

Sportsko-rekreacijski turizam kao čimbenik diferencijacije turističke ponude Zagrebačke županije

Čukulin, Bruno

Professional thesis / Završni specijalistički

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Economics and Business / Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:148:671700>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-08**



Repository / Repozitorij:

[REPEFZG - Digital Repository - Faculty of Economics & Business Zagreb](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
EKONOMSKI FAKULTET

BRUNO ČUKULIN

SPORTSKO-REKREACIJSKI TURIZAM KAO ČIMBENIK
DIFERENCIJACIJE TURISTIČKE PONUDE ZAGREBAČKE ŽUPANIJE

POSLIJEDIPLOMSKI
SPECIJALISTIČKI RAD

ZAGREB, 2019.

PODACI I INFORMACIJE O STUDENTU POSLIJEDIPLOMSKOG STUDIJA

Prezime i ime Čukulin Bruno

Datum i mjesto rođenja 15.6.1979., Zagreb

Naziv završenog fakulteta i godina diplomiranja Kineziološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 2005.

PODACI O POSLIJEDIPLOMSKOM SPECIJALISTIČKOM RADU

1. Vrsta studija: specijalistički
2. Naziv studija Menadžment turizma
3. Naslov rada Sportsko-rekreacijski turizam kao čimbenik diferencijacije turističke ponude Zagrebačke županije
4. UDK (popunjava knjižnica): _____
5. Fakultet na kojem je rad obranjen Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu

POVJERENSTVA, OCJENA I OBRANA RADA

1. Datum prihvaćanja teme 30.4.2019.
2. Mentor: Prof. dr.sc. Darko Prebežac
3. Povjerenstvo za ocjenu rada
 1. Izv. prof. dr. sc. Zvezdana Hendija Predsjednik povjerenstva
 2. Prof. dr.sc. Darko Prebežac Član povjerenstva
 3. Doc. dr. sc. Vanja Krajinović Član povjerenstva
4. Povjerenstvo za obranu rada:
 1. 1. Izv. prof. dr. sc. Zvezdana Hendija Predsjednik povjerenstva
 2. Prof. dr.sc. Darko Prebežac Član povjerenstva
 3. Doc. dr. sc. Vanja Krajinović Član povjerenstva
5. Datum obrane rada: 15.10.2019.

Sveučilište u Zagrebu
Ekonomski fakultet
PDS Menadžment turizma

**SPORTSKO-REKREACIJSKI TURIZAM KAO ČIMBENIK
DIFERENCIJACIJE TURISTIČKE PONUDE ZAGREBAČKE
ŽUPANIJE**

Specijalistički poslijediplomski rad

Bruno Čukulin

Zagreb, srpanj 2019.

Bruno Čukulin

Ime i prezime studenta/ice

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je poslijediplomski specijalistički rad Sportsko-rekreacijski turizam kao čimbenik diferencijacije turističke ponude Zagrebačke županije

(vrsta rada)

isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a što pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Student:



(potpis)

U Zagrebu, 18.7.2019.

Sadržaj

1. UVOD.....	2
1.1. Predmet i ciljevi rada.....	2
1.2. Izvori podataka i metode istraživanja	3
1.3. Sadržaj i struktura rada	3
2. RAZVOJ SPORTSKO-REKRACIJSKOG TURIZMA.....	5
2.1. Pojam i značaj sportsko-rekreacijskog turizma	5
2.2. Čimbenici razvoja sportsko-rekreacijskog turizma.....	9
2.3. Ekonomski i društveni učinci razvoja sportsko-rekreacijskog turizma.....	17
2.4. Promotivno-komunikacijski aspekti sportsko-rekreacijskog turizma	19
3. KARAKTERISTIKE ZAGREBAČKE ŽUPANIJE KAO TURISTIČKE DESTINACIJE	24
3.1. Geografska obilježja i razvoj infrastrukture	24
3.2. Upravna podjela i demografska struktura	34
3.3. Gospodarstvo Zagrebačke županije	35
3.4. Ekološke značajke korištenja prostora	38
3.5. Obilježja destinacijskog marketinga i menadžmenta Zagrebačke županije.....	42
4. ANALIZA SPORTSKO-REKRACIJSKE TURISTIČKE PONUDE I PERSPEKTIVE RAZVOJA SPORTSKO- REKRACIJSKOG TURIZMA U ZAGREBAČKOJ ŽUPANIJU	51
4.1. Analiza turističke ponude Zagrebačke županije.....	51
4.1.1. Smještajni kapaciteti kao dio turističke ponude	51
4.1.2. Sportsko-rekreacijski objekti kao dio turističke ponude	55
4.1.3. Sportsko-rekreacijski programi kao dio ponude turističkih atrakcija	62
4.1.4. Sportsko-rekreacijska turistička ponuda.....	65
4.2. Analiza turističke potražnje Zagrebačke županije.....	72
4.3. SWOT analiza budućeg razvoja sportsko-rekreacijskog turizma.....	79
4.4. Prijedlozi ulaganja u razvoj sportsko-rekreacijskog turizma	82
4.5. Ocjena mogućnosti razvoja sportsko-rekreacijskog turizma kao temelj za diferencijaciju turističke ponude Zagrebačke županije	91
5. ZAKLJUČAK	105
SAŽETAK	107
ABSTRACT.....	108
LITERATURA.....	109
POPIS TABLICA SLIKA I GRAFIKONA	115

1. UVOD

1.1. Predmet i ciljevi rada

Sport i turizam povezani su još od antičkih vremena kad su u vrijeme olimpijskih igara stanovnici češće boravili izvan mjesta stalnog prebivališta. Turisti danas sve više postaju sudionici različitih sportskih aktivnosti te se kao jedan od glavnih motiva posjećivanja turističkih destinacija spominju sport i rekreacija. Mnoge zemlje i regije okreću se sportskom turizmu kao jednom od glavnih nositelja gospodarskog razvoja. Učinci sporta su višestruki, a najvažniji aspekti su prevencija zdravlja ljudi te veća poslovna produktivnost. Uz navedeno postoje i mnogi drugi efekti koji naglašavaju značajnost sporta kao fenomena. Povećanje standarda, razvoj nerazvijenih područja, valorizacija kulturno-povijesne baštine, povećanje nezaposlenosti te financijske koristi destinacije, koje se sasvim sigurno kroz sport mogu još i više razvijati. Ovim radom prikazuju se mogućnosti razvoja sportsko-rekreacijskog turizma kao temelja za diferencijaciju turističke ponude Zagrebačke županije na sve konkurentnijem turističkom tržištu (domaćem i međunarodnom). Vrlo je važno osigurati konkurentnost turističkih proizvoda i usluga Zagrebačke županije kako bi se ona snažnije pozicionirala na turističkom tržištu i bila prepoznata među ostalim turističkim regijama Republike Hrvatske, ali i inozemstvu. Značajnu ulogu u postizanju željene pozicije ima kvalitetan destinacijski marketing, odnosno ciljani promotivno-komunikacijski napori turističke destinacije kojima će se ukazivati na stupanj razlikovanja vlastite turističke ponude od sličnih ponuda konkurencije kako bi turisti čim lakše uočili veću vrijednost konkretne turističke ponude u odnosu na konkurentsku. Upravo kvalitetno razvijena ponuda sportsko-rekreacijskog turizma može biti temelj za takvu diferencijaciju turističke ponude.

Sukladno definiranom problemu i predmetu istraživanja postavljeni su osnovni ciljevi istraživanja u okviru ovog specijalističkog poslijediplomskog rada:

- Analizirati karakteristike sportsko-rekreacijskog turizma kao fenomena.
- Pojasniti specifična obilježja Zagrebačke županije kao turističke destinacije.
- Valorizirati postojeće stanje sportsko-rekreacijske turističke ponude Zagrebačke županije.
- Analizirati potrebe i motive turista (domaćih i stranih) vezanih uz sportsko-rekreacijsku ponudu.

- Procijeniti mogućnosti sportsko-rekreacijskog turizma kao temelj za diferencijaciju turističke ponude Zagrebačke županije.

1.2. Izvori podataka i metode istraživanja

Metodologija koja je korištena u izradi specijalističkog poslijediplomskog rada u svrhu ostvarivanja postavljenih ciljeva sastoji se od dvije cjeline. Provedeno je sekundarno istraživanje znanstvene, stručne, domaće i inozemne literature s ciljem utvrđivanja dosadašnjih spoznaja i teorijskih koncepata iz sportsko-rekreacijskog turizma s posebnim naglaskom na čimbenike diferencijacije turističke ponude. Korišteni su materijali knjižnično dokumentacijskog centra Ekonomskog fakulteta – Zagreb, Nacionalne i sveučilišne knjižnice, TZ Zagrebačke županije i drugih institucija koje prate turizam te raspoložive internetske baze podataka (Ebsco, Emerald, ScienceDirect i dr.). Također je korištena i analiza odabranog poslovnog slučaja (Zagrebačke županije), kao tehnika izviđajnog istraživanja, radi dobivanja boljeg uvida u istraživački problem. Za potrebe analize i interpretacije informacija dobivenih iz sekundarnih i primarnih izvora, u radu su korištene istraživačkom problemu primjerene znanstvene metode.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Specijalistički poslijediplomski rad strukturiran je u pet osnovnih poglavlja, od kojih je svako podijeljeno na još nekoliko potpoglavlja. U uvodnom dijelu rada opisani su predmet i osnovni ciljevi rada kao i metode istraživanja. Predstavljena je uloga sportsko-rekreacijskog turizma u postizanju željene pozicije na turističkom tržištu da ciljanim promotivno-komunikacijskim naporima turističke destinacije diferencira svoju ponudu u odnosu na konkurentsku.

U drugom poglavlju detaljno su opisane osnove razvoja sportsko-rekreacijskog turizma, pojam i važnost te čimbenici razvoja sportsko-rekreacijskog turizma, društveni i ekonomski učinci koji utječu na njegov razvoj te promotivno-komunikacijski aspekti koji bi osigurali diferencijaciju turističke ponude Zagrebačke županije. Treće poglavlje opisuje Zagrebačku županiju kao turističku destinaciju, njena geografska obilježja, infrastrukturu i gospodarstvo. Također se opisuju i ekološke značajke korištenja prostora. Destinacijski menadžment i marketing prikazuju ulogu u promociji i prepoznavanju Zagrebačke županije kao destinacije.

U četvrtom poglavlju razrađena je analiza postojećeg stanja sportsko-rekreacijske turističke ponude u Zagrebačkoj županiji, njeni smještajni kapaciteti, sportsko-rekreacijski objekti i sportsko-rekreacijski programi. Također se prikazuju mogućnosti razvoja sportsko-rekreacijskog turizma u Zagrebačkoj županiji, kroz analizu potražnje te prijedloge ulaganja u sportsko-rekreacijsku ponudu. SWOT analizom i ocjenom mogućnosti razvoja sportsko-rekreacijskog turizma dani su temelji za diferencijaciju turističke ponude kojom bi se u budućem razdoblju omogućilo postizanje visokih rezultata destinacije. U petom poglavlju donose se zaključna razmatranja, daje se sinteza čitavog rada te prezentiraju rješenja postavljenog problema istraživanja. Rad završava popisima literature, tablica, slika i grafikona te sažetkom rada na hrvatskom i engleskom jeziku te je radu priložen i životopis autora.

2. RAZVOJ SPORTSKO-REKRACIJSKOG TURIZMA

Sportsko-rekreacijski turizam usmjeren je na zadovoljavanje čovjekove potrebe za aktivnim odmorom, igrom, kretanjem i zabavom čime se, stvaranjem navike aktivnoga i svrhovitoga provođenja slobodnoga vremena, u konačnici utječe na očuvanje zdravlja i produljenje životnog vijeka. Ljudi današnjice u velikom broju aktivno se bave sportom, a još ih više posjećuje velika međunarodna sportska natjecanja, kao i ona u manjim zajednicama. Sport i turizam kao masovna globalna pojava, dio su kulture suvremenog čovjeka, a zbog masovnosti podrazumijevaju i značajne ekonomske efekte. Veza između sporta i turizma datira od prvih početaka njihovog razvoja, još iz doba antičke Grčke, kad su se putovanja vezala uz poseban događaj Olimpijskih igara održavanih svake četiri godine.

2.1. Pojam i značaj sportsko-rekreacijskog turizma

Rekreacija je sastavni dio suvremenog turizma. Ona obuhvaća brojne sadržaje s kojima se turist susreće na svojim putovanjima i koje izabire prema vlastitim interesima i mogućnostima. Oblici rekreacije se mijenjaju i prilagođavaju kulturnim i socijalnim potrebama čovjeka, kako u domicilu tako i u turizmu. Sportska rekreacija je postala jedan od značajnih motiva dolazaka turista u određene turističke destinacije. Sve više turista žele provesti aktivan odmor, a on podrazumijeva sportske sadržaje, uključujući i brojne aktivnosti u atraktivnome prirodnom ambijentu¹.

Prema Hinchu i Highamu postoji međusobna zavisnost sporta i turizma, sport obuhvaća turističke aktivnosti, a turizam se, s druge strane, barem jednim dijelom, zasniva na sportu i rekreaciji². Turizam i sport postaju masovna aktivnost u svijetu, a mnoge zemlje i regije okreću se turizmu i sportskom turizmu kao jednom od glavnih nositelja gospodarskog razvoja (Španjolska, Italija, Austrija, Švicarska)³. Hrvatska svojim pristupom također slijedi primjere zapadnoeuropskih zemalja te se u promociji destinacije predstavlja i kao zemlja s iznimnim sportskim uspjesima. Osim nadaleko poznate kulturne baštine i nedirnutih prirodnih ljepota, Hrvatska se kao destinacija okreće i obogaćivanju sportsko-rekreacijske turističke ponude. Da bi neko područje optimalno iskoristilo sve svoje resurse za razvoj sportskog turizma, mora dobro poznavati svoju ponudu, ali i spoznati karakteristike buduće turističke potražnje kako

¹ Bartoluci, M., Čavlek, N. i sur. (2007) Turizam i sport – razvojni aspekti. Zagreb: Školska knjiga, str. 94.

² Hinch, T. i Higham, J. (2004) Sport Tourism Development. Cromwell Press, Clevedon, pp. 18.

³ UNWTO (2018) Tourism Highlights, 2018 Edition, Madrid, pp. 91.

bi sve svoje napore usmjerilo prema pravom tržišnom segmentu na odgovarajući način⁴. Suvremeni turizam mora omogućiti turistu kompleksnost ponuđenih sadržaja te jedinstven doživljaj koji želi ostvariti tijekom svog putovanja.

Masovni oblici turističkog prometa (u Europi i Hrvatskoj) počeli su sedamdesetih godina prošlog stoljeća, što je dovelo do narušavanja osnovnih obilježja turizma, a to je odlazak u turističku destinaciju radi opuštanja, kvalitetnog odmora usmjerenog prema zadovoljenju različitih potreba i zdravlja⁵. Suvremeni turizam počeo je formirati turističku ponudu na sadržajima koji vode računa primarno o potrebama turista, a to podrazumijeva kvalitetan odmor i boravak u turističkoj destinaciji. Osim brojnih čimbenika koji utječu na izbor destinacije, kvalitetni sadržaji ponekad su presudni o donošenju odluke o putovanju. Osim prihvaćanja činjenice da su sport i putovanja postali dostupni svima, druga je ključna vrijednost promjene da su sport i putovanja postali središnji aspekti načina života⁶.

Sport i rekreacija u turizmu imaju važnu ulogu, a to je zadovoljenje primarnih potreba čovjeka za kretanjem i aktivnošću u prirodnim uvjetima. Prema Macmillanu rekreacija je bavljenje nečim iz užitka, s pozitivnim djelovanjem na obnavljanje sposobnosti čovjeka⁷. S obzirom na evolucijski i tehnološki razvoj, potrebe čovjeka se mijenjaju i očekuju da budu zadovoljene i u turizmu.

Pojam rekreacija izveden je iz latinskog termina *recreate*, što znači ponovno stvoriti, ponovno proizvoditi, obnavljati. Pojam rekreacija je označavao odmor od posla koji bi čovjeku omogućavao da se ponovno može vratiti poslu⁸. Rekreaciju danas brojni autori definiraju kao isključivo intrinzično motiviranu aktivnost, koja ne mora nužno imati neku društvenu svrhu, nego čovjek može provoditi tu aktivnost radi nje same. Prema Andrijašević, rekreacija je cjelokupna ljudska djelatnost koja se odvija izvan profesionalnog rada, s

⁴ Petrović, M., Knezović, D. i Todorović, M. (2017) Sportski turizam kao komponenta razvoja održivog poduzetništva. *Obrazovanje za poduzetništvo / Education for entrepreneurship* vol7 nr1, str. 82.

⁵ Andrijašević, M. (2004) Programi i sadržaji sportsko-rekreacijskog turizma u Hrvatskoj / Programmes and activities for the development of sports-recreational tourism in Croatia. In Bartoluci and associates, *Menadžment u sportu i turizmu / Management in sport and tourism*. Zagreb: Kineziološki fakultet, Ekonomski fakultet, pp. 351.

⁶ Kostelac, D., Jeremić, Z. i Priskić, E. (2016) Pristup projektnog menadžmenta na projektu u sportskom turizmu. U N. Breslauer (ur.), *Inovacije, tehnologije, edukacija i menadžment: 4. Međunarodna konferencija, Sv. Martin na Muri, 14. i 15. travnja, 2016.: zbornik radova: Vol. 4(4)*. 4. Međunarodna konferencija, Čakovec: Međimursko veleučilište u Čakovcu, str. 240.

⁷ Macmillan (2002) *English dictionary Macmillan education*. Oxford: Between Towns Road, pp. 91.

⁸ Jensen, C.R. i Guthrie, S.P. (2006) *Outdoor Recreation in America*. Champaign, IL: Human Kinetics, pp. 96.

pozitivnim učincima na čovjeka, a izabrana je prema vlastitoj želji⁹. Rekreacija predstavlja spontani odraz čovjekove želje da zadovolji potrebe i sklonosti u aktivnostima prema vlastitom izboru, a sve u svrhu sadržajnijeg korištenja slobodnog vremena¹⁰.

Razvoj sportske rekreacije u turizmu započeo je na osnovama zdravstvenog turizma utemeljenog na iznimno povoljnim i ljekovitim prirodnim resursima jadranskog priobalja. Tradicija zdravstvenog turizma duga je više od 130 godina te su u to vrijeme sagrađeni prvi lječilišni centri kojima je primarni cilj bio zaštita, unaprjeđenje zdravlja, rehabilitacija i liječenje uz pomoć prirodnih faktora. Kontinentalni zdravstveni turizam temeljio se na geotermalnim izvorima, a primorski je zasnovan na poznatim svojstvima mediteranske klime s elementima talasoterapije¹¹.

Suvremeno društvo je tehnološkim napretkom utjecalo i na sve veće zahtjeve koji su postavljeni pred današnjeg čovjeka. Mentalna napregnutost i stres te hipokinezija i nedovoljno opuštanje s druge strane tipični su uvjeti radnog i životnog okruženja suvremenog čovjeka. Posljedice svakodnevnih pritisaka i životnih prilika pratili su brojni znanstvenici koji su utvrdili visoku korelaciju negativnih čimbenika s pojavom brojnih bolesti¹². Ustvrdili su da stres koji obuhvaća niz različitih čimbenika znatno povećava rizik od pojava bolesti. Turizam ima ulogu da potakne oporavak, da regenerira, revitalizira turista koji je došao na odmor.

Sport i rekreacija čine aktivnu komponentu turizma koji turističkim krajolikom, pod povoljnim utjecajem ambijenta, rasterećuje organizam od svakodnevnih napora dajući novu dimenziju kvalitete boravka s pomoću novih doživljaja¹³.

Sportsko-rekreacijska ponuda u turizmu provodi se u trima osnovnim oblicima - aktivnostima:

- slobodnim korištenjem prirodnih resursa (atrakcija) i sportskih objekata,
- organizacijskim oblicima sportsko-rekreacijskih aktivnosti te
- programiranim oblicima sportsko-rekreacijske aktivnosti¹⁴.

⁹ Andrijašević, M. (1996) Sportska rekreacija u mjestu rada i stanovanja. Zagreb: Fakultet za fizičku kulturu, str. 17.

¹⁰ Relac, M. (1975) Rekreacija tjelesnim vježbanjem u procesu rada. Zagreb: Sportska tribina, str. 23.

¹¹ Razović, M. (1998) Razvoj zdravstvenog turizma na području srednje Dalmacije. In Mirić, D. i Vlahović, D. (Eds.), Proceedings book Zdravlje i turizam, Split/Hvar, str. 45.

¹² Spencer, A. R. (2000) Temelji psihologije. Zagreb: Naklada Slap, Ministarstvo znanosti, tehnologije i informatike, str. 104.

¹³ Bartoluci, M., Čavlek, N. i sur. (2007) Turizam i sport – razvojni aspekti. Zagreb: Školska knjiga, str. 96.

Oblici sportsko-rekreacijskih programa dijele se u odnosu na dob, najmlađe, mlade i odrasle osobe, stariju populaciju, osobe s posebnim potrebama te skupine osoba, obitelji i individualne korisnike. Uvjeti i sadržaj boravka turista definirani su kategorijom turističkih centara. U Hrvatskoj je još uvijek nedovoljan broj smještajnih kapaciteta visoke kategorije koji bi udovoljavali potrebama gostiju tijekom cijele godine. Sezonski karakter turizma još uvijek prevladava. Hrvatska turistička ponuda ima prepoznatljive prednosti zbog atraktivnih primarnih resursa, a nedostaci definirani od turista, vidljivi su u siromašnoj ponudi sadržaja, posebice sportskih¹⁵.

Sportska rekreacija sve je češći motiv dolazaka turista u neku turističku destinaciju, stoga je potrebno istražiti želje i interese turista radi usklađivanja ponude i potražnje. S obzirom na specifičnost i autohtonu vrijednost Hrvatske, njenu raznolikost i bogatstvo, brojnost turističkih lokaliteta, uključenost različitih vrsta kretanja i programiranih aktivnosti unutar sportske rekreacije sasvim sigurno bi obogatilo turističku ponudu destinacije.

Velika većina turista traži primjerenu aktivnost tijekom odmora koja odgovara njihovim potrebama i interesima s naglaskom na zdravlje. Slobodno vrijeme značajno sudjeluje u kreaciji kvalitete života, a ono je sve više vezano za brigu o vlastitom zdravlju. Potrebe, želje, interesi pokušavaju se zadovoljiti u slobodno vrijeme kako bi se organizam regenerirao i obnovio, kako bi se poboljšale sposobnosti organizma putem sporta i rekreacije.

Suvremeni turist diferencirao je svoje potrebe na temelju svojih iskustava, obrazovanja i načina života te na temelju tih sastavnica odabire pravi odmor za sebe. Sportska rekreacija prati dinamiku potreba turista, a oslanja se na njegove svakodnevne životne prilike koje se ostvaruju posebno za vrijeme odmora. Wellness turizam temelji se na podizanju razine čovjekovih sposobnosti s ciljem što većeg i trajnijeg unaprjeđenja zdravlja. Wellness podrazumijeva cjelokupnu koncepciju zdravlja, a obuhvaća područja zdravog kretanja,

¹⁴ Ibidem, str. 96.

¹⁵ Institute for tourism (2018) Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS LIETO 2017/Attitudes and expenditures of tourists in Croatia – TOMAS SUMMER 2017. Zagreb: Institute for tourism, str. 46.

tjelesnog vježbanja, prehrane, opuštanja i ovladavanja stresom do osjećaja tjelesne i mentalne ugone i zadovoljstva¹⁶.

Iako je turistički promet bio donedavno orijentiran na jadransko područje, velike rezerve turističkog razvoja leže u ostalim područjima Hrvatske. Sportsko rekreacijski sadržaji sastavni su dio cjelovitih programa turističke ponude čiji je cilj unaprijediti kvalitetu boravka i odmora turista te se tematski mogu podijeliti u nekoliko područja koja mogu zadovoljiti potrebe i interese turista tijekom cjelokupnog boravka u turističkoj destinaciji.

