

# Hrvatsko zagorje kao turistička destinacija - danas i sutra

---

**Horvatek, Mateja**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2021**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **The University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić / Veleučilište s pravom javnosti Baltazar Zaprešić**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:129:631709>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-01-04**

*Repository / Repozitorij:*

[Digital Repository of the University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić - The aim of Digital Repository is to collect and publish diploma works, dissertations, scientific and professional publications](#)



**VELEUČILIŠTE**  
**s pravom javnosti**  
**BALTAZAR ZAPREŠIĆ**

**Zaprešić**

**Preddiplomski stručni studij Poslovanje i upravljanje**  
**Menadžment u kulturi**

**MATEJA HORVATEK**

**HRVATSKO ZAGORJE KAO TURISTIČKA**  
**DESTINACIJA- DANAS I SUTRA**

**PREDDIPLOMSKI ZAVRŠNI RAD**

**Zaprešić, 2021. godine**

**VELEUČILIŠTE**  
**s pravom javnosti**  
**BALTAZAR ZAPREŠIĆ**  
**Zaprešić**

**Preddiplomski stručni studij Poslovanje i upravljanje**  
**Menadžment u kulturi**

**PREDDIPLOMSKI ZAVRŠNI RAD**

**HRVATSKO ZAGORJE KAO TURISTIČKA**  
**DESTINACIJA- DANAS I SUTRA**

**Mentor:**

**Suzana Herman mag. oec., v. pred.**

**Student/ica:**

**Mateja Horvatek**

**Naziv kolegija:**

**TURISTIČKO POSLOVANJE I UPRAVLJANJE**

**JMBAG studenta:**

**0234056586**

**Zaprešić, 2021. godine**

## IZJAVA

### Izjava o autorstvu završnog rada i akademskoj čestitosti

Ime i prezime studenta: **MATEJA HORVATEK**

Matični broj studenta: **0234056586**

Naslov rada: „**Hrvatsko zagorje kao turistička destinacija – danas i sutra**“

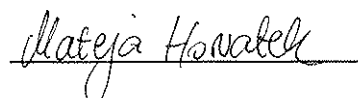
Pod punom odgovornošću potvrđujem da je ovo moj autorski rad čiji niti jedan dio nije nastao kopiranjem ili plagiranjem tuđeg sadržaja. Prilikom izrade rada koristio sam tuđe materijale navedene u popisu literature, ali nisam kopirao niti jedan njihov dio, osim citata za koje sam naveo autora i izvor te ih jasno označio znakovima navodnika. U slučaju da se u bilo kojem trenutku dokaže suprotno, spreman sam snositi sve posljedice uključivo i poništenje javne isprave stečene dijelom i na temelju ovoga rada.

Potvrđujem da je elektronička verzija rada identična onoj tiskanoj te da je to verzija rada koju je odobrio mentor.

Datum

**18.6.2021. godine**

Potpis studenta



## SADRŽAJ

<b>SAŽETAK.....</b>	<b>1</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>1</b>
<b>1. UVOD.....</b>	<b>2</b>
1.1. Predmet i cilj istraživanja .....	2
1.2. Istraživačka pitanja .....	2
1.3. Metode istraživanja.....	3
1.4. Struktura rada .....	3
<b>2. TEORIJSKI OKVIR TURIZMA.....</b>	<b>4</b>
2.1. Pojam i karakteristike turizma .....	4
2.2. Vrste turizma .....	6
2.3. Trendovi u turizmu .....	7
<b>3. TEMELJNA OBILJEŽJA HRVATSKOG ZAGORJA KAO TURISTIČKE DESTINACIJE .....</b>	<b>11</b>
3.1. Geografske značajke.....	11
3.2. Klimatska obilježja .....	12
3.3. Prometna infrastruktura .....	13
3.4. Prirodna baština .....	14
<b>4. ANALIZA TURISTIČKE PONUDE I POTRAŽNJE HRVATSKOG ZAGORJA. 18</b>	
4.1. Zaštićena kulturna baština .....	18
4.1.1. Medičarski obrt s područja sjeverozapadne Hrvatske i Slavonije.....	19
4.1.2. Muzej "Staro selo" Kumrovec .....	20
4.2. Toplički turizam Krapinsko-zagorske županije.....	21
4.2.1. Stubičke toplice .....	21
4.2.2. Krapinske toplice.....	22
4.2.3. Terme Tuhelj.....	23
4.2.4. Terme Jezerčica.....	24
4.3. Ponuda u okviru ruralnog turizma Hrvatskog zagorja.....	24
4.3.1. Objekti na ruralnom prostoru .....	24
4.3.2. Poljoprivredna poduzeća i ugostiteljski objekti .....	25

4.3.3.	Gastro doživljaji .....	26
4.3.4.	Tematske rute .....	26
4.4.	Smještajni kapaciteti.....	26
4.5.	Analiza turističke potražnje .....	27
<b>5.</b>	<b>BUDUĆI PLANOVI RAZVOJA TURIZMA HRVATSKOG ZAGORJA .....</b>	<b>29</b>
5.1.	Analiza Master plana razvoja turizma Krapinsko-zagorske županije 2016.-2025....	29
5.1.1.	Prioritetni investicijski projekti .....	30
5.1.2.	Ostali projekti .....	32
5.2.	Kritički osvrt.....	33
<b>6.</b>	<b>ZAKLJUČAK .....</b>	<b>35</b>
	<b>LITERATURA .....</b>	<b>37</b>
	<b>POPIS SLIKA I TABLICA .....</b>	<b>43</b>
	<b>ŽIVOTOPIS.....</b>	<b>44</b>

## SAŽETAK

Hrvatsko zagorje opravdava status najuspješnije turističke destinacije na području Kontinentalne Hrvatske čemu u prilog govore podaci o rastu turističkog prometa i različiti pokazatelji stalnog rada na unapređenju turističke ponude. Najdominantniji turistički oblici u Hrvatskom zagorju trenutno su toplički i ruralni turizam. Dobra prometna povezanost i lokacija, netaknute prirodne ljepote, bogata povijesna i kulturna baština daju ovoj destinacije i brojne predispozicije za daljnji rast i razvoj. Na toj osnovi napravljen je i Master plan razvoja turizma za razdoblje od 2016. do 2025. godine, unutar kojeg su predstavljeni različiti projekti čija će provedba znatno podignuti ponudu destinacije, posebno u području topličkog, ruralnog i kulturnog turizma, omogućiti razvoj znanja i kompetencija zaposlenika u turističkom sektoru i utjecati na privlačenje novih turističkih tržišta.

**Ključne riječi:** *Hrvatsko zagorje, toplički turizam, ruralni turizam*

## ABSTRACT

Hrvatsko zagorje justifies the status of the most successful tourist destination in Continental Croatia, which is supported by data on the growth of tourist traffic and various indicators of continuous work on improving the tourist offer. The most dominant tourist forms in Hrvatsko zagorje currently are spa and rural tourism. Good transport connections and location, untouched natural beauty, rich historical and cultural heritage give this destination many predispositions for further growth and development. On this basis, the Master Plan for tourism development for the period from 2016 to 2025 was made, within which various projects were presented, the implementation of which will significantly increase the offer of destinations, especially in the field of spa, rural and cultural tourism, enable the development of knowledge and competencies in the tourism sector and influence the attraction of new tourism markets.

**Keywords:** *Hrvatsko zagorje, spa tourism, rural tourism*

## **1. UVOD**

Za razliku od Jadranske Hrvatske, koja osim prirodnih ljepota, kao glavni turistički proizvod ističe "sunce i more", Hrvatsko zagorje destinacija je orijentirana na zdravlje i wellnes, obiteljski i aktivni odmor.

### **1.1. Predmet i cilj istraživanja**

Hrvatsko zagorje najuspješnija je destinacija kontinentalnog turizma Hrvatske. Tomu doprinose netaknute prirodne ljepote, bogata povijest i tradicija i autentičnost ovog lokaliteta. U tome se posebno ističu pronađeni ostaci neandertalaca, tradicija izrade medicinskih proizvoda i rodno selo Josipa Broza Tita u kojem danas postoji Muzej "Staro selo Kumrovec". Među različitim turističkim oblicima koji su tu zastupljeni, posebno se ističu ruralni i toplički turizam, koji su ujedno i najveći pokretači turističkog rasta u Zagorju.

U okviru ovog rada istražuje se trenutno stanje i perspektive turističkog razvoja Hrvatskog zagorja. Pri tom se postavlja temeljni cilj istraživanja- prikazati Hrvatsko zagorje kao destinaciju koja opravdava status vodeće destinacije kontinentalnog turizma u Hrvatskoj, kroz analizu trenutne turističke ponude i potražnje i analizu planova budućeg turističkog razvoja. Unutar ovog poseban naglasak se stavlja na mogućnosti razvoja destinacije i privlačenje turista u post-pandemijskom razdoblju.

### **1.2. Istraživačka pitanja**

Iz temeljnog cilja proizlaze i istraživačka pitanja na koja će se odgovoriti u zaključku rada.

**I.P.1.** Je li toplički turizam Krapinsko-zagorske županije temeljni činitelj turističkog rasta u Hrvatskom zagorju?

**I.P.2.** Ispunjava li Hrvatsko zagorje uvjete za oporavak turizma u postpandemijskom razdoblju, kada su distanciranje, higijena i održivost temeljni motivi za privlačenje turista u destinaciju?

**I.P.3.** Na koji će način budući planovi razvoja turizma pomoći u ostvarenju destinacijskih ciljeva i povećanju turističkog prometa?



### 1.3. Metode istraživanja

Rad se sastoji od dva dijela, teorijskog i empirijskog, a oba su napravljena temeljem sekundarnog istraživanja. Za izradu teorijskog dijela rada koristi se relevantna akademska literatura. Prilikom istraživanja turističke ponude Hrvatskog zagorja i planova njegovog budućeg razvoja koriste se dostupne publikacije, statistički podaci objavljeni od strane Krapinsko-zagorske županije na njihovim službenim stranicama i drugi relevantni internet izvori.

### 1.4. Struktura rada

Rad se sastoji od šest međusobno povezanih cjelina.

Nakon uvoda prikazuje se teorijski okvir temeljnih odrednica turizma pri čemu se opisuju pojam turizma, njegove vrste i turistički trendovi. Treće poglavlje rada, pod nazivom *Temeljna obilježja Hrvatskog zagorja kao turističke destinacije* identificira teritorijalni okvir, klimatske uvjete u destinaciji i razvijenost prometne infrastrukture. U četvrtom dijelu rada prelazi se na analizu cjelokupne turističke ponude i potražnje Hrvatskog zagorja. Za početak će se istražiti i prikazati osnovna ponuda destinacije uključujući zaštićenu prirodnu baštinu. Potom slijedi detaljna analiza ponude u okviru topličkog i ruralnog turizma obzirom da su to dva najzastupljenija turistička oblika u destinaciji. Na kraju poglavlja izvršava se analiza postojećih smještajnih kapaciteta i turističke potražnje prema ostvarenom broju dolazaka i noćenja u 2019. godini. Nakon što se ustanovi trenutno stanje po pitanju turističke ponude i potražnje, u petom dijelu rada prelazi se na istraživanje budućih razvojnih planova turizma u Zagorju. Za potrebe izvršenja takvog istraživanja analizira se Master plan razvoja turizma Krapinsko-zagorske županije 2016.-2025. Ovo ujedno služi kao podloga za usporedbu i davanje smjernica razvoja turizma u Hrvatskom zagorju. U zaključku rada autorica iznosi svoj kritički osvrt i daje odgovore na istraživačka pitanja postavljena tijekom uvoda.

## 2. TEORIJSKI OKVIR TURIZMA

Prije prelaska na samu srž istraživanja problema ovog rada, u nastavku poglavlja daje se teorijski okvir turizma pri čemu se navode definicije i karakteristike turizma, identificiraju njegove vrste i globalni trendovi koji obilježavaju turističku industriju.

### 2.1. Pojam i karakteristike turizma

Turizam ima mnogobrojne definicije. Gotovo svaki autor koji se bavi istraživanjem ovog problema, dao je vlastito pojmovno određenje turizma. U nastavku slijedi prikaz samo nekih od definicija.

Najčešće korištenu, a inače i službenu definiciju turizma dala je Svjetska turistička organizacija prema kojoj je turizam "društveni, kulturni i ekonomski fenomen koji podrazumijeva kretanje ljudi u zemlje ili mjesta izvan njihovog uobičajenog mjesta prebivališta u osobne ili poslovne svrhe"<sup>1</sup>. Iz definicije je vidljivo da turizam uključuje dva važna elementa: putnika i putovanje. Putovanje se, prema autorima Emre Dilek i Dilek (2018: 1) pri tom odnosi na "aktivnost putnika", a putnik je "osoba koja se kreće između različitih zemljopisnih mjesta, u bilo koju svrhu i u određenom vremenskom trajanju". Vodič za pojmove i definicije u međunarodnom turizmu ističe kako turistički boravak "ne smije biti duži od 12 mjeseci i kraći od 24 sata"<sup>2</sup>.

Mc Intosh i Goldner (prema Central Board of Secondary Education in Delhi, 2014) objašnjavaju turizam kao zbroj pojava i odnosa koji proizlaze iz interakcije turista, dobavljača, nacionalnih vlada i poduzeća u procesu privlačenja i ugošćavanja posjetitelja u destinaciji. Prema ovom pojmovnom određenju turizma, on uključuje širok spektar ljudi, djelatnosti i objekata, koji se u literaturi promatraju pod skupnim nazivom "turistička industrija" (Cook, Hcu i Taylor, 2018), čije su komponente prikazane unutar Tablice 1., a uključuju usluge smještaja, hrane i pića, prijevoza putnika, usluge turističkih agencija te usluge sporta i rekreacije.

