na osvrt o istraživanju potencijalnog razvoja u Krapinsko-zagorskoj županiji.

2.OPĆI UVJETI RAZVOJA TURIZMA

2.1.GEOGRAFSKE ODREDNICE, SMJEŠTAJ I RELJEF

2.1.1. Geografski položaj

Krapinsko-zagorska županija nalazi se u sjeverozapadnom dijelu Republike Hrvatske i pripada prostoru središnje Hrvatske. Zasebna je geografska cjelina koja se pruža od vrhova Macelja i Ivančice na sjeveru do Medvednice na jugoistoku. Zapadna granica, ujedno i državna sa Republikom Slovenijom, je rijeka Sutla, a istočna granica je vododjelnica porječja Krapine i Lonje. Ovako razgraničen prostor županije podudara se s prirodnom regijom Donje Zagorje.



Slika 1. Geografski položaj Krapinsko-Zagorske županije
Izvor: https://bs.wikipedia.org/wiki/Krapinsko-zagorska_%C5%BEupanija

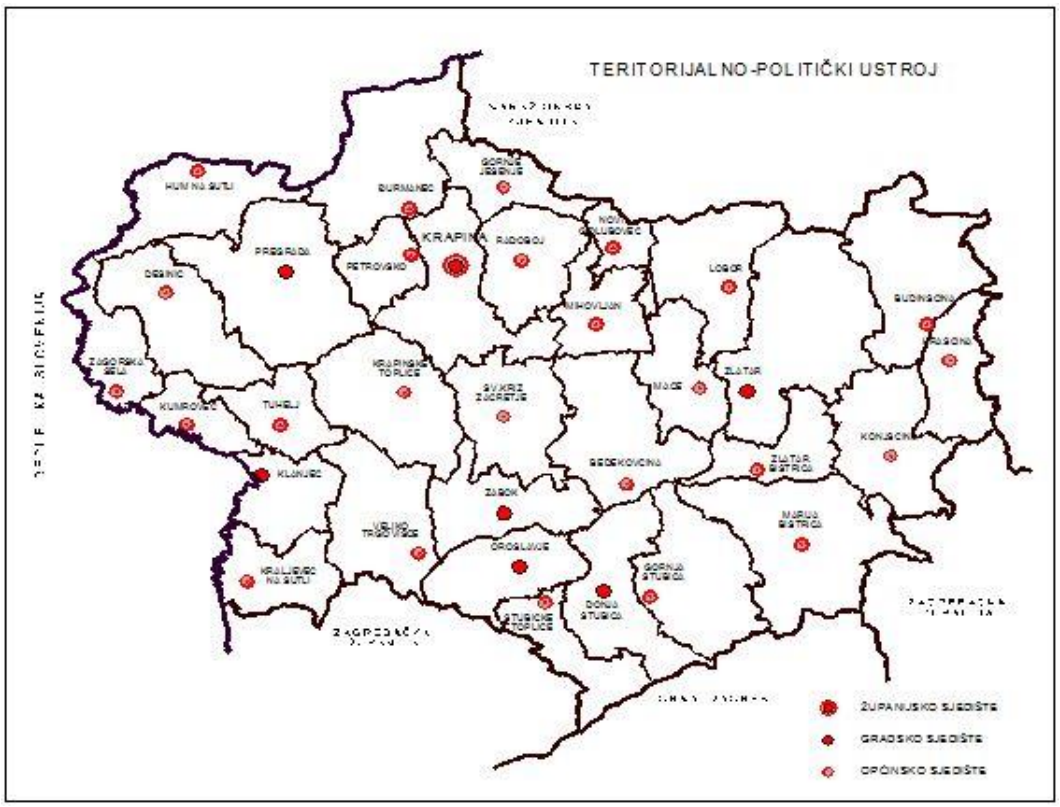
Površinom je jedna od manjih županija (1229 km2) ali ima veće demografsko značenje jer je gustoćom stanovnika od 108,1 stan./km2 iznad hrvatskog prosjeka koji iznosi 75,8 stan./km2 te je, uz Međimursku i Varaždinsku županiju, najgušće naseljeno područje Republike Hrvatske.

Veliko prometno značenje županiji daje međunarodna trasa autoceste koja prolazi duž cijele županije i predstavlja sastavni dio sjeverozapadnog ulaza/izlaza Republike Hrvatske prema Europi.[2]

[2] Krapinsko zagorska županija, raspoloživo na : http://www.kzz.hr/opcenito

2.1.2. Upravna podjela

Prema Zakonu o područjima županija, gradova i općina u Republici Hrvatskoj (izdanje NN86/2006), Krapinsko- zagorska županija obuhvaća 25 općina i 7 gradova.



Slika 2. Teritorijalno- politički ustroj Krapinsko- zagorske županije
Izvor: http://www.kzz.hr/glasnik

Općine su: Bedekovčina, Budišćina, Desinić, Đurmanec, Gornja Stubica, Hraščina, Hum na Sutli, Jesenje, Konjščina, Kraljevac na Sutli, Krapinske Toplice, Kumrovec, Lobor, Mače, Marija Bistrica, Mihovljan, Novi Golubovec, Petrovsko, Radoboj, Stubičke Toplice, Sv. Križ Začretje, Tuhelj, veliko Trgovišče, Zagorska Sela i Zlatar Bistrica,

Gradovi su: Donja Stubica, Klanjec, Krapina, Oroslavje, Zabok i Zlatar

Krapinsko-zagorska županija graniči:

- na sjeveru sa Slovenijom i Varaždinskom županijom
- na zapadu sa Slovenijom
- na jugu sa gradom Zagrebom i Zagrebačkom županijom
- na istoku sa Zagrebačkom i Varaždinskom županijom[3]

[3] Krapinsko zagorska županija, raspoloživo na : http://www.kzz.hr

2.1.3. Reljef

U Krapinsko- zagorskoj županiji razlikuju se tri osnovne vrste reljefa: neplavne ravni, brežuljkasti krajevi- pobrđa te gorski masivi.

Naplavne ravni: Aluvijalna ravan rijeke Krapine zauzima velike površine.
Najniži dio doline nalazi se na visini od 120 metara. Ravan Krapine ima značenje za razvoj poslovnih zona, urbanizaciju i gradnju infrastrukturnih koridora.

Brežuljskasti krajevi – prigorski pojasevi na južnim stranama predstavljaju rasprostranjenu skupinu kojima pripadaju i prigorja Maceljske gore, Strahinjčice, Ivančice, Cesargradske gore. Najvećim dijelom su obrasle šumom.

Podgorja na osojnim stranama kojima pripadaju sjeverna strana Strahinjčice te sjeverozapadna strana Medvednice. Također su najvećim dijelom obrasla šumom.
Pobrđa su najviše zastupljeni pojasevi kojo nisu vezani uz gorske masive te predstavljaju izdvojene reljefne cjeline, prostrani pojasevi većih visina, osunčana kvalitetna tla, značajne poljoprivredne površine za voćarstvo i vinogradarstvo te manje šumske površine.

Gorski masivi čine znatnu površinu.
To su Maceljsko gorje, Ivančica, Strahinjčica i Medvednica. Značajni su zbog većih kompleksa gospodarskih šuma uglavnom visokog uzgojnog oblika, izvora pitke vode, kamena za građevinarstvo te mogućnosti turističko- rekreativnog korištenja.[4]

2.2.DEMOGRAFSKA OBILJEŽJA

Prema popisu stanovništva iz 2011 godine, u Krapinsko-zagorskoj županiji živi 132.892 stanovnika. Uspoređujući s 2001. godinom uočava se negativan trend kretanja broja stanovnika (-6,6%) uzrokovan prvenstveni negativnim prirodnim prirastom (-668 za 2001.) a manjim dijelom i negativnim migracijskim saldom. Ponderirana godišnja stopa broja stanovnika iznosi -4,82%.

Biodinamičko kretanje populacije Krapinsko- Zagorske županije u novijoj demografskoj prošlosti karakterizira smanjenje broja živorođene djece te stabiliziranje broja umrlih. Demografske promjene pokazuju pad nataliteta i sve starije stanovništvo. Prosječna starost stanovništva je porasla sa 39,6 godina u popisu stanovništva iz 2001 godine na 41,7 godina prema popisu stanovništva iz 2011. Godine. Indeks starenja stanovništva u Krapinsko-Zagorskoj županiji ima velik udio stanovnika starijeg od 60 godina, Udio starijih od 60 godina u ukupnom stanovništvu porastao je sa 44,5% na 49 %.

Bitan pokazatelj prirodne dinamike stanovništva je vitalni indeks. Godine 4002. Vrijednost tog indeksa na Županiju je bio 63,1 i govori o nepovoljnom demografskom stanju jer na 63 živorođena djeteta dolazi 100 umrlih stanovnika. Demografsko starenje intenzivirat će se kroz povećanje udjela starijih i smanjenje udjela mladih, što pak utječe na apsolutni i relativno smanjenje stanovništva aktivne dobi.

[4] Krapinsko zagorska županija, raspoloživo na : http://www.kzz.hr

2.3.GOSPODARSTVO

Hrvatska gospodarska komora Županijska komora Krapina počela je s radom 1994. godine, a temeljem Odluke o osnutku županijskih regionalnih komora i danas ima 1.416 aktivnih tvrtki članica.

Županijska komora Krapina izvršava zadaće HGK i otvorena je za unapređivanje organizacije rada sukladno potrebama članica i promjenama u gospodarskom sustavu.
Gospodarsko vijeće HGK-ŽK Krapina ima 17 članova, predstavnika najuspješnijih tvrtki Krapinsko-zagorske županije iz svih djelatnosti.

U ŽK Krapina formirane su strukovne grupe u kojima su zastupljeni tekstilna industrija, promet, poljoprivreda i turizam. Kroz ta udruženja komora pomaže gospodarstvenicima da štite svoje interese te razmjenom poslovnih ideja i stjecanjem novih saznanja olakšaju svoje poslovanje.

BDP po stanovniku u 2011. godini iznosio je 6300 eura što je 39 % manje od prosjeka Republike Hrvatske. Kada se uključi i grad Zagreb nalazi se na 17. Mjestu svih županija u Hrvatskoj. Primjetan je pad BDP-a od 2008 godine uz lagano povećanje u 2011 godini.

Osnovna obilježja strukture gospodarstva ukazuju na homogenu strukturu gospodarstva s većim udjelom tradicionalnih djelatnosti i prerađivačke industrije kao tradicionalne djelatnosti Krapinsko-zagorske županije.

Prema podacima Hrvatske gospodarske komore tijekom 2013.godine na području Krapinsko-Zagorske županije ostvareno je 9.968.549.000,00 kuna prihoda što predstavlja povećanje od 2,72% u odnosu na 2012. godinu . U ukupnim prihodima, najveći udio odnosio se na prihode ostvarene od prerađivačke industrije (43,90%), trgovine na veliko i malo (26,81%), prijevozu i skladištenju (6,18%) te u građevinarstvu (5,29%).

Tijekom 2013. godine, na području Krapinsko-zagorske županije evidentirano je 1.670 poduzetnika što predstavlja povećanje od 4,7 % u odnosu na 2012. godinu.
Većina poduzetnika je poslovala u djelatnostima trgovine na veliko i malo (25,87%), prerađivačke industrije (20,12%) i građevinarstva (16,35%).

U svom poslovanju poduzetnici su generirali ukupan prihod od 9.969 milijuna kuna te ostvarili neto dobit od 259 milijuna kuna. Zapošljavali su 16 571 osobu te su isplaćivali prosječnu plaću od 4 137 kuna koja je za 13,4% niža od državnog prosjeka.