Sportsko-rekreacijska ponuda nije statična, nego podliježe novim potrebama i mogućnostima korisnika. Sadržaji sportske rekreacije pratili su turističke potrebe koje su bile na razini najma objekata, sportskih terena, čamaca ili pak slobodnog korištenja prirodnih resursa, šetnje, kupanja i slično. Najčešće su ih realizirali sezonski djelatnici koji nisu mogli pružiti kvalitetnu ponudu, bilo zbog pomanjkanja znanja, iskustva ili motivacije. Buble i Buble naglašavaju da je u sportu i sportskoj industriji, znajući da je sport postao unosan posao, nezamislivo poslovanje bez stručnih kadrova, koji moraju imati znanja iz ekonomike sporta, marketinga i menadžmenta¹⁷. Objekti namijenjeni rekreaciji turista nisu adekvatno održavani pa ubrzano propadaju i zastarijevaju te je njihovo korištenje nerentabilno. Turistički sportski centri trebaju ići u korak s promjenama tržišta, čuvajući pritom specifičnost turističkog kraja. Produženje turističke sezone također se može osigurati kvalitetnim sportsko-rekreacijskim programima. Raznolikost i kvaliteta sportsko-rekreacijskih programa, predstavljaju bogatstvo života i boravka turista u destinaciji te osiguravaju zadovoljstvo i zabavu, ali i korist za prevenciju i poboljšanje zdravlja.

2.2. Čimbenici razvoja sportsko-rekreacijskog turizma

Mnogi teoretičari su zadirali u samu suštinu pojave turizma i čini se najprihvatljivijim da su bitni čimbenici, koji su utjecali na to, slobodno vrijeme i motivacija za putovanjem. Slobodno vrijeme je jedan od osnovnih faktora koji omogućava razvoj određenih društveno-ekonomskih pojava kao što su turizam, sport i sportska rekreacija¹⁸. Postoji velik broj definicija slobodnog vremena i znanstvenih disciplina koje istražuju slobodno vrijeme

¹⁶ Andrijašević, M. i Bartoluci, M. (2004) Uloga wellnesa u suvremenom turizmu/The rolle of wellness in contemporary tourism. *Acta turistica* 16(2), str. 125.

¹⁷ Buble, M. i Buble, M. (2014) *Poduzetništvo*. Split: Visoka škola za menadžment i dizajn Aspira, str. 297.

¹⁸ Relac, M. i Bartoluci M. (1987) *Turizam i sportska rekreacija*. Zagreb: Informator, str. 124.

(sociologija, ekonomija, kineziologija, psihologija, antropologija i druge). Besposlica se odnosi na vrijeme u kojem je čovjek slobodan od posla ili rada kao prisilne djelatnosti, dok je dokolica naprotiv vrijeme u kojem je čovjek slobodan za neposredno djelatno ostvarenje, za igru i stvaralaštvo¹⁹. Iako se slobodno vrijeme i dokolica često isprepliću i nadopunjuju, moguće ih je djelomično razlučiti i reći kako je svaka dokolica slobodno vrijeme, ali svako slobodno vrijeme nije dokolica²⁰. Dakle, dokolica predstavlja kvalitetan čin slobodnog vremena i smatra se da je bit slobodnog vremena dosegnut u dokolici.

Prema Krausu, rekreacija je aktivnost koja je dio dokolice i koja ima svojstva dokolice, dakle, predstavlja kvalitetan čin provođenja slobodnog vremena²¹. Iz svih definicija može se zaključiti da je rekreacija dio dokolice, što znači dio kvalitetno provedenog slobodnog vremena, a ono što ju razlikuje od drugih sadržaja u dokolici je upravo to što rekreacija obavezno uključuje aktivnost.

Da bi se neka aktivnost mogla nazvati rekreacijom potrebno je da zadovolji sljedeće uvjete:

- sloboda izbora aktivnosti i sadržaja,
- doživljaj zadovoljstva prilikom izvođenja izabrane aktivnosti,
- pozitivni akt u smislu ponašanja koje je u skladu s društveno prihvatljivim normama,
- aktivnost koja se provodi u slobodno vrijeme²².

Izbor rekreacijskog sadržaja prvenstveno ovisi o odabiru pojedinca te njegovim osobnim interesima i potrebama. Prema Andrijašević, aktivnosti koje služe u te svrhe su tjelesno vježbanje, tj. sportsko-rekreacijske aktivnosti, društveno zabavne aktivnosti, kulturno-umjetničke, zanatske i tehničke, aktivnosti u prirodi i volonterske aktivnosti²³. Dobrobiti rekreacije su višestruke, a potkrijepljene su mnogim znanstvenim istraživanjima.

Mogu se podijeliti u tri skupine:

- osobne dobrobiti ili dobrobiti pojedinca,
- društvene dobrobiti,

¹⁹ Polić, R. (2003) Odgoj i dokolica. *Metodički ogledi*, 10(2), str. 25.

²⁰ Todorović, S. (1984) *Sociologija slobodnog vremena*. Beograd: Interpregled, str. 138.

²¹ Kraus, R. (2001) *Recreation and leisure in modern society*. Boston: Jones and Bartlett, pp. 72.

²² Shivers, J. S. i de Lisle, L. J. (1997) *The Story of Leisure*. Champaign, IL: Human Kinetics, pp. 154.

²³ Andrijašević, M. (2006b) *Kineziološka rekreacija (Skripta)*. Zagreb: Kineziološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu (neobjavljeno), str. 19.

- o ekonomske dobrobiti.

Osobna dobrobit omogućuje pojedincu da mu život postane obogaćen i unaprjeđen kroz različite oblike rekreacijskih aktivnosti. Znanstvenim istraživanjima je potvrđeno da rekreacijsko bavljenje sportskim aktivnostima unaprjeđuje tjelesno i mentalno zdravlje, što dovodi do unaprjeđenja kvalitete života, osobito sa zdravstvenog aspekta²⁴.

Putem različitih oblika rekreacijskih aktivnosti ljudi sa sličnim interesima često ostvaruju poznanstva i prijateljstva. Istraživanja čak upućuju na to kako sudjelovanje u rekreacijskim programima može biti učinkovitije od nekih terapijskih metoda kada je riječ o bihevioralnim i emocionalnim promjenama²⁵.

Održivost sporta i rekreacije uglavnom se naglašava potrebom obuhvaćanja „tri stupa“ – socijalnog, prirodnog i ekonomskog²⁶. Ekonomske dobrobiti za društvo navode se kao glavni argument kada je riječ o potrebi za uvođenjem rekreacijskih, a osobito sportsko-rekreacijskih sadržaja. Istraživanja su pokazala kako povećanje tjelesne aktivnosti u slobodno vrijeme može značajno smanjiti zdravstvene troškove na razini populacije²⁷. Također, istraživanja su pokazala da su zaposlenici, koji se više bave tjelesnim aktivnostima u slobodno vrijeme, produktivniji, pokazuju manju razinu stresa, rjeđe odlaze na bolovanje te zato stvaraju manje troškova poslodavcu²⁸. Povećanje proizvodnosti rada je važan ekonomski pokazatelj u poduzeću i na razini šire zajednice²⁹.

Rekreacija se često navodi i kao važan čimbenik u razvoju turizma. Ekonomske dobrobiti u turizmu očituju se, primjerice, u turističkim poduzećima na temelju prodaje rekreacijskih usluga ili ukupnom turističkom prometu koji stvaraju turisti, kojima je rekreacija glavni

²⁴ American College of Sports Medicine (ACSM) (2006) ACSM's guidelines for exercise testing and perscription, 6. izdanje. Philadelphia: Lippincott Williams & Wilkins, pp. 203.

²⁵ West, S. T. i Crompton, J. L. (2001) A review of the impact of adventure programs on at-risk youths. *Journal of Park and Recreation Administration*, 19(2), pp. 113.

²⁶ Breslauer, N., Hublín, T. i Breslauer, N. (2016) Utjecaj inovacijskih tehnologija na poduzetništvo, sport i turizam. U N. Breslauer (ur.), *Inovacije, tehnologije, edukacija i menadžment: 4. Međunarodna konferencija*, Sv. Martin na Muri, 14. i 15. travnja, 2016.: zbornik radova: Vol. 4(4). 4. Međunarodna konferencija, Čakovec: Međimursko veleučilište u Čakovcu, str. 189.

²⁷ Pratt, M., Macera, C. A. i Guijing, W. (2001) Higher direct medical costs associated with physical inactivity. *Physician and Sportsmedicine*, 28(10), pp. 63.

²⁸ Pelletier, K. R. (2001) A review and analysis of the clinical- and cost-effectiveness studies of comprehensive health promotion and disease management programs at the worksite: 1998-2000 update. *American Journal of Health Promotion*, 16(2), pp. 107.

²⁹ Bartoluci, M. (2003) *Ekonomika i menadžment sporta*. Zagreb: Informator, str. 181.

motiv dolaska u turističku destinaciju. Prema Driveru, rekreacija i turizam su dva od prvih triju ekonomskih područja u smislu generiranja prihoda i zaposlenja³⁰.

Sportska rekreacija je dio rekreacije koja obuhvaća različite oblike i sadržaje sportskih aktivnosti u cilju rekreacije čovjeka³¹. Relac objašnjava da se cilj sportske rekreacije može sagledati s četiriju aspekata³². Prvi aspekt je humanizacija suvremenog načina života i rada koja se očituje u pomoći čovjeku da se prilagodi na moderne uvjete života i rada te u smanjenju negativnih posljedica koje proizlaze iz tih promjena. Drugi aspekt je korekcija, odnosno ispravljanje negativnih popratnih pojava, koje mogu rezultirati smanjenom radnom i funkcionalnom sposobnosti te narušavanjem zdravlja. Upravo zato sportsko-rekreacijski programi predstavljaju važan dio zaštite i unaprjeđenja zdravlja. Treći aspekt je kompenzacija ili nadoknada koja se odnosi na čovjekove potrebe koje su zanemarene i zapostavljane u tzv. modernom načinu života. Četvrti aspekt je stvaranje pozitivnih navika za smišljen i koristan način provođenja slobodnog vremena. Znanstvenim istraživanjima je utvrđeno da osobe koje sudjeluju u sportsko-rekreacijskim programima lakše usvajaju tzv. zdrave navike poput zdravijeg načina prehrane, nepušenja, manjeg konzumiranja alkohola i slično³³.

Sportsko-rekreacijski programi se temelje na znanstvenim spoznajama koje su postignute u okviru znanstvene discipline pod nazivom Kineziološka rekreacija. Dakle, Kineziološka rekreacija je primijenjena znanstvena disciplina koja proučava zakonitosti upravljanja procesima vježbanja u području rekreacije³⁴. Temeljni znanstveni problemi Kineziološke rekreacije se odnose na planiranje, programiranje i kontrolu provedbe sportsko-rekreacijskih programa. Sportska rekreacija se temelji na principima koji se odnose na poštivanje zakonitosti te pravila primjene različitih oblika sportsko-rekreacijskih aktivnosti i vježbanja namijenjenih različitim korisnicima. Postoje različiti principi sportske rekreacije koje je detaljno opisao Relac³⁵. Kao prvi princip navodi se prilagodba programa, koja podrazumijeva

³⁰ Driver, B. (1999) Management of public outdoor recreation and related amenity resources for the benefits they provide. U H.K. Cordell (ur.), *Outdoor recreation in American life: A national assessment of demand and supply trends*, Champaign, IL: Sagamore pp. 15.

³¹ Andrijašević, M. (2006b) *Kineziološka rekreacija (Skripta)*. Zagreb: Kineziološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu (neobjavljeno), str. 27.

³² Relac, M. (2006) *Osnove sportske rekreacije*. U M. Relac (ur.), *Priručnik za obrazovanje voditelja sportske rekreacije*, Zagreb: Hrvatski savez sportske rekreacije „Sport za sve“, str. 5.

³³ National Institut of Health (2003) *Reducing nationwide obesity start sin neighborhoods/on-line/*. Skinuto s mreže 18. 12. 2018. s: <http://www.nhlbi.nih.gov/new/press/03-07-03.htm>

³⁴ Andrijašević, M. (2006b) *Kineziološka rekreacija (Skripta)*. Zagreb: Kineziološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu (neobjavljeno), str. 25.

³⁵ Relac, M. (2006) *Osnove sportske rekreacije*. U M. Relac (ur.), *Priručnik za obrazovanje voditelja sportske rekreacije*, Zagreb: Hrvatski savez sportske rekreacije „Sport za sve“, str. 10.

da svaki program treba biti prilagođen sudioniku s obzirom na dob, spol, inicijalne sposobnosti, individualne želje i mogućnosti. Postupnost kao drugi princip, podrazumijeva progresivno povećavanje opterećenja vježbanja u skladu sa sposobnostima sudionika. Treći je princip zdravstvene usmjerenosti, koji podrazumijeva da sportsko-rekreacijski programi trebaju utjecati na poboljšanje i unaprjeđenje zdravlja, a izbjegavati vježbe ili intenzitete koji bi mogli narušiti zdravlje pojedinca. Četvrti princip je princip ekonomičnosti, a upućuje na to da je sadržaje sportske rekreacije potrebno približiti cijeloj populaciji. Princip emocionalnosti kao peti princip, upućuje na važnost stvaranja pozitivnog okruženja tijekom vježbanja, što je preduvjet za stvaranje osjećaja zadovoljstva kod sudionika. Vrsta programa, glazbe, sprava i pomagala, kao i emocionalna osjetljivost voditelja, važni su čimbenici za stvaranje pozitivnog emocionalnog doživljaja tijekom provođenja sportsko-rekreacijskih programa. Princip motiviranosti upućuje na potrebu za stalnim praćenjem razine motiviranosti sudionika programa. Naime, razina motiviranosti je preduvjet kontinuiranog vježbanja, što predstavlja jedan od osnovnih ciljeva sportske rekreacije. Princip informiranosti se odnosi na prenošenje informacija sudionicima prije, tijekom i poslije određenog programa. Prenosjenjem kvalitetnih informacija sudionici će dobiti uvid u vlastito zdravstveno stanje te u utjecaj sportsko-rekreacijskih programa, sportske opreme, različitih aktualnih tema, novih programa i sl. Zadnji je princip dobrovoljnosti, a podrazumijeva da svaki sudionik dobrovoljno bira vrstu programa, vrijeme programa i način sudjelovanja u određenom programu.

Kako do nagle ekspanzije turizma dolazi u vrijeme povećavanja slobodnog vremena, tako se baš ono uzima kao jedan od značajnijih faktora koji utječu na njegov ukupan razvoj te je onda logična i pretpostavka da je ono i značajan faktor razvoj sportske rekreacije u turizmu³⁶. Edukacija ljudi o korištenju slobodnog vremena može biti vrlo važna u obogaćivanju života i rada putem „aktivnog odmora”.

Negativne promjene u okolini gdje ljudi žive i rade (buka, onečišćenost, nedostatak insolacije, klimatske promjene, stres, frustriranost, zatvoreni prostori itd.) navele su ljude na drugačija razmišljanja o sadašnjosti. Ta svjesnost počela je pozitivno mijenjati ponašanje turista prema njima samima, primarno prema njihovom vlastitom zdravlju. Rastuća internacionalizacija rastućih životnih stilova podignula je zanimanje za bavljenje sportom na

³⁶ Mustafa, D. (2009) Sport i turizam. Zbornik radova II međunarodnog seminara "Uloga sporta u očuvanju zdravlja", str. 127.

odmoru bez obzira na godine³⁷. Alfier navodi da je „upravo porazna činjenica što na svijetu ima tako velik broj ljudi u svim socijalnim strukturama i na svim kulturnim razinama koji se ne znaju odmarati izlažući se najrazličitijim štetnim aktivnostima poput konzumiranja alkohola, droge i sl. te na taj način jeftino prodaju svoje skupo stečeno slobodno vrijeme”³⁸. Alfier zaključuje da to zapravo i nije čudno jer su u svim dosadašnjim i u sadašnjim društvenim sistemima čovjeka učili i uče kako da radi, ali ne i kako da se odmara.

Neproductivno ponašanje uključuje aktivnosti koje se iscrpljuju unošenjem promjena u slobodno vrijeme da bi se uspostavila prividna ravnoteža izgubljena u radu i svladala dosada. Ona emocionalno ispražnjava, a ne potvrđuje čovjeka. Productivno ponašanje podrazumijeva čovjeka koji je prema sebi i zajednici kritičan, djelatan i produktivan. Za osobe koje svoje slobodno vrijeme provode na neproductivan način, činjenica da se fond slobodnog vremena povećava nije pozitivna stvar nego „opasnost da se još više alijeniraju”, a za one pak koji se u slobodnom vremenu ponašaju na produktivan način navedeno će biti izuzetan dobitak, odnosno mogućnost da još kvalitetnije iskoriste svoje istinsko „ja”³⁹. S kvalitativnog stajališta productivno ponašanje pridonosi obogaćivanju čovjekove osobnosti, ali i ekonomskog blagostanja. Productivne aktivnosti daju ekonomski smisao slobodnom vremenu u kojem se one provode. Neke od tih aktivnosti su sasvim sigurno turističke i sportsko-rekreacijske aktivnosti.

Turizam je postao sastavnim dijelom suvremenog života i nema sumnje da aktivnosti koje se provode u turizmu utječu na kvalitativno provođenje slobodnog vremena za vrijeme odmora. Alfier ističe važan „utjecaj boravka i rekreacije u prirodi što pozitivno utječe na psihičku i fizičku obnovu čovjeka koja u idealnim slučajevima može doslovno značiti ponovno ‘stvaranje’ čovjeka u fizičkom i psihičkom pogledu”⁴⁰.

³⁷ Čavlek, N. (2004) Sport i turizam - analiza tržišta/Sports and tourism – a Market Profile. In Bartoluci, M. (Ed.), Menadžment u sportu i turizmu/Management in Sport and Tourism. Zagreb: Kineziološki fakultet, Ekonomski fakultet, pp. 71.

³⁸ Alfier, D. (1994) Uloga turizma u resocijalizaciji i desocijalizaciji suvremenog čovjeka. In Hitrec, T. (Ed.), Turizam – izbor radova. Zagreb: Institut za turizam, Fond za stipendiranje mladih za zaštitu prirode i turizma, str. 124.

³⁹ Relac, M. i Bartoluci, M. (1987) Turizam i sportska rekreacija. Zagreb: Informator, str. 27.

⁴⁰ Alfier, D. (1977) Uloga turizma u resocijalizaciji i desocijalizaciji suvremenog čovjeka. In Proceedings book „Humanističke vrijednosti turizma”. Zadar: Pedagoška akademija, pp. 19.

Za razliku od Hrvatske, razvijene zemlje imaju zacrtanu strategiju i koriste utvrđene beneficije programa vježbanja i tjelesne aktivacije djelujući ciljano na zaštitu i podizanje stupnja zdravlja svojih stanovnika⁴¹.

Tablica 1. prikazuje navike bavljenja tjelesnom aktivnošću u Republici Hrvatskoj. Središnji državni ured za šport proveo je u 2017. godini istraživanje s ciljem utvrđivanja udjela stanovništva Republike Hrvatske koje se bavi sportskim i rekreacijskim aktivnostima ili nekim drugim oblikom tjelesne aktivnosti.

Tablica 1. Bavljenje tjelesnom aktivnošću po spolu i dobnoj kategoriji u Hrvatskoj u 2017. godini

	Total	Spol		Dob – kategorije					
		M	Ž	15-20	21-30	31-40	41-50	51-60	61 i više
Broj ispitanika	1.000	477	523	100	129	157	182	169	263
Bave se tjelesnom aktivnošću (%)	37,5	39,7	35,5	75,4	45,0	47,2	34,7	29,7	20,4
Ne bave se tjelesnom aktivnošću (%)	62,5	60,3	64,5	24,6	55,0	52,8	65,3	70,3	79,6

Izvor: Vlada RH, Prijedlog Nacionalnog programa športa 2019. – 2026., Središnji državni ured za šport, str. 31. (11.2.2019.)

Istraživanje je pokazalo da se samo 37,5% populacije Republike Hrvatske starije od 15 godina bavi nekim oblikom tjelesne aktivnosti barem jednom tjedno, dok je njih 62,5% potpuno neaktivno, odnosno, ne bavi se nikakvom tjelesnom aktivnošću⁴².

Stanovništvo srednjoeuropskih i skandinavskih zemalja je daleko aktivnije po pitanju tjelesnog vježbanja nego stanovništvo u Hrvatskoj⁴³. Istraživanja pokazuju pozitivan stav većine stanovnika prema tjelesnom vježbanju, ali do realizacije uglavnom ne dolazi⁴⁴.

⁴¹ Bartololuci, M. i Škorić, S. (2008) Uloga menadžmenta u sportskoj rekreaciji. Zbornik radova 17. ljetne škole kineziologa Republike Hrvatske, Poreč, str. 155.

⁴² Vlada RH, Prijedlog Nacionalnog programa športa 2019. – 2026., Središnji državni ured za šport, str. 31. (11.2.2019.)

⁴³ Berčić, B. i Đonlić, V. (2009) Tjelesno vježbanje u suvremenim uvjetima života. Filozofska istraživanja. Rijeka: Filozofski fakultet u Rijeci, str. 450.

⁴⁴ Andrijašević, M. (2006) Recreational programmes for adult men based on cluster analysis of survey indicator. Kineziology, (2) pp. 38.

Tjelesna neaktivnost po brojnim medicinskim istraživanjima je jedan od čimbenika rizičnih kroničnih nezaraznih bolesti, dok se sportskim aktivnostima smanjuju rizici od kroničnih srčanih oboljenja. Također je dokazano da redovita tjelesna aktivnost u mlađoj dobi ima pozitivan efekt na usporavanje tempa razgradnje vršne gustoće kostiju, čime se znatno odgađa nastajanje osteoporoznih procesa, dok se pravilnom aktivnošću tijekom kasnije životne dobi može usporiti brzina koštane razgradnje⁴⁵. Obzirom na niz navedenih prednosti putem bavljenja sportskim i sportsko-rekreacijskim aktivnostima za očuvanje i prevenciju zdravlja, potrebno je osvijestiti stanovništvo kako bi promijenilo životne navike. Uključivanjem sve većeg broja sportsko-rekreacijskih programa u turističku ponudu, neće se utjecati samo na povećanje broja stranih turista, već i na aktiviranje i konzumaciju takvih usluga u domaćih turista.

Prema Bartoluciju i Čavlek prikazani su faktori razvoja sporta i sportske rekreacije:

- faktori potražnje sportsko-rekreacijskih usluga – urbanizacija i industrijalizacija, dohodak stanovništva, slobodno vrijeme, subjektivni čimbenici (moda, oponašanje, navike, prestiž),
- posrednički faktori – turističko sportske agencije, sportske organizacije,
- faktori sportsko-rekreacijske ponude – prirodni resursi, sportsko-rekreacijski objekti i sadržaji, sportsko-rekreacijski programi⁴⁶.

Sport u turizmu predstavlja motiv za putovanjem sa svrhom promatranja priredbi, dok sportska rekreacija predstavlja ljudski angažman u provođenju aktivnosti te postaje sastavni dio turističke ponude i čini njenu aktivnu komponentu.

Uz faktore ponude i potražnje sporta i rekreacije u turizmu važnu posredničku ulogu imaju različite udruge, sportske organizacije i turističko-sportske agencije. Sve je popularniji i direktni tip posredovanja putem elektronskih medija. Ograničavajući faktori razvoja turizma u Hrvatskoj i Zagrebačkoj županiji vezani su uz sezonalnost poslovanja. Formiranjem šire ponude specifičnih oblika turizma sasvim sigurno se može utjecati na prepoznatljivost ove regije i gospodarski razvoj u obliku veće ekonomske dobiti od turizma.

⁴⁵ Andrijašević, M. (2009) Upravljanje slobodnim vremenom sadržajima sporta i rekreacije. Zbornik rada, Zagreb, str. 232.

⁴⁶ Bartoluci, M. i Čavlek, N. (1998) Turizam i sport. Zagreb: Fakultet za fizičku kulturu Sveučilišta: Ekonomski fakultet Veleučilišta: Zagrebački velesajam, str 71.

2.3. Ekonomski i društveni učinci razvoja sportsko-rekreacijskog turizma

Razvoj sportsko-rekreacijskog turizma proizvodi brojne učinke. Ekonomski učinci ogledaju se u visokom stupnju posjećenosti određenih događaja, kupovini velikog broja ulaznica za neku manifestaciju te kupovini popratnih sadržaja. Kada se održava velika manifestacija, raste broj zaposlenih djelatnika u destinaciji te se pospješuju realizacije raznih projekata. Ekonomski učinci manifestiraju se kroz mikro i makroekonomske efekte⁴⁷.

1. Makroekonomski efekti:

- stvaranje dodatnog tržišta proizvoda i usluga,
- razvoj djelatnosti (sportske industrije, graditeljstva, sportskih objekata i dr.).

2. Mikroekonomski efekti:

- direktni (na razini poduzeća),
- indirektni (na razini turističkih, ugostiteljskih, prometnih i drugih organizacija).