---

<sup>1</sup> World Tourism Organization (2021). *Glossary of Tourism Terms*. Dostupno na: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> (pristupljeno 08.04.2021.)

<sup>2</sup> Ministarstvo gospodarstva Ujedinjenih Arapskih Emirata (2013). *Guide of Concepts & Definitions of International Tourism*. Tourism Awareness Series Promotion. Fifth Version, str. 21. Dostupno na: <https://www.economy.gov.ae/Publications/GUIDE%20OF%20CONCEPTS%20AND%20DEFINITIONS.pdf> (pristupljeno 09.04.2021.)

U svojoj godišnjoj analizi koja kvantificira globalni utjecaj putovanja i turizma na ekonomiju i zapošljavanje u 185 zemalja i 25 regija svijeta, istraživanje Svjetskog savjeta za putovanja i turizam otkriva da je taj sektor činio 10,4% globalnog bruto domaćeg proizvoda i zapošljavao ukupno 319 milijuna ljudi u 2018. godini<sup>3</sup>.

**Tablica 1. Komponente turističke industrije**

Usluge smještaja	Usluge hrane i pića
Usluge željezničkog prijevoza putnika	Usluge cestovnog prijevoza putnika
Usluge prijevoza putnika na vodi ili moru	Usluge zračnog prijevoza putnika
Usluge iznajmljivanja transportne opreme	Usluge turističkih agencija
Usluge u kulturi	Usluge sporta i rekreacije
Turistička roba specifična za zemlju	Turističke usluge specifične za zemlju

Izvor: Cook, A.R., Hcu, C.H.C. i Taylor, L.L. (2018) *Tourism: The Business of Hospitality and Travel*. 6th edition. New Jersey: Pearson, str. 6.

Osim velikog utjecaja na zapošljavanje, turizam ima i brojne druge pozitivne učinke na destinaciju kroz promoviranje kulturne svijesti i očuvanje lokalne kulture i tradicije; prihod od turizma može se koristiti za razvoj lokalne infrastrukture i usluga (npr. izgradnja novih cesta, zračne luke i slično); prirodna obilježja neke destinacije koja su ujedno i faktor privlačenja turista, mogu se zaštititi ulažući u njih prihode od turizma.<sup>4</sup> Turizam omogućuje kulturnu razmjenu između turista i lokalnog stanovništva. Izložbe, konferencije i događaji obično privlače turiste, a njihova organizacijska tijela zarađuju od kotizacija, prodaje poklona, izložbenih prostora i prodaje autorskih prava na medije. Nadalje, turizam je sjajna prilika za strance da nauče o novoj kulturi, ali stvara i brojne mogućnosti lokalnim građanima. Omogućuje mladim poduzetnicima da uspostave nove proizvode i usluge koji ne bi bili održivi ukoliko bi se nudili samo lokalnom stanovništvu.<sup>5</sup>

<sup>3</sup> Svjetski savjet za putovanja i turizam –WTTC (2019). *Travel & Tourism Economic Impact 2019*. Dostupno na: <https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/raziskave/raziskave/world2019.pdf> (pristupljeno 09.04.2021.)

<sup>4</sup> Internet Geography (2021). What is the impact of tourism? Dostupno na: <https://www.internetgeography.net/topics/what-is-the-impact-of-tourism/> (pristupljeno 09.04.2021.)

<sup>5</sup> Yehia, J. (March, 2019). The Importance of Tourism on Economies. Global Edge. Dostupno na: <https://globaledge.msu.edu/blog/post/55748/the-importance-of-tourism-on-economies-a> (pristupljeno 09.04.2021.)

## 2.2. Vrste turizma

U literaturi se turizam dijeli prema različitim kriterijima. Za potrebe ovog rada, uzeta je podjela Ministarstva gospodarstva Ujedinjenih Arapskih Emirata koji turizam dijeli temeljem četiri osnovna kriterija<sup>6</sup>, kako prikazuje Tablica 2.

Obzirom na broj putnika, turizam može biti individualni koji podrazumijeva samostalno ili obiteljsko putovanje i grupni koji se obično odnosi na putovanje nekoliko osoba, bilo u vlastitoj organizaciji ili paket aranžmanu<sup>7</sup>.

Tablica 2. Vrste turizma

Obzirom na broj putnika	Prema razini potrošnje turista
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ individualni</li><li>➤ grupni</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ turizam "milijunaša"</li><li>➤ turizam "visoke klase"</li><li>➤ socijalni ili javni turizam</li></ul>

Obzirom na geografsko područje	Obzirom na motivaciju za putovanjem
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ domaći</li><li>➤ međunarodni</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ sportski</li><li>➤ kulturni</li><li>➤ vjerski</li><li>➤ poslovni</li><li>➤ zdravstveni</li></ul>

Izvor: sistematizacija autorice, prema podacima Ministarstva gospodarstva Ujedinjenih Arapskih Emirata (2013). Guide of Concepts & Definitions of International Tourism. Tourism Awareness Series Promotion. Fifth Version.

Prema razini potrošnje turista razlikuju se tri turistička oblika. Prvi, turizam "milijunaša" uključuje bogate osobe koje putuju vlastitim prijevoznim sredstvima poput jahti i privatnih zrakoplova. Turizam "visoke klase" odnosi se na pružatelje usluga u turizmu orijentirane posjetitelje visoke kupovne moći (hoteli s pet zvjezdica, sjedala prve klase u zrakoplovima, itd.). Posljednja podvrsta je socijalni, odnosno javni turizam usmjeren na osobe s ograničenim primanjima<sup>8</sup>.

<sup>6</sup> Ministarstvo gospodarstva Ujedinjenih Arapskih Emirata (2013)., op. cit.

<sup>7</sup> Ibid

<sup>8</sup> Ibid

Obzirom na geografsko područje razlikuju se domaći i međunarodni turizam. Domaći turizam uključuje putovanja ljudi unutar državnih granica vlastite zemlje<sup>9</sup>. S druge strane, međunarodni turizam podrazumijeva putovanje iz jedne države u drugu<sup>10</sup>.

Posljednja podjela ujedno je i najčešće korištena, a dijeli turizam obzirom na motivaciju za putovanjem. Pri tom se razlikuju osnovne vrste- kulturni, rekreacijski, vjerski, sportski, poslovni i turizam posebnih interesa. U okviru kulturnog turizma, ljudi putuju kako bi posjetili kulturne atrakcije poput kulturne baštine i umjetničkih manifestacija, te kako bi upoznali tradiciju i običaje nekog mjesta (Mousavi, Doratli, Mousavi i Moradiahari, 2016). Vjerski turizam uključuje hodočasnička putovanja, posjet svetim mjestima, crkveni turizam, putovanja za bogoslužja i vjerske misije.<sup>11</sup> Sportski turizam odnosi se na aktivno sudjelovanje u nekoj vrsti rekreativne aktivnosti ili sudjelovanje u nekom sportskom ili događaju kao natjecatelj ili gledatelj.<sup>12</sup> Poslovni turizam podrazumijeva putovanje vezano uz različite poslovne aktivnosti ili sudjelovanje na sajmovima, konferencijama i sličnim poslovnim događajima<sup>13</sup>. Zdravstveni turizam u svoj fokus stavlja putovanja zbog poboljšanja čovjekovog mentalnog i fizičkog zdravlja, bilo da se radi o odlasku na različite operativne zahvate ili je pak riječ o odlasku u wellnes centar (Smith i Puczk, 2015).

### 2.3. Trendovi u turizmu

Svjetski turistički informacijski sustav World Travel Monitor u 2018. godini proveo je istraživanje turističkih trendova, a rezultati su ukazali na sljedeće činjenice:

- najveći turistički rast ostvarile su Europska i Azijska regija;
- najveća prijetnja globalnom turizmu su teroristički napadi, a europske destinacije se smatraju se najsigurnijima odredištima za putovanja;

---

<sup>9</sup> Enciklopedija turizma (2015). Domaći turizam. Dostupno na: [https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007%2F978-3-319-01669-6\\_255-1](https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007%2F978-3-319-01669-6_255-1) (pristupljeno 09.04.2021.)

<sup>10</sup> Organisation of Islamic Cooperation (2018). *International Tourism in D-8 Member States: Status and Prospects*. Ankara: Statistical, Economic and Social Research and Training Centre for Islamic Countries. Dostupno na: <https://www.sesric.org/files/article/654.pdf> (pristupljeno 09.04.2021.)

<sup>11</sup> Ministarstvo vanjskih poslova Europske unije (2020). Potencijal europskog tržišta za vjerski turizam. Dostupno na: <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/religious-tourism/market-potential> (pristupljeno 09.04.2021.)

<sup>12</sup> Domokos, M., Dorka, P., Gyori, F. i Kiss, G. (n.d.). Recreational Tourism and Recreation of Tourists. Dostupno na: [http://www.jgypk.hu/tamop15e/tananyag\\_html/Rekreacio\\_I\\_angol/ii4\\_recreational\\_tourism\\_the\\_recreation\\_of\\_tourists.html](http://www.jgypk.hu/tamop15e/tananyag_html/Rekreacio_I_angol/ii4_recreational_tourism_the_recreation_of_tourists.html) (pristupljeno 09.04.2021.)

<sup>13</sup> Ministarstvo gospodarstva Ujedinjenih Arapskih Emirata (2013)., op. cit.

- u 2018. godini 30% destinacija bilo je prenapučeno turistima; u čemu prednjače Azija i Sjeverna Amerika sa 17% (svjetski prosjek iznosi 12%);
- internet je glavni izvor informacija o putovanjima i odredištima za 82% turista; rezervacije se također odvijaju posredstvom interneta, a rezerviranje preko putničkih agencija bilježi drastičan pad.

Euromonitor International (2019) proveo je istraživanje ponašanja turista prema kojem su utvrđeni sljedeći turistički trendovi:

- svijet postaje "pametniji" pod utjecajem novih tehnologija i inovativnog razmišljanja što utječe na stvaranje novih proizvoda i usluga u turizmu;
- turisti traže nova iskustva koja se podudaraju s njihovim životnim stilom;
- sve je veća potraga za autentičnim iskustvima, što vrši pritisak na stakeholdere u destinacijama da ulože više u kvalitetu, jedinstvenost i diferencijaciju svoje ponude;
- sve veća važnost pridaje se zaštiti okoliša zbog čega je održivi turizam u centru pozornosti, kako turista tako i odredišta;
- svake godine bilježi se sve veći broj razvoda, rađa se sve manje djece, a sve više ljudi odlučuje živjeti samo, pa samim time i putovati bez pratnje;
- digitalizacija i sve veće korištenje interneta stvara generaciju novih turista, a kao odgovor na to razvijen je i novi turistički oblik "pametni turizam" koji koristi senzore, pametne aplikacije i brojne druge elemente posredstvom tehnologije.

Navedeni trendovi odnosili su se na istraživanja u svjetskom turizmu koja su provedena tijekom 2018. i 2019. godine, kada je globalni turistički promet dosegnuo svoj najveći rast. Međutim, situacija se početkom 2020. godine u potpunosti promijenila. U kineskom gradu Wuhanu krajem 2019. godine zdravstveni djelatnici kod pacijenta su otkrili upalu pluća čiji uzrok na samom početku nije bio poznat. Već nakon nekoliko dana u tamošnje bolnice zaprimljeno je još 40 pacijenata s istim simptomima. Virus je dobio ime COVID-19 (Huang et. al, 2020).

Međunarodnim zračnim linijama virus je prenesen na sve kontinente, a do travnja 2020. godine preko 125 tisuća ljudi u 200 zemalja svijeta umrlo je od njegovih posljedica<sup>14</sup>.

Ovo je prouzrokovalo globalnu krizu koja traje i u trenutku pisanja ovog rada. Obzirom da prvih mjeseci nije postojalo cjepivo protiv virusa, sve države svijeta na pandemiju su odgovarale koristeći brojna ograničenja i mjere, među kojima se ističe stavljanje cijele države ili samo pojedinih područja u karantenu, obveza distanciranja među ljudima, zabrana rada brojnih djelatnosti, odnosno poduzeća (naročito uslužnih). Osim toga zabranjeno je održavanje svih događaja i manifestacija, a letovi su ograničeni ili potpuno zabranjeni što je ostavilo negativne posljedice na sva gospodarstva, a posebice na turistički sektor<sup>15</sup>.

Pandemija je osim posljedica na ljudsko zdravlje i svjetsku ekonomiju, utjecala i na ponašanje potrošača u turizmu. U razdobljima kada su putovanja dozvoljena (što ovisi o broju zaraženih i mjerama i ograničenjima neke države) turisti odabiru ona odredišta koja nisu prenapučena posjetiteljima. Ovo ujedno stvara i brojne mogućnosti za odredišta koja do sada nisu prepoznata kao poželjne turističke destinacije, a koja, ukoliko ulože u svoju promociju i ponude proizvode i usluge koji udovoljavaju trenutnim zdravstvenim standardima, mogu postati jedna od najprihvatljivijih destinacija za putovanja u postpandemijskom razdoblju. Što se tiče turističkih oblika, najpoželjniji je ruralni turizam za koji se smatra kako će biti jedno od rješenja za buduća putovanja (Chebli i Said, 2020).