S obzirom na veličinu poduzetnika, u četverogodišnjem promatranom razdoblju (2010-2013) najviše je malih poduzetnika (98%) koji su u 2013. godini zapošljavali 63% ukupno zaposlenih kod pravnih osoba.
Iste godine su mali poduzetnici ostvarili 41,4 % ukupnog prihoda, dok su 58,6% ostvarili veliki i srednji poduzetnici Krapinsko-zagorske županije (prosječno 55,7 % u protekle četiri godine).

Krajem travnja 2015. Godine, u Krapinsko- zagorskoj županiji poslovalo je 2390 obrtnika. U odnosu na travanj 2014 godine njihov se broj smanjio za 2,96 %.

Većina obrtnika u Krapinsko-zagorskoj županiji bavila se uslužnim obrtom (25,94%).
Po brojnosti slijede obrtnici koji su se bavili proizvodnim obrtom (17,74%), ugostiteljstvom (13,18%), trgovinom (11,84%), graditeljstvom (11,67%) i prijevozom (10%).[5]

2.2.KLIMATSKA OBILJEŽJA

Prema geografskom položaju te horizontalnoj i visinskoj izraženosti reljefa, područje Hrvatskoga zagorja karakterizira kontinentalna klima s nekoliko specifičnih tipova.

Hrvatsko zagorje karakterizira C tip klime: toplo-umjereno-kišna klima. Temperatura najhladnijega mjeseca je iznad -2 °C, ljeta su svježa, a temperatura najtoplijega mjeseca niža je od 22°C. Padaline su jednako raspoređene tijekom cijele godine. Najmanje oborina ima zimi, a najviše u toplijoj polovici godine, tj. u vegetacijskome razdoblju.

Na području Krapinsko-zagorske županije, u mikroklimatskim generalnim karakteristikama, vlada kontinentalno-humidni tip klime, koji karakteriziraju umjereno topla ljeta, dosta kišovite i hladne zime.

2.2.1. Temperatura zraka

Najviše temperature koje prelaze 30^0 C zabilježene su u lipnju, srpnju i kolovozu. Minimalne godišnje temperature niže od 10^0 C zabilježene su u siječnju (-20,5^{0}C), veljači (-22^{0}C), ožujku (-15,5^{0}C) i prosincu (-17,2^{0}C).

Samo tri mjeseca (lipanj, srpanj, kolovoz) nemaju negativnih temperatura. Ledenih dana u godini ima pretežno u mjesecu siječnju, veljači i prosincu.

2.2.2. Oborine

Krapinsko-zagorska županija je područje kontinentalnoga oborinskog režima s čestim i obilnim kišama u svibnju, lipnju i srpnju, tj. tijekom vegetacijskog perioda. Drugi oborinski maksimum je u mjesecu studenome, dok je najmanje oborina u veljači i ožujku.

Maksimum oborina je u ljetnome dijelu godine s težištem na mjesecu srpnju. Karakter tih ljetnih oborina također povećava maksimalno otjecanje zbog koncentracije vode u vodotocima.

2.2.3. Magla

Zapaža se da tijekom cijele godine postoji mogućnost pojave magle, i to isključivo u jutarnjim i večernjim razdobljima dana (ljetna sezona godine), odnosno tijekom cijeloga dana u zimskome razdoblju.
Najveći broj dana s maglom imaju rujan, listopad, studeni i prosinac. Godišnje je ukupno 56 dana s maglom, što predstavlja 15,3% godine sa smanjenom vidljivošću.

[5] Hrvatska gospodarska komora, raspoloživo na: Web.hgk.hr

3.ANALIZA TURISTIČKE PONUDE

Turističko tržište se razlikuje od ostalih tržišta.

Proces spajanja ponude i potražnje je specifičan jer turist tj. kupac putuje u mjesto turističke ponude, gdje očekuje ispunjenje svojih potreba odnosno motiva, i gdje se ponuda i potražnja susreću na samom mjestu „proizvodnje“ te turističke usluge.

Vrlo je bitna i promidžba turističke ponude jer se ne može potencijalnim korisnicima prezentirati direktno, zbog toga je prezentacija same destinacije ključna za donošenje odluke. Kako se usluge u pravilu plaćaju na licu mjesta i novac „putuje“ na ciljno odredište osim u slučaju posredničkog plaćanja preko putničkih agencija.
Turistička ponuda predstavlja količinu roba i usluga koje se nude turistima na određenom turističkom tržištu, u određeno vrijeme i po određenoj cijeni.[6]

Podrazumijeva sve gospodarske i društvene sudionike jedne zemlje koji na bilo koji način pridonose širenju i različitosti ukupne ponude i time mogućem povećanju turističke potrošnje.

Na samu turističku ponudu prema tome utječe više čimbenika i to s raznih područja:

- **područje gospodarstva** (stupanj gospodarske razvijenosti, tečajevi, infrastruktura, uvjeti proizvodnje, radna mjesta...),
- **područje društva** (vrijednosti i norme, društveni poredak, kulturno-povijesna ponuda..),
- **okolina** (geografski položaj, klima, flora i fauna..),
- **utjecaj potražnje** (motivi, ukusi, moda...),
- **utjecaj države** (zakoni, granični i carinski propisi, međunarodni odnosi...),
- **poduzeća** (stupanj razvijenosti poduzetništva, tehnike i tehnologije, radna snaga, troškovi proizvodnje..).

Karakteristike turističke ponude:

- Dislociranost od potražnje,
- Heterogenost ponude (složenost, kompleksnost),
- Statičnost ponude (vezanost uz određeni prostor),
- Sezonski karakter ponude (iako sve manje značajan jer se mijenjaju trendovi i sezona produžuje na cijelu godinu),

[6] Petrić, L.; Osnove turizma; Ekonomski fakultet Split; Split 2003. (str 56)

- Neelastičnost, odnosno relativna elastičnost ponude (neka su dobra prilagodljiva na promjene cijena kao što su suveniri, prehrana i sl. dok je kod nekih drugih kao što je ponuda hotelskih kapaciteta na kratak rok neprilagodljiva i fiksna tj. neelastična).[7]

Turistička ponuda predstavlja skup roba i usluga koje se turistima nude na određenom tržištu i po određenim cijenama.

Dijeli se na 3 skupine elemenata:

1.Atraktivni
2.Komunikativni
3.Receptivni

Atraktivni elementi predstavljaju glavni razlog dolaska turista u destinaciju. Mogu biti prirodni (klima, reljef, resursi biosfere) i društveni (sva naslijeđena dobra kao i dobra tekuće proizvodnje).

Komunikativni elementi predstavljaju sve vrste prometnih sredstava.

Receptivni elementi su sve vrste smještajnih kapaciteta.[8]

3.1.ATRAKTIVNI ELEMENTI TURISTIČKE PONUDE

Atraktivni elementi turističke ponude su glavni razlog dolaska turista u destinaciju. Mogu biti prirodni i društveni.

3.1.1. Prirodni elementi turističke ponude

Zaštićenim prirodnim vrijednostima upravlja Javna ustanova za upravljanje zaštićenim prirodnim vrijednostima na području Krapinsko- zagorske županije. Parkom prirode Medvednica upravlja Javna ustanova „ Park prirode Medvednica“ u suradnji s Javnom ustanovom Krapinsko- zagorske županije.

[7] Petrić, L.; Op., cit. (str 57)
[8] Ibidem

Zaštićena područja Krapinsko-zagorske županije su:

1. Značajni krajobraz

- Zelenjak (Risvička i Cesarska gora)
- Područje Sutinskih toplica

2. Spomenik prirode

- Hušnjakovo
- Gupčeva lipa
- Stara tisa kod Horvatovih stuba
- Hrast kitnjak Galženjak

3. Spomenik parkovne arhitekture

- Park oko dvorca Hellenbach u Mariji Bistrici
- Park oko dvorca u Stubičkome Golubovcu
- Park oko dvorca u Mirkovcu
- Park oko dvorca u Gornjoj Bedekovčini
- Park oko dvorca u Selnici
- Park oko dvorca Klokovec
- Park oko dvorva u Miljani
- Stoljetna lipa u Desiniću
- Park oko dvorca u Donjem Oroslavlju
- Park oko dvorca u Bežancu[9]

4. Park prirode Medvednica

Parku prirode Medvednica glavna su značajka šume (bukve, jele, javora jasena i hratsa kitnjaka) velike biološke vrijednosti uslijed čega je unutar parka zaštićeno 8 šumskih rezervata.
Zbog razlika u visini kao i zbog prisustva brojnih potoka i izvora, ovaj prostor karakteriziraju raznolika staništa koja su zaslužna za bogat biljni i životinjski svijet.
U parku je zabilježeno preko 1300 biljnih vrsta, a zbog raznolikosti šuma ptičji svijet broji 70 gnjezdarica. Medvednicu obilježava i raznolikost geološke građe. Najpoznatija stijena Medvednice je zeleni škriljavac, dok su karbonatne stijene zaslužne za nastanak 7100 km dugog kanala špilje Veternice koja je jedno od naših najznačajnijih paleontoloških nalazišta.

[9] http://www.zagorje-priroda.hr/vrijednosti.aspx?catId=01

U Krapinsko-zagorskoj županiji nalazi se 6 područja ekološke mreže Natura 2000 s ciljnim vrstama i stanišnim tipovima koje zauzimaju 10 % površine županije:

- rijeka Sutla
- Strahinjčica
- Vršni dio Ivanščice
- Medvednica
- Dolina Sutle kod Razvora
- Židovske jame[10]

FLORA I FAUNA

Velik broj biljnih i životinjskih vrsta u Krapinsko-zagorskoj županiji ugroženo je zbog brojnih prirodnih čimbenika koji utječu na smanjenje veličine populacije vrsta ili antropogenog učinka koji uzrokuje sve veći pritisak na prirodu.
Pokazalo se da je oko 60 % uzročnika ugroženosti biljnih vrsta povezano s gubitkom staništa. Promjene koje su rezultirale negativnim posljedicama su odvodnjavanje močvarnog staništa, razvoj brojnih naselja i gospodarskih djelatnosti, promjene vodnog režima, promjene u poljoprivredi i gradnja infrastrukture.[11]

Na području županije izdvajaju se sljedeće kategorije ugroženosti: regionalno ugrožene svojte, Kritično ugrožene svojte, ugrožene svojte, osjetljive svojte.

Na području Hrvatskog zagorja zabilježeno je čak 40 vrsta i podvrsta orhideja.
Rastu na raznolikom staništima od vlažnih livada u nizinskom dijelu, do šuma i šikara, a najveći broj vrsta raste na suhim travnjacima.
Strahinjščica se posebno ističe po broju vrsta i gustoći naseljenosti ove vrste. Orhideje su biljke jedinstvene zbog ljepote cvijeta i posebn0og mehanizma privlačenja oprašivača. Iako su jedna od najbrojnijih porodica biljaka, na prirodnom su staništu vrlo rijetke.

Sve orhideje su strogo zaštićene vrste i zabranjeno ih je brati, skupljati, uništavati, sjeći ili iskopavati. Ugrožene su zbog napuštanja brdskih travnjaka koji se pretvaraju u šikare, uništavanja staništa i branja. S ciljem promicanja prirodnih ljepota zagorskog kraja te poučavanja posjetitelja o vrijednostima biljnog svijeta kroz informativne i edukativne sadržaje, uređena je planinarsko-poučna staza „ Putovima Orhideja“, ukupne dužine 13,7 km.[12]

[10] Popis područja Ekološke mreže natura 2000 s ciljnim vrstama i stanišnim tipovima u Krapinsko-zagorskoj županiji), raspoloživo na : http://www.zagorje-priroda.hr/sadrzaj/Clanci/ekoloska-mreza-podrucja/Natura%202000%20KZ%C5%BD-vrste%20i%20stani%C5%A1ta.pdf
[11] Strategija razvoja Krapinsko-zagorske županije do 2020. Godine, raspoloživo na :http://www.zara.hr/files/file/pdf/KZZ_Strategija_Razvoja.pdf
[12] Prirodna baština Krapinsko-zagorske županije, raspoloživo na :http://www.visitzagorje.hr/stranica/prirodna-bastina

S turističko-atrakcijskog aspekta biljne vrste koje je potencijalno moguće turistički valorizirati su:

- Perunike
- Orhideje
- Kockavica

FAUNA

Od zaštićenih autohtonih pasmina, na području Krapinsko- zagorske županije obitavaju zagorski puran i hrvatski hladokrvnjak.