Brojna istraživanja pokazala su da sport i sportska rekreacija svojim programima ne utječu samo na unaprjeđenje turističke ponude već su i pokretač dodatnih ekonomskih učinaka. Bartoluci naglašava da se ekonomski učinci sporta realiziraju u okviru turističkih i sportskih organizacija, ali i izvan turizma⁴⁸. Ukupan ekonomski učinak turističke potrošnje proizlazi iz cirkulacije inicijalno ostvarene turističke potrošnje tijekom više gospodarskih ciklusa, a čine ga zbroj direktnih, indirektnih i induciranih učinaka te potrošnje⁴⁹.

Izravni ekonomski učinci sporta u turizmu su ustvari prihodi ostvareni korištenjem sportskih sadržaja i sportsko-rekreativnih usluga⁵⁰. Oni se ostvaruju razlikom prihoda i rashoda sportskih usluga te su mjerljivi i egzaktni jer se ponuda prilagođava potražnji i pokretačkim faktorima sporta (izgradnja novih sportsko-rekreacijskih objekata). Organizacije, kojima se veličina objekata sportske rekreacije prilagodila veličini kapaciteta ostalih turističkih objekata i sadržaja (smještajni i ugostiteljski kapaciteti), ostvaruju najveću dohodovnost od sportsko-rekreacijskih usluga. Sport i sportska rekreacija u turizmu imaju svoju direktnu ekonomsku funkciju čije je temeljno polazište dohodak. Tako se prema Andrijašević izravni učinci

⁴⁷ Bartoluci, M. (1985) Ocjena ekonomskih efekata sportske rekreacije u turizmu s posebnim osvrtom na Jadranski turizam Jugoslavije (Doktorska disertacija). Zagreb: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, str. 89.

⁴⁸ Bartoluci, M., Čavlek, N. i sur. (2007) Turizam i sport – razvojni aspekti. Zagreb: Školska knjiga, str. 75.

⁴⁹ Institut za turizam (2013) Strategija razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine, str. 62.

⁵⁰ Bartoluci, M. (2013) Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva. Zagreb: Školska knjiga, str. 201.

ostvaruju od prodaje različitih programa ponude sportske rekreacije čiji su ciljevi: očuvanje i unaprjeđenje zdravlja, poduka u raznovrsnim sportskim vještinama, organizacija natjecanja i turnira, organizacija aktivnosti u prirodi, zabava, doživljaj⁵¹.

Posredni ekonomski učinci sporta u turizmu manifestiraju se turističkim prometom kojemu su sport i sportska rekreacija glavni motiv dolaska i ostanka u destinaciji. Razvojem sporta i sportske rekreacije u turizmu povećavaju se privremeni boravci turista u destinaciji koji dolaze zbog sudjelovanja u nekoj sportsko-rekreacijskoj aktivnosti ili zbog podrške nekom sportskom događaju. Posredni učinci manifestiraju se kroz produženje turističke sezone, prevladavanje sezonskog karaktera turizma, povećanje vanpansionske potrošnje i unaprjeđenje raznolikosti i kvalitete turističke ponude. Zbog složenosti, ove efekte je teško točno iskazati jer su sadržani u ukupnoj vrijednosti turističke usluge, ali možda imaju i značajniju ulogu za turističku djelatnost, nego direktni ekonomski efekti. Neizravni ekonomski učinci od primjene sportske rekreacije također su mjerljivi rastom prihoda u pratećim sektorima primjerice: broja noćenja, prehrane i pića, posjete zabavnih i kulturnih programa, vanpansionska potrošnja, kupovina opreme i odjeće za sport. Možda bi se integracijom takvog profila aktivnosti pokrenuo trend uspješnih investicija i razvoja novih turističkih proizvoda u Zagrebačkoj županiji.

U pozitivne učinke mogu se ubrojiti i pozitivan utjecaj na platnu bilancu države, poticanje međunarodne razmjene dobara i usluga, stvaranje nove vrijednosti, aktiviranje neprivrednih potencijala i poticanje novog zapošljavanja. Mjerenje ekonomskih učinaka u turizmu u pravilu su rezultat znanstveno utemeljenih procjena, a ne preciznih izračuna.

Razvojem turizma, sporta i sportske rekreacije proizvode se i društveni učinci tako da se primjećuje porast razvoja svijesti o očuvanju zdravlja putem humanizacije dokolice i kvalitete života. Neki od negativnih učinaka su neplanirani visoki troškovi održavanja objekata kada nisu u funkciji, problem popunjavanja istih do razine isplativosti, negativan utjecaj na prirodu i okoliš, razvoj mita, korupcije i vandalizma. Učestalost i broj putovanja svakim danom sve više raste, turistima se širi svijest i stečena iskustva na putovanjima što dovodi do promjena u zahtjevima i potrebama. Turisti postaju kritičniji prema turističkoj

⁵¹ Andrijašević, M. (2004) Programi i sadržaji sportsko-rekreacijskog turizma u Hrvatskoj / Programmes and activities for the development of sports-recreational tourism in Croatia. In Bartoluci and associates, Management in sport and tourism. Zagreb: Kineziološki fakultet, Ekonomski fakultet, pp. 351.

ponudi destinacije te počinju uspoređivati proizvode i usluge, ne samo u svojoj zemlji, već i putem kontakata što ih imaju s turistima iz drugih zemalja na odmoru te ih tako i kritički ocjenjuju.

2.4. Promotivno-komunikacijski aspekti sportsko-rekreacijskog turizma

Neke destinacije imaju dobro etabliranu marku koju su razvile već prije, a često na temelju jedinstvenih atrakcija. S druge strane, brojne destinacije trebaju tek razvijati marku koja treba polaziti od njihovog stvarnog identiteta i koji treba privlačiti posjetitelje i motivirati ih na dolazak. Prema provedenim istraživanjima predviđa se promjena sustava turističke populacije u kojoj bi trebao porasti udio starijih osoba pod utjecajem tih očekivanih promjena. Veći naglasak stavljat će se na individualne/neovisne godišnje odmore te na obrazovni odmor i aktivnu rekreaciju⁵². Osim na brigu za osobno zdravlje, a s obzirom na podizanje svijesti o potrebi brige za okoliš, utjecat će se i na politiku planiranja i turističku potražnju te će se zahtijevati ekološki, dugoročni pristup planiranju. Suvremeni marketing podrazumijeva više od samog razvoja dobrog proizvoda, određivanja privlačne cijene za njega i omogućavanja da bude dostupan ciljanim kupcima⁵³. Za upravljanje sportsko-rekreacijskim i turističkim aktivnostima potrebno je prije svega izraditi marketinški plan. Drugim riječima, marketinški program formalna je prezentacija marketinške strategije za buduće razdoblje. Za njegovu izradu uzimaju se elementi marketinškog miksa (proizvod, cijena, promocija, distribucija, ljudi, proces, fizičko okruženje) i kombiniraju se za skupine proizvoda i za geografska područja⁵⁴.

Zagrebačka županija ima određenu razinu prepoznatljivosti prije svega temeljenu na prepoznatljivosti Zagreba kao glavnog grada Hrvatske sa svim atributima koji mu pripadaju. Asocijacije na Zagreb tako se prenose na njegovo zeleno okruženje i prepoznatljive su uglavnom na domaćem tržištu, ali se i posjete inozemnih gostiju znatno povećavaju. Isto tako, kad se i govori o destinacijama koje okružuju glavne gradove u mislima potrošača već se često stvaraju slike manjih naselja i gradića okruženih prirodom i zelenilom. Identitet Zagrebačke županije često se veže uz odmor, izlete, rekreaciju, mir, vikend, druženje. Takav

⁵² Moutinho, L. (2005) *Strateški menadžment u turizmu*. Zagreb: Masmedia, str. 15.

⁵³ Kotler, P., Bowen, J. P., Makens, J. M. (2010) *Marketing u ugostiteljstvu, hotelijerstvu i turizmu*. Zagreb: MATE d.o.o., str. 541.

⁵⁴ Senečić, J. i Vukonić, B. (1997) *Marketing u turizmu*. Zagreb: Nacionalna i sveučilišna knjižnica, str. 181.

identitet predstavlja polaznu točku za promišljanje koje to glavne vrijednosti Zagrebačka županije pruža svojim posjetiteljima.

U funkciji jačanja marke Zagrebačke županije putem povećanja sportsko-rekreacijske turističke ponude podrazumijevaju se promocijske i komunikacijske aktivnosti te izrada promocijskih materijala. Postojeći materijali i komunikacijske aktivnosti trebali bi se postepeno inovirati kako bi prenosili novu marku Županije i ostvarivali sinergijske učinke svojim vizualnim i sadržajnim objedinjavanjem i konceptom.

Promocijski sustav Zagrebačke županije sadrži različite aktivnosti i materijale što su ih detaljno opisali znanstvenici Instituta za turizam u „Strategiji turističkog razvoja Zagrebačke županije do 2025. godine”, a uključuje sljedeće elemente⁵⁵:

Materijali:

- Imidž-info brošura
- Brošure proizvoda
- Turistička karta
- Biciklističke karte
- Press mapa
- B2B manual

Aktivnosti:

- Odnosi s javnošću
 - Odnosi s medijima:
 - Studijska putovanja
 - Press release
 - Newsletter
- Specijalizirani sajmovi
- Sudjelovanje u organiziranim prodajnim aktivnostima HTZ-a
- Oglašavanje:
 - Off line: prema modelima HTZ-a, ciljano prema segmentima i proizvodima

⁵⁵ Institut za turizam (2016) Strategija turističkog razvoja Zagrebačke županije (do 2025. godine). Zagreb, str. 102.

- On line: prema modelima HTZ-a, ciljano prema segmentima i proizvodima.

U nastavku slijedi razrada predviđenih materijala i aktivnosti⁵⁶:

Promocijski materijali

Imidž-info brošura

Brošura putem teksta i fotografija interpretira priču o povratku prirodi. Kroz prikaz ciljnih segmenata posjetitelja i turističkih proizvoda daje pregled glavnih turističkih proizvoda Županije s naglaskom na njihovu specifičnost (očuvanost, blizina, uređenost, gastronomska tradicija, druženje, aktivnosti). Poseban se naglasak stavlja na doživljaj i iskustvo te snažne poruke kojima se potiče posjetitelje na dolazak u Zagrebačku županiju. Brošura je u tiskanoj i elektronskoj formi te je namijenjena širokoj distribuciji turističkih centara na području Županije, gradova, a promovirat će se putem interneta i na sajmovima.

Brošure proizvoda

Skupine brošura manjeg formata namijenjene promociji glavnih proizvoda Zagrebačke županije. Brošure predstavljaju svojevrsni nastavak imidž info brošure. Osim imidž elementa veći je naglasak na info komponenti budući da ovakve brošure već koriste ciljni segmenti zainteresiranih za pojedine proizvode. Ove brošure prikazuju zanimljive naslove i poruke koje će privući posjetitelje poput: Aktivan odmor u prirodi, Gastronomija i vino i sl.

Turistička karta u obliku 'bloka'

Karta većeg formata je u obliku bloka, koja kombinira geografsku kartu s praktičnim informacijama. S jedne strane tiskana je cestovna karta, a s druge turistička na kojoj su istaknute glavne atrakcije. Na kartu se jednostavno mogu upisivati dodatne informacije. Karte predstavljaju koristan materijal u turističkim centrima, turističkim agencijama, pojedinim restoranima i smještajnim objektima.

⁵⁶ Ibidem, str. 103.

Biciklističke karte

Postojeće biciklističke karte inovirat će se njihovim daljnjim razvojem kao i razvojem dodatnih sadržaja. Putem različitih formi u tiskanom i elektronskom obliku te putem aplikacija za mobilne uređaje privući će potencijalne posjetitelje.

Press mapa

Mapa obuhvaća materijale za novinare, aktualne informacije o turističkoj ponudi Zagrebačke županije, aktualnu statistiku, imidž info brošuru, brošure proizvoda u tiskanoj i elektronskoj verziji. Koristi se tijekom posjeta novinara, press konferencija, sajmova i drugih medijskih događanja.

B2B manual

U materijalu se daje niz informacija o proizvodima, adresarima i korisnim kontaktima korisnih za poslovni sektor. Materijali su oblikovani u formi priručnika u elektronskoj verziji i dostupni na internet stranicama.

Promocijske aktivnosti

Odnosi s javnošću

Podrazumijevaju se različite aktivnosti koje uključuju odnose s medijima, nastupe na sajmovima i posebne aktivnosti koje TZ Zagrebačke županije provodi uz svoje planirane godišnje aktivnosti.

Odnosi s medijima

Uključuju studijska putovanja novinara, newsletter te press sekciju na internetskim stranicama TZ Zagrebačke županije.

Studijska putovanja novinara

Organiziraju se unutar redovnih aktivnosti, u suradnji s Glavnim uredom Hrvatske turističke zajednice tj. sustavom turističkih zajednica. U budućnosti veći naglasak će se stavljati na pojedine teme u obliku reportaža vezanih uz vinske ceste, boravak u prirodi, gastronomiju,

različite oblike sportsko-rekreacijskog turizma. Za komunikaciju se koristi tipizirani format press release-a koji na strukturiran način sadrži sve potrebne informacije (tko, što, kada, gdje, zašto). Važno je sve osigurati on-line.

Nastupi na sajmovima

Organiziraju se u suradnji sa Glavnim uredom Hrvatske turističke zajednice i sustavom turističkih zajednica. Kroz nastup na specijaliziranim sajmovima važno je istaknuti specifičnosti Županije kroz teme aktivnog odmora, vina i gastronomije. Plan nastupa na sajmovima razrađuje se u godišnjim planovima.

Posebne aktivnosti

Podrazumijevaju aktivnosti koje je potrebno poduzeti vezano uz pojedina posebna događanja, na primjer organizacija prezentacija u Zagrebu kao glavnom tržištu, festivali, otvaranja važnih objekata, uvođenje novog sustava upravljanja destinacijom, otvorenje centra za posjetitelje, otvaranje novih dionica pješačkih ili biciklističkih staza i sl.

Oglašavanje

Odnosi se na oglašavanje prema modelima 'udruženog oglašavanja' Hrvatske turističke zajednice. Oglasi će se redizajnirati u skladu s novim konceptom marke destinacije. Naglasak će biti na prenošenju glavnih poruka o Zagrebačkoj županiji. Oglasi će se izrađivati sukladno ciljanim skupinama te prenošenju onih informacija koje su njima relevantne.

Može se zaključiti kako Zagrebačka županija u svojim promotivnim aktivnostima koristi velik broj marketinških kanala kojima želi doprijeti do određenih ciljanih skupina. To ostvaruje zajedničkim djelovanjem Turističke zajednice županije, ali i lokalnih (općinskih, gradskih i mjesnih) turističkih zajednica. Dakako, postoji prostor za napredak u smislu korištenja suvremenih promotivnih kanala (aplikacija, digitalnih oblika, novokomponiranih društvenih mreža) kojima bi se približilo potencijalnim konzumentima. Potrebno je osmisliti segmentirani marketinški plan usmjeren prema različitim grupama potencijalnih turista.

3. KARAKTERISTIKE ZAGREBAČKE ŽUPANIJE KAO TURISTIČKE DESTINACIJE

Najznačajnije posebnosti Zagrebačke županije kao turističke destinacije su raznolik i zanimljiv ruralni prostor te blizina glavnog grada Zagreba. Uz mnogobrojne manifestacije Zagrebačka županija ima razvijen izletnički lanac vrijednosti te bogatu eno-gastronomsku ponudu. Povećanim angažmanom i ulaganjima županijske uprave i jedinica lokalne samouprave u razvojne projekte, gospodarsku i turističku infrastrukturu stvorili su se preduvjeti za kvalitetniji razvoj ovog područja.

3.1. Geografska obilježja i razvoj infrastrukture

Zagrebačka županija gravitira Zagrebu kao regionalnom središtu te zauzima prostor oko glavnog grada Hrvatske Zagreba. Njeno sjedište nalazi se izvan nje, na području grada Zagreba te je po toj posebnosti jedina hrvatska županija. U nastavku su prikazani podaci o broju stanovništva, gustoći naseljenosti, geografskom položaju, klimi i posebnostima koje su detaljno opisane u „Strategiji turističkog razvoja Zagrebačke županije do 2025. godine”⁵⁷.

Zagrebačka županija prostire se na 3.078 kilometara kvadratnih ukupne površine te je šesta po veličini županija u zemlji. Prema popisu stanovnika iz 2011. godine broji ukupno 317.642 stanovnika te je brojem stanovnika treća hrvatska županija (iza Grada Zagreba i Splitsko-dalmatinske županije). I po gustoći naseljenosti od 103,2 stanovnika na km² Zagrebačka županija je u samom vrhu – od nje su gušće naseljeni samo Grad Zagreb, Međimurska, Varaždinska i Krapinsko-zagorska županija.

Administrativno gledajući, prostor Zagrebačke županije podijeljen je na 34 lokalne jedinice – 9 gradova i 25 općina.

Zagrebačka županija okružuje područje Grada Zagreba sa zapada, juga i istoka, te zbog svojeg geografskog položaja ima oblik prstena izduženog u smjeru zapad – istok, zbog čega se često naziva Zagrebačkim prstenom, a „zelenim“ prstenom zbog svojih prirodnih ljepota i očuvanog okoliša. Na zapadu graniči s Republikom Slovenijom, na sjeveru s Krapinsko-zagorskom županijom, na sjeveroistoku s županijama Varaždinskom i Koprivničko-

⁵⁷ Institut za turizam (2016) Strategija turističkog razvoja Zagrebačke županije (do 2025. godine). Zagreb, str. 8.

križevačkom, na istoku s Bjelovarsko-bilogorskom, na jugozapadu s Karlovačkom te na jugoistoku sa Sisačko moslavačkom županijom. Zračna udaljenost između krajnje zapadne i krajnje istočne točke Zagrebačke županije iznosi 107 kilometara, između krajnje sjeverne i južne točke 67 kilometara, dok je na najužem dijelu „prstena“ u općini Pisarovina prostor Zagrebačke županije širok samo 8 kilometara.

Slika 1. Turistička karta Zagrebačke županije



Izvor: www.tzzz.hr/tz/karta-zupanije/ (02.02.2019.)

Zagrebačka županija sadrži vrlo raznolik prostor te svojom atraktivnošću može privući velik broj domaćih i inozemnih gostiju. Njene glavne prirodne odrednice su rijeka Sava, koja prolazi središnjim dijelom Županije smjerom zapad – istok, te dva istaknutija gorja – Žumberačko gorje na zapadu i Medvednica na sjeveru. Velik dio prostora Zagrebačke županije je izgrađen te je u pojedinim dijelovima razmjerno gusta naseljenost stanovništva, ali postoje i brojna šumska područja sa očuvanom prirodom, posebice u najvišim gorskim prostorima i najnižim močvarnim predjelima uz glavne vodotoke.

Sve vode u Zagrebačkoj županiji pripadaju porječju Save, a preko Dunava u koji se Sava ulijeva i slijevu Crnoga mora. Krajnjim južnim dijelom Županije prolazi rijeka Kupa, dok su svi ostali vodotoci, iako brojni, bitno kraći, užji i siromašniji vodom. Od ukupno 945 i 562 kilometra u Hrvatskoj rijeka Sava na području Zagrebačke županije protječe duljinom od 63

kilometra, pri čemu manji dijelovi čine granicu prema Sloveniji, području grada Zagreba i Sisačko-moslavačkoj županiji. Od ukupno 296 kilometara toka rijeke Kupe na Zagrebačku županiju odnosi se 34 kilometara i tu Kupa čini granicu prema Karlovačkoj i Sisačko-moslavačkoj županiji. Od ostalih vodotoka nešto su važniji Sutla i Krapina na sjeverozapadu, Kupčina i Odra na jugu te Lonja i Česma na istoku Županije, koje su jedine i nešto dulje od 100 kilometara.

Prostor Zagrebačke županije u prošlosti je bio često plavljen, veliki značaj imaju i odteretni kanali namijenjeni prihvaćanju viška voda, izgrađeni nakon velike poplave u Zagrebu 1964. godine. Sustav čine tri kanala: Sava – Odra u središnjem dijelu, Kupa – Kupa na jugozapadu i Lonja – Strug na jugoistoku Županije, koji višak voda odvodi u Lonjsko polje. Uz ove kanale vezuje se i glavina močvarnih prostora u Županiji – ističu se Crna Mlaka uz kanal Kupa – Kupa, Turopoljski lug uz kanal Sava – Odra te krajnji zapadni dio Lonjskog polja uz kanal Lonja – Strug. Na području Zagrebačke županije kanal Sava – Odra prolazi duljinom od 20 kilometara, kanal Lonja Strug 15 kilometara, a kanal Kupa – Kupa svega 1 kilometar.

U prostoru Zagrebačke županije ima dosta ribnjaka i šljunčara, dok nema prirodnih jezera. Najveću vodenu površinu čini ribnjak Crna Mlaka na području grada Jastrebarsko površine 6,2 km², a slijede je ribnjaci Pisarovina te ribnjak Vukšinci u općini Dubrava. Ističe se i ribnjak Mokrica u Sv. Ivanu Zelini koje datira još iz 16. stoljeća i koji se proteže na 8 ha. Među brojnim šljunčarama ističu se Čiče kod Velike Gorice, Svetonedeljska jezera i Zajarki kod Zaprešića, važne i kao rekreacijske zone, posebno za ribolov.

Žumberačko gorje kao najviše u Panonsko-peripanonskoj Hrvatskoj čini glavni gorski prostor u Županiji koji se nalazi na njenom zapadnom dijelu. Veći dio Žumberačkog gorja, uključujući i Samoborsko gorje nalazi se u Zagrebačkoj županiji, dok se Medvednica u Županiji prostire samo manjim dijelom svoje sjeverozapadne i jugoistočne padine. Oba gorja neznatno prelaze visinu od 1.000 metara⁵⁸, za razliku od preostalih brdskih prostora u Županiji – Marijagoričkog pobrđa na sjeverozapadu, Vukomeričkih gorica na jugu te rubnih dijelova prigorja Kalnika i Moslavačke gore na istoku, koja jedva dosežu 300 metara nad morem. Sva brdska područja u Županiji značajna su kao rekreacijska vinorodna područja. U

⁵⁸ Najviši vrh Žumberačkog gorja Sveta Gera, visok 1.178 metara, nalazi se u Karlovačkoj županiji na granici s Republikom Slovenijom, na koju se pod nazivom Gorjanci odnosi sjeverna strana Žumberačkog Gorja. Najveću visinu na Žumberačkom gorju u Zagrebačkoj županiji doseže bezimeni vrh visok 1.006 metara, udaljen oko kilometar istočno od Svete Gere, ali je od njega viši najviši vrh Medvednice Sljeme od 1.033 metra nad morem na granici Zagrebačke županije i Grada Zagreba.

skladu s ovakvom reljefnom strukturom glavninu Zagrebačke županije prekriva blago valoviti prostor na visinama između 110 i 150 metara, gdje živi i velika većina stanovnika. Dosta naselja, ali uglavnom malih, nalazi se i u brežuljkastim područjima, ponajviše na obroncima Samoborskog gorja te u prigorju Medvednice i ostalim pobrđima. Mala naselja na visinama iznad 300 metara postoje samo na području Žumberka i rubnim dijelovima Samoborskog gorja, a najviše je Noršić Selo na području grada Samobora na visini od 678 metara nad morem. Veće ravnice pružaju se uglavnom uz rijeku Savu i u močvarnim prostorima, a najniži dijelovi Županije nalaze se na nadmorskoj visini od 95 metara nad morem uz donji dio toka rijeke Save.

Na području Zagrebačke županije klima je umjereno kontinentalna, odnosno umjereno topla i vlažna klima. Prosječna godišnja temperatura kreće se oko 13° C, a godišnja količina oborina oko 900 mm. Broj dana sa snijegom iznosi u prosjeku oko 30 dana u godini, broj vedrih dana oko 40, a oblačnih 120. Najtopliji su mjeseci srpanj i kolovoz s prosječnom temperaturom od 22° C, a najhladniji siječanj s temperaturom od -1° C. U razdoblju od početka svibnja do kraja rujna temperatura rijetko pada ispod 15° C, dok je u prosjeku niža od 5° C tijekom prosinca, siječnja i veljače.