Rodriguez (2021) navodi nekoliko trendova koji će obilježiti turizam i putovanja u postpandemijskom razdoblju. U prvom redu zahtijevati će se izvrsnost u zdravstvenim i higijenskim standardima kod svih pružatelja usluga u turizmu. Autor veliku važnost pridaje komunikaciji ističući kako će razvoj novih proizvoda i marketinške strategije koje poduzeća poduzmu označavati razliku između uspjeha i neuspjeha. Od izuzetne važnosti je razvoj beskontaktnih načina plaćanja, razvoj mobilnih turističkih aplikacija posredstvom virtualne stvarnosti i drugih proizvoda koji će omogućiti posjetiteljima potpuno turističko iskustvo uz minimalan socijalni kontakt. Održivost je bila rastući trend prije nego što se pandemija dogodila, a danas ona mora postati imperativ za različite destinacije i poduzeća. Cilj je inteligentno iskorištavanje svih resursa bez da ih se kompromitira. Još jedan važan faktor u

---

<sup>14</sup> European Centre for Disease Prevention and Control- ECDC (2020). *COVID-19 Situation update worldwide*. Dostupno na: <https://www.ecdc.europa.eu/en/geographical-distribution-2019-ncov-cases> (pristupljeno 10.04.2021.)

<sup>15</sup> The Foreign and Commonwealth Office (2020). *Foreign Secretary advises all British travelers to return to the UK now*. FCO. Dostupno na: <https://www.gov.uk/government/news/foreign-secretary-advises-all-british-travelers-to-return-to-the-uk-now> (pristupljeno 10.04.2021.)

obnovi turizma je zajedničko djelovanje, odnosno sinergija svih stakeholdera u destinaciji, uključujući lokalne vlasti, turističke zajednice, zdravstveni sustav i sva poduzeća u destinaciji.



### 3. TEMELJNA OBILJEŽJA HRVATSKOG ZAGORJA KAO TURISTIČKE DESTINACIJE

U ovom poglavlju rada istražuju se temeljna obilježja Hrvatskog zagorja kao turističke destinacije, pri čemu se utvrđuju njegove geografske značajke, klimatska obilježja, prometna infrastruktura i postojeća prirodna baština.

#### 3.1. Geografske značajke

Hrvatsko zagorje (Slika 1.) smješteno je u sjeverozapadnoj Hrvatskoj, prostire se na otprilike 1.900 km<sup>2</sup> i obuhvaća županije: Krapinsko-zagorsku (1.229 km<sup>2</sup>), Varaždinsku i Zagrebačku. Kroz njegov teritorij prolaze rijeke Sutla, Krapina i Bednja, a područje je i brojnih niskih gora uključujući Ivančicu, Strahinčicu, Desiničku goru i Brezovicu.<sup>16</sup> Najveći gradovi su Ivanec, Krapina, Lepoglava, Bedekovčina, Oroslavlje i Zlatar.<sup>17</sup>



**Slika 1. Hrvatsko zagorje, prikaz teritorija**

Izvor: Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije (2020). Dostupno na: <https://visitzagorje.hr/> (preuzeto 10.04.2021.)

<sup>16</sup> Enciklopedija.hr (2021). Hrvatsko zagorje. Dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=26529> (pristupljeno 10.04.2021.)

<sup>17</sup> Biruš, M. (2007). Hrvatsko zagorje. Dostupno na: <https://geografija.hr/hrvatsko-zagorje/> (pristupljeno 10.04.2021.)

Većina zagorskog tla građena je od lapora i pješčenjaka. Ukupno 57,7% površina je obradivo, a najviše se uzgajaju žitarice, krmno bilje, krumpir i povrće (Vidaček, Penezić i Plantak, 2018: 203). Na ovom teritoriju dominiraju hrast kitnjak i obični grab, dok su lipa, kesten i hrast lužnjak zastupljeni u manjoj mjeri.<sup>18</sup>

### 3.2. Klimatska obilježja

Zbog nedostupnosti relevantnih izvora koji se bave klimatskim obilježjima Hrvatskog zagorja, za potrebe izrade ovog dijela rada koriste se podaci iz Strategije razvoja Krapinsko-zagorske županije koju je izradila Zagorska razvojna agencija u 2009. godini. Inače ovaj dokument sadržava informacije o klimatskim obilježjima Krapinsko-zagorske županije, a obzirom da ona čini više od 64% teritorija Hrvatskog zagorja, iste se uzimaju kao relevantne za cijelo područje.

**Tablica 3. Najviše i najniže temperature u Hrvatskom zagorju**

Prosinac	Siječanj	Veljača	Ožujak	Lipanj, srpanj, kolovoz
-17,2°C	-20°C	-22°C	-15,5°C	+30°C

Izvor: sistematizacija autorice, prema podacima Zagorske razvojne agencije (2009)., str. 20.

U ovom području vlada kontinentalna klima sa izrazito hladnim zimama i svježim ljetima. Kako bi se prikazala temperaturna kretanja, izrađena je Tablica 3. Najhladniji mjesec je veljača sa zabilježenom najnižom temperaturom od -22°C. Lipanj, srpanj i kolovoz najtopliji su mjeseci kada se prosječne temperature kreću oko 26°C, a najviše zabilježene temperature prelazile su 30°C. Najčešća kišna razdoblja su tijekom svibnja, lipnja i srpnja, a snježne oborine kreću u studeno i traju tijekom cijele zime. Još jedna klimatska značajka Hrvatskog zagorja je magla, koja je prisutna tijekom cijele godine u jutarnjim i večernjim satima.<sup>19</sup>

<sup>18</sup> Biruš, M. (2007)., op.cit.

<sup>19</sup> Zagorska razvojna agencija (2009). *Strategija razvoja Krapinsko-zagorske županije*. Dostupno na: [http://europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/Krapinsko\\_zagorska\\_%C5%BEupanija.pdf](http://europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/Krapinsko_zagorska_%C5%BEupanija.pdf) (prestupljeno 10.04.2021.)

### 3.3. Prometna infrastruktura

Što se tiče prometne infrastrukture na području Hrvatskog zagorja, još jednom je kao relevantna uzeta Krapinsko-zagorska županija obzirom da ne postoje utvrđene točne granice obuhvata Hrvatskog zagorja u Zagrebačkoj i Varaždinskoj županiji. U tu svrhu izrađena je Tablica 4. koja prikazuje prometnu infrastrukturu na području Krapinsko-zagorske županije.

Ukupna duljina cesta iznosi 3.885,16 kilometara, od čega je 39 km autoceste, 283,2 km državnih cesta, 963,5 km otpada na razvrstane kategorizirane ceste, a preostalih 2.599,46 km su nerazvrstane ceste. Željeznička infrastruktura uključuje 103 kilometra dugu željezničku prugu na kojoj se nalaze 34 željezničke postaje.<sup>20</sup>

**Tablica 4. Prometna infrastruktura Krapinsko-zagorske županije**

<b>CESTOVNA INFRASTRUKTURA</b>			
<b>Razvrstane ceste</b>	<b>Nerazvrstane ceste</b>	<b>Državne ceste</b>	<b>Autoceste</b>
963,5 km	2.599,46 km	283,2 km	39 km

<b>ŽELJEZNIČKA INFRASTRUKTURA</b>		<b>ZRAČNI PROMET</b>
<b>Broj željezničkih postaja</b>	<b>Duljina željezničke pruge</b>	<b>Aerodromi / zračne luke</b>
34	103 km	1

Izvor: sistematizacija autorice rada, prema podacima Zagorske razvojne agencije (2009). Strategija razvoja Krapinsko-zagorske županije i Službene mrežne stranice Krapinsko-zagorske županije (pristupljeno 10.04.2021.)

Na području Hrvatskog zagorja nalazi se Krapinsko-zagorski aerodrom Zabok-Gubaševo koji je registriran za sportsko letenje i letenje balonima. Na njemu se održavaju i brojni događaji poput natjecanja u preciznom slijetanju i edukacije i tečajevi letenja.<sup>21</sup>

<sup>20</sup> Zagorska razvojna agencija (2009)., op. cit.

<sup>21</sup> Krapinsko-zagorski aerodrom Zabok-Gubaševo. Dostupno na: <http://www.zagorje-aerodrom.hr/hr/dogadjanja> (pristupljeno 11.04.2021.)

### 3.4. Prirodna baština

Područje Hrvatskog zagorja, odnosno Krapinsko-zagorske županije ima i iznimnu prirodnu baštinu. Ukupna površina zaštićenih područja iznosi 6522,01 hektara.<sup>22</sup> Zaštićena prirodna baština Hrvatskog zagorja uključuje dva značajna krajobrazna, četiri spomenika prirode, 10 spomenika parkovne arhitekture i jedan park prirode.<sup>23</sup> Njihov točan popis nalazi se unutar Tablice 5.

**Tablica 5. Popis prirodne baštine Hrvatskog zagorja**

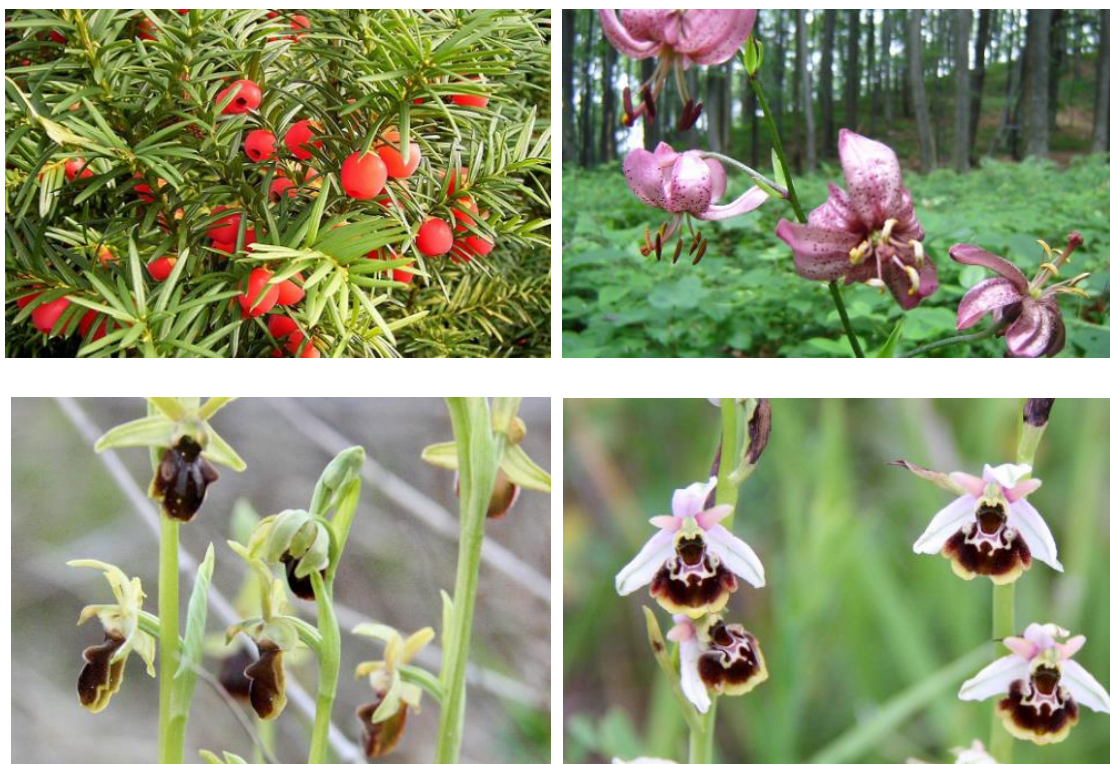
<b>ZNAČAJNI KRAJOBAZ</b>	1. Zelenjak- Risvička i Cesarska gora 2. područje Sutinskih toplica
<b>SPOMENIK PRIRODE</b>	3. Hušnjakovo (paleontološki spomenik) 4. Gupćeva lipa (drveće) 5. stara tisa kod Horvatovih stuba (drveće) 6. hrast kitnjak "Galženjak" (drveće)
<b>SPOMENIK PARKOVNE ARHITEKTURE</b>	7. park oko dvorca Hellenbach 8. park oko dvorca u Stubičkome Golubovcu 9. park oko dvorca u Mirkovcu 10. park oko dvorca u Gornjoj Bedekovčini 11. park oko dvorca u Bežancu 12. park oko dvorca u Donjem Oroslavlju 13. park oko dvorca u Selnici 14. park oko dvorca Klokovec 15. park oko dvorca u Miljani 16. stoljetna lipa u Desiniću
<b>PARK PRIRODE</b>	17. Medvednica

Izvor: Master plan razvoja turizma za razdoblje od 2016. do 2025. godine, str. 31. Dostupno na: <http://www.kzz.hr/master-plan-razvoja-turizma> (pristupljeno 7.04.2021.)

<sup>22</sup> Zagorje zeleno (2021). Dostupno na: <https://www.zagorje-priroda.hr/> (pristupljeno 10.04.2021.)

<sup>23</sup> Master plan razvoja turizma za razdoblje od 2016. do 2025. godine. Howarth Consulting Zagreb d.o.o. (2015). Dostupno na: <http://www.kzz.hr/master-plan-razvoja-turizma> (prestupljeno 7.04.2021.)

Park prirode Medvednica sadrži raznoliku floru i faunu sa čak 1.453 zabilježene biljne vrste. Na njezinom se području nalazi 12 šumskih zajednica među kojima se posebno ističu šume tise, hrasta kitnjaka, gorskog javora, običnog jasena, hrasta lužnjaka i običnog graba (Tablica 6.). Tisa je inače strogo zaštićena vrsta, baš kao i kranjski ljiljan, ljiljan zlatan te medvedničke orhideje. Podvrsta orhideja, rod "kokice" svojim se svojstvima prilagođavaju izgledu kukaca zbog čega imaju i nazive koji uključuju imena kukaca. Pa tako postoje kokica paučica, kokica pčelica, kokica mušica i bumbarova kokica. Medvednica se može podičiti i sa raznolikim svijetom gljiva od kojih je zabilježena ukupno 81 vrsta.<sup>24</sup>



**Slika 2. Tisa, kranjski ljiljan, kokica paučica i bumbarova kokica**

Izvor: Službene mrežne stranice Parka prirode Medvednica (2021). Dostupno na: <https://www.pp-medvednica.hr/priroda-i-kultura/biljni-svijet/> (prestupljeno 10.04.2021.)