Pasmina zagorskog purana značajna je zbog vrijednosti i jedinstvenosti genoma., prilagodljivosti i otpornosti, proizvodnje mesa visoke kakvoće, održavanja prepoznatljivosti ruralnih sredina, funkcije u očuvanju staništa te uloge u turističkim i folklornim manifestacijama.
Osim za proizvodnju mesa, korist purana je ta što su idealni za održavanje travnjaka na kojim se napasaju, osobito u voćnjacima te za ekološku proizvodnju.
Meso zagorskog purana je zaštićeno oznakom zemljopisnog podrijetla na razini Republike Hrvatske, a u tijeku je zaštita zemljopisnog podrijetla na razini Europske unije.

Hrvatski hladnokrvnjak je autohtona pasmina konja nastala križanjem toplokrvnih domaćih kobila s uvezenim pastusima ardenske, peršeronske, barbantske i drugih hladnokrvnih pasmina.
Hladnokrvnjak se počeo uzgajati u Hrvatskoj tijekom prve polovine 19.stoljeća. Mjere zaštite koje su predložene vežu se uz intezivno povećanje broja grla radi stvaranja tržišta i izvoza promoviranjem uzgoja hrvatskog hladnokrvnjaka u uvjetima ekološko ekstenzivne tehnologije u zaštićenim i očuvanim krajobrazima Republike Hrvatske.

Mjere također podrazumijevaju vjerodostojnu provedbu pravila uzgojnog programa i planskog pripusta, vjerodostojnu identifikaciju i ažuriranje u registar pasmine, uvođenje testiranja rodisteljstva na razini DNK, promoviranje hrvatskog hladnokrvnjaka kao sredstva za održavanje i očuvanje zaštićenih krajobraza te animiranje novih uzgajivača.[13]

[13] Masterplan- plan razvoja turizma KZŽ, raspoloživo na:http://www.kzz.hr/sadrzaj/novosti/master-plan/Master-plan-razvoja-turizma-KZZ.pdf, str. 27, (svibanj, 2016)

3.1.2. Društveni elementi turističke ponude

Krapinsko-zagorska županije obiluje raznovrsnom i vrijednom kulturno-povijesnom baštinom (arheološki lokaliteti, dvorci, crkve, kurije,običaji itd.) što i danas obogaćuje kulturnu djelatnost županije kroz razne manifestacije, ustanove, institucije i susrete.

U Krapinsko-zagorskoj županiji zaštićeno je ukupno 256 lokaliteta (3,03%).

Među 12 dobara iz republike Hrvatske uvrštenih na UNESCO-vu Reprezentativnu listu nematerijalne kulturne baštine čovječanstva, upisani su i Umijeće izrade drvenih tradicijskih dječjih igračaka s područja Hrvatskog zagorja te medičarski obrt na području sjeverne Hrvatske.
Od nematerijalne kulturne baštine zaštićen je govor Huma na Sutli te običaj uskrsnih pucanja iz pištolja u Kostelu.

Od ukupno 188 nepokretnih kulturnih dobara, njih 15 (7,9%) nalazi se na listi ugroženih dobara, odnosno predstavljaju 2,7% ukupno ugrožene kulturne baštine Republike Hrvatske.

U skupinu ugroženih kulturnih dobara spada većina arheoloških nalazišta (6 lokaliteta u 2014 godini u Krapinsko-zagorskoj županiji), etnološku kulturnu baštinu, fortifikacijske građevine, dvorci i veći broj kulturno povijesnih cjelina zbog zapuštenosti ili neadekvatnih intervencija.

Ukupno je 90 zaštićenih crkava, 44 dvorca i kurija, 8 arheoloških nalazišta te 12 povijesnih cjelina.
Od ukupno 44 dvorca i kurija, 14 dvoraca ili kurija je stavljeno u funkciju.
Neki danas služe kao domovi za zbrinjavanje osoba s invaliditetom i posebnim potrebama, socijalno osjetljivim članovima društva, neki su u privatnom vlasništvu i djelomično se koriste za turističke svrhe, neki su pretvoreni djelomično u stambene prostore (stanovi). Dvorci nisu u potpunosti obnovljeni te su potrebni dodatni zahvati da bi se obnovili i očuvali. Samo je jedan dvorac- dvorac Bežanec, u potpunosti obnovljen i očuvan, dvorac Miljana trenutno je u obnovi (privatno vlasništvo), A Dvor Veliki Tabor(Muzeji Hrvatskog zagorja) djelomično je obnovljen i otvoren za javnost, a pojedini dijelovi još se obnavljaju.

Bogato kulturno naslijeđe vidljivo je i u zagorskim nošnjama, plesovima te običajima.

Zagorske narodne nošnje karakteristične su po svojoj jednostavnosti i bijeloj boji koja prevladava.
Muška narodna nošnja izrađena je od lanenog platna i sastoji se od košulje i gaća- hlača, crnog prsluka od vunene tkanine te kožnog remena širine oko 8 centimetara, Uz to ide crni šešir i crne čizme.
Novija varijanta muške zagorske nošnje podrazumijeva umjesto bijelih hlača, crne rajthoze.
Ženska narodna nošnja izrađena je od bijelog lanenog platna i sastoji se od košulje, čiju funkciju opisuje lokalni naziv – rukavci ili oplečak, suknje- janjke i pregače-fertuna. Sastavni dio nošnje je i pojas koji može biti od platna crvene ili crne boje, te kožni u nijansama smeđe i crne boje.
Cipele su crne i po modelu pripadaju alpskom tipu.

Udate žene nose marame od kojih je najpoznatija svilena, takozvana kunašica. Od nakita najspecifičniji je broš bodec te ogrlice od staklenog zrnja gdje prevladava svjetlo plava boja.

Zagorska narodna glazba pripada alpskom etnološkom arealu.

Tipične izvorne glazbene sastave, koji su se nazivali guci, čine tri violine, kontrabas i tamburaški sastavi, a u područjima bliže Sloveniji pojavljuju se puhački instrumenti klarinet i truba.
Zagorske narodne pjesme su obredne, prigodne i svakodnevne. Prevladava elegijski karakter i uglavnom su se izvodile bez glazbene pratnje. Pjeva se i sva do četiri glasa.
Poznate Jurjevske pjesme koje se pjevaju tijekom ophoda zelenog Jure, žetelačke pjesme, napitnice, božićne pjesme koje podrazumijevaju i Trikraljske pjesme, koje se pjevaju u svadbenim običajima, te veliki broj pjesama koje dočaravaju težak život zagorskog puka, kao i sretnih ali češće nesretnih ljubavi.

Posebno su istaknute pjesme sa Festivala kajkavske popevke, koje su se udomaćile: Suza za zagorske brege, Oko jedna hiže itd.te pjesme zagorskog skladatelja Đure Prejca: Vu plavem Trnaci i Peharček moj.

Tipični zagorski ples je **Pulka** koja je u Zagorju doživjela procvat od svog nastanka te veliki broj originalnih inačica. Uz Pulku tu su još i Drmeš, plesovi tipa zibenšrita – sedmokoraka i Oberštajer.
Najvažnijim dijelovima kulturne baštine smatraju se:

- Muzej krapinskih neandertalaca, Krapina
- Dvor Veliki Tabor, Desinić
- Muzej seljačkih buna, Gornja Stubica
- Sarkofazi obitelji Erdody i Franjevački samostan u Klanjcu
- Galerija Antuna Augustinčića i Studio Galerije Antuna Augustinčića i Klanjcu
- Centar za prirodu i Zavičajna zbirka u Radoboju
- Crkva Majke Božje Snježne u Belcu
- Muzej Staro selo u Kumrovcu
- Dvorac Miljana u Zagorskim Selima[14]

[14] Masterplan- plan razvoja turizma KZŽ, raspoloživo na: http://www.kzz.hr/sadrzaj/novosti/master-plan/Master-plan-razvoja-turizma-KZZ.pdf (str.27.-30.), (lipanj 2016)

3.2.KOMUNIKATIVNI ELEMENTI TURISTIČKE PONUDE[15]

3.2.1. Cestovni promet

Pokrivenost cestovnom mrežom na području krapinsko-zagorske županije je zadovoljavajuća.

Mrežu cestovnih prometnica na području Krapinsko-zagorske županije čine:

- Razvrstane i nerazvrstane ceste dužine 3562,96 km
- Razvrstane- kategorizirane ceste u Krapinsko-zagorskoj županiji imaju ukupnu dužinu od 963,50 km. Od toga autocesta Zagreb- Macelj čini 38,43 km + 800 metara spojene ceste (čvor Trakošćan- novi granični prijelaz Macelj), državne ceste 275,00 k, županijske ceste 407,30 km te lokalne ceste 242,80 km
- Ukupna dužina nerazvrstanih cesta je 2599,46 km
- Održavanje spomenutih cesta vrši se od strana jedinica lokalnih samouprava, županije i države.

3.2.2. Županijske i lokalne ceste

Najveća duljina županijskih i lokalnih cesta je na području grada Zlatara, ukupnih 45 km, dok na području općine Veliko Trgovišće nalazi se ukupno 41 km županijskih i lokalnih cesta, a preko 30 km županijskih i lokalnih cesta nalazi se na području Pregrade te općine Bedekovčina, Konjščina, Gornja Stubica, Hum na Sutli i Krapinske Toplice.
Potrebno je ulagati sredstva u modernizaciju i rekonstrukciju postojeće mreže.

Prema prosječnom ljetnom dnevnom prometu, koji predstavlja prosječnu, dnevnu količinu prometa od 1000 do 3000 vozila i srednjoj duljini prometa od 20 km, županijske i lokalne ceste na području Krapinsko-zagorske županije trebale bi zadovoljiti tehničke karakteristike za ceste 4. i 5.kategorije koje prolaze brdskim terenom, odnosno sa znatnim ograničenjima, prema čemu bi navedene ceste trebale imati sljedeće elemente:

- Županijske ceste trebale bi imati minimalnu širinu kolnika 5,5 metara, sa obostranim bankinama širine 1,0 metara, uz ograničenje prometovanja od 50 km/h
- Lokalne ceste trebale bi imati minimalnu širinu kolnika 5,00 metara, uz ograničenje prometovanja na 40 km/h

Prema tim kriterijima oko 283 km županijskih cesta nisu dovoljne širine čime je ugroženo sigurno odvijanje prometa.

[15] Navedeni podaci preuzeti: Strategija razvoja Krapinsko-zagorske županije do 2020 godine: raspoloživo na:http://www.zara.hr/files/file/pdf/KZZ_Strategija_Razvoja.pdf

Može se zaključiti da stanje cestovne infrastrukture nije povoljno. Razlozi su konfiguracija terena, vrsta tla na kojima su građene, razdoblje u kojima su građene, te način na koji su građene radi nedovoljnih novčanih sredstava u prošlosti.

3.2.3. Državne ceste

U državne ceste ubraja se ukupno 39 kilometara autoceste i 275 kilometara državne ceste.

Najznačajniji i najprometniji cestovni pravac koji prolazi županijom u smjeru sjever-jug je autocesta A2 te se ona poklapa s međunarodnim cestovnim pravcem E-59 Nurnberg-Graz-Maribor- Zagreb.
Državni koridori koji se nadovezuju na taj osnovni pravac su cestovne poveznice s Varaždinskom i zagrebačkom županijom, te gradom Zagrebom i Slovenijom.