Oborine su uglavnom ravnomjerno raspoređene tijekom godine, iako ih najviše ima u lipnju i studenom, kada njihova količina zna prijeći 100 mm. Manje od 50 mm oborina najčešće se zna zadesiti tijekom veljače, ožujka i rujna. Nešto oštrija klima je u višim gorskim predjelima, pa tako na vršnim dijelovima Medvednice prosječna ljetna temperatura ne prelazi 22° C, dok zimska temperatura u najhladnijem mjesecu veljači u prosjeku iznosi -3° C. Gorski krajevi imaju i nešto veću količinu padalina, posebice u kasnu jesen, kada ona u najkišovitijem mjesecu studenom zna iznositi i preko 200 mm.

Prometna infrastruktura

Veza između turizma i prometa je kompleksna. Promet omogućava velikom broju turista dostupnim određene turističke atrakcije koje su u prirodi neprenosive i nemobilne. Tako promet u stvari omogućava turistima zadovoljavanje različitih potreba zbog kojih su se odlučili koristiti određenom ponudom neke turističke destinacije i on ustvari postaje jedan od najvažnijih čimbenika koji mogu unaprijediti ili, pak, ograničiti razvoj neke turističke

destinacije⁵⁹. Utjecaj prometne infrastrukture na gospodarski razvitak neke zemlje ili turističke destinacije u užem smislu iznimno je važan. Tu se prije svega misli na prometne pogodnosti, pozitivne efekte na standard stanovništva, omogućivanje razvoja novih gospodarskih programa i aktiviranje gospodarskih djelatnosti koje nisu postojale u tome području⁶⁰.

Kroz Zagrebačku županiju prolaze sve glavne cestovne i željezničke komunikacije koje Zagreb povezuju sa svijetom, a na njenom teritoriju nalazi se i zračna luka grada Zagreba kao najvažnija u Hrvatskoj, što je svrstava u područje s odličnim geoprometnim položajem u okruženju glavnog grada Zagreba. Posebno je dobra cestovna povezanost, vidljiva iz činjenice da je svih devet gradova na području Županije izravno povezano autocestama, a od ukupno 25 općinskih središta samo su Kostanjevac, Pokupsko i Dubravica od najbližeg čvora na autocesti udaljeni više od 20 minuta vožnje, odnosno manje od 20 kilometara⁶¹. Slična je situacija i sa željezničkom povezanošću, budući da željezničku vezu od 9 gradova u Županiji nemaju samo Samobor, Sveta Nedelja i Sveti Ivan Zelina, a sva općinska središta osim Pokupskog i Kostanjevca udaljena su manje od 20 kilometara od najbliže željezničke postaje.

Vrlo je važna prometna povezanost i uključivanje u sustav europskih turističkih i prometnih tokova. Glavni učinci osuvremenjivanja dijela prometne infrastrukture, mreže cestovnih prometnica, sinteza su troškova (transportnih i dr.) koji se pojavljuju kao funkcija stanja prometnica, a očituju se u skraćenju prijevozne udaljenosti, poboljšanju voznih elemenata cestovnih prometnica, eksploatacijskom stanju, postojanju pratećih objekata na cijeloj duljini trase, adekvatnom informacijskom sustavu i dr.⁶².

⁵⁹ Prebežac, D. (1998) Prometni tokovi u funkciji razvoja hrvatskog turizma. U Bartoluci, M. i Čavlek, N. (ur.) Turizam i sport. Zagreb: Fakultet za fizičku kulturu Zagreb, Ekonomski fakultet Zagreb i Zagrebački Velesajam, Zagreb, str. 56.

⁶⁰ Prebežac, D. i Mikulić, J. (2011) Međuzavisnost turizma i prometa, u Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O. i dr. (2011) Turizam: ekonomske osnove i organizacijski sustav. Zagreb: Školska knjiga, str. 195.

⁶¹ Institut za turizam (2016) Strategija turističkog razvoja Zagrebačke županije (do 2025. godine). Zagreb, str. 12.

⁶² Prebežac, D. i Jurjević, M. (2001) Promet u funkciji poticanja turizma Republike Hrvatske. Acta turistica. vol. 13, br. 1. Zagreb, str. 56.

Cestovni promet

U nastavku se prikazuju podaci o cestovnoj mreži Zagrebačke županije opisani u „Strategiji turističkog razvoja Zagrebačke županije do 2025. godine”⁶³:

Zagrebačka županija ima jednu od najgušćih cestovnih mreža u Hrvatskoj sa 1.609 kilometara javnih cesta. Osobito je gusta mreža autocesta, kojih na području Županije ima 128 kilometara, što je najviše nakon Splitsko-dalmatinske i Primorsko-goranske županije. Prema broju čvorišta na autocestama prva je upravo Zagrebačka županija – bilo ih je ukupno 15, a računajući i čvorišta na brzjoj cesti Sveta Helena – Vrbovec – Gradec 19. Kroz Zagrebačku županiju prolazi pet od ukupno jedanaest hrvatskih autocesta, koji njen prostor izravno povezuju sa susjednim područjima u ukupno šest smjerova:

- autocesta A-1 Zagreb – Karlovac – Split – Ploče povezuje Zagrebačku županiju i grad Zagreb prema jugu s Rijekom i Splitom, odnosno s hrvatskom jadranskom obalom;
- autocesta A-2 Zagreb – Krapina – granični prijelaz Macelj čini vezu Zagrebačke županije prema sjeveru s Mariborom u Sloveniji te dalje prema Austriji i državama Srednje Europe;
- autocesta A-3 granični prijelaz Bregana – Zagreb – Slavonski Brod – granični prijelaz Bajakovo u smjeru zapada povezuje zagrebačko područje s Ljubljanom u Sloveniji te dalje s Italijom, Austrijom i državama zapadne Europe;
- autocesta A-3 granični prijelaz Bregana – Zagreb – Slavonski Brod – granični prijelaz Bajakovo u smjeru istoka predstavlja vezu Zagrebačke županije sa Slavonijom i dalje prema Srbiji, Bugarskoj i drugim državama Jugoistočne Europe te prema Bliskom Istoku;
- autocesta A-4 Zagreb – Varaždin – granični prijelaz Goričan povezuje Zagrebačku županiju prema sjeveroistoku s Budimpeštom u Mađarskoj i dalje sa Slovačkom, Poljskom i drugim zemljama Istočne Europe, a preko ove autoceste ostvaruju se i veze Zagreba prema Koprivnici i Bjelovaru;
- autocesta A-11 u smjeru jugoistoka povezuje Zagreb sa Siskom, područjem Banovine i sjeverozapadnim dijelom Bosne i Hercegovine.

⁶³ Institut za turizam (2016) Strategija turističkog razvoja Zagrebačke županije (do 2025. godine). Zagreb, str. 12.

Koridori po kojima prolaze ove autoceste ujedno su i dijelovi Paneuropskih transportnih koridora uspostavljenih 1994. godine te transeuropskih koridora međunarodne europske cestovne mreže (United Nations Economic Commission for Europe - UNECE).

Područjem Zagrebačke županije prolazi i 14 državnih cesta, od kojih su D-1, D-3, D-10, D-28 i D-30 od prvorazrednog značaja.

Kroz Zagrebačku županiju prolaze i 94 županijske ceste te 178 lokalnih cesta koje povezuju sva naselja u Županiji, a zbog usitnjenosti naselja i velikog broja kuća za odmor postoji i mnogo nerazvrstanih cesta. Ipak, stanje cestovne mreže ne može se u potpunosti ocijeniti zadovoljavajućim, budući da ima dosta dionica gdje je kolnik u lošem stanju i gdje gabariti cesta, po pitanju širine i zavoja nisu primjereni prometnim potrebama.

Međusobne veze između važnijih naselja Zagrebačke županije razmjerno su loše, posebno Zaprešića sa Samoborom i Jastrebarskim, gdje se u nedostatku povoljnih lokalnih prometnica za međusobnu komunikaciju koristi obilazni put autocestom. Kao poseban problem ističe se i selektivni pristup naplati autocesta, jer zbog lokacije naplate cestarine kod Lučkog i Rugvice stanovnici područja Jastrebarskog i Ivanić Grada s okolnim općinama pri putovanju u Zagreb moraju plaćati cestarinu, dok su stanovnici ostalih područja Zagrebačke županije od toga oslobođeni.

Željeznički promet

Zagrebačka županija ima 130 kilometara željezničkih pruga na kojima se odvija promet putnika i 30 željezničkih postaja, a još 10-ak kilometara odnosi se na pruge na kojima se ne odvija putnički promet. Svi vlakovi koji prometuju Zagrebačkom županijom polaze iz Zagreba ili prolaze kroz grad Zagreb, a vode u šest smjerova. Od toga se četiri pruge odnose na dva najvažnija hrvatska željeznička pravca⁶⁴:

- veza zapad istok: granica Slovenije – Zagreb - Slavonski Brod – Vinkovci – granica Srbije, predstavlja jednu od glavnih europskih željezničkih transverzala, a povezuje Zapadnu Europu s Jugoistočnom Europom na trasi čuvenog Orient Expressa Paris – Istanbul;

⁶⁴ Institut za turizam (2016) Strategija turističkog razvoja Zagrebačke županije (do 2025. godine). Zagreb, str. 15.

- veza sjeveroistok – jugozapad: granica Mađarske – Koprivnica – Zagreb – Karlovac – Rijeka služi kao poveznica Istočne Europe sa Sredozemljem, a radi se i o najpovoljnijoj vezi s morem država Mađarske i Slovačke; na relaciji od Zagreba do Dugog Sela preklapa se s prugom Zagreb – Vinkovci.

Preostale dvije pruge u smjeru sjevera i jugoistoka nemaju veću međunarodnu važnost, ali su dosta značajne za Zagrebačku županiju⁶⁵:

- Pruga Zagreb – Zabok – Varaždin – Čakovec – granica Mađarske uključujući i odvojke prema Gornjoj Stubici te Celju u Sloveniji važna je primarno kao željeznička veza sa Zagrebom Krapinsko-zagorske te u manjoj mjeri Varaždinske i Međimurske županije; u dijelu od Zagreba do Zaprešića preklapa se s prugom Zagreb – Ljubljana;
- U smjeru jugoistoka pruža se pruga Zagreb – Sisak – Sunja s odvojcima prema Novskoj i Banja Luci u Bosni i Hercegovini; najveću važnost ima za povezivanje na relaciji Zagreb –Sisak, a tako i za područje Velike Gorice; djelomično služi i kao paralelna veza na relaciji Zagreb – Slavonski Brod, dok je promet prema Bosni i Hercegovini slabog intenziteta.

Zračni promet

Na području Zagrebačke županije nalazi se i najveća međunarodna zračna luka u zemlji- Zračna luka Franjo Tuđman koja administrativno pripada gradu Velikoj Gorici. Ona je najvažnija i najprometnija zračna luka Hrvatske, što je vrlo važno za daljnji razvoj turizma, kako na području same Županije tako i na području cijele države. Broj putnika u Zračnoj luci Zagreb u konstantnom je porastu. Prema dostupnim statističkim podacima Međunarodne zračne luke Zagreb, broj putnika u 2018. godini bio je 3.336.310 u ukupno 43.688 letova⁶⁶. Zahvaljujući lokaciji gotovo u središtu Županije i dobrim cestovnim vezama, veći dio Zagrebačke županije od zračne je luke udaljen manje od 40 minuta vožnje, a i do najudaljenijih općinskih središta Krašić, Kostanjevac, Dubrava i Farkaševac prijevozni je put kraći od jednog sata. Osim Zračne luke Zagreb na području Zagrebačke županije postoji i jedno manje uzletište u Ivanić Gradu, a sportska zračna luka postoji i pokraj Lučkog na

⁶⁵ Institut za turizam (2016) Strategija turističkog razvoja Zagrebačke županije (do 2025. godine). Zagreb, str. 16.

⁶⁶ Prilagođeno sa: <http://www.zagreb-airport.hr/poslovni/b2b-223/statistika/statistika-za-2018-godinu/503> (4.2.2019.)

području grada Zagreba neposredno uz granicu Županije⁶⁷. No, ove zračne luke nemaju prometnu funkciju, nego su eventualno zanimljive samo s turističkog aspekta za rekreativne letove i padobranstvo.

Na području Zagrebačke županije smještena su i letjelišta (Buševac, Greda, Štakorovec i Dubrava) namijenjena za potrebe poljoprivredne, sportsko-rekreacijske i turističke djelatnosti, a također se na području Županije planiraju i lokacije za smještaj šest letjelišta (Zaprešić, Krašić, Veleševac, Lupoglav i Komin) te zračna luka u istraživanju Pisarovina⁶⁸. Na području Grada Samobora nalaze se dva registrirana paragliding letjelišta – Japetić te Plešivica⁶⁹.

Vodeni promet

Vodeni promet na području Zagrebačke županije nije zastupljen, osim ako se u njega ne uračuna promet četiriju skela na Savi na rubnim dijelovima Županije na zapadu i istoku, gdje nema mostova. Iako je Sava tehnički plovna do mjesta Rugvice, ona se za sada ne koristi niti za izletničke potrebe. Na Kupi su mogućnosti plovidbe još manje uslijed niskog vodostaja, no moguće je korištenje manjih čamaca i rafting. Za rekreativnu plovidbu za sada se uglavnom ne koriste niti šljunčare, iako bi se najveće šljunčare Zajarki, Svetonedeljska jezera, Čiče pa i neke manje perspektivne mogle koristiti u te svrhe.

Javni prijevoz i biciklizam

Zbog snažnih dnevnih migracija u Zagreb veze su na nekim relacijama dosta česte te je područje Zagrebačke županije povezano je sa Zagrebom brojnim linijama javnog autobusnog i željezničkog prometa. Najfrekventnije su veze iz Zagreba prema Velikoj Gorici s oko 350 autobusa dnevno u oba smjera te iz Zagreba prema Zaprešiću s oko 250 autobusa u oba smjera, ne računajući prolazne međugradske linije⁷⁰. Više od 100 autobusa dnevno u oba smjera prometovalo je i iz Zagreba prema gradovima Svetoj Nedjelji i Samoboru te općinama Bistra, Stupnik i Klinča Sela. Od gradova u Zagrebačkoj županiji razmjerno je najslabije sa

⁶⁷ Institut za turizam (2016) Strategija turističkog razvoja Zagrebačke županije (do 2025. godine). Zagreb, str. 17.

⁶⁸ Regionalna razvojna agencija Zagrebačke županije (2017) Županijska razvojna strategija Zagrebačke županije do 2020. Zagreb, str. 55.

⁶⁹ Ibidem, str. 56.

⁷⁰ Institut za turizam (2016) Strategija turističkog razvoja Zagrebačke županije (do 2025. godine). Zagreb, str. 17.

Zagrebom povezan Ivanić Grad s oko 30-ak autobusnih linija dnevno u oba smjera⁷¹. Rjeđe autobusne veze odnose se samo na dijelove Zagrebačke županije najudaljenije od Zagreba, posebice općinu Žumberak do koje vodi samo jedan autobus dnevno, a do mnogih manjih naselja autobusi niti ne voze. Određene poteškoće predstavlja i nedostatak međusobnih veza između pojedinih dijelova Županije, koje se stoga ostvaruju uglavnom preko Zagreba. Od devet gradova u Županiji izravno su međusobno povezani samo Samobor i Sveta Nedjelja te Dugo Selo i Vrbovec i to samo zato jer se nalaze na najkraćim linijama koje Samobor i Vrbovec povezuju sa Zagrebom. U željezničkom prometu postoji samo jedna frekventnija veza Savski Marof – Zaprešić – Zagreb – Dugo Selo, koja funkcionira kao zagrebačka prigradska željeznica. Na toj je relaciji dnevno u prosjeku prometovalo 80 vlakova, a na relaciji Zaprešić – Zagreb – Dugo Selo 120 vlakova. Iako se iz toga može zaključiti da javni željeznički promet ima znatno manju ulogu od autobusnog prometa, a čemu je primarni uzrok loše stanje željezničke mreže, ne smije se zanemariti činjenica da je najveći dio Zagrebačke županije željeznički dobro povezan i ima razmjerno česte veze sa Zagrebom i susjednim područjima⁷². Glavni nedostatak javnog prijevoza na području Zagrebačke županije je nepostojanje integracije autobusnog prijevoza na razini Županije i s gradom Zagrebom, kao i integracije željezničkog i autobusnog prijevoza. Tako osim gradova Velike Gorice i Zaprešića te općina Bistra, Luka, Stupnik i Klinča Sela, gdje službu javnog prijevoza obavlja „Zagrebački električni tramvaj“, u ostalim dijelovima Zagrebačke županije javni prijevoz obavlja niz različitih prijevoznika s autonomnim sustavima naplate karata. Među njima su najznačajniji Samoborček/Autoturist za područje Samobora i Jastrebarskog te Čazmatrans za područje Dugog Sela, Svetog Ivana Zeline, Vrbovca i Ivanić Grada. Usprkos razmjernoj skupoći i skoro nikakvoj integriranosti javnog prijevoza u Zagrebačkoj se županiji razmjerno malo koriste bicikli kao prijevozno sredstvo. Ipak, Zagrebačka županija je zbog raznolikosti i atraktivnosti krajolika te velike potencijalne turističke potražnje iz Zagreba već sada postala popularno odredište za cikloturizam, a diljem županije postoji mnogo označenih biciklističkih ruta. Kvalitetnom promocijom cikloturizma Zagrebačka županija bi mogla utjecati na veliki priljev inozemnih i domaćih turista, posebno onih koji pronalaze nova iskustva i doživljaje u prirodnim atrakcijama i adrenalinu.

⁷¹ Ibidem, str. 17.

⁷² Ibidem, str. 18.

Komunalna infrastruktura

Stanje komunalne infrastrukture u Zagrebačkoj županiji lošije je od hrvatskog prosjeka, za razliku od prometne infrastrukture, posebice kada je riječ o odvodnji. Jedini pozitivni izuzetak je povezanost na plinsku mrežu, a što je najvećim dijelom posljedica blizine Zagreba. Vrlo je povoljno i stanje elektroopskrbe, no ovaj oblik infrastrukture je ionako kvalitetno riješen na skoro cijelom teritoriju Hrvatske. Unutar Županije prisutne su velike razlike, s time da je generalno stanje znatno bolje u gradovima i područjima bližim Zagrebu, a najlošije u udaljenijim i slabo naseljenim područjima, posebno u širem području Vrbovca.

3.2. Upravna podjela i demografska struktura

Zagrebačka županija je podijeljena na 9 gradova i 25 općina, a obuhvaća ukupno 694 naselja. Veličinom, brojem naselja i brojem stanovnika međusobno se razlikuju upravne cjeline. Najveća su područja gradova Velike Gorice (328 km²), Samobora (251 km²) i Jastrebarskog (227 km²), dok su najmanje općine Marija Gorica, Pušća i Luka s površinom od svega 17 km². Najviše naselja ima na području gradova Samobora (78) i Svetog Ivana Zeline (62), dok ih ima samo tri na području općina Jakovlje i Stupnik. Najviše stanovnika ima područje grada Velike Gorice - 63.517, a slijede Samobor s 37.633 i Zaprešić s 25.223 stanovnika. Područja preostalih gradova Sveta Nedelja, Dugo Selo, Sveti Ivan Zelina, Jastrebarsko, Vrbovec i Ivanić-Grad imala su između 14.000 i 19.000 stanovnika, a preko 10.000 stanovnika imala je još i općina Brdovec. Istodobno postoji čak devet općina s manje od 2.000 stanovnika – Žumberak sa svega 883 stanovnika, Rakovec, Luka, Bedenica, Dubravica, Preseka, Farkaševac, Orle i Kravarsko između 1.000 i 2.000 stanovnika, a još osam općina imalo je između 2.000 i 4.000 stanovnika⁷³.

Dobna struktura stanovništva Zagrebačke županije u cjelini je povoljnija od prosjeka Hrvatske, što pokazuje viši udio mlade populacije do 14 godine (16,3%) i niži udio stanovnika starijih od 64 godine (15,9%)⁷⁴. Unutar Županije prisutne su velike razlike, pri čemu se niskim udjelom starije populacije osobito ističe područje Dugog Sela i okolice (12-13%), ali i ostalih područja bližih gradu Zagrebu, dok je udio starije populacije najviši u udaljenijim ruralnim općinama Pokupsko, Preseka, Pisarovina (21%) te osobito Krašić (26%)

⁷³ Institut za turizam (2016) Strategija turističkog razvoja Zagrebačke županije (do 2025. godine). Zagreb, str. 25.

⁷⁴ Ibidem, str. 29.

i još više Žumberak (39%). Takva slika posljedica je snažnog doseljavanja, posebice Hrvata iz dijelova Bosne i Hercegovine pogođenih ratom te doseljavanjem mladog stanovništva iz ruralnih područja u blizinu glavnog grada.

3.3. Gospodarstvo Zagrebačke županije

Prema dostupnim podacima Državnog zavoda za statistiku, bruto domaći proizvod Zagrebačke županije u 2015. godini iznosio je 19.917.445.000 kuna, što po stanovniku iznosi 62.890 kuna. U Zagrebačkoj županiji ostvareno je 5,88% BDP-a Hrvatske. Valja istaknuti kako je BDP pokazatelj ekonomskih aktivnosti na nekom području te, zbog dnevnih migracija, odnosno zaposlenosti velikog dijela stanovništva Zagrebačke županije u Gradu Zagrebu nije primjeren za ocjenu realne razine razvijenosti Zagrebačke županije. Sliku dodatno „iskrivljuju“ poduzeća koja imaju proizvodne pogone u Zagrebačkoj županiji, a sjedište im je u Gradu Zagrebu ili u nekoj drugoj županiji⁷⁵.

Vlada RH donijela je uredbu o novom indeksu razvijenosti te odluku o razvrstavanju jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave prema stupnju razvijenosti temeljem koje je Zagrebačka županija svrstana u IV. najrazvijeniju skupinu. S indexom 105,89 Zagrebačka županija četvrta je po redu unutar najrazvijenije skupine, ispred nje se nalaze Grad Zagreb (117,758), Istarska (108,97) i Dubrovačko-neretvanska županija (108,58), a iza nje Primorsko-goranska županija (105,278)⁷⁶.

Tablica 2. Broj registriranih i aktivnih pravnih osoba na području Zagrebačke županije u razdoblju od 2014.-2016. godine

	2016.	2015.	2014.
registrirane pravne osobe	15654	19689	18832
aktivne pravne osobe	9157	11446	10580
udio aktivnih osoba u registriranim	58,50%	58,12%	56,18%

Izvor: Upravni odjel za gospodarstvo Zagrebačke županije, 2017. godina, interni podaci

Iz tablice je vidljivo da je u promatranom razdoblju najveći broj registriranih pravnih osoba bio 2015. godine. U 2016. godini ukupan broj registriranih pravnih osoba na području

⁷⁵ Regionalna razvojna agencija Zagrebačke županije (2017) Županijska razvojna strategija Zagrebačke županije do 2020. Zagreb, str.73.

⁷⁶ Preuzeto sa: <https://www.zagrebacka-zupanija.hr/vijesti/3923/zagrebacka-zupanija-medu-najrazvijenijim-zupanimama> (4.2.2019.)

Zagrebačke županije manji je za 4.035 pravne osobe, dok je broj aktivnih pravnih osoba manji za 2.289 osoba. Kada se promatra 2015. godina, broj registriranih osoba u odnosu na prethodnu godinu (2014.) povećan je za 857 pravnih osoba. Porast broja registriranih pravnih osoba upućuje na pozitivan trend povećanja broja poduzetnika na području Županije.

Grafikon 1. Broj registriranih i aktivnih pravnih osoba u Zagrebačkoj županiji od 2014.-2016. godine



Kada se promatra udio aktivnih osoba u registriranim daje se zaključiti kako je udio dosta malen. Naime, u promatranom razdoblju taj pokazatelj ne prelazi 59%. No, u promatranom razdoblju udio aktivnih pravnih osoba u registriranim bilježi konstantan porast što je svakako dobra tendencija.