Osim biljnih, Medvednica je dom i brojnih životinjskih vrsta (Tablica 6.). Zvijeri poput divlje mačke, kune, lasice i lisice i danas obitavaju na ovom području, a vuk i ris nestali su tijekom

<sup>24</sup> Službene mrežne stranice Parka prirode Medvednica (2021). Dostupno na: <https://www.pp-medvednica.hr/priroda-i-kultura/zivotinjski-svijet/> (prestupljeno 11.04.2021.)

posljednjeg desetljeća, baš kao tetrijeb i vidra. U parku živi 24 vrste šišmiša, veliki broj ptica grabljivica (škanjac, kopac, jastreb) ali i pjevica (crvendać, zeba i sjenica).

**Tablica 6. Biljne i životinjske vrste koje obitavaju u parku prirode Medvednica**

<b>BILJNE VRSTE</b>		
<b>Drveće i šume</b>	<b>Cvijeće</b>	<b>Gljive</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ tisa (<i>Taxus Baccata</i>)</li> <li>➤ šuma hrasta kitnjaka s runjikom</li> <li>➤ šuma gorskog javora i običnog jasen</li> <li>➤ šuma bukve i jele</li> <li>➤ šuma hrasta lužnjaka i običnog graba</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ kranjski ljiljan (<i>Lilium carnolicum</i>)</li> <li>➤ ljiljan zlatan (<i>Lilium martagon</i>).</li> <li>➤ kokica paučica (<i>Ophrys sphegodes</i>),</li> <li>➤ kokica pčelica (<i>O. apifera</i>),</li> <li>➤ kokica mušica (<i>O. insectifera</i>)</li> <li>➤ bumbarova kokica (<i>O. fuciflora</i>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ smeđelisna prljavica,</li> <li>➤ crvena trepavčica</li> <li>➤ ljubičasto-zelena</li> <li>➤ koprenka</li> <li>➤ borova bodljočaška</li> <li>➤ kestenova gubovka</li> <li>➤ ljubičasto siva vlažnica</li> <li>➤ ljepolisna puževica</li> <li>➤ maslinasta pločica</li> <li>➤ crveneća livadnica</li> </ul>

<b>ŽIVOTINJSKE VRSTE</b>		
<b>Zvijeri</b>	<b>Ptice</b>	<b>Vodozemci</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ divlja mačka</li> <li>➤ lisica</li> <li>➤ kuna</li> <li>➤ lasica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ škanjca (<i>Buteo buteo</i>)</li> <li>➤ jastreba (<i>Accipiter gentilis</i>)</li> <li>➤ vjetruše (<i>Falco tinnunculus</i>)</li> <li>➤ kopca (<i>Accipiter nissus</i>)</li> <li>➤ zeba (<i>Fringilla coelebs</i>)</li> <li>➤ crvendać (<i>Erithacus rubecula</i>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ smeđa krastača (<i>Bufo bufo</i>)</li> <li>➤ pjegavi daždevnjak (<i>Salamandra salamandra</i>)</li> </ul>
<b>Beskralježnjaci</b>	<b>Zmije</b>	<b>Leptiri</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ šumski mrav (<i>Formica rufa</i>)</li> <li>➤ gusjenice gubara (<i>Lymantria dispar</i>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ bjelica (<i>Zamenis longissimus</i>)</li> <li>➤ poskok (<i>Vipera ammodytes</i>)</li> <li>➤ smukulja (<i>Coronella austriaca</i>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ lastin rep (<i>Papilio machaon</i>)</li> <li>➤ prugasti jedarac (<i>Iphiclides podalirius</i>)</li> <li>➤ velika prelijevalica (<i>Apatura iris</i>)</li> <li>➤ kiseličin vatreni plavac (<i>Lycaena dispar</i>)</li> <li>➤ močvarna riđa (<i>Euphydryas aurinia</i>)</li> <li>➤ timijanov plavac (<i>Phengaris arion</i>)</li> </ul>

		➤ Grundov šumski bijelac ( <i>Leptidea morsei</i> )
--	--	---

Izvor: izrada autorice rada, prema podacima Službene mrežne stranice Parka prirode Medvednica (2021). Dostupno na: <https://www.pp-medvednica.hr/priroda-i-kultura/zivotinjski-svijet/> (prestupljeno 11.04.2021.)



**Slika 3. Bijelica, smukulja i poskok**

Izvor: Službene mrežne stranice Parka prirode Medvednica (2021). Dostupno na: <https://www.pp-medvednica.hr/priroda-i-kultura/zivotinjski-svijet/> (prestupljeno 10.04.2021.)

Park obiluje beskralježnjacima, vodozemcima i leptirima. Osim njih tu su i tri vrste zmija: bijelica, smukulja i poskok (Slika 3.). Potonji je inače zakonom zaštićena vrsta ali ujedno i najopasnija otrovnica koja obitava u Hrvatskoj, od čijeg ugriza čovjek može umrijeti ukoliko na vrijeme ne dobije protuotrov.<sup>25</sup>

<sup>25</sup> Službene mrežne stranice Parka prirode Medvednica (2021). Dostupno na: <https://www.pp-medvednica.hr/priroda-i-kultura/zivotinjski-svijet/> (prestupljeno 11.04.2021.)

#### 4. ANALIZA TURISTIČKE PONUDE I POTRAŽNJE HRVATSKOG ZAGORJA

Ovo poglavlje rada, zbog širine elemenata koji se odnose na turističku ponudu destinacije, među ostalim, detaljnije će se usredotočiti na analizu dva najistaknutija turistička oblika koja u njoj postoje, toplički i ruralni turizam.

##### 4.1. Zaštićena kulturna baština

U potrazi za podacima, odnosno popisom zaštićene kulturne baštine na području Krapinsko-zagorske županije kontaktirana su dva izvora: Master plan razvoja turizma za razdoblje od 2016. do 2025. godine i Web registar kulturnih dobara Republike Hrvatske dostupan od strane Ministarstva kulture i medija Republike Hrvatske. Međutim, postoji problem u nepodudaranju podataka. Naime, prema podacima Master plana, Krapinsko-zagorska županija ima ukupno 256 zaštićenih kulturnih dobara, dok ih je prema Web registru 213.<sup>26</sup> Za potrebe daljnje izrade rada, koriste se podjednako i jedni i drugi podaci.

Tablica 7. Zaštićena kulturna baština Krapinsko-zagorske županije

VRSTA ZAŠTIĆENIH KULTURNIH DOBARA	BROJ
Nematerijalno kulturno dobro	3
Nepokretno kulturno dobro- kulturno povijesna cjelina	12
Nepokretno kulturno dobro	184
Pokretno kulturno dobro- muzejska građa	6
Pokretno kulturno dobro- pojedinačno	38
Pokretno kulturno dobro- zbirka	13
<b>UKUPNO</b>	<b>256</b>

Izvor: Master plan razvoja turizma za razdoblje od 2016. do 2025. godine, str. 34. Dostupno na: <http://www.kzz.hr/master-plan-razvoja-turizma> (prestupljeno 7.04.2021.)

Tablica 7. sadrži popis zaštićene kulturne baštine Krapinsko-zagorske županije. Od ukupno 256 zaštićenih kulturnih dobara 196 otpada na nepokretna kulturna dobra (dvorci, crkve, kapele, spomenici, kulturno-povijesne cjeline, itd.), 57 na pokretna kulturna dobra (pokretne stvari od povijesnog, kulturnog, arheološkog znanstvenog i antropološkog značaja) i 3 na nematerijalna

<sup>26</sup> Ministarstvo kulture i medija Republike Hrvatske (2021). Web registar kulturnih dobara Republike Hrvatske. Dostupno na: <https://registar.kulturnadobra.hr/#/> (prestupljeno 12.04.2021.)



kulturna dobra.<sup>27</sup> U nastavku se izdvaja i opisuje nekoliko zanimljivih zaštićenih kulturnih dobara.

#### 4.1.1. Medičarski obrt s područja sjeverozapadne Hrvatske i Slavonije

Među neprepoznatljivijim simbolima hrvatskog identiteta nalazi se licitarsko srce (Slika 4.), inače, samo jedan u nizu proizvoda medičarskih obrta s područja sjeverozapadne Hrvatske i Slavonije. Umijeće izrade medičarskih proizvoda datira još iz srednjeg vijeka kada se pojavilo u europskim samostanima.<sup>28</sup>



**Slika 4. Izrada licitarskog srca**

Izvor: Hrvatska katolička mreža (2019). Dostupno na: <https://hkm.hr/kulturni-biseri/medicarski-obrt-na-podrucju-sjeverne-hrvatske/> (preuzeto 12.04.2021.)

Tijekom 18. stoljeća licitari su se izrađivali u drvenim kalupima za razliku od metalnih koji se koriste od početka 20. stoljeća, a tijesto za njihovu proizvodnju bilo je drugačije od onoga danas čiji sastojci uključuju šećer, vodu, brašno i mirodije. Medičarski obrt, osim izrade licitara uključuje još i proizvodnju bombona, piškota, lizaljki, krunica od tijesta, kao i izradu voštanih

<sup>27</sup> Master plan razvoja turizma za razdoblje od 2016. do 2025. godine (2015)., op. cit.

<sup>28</sup> Zajednica Hrvata u Republici Makedoniji (2021). Medičarski obrt na području sjeverne Hrvatske. Dostupno na: <http://www.zhrmk.org.mk/nematerijalna-ba%C5%A1tina-unesco/medi%C4%8Darski-obrt-na-podru%C4%8Dju-sjeverne-hrvatske> (prestupljeno 12.04.2021.)

svijeća. Tradicija medicarstva prenosi se s generacije na generaciju, a nekada se je za dobivanje titule majstora medicara trebalo izučavati četiri godine.<sup>29</sup>

#### 4.1.2. Muzej "Staro selo" Kumrovec

Priča o razvoju Muzeja "Staro selo" u Kumrovcu seže u 1947. godinu kada su ljudi iz svih dijelova bivše države dolazili razgledavati rodno mjesto i kuću Josipa Broza Tita. Tada se po prvi puta pojavila ideja o poduzimanju mjera zaštite ovog prostora, a istovremeno je počeo i infrastrukturni rast Kumrovca. Podignut je hotel "Kumrovec", postavljen spomenik Brozu Titu, a njegova kuća pretvorena je u etnografski muzej. Naknadno je, prema konzervatorsko muzikološkim principima izrađen katalog očuvanja ukupno 61 objekta u Kumrovcu i obližnjem naselju Lončari, a 1961. godine Regionalni zavod za zaštitu spomenika kulture upisuje "Staro selo" Kumrovec u Registar spomenika kulture prve kategorije.<sup>30</sup>



**Slika 5. Muzej "Staro selo" Kumrovec**

Izvor: Službene mrežne stranice Muzeja "Staro selo" Kumrovec (2021). Dostupno na: <https://www.mss.mhz.hr/> (preuzeto 12.04.2021.)

<sup>29</sup> Hrvatska katolička mreža (2019). Medičarski obrt na području sjeverne Hrvatske. Dostupno na: <https://hkm.hr/kulturni-biseri/medicarski-obrt-na-podrucju-sjeverne-hrvatske/> (prestupljeno 12.04.2021.)

<sup>30</sup> Službene mrežne stranice Muzeja "Staro selo" Kumrovec (2021). Dostupno na: <https://www.mss.mhz.hr/> (prestupljeno 12.04.2021.)

Muzej "Staro selo" nije samo mjesto za turističko razgledavanje. Ovdje se tijekom cijele godine održavaju različite izložbe, događaji, prikazuju se tradicijski obrti i održavaju različite muzejsko edukativne radionice.<sup>31</sup>

## **4.2. Toplički turizam Krapinsko-zagorske županije**

Krapinsko-zagorska županija prepoznatljiva je Hrvatska destinacija topličkog turizma. Na području Županije tijekom povijesti postojalo je ukupno šest lječilišta: Stubičke toplice, Krapinske toplice, Šemničke toplice, Terme Jezerčica, Sutinske toplice i Terme Tuhelj. Sutinske i Šemničke toplice danas nisu u funkciji (Brlek, 2020). U nastavku rada detaljnije se opisuju preostala, aktivna lječilišta.

### **4.2.1. Stubičke toplice**

Stubičke toplice najstarije su hrvatsko lječilište koje datira još iz razdoblja cara Hardijana. Tijekom 17. stoljeća na mjestu današnjih toplica nalazila su se dva izvora ljekovitih voda, a do njih je sagrađen objekt za smještaj pacijenata koji su tu dolazili na liječenje. S vremenom su Stubičke toplice rasle i nadograđivale se.



**Slika 6. Stubičke toplice**

Izvor: Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju Stubičke Toplice (2021). Dostupno na: <http://sbst.hr/>  
(preuzeto 13.04.2021.)