Od tih koridora bitno je spomenuti dio „zagrebačkog prstena“ na trasi Mokrice (Zabok-Oroslavje -Zlatar Bistrica (spoj na Breznički Him)- Marija Bistrica-Laz- Popovec- Zagreb te koridor od Krapine prema Đurmancu- Jesenje- Lepoglava. Ivanec- sa spojem na autocestu Zagreb-Varaždin-Mađarska.

Prema podacima o prometu vozila na autocesti u 2013 godini, pokazuje da je u prometu sudjelovalo više od 6,9 milijuna vozila.

Najčešći problemi koji se javljaju na državnim cestama su cestovno željeznički prijelazi koji su dijelom neosigurani i slabo obilježeni.
Uz to, kritični su i dijelovi državnih, županijskih i lokalnih cesta bez adekvatne prometne signalizacije te pločnika ta pješake i bicikliste.

U izgradnji su trenutno nove dionice državnih cesta – izgradnja brze ceste popovec-Marija Bistrica-Zlatar Bistrica- Zabok, paralelne ceste Krapina-Zabok te obnova dionice državne ceste D206 između Valentinova i Petrovskog.

Stanje kolnika ocijenjeno je ocjenom četiri i pet za ukupno 44,6 % ili gotovo 90 km cesta, što podrazumijeva raspadanje kolničke konstrukcije i ugrožavanje prometne sigurnosti.

3.2.4. Zračni promet

Na području Krapinsko- zagorske županije registriran je Krapinsko-zagorski aerodrom d.o.o.za športsko turističku djelatnost. Hrvatska agencija za civilno zrakoplovstvo 2013. Godine izdala je rješenje kojim se daje Odobrenje za uporabu aerodroma Zabok- Gubaševo operatoru aerodroma KZA d.o.o.

Na aerodrom mogu slijetati sportsko-turistički avioni koji svojim karakteristikama ne prelaze zahtjeve kategorije koji aerodrom posjeduje. Grad i Županija u fazi su traženja adekvatnog partnera s kojim bi putem javno-privatnog partnerstva realizirali gradnju piste i svih pratećih objekata.

Najbliži aerodromi Krapinsko-zagorskoj županiji su zračna luka Zagreb i Aerodrom Maribor.

3.2.5. Željeznički promet

Na području županije ukupno je 102,4 km željezničkih pruga.

Pruga Zaprešić-Varaždin-Čakovec izravno povezuje veći dio Hrvatskog zagorja sa Zagrebom,odnosno Varaždinskom i Međimurskom županijom.

Najznačajnije željezničko čvorište je Zabok od koga se odvajaju priključne pruge Zabok-Đurmanec (koja je povezana s dijelom željezničke mreže Slovenije) te pruga lokalnog značenja Zabok- Gornja Stubica.

Kroz Krapinsko-zagorsku županiju prolaze i pogranični željeznički pravci:

- Pogranična pruga Savski Marof- Kumrovec povezuje glavnu magistralnu prugu Tovarnik-Dobova sa krajnjim zapadnim dijelom Hrvatskog zagorja i željezničkom mrežom Slovenije. Na pograničnoj prisavski Marof-Kumrovec nema prometnih aktivnosti.
- Pogranična pruga na relaciji Đurmanec-Rogatec obnovljenja je u potpunosti te je početkom 2015. godine otvorena ta promet.

Oko 55 % stanovnika Županije živi u širem gravitacijskom području željezničkih pruga i to u 150 naseljena mjesta (od toga 5 gradova).

Promet se odvija na 36 službenih mjesta (kolodvori,postaje) a međusobni razmaci kolodvora/postaja prosječno iznose 2,87 kilometara.
Mala međusobna udaljenost ukazuje na dobru opsluženost prometom, a to s druge strane smanjuje njegovu kvalitetu i komercijalnu brzinu.

Problem željezničkom prometa je i neelektrificiranost te jednokolosječnost pruga koje uvelike utječu na kvalitetu i brzinu putovanja, Konačnu fazu osuvremenjivanja željezničkih pruga Županije predstavlja elektrifikacija postojećih i novih pruga koja će pružiti mogućnost postizanja većih brzina i vrhunske udobnosti u putničkom prijevozu i maksimalnu sposobnost prijevoza u teretnom prometu.

Ukupan godišnji broj korisnika željezničkog prometa u Krapinsko-zagorskoj županiji je 1,67nmilijuna putnika što je prosječno oko 4600 ljudi dnevni.
Većina putovanja odnosi se na relaciju Zabok-Zagreb-Zabok, te u nastavku Zabok- Varaždin-Zabok, a vezana je na dnevne migracije uvjetovane školovanjem ili radnim mjestom izvan Krapisnko-zagorske županije.

Frekvencija linija željezničkog prometa na relaciji Zagreb-Zabok-Zagreb pokazuje da radnim danom u prosjeku postoji željeznički prijevoz putnika svakih sat vremena no vikendom i blagdanima linije su značajno prorijeđene.

Veza sa potencijalnim emitivnim tržištima postoji preko glavnog kolodvora u zagrebu gdje dnevno postoje dvije izravne željezničke linije sa Munchenom te po jedna sa Zurichom, Frankfurtom Budimpeštom te Bečom. Preko veznim vlakova u Budimpešti i Beču moguće je

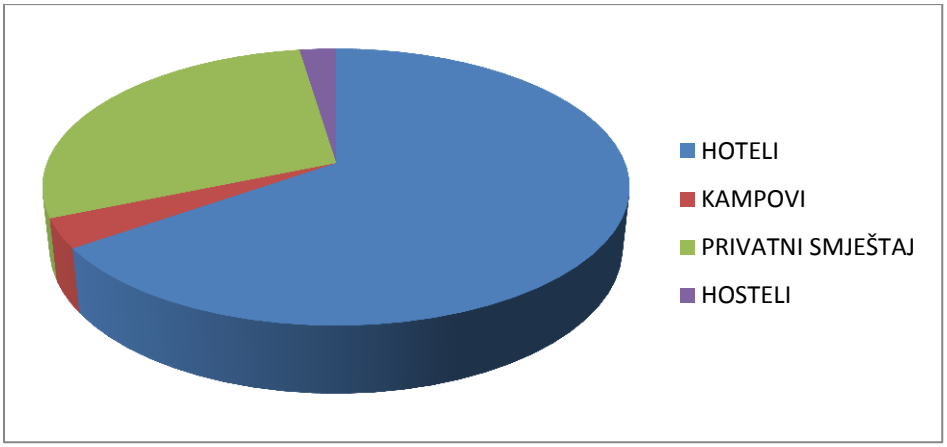
nastaviti putovanje prema Kojevu, Moskvi, Parizu i Italiji, a preko veze u Beogradu nastaviti putovanje prema Grčkoj, Turskoj, Bugarskoj te Istanbulu.

3.3.RECEPTIVNI ELEMENTI TURISTIČKE PONUDE

3.1. SMJEŠTAJ

Krapinsko-zagorska županije raspolaže s relativno skromnim smještajnim kapacitetima. U 2014. godini bilo je ukupno 2 208 ležajeva raspoređenih u 879 soba.

Grafikon 1. Smještajni kapaciteti u KZŽ (omjer broja smještajnih jedinica prema smještajnim objektima)



Izvor: vlastiti prikaz temeljem podataka Turističke zajednice Krapinsko-.zagorske županije (raspoloživo na: http://www.visitzagorje.hr)

Županija raspolaže sa:

- **9 hotela** (574 smještajne jedinice-1284 kreveta),
- **1 kamp** (30 smještajna jedinica-90 kreveta),
- **92 privatna smještaja** (254 smještajne jedinice-737 kreveta)
- **3 hostela** (21 smještajna jedinica -97 kreveta)[16]

Pod privatnim smještajem podrazumijevamo apartmane, sobe u domaćinstvu, pansione i smještaj na seljačkom domaćinstvu.

Tijekom posljednjih desetak godina vidljiv je kontinuirani rast broja stalnih postelja na području krapinsko-zagorske županije.

[16] Navedeni podaci preuzeti: Masterplan KZŽ, pdf -str.70 (raspoloživo na :http://www.kzz.hr/sadrzaj/novosti/master-plan/Master-plan-razvoja-turizma-KZZ.pdf)

4.ORGANIZACIJA TURIZMA U KRAPINSKO-ZAGORSKOJ ŽUPANIJI

4.1. SUSTAV TURISTIČKIH ZAJEDNICA

Na području Krapinsko – zagorske županije djeluju:

- 1 županijska turistička zajednica
- 11 gradskih i općinskih turističkih zajednica
- 2 turističke zajednice područja

Analizom ukupnih budžeta sustava turističkih zajednica zaključuje se kako najvećim pojedinačnim budžetom raspolaže županijska turistička zajednica (cca 2,5 milijuna kuna), zatim slijedi Turistička zajednica grada Krapine (1,6 milijuna kuna).
Sve ostale turističke zajednice raspolažu s budžetima manjima od milijun kuna (cca 100 000 kuna do 600 000 kuna)

Turističke zajednice zapošljavaju od 1 do 2 osobe, dok Turistička zajednica Županije ima 3 djelatnika. Uz stalno zaposlene, nekolicina turističkih zajednica zapošljava i putem programa za stručno osposobljavanje.[17]

Na razini budžeta turističke zajednice Županije (2014.)[18] vidljiva je sljedeća raspodjela rashoda prema skupinama aktivnosti odnosno zadataka:

- Administrativni rashodi – 22,8 %
- Dizajn vrijednosti – 16,5 %
- Komunikacija vrijednosti – 35,9 %
- Distribucija i prodaja vrijednosti – 17 %
- Interni marketing – 2,8 %
- Marketinška infrastruktura – 0,5 %
- Razvojni planovi i strateško dokumenti – 0 %
- Prijenos rashoda – 4,6 %

Prema financijskom izvješću Turističke zajednice Krapinsko-zagorske županije za 2014. Godinu, vidljivo je kako je u komunikaciji vrijednosti utrošeno 36 % od ukupnih rashoda (2,4 milijuna kuna).

U raspodjeli online i offline komunikacije, najveći dio odlazi na offline komunikaciju (97 %) dok na online komunikacija otpada svega 3 %.

Iz navedenih podataka te uvidom u službenu stranicu TŽ KZŽ jasno je kako navedena praksa ne otvara prostora za inovacije u smislu komunikacije i prezentacije ponude Zagorja- kako prema domaćem tako i prema inozemnom tržištu.[19]

[17] Masterplan KZŽ, raspoloživo na: (http://www.kzz.hr/sadrzaj/novosti/master-plan/Master-plan-razvoja-turizma-KZZ.pdf)
[18] Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije, raspoloživo na: (http://www.visitzagorje.hr)
[19] Masterplan KZŽ, raspoloživo na: (http://www.kzz.hr/sadrzaj/novosti/master-plan/Master-plan-razvoja-turizma-KZZ.pdf, str 50)

4.2. BREND KRAPINSKO-ZAGORSKE ŽUPANIJE

Krapinsko – zagorska županija se strategijom brendiranja putem slogana „Bajka na dlanu“ želi pozicionirati kao destinacija za opuštajući odmor po mjeri posjetitelja. Tvrtka Brandoctor d.o.o. je za Krapinsko-zagorsku županiju 2002. godine izradila brending temeljem čega je kreiran i vizualni identitet. – logotip koji povezuje nekoliko elemenata u cjelinu koja označava prirodni krajolik, toplinu i gostoljubivost ljudi i čarobni, bajkovit dojam. Definiran je slogan- Bajka na dlanu kao potpora vizualnom identitetu.

Projekt brendiranja donio je pozitivne pomake s aspekta prepoznatljivosti i percepcije javnosti, međutim tijekom razdoblja implementacije brenda uočeno je kako još uvijek nije uspostavljena vertikalna i horizontalna usklađenost promocije turističkog brenda na regionalnoj i lokalnoj razini.