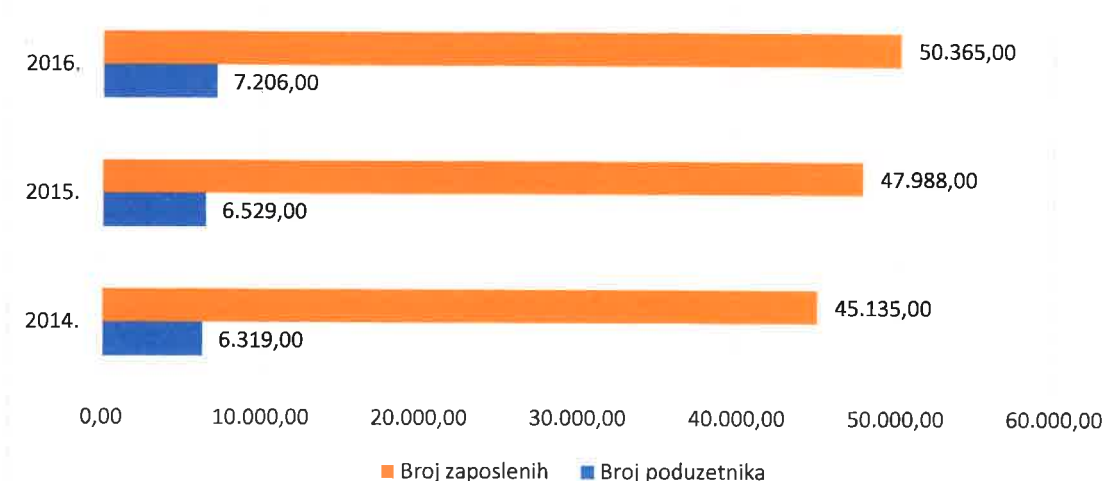
Tablica 3. Broj poduzetnika i broj zaposlenih u Zagrebačkoj županiji od 2014.-2016. godine

Godina	Broj poduzetnika	Broj zaposlenih
2014.	6.319,00	45.135,00
2015.	6.529,00	47.988,00
2016.	7.206,00	50.365,00

Izvor: FINA – Godišnje izvješće o aktivnostima poduzetnika u Republici Hrvatskoj za 2016. godinu

Iz tablice je jasno vidljivo kako je u promatranom razdoblju sve veći broj poduzetnika i broj zaposlenih.

Grafikon 2. Kretanje broja poduzetnika i broja zaposlenih u Zagrebačkoj županiji od 2014.–2016. godine



Izvor: FINA – Godišnje izvješće o aktivnostima poduzetnika u Republici Hrvatskoj za 2016. godinu

U 2016. godini registrirano je 677 poduzetnika više u odnosu na 2015. godinu. Sukladno tome, povećan je i broj zaposlenih za 2.377 osoba. S brojem od 7.206 poduzetnika u 2016. godini, Zagrebačka županija zauzela je 5. mjesto u Republici Hrvatskoj. Poduzetnici Zagrebačke županije u odnosu na poduzetnike u drugim županijama najbolje su rangirani prema ukupnom prihodu, neto dobiti i po produktivnosti rada.

Promatrajući sektorske djelatnosti Zagrebačke županije daje se zaključiti kako je najveći udio registriranih i aktivnih osoba u tercijarnom sektoru, odnosno u uslužnim djelatnostima. (trgovina i ostale uslužne djelatnosti). Osim uslužnih djelatnosti, u Zagrebačkoj županiji ističu se još i prerađivačka industrija, građevinarstvo te stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti. Najmanji broj aktivnih pravnih osoba je u sektoru opskrbe električnom energijom, plinom, parom i klimatizacijom. Broj registriranih nezaposlenih osoba u Zagrebačkoj županiji u 2018. godini iznosio je 6.658 osoba⁷⁷.

⁷⁷ Hrvatski zavod za zapošljavanje, dostupno na: <https://statistika.hzz.hr/statistika.aspx?tiplzvjestaja=1> (11.1.2019.)

3.4. Ekološke značajke korištenja prostora

Značajan dio prostora Zagrebačke županije ima gustu naseljenost, ali se usprkos tome nalazi u prirodnom stanju. Zaštićena prirodna područja prekrivaju ukupno 368,3 km² ili 12% teritorija Županije⁷⁸. Najveće i najvažnije zaštićeno područje je park prirode Žumberak-Samoborsko gorje, čijih se 78% teritorija nalazi u Zagrebačkoj županiji i na koji se odnosi više od dvije trećine zaštićenog prostora Županije⁷⁹. Status parka prirode ima i veći zapadni dio planine Medvednice, ali samo se petina Parka prirode prostire u Zagrebačkoj županiji. Osobito važno za razvoj sportsko-rekreacijskog turizma zapadnog dijela Zagrebačke županije i općine Bistra jest glavno skijalište u Hrvatskoj – Sljeme na kojem se održavaju utrke Svjetskog kupa.

Od 2008. godine sa 28 zaštićenih područja upravlja Javna ustanova za upravljanje zaštićenim područjima i drugim zaštićenim dijelovima prirode na području Zagrebačke županije „Zeleni prsten“, dok su dva parka prirode u izravnoj nadležnosti države. Od toga se 12 područja odnosi na posebne rezervate (botaničke, šumske vegetacije, ornitološke i zoološke), 7 na spomenike parkovne arhitekture, po četiri na značajne krajobrazne i spomenike prirode te jedno na park šumu⁸⁰. Veličinom se ističu značajni krajobrazi Turopoljski lug i Zelinska glava te rezervati Varoški lug i Crna Mlaka, a po važnosti za turizam, još su značajni krajobrazi Okić grad – okolica i Slapnica, rezervat Japetić (sva tri u sastavu parka prirode Žumberak-Samoborsko gorje) i spomenik prirode Otruševčka ili Grgosova spilja.

Područje Zagrebačke županije sadržava i 27 područja u sustavu zaštite NATURA 2000 – ekološke mreže Europske unije, koju čine najznačajnija područja za očuvanje vrsta i stanišnih tipova. Ukupna površina ovih područja u Županiji iznosi 70.414 hektara, što čini 23% njene površine. Ova područja prelaze granice Zagrebačke županije te se nalaze i u drugim hrvatskim županijama, a velika su posebno ona uz tokove velikih rijeka. Ekološka mreža Republike Hrvatske obuhvaća 37% kopnenog teritorija Hrvatske, što je najviše od svih članica Europske unije. Postoje dvije vrste lokaliteta NATURA 2000:

⁷⁸ Institut za turizam (2016) Strategija turističkog razvoja Zagrebačke županije (do 2025. godine). Zagreb, str. 21.

⁷⁹ Ibidem, str. 21.

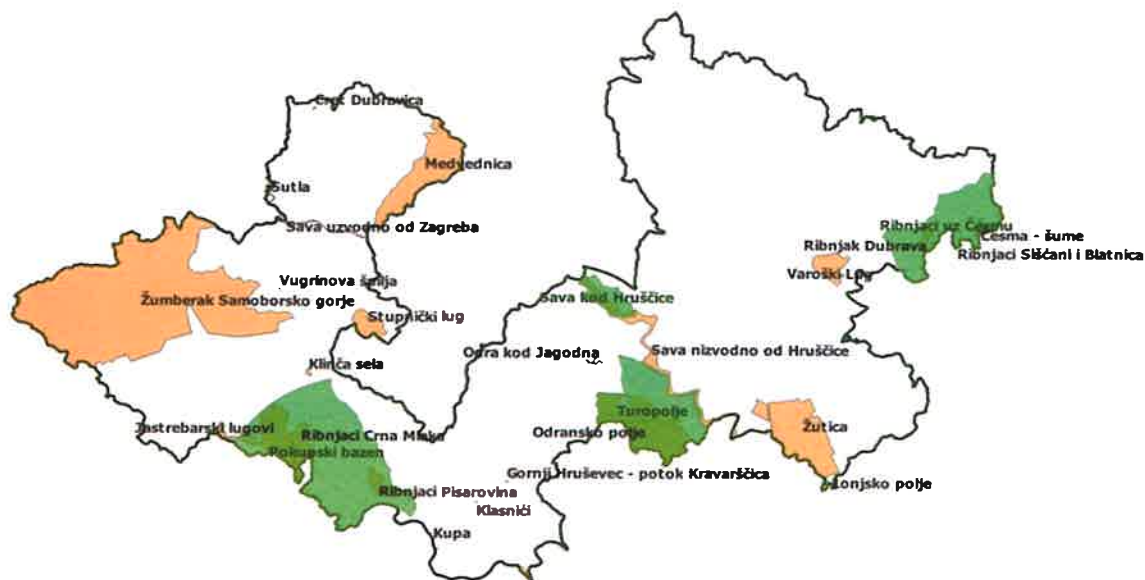
⁸⁰ Ibidem, str. 22.

- područja značajna za očuvanje i ostvarivanje povoljnog stanja divljih vrsta ptica od interesa za Europsku uniju (Područja očuvanja značajna za ptice ili skraćeno POP);
- i područja značajna za očuvanje i ostvarivanje povoljnog stanja drugih divljih vrsta i njihovih staništa za Europsku uniju (Područja očuvanja značajna za vrste i stanišne tipove ili skraćeno POVS)⁸¹.

POP područja na području Županije ima ukupno 5 – Pokupski bazen, prostor uz rijeku Savu kod mjesta Hrušćica, mikroregije Turopolje i Donja Posavina također uz rijeku Savu te ribnjaci uz rijeku Česmu. POVS područja ima 22, s time da su najveće i najvažnije cjeline koje se uglavnom preklapaju s parkovima prirode Žumberak-Samoborsko gorje i Medvednica te rezervatima Crna Mlaka, Varoški lug, Stupnički lug i Dubravica. POVS područja uključuju i tok rijeke Save nizvodno od mjesta Hrušćica te cjelokupne tokove rijeka Kupe, Sutle i Bregane u Županiji s okolnim područjima. NATURA 2000 zbog osobite važnosti za bioraznolikost zaštićuje praktički sva značajnija močvarna područja u Županiji, uključujući i sve velike ribnjake. Crna Mlaka je kao jedini lokalitet u Zagrebačkoj županiji zaštićen od strane UNESCO-a Ramsarskom konvencijom kao močvarni lokalitet svjetskog značaja. Posebno značajno područje za mriještenje divljih ptica je područje Crne Mlake.

⁸¹ Institut za turizam (2016) Strategija turističkog razvoja Zagrebačke županije (do 2025. godine). Zagreb, str. 24.

Slika 2. Karta NATURA 2000 područja u Zagrebačkoj županiji



Izvor: Hrvatska agencija za okoliš i prirodu, obrada: Javna Ustanova Zeleni prsten Zagrebačke županije, 2016. godina

Prostor Zagrebačke županije odlikuje se velikom krajobraznom raznolikošću. Tu su zastupljeni svi karakteristični krajobrazi panonsko-peripanonske Hrvatske – nizinska područja, brežuljkasta područja, panonska gorja te područje Žumberka i Samoborskog gorja kao specifične krajobrazne cjeline⁸². Prostor Županije odlikuje i raznolikost po pitanju ruralne arhitekture, govora i narodnih običaja, vidljivu kroz obuhvat velikog broja povijesnih mikroregija. Tako se u sastavu Zagrebačke županije nalazi veći dio Prigorja, Turapolja i Žumberka, sjeverni dio Gornje Posavine te rubni dijelovi Pokuplja na jugu, Hrvatskog zagorja na sjeverozapadu te Moslavine na istoku.

Vrlo su velike razlike u planiranju korištenja prostora namijenjenih izgradnji: grad Sveta Nedelja (oko 40%), zatim gradovi Zaprešić i Dugo Selo, Općina Brdovec (oko 30%) te općine Stupnik i Pušća (oko 25%)⁸³. Gradovi Sveta Nedelja i Zaprešić imaju najveći udio planiranih izdvojenih građevinskih područja.

One lokalne jedinice s najmanjim udjelom planiranih površina za gradnju su u prvom redu općine Žumberak (tek 3%) i Farkaševac, a potom ih slijede općine Preseka, Pokupsko,

⁸² Regionalna razvojna agencija Zagrebačke županije (2017) Županijska razvojna strategija Zagrebačke županije do 2020. Zagreb, str. 23.

⁸³ Ibidem, str. 12.

Dubrava i Orle. Dakako, upravo te općine imaju i najveći udio slobodnih negradivih površina. Najveći udio šuma imaju općine Kravarsko, Krašić i Žumberak te Grad Samobor, a najmanje općina Orle i Grad Sveta Nedelja. Poljoprivredne površine najzatupljenije su u Općini Orle. Veći udio vodnih površina imaju jedinice lokalne samouprave uz tokove rijeka Kupe i Save i tamo gdje su smješteni veći ribnjaci i šljunčare (Grad Sveta Nedelja, Općina Dubrava, Grad Velika Gorica, općine Orle, Pisarovina i Rugvica te Grad Jastrebarsko)⁸⁴.

Planirane površine za izgradnju izvan naselja sa svojih 12.637 ha ukupno 4% površine županije, odnosi se na gospodarske djelatnosti (proizvodne, poslovne i turističke zone) s udjelom od 47% (oko 6.000 ha). Sa udjelom od 28% slijede infrastrukturne građevine, kamenolomi i gliništa (oko 3.500 ha). Uz postojeće, planirane su znatne nove sportsko-rekreacijske zone od onih većih površina (golf igrališta) pa do manjih u ukupnoj površini od 2.354 ha⁸⁵.

Poljoprivredne površine Zagrebačke županije sa 64% nalaze se u njezinom istočnom dijelu u porječju rijeka Save i Lonje, kojeg čine subregionalna područja Svetog Ivana Zeline, Vrbovca, Dugog Sela, Ivanić-Grada, te Grad Velika Gorica i Općina Orle. Navedeno je vidljivo u velikom udjelu poljoprivrednih površina u ukupnoj površini gradova i općina u tom području. U Općini Orle poljoprivredne površine čine čak 75% ukupnog zemljišta, dok iza Općine Orle sa preko 60% udjela poljoprivrednih površina slijede općine Rugvica, Rakovec i Preseka te gradovi Vrbovec i Ivanić-Grad⁸⁶. Preostale poljoprivredne površine koncentrirane su u sjeverozapadnom dijelu Županije uz rijeke Savu i Krapinu te u njezinom južnom dijelu uz rijeku Kupu, dok najmanji udio poljoprivrednih površina od svega 23% imaju općine sa najvećim udjelom šumskih površina, a to su Žumberak i Kravarsko⁸⁷.

Tla brežuljkastih i gorskih predjela manje su pogodna za ratarsku proizvodnju i u nižim se predjelima uglavnom koriste za vinogradarstvo, a u višim predjelima nalazimo šume i pašnjake.

⁸⁴ Ibidem, str. 12.

⁸⁵ Ibidem, str. 13.

⁸⁶ Ibidem, str. 13.

⁸⁷ Ibidem, str. 13.

Značajan je, ali nedovoljno istražen i iskorišten potencijal geotermalnih voda (npr. u podnožju Medvednice, na području Općine Stupnik i gradova Svete Nedelje i Vrbovca⁸⁸).

Termalni izvori na području Županije važan su, iako trenutačno nedovoljno iskorišten resurs (npr. Svetojanske toplice kod Jastrebarskog, Šmidhen kod Samobora, Jamnička Kiselica na području Pisarovine, Topličica i Krečaves kod Svetog Ivana Zeline). Isto se odnosi na izvor ljevakovite nafte naftalana na području Ivanić Grada (jedina lokacija u Europi).

Posebni botanički rezervati cret Dubravica i Smerovišće najugroženija su zaštićena područja i za zaštitu najvažnija.

Spomenici parkovne arhitekture u državnom vlasništvu imaju niz vrijednih obilježja zbog kojih je područje proglašeno zaštićenim, a zbog održavanja gradskih komunalnih poduzeća ili korisnika prostora nalaze se u vrlo dobrom stanju, no dok su ona u privatnom vlasništvu zbog nedostatka financijskih sredstava često zapuštena⁸⁹.

Značajni krajobrazi i posebni rezervati šumske vegetacije kojima gospodare Hrvatske šume u zadovoljavajućem su stanju. Ponegdje su ugroženi nelegalnom gradnjom vikend-objekata (Zelinska glava). Česti su problem na tim područjima također divlji deponiji.

Postoje izvjesni ekološki problemi izazvani antropogenim utjecajem (divlji deponiji, urbanizacija, otpadne vode i sl.), no možemo zaključiti kako su sva zaštićena područja relativno dobro očuvana na većini prostora s tendencijom poboljšanja.

3.5. Obilježja destinacijskog marketinga i menadžmenta Zagrebačke županije

Sustav turističkih zajednica za područje Zagrebačke županije zadužen je za destinacijski marketing i menadžment. To su TZ Zagrebačke županije kao područna TZ te 9 TZ-a gradova i 3 TZ-e općina. U planiraju svojih aktivnosti TZ Zagrebačke županije oslanja se na Strategiju razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. te Županijsku razvojnu strategiju Zagrebačke županije do 2020. godine. Turistička zajednica Zagrebačke županije je u razdoblju od 1. siječnja do 31. prosinca 2017. godine, radi unaprjeđivanja općih uvjeta

⁸⁸ Ibidem, str. 14.

⁸⁹ Regionalna razvojna agencija Zagrebačke županije (2017) Županijska razvojna strategija Zagrebačke županije do 2020. Zagreb, str. 23.

boravka turista, promocije turističkog proizvoda područja Zajednice i razvijanja svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, potrebi i važnosti očuvanja i unaprjeđenja svih elemenata turističkog proizvoda područja Zajednice, te zaštite okoliša, sukladno planiranom Programu rada za 2017. godinu i predviđenim financijskim sredstvima za praćenje istoga, a u suradnji sa sustavom turističkih zajednica Zagrebačke županije i Zagrebačkom županijom te Hrvatskom turističkom zajednicom imala niz aktivnosti⁹⁰. U 2017. godini ostvareno je 2.555.370 kn ukupnoga prihoda što je 100% planiranoga⁹¹.

Povećanjem broja zaposlenih djelatnika iz područja turizma u posljednjih nekoliko godina ostvaren je povećani broj aktivnosti kojima se utječe na uređenje destinacija, odnosno na realizaciju projekata kojima se bitnije podiže razina kvalitete turističkog proizvoda. Aktivnosti su nadopunjene:

- profiliranjem turističke ponude pojedinih destinacija Županije,
- razvojem turističkih zona prema utvrđenim prostornim planovima,
- poboljšanjem županijske i lokalne komunalne infrastrukture i poboljšanjem javnog prijevoza,
- uređenjem turističkih mjesta i javnih sadržaja, osiguranjem javnih usluga namijenjenih turistima,
- poticanjem razvoja i unapređenja dodatne ponude i sadržaja namijenjenih turistima s naglaskom na smještaju u ruralnom prostoru⁹².

Pozitivni pomaci aktivnosti turističkih zajednica ostvareni su u razdoblju od 2015. godine do danas.

Važnost marketinga u razvoju sportsko-rekreacijskog turizma

Turistička odredišta uključuju sportske događaje u svoje marketinške mikseve kako bi povećali broj sudionika, gledatelja i posjetitelja. Marketing u razvoju sportsko-rekreacijskog

⁹⁰ Izvješće o radu TZŽ za 2017. godinu, dostupno na:

<http://www.tzzz.hr/wordpress/wp-content/uploads/2013/09/IZVJESCE-O-RADU-TZZZ-1.1.-DO-31.12.2017..pdf>
(5.2.2019.)

⁹¹ Izvješće o radu TZŽ za 2017. godinu, dostupno na:

<http://www.tzzz.hr/wordpress/wp-content/uploads/2013/09/IZVJESCE-O-RADU-TZZZ-1.1.-DO-31.12.2017..pdf>
(5.2.2019.)

⁹² Izvješće o radu TZŽ za 2017. godinu, dostupno na:

<http://www.tzzz.hr/wordpress/wp-content/uploads/2013/09/IZVJESCE-O-RADU-TZZZ-1.1.-DO-31.12.2017.pdf>
(5.2.2019.)

turizma je neupitan, a da bi se potaknuo i ubrzao razvoj navedenog oblika turizma potrebno je utvrditi na koji način primjenjivati marketinške strategije. Gotovo svaki aspekt marketinga zahtijeva značajno različite pristupe kada je u pitanju sport. Bitne karakteristike koje ga razlikuju od drugih sektora su velika uključenost korisnika (gledatelja, sudionika, posjetitelja), oslanjanje na publicitet te specifičnost distribucije sporta kao proizvoda koja je potaknula razvoj posebnog segmenta turizma. U sportskom marketingu, osim klasičnog 4P marketinškog miksa (proizvod, cijena, promocija, distribucija) često se posebno izdvaja i peti element koji podrazumijeva odnose s javnošću, kao bitnom u ovom načinu poslovanja. Cilj je stvaranje što povoljnijeg imidža, shodno čemu se javlja i veća mogućnost ulaganja sponzora. Problemi na koje marketinški stručnjaci nailaze u sportu su višestruki: teško je definirati ciljno tržište, pronaći interesantne segmente kao i razraditi odgovarajući način odnosa s njima. Potrebno je konstantno pratiti interese potrošača, ali se zbog velikog intenziteta uključenosti potrošača oni brzo mijenjaju. Informacijski sustavi u turizmu danas su se razvili u integrirane procese u kojem različite organizacije sudjeluju u stvaranju vrijednosti proizvoda. Dakle, svako poduzeće (agencija, organizacija) sudjeluje u procesu tako da dodaje svoj dio vrijednosti nekom proizvodu ili usluzi, što sam proces čini složenijim i kompleksnijim⁹³.

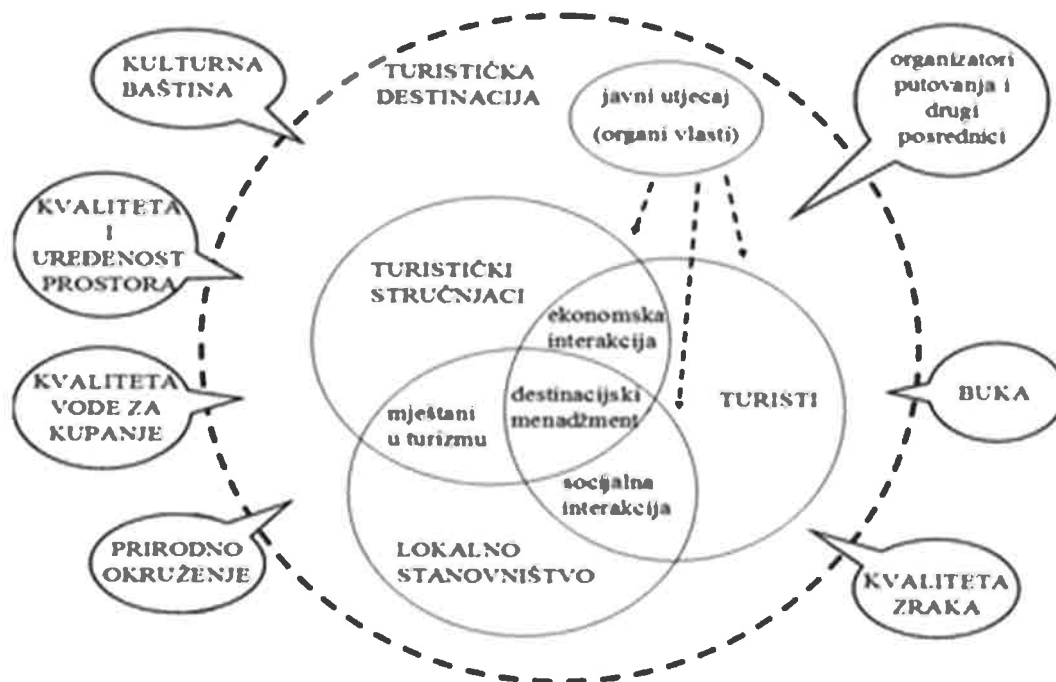
Uloga marketinga u sportskom menadžmentu

Sportski menadžment se definira kao proces organiziranja ili upravljanja sportom ili sportskom organizacijom radi ostvarivanja sportskih i drugih ciljeva uz racionalno korištenje ograničenih resursa⁹⁴. Važnost marketinga u funkciji menadžmenta izvire iz same definicije. Osnovna karakteristika i vodilja sportskog menadžmenta je upravo marketing jer svrha, bilo da se radi o organizacijama, događajima, sportašima ili pak proizvodima/uslugama vezanim uz sport, je upravo davanje kvalitetnog proizvoda/usluge tržištu, formiranje odgovarajuće cijene proizvoda/usluge pravilnim distribuiranjem i kvalitetnom promocijom. Iako sportski menadžment obuhvaća menadžment, marketing, administrativne, financijske i ostale aspekte, uloga marketinga je od presudne važnosti. Nužna je i presudna važnost marketinga kao poslovne funkcije u sportskim organizacijama. Marketing se posebno razvijao u posljednjih 20 - tak godina te se njime u potpunosti podređuje potrošaču koji postaje centar pozornosti.

⁹³ Marušić, M., Prebežac. D. i Mikulić. J. (2019) Istraživanje turističkih tržišta. Zagreb: Ekonomski fakultet, str. 14.

⁹⁴ Bartoluci, M. (2002) Introduction of management of sport and tourism. In Milanović. D. and Prot. F. (Eds.), Proceedings book of the 3^d International Scientific Conference, Opatija, „Kinesiology – New Perspectives“, Zagreb: Faculty of Kinesiology, University of Zagreb, pp. 813.