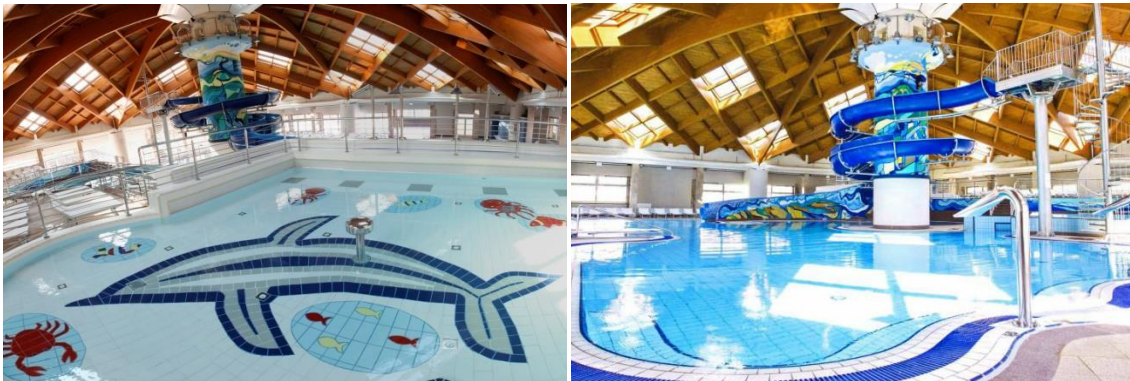
---

<sup>31</sup> Ibid.

U 1776. godini dovršena je zgrada sa kupkama, a nedugo zatim krenula je i izgradnja objekta s blatnim kupkama i parnim kupeljima. Tijekom 1930-ih godina napravljeni su vanjski bazeni, dvorana za gimnastiku i došlo je do proširenja smještajnih kapaciteta.<sup>32</sup> U Stubičkim toplicama danas se nalazi Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju, wellness centar i tri smještajna objekta- "Toplice", "Maksimilijan" i "Dijana". Objekt "Toplice" ujedno je i najveći od navedenih. Njegova obnova dovršena je u 2009. godini i danas ima prihvatne kapacitete za 162 pacijenta, a u njegovom prizemlju obavljaju se fizikalne terapije.<sup>33</sup>

#### 4.2.2. Krapinske toplice

Krapinske toplice od grada Krapine udaljene su 14 kilometara, a nalaze se na 160 metara nadmorske visine. Tamošnja hipe-termalna vrela počela su se upotrebljavati 1770-ih godina kada su tri vrela natkrivena i prozvana "Gospodskom kupelji". Do 1860-ih izgrađen je prvi hotel, a sagrađeni su i nove kupelji i vanjski bazeni.<sup>34</sup>



**Slika 7. Vodeni park "Aquae Vivae"**

Izvor: She.hr (2016). Dostupno na: <https://she.hr/80025-2/> (prestupljeno 13.04.2021.)

U ožujku 2015. godine za javnost je otvoren kompleks unutarnjih bazena, vodeni park "Aquae Vivae" (Slika 7.) čija ukupna površina iznosi 18.000 m<sup>2</sup>, od čega je 1.200 m<sup>2</sup> vodene površine. Park sadrži veliki bazen s vodenim atrakcijama, bazen za ronjenje, bazene za djecu, vanjski

<sup>32</sup> Turist Plus (2013). Povijest toplica u Hrvatskom zagorju. Dostupno na: [https://www.turistplus.hr/hr/povijest\\_t\\_toplica\\_u\\_hrvatskom\\_zagorju/1177/](https://www.turistplus.hr/hr/povijest_t_toplica_u_hrvatskom_zagorju/1177/) (prestupljeno 13.04.2021.)

<sup>33</sup> Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju Stubičke Toplice (2021). Dostupno na: <http://sbsb.hr/> (prestupljeno 13.04.2021.)

<sup>34</sup> Turist Plus (2013), op. cit.

bazen i bazen s valovima.<sup>35</sup> U blizini je i Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju, a smještaj uključuje hotel "Toplice" sa 221 posteljom i vilu "Magdalena" sa 9 raspoloživih apartmana.<sup>36</sup>

#### 4.2.3. Terme Tuhelj

Sumporne i termalne vode na području današnjih Termi Tuhelj za liječenje su se upotrebljavale već u 18. stoljeću. Termalni izvor prvotno je bio u privatnom vlasništvu, a sadržavao je kupalište za osobnu upotrebu vlasnika i njegovih bližnjih. U 1930-im godinama na toj je lokaciji sagrađeno nekoliko bazena i jedan objekt za smještaj posjetitelja i prvo ime im je bilo Tuheljske toplice. Danas se one nazivaju Terme Tuhelj, a u vlasništvu su slovenskih Termi Olimia.<sup>37</sup>



**Slika 8. Vodeni planet i Glamping village u Termama Tuhelj**

Izvor: Terme Tuhelj. Dostupno na: <https://www.termo-tuhelj.hr/o-termama-tuhelj/o-nama> (preuzeto 13.04.2021.)

Terme sadrže kompleks bazena i vodenih atrakcija "Vodeni planet", "Svijet sauna" s četiri finske, 3 parne i jednom suhom kupelji, "SPAeVITA centar" s različitim masažnim i kozmetičkim tretmanima i "Private SPA" za parove gdje oni mogu uživati u blagodatima

<sup>35</sup> Terme Zagorje (2021). Vodeni park Aquae Vivae, Krapinske Toplice. Dostupno na: <https://www.krapinsketoplice.com/vodeni-park-aquae-vivae-krapinske-toplice/> (prestupljeno 13.04.2021.)

<sup>36</sup> Ministarstvo turizma (2014). *Nacionalni program- Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma*. Zagreb: Institut za turizam. Dostupno na: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/150608\\_AP\\_%20Zdravstveni%20turizam.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/150608_AP_%20Zdravstveni%20turizam.pdf) (prestupljeno 7.04.2021.)

<sup>37</sup> Terme Tuhelj. Dostupno na: <https://www.termo-tuhelj.hr/o-termama-tuhelj/o-nama> (pristupljeno 13.04.2021.)

bazena i sauna daleko od očiju javnosti. Posjetitelji se mogu smjestiti u hotelu, hostelu, kampu ili Glamping villageu.<sup>38</sup>

#### 4.2.4. Terme Jezerčica

Terme Jezerčica udaljene su otprilike 40 kilometara od grada Zagreba. Do danas ove su terme dobile čitav niz priznanja i nagrada u pogledu kvalitete, održivosti i izvrsnosti. Jezerčica svojim posjetiteljima nudi vodeni park, wellness centar, kongresnu dvoranu za poslovne sastanke i konferencije, restoran i salu za vjenčanja, hotelski objekt i kamp. Ponuda uključuje i čitav niz paketa usmjerenih na obitelji s djecom, parove ili osobe u starijoj životnoj dobi. Tamo je moguće organizirati i dječje rođendane ili kupiti poklon bonove za nečiju obljetnicu, vjenčanje ili drugu vrstu proslave.<sup>39</sup>

### 4.3. Ponuda u okviru ruralnog turizma Hrvatskog zagorja

Ukupna ponuda u okviru ruralnog turizma Hrvatskog zagorja promatra se kroz nekoliko elemenata: kroz analizu objekata na ruralnom prostoru, ugostiteljskih objekata i poljoprivrednih poduzeća, gastro doživljaja usmjerenih turistima te tematskih ruta koje na tom području postoje.

#### 4.3.1. Objekti na ruralnom prostoru

Sve informacije o objektima na ruralnom prostoru Hrvatskog zagorja nalaze se u brošuri "Zagorje agroturizam" koju je izdala Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije.

**Tablica 8. Objekti na ruralnom prostoru Hrvatskog zagorja**

Turističko selo	Seoski turizam	Agroturizam	Vinarije
2	10	3	13

Izvor: sistematizacija autorice rada, prema podacima Turističke zajednice Krapinsko-zagorske županije (2013).  
Zagorje: Agroturizam. Brošura

<sup>38</sup> Ibid.

<sup>39</sup> Terme Jezerčica. Dostupno na: <http://terme-jezercica.hr/> (pristupljeno 13.04.2021.)

Posredstvom podataka iz brošure izrađena je Tablica 8. u kojoj se nalazi kvantitativna analiza objekata na ruralnom prostoru Hrvatskog zagorja. Na cjelokupnom području nalazi se ukupno 28 objekata od čega dva turistička sela, deset seoskih turizama, tri agroturizma i 13 vinarija i kušaonica vina. Važno je napomenuti i kako brošura dijeli Hrvatsko zagorje na ukupno šest regija, odnosno vinogorja: vinogorje Zabok, vinogorje Krapina, vinogorje Zlatar, vinogorje Pregrada, vinogorje Stubica i vinogorje Klanjec. Najveći broj ranije navedenih objekata nalazi se na području vinogorja Zabok, a najmanje u vinogorju Krapina.<sup>40</sup>

#### 4.3.2. Poljoprivredna poduzeća i ugostiteljski objekti

Na području Zagorja djeluje ukupno 20 poljoprivrednih poduzeća od čega pet poljoprivrednih zadruga, pet proizvođača sira, sedam proizvođača meda i 3 poslovna subjekta koji se bave proizvodnjom i preradom voća i povrća (Tablica 9.).

**Tablica 9. Poljoprivredna poduzeća u Hrvatskom zagorju**

Poljoprivredne zadruge	Proizvođači sira	Proizvođači meda	Proizvodnja voća i povrća
5	5	7	3

Izvor: sistematizacija autorice rada, prema podacima Turističke zajednice Krapinsko-zagorske županije (2013).  
Zagorje: Agroturizam. Brošura

**Tablica 10. Ugostiteljski objekti u Hrvatskom zagorju**

Vinarije i kušaonice vina	Restorani	Slastičarnice	Fast food
13	70	7	26

Izvor: Visit Zagorje (2021). Eno gastro. Dostupno na: [https://visitzagorje.hr/eno\\_gastro/?\\_sft\\_cate\\_gory\\_enogastro=fast-food&sf\\_paged=3](https://visitzagorje.hr/eno_gastro/?_sft_cate_gory_enogastro=fast-food&sf_paged=3) (prestupljeno 13.04.2021.)

Prema podacima službene stranice Visit Zagorje (2021), na području Hrvatskog zagorja nalazi se 13 vinarija i kušaonica vina, 70 restorana, 7 slastičarnica i 26 fast food-ova (Tablica 10.).

<sup>40</sup> Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije (2013). *Zagorje: Agroturizam*. Brošura. Dostupno na: <http://www.kzz.hr/turizam/brosura-agrotur> (prestupljeno 13.04.2021.)

### 4.3.3. Gastro doživljaji

Brojni od navedenih objekata i proizvođača posjetiteljima nude različite gastro doživljaje. Primjerice, na Agroturizmu Kos posjetitelji mogu osim kušanja njihovog glavnog proizvoda-sira, naučiti sve o načinu njegove proizvodnje i izrade, imaju mogućnost sudjelovati u poslovima pripreme i pečenja domaće purice i zagorskih štrukli koje će kasnije konzumirati u njihovoj konobi. Nadalje, Seoski turizam Masnec poziva svoje goste da sudjeluju u tečaju pečenja domaćeg zagorskog kruha, a vinarija Vinski vrh omogućava im da posjete vinske podrume i nauče sve detalje o proizvodnji najboljih zagorskih vina.<sup>41</sup>

### 4.3.4. Tematske rute

Tematske rute Hrvatskog zagorja okupljene su pod imenom "Putovima pračovjeka", a ima ih ukupno tri. "Kružna stara Huškanjovo" nalazi se na području Krapine, duga je 2,5 kilometara, a sastoji se od šumskih i asfaltnih puteva. Druga tematska ruta pod nazivom "Lovna staza Krapinskih neandertalaca" duga je 2,3 kilometra. Njezina polazna i završna točka je centar Donjeg Jesenja.<sup>42</sup> Ovu stazu posjetitelji mogu razgledati samostalno ili uz vodiča. U cijeni obilaska staze s vodičem je i posjet Muzeju krapinskih neandertalaca, te mogućnost sudjelovanja u radionici u kojoj se uči o krapinskom pračovjeku i njegovom načinu života.<sup>43</sup> Planinarsko poučna staza "Putovima orhideja" uključuje dvije staze, Strahinjčicu koja je duga 10 kilometara i Stazu orhideja u duljini 6 kilometara. Obilazak ovih staza uključuje šumske i planinarske puteve.<sup>44</sup>

## 4.4. Smještajni kapaciteti

Obzirom da ne postoje na jednom mjestu objedinjeni podaci o smještajnim kapacitetima uključujući privatni smještaj koriste se dva izvora: Popis kategoriziranih turističkih objekata u

---

<sup>41</sup> Visit Zagorje (2021). Dostupno na: <https://visitzagorje.hr/> (prestupljeno 13.04.2021.)

<sup>42</sup> Ibid

<sup>43</sup> Općina Jesenje (2014). Osposobljavanje vodiča na stazi krapinskih neandertalaca. Dostupno na: [http://jesenje.hr/content.aspx?content\\_ID=osposobljavanje-vodica-na-stazi&ispis=DA](http://jesenje.hr/content.aspx?content_ID=osposobljavanje-vodica-na-stazi&ispis=DA) (prestupljeno 13.04.2021.)

<sup>44</sup> Visit Zagorje (2021), op. cit.



Republici Hrvatskoj za 2020. godinu od Ministarstva turizma i sporta i statistički podaci Turističke zajednice Krapinsko-zagorske županije.

**Tablica 11. Smještajni kapaciteti Krapinsko-zagorske županije**

Kategorija smještajnog objekta	Broj smještajnih jedinica	Broj postelja
Hotel	677	1.191
Turistički apartmani	17	38
Kamp	151	453

Izvor: izrada autorice rada, prema podacima Ministarstva turizma i sporta (2020).

Prema podacima Ministarstva i sporta Republike Hrvatske (2020) u Krapinsko-zagorskoj županiji 2019. godine bilo je ukupno 845 smještajnih jedinica sa 1.682 postelje (Tablica 11.). Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije navodi kako je iste godine Županija imala ukupno 3.238 postelja.<sup>45</sup> Oduzmu li se sada od ovog iznosa podaci o ukupnom broju postelja iz Tablice 11., može se zaključiti kako je ukupan broj postelja u privatnom smještaju 1.556.