Brendom Zagorje- bajka na dlanu ne upravlja turistički sektor te se stoga niti ne može u potpunosti shvaćati pravim turističkim brendom. [20]

4.3. PREGLED PROMOTIVNIH MATERIJALA I ONLINE PRISUTNOSTI

Tim Horwath HTL-a je proveo analizu dostavljenih offline turističkih materijala Županije, gradova i općina te privatnih subjekata koji djeluju na području županije.[21]

Zaključci analize ukazuju na sljedeće:

- Na razini županije ne postoji koordinacija niti odgovarajući integrirani pristup komunikaciji
- Korišteni vizuali, slike i format neujednačeni su i međusobno nekonzistentni
- Postoje velike razlike između prisutnosti i aktivnosti pojedinih gradova i općina, hotelijera i drugih turističkih sudionika
- Privatni subjekti imaju relativno ujednačene tiskane materijale dobre kvalitete
- Gradovi, općine, ovisno što promoviraju, koriste različite slike, fontove, ton komunikacije i sl.
- Materijali TZ KZŽ donekle su ujednačeni i to ponajviše zbog konstantne uporabe logotipa Zagorje- Bajka na dlanu, boja i fontova
- Primijećena su i preklapanja pojedinih materijala
- Osim turističkih vodiča za gastronomiju, agroturizam i hodočasnički turizam, TZ KZŽ publicira informativne brošure, turistički ilustriranu kartu te biciklističke karte
- Materijali TZ KZŽ visoko su kvalitetnog tiska ali su preopširni i vrlo teški za razumijevanje i snalaženje.
- Kvaliteta tiskanih materijala gradova i općina uglavnom je nezadovoljavajuća (koš tisak, zastarjeli vizuali, neatraktivan dizajn i sl.)

[20] Masterplan KZŽ, raspoloživo na: (http://www.kzz.hr/sadrzaj/novosti/master-plan/Master-plan-razvoja-turizma-KZZ.pdf, str 51.)
[21] Masterplan KZŽ, raspoloživo na : (http://www.kzz.hr/sadrzaj/novosti/master-plan/Master-plan-razvoja-turizma-KZZ.pdf, str 51.-53.)

- Svi dobiveni materijali uglavnom se publiciraju na hrvatskom, engleskom i njemačkom jeziku a neki i na talijanskom, francuskom i slovenskom.

Što se tiče online prisutnosti turističkih zajednica Krapinsko-zagorske županije vidljivo je kako sve turističke zajednice nemaju svoju Internet stranicu, prisutnost na društvenim mrežama je minimalna uz nekolicinu turističkih zajednica.

Dio turističkih zajednica ima više Facebook stranica (Gornja i Donja Stubica, Krapinske Toplice). Što se tiče komunikacije na društvenim mrežama ona se odvija na hrvatskoom jeziku u prosjeku svakih dva dana dok se broj pratitelja Facebook stranica kreće od 251 do 3 134 pratitelja i njihov aganžman je gotovo nepostojeći.

Samo Krapinske Toplice i Marija Bistrica imaju Twitter, a mreže poput Instagrama i Youtube-a se uglavnom ne koriste.

Na Google Play trgovini (https://play.google.com/store) utvrđeno je da su za zagorje dostupne tri mobilne aplikacije:

- Gastro Zagorje - aplikacija koja služi kao vodič za restorane, edukativni sadržaj i kuharica – (https://play.google.com/store/apps/details?id=com.gastrozagorje.restaurant)
- Agroturizam Zagorje - aplikacija koja služi za pronalazak restorana, opis vinskih regija i vina (https://play.google.com/store/apps/details?id=com.agro.zagorje)
- Zagorje Uskrsna igra - cilj igre je skupiti što više uskršnjih jaja a pobjednik je mogao osvojiti paket aranžman u Termama Tuhelj (https://play.google.com/store/apps/details?id=com.zagorje.apps.uskrs2016game)

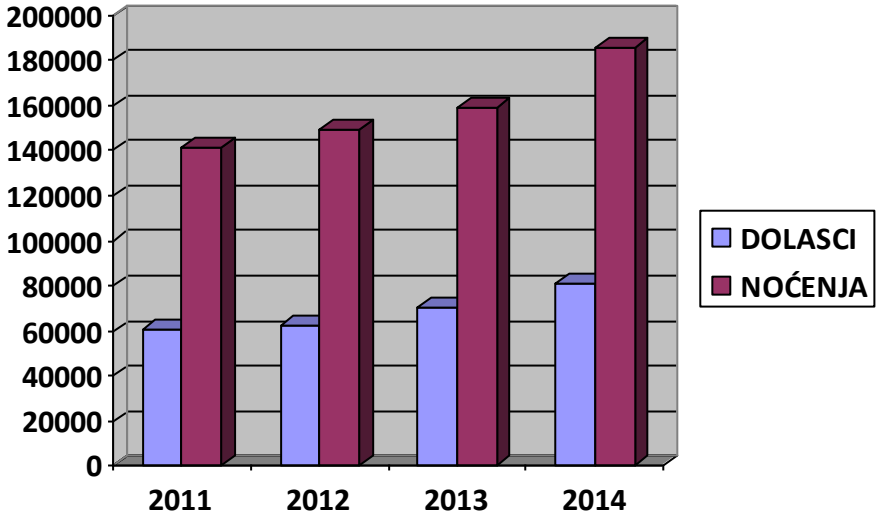
Aplikacije se sadržajno ne osvježavaju a broj preuzimanja aplikacija je iznimno mali.

5.ANALIZA TURISTIČKE POTRAŽNJE

U posljednje 4 godine, Krapinsko-zagorska županija bilježi kontinuirani rast broja turističkih dolazaka i noćenja.

Prema podacima iz Turističke zajednice Krapinsko zagorske županije iz 2014. godine ostvareno je preko 81 tisuću dolazaka, odnosno preko 185 tisuća noćenja.

Grafikon 2: broj turističkih dolazaka i noćenja u KZŽ

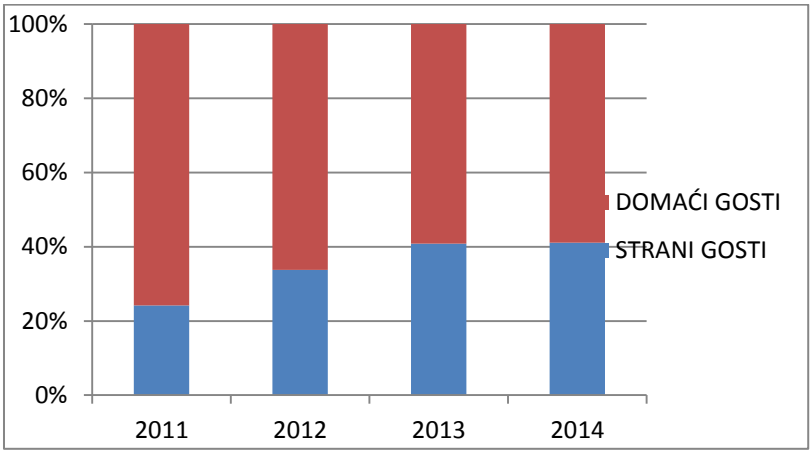


Izvor: Turistička zajednica KZŽ (vlastiti prikaz)

- Broj noćenja u 2014 godini je bio za 21,4 % veći u odnosu na 2011 godinu, s druge strane u 2014 godini bilježimo porast stranih dolazaka za 33,6 % u odnosu na 2011 godinu.

- Prema podacima DZS, prosječna godišnja stopa rasta noćenja u Krapinsko-zagorskoj županiji od 2005. Do 2014 godine iznosila je 7 % godišnje.

Grafikon 3: Broj dolazaka domaćih i stranih gostiju u KZŽ (2011-2014)

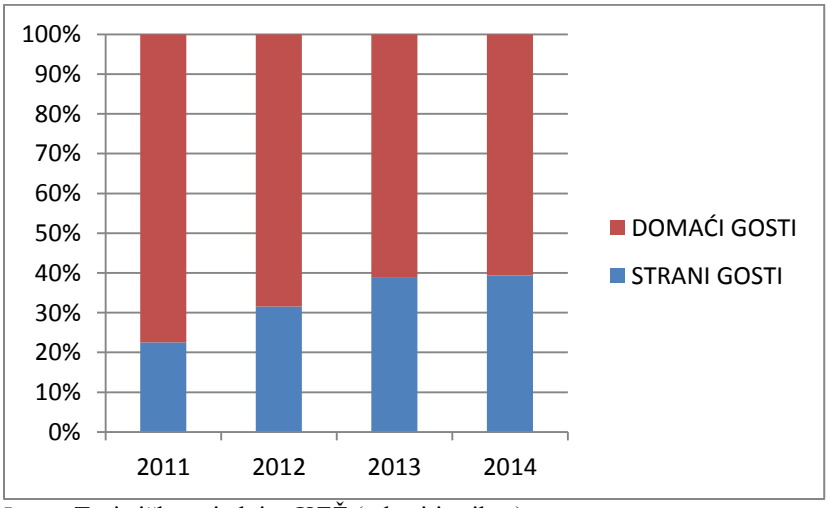


Izvor: Turistička zajednica KZŽ (vlastiti prikaz)

U strukturi ukupnih dolazaka, 59 % čine domaći a 41 % strani gosti.

- Broj dolazaka stranih gostiju bilježi kontinuirani rast u razdoblju od 2011 do 2014 godine, te je u 2014 godini bilo 131 % više stranih dolazaka u odnosu na 2011 godinu.
- Broj dolazaka, domaćih gostiju bilježio je pad, da bi u 2014 godini porastao u odnosu na prethodne tri godine.

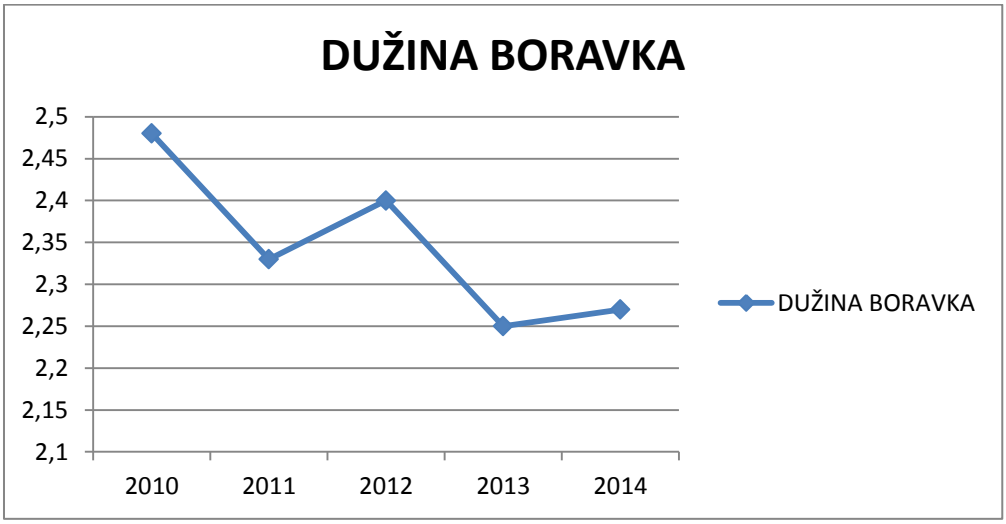
Grafikon 4: Broj noćenja domaćih i stranih gostiju u KZŽ (2011-2014)



Izvor: Turistička zajednica KZŽ (vlastiti prikaz)

- Domaći gosti ostvaruju 60,6 % ukupnog broja noćenja na razini 2014 godine, odnosno strani gosti ostvaruju 39,4 %
- Broj noćenja prati trend dolazaka, te je tako u 2014 godini bilo 132 % više stranih noćenja.