Slika 3. Integrirani turistički destinacijski menadžment



Izvor: Bartoluci, M., Čavlek, N. i sur. (2007) Turizam i sport – razvojni aspekti. Zagreb: Školska knjiga, str. 45.

Uloga i način upravljanja turističkom destinacijom bitno utječu na razvoj sportskog turizma. Pri tome treba voditi računa koji su to subjekti unutar turističkog sustava koji sudjeluju u upravljanju turističkom destinacijom, točnije provode destinacijski menadžment te u kojoj mjeri upravljanje na makro razini određuje mogućnosti razvoja na mikro razini, to jest razini poslovnih organizacija. Neophodna je povezanost svih dionika turističkog destinacijskog menadžmenta kako bi se u konačnici ostvarile očekivane koristi.

Destinacijske menadžment aktivnosti:

1. Potporna događajima

Posljednjih godina turistička ponuda je izuzetno proširena, još uvijek nema dovoljno povezivanja pojedinih ponuđača pa se može reći da su tržištu više ponuđene pojedine usluge, a ne cjeloviti turistički doživljaji. Sustav TZ-a je aktivan u podržavanju različitih manifestacija kojima se podiže prepoznatljivost pojedinih lokaliteta. Glavni motiv dolaska gostiju u Zagrebačku županiju su manifestacije kojih ima oko 300 godišnje, u kulturi, zabavi ili sportu, što obogaćuje turističku ponudu i povećava turističku potrošnju. Projekt se odnosi

na programski definirane manifestacije ili konkretne programe ili infrastrukturne projekte u turizmu lokalne zajednice (TZG/TZO/TZP) s karakterom županijske ili više razine. Cilj je potporama utjecati na podizanje razine kvalitete ponude turističkih i drugih pratećih sadržaja u vrijeme odvijanja manifestacija, ali i ukupne turističke infrastrukture, doživljaja i novih programa i proizvoda kroz cijelu godinu, suradnja s turističkim agencijama, turoperatorima kako bi u svoju ponudu uvrstili programe obilaska i posjete gradovima Zagrebačke županije kao atraktivne destinacije kontinentalne Hrvatske. U 2017. godini na ovaj oblik aktivnosti utrošeno je 87.120,00 kn⁹⁵.

2. Potporna razvojna destinacijska menadžment organizacija

DMO (destinacijska menadžment organizacija) na razini destinacije okuplja javni i privatni sektor kako bi se realiziralo zajedničko strateško i destinacijsko menadžment planiranje, razvoj proizvoda i briga za resurse. Integracijom svih resursa i uključivanjem svih dionika turističkih kretanja stvara atraktivnu, prepoznatljivu i bogatu turističku ponudu. DMO se bavi nizom poslovnih i turističkih aktivnosti poslovnih i drugih subjekata u kreiranju i realizaciji destinacijskog turističkog proizvoda, s ciljem stvaranja prepoznatljivog destinacijskog proizvoda i unapređenja konkurentnosti destinacija i optimalne kvalitete. To je razvojni strategijski alat koji angažira lokalne interese unutar svrsishodne poslovne suradnje s nositeljima ponude, s ciljem povećanja ostvarenog rezultata⁹⁶. Sukladno Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, te Strategiji razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, TZ podupire projekte unapređenja i kreiranja DMO-a.

3. Potporna razvojna destinacijskih menadžment kompanija

DMK (destinacijske menadžment kompanije) su dio šireg koncepta destinacijskog menadžmenta. Omogućavaju putem novih proizvoda ostvariti jedinstvene doživljaje kod turista i putem turističkih paketa različitih interesa ostvariti produljenje pred i post sezone. Svoje poslovanje temelje na opsežnom poznavanju lokalnih resursa i umreženosti u lokalnoj zajednici, visokoj involviranosti i suradnji s privatnim lokalnim poslovnim subjektima te lokalnim i regionalnim TZ. Najčešće posluju u svoje ime i nude većinom složene proizvode (izlete, pakete, događanja, skupove) ili svoju stručnu uslugu osmišljavanja i menadžmenta u

⁹⁵ Izvješće o radu TZŽ za 2017. godinu, dostupno na:

<http://www.tzzz.hr/wordpress/wp-content/uploads/2013/09/IZVJESCE-O-RADU-TZZZ-1.1.-DO-31.12.2017.pdf> (5.2.2019.)

⁹⁶ Izvješće o radu TZŽ za 2017. godinu, dostupno na:

<http://www.tzzz.hr/wordpress/wp-content/uploads/2013/09/IZVJESCE-O-RADU-TZZZ-1.1.-DO-31.12.2017.pdf> (5.2.2019.)

lokalnoj zajednici. Uloga DMK-a je i preuzimanje zadataka od DMO-a, a ovisi o stupnju razvoja turizma u pojedinim destinacijama, kao i broju i veličini ponuđača (smještajni oblici). Temeljem Zakona o pružanju usluga u turizmu, poduzetnik registriran kao turistička agencija može obavljati puni opseg usluga DMK. Cilj je kreiranje i realizacija prepoznatljivog destinacijskog turističkog proizvoda⁹⁷.

Destinacijski marketing prezentira turistički proizvod turističkom tržištu, a time ujedno i potencijalnim turistima te ih potiče na odluku o kupnji istog. Osnovna zadaća svakog destinacijskog marketinga leži u stvaranju dobrog i prepoznatljivog imidža turističkog odredišta s naglaskom na optimalan prihvat turista uz pruženu kvalitetu i visok stupanj očuvanosti svih prirodnih i društvenih resursa kao jedini mogući dugoročni razvoj turizma. Budućnost turizma može osigurati samo atraktivna destinacija s kvalitetnim turističkim proizvodom. Uspješnost marketinga u destinaciji očituje se njegovim aktivnim djelovanjem na svim razinama. Cjelokupni sustav TZ-a ponajviše djeluje u pravcu promocije što i proizlazi iz njihovih zakonskih obveza odnosno realnih mogućnosti koje ih ograničuju kad je riječ o drugim obilježjima. S velikim brojem aktivnosti podupiru se događanja i turističke vrijednosti svih destinacija u Županiji.

Destinacijske marketinške aktivnosti:

Internetsko oglašavanje

Početak 2000-tih godina, u vrijeme kada su različite vrste online posrednika počeli dobivati na sve većem značenju i zauzimati početne tržišne udjele u visoko razvijenim zemljama, ali i u vrijeme kada su se pružateljima turističkih usluga otvorili direktni kanali prodaje i distribucije prema krajnjim korisnicima putem interneta, mnogo se špekuliralo o tome kako će se to odraziti na tradicionalne posrednike, prije svega stacionarne turističke agencije i prodajne filijale turoperatora⁹⁸. Veća fragmentiranost distribucijskih kanala potiče pružatelje turističkih usluga da prenesu korisniku autentičnu poruku koja će ga privući u određenu destinaciju. Internetsko oglašavanje prenosi marketinšku poruku korisnicima. Internet je danas vodeći među ostalim medijima oglašavanja i najdostupniji široj javnosti i najvećem

⁹⁷ Program rada TZŽ za 2019. godinu s financijskim planom, dostupno na:

<http://www.tzz.hr/wordpress/wp-content/uploads/2018/12/Program-rada-TZZ%C5%BD-za-2019.-s-financijskim-planom.pdf> (5.2.2019.)

⁹⁸ Prebežac, D. i Mikulić, J. (2004) The Use of Internet: An Opportunity or a Threat to Traditional Distribution in Tourism. 2nd International Conference An Enterprise Odyssey: Economics and Business in the New Millennium, University of Zagreb, pp. 264.

broju korisnika. Oglašavanje na internetu u RH bilježi stalan porast. Procjenjuje se da danas u Hrvatskoj ima više od tri milijuna aktivnih internetskih korisnika. Prednost internetskog oglašavanja je mogućnost obraćanja ciljanoj populaciji sa za to unaprijed dobro smišljenom oglašivačkom kampanjom. Promocija svih događanja u Županiji što široj populaciji jest jedna od važnijih marketinških aktivnosti.

Udruženo internetsko oglašavanje

Udruženo oglašavanje podrazumijeva oglašavanje temeljem javnog poziva Hrvatske turističke zajednice, Model 1 – Udruženo destinacijsko oglašavanje sustava turističkih zajednica, usmjereno je na inozemno, europsko tržište. Odobrena ukupna sredstava za Zagrebačku županiju iznose 700.000,00 kn za 2019. godinu, a udio HTZ-a u kampanji iznosi maksimalno do 80%⁹⁹. Općim oglašavanjem destinacije na internetu i društvenim mrežama – tržišta Njemačka, Poljska, Srbija, Mađarska, Slovenija, Austrija, Italija, Hrvatska te internetskom magazinu TIP Travel magazine čitanom u 130 zemalja svijeta temeljit će se kampanja kojom se želi utjecat na privlačenje posjetitelja s novih turističkih tržišta.

Internetske stranice i upravljanje internetskim stranicama

Prisustvo na internetu ovisi i o kvalitetnoj web stranici. Prilagođena je različitim internetskim sučeljima, od klasičnog internetskog preglednika do mobilnih uređaja, a njezina uspješnost se mora pratiti na tražilicama, analitici sadržaja itd. Turistička zajednica Zagrebačke županije stvorila je web stranicu koju prosječan stanovnik pogleda svako jutro uz vijesti na portalima i statusima na „fejsu“. Time je stvorena veća mogućnost da otkrije događaje i zanimljivosti Zagrebačke županije. Stranica je temeljena na otvorenim tehnologijama i sustavu WordPress početna stranica svakog mjesta, statična stranica (npr. podstranica mjesta), prikaz novosti i arhiv novosti, prikaz bloga, na hrvatskom, engleskom i njemačkom jeziku.

Digitalni interaktivni prikaz Zagrebačke županije (www.locator-tzzz.com)

Digitalni interaktivni prikaz Zagrebačke županije zamišljen je kao intuitivan prikaz svih turističkih destinacija pomoću web stranice, mobilne aplikacije, društvenih mreža i interaktivnog displaya. Uz brzu i vizualno ugodnu prezentaciju na virtualnoj karti korisnik lako može pronaći što mu je prioritet (osnovne informacije, lociranja na karti, udaljenosti...). Stranica sadržava snimke, tekstove, galerije i fotografije, a turistu postaje njegov je virtualni

⁹⁹ Program rada TZŽ za 2019. godinu s financijskim planom, dostupno na: <http://www.tzzz.hr/wordpress/wp-content/uploads/2018/12/Program-rada-TZZ%C5%BD-za-2019.-s-financijskim-planom.pdf> (5.2.2019.)

turistički vodič. Multimedijски sadržaj čine i panoramske fotografije i video snimci iz zraka te virtualne šetnje koje korisniku daju puni doživljaj prirodnih i kulturnih ljepota Zagrebačke županije, a tu su i promotivni filmovi, snimljeni i montirani prema najvišim standardima¹⁰⁰. Korisnik vrlo brzo i jednostavno na karti može odabrati lokaciju koju bi želio posjetiti, a lokator će izračunati udaljenost, ponuditi rutu dolaska i predstaviti odabrano mjesto. Smještajni objekti, seoska domaćinstva i izletišta te vinske ceste nalaze se u interaktivnom prikazu za 2017. godinu.

Panorame područja

Alat za integralnu prezentaciju ponude destinacije kroz sustav digitalnih panorama nudi panorama područja – „Jedna slika vrijedi tisuću riječi“. Digitalna panorama daje detaljan uvid, s visine, iz zraka u mjesto u koje se dolazi. Koristi visoko 12 rezolutni panoramski snimak postavljen u dinamičnu flash aplikaciju kao platno na koje se postavljaju hot spotovi¹⁰¹. Flash aplikacija omogućuje svojevrsno istraživanje panoramskog snimka zumiranjem željenih detalja na način da je u nekoliko djelića sekunde moguće iz pogleda cijele panorame doći do impresivnih detalja i vratiti se nazad na pregled cijele panorame.

Društvene mreže

U turističkoj zajednici Zagrebačke županije ističu potrebu stalnog prisustva na web stranicama. Također je vrlo važno oglašavanje putem društvenih mreža poput Facebooka, Instagrama i Twittera. Vođenje i moderiranje službene Facebook fan stranice, Instagrama i Twitter profila TZZZ na hrvatskom jeziku uključuje komunikaciju s korisnicima, objavu novosti, odgovaranje na pitanja i pomaganje korisnicima Facebooka i Twittera u sudjelovanju u događajima koje TZZZ promovira.

Mobilne aplikacije

Trenutno su aktivne dvije mobilne aplikacije, to su ZG bike i Vision One.

ZG bike – U posljednjih nekoliko godina biciklistički promet u Zagrebačkoj županiji sve više dobiva na važnosti. Velika ponuda biciklističkih staza i ruta u Zagrebačkoj županiji može zadovoljiti široki spektar rekreativnih biciklista svih dobnih skupina. Osim postojećih

¹⁰⁰ Izvješće o radu TZZŽ za 2017. godinu, dostupno na:

<http://www.tzzz.hr/wordpress/wp-content/uploads/2013/09/IZVJESCE-O-RADU-TZZZ-1.1.-DO-31.12.2017..pdf>

(5.2.2019.)

¹⁰¹ Izvješće o radu TZZŽ za 2017. godinu, dostupno na:

<http://www.tzzz.hr/wordpress/wp-content/uploads/2013/09/IZVJESCE-O-RADU-TZZZ-1.1.-DO-31.12.2017..pdf>

(5.2.2019.)

13 izdanja karata biciklističkih staza (u ukupnoj dužini od 1.317 km), u posljednje dvije godine TZŽ je izradila nove cikloturističke rute: Savsku rutu - 87,59 km (u sklopu koje su Jezerska ruta, Ruta ptica i kornjača, Ruta drvenih mostova), Rutu slapova - 47,79 km, te Zagrebačku rutu - 41,06 km. Ove rute sada se nalaze se na mobilnoj biciklističkoj aplikaciji Zagrebačke županije ZG bike, uz ostale popratne sadržaje - ugostiteljsku ponudu, smještaj, atrakcije (trošak u 2017. - 17.500,00 kn).

Vision One – Riječ je o mreži mobilnih aplikacija koja povezuje aplikacije iz različitih kategorija te pomoću nje korisnik može pronaći raznolike sadržaje i povezati se s onime što mu je potrebno. Skidanjem samo jedne aplikacije jednostavno je i brzo pretraživanje kategorija, pregled i povezivanje sadržaja ostalih aplikacija. U izborniku su vijesti, manifestacije, smještaj, gastro ponuda, turistička ponuda, znamenitosti, biciklističke rute, brošure, galerija, društvene mreže i poveznice te je na taj način moguće ući iz jedne aplikacije u drugu. Turistička zajednica Zagrebačke županije bila je prva županija koja je u projekt uključila sve svoje gradove. Kroz aplikaciju lansirana je također i platforma Zelena kuća koja okuplja i potiče potrošnju domaćih proizvoda i usluga. Po prvi puta objedinjuju se na jednom mjestu usluge kontinentalnih OPG-ova te će korisnici moći jednim klikom doći do ponude domaćih proizvoda. Vizija projekta Vision One umrežavanje je svih dionika u turizmu kontinentalne Hrvatske pa i susjedne Slovenije, u suradnji s gradovima i turističkim zajednicama. Suradnja na lokalnoj, regionalnoj i međunarodnoj razini omogućit će kvalitetniju promociju lokalnih poduzetnika, njihovih proizvoda i usluga.

Offline oglašavanje

Osnovna zadaća sustava TZ je promocija područja za koje su ustrojene. Brošure i ostali tiskani promo materijali namijenjeni su boljoj informiranosti i lakšem snalaženju te edukaciji i upoznavanju posjetitelja i turista s područjem Županije (tj. destinacije). U svrhu promocije Županije suveniri i ostali promo materijali koriste se kao dodatak postojećim promotivnim materijalima. Osim navedenog, offline oglašavanje podrazumijeva oglase u tisku, na radiju i televizijskim kanalima.

4. ANALIZA SPORTSKO-REKREACIJSKE TURISTIČKE PONUDE I PERSPEKTIVE RAZVOJA SPORTSKO-REKREACIJSKOG TURIZMA U ZAGREBAČKOJ ŽUPANIJU

Zagrebačka županija zbog svog geografskog položaja i blizine glavnog grada Zagreba ima velike prednosti za razvoj turizma. Prirodne ljepote i posebnosti kojima Županija obiluje mogu značajno utjecati i na proširenje turističke ponude. Unaprjeđenjem sportsko-rekreacijske turističke ponude stvaraju se dodatne mogućnosti izletnicima i turistima da izraze potrebu i želju za bavljenjem sportom i rekreacijom u prirodnom okruženju.

4.1. Analiza turističke ponude Zagrebačke županije

Velikim brojem raznolikih resursa koje sadrži Zagrebačka županija otvaraju se mogućnosti za razvoj brojnih turističkih proizvoda, posebno na današnjem visoko segmentiranom tržištu. Niz atrakcija vezanih uz sportsko-rekreacijsku turističku ponudu dodatno obogaćuju boravak u Županiji. U nastavku se opisuju smještajni kapaciteti, sportsko-rekreacijski objekti i sportsko-rekreacijski programi kao dio sportsko-rekreacijske turističke ponude Zagrebačke županije.

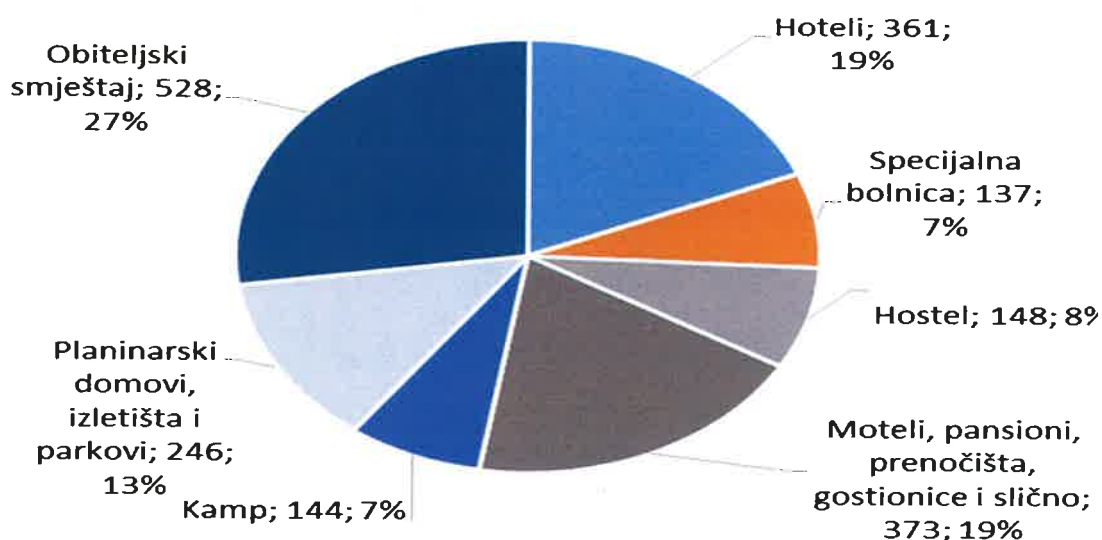
4.1.1. Smještajni kapaciteti kao dio turističke ponude

Orijentacija Zagrebačke županije usmjerena je prema održivom razvoju i osiguranju kvalitete života, a time je i turizam prepoznat kao ključni sustav razvoja. U Zagrebačkoj županiji nalaze se mnogobrojni turistički smještajni kapaciteti koji svojom ponudom privlače domaće i inozemne goste ovisno o njihovim interesima i motivima dolaska.

Komercijalni smještajni kapaciteti

Prema podacima Turističke zajednice Zagrebačke županije, u ožujku 2015. godine Zagrebačka županija je raspolagala je s ukupno 1.937 ležaja u komercijalnim smještajnim kapacitetima.

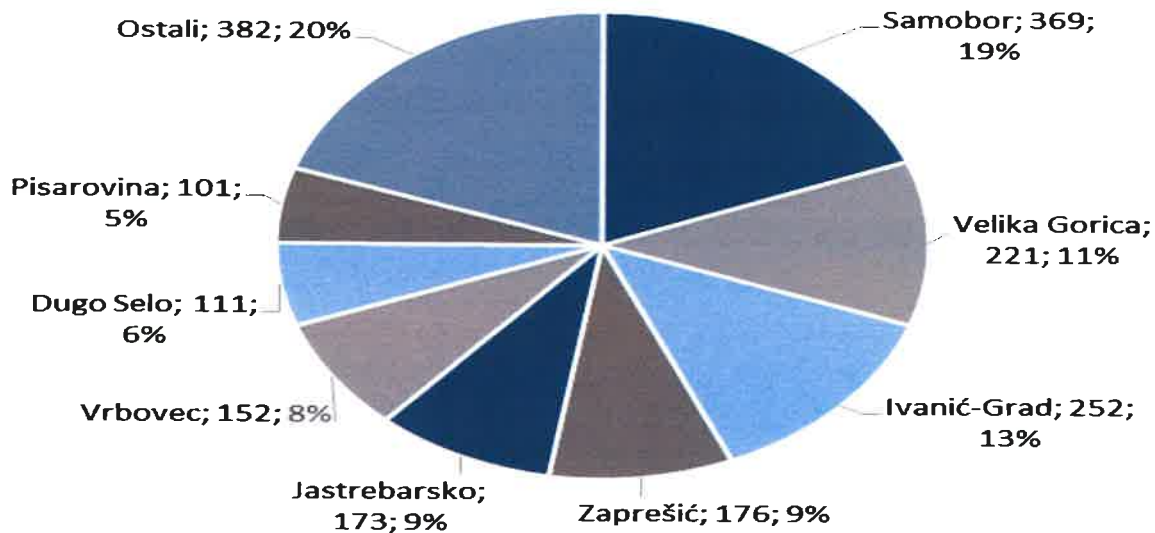
Grafikon 3. Broj i struktura raspoloživih komercijalnih smještajnih kapaciteta Zagrebačke županije u 2015. godini



Izvor: Strategija turističkog razvoja Zagrebačke županije (do 2025. godine), Institut za turizam, Zagreb, str. 37.

Struktura komercijalnog smještaja: 19% u motelima, pansionima, prenočištima, gostionama i sličnim objektima, 19% u hotelima, 13% u planinarskim domovima, izletištima i parkovima, 8% u hostelima, 7% u specijalnoj bolnici te 7% u kampu. Obiteljski smještaj obuhvaća najveću skupinu smještajnih kapaciteta s 528 postelja, odnosno 27% županijskog smještajnog kapaciteta (Grafikon 3.). Hotelska ponuda obuhvaća manje (obiteljske) hotele prosječne veličine 46 ležajeva i srednje kvalitativne razine (5 hotela ima 3 zvjezdice, dva hotela 4 zvjezdice, a jedan hotel jednu zvjezdicu).

Grafikon 4. Broj i struktura raspoloživih komercijalnih smještajnih kapaciteta prema turističkim zajednicama Zagrebačke županije u 2015. godini



Izvor: Strategija turističkog razvoja Zagrebačke županije (do 2025. godine), Institut za turizam, Zagreb, str. 37.

Atraksijski miks i ključni faktori potražnje (blizina Zagreba, zračna luka, lječilišni sadržaji, izletnička i poslovna ponuda), ukazuju na smještajnu ponudu (Grafikon 4.) koja je dominantno vezana uz Samobor u kojem je organizirano 369 ležaja odnosno 19% smještajnog kapaciteta Županije (ponuda širokog spektra manjih smještajnih objekata vezana uz poslovne i odmorišne turističke proizvode te događanja), Ivanić-Grad s 13% (pretežito ponuda zdravstvenog turizma vezana uz specijalnu bolnicu) te Veliku Goricu s 11% županijskih smještajnih kapaciteta (ponuda širokog spektra manjih smještajnih objekata vezana uz poslovne turističke proizvode te događanja). Prema broju ležaja slijede Zaprešić s 176 ležaja i Jastrebarsko s 173 ležaja (ponuda ruralnog turizma). Brojna izletišta i seoska domaćinstva Samobora i Jastrebarskog s različitim oblicima eno-gastro ponude predstavljaju posebnost ponude Županije.