#### 4.5. Analiza turističke potražnje

Obzirom na ranije spomenutu turističku krizu uzrokovanu pandemijom COVID-19 u analizu i razmatranje turističke potražnje uzimaju se podaci o ostvarenom turističkom prometu Krapinsko-zagorske županije za 2019. godinu jer se ista smatra posljednjom relevantnom godinom iz perspektive turizma.

Tablica 12. Ostvareni turistički promet Krapinsko-zagorske županije u 2019. godini

Ukupan broj dolazaka		Ukupan broj noćenja	
176.610		348.449	
<i>Domaći</i>	<i>Strani</i>	<i>Domaći</i>	<i>Strani</i>
89.316	87.294	197.241	175.908

<sup>45</sup> Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije (2019). *Izješće o provedbi Master plana razvoja turizma Krapinsko-zagorske županije 01.01.2016.-31.12.2018.* Dostupno na: <http://www.kzz.hr/sadrzaj/akti-zupan-a/2440.pdf> (pristupljeno 14.04.2021.)

Izvor: Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije. Dostupno na: <https://visitzagorje.hr/statistika/> (prestupljeno 13.04.2021.)

Županija je tako u 2019. godini ostvarila 176.610 turističkih dolazaka i 348.449 noćenja (Tablica 12.). Najviše domaćih turista dolazi s područja Grada Zagreba, a slijede ih posjetitelji iz Splitsko-dalmatinske županije. Što se tiče stranih turista prednjače Slovenci, a slijede ih Nijemci i Poljaci. Prema podacima Turističkog news portala Krapinsko-zagorska županija je najuspješnija turistička destinacija Kontinentalne Hrvatske što je dokazalo zabilježenim stalnim rastom u turističkom prometu. Osim toga, titulu najuspješnije destinacije odnijela je i na Danima turizma koji su održani na Hvaru 2018. godine.<sup>46</sup>

---

<sup>46</sup> Turistički news portal (2019). Zagorje najuspješnija turistička destinacija kontinentalne Hrvatske. Dostupno na: <https://hrturizam.hr/zagorje-najuspjesnija-turisticka-destinacija-kontinentalne-hrvatske/> (pristupljeno 7.04.2021.)

## **5. BUDUĆI PLANOVI RAZVOJA TURIZMA HRVATSKOG ZAGORJA**

U prethodnim poglavljima identificirana je trenutna turistička ponuda Hrvatskog zagorja. Ovaj dio rada usmjeren je na analizu budućih planova razvoja koja će se provesti posredstvom Master plan razvoja turizma Krapinsko-zagorske županije za razdoblje 2016.-2025. godine.

### **5.1. Analiza Master plana razvoja turizma Krapinsko-zagorske županije 2016.-2025.**

Master plan razvoja turizma Krapinsko-zagorske županije sadrži cjelokupnu analizu postojećeg stanja (gospodarstvo, stanovništvo, turistički resursi, itd.) u Županiji do 2015. godine kada je Master plan izrađen, kao i smjernice razvoja turizma od 2016.-2025. godine. Koristeći se ovom publikacijom, u nastavku se analiziraju budućí planovi razvoja turizma Hrvatskog zagorja. Nakon analize daje i prikaz provedbe Master plana do početka 2019. godine, prema Izvješću o provedbi Master plana razvoja turizma Krapinsko-zagorske županije 01.01.2016.-31.12.2018. (u daljnjem tekstu Izvješće o provedbi Master plana) koje je izdala Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije u svibnju 2019. godine.

Hrvatsko zagorje ima veliki turistički potencijal, prvenstveno zbog svoje lokacije. Smješteno je nedaleko Grada Zagreba koji broji gotovo milijun stanovnika, a osim toga kroz njega vode brojne ceste i autoputovi do susjedne Austrije i Slavonije. Poslovna misija turizma Hrvatskog zagorja usredotočena je na postizanje nekoliko ciljeva<sup>47</sup>:

- brendiranje Zagorja kao turističke destinacije,
- razvijanje svijesti o važnosti turizma kod lokalnog stanovništva,
- razvojem turizma utjecati na dodatan razvoj poduzetničkih aktivnosti u destinaciji (razvoj novih receptivnih sadržaja, ugostiteljskih objekata, rekreativne ponude i drugih proizvoda i usluga u destinaciji),
- educiranje i obrazovanje turističkog kadra,
- povlačenje sredstava iz Europske unije u svrhu daljnjeg razvoja turističke infrastrukture,

---

<sup>47</sup> *Master plan razvoja turizma za razdoblje od 2016. do 2025. godine.* Howarth Consulting Zagreb d.o.o. (2015). Dostupno na: <http://www.kzz.hr/master-plan-razvoja-turizma> (pristupljeno 7.04.2021.)

- uspostaviti destinacijsku menadžment organizaciju za regiju Hrvatskog zagorja koja će biti zadužena njezin na marketing, menadžment i brendiranje.

Master plan pri tom identificira četiri ključna turistička proizvoda Hrvatskog zagorja na temelju kojih su predstavljene ključne razvojne mjere. Ovi turistički proizvodi uključuju "Zdravlje, SPA i wellness", potom "Obiteljski odmor", "Poslovni turizam i događanja" te "Aktivni, sportski i avanturistički odmor".

### 5.1.1. Prioritetni investicijski projekti

Master plan uključuje ukupno pet prioritetnih razvojnih projekata: izgradnju golf terena Kumrovec i Regionalnog centra kompetencija, obnovu i stavljanje u funkciju Šemničkih toplica, izgradnju Tematskog parka i Stubaki - projekt daljnjeg razvoja termi Stubičke Toplice.

**Golf teren Kumrovec.** Golf turizam na razini cijele Republike Hrvatske relativno je nerazvijena tržišna niša. S druge strane, golf turizam u svijetu jedan je od najbrže rastućih turističkih oblika unutar kojeg je 2018. godine 8,2 milijuna golfera na svom putovanju u okviru posla ili odmora odigralo ukupno 57,6 milijuna rundi golfa.<sup>48</sup> Obzirom na reljefne značajke prostora i veliku neiskorištenu površinu od 90,4 hektara, kod Kumrovca je Master planom predviđena izgradnja golf terena koji bi imao klupsku kuću, servisnu kućicu, golf klub i hotel sa kapacitetom od 100 smještajnih jedinica. Ovakvim se potezom, osim razvoja novog turističkog oblika u Zagorju, posljedično se utječe i na privlačenje novog turističkog segmenta u destinaciju- golf turista čija je kupovna moć iznad prosjeka i koji u destinaciji ostvaruju veću potrošnju od prosječne.<sup>49</sup> Uvidom u Izvješće o provedbi Master plana razvidno je kako do kraja 2018. godine po pitanju realizacije navedenog projekta nije učinjeno još uvijek ništa.<sup>50</sup>

**Regionalni centar kompetencija za ugostiteljstvo i turizam.** U cilju povećanja konkurentnosti turizma, u Zaboku se planira izgradnja Regionalnog centra kompetencija (Slika 9.) s ukupnom površinom između 10 i 12.000 m<sup>2</sup>, koji bi ispunjavao svrhu centra za edukaciju

---

<sup>48</sup> Nacionalna zaklada za golf (2018). NGF objavio izvješće o industriji golf putovanja u iznosu od 20,5 milijardi dolara. Dostupno na: <https://www.thengfq.com/2018/09/ngf-releases-report-on-20-5-billion-golf-travel-industry/> (pristupljeno 14.04.2021.)

<sup>49</sup> *Master plan razvoja turizma za razdoblje od 2016. do 2025. godine* (2015), op. cit.

<sup>50</sup> Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije (2019). *Izvješće o provedbi Master plana razvoja turizma Krapinsko-zagorske županije 01.01.2016.-31.12.2018.* Dostupno na: <http://www.kzz.hr/sadrzaj/akti-zupana/2440.pdf> (pristupljeno 14.04.2021.)

i izobrazbu kadra u turističkom sektoru (Master plan razvoja turizma za razdoblje 2016.-2025.). Prema Izvješću o provedbi Master plana izrađeno je idejno rješenje za navedeni projekt, a Srednja škola Zabok imenovana je za kandidata budućeg centra kompetencija.<sup>51</sup> Službene web stranice Krapinsko-zagorske županije navode kako vrijednost ovog projekta iznosi preko 35 milijuna kuna od čega se 30 milijuna financira iz europskih fondova, a preostalih 5 milijuna dolazi iz županijskog proračuna. Radovi na rekonstrukciji Srednje škole Zabok planiraju se za proljeće 2021. godine, a dovršenje izgradnje za 2023. godinu.<sup>52</sup>



**Slika 9. 3D prikaz budućeg Regionalnog centra kompetencija**

Izvor: Službene mrežne stranice Krapinsko-zagorske županije (2020). Dostupno na: [http://www.kzz.hr/str.aspx?content\\_id=u-zaboku-regionalni-centar-kompetencija-za-tur-i-ugostiteljstvo&ispis=DA](http://www.kzz.hr/str.aspx?content_id=u-zaboku-regionalni-centar-kompetencija-za-tur-i-ugostiteljstvo&ispis=DA) (preuzeto 14.04.2021.)

**Šemničke toplice.** Uz četiri ranije navedena lječilišta, odnosno terme, Master planom je predviđena revitalizacija i nadogradnja Šemničkih toplica, čime bi se dodatno upotpunila ponuda topličkog turizma Hrvatskog zagorja. Osim smještajnog objekta i popratnih sadržaja, u cilju je izgradnja olimpijskog bazena, čime bi se ove toplice pozicionirale kao prvi kompleks za vodene sportove na području Kontinentalne Hrvatske. Ciljni segment uključuje sportaše i

<sup>51</sup> Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije (2019). *Izvješće o provedbi Master plana razvoja turizma Krapinsko-zagorske županije 01.01.2016.-31.12.2018.*, op. cit.

<sup>52</sup> Službene mrežne stranice Krapinsko-zagorske županije (2020). SŠ Zabok postaje Regionalni centar kompetentnosti za turizam i ugostiteljstvo. Dostupno na: [http://www.kzz.hr/str.aspx?content\\_id=u-zaboku-regionalni-centar-kompetencija-za-tur-i-ugostiteljstvo&ispis=DA](http://www.kzz.hr/str.aspx?content_id=u-zaboku-regionalni-centar-kompetencija-za-tur-i-ugostiteljstvo&ispis=DA) (pristupljeno 14.04.2021.)

sportske ekipe svih uzrasta te obitelji s djecom.<sup>53</sup> Za ovaj projekt do sada je izrađena Prostorno-programska studija.<sup>54</sup>

**Tematski park.** Četvrti veliki investicijski projekt odnosi se na izgradnju tematskog parka s povijesno-edukativnim karakterom. Priča tematskog parka obuhvaćala bi sva razdoblja i elemente bitne za povijest Zagorja (život Krapinskog pračovjeka, plemićki dvor i legende o Veroniki Desinić, upoznavanje sa životom hrvatskih velikana rođenih u Zagorju i slično). Cilj je na interaktivan način prikazati zagorsku povijest, kulturu i način života.<sup>55</sup> Uvidom u Izvješće o provedbi Master plana, kao i kod slučaja golf terena u Kumrovcu, u smjeru realizacije projekta još uvijek nije pokrenuto ništa.<sup>56</sup>

**Termalni SPA kompleks Subaki.** Posljednji veliki projekt unutar Master plana odnosi se na izgradnju kompleksa Subaki u Stubičkim toplicama. Plan uključuje izgradnju dva hotela sa ukupno 500 soba i veliko kupalište koje može dnevno primiti oko 4.000 ljudi. Uz to se u neposrednoj blizini planira izgraditi i eko-etno selo.<sup>57</sup> Prema Izvješću o provedbi Master plana u 2017. godini dovršeni su ugovori o javno-privatnom partnerstvu i počela je izrada idejnog rješenja.<sup>58</sup>

### 5.1.2. Ostali projekti

Master planom je obuhvaćeno i nekoliko manjih projekata: Centar za posjetitelje, Balon Zagorja, Sportsko-rekreativni kompleks Bedekovčanska jezera i Dvorac Mihovljan.<sup>59</sup>

**Centar za posjetitelje** Županije planira se izgraditi na području trenutnog outlet centra Roses Designer Outlet. Njegova temeljna svrha je informiranje turista i drugih zainteresiranih osoba o turističkoj ponudi Županije. Osim samog informativnog centra unutar ovog projekta planira se i izgradnja suvenirnice, prostora za iznajmljivanje bicikala, konferencijska dvorana te trgovina s lokalnim proizvodima.

---

<sup>53</sup> *Master plan razvoja turizma za razdoblje od 2016. do 2025. godine (2015).*, op.cit.

<sup>54</sup> Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije (2019), op.cit.

<sup>55</sup> *Master plan razvoja turizma za razdoblje od 2016. do 2025. godine (2015).*, op. cit.

<sup>56</sup> Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije (2019)., op. cit.

<sup>57</sup> *Master plan razvoja turizma za razdoblje od 2016. do 2025. godine (2015).*, op. cit.

<sup>58</sup> Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije (2019)., op. cit.

<sup>59</sup> *Master plan razvoja turizma za razdoblje od 2016. do 2025. godine (2015).*, op. cit.

Drugi projekt, **Balon Zagorja**, odnosi se na razvoj infrastrukture i kreiranje turističkog proizvoda koji uključuje panoramsko razgledavanje Županije sa fiksnog mjesta u balonu koji može zaprimiti najviše 30 osoba istovremeno.