Grafikon 5: dužina boravka domaćih i stranih gostiju u KZŽ (2010-2014)

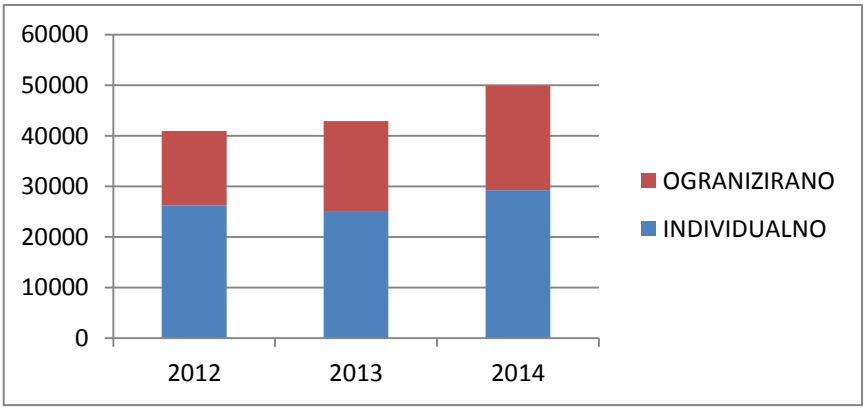


Izvor: Turistička zajednica KZŽ (vlastiti prikaz)

- Prosječna duljina boravka gostiju bila je 2,27 dana u 2014 godini, te je vidljiv trend sve kraćeg zadržavanja gostiju u destinaciji.
- U Zagorju domaći gosti borave u prosjeku dulje od stranih.
- U 2014. Godini je prosječna duljina boravka domaćih gostiju iznosila 2,34 dana, dok je prosječna duljina boravka stranih gostiju u isto vrijeme bila 2,18 dana, što je na razinu duljine boravka iz 2011 godine.

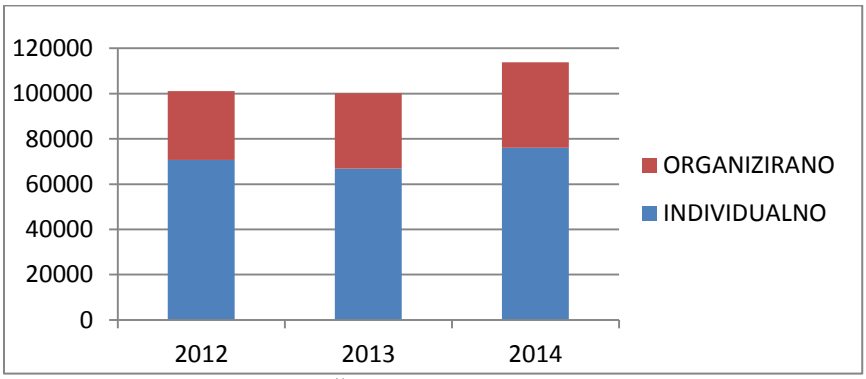
Gosti u Krapinsko-zagorskoj županiji pretežito dolaze u individualnim aranžmanima, no vidljiv je porast broja dolazaka i noćenja domaćih gostiju u organiziranim aranžmanima.

Grafikon 6. Dolasci domaćih gostiju u KZŽ (2012 – 2013)



Izvor: Turistička zajednica KZŽ (vlastiti prikaz)

Grafikon 7: Noćenja domaćih gostiju u KZŽ (2012-2014)

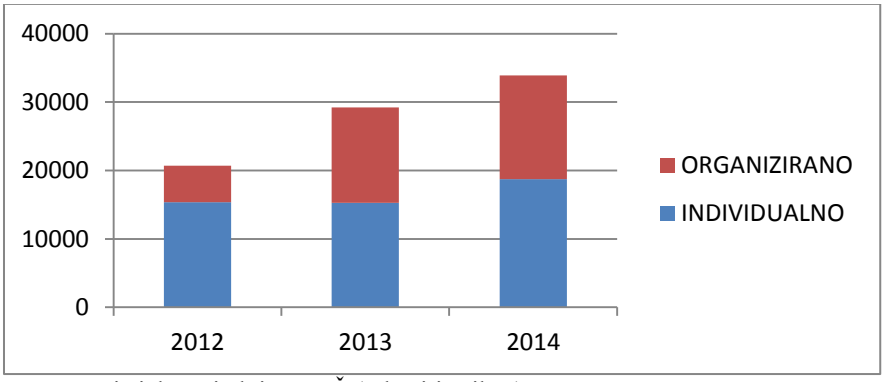


Izvor: Turistička zajednica KZŽ (vlastiti prikaz)

- 2012 godine bilo je 79 % više individualnih dolazaka i 130 % više individualnih noćenja domaćih gostiju u odnosu na organizirane dolaske i noćenja
- 2014 godine bilo je 41 % više individualnih dolazaka i 102 % više individualnih noćenja domaćih gostiju u odnosu na organizirane dolaske i noćenja
- U 2014 godini zabilježeno je 41 % više organiziranih dolazaka domaćih gostiju, odnosno 22,6 % povećanje broja organiziranih noćenja za domaće goste ui odnosu na 2012. Godinu.
- Istovremeno u 2014 godini u odnosu na 2012 raste broj individualnih dolazaka domaćih gostiju za 11 % i noćenja za 7,6 %
- Gosti koji Zagorje posjećuju u individualnom aranžmanu ostaju dulje od domaćih gostiju koji u Zagorju borave organizirani
- Prosječna duljina boravka gostiju, bilo da dolaze individualno ili organizirani, opada u razdoblju od 2012-2014 godine.

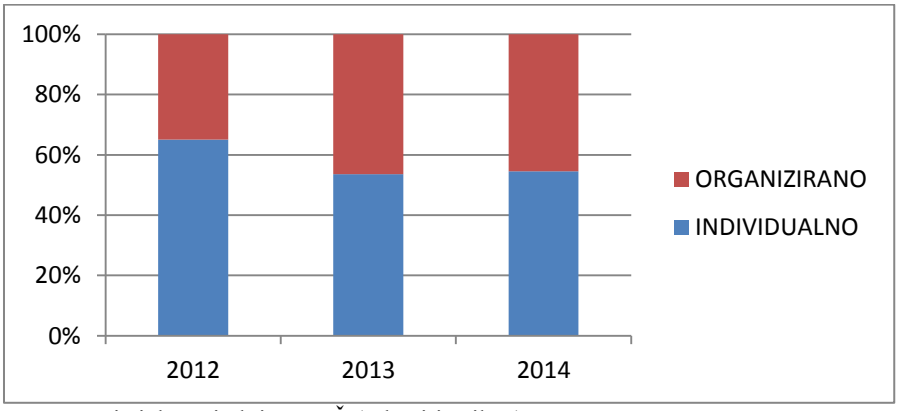
I strani gosti u Krapinsko-zagorsku županiju dolaze pretežito u individualnim aranžmanima, no kao što je to slučaj sa domaćim gostima,i strani gosti sve više Zagorje posjećuju u organiziranim aranžmanima iako su i dalje individualna putovanja češća.

Grafikon 8: Dolasci stranih gostiju u KZŽ (2012-2014)



Izvor: Turistička zajednica KZŽ (vlastiti prikaz)

Grafikon 9: Noćenja stranih gostiju u KZŽ (2012-2014)

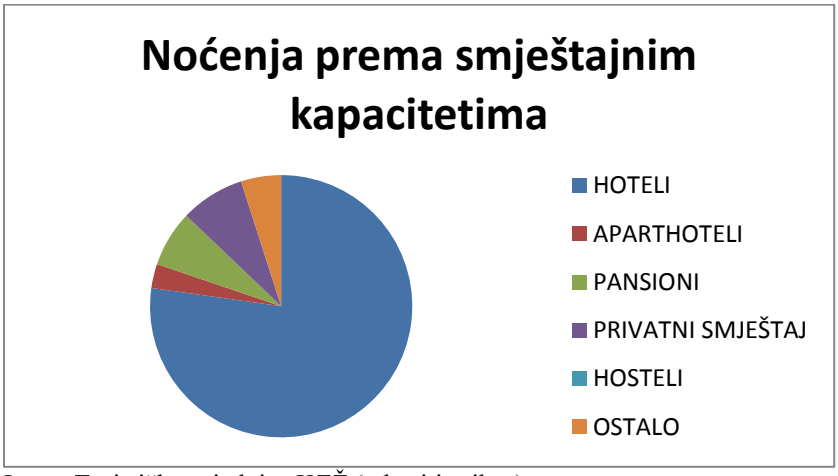


Izvor: Turistička zajednica KZŽ (vlastiti prikaz)

- U 2012 godini bilo je čak 3 puta više individualnih dolazaka stranih gostiju od onih koji su Zagorje posjećivali organizirano. Oni su generirali gotovo duplo više noćenja, no boravili kraće (u prosjeku 1,99 dana) nego oni koji su dolazili organizirano (u prosjeku 3,07 dana)
- U 2014 godini broj individualnih i organiziranih stranih dolazaka gotovo je izjednačen. Samo je 24 % više individualnih dolazaka, odnosno 20 % više noćenja.
- Broj organiziranih dolazaka u razdoblju od 2012 do 2014 godine porastao je za 184 % odnosno za 110 % su porasla noćenja.
- Broj individualnih dolazaka stranih gostiju u 2014 godini je 22 % veći u odnosu na 2012 godinu, odnosno noćenja su porasla za 35 %
- Prosječna duljina boravka gostiju koji destinaciju posjećuju organizirano pada od 2012 do 2014 godine / sa 3,07 na 2,27 dana), ali istovremeno prosječna duljina boravka individualnih stranih gostiju raste sa 1,99 na 2,20 dana
- Za razliku od individualnih domaćih gostiju koji se dulje zadržavaju u destinaciji u odnosu na goste koji ju posjećuju organizirano, kod stranih gostiju je obrnuta situacija. Naime, dulje ostaju strani gosti koji u destinaciju dolaze organizirano za razliku od onih koji dolaze u individualnim aranžmanima.

U Krapinsko-zagorskoj županiji najveći broj noćenja ostvaruje u hotelima, prema dostupnim podacima taj broj se kreće od 76 % u 2011 godini, do 81 % ostvarenih noćenja u 2014 godini.

Grafikon 10: Noćenja prema smještajnim kapacitetima u KZŽ



Izvor: Turistička zajednica KZŽ (vlastiti prikaz)

- Najveći hotel u destinaciji je hotel Well u Tuheljskim Toplicama koji sa svojih 264 smještajnih jedinica i 505 kreveta ostvaruje 57,4 % ukupnog broja noćenja u hotelima
- Terme Jezerčica ostvaruju 16 % ukupnog noćenja u hotelima, a Toplice hotel 13 %
- Zauzetost hotela se kreće od 10,5 % do visokih 63,9 % pri čemu Terme Jezerčica, Villa Magdalena i Hotel Well u Termama Tuhelj ostvaruju najbolje rezultate
- Prosječna zauzetost hotela je 35 %

Ključna emitivna tržišta u Krapinsko-zagorskoj županiji su Slovenija, zatim slijede Njemačka, Poljska, tržište BiH te Italija.
Postojeća struktura stranih gostiju korelira tržištima s razvijenom tradicijom uživanja u spa i wellness sadržajima i uslugama

Krapinsko- zagorska županije tokom godine ne bilježi značajniji problem sezonalnosti.

U razdoblju od siječnja do svibnja ostvaruje se 39,4 % noćenja, u ljetnim mjesecima (lipanj-rujan) 36,5%, dok se najmanje noćenja ostvaruje u razdoblju listopad-prosinac (24,1%). Osim trenda povećanja noćenja u gotovo svim mjesecima 2014 godine (lipanj i srpanj), vidljiv je značajniji rast noćenja u kolovozu, vjerojatno kao rezultat povećanog tranzita gostiju između Srednje Europe i Jadrana.

POSJETITELJI TURISTIČKIH ATRAKCIJA

Hodočasnici u strukturi posjetitelja Zagorja ostvaruju značajan promet.