Ugostiteljstvo

Restoranska ponuda Zagrebačke županije izuzetno je bogata te uključuje više od dvjestotinjak samostalnih objekata različitih profila¹⁰², od onih jednostavnije prehrane

¹⁰² Prema informacijama s internetske stranice TZ Zagrebačke županije, dostupno na: <http://www.tzzz.hr/informacije/gastronomija/>

(primjerice objekti brze hrane, pivnice, pizzerije i slastičarne) do objekata seoskog turizma i klasičnih restorana usmjerenih, kako na modernu i kreativnu kuhinju, tako i na tradicionalnu kuhinju. Na popisu 40 najboljih restorana Središnje Hrvatske u 2015. godini s područja Županije izdvojeno je 7 restorana i to 4 s područja Samobora te po jedan s područja Jastrebarskog, Velike Gorice i Ivanić-Grada¹⁰³.

Konferencijske dvorane

Za organizaciju poslovnih skupova tržišno se profiliraju uglavnom hotelski/smještajni objekti, primjerice Hotel Bunčić, Vrbovec (5 dvorana kapaciteta do 350 osoba), Hotel Lavica, Samobor (1 dvorana kapaciteta do 300 osoba), Hotel Livadić, Samobor (1 dvorana kapaciteta do 50 osoba), Duhovno-obrazovni centar Marijin dvor, Lužnica (2 dvorane kapaciteta do 150 osoba), kongresno banketni centar Princess (do 700 osoba), hotel Sport u Ivanić-Gradu (400 osoba), konferencijske dvorane – Seoski turizam Kezele (3 dvorane kapaciteta 20, 50 i 70 mjesta).

Lječilišna ponuda

Jedina turistička destinacija Zagrebačke županije usmjerena na zdravstveni turizam je Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju Naftalan iz Ivanić-Grada. Bolnica raspolaže s ukupno 137 kreveta, od čega 26 kreveta više smještajne razine. Zasnivajući svoju ponudu na naftalanu, zemnom mineralnom ulju kao prirodnom ljekovitom činitelju, bolnica se bavi liječenjem upalnih reumatskih bolesti (reumatidnog i psorijatičnog artritisa), bolesti zglobova i kralježnice te kožnih bolesti (psorijaze i neurodermitisa). Bolnica ima uređen i spa/wellness centar.

Seoska domaćinstva, kušaonice i vinske ceste

Na području Županije djeluje sedamdesetak seoskih domaćinstava, vinarija i izletišta koja pružaju usluge stacionarnog ili izletničkog turizma u ruralnom okruženju, a dominantno su orijentirana na pružanje eno-gastronomskih usluga¹⁰⁴. Organizirane su i tri vinske ceste koje ukupno objedinjuju pedesetak vinara orijentiranih turističkom tržištu pretežito vikendom:

¹⁰³ Prema informacijama s internetske stranice Dobri restorani 2015., dostupno na:

<https://www.dobri-restorani.hr/top-lista/dobri-restorani-2015/>

¹⁰⁴ Prema informacijama s internetske stranice TZ Zagrebačke županije, dostupno na:

<http://www.tzzz.hr/kroz-zupaniju/seoski-turizam-i-izletista/>

Samoborska vinska cesta (15 vinara), Plešivička vinska cesta (30 vinarskih gospodarstava) i Zelinska vinska cesta (11 vinara)¹⁰⁵.

Turističke agencije i ponuda 'incoming' programa

U Županiji djeluje 16 turističkih agencija/poslovnica, 7 na području Samobora, 3 Velike Gorice, po dvije u Ivanić-Gradu i Jastrebarskom te jedna u Dugom Selu, Svetom Ivanu Zelini i Zaprešiću¹⁰⁶. Prodaju se dominantno 'outgoing' programi, uključujući i usluge slobodnog prijevoza, a kad je riječ o 'incoming' programima ponuda je usmjerena na ture/boravke na području Samobora, Plešivice i Žumberka.

Smještajni kapaciteti orijentirani su u najvećem dijelu na zapadni i južni dio Županije, odnosno područje gradova Samobora, Ivanić Grada i Velike Gorice. Na prostoru cijele Županije vrlo je nizak postotak hotela visoke kvalitativne razine što utječe na dolazak gostiju više platežne moći. Potrebno je povećanje kvalitetnih i adekvatnih ugostiteljskih i smještajnih kapaciteta koji trenutno sadrže mali broj ležajeva. Također je potrebno snažnije razvijati turističku ponudu posebice istočnog dijela Županije te se usmjeriti na 'incoming' programe koji će značajnije utjecati na dolazak posjetitelja.

4.1.2. Sportsko-rekreacijski objekti kao dio turističke ponude

Zagrebačka županija na svome prostoru ima vrlo velik broj kuća za odmor, odnosno stanova za odmor i rekreaciju, što je vrlo važan preduvjet za planiranje turističkog razvoja. Blizina i atraktivnost prostora Zagrebačke županije te potreba za odmorom i rekreacijom privukle su velik broj stanovnika grada Zagreba da grade kuće za odmor. Zagrebačka županija je 2011. godine raspolagala s ukupno 139.233 stana, od čega se 16.883 odnosilo na kuće za odmor¹⁰⁷. To je daleko najviše od svih kontinentalnih županija (više od Ličko-senjske i Dubrovačko-neretvanske županije). Kao najatraktivniji prostori u Županiji za izgradnju kuća za odmor ističu se brežuljkasti prostori Samoborskog gorja, istočnih obronaka Medvednice te Vukomeričkih gorica južno od Velike Gorice, gdje kuće za odmor čine više od 20% ukupnog stambenog fonda. Najveći broj kuća za odmor iskazuju područja gradova

¹⁰⁵ Prema informacijama s internetske stranice TZ Zagrebačke županije, dostupno na:

<http://www.tzzz.hr/kroz-zupaniju/vinske-ceste/>

¹⁰⁶ Prema informacijama s internetske stranice TZ Zagrebačke županije, dostupno na:

<http://www.tzzz.hr/informacije/turisticke-agencije/>

¹⁰⁷ Institut za turizam (2016) Strategija turističkog razvoja Zagrebačke županije (do 2025. godine). Zagreb, str. 30.

Samobora (2.229), Svetog Ivana Zeline (2.105), Velike Gorice (2.022) i Jastrebarskog (1.729), dok najmanji interes za izgradnjom kuća za odmor postoji u najudaljenijem dijelovima Županije, posebice na istoku te u manje atraktivnim ravničarskim područjima. Mali broj stanova za odmor i rekreaciju znakovit je i za područja u neposrednoj blizini Zagreba atraktivnih za stalno stanovanje. To je vidljivo iz vrlo malog udjela stanova za odmor i rekreaciju u ukupnom broju stanova općina Stupnik i Rugvica (1-2%) te grada Zaprešića (3%). Prema lokaciji najviše kuća za odmor nalazi se na udaljenostima od oko 30 - tak kilometara od mjesta stalnog boravka njihovih vlasnika. U daljnjem pregledu navedena su izletišta, sportski kompleksi, vinske ceste i putovi te manifestacije koje u svojoj turističkoj ponudi imaju različite vrste sportsko-rekreacijskih programa.

Izletišta

- Eko-park Krašograd u Bratini, općina Pisarovina – ima smještaj s tradicionalnom kuhinjom, farmom, zoološkim vrtom s domaćim životinjama, ekološkim uzgojem povrća i žitarica, također u svojoj ponudi imaju bazen te mogućnost posjetitelja za bavljenjem rekreacijskim aktivnostima.
- Bio-park Divlje vode u Bregani pored Samobora – ima šetalište, igralište za djecu, zoo park te mogućnost sportskog ribolova.
- Mlin iz bajke u Bregani pored Samobora u svojoj ponudi sadrži rad mlina i proizvodnju brašna i zdravih pekarskih proizvoda, mogućnost kušanja domaće, autohtone kuhinje, ima šetalište i igralište za djecu.
- Ribarska koliba Dugo Selo – mogućnost kušanja domaće kuhinje, ima igralište za djecu, mogućnost ribolova.
- Klet obitelji Bunčić u Dugom Selu – izražen je seoski turizam sa mini zoo, domaćim životinjama, mogućnosti jahanja konja, dječjim parkovima, postoji i smještajni kapacitet te manja klet za iznajmljivanje.
- Seoski turizam Kezele u Ivanićkom Graberju – ima četiri autohtone kuće i dvije štale, etno zbirku s 4.000 izložaka, stari mlin, njegovanje tradicijske kuhinje u etno restoranu, smještaj u 14 soba u etno stilu i kuću za odmor (8 osoba), kamp odmorište (gastro i keramičke radionice, kušanje vina u podrumu s 50.000 l vina), domaće životinje, poučnu stazu kroz šumu Marču, jezero Sudarice, sportske sadržaje te mogućnost jednodnevnih i višednevnih boravaka na selu.

- Izletišta Petek u Ivanić-Gradu – obiteljsko je izletišta s bogato opremljenim dječjim igralištem, bazenom te sportskim sadržajima.
- Kraljev vrh u Jakovlju – je izletišta smješteno u šumi s ponudom sportskih i rekreativnih sadržaja.
- Seljački turizam Šimanović iz Klinča Sela – nudi ugostiteljsku ponudu i sportske i rekreacijske sadržaje.
- Stara Marča iz Kloštara Ivanića – prikazuje ambijent sela s ponudom domaće kuhinje, ima dječje igralište i jezero.
- Odranski ribič u Kučama – na tri hektara travnjaka omeđenog rijekom Odrom i stoljetnim turopoljskim hrastom, obiteljsko je izletišta s bogato opremljenim dječjim igralištem.
- Dva potoka u Luki – restoran je s ponudom jela Hrvatskog Zagorja, u neposrednoj blizini su dva potoka i dječje igralište.
- Kamp Zagreb u Svetoj Nedelji – izletišta je s 50 kompletno uređenih parcela, vinskim podrumom s lounge barom, pizzerijom "Jezero" i mini wellnessom.
- Eko-selo Žumberak u Žumberku – restoran je s domaćom kuhinjom, spavaonicama, western salonom s 10 metarskim šankom, konjušnicom te jahaćim poligonom.

Vinske ceste i putovi

- Samoborska vinska cesta kroz Samobor, Sv. Nedelju i Malu Rakovicu ima 8 vinara i više od 5 OPG-ova te bogatu ponudu drugih sadržaja: Grgosovu špilju i poučnu stazu, Botanički vrt Suban, Rudnik „Sveta Barbara” i dr.

Sportski kompleksi

Konjički klubovi

- Konjički klub Aperion iz Kupinca (Klinča Selo) – smješten je na 15 do 20 min. od Zagreba.
- Konjički ranč 'Podgorje Jamničko-Pisarovina' iz Pisarovine – nudi ugostiteljske usluge i terensko jahanje.
- Zelingrad iz Sv. Ivana Zeline – smješten je u prirodnom ambijentu, okružen zelenilom, u ponudi je škola jahanja i terensko jahanje.
- Agramer iz Velike Gorice – u svojoj ponudi ima školu jahanja te organizaciju turnira.

- Trajbar team iz Zaprešića – smješten je u prirodnom ambijentu, okružen zelenilom i šumama, u svojoj ponudi ima školu jahanja, dječji kamp, organizaciju vjenčanja, ugostiteljstvo i smještaj.

Golf teren

- Golf centar Novi dvori u Zaprešiću – u sastavu centra je teren s 9 polja, postoji škola golfa te se organiziraju golf turniri.

Paintball tereni

- Šervudska šuma u Pavučnjaku – u svojoj ponudi predstavlja paintball programe.
- Paintball i adrenalin centar u Sv. Nedelji – u svojoj ponudi ima adrenalinski park, paintball, zip-line, penjanje na umjetnu stijenu, vožnju quadovima i streličarstvo.

Motocross staze

- Mladina u Jastrebarskom – jedna je od najzahtjevnijih staza u Europi, okružena zelenilom.
- Draga - Rakov Potok u Marovićima – u svojoj ponudi ima kamp i školu motocross vožnje.
- Savski Marof u Prigorju Brdovečkom – je regionalna atrakcija gdje se održava prva utrka za prvenstvo Hrvatske u motocrossu.

Skijaške i sanjkaške staze

- Skijaška staza na Sljemenu upravno pripada općini Bistra – skijaška je staza ukupne duljine 4.500 m, a svu infrastrukturu je izgradio grad Zagreb.
- Kamenice, Plešivica u Jastrebarskom – tamo se nalaze najstarije sanjkaške staze u Hrvatskoj.
- Marija Gorica pored Zaprešića – prvi zabavno rekreativni sanjkaški kup u Mariji Gorici održan je još 1985. godine te je na neko vrijeme prekinut. Posljednje tri godine zaredom sanjkalište se revitaliziralo i počeo se ponovo održavati rekreativni sanjkaški kup.

Biciklističke i konjičke rute

Cikloturistička ruta Zagrebačke županije – obuhvaća istočni dio, južni dio i zapadni dio županije (Dugo Selo, Sv. Ivan Zelina, Vrbovec, Ivanić-Grad, Velika Gorica, Pisarovina, Klinča Sela, Samobor, Zaprešić) u ukupnoj duljini od 209 km.

- Ruta 1. Zaprešić-Marija Gorica-Brdovec-Pušća-Samobor-Bregana-Strmec duljine 29 km.
- Ruta 2. Kupljenovo-Luka-Dubravica, Luka-Klanjec-Kraljevec na Sutli duljine 38 km.
- Ruta 3. Ivanec-Bistra-Jakovlje, Sveta Nedjelja duljine 30,4 km.
- Ruta 4. Krašić-Ozalj, Krašić-Žumberak duljine 27,4 km.
- Ruta 5. Jastrebarsko-Slavetić, Plešivička vinska cesta duljine 34 km.
- Ruta 6. Žumberak-Samobor duljine 51,4 km.
- Ruta 7. Velika Gorica-Velika Mlaka, Velika Gorica-Orle-Ščitajerjevo, Vukovina-Ključić Brdo-Lukavec duljine 35,5 km.
- Ruta 8. Pokupsko-Hotnja, Pisarovina-Dubranec, Kravarsko-Ključić Brdo-Kozjača duljine 36 km.
- Ruta 9. Ivanić Grad-Kloštar Ivanić-Križ, Dugo Selo-Rugvica-Posavski Bregi duljine 55 km.
- Ruta 10. Sveti Ivan Zelina-Bedenica, Zelinska vinska cesta, Komin-Rakovec duljine 41 km.
- Ruta 11. Dugo Selo gradska ruta, Dugo Selo-Brckovljani duljine 31 km.
- Ruta 12. Vrbovec-Gradec-Preseka, Dubrava-Farkačevac duljine 46 km.
- Ruta 13. Klinča Sela-Okić-Sveta Nedjelja-Gornji i Donji Stupnik duljine 38 km.
- Rute na području grada Svete Nedelje-Sava-svetonedeljska jezera-skela Medsave duljine 16 km.

Biciklističke i konjičke rute na području općina – tri biciklističke rute na području Brdovca, Marije Gorice i Dubravice od kojih dvije imaju dodirne točke sa stazama u Zagorskoj županiji u duljini od 79 km.

- Dvije konjičke staze na području Brdovca, Marije Gorice i Dubravice:
 1. od Prigorje Brdovečkog do Prosineca,
 2. od Prigorja Brdovečkog do Ključa Brdovečkog.

Mountain bike rute po Svetonedeljskom Bregu: MTB1, MTB2 i MTB3 ruta od 10 km, 13km i 14 km.

- Mountain bike rute po Medvednici u općini Bistra.

Sportsko-rekreacijska turistička ponuda prisutna je i na pojedinim **manifestacijama** koje se odvijaju tradicionalno svake kalendarske godine. Manifestacije u Zagrebačkoj županiji predstavljaju sportske i rekreacijske aktivnosti kao sekundarnu turističku ponudu koja je također vrlo važna za dolazak sve većeg broja gostiju. Od sportsko-rekreacijskih aktivnosti mogu se spomenuti neke, poput ribolova, biciklizma, planinarenja, moto i off road događanja, streličarstva, odbojke na pijesku, atraktivnih programa s konjima, starih sportova poput potezanja užeta i td. Neke od manifestacija koje u svoj ponudi imaju sportsko-rekreacijske programe su: Dugoselske jeseni i Martinje u Dugom Selu, Lipanj u Ivaniću u Ivanić-Gradu, Kupske večeri u Pisarovini (na Kupi), Kaj su jeli naši stari u Vrbovcu, Kestenijada u Sv. Ivanu Zelini, Međunarodni viteški turnir Vitezova Zelingradskih u Sv. Ivanu Zelini, Svetoivanjski dani u Sv. Ivanu Zelini i Svetonedeljska fišijada u Sv. Nedelji.

U nastavku su prikazani sportski objekti, ustanove, klubovi, društva i udruge prema pojedinim mjestima u Zagrebačkoj županiji koje se bave problematikom sporta i rekreacije ili u svojoj turističkoj ponudi imaju sportsko-rekreacijske programe:

- Kloštar Ivanić - KK Jahanje – Udruga uzgajivača posavskog konja
- Pokupsko - Udruga Kupa rijeka života, Kajak kanu klub Pokupsko, Lovačka udruga “Sokol”, ŠRK “Šilj”
- Žumberak - Izletište Eko selo Žumberak
- Zagreb - Go Explore Croatia
- Križ - Moto-cross staza Šušnjari, ŠRD “Šaran”, TK Mat šport, KK Casus
- Pisarovina - ŠRD “Smuđ”, ŠRU “Sredičko”, ŠRU “Som”, KK Geronimo, KK Windy, KK Hidalgo, Konjički ranch
- Savsko-sutlanska dolina i brigi - Ekoturistiko udruga za promicanje ekologije i turizma, ŠRU “Štuka”, ŠRK “Pliva”, TK Mont Antonio, Izletište Mont Antonio, SMK Savski Marof, Moto cross klub Ključ Brdovečki, MK Plotari Savske doline, Moto cros klub 97, Sportska dvorana Brdovec, Sportska dvorana Šenkovec

- Dugo Selo - BK Dugo Selo, Športsko – ribolovni savez Zagrebačke županije, ŠRD “Dugo Selo”, ŠRU “Klen” Brckovljani, TK Dugo Selo, Paintball klub Dugo Selo, AMK Dugo Selo, JK Western Ranch
- Sveta Nedjelja - BK Sveta Nedjelja, ŠRD “Som”, ŠRU “Rak”, TK Štimac, Teniski kap klub, Paintball i adrenalin centar Sveta Nedjelja, Auto karting klub Sveta Nedjelja, Moto klub Konik, ŠRC Horti, Sportski centar Sveta Nedjelja, “Sloga” Orešje, “Štuka” Strmec, Planinarsko društvo “Pinklec”, Sportska zajednica grada Sveta Nedjelja
- Sveti Ivan Zelina - SIC klub zelinskih biciklista, Konjički klub Sv. Ivan Zelina, ŠRD “Zelina”, Streljana u sv. Ivan Zelina (Trap), TK Kralj, MOFRK – Moto i off road klub Zelina, Gradski stadion Zelina, Gradska sportska dvorana Zelina
- Vrbovec - BK Vrbovec, Lovačka kuća Česma, ŠRD “Amur”, ŠRD “Črnec”, ŠRD “Štuka”, Streljana u Vrbovcu (Trap), Sportska dvorana II. osnovne škole, Sportska dvorana Vrbovec (u sklopu srednje škole), Stadion NK Vrbovec, TK Vrbovec, KK Vrbovec, Obitelj Lenardić
- Jastrebarsko - Klub Koturaša Jastrebarsko, Hrvatski motociklistički savez, sjedište Jastrebarsko, Moto-cross staza Mladina, OK Jelen, Zajednica športsko – ribolovnih udruga Jastrebarsko, ŠRD “Jastrebarsko”, Ihor Park d.d. Crna Mlaka, TK Jaska, Planinarski dom Žitnica, Motocross club Jaska, Enduro klub Jaska, Aero klub “Jastreb”, Sportski klub slobodnog letenja “Grunfovi”, Skijaški klub Jaska, Streljački klub Jastreb, Sportska dvorana Jastrebarsko, TK Jastreb, TK Jastrebarsko, Konjički klub Jaska, Country Club
- Samobor - SRC “Vugrinščak”, BK BBK Šišmiš – Samobor, OK Japetić – Samobor, Japetić, ŠRD “Samobor”, ŠRD “Sloga”, ŠRD “Štuka”, Biserna Mladica, Obrt Karlo, Ski klub Samobor, Speleološki klub Samobor, Sportska dvorana Bogumil Toni, Sportski centar NK Samobor, Teniski savez Zagrebačke županije, TK Samobor 1890, Izletište Žumberačko eko selo, Park prirode Žumberak – Samoborsko gorje, Planinarski dom dr. Maks Plotnikov pod Okićem, Udruga Lipicanska barokna raskoš, KK Tetra, Paintball park Šervudska šuma, BBK Krpelj-Samobor, Sportski auto-klub Samobor, Moto-cross klub Marović, Streličarski klub Samobor, Sportska dvorana Rude, TK Samobor 1890., TK Bojan, KK Mirnovec, Udruga uzgajivača konja hrvatskog posavca “Vranac”, Planinarski dom Ivica Sudnik

- Zaprešić - Golf Centar Novi Dvori, KK "Trajbar Team", Lovački savez Zagrebačke županije, ŠRD "Šaran", SC Zaprešić, Teniski centar Zaprešić, Trajbar team, BK Bumbar, Streljački klub Dinamo, Bicikato
- Ivanić-Grad - Naftalan – specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju, BK Ivanić, UŠR "Lonja", Izletište Petek, TK Ivanić 92, TK KID, "Into the Wild" pustolovno ekspedicijski klub, Sportska dvorana Žeravinec, Sportski park Zelenjak, Sportska dvorana Pisarovina
- Velika Gorica - KK "Jagodno", "GORD" d.o.o., ŠRU "Odra", ŠRK "Šilj", ŠRU "Linjak", Ribnjaci Ključić Brdo, Skijaški klub Velika Gorica, Streljana u Bukevju (Trap), SRC Kurilovec, Sportski centar Sedmak. ŠRC Velika Gorica, TK Velika Mlaka, TK Brdsko, TK Plemenitaš, Udruga Fala, KK Kurilovec, Konjički klub Agramer, Paintball klub Velika Gorica, Paintball klub 300 Velika Gorica, Paintball centar Sparta, Paintball centar Titan, Aero klub Velika Gorica, Streljački klub Turopolje, Privatni uzgoj hrvatskog Posavca, Streljačko društvo Gord, Streljačko društvo Sokol, Ranch Kurilovec¹⁰⁸.

Većem dijelu sportsko-rekreacijskih objekata potrebna je revitalizacija. Mnogi su sagrađeni tijekom šezdesetih i sedamdesetih godina prošlog stoljeća te je potrebna njihova obnova i modernizacija u smislu praćenja novih trendova u odnosu na razvijene destinacije zapadne Europe. Potrebno je izgraditi i novu sportsko-rekreacijsku infrastrukturu koja će svojom multifunkcionalnošću doprinijeti oplemenjivanju sportsko-rekreacijske turističke ponude.

4.1.3. Sportsko-rekreacijski programi kao dio ponude turističkih atrakcija

Zagrebačka županija raspolaže brojnim turističkim atrakcijama koje uvelike utječu na razvoj kontinentalnog turizma. Za razvoj nekog turističkog područja nužan je skup turističkih atrakcija i infrastrukture. Resursi su baza za promišljanje i razvoj turističkih proizvoda pa je stoga za svako dugoročno planiranje važno analizirati atrakcijsku osnovu. U nastavku se daje pregled atrakcija kojima je turistička ponuda uz druge programe sastavljena i od sportsko-rekreacijskih programa, a čime se procjenjuje da imaju veću privlačnu snagu za posjet Županije. Broj atrakcija je daleko veći i svaki grad, općina i naselje imaju svoju bazu atrakcija kojima mogu privlačiti goste u te destinacije.

¹⁰⁸ Prema informacijama s internetske stranice TZ Zagrebačke županije, dostupno na: <http://www.tzzz.hr/informacije/sport-i-rekreacija/>

Planine i gorja

- Medvednica (1.033 m) kao park prirode, u sjevernom dijelu Županije obuhvaća nekoliko planinarskih domova i ugostiteljskih objekata. Ima Certifikat za održivi turizam (ECTS). Europski sustav pokazatelja za turizam je proces kojim se upravlja na lokalnoj razini i koji je namijenjen za praćenje, upravljanje i jačanje održivosti turističkog odredišta. Unutar turističke ponude Medvednica sadrži edukativne programe, skijaške staze na kojima se održava Svjetski kup, planinarske i biciklističke staze.
- Žumberak - Samoborsko Gorje – Plešivičko prigorje (1.178 m) kao park prirode, u zapadnom dijelu Županije ima izrazito bogatu atrakcijsku osnovu za razvoj turizma, 130 speleoloških objekata, na Japetiću (najviši vrh 879 m) se nalazi rezervat šumske vegetacije, uz velik broj izvora, šetnica, planinarskih staza destinacija je postala međunarodna atrakcija.
- Marijagoričko pobrđe (312 m) u sjeverozapadnom dijelu Županije i Vukomeričke gorice (255 m) u južnom dijelu Županije obuhvaćaju mnoštvo vinograda i voćnjaka te su pogodni za izletnike.