Na području **Bedekovčanskih jezera** u planu je izgradnja **sportsko-rekreacijskog centra**, a sam projekt sastojati će se od nekoliko faza. Za početak je u planu uređenje postojećih vodenih površina, čišćenje cjelokupnog prostora, uređenje i rezanje raslinja kako bi prostor bio što prohodniji te izgradnja biciklističke staze oko jezera. U neposrednoj blizini izgraditi će se prostor za ugostiteljske objekte i sportske klubove koji će se na raspolaganje dati onim poduzetnicima i udrugama koje pobjede na natječaju. Osim toga u zoni bi se nalazila različita ponuda sportsko-rekreativnih sadržaja za djecu i mlade.

**Dvorac Mihovljan.** Posljednji projekt odnosi se na preuređenje dvije postojeće derutne zgrade na području općine Mihovljan i pretvaranje u hotel visoke kategorije. Ideja je da hotelski interijer i eksterijer budu izgrađeni u povijesnom stilu i da sam hotel izgleda kao dvorac.<sup>60</sup>

## **5.2. Kritički osvrt**

Master planom razvoja turizma Krapinsko-zagorske županije za razdoblje 2016.-2025. predviđeno je ukupno devet projekata. Razmatranjem navedenih ideja moguće je ustanoviti kako svaki od njih predstavlja dobru ideju za daljnje unapređenje turističke ponude Hrvatskog zagorja. Također, svi navedeni projekti temelje se na principima održivosti i na svojevrsan način nastoje odraziti kulturu i tradiciju ovog lokaliteta.

Analizom provedbe pet prioriternih projekata predviđenih Master planom ustanovljeno je kako do danas niti jedan od njih nije u potpunosti realiziran, međutim za tri od pet projekata napravljeni su ugovori, provedene prve faze projekta ili je napravljena prostorno planska dokumentacija, ovisno o samom projektu. Pri tom treba uzeti u obzir i trenutnu situaciju s COVID-om 19 kada su brojna poduzeća zatvorena, turizam je gotovo u potpunosti ugašen, a lokalne i regionalne samouprave većinu proračunskih sredstava usmjeravaju na druge potrebe. To je ujedno i jedan od razloga zbog čega je moguće pretpostaviti kako će realizacija predviđenih projekata kasniti sa provedbom. Zanimljivo je primijetiti i kako jedan od najvećih projekata, golf tereni Kumrovec, još uvijek nije stavljen u realizaciju u niti jednom segmentu.

---

<sup>60</sup> *Master plan razvoja turizma za razdoblje od 2016. do 2025. godine* (2015). op.cit.

Ovo je ujedno i velik propust obzirom da bi upravo jedan ovakav projekt imao veliku ulogu u revitalizaciji turizma Hrvatskog zagorja u postpandemijskom razdoblju. Golf turizam, uz ruralni i eko turizam smatraju se dominantnim turističkim oblicima za oporavak turističkih destinacija obzirom da se njihova ponuda temelji većinom na prirodi i čistom zraku, usmjereni su na individualni, a ne masovni turizam i mnogo je lakše održavati socijalnu distancu među turistima nego što je slučaj kod prenapučenih destinacija čija je ponuda orijentirana na privlačenje što većeg broja turista.

Budući planovi razvoja odnose se na popunjavanje već postojeće turističke ponude Hrvatskog zagorja unapređujući i dižući na višu razinu Zagorski toplički turizam. Revitalizacijom Šemničkih toplica i izgradnjom kompleksa Subaki u Stubičkim toplicama utječe se na još bolje pozicioniranje topličkog turizma u Hrvatskom zagorju. S druge strane, moguće je povezati se sa susjednom Slovenijom, odnosno tamošnjom Savinjskom regijom, koja se nalazi u neposrednoj blizini Hrvatskog zagorja, a čiji turizam počiva također na turističkom proizvodu koji uključuje zdravlje, SPA i wellness.

Turizam Hrvatskog zagorja pokazivao je elemente rasta sve do početka 2020. godine kada je nastupilo razdoblje pandemije. Ovakav planski pristup i njegova provedba, po svemu sudeći omogućiti će ovoj destinaciji brz oporavak turizma, povratak na stare vrijednosti u pogledu turističke potražnje i privlačenje novih turista u destinaciju jednom kada se situacija s COVID-om 19 stabilizira i ljudi budu mogli putovati kao ranije.



## 6. ZAKLJUČAK

Hrvatsko zagorje dominantna je turistička destinacija Kontinentalne Hrvatske čemu u prilog govore brojke koje ukazuju na turistički rast, na strani ponude i potražnje. Tijekom istraživanja ustanovljeno je kako se posljednjih godina povećava potražnja za proizvodima i uslugama destinacije što je vidljivo prvenstveno iz pokazatelja koji se odnose na turistički promet u dolascima i noćenjima turista i u povećanju broja smještajnih kapaciteta destinacije.

Hrvatsko zagorje ima izuzetan prometni položaj. Nalazi se u blizini glavnog grada i kroz njega prolaze brojne državne ceste i autoceste koje povezuju Hrvatsku sa susjednim državama, što pruža brojne mogućnosti u daljnjem privlačenju turista, kako domaćih, tako i stranih. Bogata povijest i tradicija ovog mjesta, kultura življenja, prirodna i zaštićena baština osnovni su element na kojem Zagorje temelji svoje konkurentske prednosti. Osim toga, Zagorje je dominantna hrvatska regija topličkog turizma što daje dodatnu vrijednost destinaciji i iz godine u godinu privlači sve veći broj posjetitelja. Ovo je ujedno i odgovor na prvo istraživačko pitanje postavljeno u uvodnom dijelu rada, koje glasi *"Je li toplički turizam Krapinsko-zagorske županije temeljni činitelj turističkog rasta u Hrvatskom zagorju?"*. U radu su postavljena još dva istraživačka pitanja. Drugo istraživačko pitanje glasi *"Ispunjava li Hrvatsko zagorje uvjete za oporavak turizma u postpandemijskom razdoblju, kada su distanciranje, higijena i održivost temeljni motivi za privlačenje turista u destinaciju?"*. Provedenom analizom ustanovljeno je kako Zagorje ima dobre predispozicije za brzi oporavak turizma i vraćanje na turističke pokazatelje koje je imalo prije početka pandemije zbog turističkih oblika na kojima temelji svoju ponudu. Međutim, kao i kod većine drugih destinacija, potreban je dodatan rad na povećanju higijenskih standarda, posebno u smještajnim i ugostiteljskim objektima. Osim toga, od iznimne je važnosti promovirati Hrvatsko zagorje kao sigurnu i poželjnu destinaciju za provođenje odmora. Posljednje istraživačko pitanje odnosi se na buduće planove turističkog razvoja Hrvatskog zagorja: *"Na koji će način budući planovi razvoja turizma pomoći u ostvarenju destinacijskih ciljeva i povećanju turističkog prometa?"*. Master planom predviđeni projekti dodatno će popuniti trenutnu turističku ponudu destinacije. Projekt kao što je Regionalni centar kompetencija dugoročno će ovoj, ali i okolnim regijama omogućiti edukaciju i izobrazbu zaposlenika u turizmu. Treba imati na umu kako je ljudski faktor u većini slučajeva jedan od temeljnih faktora koji utječu na zadovoljstvo odnosno nezadovoljstvo turističkim iskustvom u destinaciji. Obzirom na iznimnu važnost profesionalnosti, obučenosti i naposljetku ljubaznosti zaposlenika, može se pretpostaviti da će implementacijom ovakvog projekta

Zagorje regrutirati iznimno kvalitetan turistički kadar. Osim ovog, konkretnog primjera, Master planom je predviđeno još nekoliko velikih projekata čija će realizacija neupitno podignuti ponudu cjelokupne destinacije i posljedično povećati broj turističkih dolazaka i noćenja i ukupnu potrošnju turista u destinaciji.

Za kraj se može iznijeti zaključak kako je do ovog trenutka Hrvatsko zagorje svojom ponudom opravdalo titulu najuspješnije turističke destinacije Kontinentalne Hrvatske, a daljnjim ulaganjem u proširenje ponude i smještajnih kapaciteta ova će destinacija opravdati svoj postojeći status i dodatno ga utvrditi.

## LITERATURA

### KNJIGE

1. Cook, A.R., Hcu, C.H.C. i Taylor, L.L. (2018) *Tourism: The Business of Hospitality and Travel*. 6th edition. New Yersey: Pearson

### STRUČNI I ZNANSTVENI ČLANCI

2. Chebli, A. i Said, F.B. (2020) The Impact of Covid-19 on Tourist Consumption Behaviour: A Perspective Article. *Journal of Tourism Management Research* 7(2), str. 196-207.
3. Huang, C. et. al. (2020) Clinical features of patients infected with 2019 novel coronavirus in Wuhan, China. *The Lancet*, 395(10223), str. 497-506. Dostupno na: <https://www.thelancet.com/action/showPdf?pii=S0140-6736%2820%2930183-5> (pristupljeno 10.04.2021.)
4. Vidaček, Ž., Penezić, D.T. i Plantak, M. (2018). Zemljišni i biljno proizvodni uvjeti za natapanje poljoprivrednih kultura u Krapinsko-zagorskoj županiji. *Agronomski glasnik* 3/2018, str. 199-218.
5. Smith, M., Puczak, L. (2015). More Than a Special Interest: Defining and Determining the Demand for Health Tourism. *Tourist Recreation Research* 40(2), str. 205-219.

### PUBLIKACIJE

6. Central Board of Secondary Education in Delhi (2014). *Introduction to Tourism and Hotel Industry*. Students Handbook. Delhi: CBSE
7. Emre Dilek, S. i Dilek, N.K. (2018). *The Changing Meaning of Travel, Tourism and Tourist Definitions*. Istanbul: Conference: CUDES 2018: VII. International Congress on Current Debates in Social Sciences. Dostupno na: [https://www.researchgate.net/publication/324720103\\_The\\_Changing\\_Meaning\\_of\\_Travel\\_Tourism\\_and\\_Tourist\\_Definitions](https://www.researchgate.net/publication/324720103_The_Changing_Meaning_of_Travel_Tourism_and_Tourist_Definitions) (pristupljeno 09.04.2021.)

8. Euromonitor International (2019). *Top 10 Global Consumer Trends 2019*. Dostupno na: <https://www.ruminantia.it/wp-content/uploads/2019/01/EUROMONITOR.pdf> (pristupljeno 10.04.2021.)
9. *Master plan razvoja turizma za razdoblje od 2016. do 2025. godine*. Howarth Consulting Zagreb d.o.o. (2015). Dostupno na: <http://www.kzz.hr/master-plan-razvoja-turizma> (pristupljeno 7.04.2021.)
10. Ministarstvo turizma (2014). *Nacionalni program- Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma*. Zagreb: Institut za turizam. Dostupno na: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/150608\\_AP\\_%20Zdravstveni%20turizam.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/150608_AP_%20Zdravstveni%20turizam.pdf) (pristupljeno 7.04.2021.)
11. Ministarstvo gospodarstva Ujedinjenih Arapskih Emirata (2013). *Guide of Concepts & Definitions of International Tourism*. Tourism Awareness Series Promotion. Fifth Version. Dostupno na: <https://www.economy.gov.ae/Publications/GUIDE%20OF%20CONCEPTS%20AND%20DEFINITIONS.pdf> (pristupljeno 09.04.2021.)
12. Mousavi, S.S., Doratli, N. Mousavi, S.N. i Moradiahari, F. (2016). Defining Cultural Tourism. *International Conference on Civil, Architecture and Sustainable Development (CASD-2016)*
13. Organisation of Islamic Cooperation (2018). *International Tourism in D-8 Member States: Status and Prospects*. Ankara: Statistical, Economic and Social Research and Training Centre for Islamic Countries. Dostupno na: <https://www.sesric.org/files/article/654.pdf> (pristupljeno 09.04.2021.)
14. Svjetski savjet za putovanja i turizam –WTTC (2019). *Travel & Tourism Economic Impact 2019*. Dostupno na: <https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/raziskave/raziskave/world2019.pdf> (pristupljeno 09.04.2021.)
15. Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije (2013). *Zagorje: Agroturizam*. Brošura. Dostupno na: <http://www.kzz.hr/turizam/brosura-agrotur> (pristupljeno 13.04.2021.)
16. Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije (2019). *Izješće o provedbi Master plana razvoja turizma Krapinsko-zagorske županije 01.01.2016.-31.12.2018*. Dostupno na: <http://www.kzz.hr/sadrzaj/akti-zupana/2440.pdf> (pristupljeno 14.04.2021.)

17. World Travel Monitor (2018). *Latest World Travel Trends and Forecast 2019*. Maspalomas: IPK International - Rolf Freitag. Dostupno na: <http://www.foroturismo.maspalomas.com/wp-content/uploads/2019/01/presentacion-rolf-freitag.pdf> (pristupljeno 10.04.2021.)
18. Zagorska razvojna agencija (2009). *Strategija razvoja Krapinsko-zagorske županije*. Dostupno na: [http://europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/Krapinsko\\_zagorska\\_%C5%BEupanija.pdf](http://europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/Krapinsko_zagorska_%C5%BEupanija.pdf) (pristupljeno 10.04.2021.)