Tako je 2013. godine u nacionalnom svetištu Marija Bistrica zabilježeno 1,2 milijuna hodočasnika a 2014 .godine njihov se broj značajno smanjio na 870 000 .

Potrošnja hodočasnika je vrlo niska, no ne postoje provedena istraživanja niti podaci koji bi to mogli potvrditi. Isto tako hodočasnici ne utječu značajnije na broj noćenja u Zagorju.

Kulturne sadržaje Zagorja 2014. godine posjetilo je nešto biše od 168 000 posjetitelja.
U posljednje 3 godine vidljiv je negativan trend u ovom segmentu potražnje.
Samo u odnosu na 2012. godine, broj posjetitelja kulturnih atrakcija smanjio se za gotovo 7%.
Zabrinjavajuća je činjenica kako je broj posjetitelja u kontinuiranom padu u posljednje tri godine u svim važnijim atrakcijama zagorja, uključujući i Muzej Krapinskih neandertalaca.

Kupališta u Zagorju su 2014. godine zabilježila oko 400,000 kupača, što je blagi porast od 7 % u odnosu na 2013. godinu.
Zatvaranjem kupališta Stubičke Toplice, u studenome 2013. godine, dodatno se smanjio broj kupača koji je u prethodnim godinama bio i do 410 883. Naime, Stubičke Toplice su 2012. godine zabilježile 32 489 kupača. [22]

[22] Turistička zajednica Krapisnko zagorske županije, raspoloživo na : (http://www.visitzagorje.hr)

6.ANALIZA UČINAKA TURIZMA I STRATEŠKA OPREDJELJENJA U RAZVOJU

Turizam kao vrlo složenu (društvenu) i gospodarsku (ekonomsku) pojavu turistička teorija promatra kroz brojne društvene i ekonomske karakteristike te funkcije turizma koje imaju svoje pozitivne, ali i negativne posljedice na ukupan društveni i gospodarski razvoj. U tom kontekstu interakcije turizma i kulturno civilizacijskog naslijeđa promatrat će se kroz spektar socio-gospodarskih karakteristika i funkcija turizma.

Masovnost, mobilnost, heterogenost (složenost) i teritorijalna ekspanzija turističkih tijekova u suvremenom turizmu na gotovo sve dijelove svijeta danas su njegove najočiglednije društvene karakteristike s brojnim pozitivnim i negativnim posljedicama na prostor i društvenu sredinu u kojoj se manifestiraju.

Ova obilježja direktno utječu na ekonomske karakteristike i funkcije turizma, ali i spektar društvenih (socijalnih) funkcija koje su izuzetno brojne.[23]

Prvi i najvažniji učinak turističkog razvoja su gospodarske koristi za destinaciju. Svake se godine znatne svote novca prenose iz gospodarstva u kojima su zarađena u gospodarstva receptivnih područja gdje predstavljaju izvor prihoda za lokalno stanovništvo.

Najuočljivije djelovanje turizma na gospodarstvo povezano je s potrošnjom koju turisti ostvaruju na turističkom putovanju i za vrijeme privremenog boravka u destinaciji. Novčani tok koji nastaje turističkom potrošnjom pretače se u cjelokupno gospodarstvo turističke destinacije, jer se novac obrće i troši.[24]

Sukladno zaključcima Master plana za narednih 10 godina postavljeni su sljedeći ciljevi:

- Novih 1 500 do 2 000 smještajnih jedinica u turizmu, od čega:
  - 50 % u hotelima
  - 40 % u privatnom smještaju, ruralnom turizmu, hostelima i B&B objektima
  - 10 % u kampovima
- Rast zauzetosti kreveta u hotelima na 60 % s obzirom da postojeći dominantni i budući predviđeni tipovi hotela (spa i lječilišta) u uzornim regijama imaju vrlo visoku zauzetost koja prelazi 70 %.
- Rast zauzetosti u kampovima i privatnom smještaju na 20 %, što je udvostručenje u odnosu na danas
- Rast prosječne ostvarene cijene noćenja u hotelima na 50 %, a 100 % u ostalim tipovima smještaja. [25]

[23] Geić, S.: Turizam i kulturno civilizacijsko naslijeđe, Veleučilište u Splitu, 2002.
[24] Petrić, L.: Osnove turizma, Ekonomski fakultet Split, Split, 2003.
[25] Masterplan KZŽ, raspoloživo na : (http://www.kzz.hr/sadrzaj/novosti/master-plan/Master-plan-razvoja-turizma-KZZ.pdf, str. 152.)

6.1. MODEL RASTA TURIZMA KRAPINSKO-ZAGORSKE ŽUPANIJE DO 2025. GODINE

Nove kapaciteti te projicirani rast cijena i zauzetosti trebao bi rezultirati rastom smještajnih prihoda za oko 7 puta.

- U segmentu hrane i pića u ukupnome sektoru hotelijerstva i ugostiteljstva (kako ga vodi FINA) veći je od 40 %. Ovaj se udio obično kreće između 20 % i 30 %.
- Značajan dio rasta sektora hrane i pića odnosit će se i na nove smještajne objekte, posebno hotele i objekte ruralnog smještaja pa će u njihovim prihodima biti i knjižen

S pretpostavkom faktora rasta od 3,5 ukupni bi prihod hrane i pića u 2015. godini iznosio 22,75 milijuna EUR, što znači da bi na usluge hrane i pića otpadalo oko 24,5 % sektora hotelijerstva i ugostiteljstva (ukupno 92,57 mil EUR).

Prihode dnevnih posjetitelja koji danas ne prelazi 5 milijuna EUR može se podići za 5-6 puta odnosno na iznos između 25 i 30 milijuna EUR.

Direktni turistički prihod bi se uz pretpostavku realizacije svih smještajnih jedinica i ostalih projekata mogao očekivati na razini okd oko 120 milijuna EUR. Sukladno pretpostavci iznosa multiplikatora od 1,8 ukupni bi godišnji turistički prihod u Krapinsko-zagorskoj županiji u 2025 godini mogao iznositi između 200 i 220 milijuna EUR.

Što se tiče zaposlenosti, danas odnos direktnih prihoda sektora i zaposlenih iznosi oko 50 000 EUR. S obzirom na standardne potrebne poduzećima za njihovo uspješno poslovanje, produktivnost se treba povećati na 60 000 EUR po zaposlenom. Prema ovoj računici, turizam će direktno u 2025. godini zapošljavati 2 000 ljudi, dakle samo direktno će zaposlenost u turizmu porasti za više od 1 500 novozaposlenih.

Ukoliko se ovaj broj podigne na ukupne učinke (multiplikator od 1,8), ukupno će u s turizmom povezanim djelatnostima raditi 3 800 ljudi, odnosno 3 150 više nego danas.

Prema podacima Hrvatske gospodarske komore, turizam je u gospodarstvu u Krapinsko-zagorskoj županiji tijekom 2013. Godine sudjelovalo s 142 097 000 kuna ostvarenih prihoda, što predstavlja što predstavlja 1,43 % od ukupno ostvarenih prihoda gospodarstva Krapinsko-zagorske županije.

Ujedno predstavlja povećanje od 12,02 % u odnosu na 2012. godinu. U turizmu kao gospodarskoj grani, tijekom 2013. godine direktno bile zaposlene 493 osobe.
U vremenskom razdoblju od 2010. do 2013. godine, u Krapinsko-zagorskoj županiji ukupne investicije u turizam iznosile si 133 274 024 kune, pri čemu je najveći iznos 104 657 713 kuna ili 78,53 % ostvaren u 2012. godini.

Najznačajniji gospodarski subjekti u sektoru turizma u odnosu na veličinu ostvarenih prihoda u 2013. godini su Terme Tuhelj d.o.o. sa ukupno 137 zaposlenih i prihodom od 40 397 401 kn, zatim slijedi Krass Hotel d.o.o. smješten u Krapinskim toplicama sa 42 zaposlenika 9 315 192 kn prihoda. Nakon toga slijede Aquae Vivae d.d. također iz Krapinskih toplica, Pro-Min d.o.o. smješten u mjestu Zlatar Bistrica te Sortoth. d.o.o , restoran lociran u mjestu Sveti Križ Začretje sa ukupno 18 zaposlenika i prihodom od 4 659 210 kn.

Unutar sektora hoteli i restorani i broju zaposlenih dominira kategorija hoteli, no ona obuhvaća i većinu velikih tvrtki koja u svom sastavu imaju kampove kao i dio ugostiteljske ponude.
Djelatnost pripreme i usluživanja hrane i pića čini oko 41 % prihoda ove djelatnosti te zapošljava 45 % ukupne zaposlenosti u sektoru.

Turističkim sektorom Zagorje se upravlja na visoko profesionalan način što uključuje:
- Aktivan destinacijski menadžment
- Kreativan razvoj proizvoda i doživljaja
- Efikasan marketing i komunikacija
- Proaktivno upravljanje zadovoljstvom posjetitelja
- Partnersko djelovanje svih dionika turističkih i povezanih sektora[26]

6.2. PLANOVI RAZVOJA TURIZMA

Zagorje je najrazvijenija kontinentalna turistička regija Hrvatske koja svojim razvojem turističke ponude izaziva interes na široj regionalnoj razini te potiče komunikaciju i umrežavanje Srednje Europe i Hrvatske. Svojom ponudom, Zagorje privlači raznolik spektar posjetitelja tokom cijele godine.
Turistički proizvodi predstavljaju osnovnu infrastrukturu turističkog doživljaja. Vrijedni turistički resursu su samo potencijal nekog prostora ukoliko nisu uklopljeni u profesionalno razvijen i upravljan turistički proizvod na razini destinacije ili regije.

Na razini Zagorja identificirani su sljedeći ključni turistički proizvodi:

1. **Zdravlje, spa i wellness**
2. **Obiteljski odmor**
3. **Poslovni turizam i događanja**
4. **Aktivni, sportski i avanturistički odmor**

Uz 4 primarna turistička proizvoda Zagorja, definirana su i tri sekundarna proizvoda.

5. **Kulturni turizam**
6. **Religijski turizam**
7. **Agroturizam**

[26] Masterplan KZŽ, raspoloživo na (http://www.kzz.hr/sadrzaj/novosti/master-plan/Master-plan-razvoja-turizma-KZZ.pdf, str. 151.)

6.2.1. Zdravlje, spa i welness

Postoje brojni zahtjevi za razvoj kako bi se proizvod kvalitetno unaprijedio i postao konkurentniji na široj regionalnoj razini.

Ključne strateške smjernice su:

TURISTIČKA INFRASTRUKTURA

- aktivacija trenutno neaktivnih termalnih izvora u turističke svrhe te izgradnja pripadajućih smještajnih kapaciteta.
- izgradnja novih kapaciteta specijaliziranih bolnica te kvalitetno unaprjeđenje postojećih kapaciteta
- razvoj prateće sportsko-rekreacijske infrastrukture
- razvoj dodatne infrastrukture za zabavu i slobodno vrijeme

UNAPRJEĐENJE USLUGA

- kreiranje spa, wellness i medi-wellness tretmana na bazi domaćih ljekovitih supstanci i inovativnih tehnika i tretmana
- osnivanje proizvodnog kluba zdravstvenog proizvoda Zagorja
  - osnivanje proizvodnog kluba spa i wellness proizvoda Zagorja

SPECIJALIZACIJA I POZICIONIRANJE

- nužno je osigurati specijalizaciju pojedinih bolnica
- daljnji brending termi i njihove specijalizacije i jedinstvenih tretmana
- uspostava operativne suradnje u medi-wellness segmentu ponude

EDUKACIJA

- edukacije glavnih dionika, studijske razmjene i učenje o najboljim praksama, razvoj specijaliziranih znanja

6.2.2. Obiteljski odmor

Obiteljski odmor identificiran je kao primarni proizvod Zagorja.