#### DIPLOMSKI, STUČNI I ZNANSTVENI RADOVI

19. Brlek, M. (2020). Analiza potencijala i razvoja zdravstvenog turizma Krapinsko-zagorske županije. Specijalistički diplomski stručni rad. Čakovec: Međimursko veleučilište u Čakovcu

#### INTERNET IZVORI

20. Biruš, M. (2007). *Hrvatsko zagorje*. Dostupno na: <https://geografija.hr/hrvatsko-zagorje/> (pristupljeno 10.04.2021.)
21. Domokos, M., Dorka, P., Gyori, F. i Kiss, G. (n.d.). *Recreational Tourism and Recreation of Tourists*. Dostupno na: [http://www.jgypk.hu/tamop15e/tananyag\\_html/Rekreacio\\_I\\_angol/ii4\\_recreational\\_tourism\\_the\\_recreation\\_of\\_tourists.html](http://www.jgypk.hu/tamop15e/tananyag_html/Rekreacio_I_angol/ii4_recreational_tourism_the_recreation_of_tourists.html) (pristupljeno 09.04.2021.)
22. Enciklopedija.hr (2021). *Hrvatsko zagorje*. Dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=26529> (pristupljeno 10.04.2021.)
23. Enciklopedija turizma (2015). *Domaći turizam*. Dostupno na: [https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007%2F978-3-319-01669-6\\_255-1](https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007%2F978-3-319-01669-6_255-1) (pristupljeno 09.04.2021.)
24. European Centre for Disease Prevention and Control- ECDC (2020). *COVID-19 Situation update worldwide*. Dostupno na: <https://www.ecdc.europa.eu/en/geographical-distribution-2019-ncov-cases> (pristupljeno 10.04.2021.)

25. Hrvatska katolička mreža (2019). *Medičarski obrt na području sjeverne Hrvatske*. Dostupno na: <https://hkm.hr/kulturni-biseri/medicarski-obrt-na-podrucju-sjeverne-hrvatske/> (pristupljeno 12.04.2021.)
26. Internet Geography (2021). *What is the impact of tourism?* Dostupno na: <https://www.internetgeography.net/topics/what-is-the-impact-of-tourism/> (pristupljeno 09.04.2021.)
27. Krapinsko-zagorski aerodrom Zabok-Gubaševo. Dostupno na: <http://www.zagorje-aerodrom.hr/hr/dogadjanja> (pristupljeno 11.04.2021.)
28. Ministarstvo kulture i medija Republike Hrvatske (2021). *Web registar kulturnih dobara Republike Hrvatske*. Dostupno na: <https://registar.kulturnadobra.hr/#/> (pristupljeno 12.04.2021.)
29. Ministarstvo vanjskih poslova Europske unije (2020). *Potencijal europskog tržišta za vjerski turizam*. Dostupno na: <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/religious-tourism/market-potential> (pristupljeno 09.04.2021.)
30. Nacionalna zaklada za golf (2018). *NGF objavio izvješće o industriji golf putovanja u iznosu od 20,5 milijardi dolara*. Dostupno na: <https://www.thengfq.com/2018/09/ngf-releases-report-on-20-5-billion-golf-travel-industry/> (pristupljeno 14.04.2021.)
31. Općina Jesenje (2014). *Osposobljavanje vodiča na stazi krapinskih neandertalaca*. Dostupno na: [http://jesenje.hr/content.aspx?content\\_ID=osposobljavanje-vodica-na-stazi&ispis=DA](http://jesenje.hr/content.aspx?content_ID=osposobljavanje-vodica-na-stazi&ispis=DA) (pristupljeno 13.04.2021.)
32. Rodriguez, J. (2021). *9 Post COVID Tourism Trends*. Dostupno na: <https://www.ideasforchange.com/en/blog-futuresthatrock/9-post-covid-tourism-trends> (pristupljeno 10.04.2021.)
33. Službene mrežne stranice Krapinsko-zagorske županije (2020). *SŠ Zabok postaje Regionalni centar kompetentnosti za turizam i ugostiteljstvo*. Dostupno na: [http://www.kzz.hr/str.aspx?content\\_id=u-zaboku-regionalni-centar-kompetencija-zatur-i-ugostiteljstvo&ispis=DA](http://www.kzz.hr/str.aspx?content_id=u-zaboku-regionalni-centar-kompetencija-zatur-i-ugostiteljstvo&ispis=DA) (pristupljeno 14.04.2021.)
34. Službene mrežne stranice Muzeja "Staro selo" Kumrovec (2021). Dostupno na: <https://www.mss.mhz.hr/> (pristupljeno 12.04.2021.)

35. Službene mrežne stranice Parka prirode Medvednica (2021). Dostupno na: <https://www.pp-medvednica.hr/priroda-i-kultura/zivotinjski-svijet/> (pristupljeno 11.04.2021.)
36. Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju Stubičke Toplice (2021). Dostupno na: <http://sbst.hr/> (pristupljeno 13.04.2021.)
37. Terme Jezerčica. Dostupno na: <http://terme-jezercica.hr/> (pristupljeno 13.04.2021.)
38. Terme Tuhelj. Dostupno na: <https://www.termes-tuhelj.hr/o-termama-tuhelj/o-nama> (pristupljeno 13.04.2021.)
39. Terme Zagorje (2021). *Vodeni park Aquae Vivae, Krapinske Toplice*. Dostupno na: <https://www.krapinsketoplice.com/vodeni-park-aquae-vivae-krapinske-toplice/> (pristupljeno 13.04.2021.)
40. The Foreign and Commonwealth Office (2020). *Foreign Secretary advises all British travelers to return to the UK now*. FCO. Dostupno na: <https://www.gov.uk/government/news/foreign-secretary-advises-all-british-travellers-to-return-to-the-uk-now> (pristupljeno 10.04.2021.)
41. Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije. Dostupno na: <https://visitzagorje.hr/statistika/> (pristupljeno 13.04.2021.)
42. Turistički news portal (2019). *Zagorje najuspješnija turistička destinacija Kontinentalne Hrvatske*. Dostupno na: <https://hrturizam.hr/zagorje-najuspjesnija-turisticka-destinacija-kontinentalne-hrvatske/> (pristupljeno 7.04.2021.)
43. Turist Plus (2013). *Povijest toplica u Hrvatskom zagorju*. Dostupno na: [https://www.turistplus.hr/hr/povijest\\_toplica\\_u\\_hrvatskom\\_zagorju/1177/](https://www.turistplus.hr/hr/povijest_toplica_u_hrvatskom_zagorju/1177/) (pristupljeno 13.04.2021.)
44. Visit Zagorje (2021). Dostupno na: <https://visitzagorje.hr/> (pristupljeno 13.04.2021.)
45. World Tourism Organization (2021). *Glossary of Tourism Terms*. Dostupno na: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> (pristupljeno 08.04.2021.)
46. Yehia, J. (March, 2019). *The Importance of Tourism on Economies*. Global Edge. Dostupno na: <https://globaledge.msu.edu/blog/post/55748/the-importance-of-tourism-on-economies-a> (pristupljeno 09.04.2021.)

47. Zagorje zeleno (2021). Dostupno na: <https://www.zagorje-priroda.hr/> (pristupljeno 10.04.2021.)
48. Zajednica Hrvata u Republici Makedoniji (2021). *Medičarski obrt na području sjeverne Hrvatske*. Dostupno na: <http://www.zhrmku.org.mk/nematerijalna-ba%C5%A1tina-unesco/medi%C4%8Darski-obrt-na-podru%C4%8Dju-sjeverne-hrvatske> (pristupljeno 12.04.2021.)



## POPIS SLIKA I TABLICA

### SLIKE:

Slika 1. Hrvatsko zagorje, prikaz teritorija.....	11
Slika 2. Tisa, kranjski ljiljan, kokica paučica i bumbarova kokica.....	15
Slika 3. Bijelica, smukulja i poskok.....	17
Slika 4. Izrada licitarskog srca .....	19
Slika 5. Muzej "Staro selo" Kumrovec .....	20
Slika 6. Stubičke toplice.....	21
Slika 7. Vodeni park "Aquae Vivae" .....	22
Slika 8. Vodeni planet i Glamping village u Termama Tuhelj .....	23
Slika 9. 3D prikaz budućeg Regionalnog centra kompetencija.....	31

### TABLICE:

Tablica 1. Komponente turističke industrije .....	5
Tablica 2. Vrste turizma .....	6
Tablica 3. Najviše i najniže temperature u Hrvatskom zagorju .....	12
Tablica 4. Prometna infrastruktura Krapinsko-zagorske županije .....	13
Tablica 5. Popis prirodne baštine Hrvatskog zagorja .....	14
Tablica 6. Biljne i životinjske vrste koje obitavaju u parku prirode Medvednica.....	16
Tablica 7. Zaštićena kulturna baština Krapinsko-zagorske županije .....	18
Tablica 8. Objekti na ruralnom prostoru Hrvatskog zagorja.....	24
Tablica 9. Poljoprivredna poduzeća u Hrvatskom zagorju .....	25
Tablica 10. Ugostiteljski objekti u Hrvatskom zagorju.....	25
Tablica 11. Smještajni kapaciteti Krapinsko-zagorske županije.....	27

## ŽIVOTOPIS



### Mateja Horvatek

**Datum rođenja:** 05. ožujka 1998. | **Državljanstvo:** hrvatsko | **Spol** Žensko |

(+385) 919720701 | [mateja.horvatek333@gmail.com](mailto:mateja.horvatek333@gmail.com) |

Družilovec 1, 49214, Veliko Trgovišće, Hrvatska

### ● RADNO ISKUSTVO

17. SVIBNJA 2021. – TRENUTAČNO – Zagreb, Hrvatska  
**RAD U RAČUNOVODSTVU - STUDENTSKI POSAO – KAMGRAD D.O.O.**

Rad u računovodstvu, ovjere situacija s gradilišta, unos situacija u sustav Maris, skeniranje i kopiranje dokumenata, urudžbiranje i odlaganje dokumenata.

01. PROSINCA 2019. – TRENUTAČNO – Zaprešić, Hrvatska  
**RAD U KNJIŽARI - STUDENTSKI POSAO – VOLIM ČITATI D.O.O.**

Prodaja knjiga, naručivanje zaliha knjiga, preuzimanje istih (unos u sustav), izrada temeljnica, kalkulacija i ostale papirologije, inventure (knjiga) različitih nakladnika/dobavljača.

06. SRPNJA 2020. – 03. KOLOVOZA 2020. – Tuhelj, Hrvatska  
**STUDENTSKA PRAKSA - RAD U TURISTIČKOJ ZAJEDNICI – TURISTIČKA ZAJEDNICA TUHELJ**

- Upoznavanje sa Statutom i Zakonom o TZ
- Prikupljanje podataka o obrtnicima na području TZ
- Pomoć pri organizaciji Sajmenog dana
- Kontaktiranje i dogovaranje s obrtnicima oko Sajmenog dana
- Kontrola smještajnih kapacite privatnih iznajmljivača (usporedba rješenja i booking-a)
- Kontrola/popunjavanje obrazaca sještanog kapaciteta za privatne iznajmljivače
- Upisivanje gostiju u E-visitor
- Kontaktiranje iznajmljivača o online edukaciji za privatne iznajmljivače
- Priprema Natječaja za tip operacije 8.5.2. "Uspostava i uređenje poučnih staza, vidikovaca i ostale manje infrastrukture"
- Upoznavanje sa stavkama iz natječaja, priključivanje potrebnih informacija i dokumenata
- Pripremanje podataka o uplati članarina vlasnika objekata/iznajmljivača TZ (excel)
- Priprema izjava za sudjelovanje u Skupštinu TZ
- Rad na pješačkoj karti TZ
- Otvaranje novog objekta u E-visitor-u (na temelju Rješenja)
- Sudjelovanje u radu na terenu s Putničkom agencijom Pointers Travel
- Uređivanje podataka o privatnom smještaju na web stranici TZ (dodavanje kategorizacije, kontakata, broj ležajeva...)
- Sudjelovanje u radu na terenu (E-bike) upoznavanje biciklističkih ruta područja TZ
- Posjet nekim kulturnim ustanovama na području TZ (Tuhelj, Klanjec, Veliko Trgovišće)
- Provjera iznajmljivača (oglašavaju li se u skladu s rješenjem – broj ležaja/pomoćnih ležaja)
- Unos privatnih iznajmljivača na novu interaktivnu kartu područja TZ

### ● OBRAZOVANJE I OSPOSOBLJAVANJE

02. RUJNA 2013. – 13. LIPNJA 2017. – Ul. Ivana i Cvijete Huis 2, Zabok, Hrvatska  
**HOTELIJERSKO-TURISTIČKI TEHNIČAR – Srednja škola Zabok**

09. LISTOPADA 2017. – TRENUTAČNO – Ul. Vladimira Novaka 23, Zaprešić, Hrvatska  
**STRUČNA PRVOSTUPNICA EKONOMIJE BACC. OEC. (MENADŽMENT U KULTURI) – Veleučilište s pravom javnosti Baltazar Zaprešić**

## • JEZIČNE VJEŠTINE

---

Materinski jezik/jezici: HRVATSKI

Drugi jezici:

	RAZUMIJEVANJE		GOVOR		PISANJE
	Slušanje	Čitanje	Govorna produkcija	Govorna interakcija	
<b>ENGLESKI</b>	B1	B2	B1	B1	B1
<b>NJEMAČKI</b>	B2	B2	B1	B1	B2

Razine: A1 i A2: temeljni korisnik; B1 i B2: samostalni korisnik; C1 i C2: iskusni korisnik

## • DIGITALNE VJEŠTINE

---

Internet | MS Office (Word Excel PowerPoint) | Rad na računalu | Windows | Društvene mreže | Timski rad | Sposobnost prilagodavanja promjenama | Prilagodljivost | Dobro organizirana | Pristupačna | Komunikativna | Informacije i komunikacija (pretraivanje interneta) | S lakom prihvacam i rješavam nove izazove kroz koje napredujem | Razviti suradnju u različitim poslovnim okruženjima