Ključne strateške smjernice su:

1. **RAZVOJ INFRASTRUKTURE**
   - razvoj infrastrukture vezane uz terme i vodu (bazeni, vodeni parkovi), sportsko-rekreativne aktivnosti (adrenalinski, sportski i dječji parkovi, sportski poligoni, sportsko-rekreativne staze) i kulturu (edukativne staze, centri za posjetitelje i sl.)
   - obiteljski smještajni kapaciteti
   - digitalizacija sadržaja (mobilne aplikacije, interaktivni sadržaji u muzejima i sl.)
   - infrastruktura za slobodno vrijeme i zabavu

2. **SURADNJA I KOMUNIKACIJA**

   - razvoj proizvodnog kluba obiteljskog odmora Zagorja
   - aktivacija kulturnog sektora u segmentu obiteljskog odmora

3. **KREIRANJE DOŽIVLJAJA**

   - uključivanje i povezivanje lokalne ponude i proizvođača sa samim proizvodom obiteljskog odmora
   - kreiranje sustava obiteljskih događanja
   - iskorištavanje potencijala priča, legendi i povijenog nasljeđa

6.2.3. Poslovni turizam i događanja

Prilika za razvoj poslovnog turizma i događanja u zagorju prvenstveno je vezana uz organizaciju poslovnih sastanaka, team-buildinga, manjih konferencija i događanja

Ključne smjernice za razvoj su:

1. **RAZVOJ INFRASTRUKTURE**

   - razvoj i privlačenje europski ili globalno relevantnog događaja u skladu s planiranim turističkim pozicioniranjem zagorja.
   - izgradnja dvorane za kongrese većeg kapaciteta
   - daljnje kvalitetno poboljšavanje smještajnih kapaciteta
   - profesionalizacija i kvalitetno izdizanje trenutni najatraktivnijih događanja

2. **SUSTAV RAZVOJA I UPRAVLJANJA**

   - razvoj proizvodnog kluba poslovnog turizma i događanja na razini zagorja
   - suradnja i koordinacija prijave Zagorja za domaćinstvo europskih ili svjetskih događanja
   - promocija događanja

6.2.4. Sportski, aktivni i avanturistički turizam

Ključne smjernice za razvoj:

1. **TURISTIČKA INFRASTRUKTURA**

   - izgradnja modernih parkova (adrenalinski, avanturistički, poligoni motorističkih sposobnosti)
   - smještajni kapaciteti za sportaše i aktivne turiste
   - sportsko-rekreativne staze i rute (uređenje, održavanje, označavanje, signalizacija, promocija)
   - dodatna ponuda (sustav vidikovaca, odmorišta, igrališta, servisiranja opreme i sl.)

6.2.4. Kulturni turizam

Kulturni turizam nije potpuno u rukama turističkog sektora, već njime u praksi upravljaju kulturne institucije i Ministarstvo kulture. Stoga se kulturni turizam trenutno tretira kao sekundarni turistički proizvod s potencijalom njegova unaprjeđenja.

Ključne smjernice za razvoj:

1. **TURISTIČKA INFRASTRUKTURA**
   - prezentiranje bogate povijesti i nasljeđa te aktivacija trenutno neaktivnih resursa
   - izgradnja modernog interpretacijskog centra zagorja te manjih tematskih centara za posjetitelje
   - tematske rute i popratna infrastruktura

2. **SUSTAV RAZVOJA I UPRAVLJANJA**
   - formiranje proizvodnog klupa kulturnog turizma Zagorja sustav kulturno- turističkih događanja
   - edukacija osoblja u kulturnim ustanovama
   - suradnja kulturnog i turističkog sektora u razvoju proizvoda, njegovoj promociji i prodaji
   - prilagodba radnih vremena kulturnih ustanova turističkim potrebama i daljnja harmonizacija

6.2.5. Religijski turizam

Religijski proizvod u okvirima Zagorja trenutno nije primarni proizvod iako privlači velik broj hodočasnika u Mariju Bistricu.

Ključne smjernice za razvoj:

1. **TURISTIČKA INFRASTRUKTURA**
   - smještajni kapaciteti nižeg cjenovnog ranga
   - uređenje odmorišta i vidikovaca uz hodočasničke rute

2. **SUSTAV RAZVOJA I UPRAVLJANJA**
   - osnivanje proizvodnog kluba religijskog turizma
   - daljnje povezivanje i integriranje Marije Bistrice s religijskim destinacijama i postojećim europskim hodočasničkim rutama

6.2.6. Agroturizam

Trenutno u Zagorju postoje brojni mali poljoprivredni proizvođači, seoska domaćinstva i ugostiteljski objekti koji gostima nude pravo ruralno iskustvo. Međutim, još uvijek se nitno sustavno ne bavi organizacijom i upravljanjem agroturizma.

Ključne smjernice za razvoj:

1. **TURISTRIČKA INFRASTRUKTURA**

   - razvoj smještajnih kapaciteta u sklopu agroturizma i ostalih privatnih oblika smještaja poštujući suvremene potrebe turista.
   - gastronomske rute i vinske ceste (koje povezuju ponudu agroturizma)
   - sportsko – rekreativne rute i sadržaji
   - kušaonice zagorskih proizvoda
   - razvoj seoskih ZOO

2. **SUSTAV RAZVOJA I UPRAVLJANJA**

   - uspostavljanje proizvodnog kluba agroturizma zagorja
   - edukacija pružatelja usluga, radionice, savjetovanje, studijska putovanja i slično.
   - izrada specifičnih itinerera i paketa[27]

[27] Masterplan KZŽ, raspoloživo na : (http://www.kzz.hr/sadrzaj/novosti/master-plan/Master-plan-razvoja-turizma-KZZ.pdf, od 125. Str.)

7.ZAKLJUČAK

Razmatrajući obrađenu temu, može se ustvrditi da je područje Krapinsko-zagorske županije specifična regionalna cjelina koja se odlikuje zanimljivim reljefnim oblicima, bujnom vegetacijom, mnoštvom prirodnih ljepota ali isto tako obiluje raznovrsnim i vrijednim kulturno povijesnom baštinom (arheološkim lokalitetima, dvorcima, crkvama) i nematerijalnom kulturnom baštinom koja obogaćuje kulturnu djelatnost čitave županije kroz razne manifestacije , ustanove i susrete.

Zahvaljujući navedenim vrijednostima koje posjeduje, Krapinsko-zagorska županija ima vrlo dobre preduvjete za razvoj turizma.

Iako je u današnje vrijeme glavnina turizma Hrvatske bazirana na njenoj obali, Krapinsko-zagorska županija sve više ulaže u kvalitetan razvoj turističke ponude i na taj način privlači sve veći broj posjetitelja.

Zahvaljujući iznimnom kulturnom i povijesnom naslijeđu, Krapinsko-zagorska županija je u mogućnosti razvijati kulturni turizam, ali isto tako posjeduje brojne resurse za kvalitetan razvoj seoskog turizama, poslovnog turizma, aktivnog sportskog i avanturističkog turizma, turizma baziranog na obiteljskom odmoru kao i religijskog turizma.

U tom je cilju potrebno širiti tržište, izgraditi nove objekte i preurediti postojeće kako bi se mogla zadovoljiti određena vrsta potražnja.

Upravo je to najbolji mogući način za razvoj turizma i iskorištavanje potencijala u kontinentalnom dijelu Hrvatske.

LITERATURA

1. Državni zavod za statistiku – Republika Hrvatska: raspoloživo na www.dzs.hr (10.08.2015.)

2. Geić, S. : Turizam i kulturno nasljeđe, Veleučilište u Splitu, 2002.

3. Hrvatska gospodarska komora: raspoloživo na www.hgk.hr (01.08.2015.)

4. Javna ustanova za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode Krapinsko- zagorske županije, raspoloživo na: http://www.zagorje-priroda.hr (15.06.2017)

5. Krapinsko-zagorska županija, raspoloživo na www.kzz.hr (17.07.2015.)

6. Krapinsko-zagorska županija, wikipwdija: dostupno na https://hr.wikipedia.org/wiki/Krapinsko-zagorskazupanija (22.08.2015.)

7. Master plan razvoja Krapinsko-zagorske županije: raspoloživo na www.kzz.hr/materplan-turizma-kzz (17.08.2015)

8. Narodne novine d.d., raspoloživo na : https://www.nn.hr/ (15. 06. 2017)

9. Petrić, L. : Osnove turizma, Ekonomski fakultet Split, Split, 2003.

10. Strategija razvoja Krapinsko-zagorske županije do 2020.godine , raspoloživo na :http://www.zara.hr/files/file/pdf/KZZ_Strategija_Razvoja.pdf

11. Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije: raspoloživo na www.tzkzz.hr (20.07.2015)

PRILOZI

POPIS SLIKA

SLIKA 1. Geografski položaj Krapinsko-zagorske županije 6
SLIKA 2. Teritorijalno polotički ustroj Krapinsko-zagorske županije.....7

POPIS GRAFIKONA

GRAFIKON 1. Smještajni kapaciteti u Krapinsko-zagorskoj županiji.....21
GRAFIKON 2. Broj turističkih dolazaka i noćenja u KZŽ.....25
GRAFIKON 3. Broj dolazaka domaćih i stranih gostiju u KZŽ (2011-2014).....26
GRAFIKON 4. Broj noćenja domaćih i stranih gostiju u KZŽ.....26
GRAFIKON 5. Dužina boravka domaćih i stranig gostiju u KZŽ.....27
GRAFIKON 6. Dolasci domaćih gostiju u KZŽ (2012-2013).....27
GRAFIKON 7. Noćenja domaćih gostiju u KZŽ (2012-2014).....28
GRAFIKON 8. Dolasci stranih gostiju u KZŽ (2012-2014).....28
GRAFIKON 9. Noćenja stranih gostiju u KZŽ (2012-2014).....29
GRAFIKON 10. Noćenja prema smještajnim kapacitetima u KZŽ.....30

SAŽETAK

Turizam je jedna od najvažnijih gospodarskih grana u Republici Hrvtaskoj. Krapinsko-zagorska županija se odlikuje mnoštvom prirodnih ljepota i bogatom kulturno povijesnom baštinom kao i nematerijalnom kulturnom baštinom koja obogaćuje kulturnu djelatnost čitave županije. Unatoč velikom potencijalu, turizam nije dovoljno razvijen i upravo se ovaj rad bavi analiziranjem tog problema. Cilj rada je pronaći način kako privući što veći broj domaćih i inozemnih posjetitelja u Krapinsko-zagorskoj županiji a za to je potrebno istražiti aktualno stanje i mogućnosti razvoja turizma u županiji. Uzimajući u obzir brojne resurse potrebne za razvoj turizma potrebno je šititi tržište, izgraditi nove objekte, preurediti postojeće te proširiti turističku ponudu županije. Razvojem turizma u kontinentalnim područjima, unaprijedio bi se gospodarski razvoj a Hrvatska bi se promovirala kao cjelovita turistička destinacija.

Ključne riječi: Krapinsko- zagorska županija, turizam, resursi, razvoj.

SUMMARY

Tourism is one of the most important economical sectors in Croatia. Krapina-Zagorje county is known for a multitude of natural beauties and a rich cultural and historical legacy as well as an intangible cultural legacy which enriches the cultural activities of the county. Despite a large potential, tourism is insufficiently developed and this thesis deals with the analysis of that problem. The aim of this thesis is to find a way how to attract a bigger number of domestic and foreign visitors to the Krapina- Zagorje county and to do so it is necessary to explore the current state and the possibilities of the county's development. Considering the numerous resources needed for the development of tourism it is necessary to expand the market, to build new facilities, to improve the existing ones and to expand the tourist offer of the county. Developing tourism in the continental areas would enhance the economic development and Croatia would be promoted as a complete tourist destination.

Key words: Krapina-Zagorje county, tourism, resources, development