Park šume

- Anin dol u Samoboru kultivirana je park šuma sa šetnicom, tamo je sniman kulturni film „Tko pjeva zlo ne misli”.
- Šuma Žutica u Križu nizinska je poplavna šuma koja se nalazi u zoni poplavnog područja Lonjskog polja, bogata je kompleksima hrastovih i jasenovih sastojina, u njenom sastavu je poučna staza dužine 2.500 m i 10 poučnih točaka.

Značajni krajobraz i poučne staze

- Turopoljski lug u Turopolju - sastoji se od 3 cjeline – šume hrasta lužnjaka, vlažne livade uz rijeku Odru i prirodni tok rijeke Odre, bogate je faune (orao štekavac, crna žuna, sova, jastrebača, šišmiši, alpski voluharić), zaštićen je 2003. godine na površini od 3.340,38 ha, pogodna je lokacija za birdwatching.
- Šuma Marča – pored Kloštar Ivanića, ima poučnu stazu 2,5 km duljine opremljenu panoima o flori i fauni.

Posebni rezervati

- Crna Mlaka Jastrebarsko i Klinča Selo - posebni je ornitološki rezervat površine oko 6,87 četvornih metara očuvan je u izvornom obliku, obitavaju zaštićene i rijetke ptice (230 vrsta), danas je na ovom području sustav ribnjaka.
- Japetić pored Jastrebarskog - najviši je vrh Samoborskog gorja (879 m), poznato je izletište planinara i paraglajdera, u blizini se nalazi Planinarski dom Žitnica.

Rijeke

- Rijeka Sava u središnjem dijelu Županije zaštićeno je na području Zaprešića i Svete Nedelje gdje se nalazi ornitološki rezervat, međunarodna je atrakcija te su velike mogućnosti razvoja turizma u području rekreacije i ribolova.
- Rijeka Kupa na granici prema Karlovačkoj i Sisačko-moslavačkoj županiji izvire iz krškog jezera u Nacionalnom parku Risnjak u Gorskom kotaru te je mirna rijeka pogodna za rekreaciju i ribolov.
- Rijeka Sutla nalazi se u sjeverozapadnom dijelu Županije, na dijelu granice sa Slovenijom, najvećim dijelom teče uz podnožja brda, a na nekim mjestima siječe manje udoline, vrlo je pogodna za rekreaciju i ribolov.
- Rijeka Krapina u sjeverozapadnom dijelu Županije u lijevom pritoku rijeke Save dugačka je 75 km te je pogodna za rekreaciju i ribolov.
- Rijeka Kupčina u zapadnom i jugozapadnom dijelu Županije, kao lijevi pritok rijeke Kupe pogodna je za rekreaciju i ribolov.
- Rijeka Odra na jugu Županije, nizinska je rijeka sporog toka, pogodna za rekreaciju i ribolov.
- Rijeka Lonja na istoku Županije pogodna je za rekreaciju i ribolov.
- Rijeka Česma na istoku Županije pogodna je za rekreaciju i ribolov.

Ribnjaci

- Ribnjak Crna Mlaka u Crnoj Mlaci, u sklopu ornitološkog rezervata izgrađenog 1905. godine u privatnom je vlasništvu, nacionalna je atrakcija, ali je tržišno nespremna.
- Ribnjaci Pisarovina u Pisarovini u svom sastavu sadrže 11 jezera površine 355 m te sportski ribnjak Pisarovina na 3,5 ha gdje je organiziran ribolov (u koncesiji).

- Ribnjak Mokrica u Sv. Ivanu Zelini (Novo Mjesto) ima dugu tradiciju od 16. stoljeća, gdje se nalazi 8 ha ribnjaka pogodnih za rekreaciju i ribolov.
- Ribnjak Vukšinc u Vukšincu rekreacijska je zona bogata životinjskim svijetom – orlovi, rode i druge ptice, a također je i vrlo popularna ribolovna zona.

Jezera

- Bajeri u Ivanić-Gradu popularna su rekreacijska zona pogodna za ribolov.
- Jezera Rakitje, Strmec, Orešje i Kerestinec u Svetoj Nedelji sadrže 210 ha ribnjaka, pogodna su za rekreaciju i ribolov, a organizirana su i međunarodna sportska natjecanja.
- Novo Čiče u Velikoj Gorici je zona pogodna za rekreaciju i ribolov.
- Zajarki u Zaprešiću pogodna su zona za rekreaciju i ribolov.

Novim sportsko-rekreacijskim programima i razvojem već postojećih mogu se stvoriti preduvjeti za kvalitetniju turističku ponudu koja bi mogla privući još veći broj posjetitelja u Županiju. Uređenjem planinarskih i biciklističkih staza, ribnjaka i jezera, šetnica, poučnih staza i tematskih parkova na cijelom prostoru Zagrebačke županije stvorit će se uvjeti u kojima će sportsko-rekreacijski programi postati značajnim dijelom ponude turističkih atrakcija. Vrlo je važno i da kvalificirani i osposobljeni stručnjaci provode sportsko-rekreacijske programe kako bi i turistička ponuda dostigla visoku razinu.

4.1.4. Sportsko-rekreacijska turistička ponuda

Zagrebačka županija ima bogato nasljeđe tradicije i kulture te je pogodna za razvoj turističkih proizvoda izleta i rekreacije u prirodi, ali i palete inovativnih proizvoda prilagođenih suvremenoj potražnji. Proizvodima Zagrebačke županije nadopunjuje se ponuda turističkih proizvoda grada Zagreba gdje dominiraju gradski i kulturni turizam te se tako otvara niz mogućnosti za izletničku i stacionarnu potražnju. Sagledavanje turističko-resursne atrakcijske osnove Zagrebačke županije i njen potencijal u odnosu na zahtjeve turističke potražnje, omogućuje kreiranje i promišljanje sustava turističkih proizvoda koji u velikoj mjeri mogu biti usmjereni na sport i rekreaciju. Za proizvode sporta i rekreacije zainteresirani su pretežno obrazovani, urbani pojedinci više platežne moći. To su posjetitelji koje zanima zdrav život, bavljenje različitim oblicima fizičkih aktivnosti, ekološki su osviješteni, posvećuju pažnju svom izgledu, zanima ih gastronomija i enologija u smislu uživanja, ali i

edukacije. Sve je izraženija potreba za inovativnim kombinacijama ponude i stvaranjem novih zanimljivih proizvoda koji će ukomponirati aspekte sportskih sadržaja s posebnostima destinacija i njenom kvalitetnom ponudom.

Sportski turizam i rekreacija kao turistički proizvod sadrže različite modalitete, a kao najznačajniji ističu se:

- treking
- planinarenje
- biciklizam
- lov i ribolov
- golf
- adrenalinski sportovi
- jahanje
- skijanje¹⁰⁹.

Sustav turističkih proizvoda Zagrebačke županije za izletničke i stacionarne posjetitelje prikazuje modalitete trekinga/planinarenja i biciklizma kao primarni proizvod u izletnika.

Treking i planinarenje

U ponudi Zagrebačke županije je niz rekreativnih mogućnosti za ljubitelje pješčenja i planinarenja. Atraktivne i uređene staze nude uživanje u lijepim vizurama i popratnim sadržajima poput eno-gastronomske ponude i kulture. Zagrepčani i drugi gosti generacijama koriste brojne staze tradicijskog karaktera za izlete i boravak u prirodi. Kao posebne atrakcije mogu se izdvojiti: Samoborsko gorje (Oštrc-Japetić), Zona Žumberak (Sošice-Žumberačka gora), Sljeme (Bistra i Kraljev Vrh-Sljeme). U Županiji postoji još niz staza koje su također zanimljive poput staza na Vukomeričkim goricama, Marijagoričkom pobrđu te na području Sv. Ivan Zeline. Može se spomenuti i poučna staza Marča dužine 2,5 km koja rekreativcima nudi doživljaj šume i njenih ljepota.

Planinarske i pješačke staze Zagrebačke županije, s obzirom na stupanj zahtjevnosti, duljinu staza i privlačnost krajolika, privlačne su svim dobnim skupinama i profilima posjetitelja. Osim jednodnevnih posjetitelja oni koji ostaju noćiti preferiraju kvalitetan i udoban smještaj,

¹⁰⁹Institut za turizam (2016) Strategija turističkog razvoja Zagrebačke županije (do 2025. godine). Zagreb, str. 84.

jednostavne objekte koji su uređeni sa šarmom i prirodnim materijalima. Dolaze najviše tijekom proljeća, ljeta i jeseni.

Kao faktori uspjeha mogu se istaknuti atraktivnost krajolika i očuvan okoliš, kvalitetne, raznolike, opremljene, sigurne i dobro označene staze, prateće usluge (mogućnost najma opreme, vodiči) te raspoloživost popratnih sadržaja (eno-gastro ponuda, kultura).

Proizvod je potrebno dodatno razvijati novim pješačkim tematiziranim stazama (npr. 'stazama praslona' – Marija Gorica, 'stazom tišine' – Turopoljski lug i sl.), unaprjeđenjem turističke interpretacije na planinarskim stazama (putem interpretacijskih ploča, odmorištima s vidikovcima, poučnim stazama i sl.), unaprjeđenjem popratnih sadržaja (npr. dvorcima, vinarijama, proizvođačima tradicionalne hrane i sl.) i njihovo umrežavanje s ponudom pješačenja i planinarenja.

Biciklizam

U posljednjih nekoliko godina biciklistički promet u Zagrebačkoj županiji sve više dobiva na važnosti o čemu najbolje govori činjenica da je Hrvatski ured Regionalnog centra zaštite okoliša Srednje i Istočne Europe (REC) proglasio grad Veliku Goricu drugim najbiciklističkim gradom u Hrvatskoj u 2014. godini.

Na području Zagrebačke županije ima 30-tak biciklističkih ruta prezentiranih kroz 13 karata. Pored ovih staza kontinuirano se radi na razvoju novih staza pa je posebno važno spomenuti projekt Ride&Bike u okviru kojeg su sredstvima EU formirane 3 biciklističke staze na području općina Brdovec, Marija Gorica i Dubravica, kao i rute na području Sv. Nedjelja gdje su napravljene i mountain bike rute.

Na području Zagrebačke županije, na 12 odabranih lokacija u gradovima (svih 9 gradova) i općinama (Krašić, Pisarovina, Brdovec), TZ Zagrebačke županije postavila je servisne stanice za bicikle. Montirano je 12 Mantis bike self service stalaka za popravak i brzi servis bicikla s osnovnim alatom za popravak te je uz njih postavljeno 12 podnih spiralnih stalaka za bicikle s pet mjesta.

Bogata ponuda biciklističkih staza u Zagrebačkoj županiji može zadovoljiti širok spektar rekreativnih biciklista svih dobnih skupina i to iz Zagreba i okolnih županija, ali i iz šireg

područja. Posjetiteljima je važno da uz ponudu staza imaju osiguranu kvalitetnu eno-gastro ponudu te kulturne sadržaje u destinaciji. Najviše dolaze tijekom proljeća, ljeta i jeseni.

Faktore uspjeha osiguravaju atraktivnost krajolika i očuvanost prirodnog okoliša, dobro uređene, sigurne i održavane staze, drugi komplementarni sadržaji poput bogate eno-gastro i kulturne ponude te udobnog i kvalitetnog smještaja.

Proizvod je potrebno razvijati unaprjeđenjem turističke signalizacije, interpretacijom na biciklističkim stazama i tematiziranjem gdje je to moguće, razvojem 'info punktova' za bicikliste u okviru TIC-a (uređenjem prilaza, mogućnosti ostavljanja bicikla i opreme), prilagođavanjem objekata smještaja i ugostiteljstva za prihvat biciklista.

Lov i ribolov

Lov i ribolov rekreativnog su karaktera i okupljaju zaljubljenike u ove sportove kojima je osnovni motiv druženje i boravak u prirodi. U Zagrebačkoj županiji ima oko 70-ak zajedničkih otvorenih lovišta i 14 državnih lovišta. Ukupne površine za lov čine oko 63 tisuće ha. Glavne divljači su: srneća divljač, divlja svinja, zec, fazan, trčka i divlja patka. Ključne atrakcije za lovni turizam su lovišta na području Jastrebarskog.

Kad je riječ o ribolovu, Sportsko ribolovni savez Zagrebačke županije ima više od 5.000 članova i okuplja 32 udruge. Ključne atrakcije za ribolov su: rijeke Sava, Lonja, Kupa, Krapina i Odra te umjetna jezera u Zaprešiću i Velikoj Gorici.

Organizacija okupljanja i zajedničkih aktivnosti najčešće je vezana uz pojedina društva kojima lovci i ribolovci pripadaju. Zahtijevaju udoban smještaj, zainteresirani su za eno-gastro ponudu, cijene tradicijsko i jednostavno. Informiraju se putem društava ili preporuka, a putovanja su vezana uz sezonu lova/ribolova.

Faktori uspjeha vezani su uz atraktivnost i posebitost prirodnog okoliša, bogatstvo lovnog/ribolovnog fonda, opremljenost prostora za ribolov, kvalitetu pratećih usluga (opreme, specijaliziranih trgovina), raspoloživosti komplementarnih sadržaja (restorana, sportova, atrakcija) te kvalitetnih, prilagođenih i izdvojenih prostora za druženje.

Proizvod je potrebno razvijati formiranjem zajedničke ponude 'lova u Zagrebačkoj županiji', uslugom najma opreme, unaprjeđenjem trgovačkih sadržaja i kamp smještaja, unaprjeđenjem

infrastrukture za sportski ribolov (pristupima, platformama, parkiralištima i dr.) te razvojem nekoliko prepoznatljivih natjecanja na razini Županije.

Golf

Putovanja motivirana igranjem golfa predstavlja golf turizam. Zagrebačka županija ima jedno golf vježbalište (Zaprešić) u kojem se nudi škola, poduka i u kojem se organiziraju golf turniri. Teren u Krašiću je izvan funkcije. Postoji svjetla budućnost golfa, jer se prema prostornim planovima u Zagrebačkoj županiji planiraju 4 terena površine 40 ha (Sveta Nedjelja, Samobor, Jastrebarsko i Rugvica, 2 terena od 90 ha (Sveti Ivan Zelina i Krašić) te dva velika terena od 150 ha (Velika Gorica, Zaprešić).

Korisnici golf turizma su pretežno muškarci, iznadprosječnog obrazovanja i platežnih mogućnosti, većinom profesionalci zaposleni na upravljačkim pozicijama. Vrlo su im važni prateći sadržaji od smještaja, ugostiteljstva i zabave te druženje što im čini važan aspekt sporta. Ciljani posjetitelji su golferi-rekreativci iz Hrvatske i susjednih zemalja. Potražnju u ovom segmentu turizma obilježava viša platežna moć i više obrazovanje te bogata i zahtjevnija ponuda prema kvaliteti smještaja i ostalim aspektima unutar turističke destinacije.

Faktori uspjeha predstavljaju atraktivnost destinacije i sadržaje u destinaciji, atraktivnost i prepoznatljivost golf igrališta, sportske, zabavne, kulturne i trgovačke sadržaje u destinaciji te atraktivan imidž destinacije.

Daljnji razvoj proizvoda podrazumijeva unaprjeđenje i širenje golf vježbališta (prema Planu do 18 rupa), pretvaranje u golf teren, povezivanje golf vježbališta s igralištima u okruženju – Turistifikacija 'točki od interesa' u okruženju (dvorci, vinarije, proizvođači tradicionalne hrane, ponuda suvenira i sl.), unaprjeđenje ostalih sadržaja u destinaciji, posebice ugostiteljstva te jačanje promocijskih aktivnosti.

Adrenalinski sportovi

Adrenalinski sportovi u Zagrebačkoj županiji povezuju se najčešće s motokrosom posebice zbog nekoliko atraktivnih i poznatih staza, ali i ponuda drugih aktivnosti usmjerenih na adrenalin poput adrenalinskog parka, paintball terena, paraglajdinga koji nimalo ne zaostaje. Motokros se odnosi na sport na motociklima koji su posebno oblikovani za tu svrhu tj. imaju posebne gume, nemaju svjetla, žmigavce i sl. U Županiji su locirane dvije glavne staze u

Hrvatskoj: „Mladina“ u Jastrebarskom i „Draga“ u Rakovom Potoku te staza „Savski Marof“ u Prigorju Brdovečkom. Osim motokros staza adrenalinsku zabavu nude paintball tereni koji se u Zagrebačkoj županiji nalaze u Pavučnjaku (Šervudska šuma) i Sv. Nedelji te paraglajding na Japetiću koji ima start na 810 m. Predstavlja jednu od najpoznatijih paraglajding lokacija u Hrvatskoj i nudi predivan pogled na Samoborsko gorje.

Korisnici adrenalinskih sportova najčešće su mlađi muškarci (20-35 godina). Putuju u grupama, traže jeftiniji smještaj, a informacije su im preporuke i internet. Važno im je da se druže sa svojim istomišljenicima/zaljubljenicima u iste vrste adrenalinskih sportova.

Faktore uspjeha predstavljaju prirodne predispozicije destinacije, laka dostupnost staza, uređene, sigurne i održavane staze, prostor za druženje i ugostiteljska ponuda te osigurana parkirališta.

Proizvod je potrebno razvijati daljnjim unaprjeđenjem staza i ostale infrastrukture (parkirališta) te unapređenjem dodatnih sadržaja u destinaciji, posebice gastro ponude.

Jahanje

Konjički turizam obuhvaća aktivnosti u kojima turist sudjeluje od pasivne do aktivne rekreacije, gdje jaše, putuje s konjima na duže ili kraće udaljenosti u urbanom ili ruralnom području¹¹⁰. U Zagrebačkoj županiji postoji više terena za terensko jahanje i škole jahanja. Ključne atrakcije čine: Trajbar team u Zaprešiću, Agramer u Velikoj Gorici, Konjički ranč „Podgorje Jamničko-Pisarovina“ u Pisarovini te Konjički klub „Kairos“.

Osnovni motiv korisnika konjičkog turizma ponajprije je ljubav prema konjima. Ostali motivi najčešće su vezani uz relaksaciju, jahanje, boravak u prirodi, druženje i zdravlje.

Faktori uspjeha povezani su ponajprije s lokacijom, smještajem te lakom dostupnosti, lijepim krajolikom za jahanje na otvorenom te privlačnim i prijateljskim okruženjem.

Proizvod je potrebno razvijati kontinuiranim unaprjeđenjem objekata i infrastrukture za čuvanje i njegovanje konja.

¹¹⁰ Čačić, M. (2012) Konjički turizam. Zagreb: Agrolider, str. 91.

Skijanje i sanjkanje

Najpoznatija skijaška staza u Hrvatskoj (Sljeme) nalazi se na području općine Bistra, nadaleko je poznata u skijaškom svijetu zbog kontinuiranog održavanja utrka svjetskog kupa u slalomu te specifičnosti lokacije vezane uz blizinu Zagreba, predivan pogled na glavni grad s južne strane te dio Zagrebačke županije i Hrvatsko zagorje sa sjeverne strane. Sljeme predstavlja veliki potencijal za daljnji razvoj ovog proizvoda na području Zagrebačke županije, posebice s mogućim daljnjim širenjem staze i infrastrukture. Uz to, na području Jastrebarskog (Kamenica, Plešivica) nalazi se najstarija sanjkaška staza u Hrvatskoj.

Posjetitelji su ponajviše skijaši iz Zagreba te okolnih županija. Posebno su zanimljive škole skijanja, ali i rekreativno skijanje i sanjkanje.

Faktori uspjeha su dobro uređene i održavane staze, kvalitetan pristup, dobro organiziran javni prijevoz te dodatne usluge (najam opreme, ugostiteljstvo).

Proizvod je potrebno razvijati širenjem staza, razvojem dodatnih sadržaja te još dostupnijim javnim prijevozom, što je i rezultiralo planom izgradnje žičare koja će povezati glavni grad sa Sljemenom.

Zbog bogatog nasljeđa tradicije i kulture Zagrebačka županija ima mogućnost razvoja turističkih proizvoda izleta i rekreacije u prirodi, ali i novih proizvoda prilagođenih suvremenoj potražnji. Stvaranjem novih zanimljivih proizvoda koji će ukomponirati aspekte sportskih sadržaja s posebnostima destinacija i njenom kvalitetnom ponudom može se utjecati na povećan interes posjetitelja. Kao najznačajniji modaliteti sportskog turizma i rekreacije ističu se trekning, planinarenje i biciklizam. Proizvode je potrebno dodatno razvijati novim pješačkim tematiziranim stazama, unaprjeđenjem turističke interpretacije na planinarskim stazama, unaprjeđenjem turističke signalizacije za bicikliste, interpretacijom na biciklističkim stazama, razvojem 'info punktova' za bicikliste, unaprjeđenjem popratnih sadržaja (npr. dvorcima, vinarijama, proizvođačima tradicionalne hrane i sl.) te prilagođavanjem objekata smještaja i ugostiteljstva za prihvat biciklista. Osim već spomenutih modaliteta sportsko-rekreacijskog turizma, potrebno je modernizirati i ostale oblike unaprjeđenjem infrastrukture i ostalim sadržajima u destinaciji. Modernizacija smještajnih kapaciteta, trgovačkih sadržaja i kvalitetnog ugostiteljstva može omogućiti značajnije pomake u turističkoj ponudi Županije.

4.2. Analiza turističke potražnje Zagrebačke županije

U Zagrebačkoj županiji u zadnjih nekoliko godina bilježi se kontinuiran rast broja noćenja i dolazaka domaćih i stranih turista. U 2018. godini ostvareno je ukupno 204.818 noćenja što je gotovo 33% više noćenja u odnosu na prethodnu godinu. Promatrajući broj dolazaka turista, isti je u 2018. godini ostvario porast od 41,23% u odnosu na 2017. godinu.

U narednoj tablici prikazan je broj dolazaka i noćenja turista prema prikupljenim podacima Turističke zajednice Zagrebačke županije.

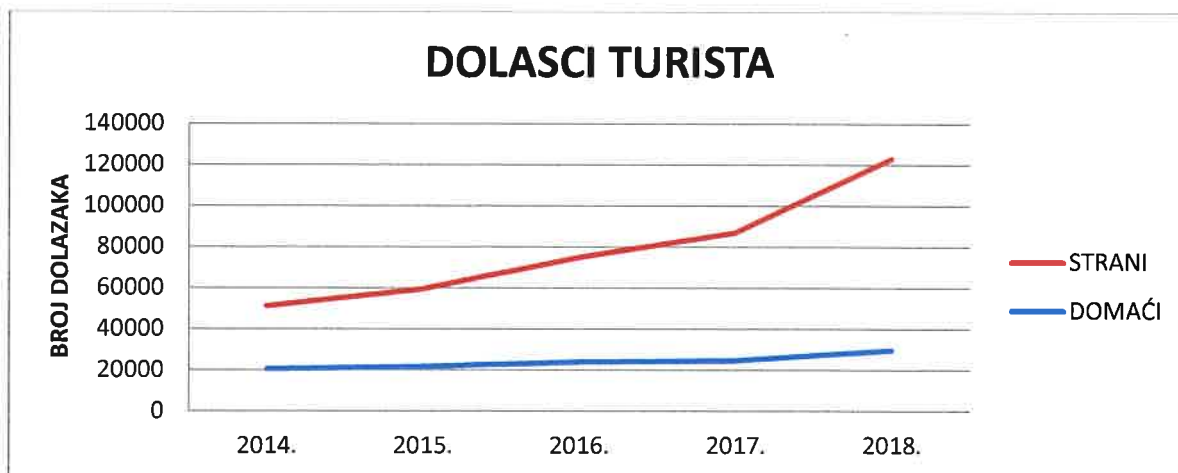
Tablica 4. Broj dolazaka i noćenja turista u Zagrebačkoj županiji od 2014.– 2018. godine

Godina	DOLASCI		NOCENJA	
	DOMAĆI	STRANI	DOMAĆI	STRANI
2014.	20519	30740	33845	51914
2015.	21589	37911	36554	60578
2016.	23931	51092	43505	88136
2017.	24548	62487	50268	103874
2018.	29643	93279	54893	149925

Izvor: Turistička zajednica Zagrebačke županije, izrada autora

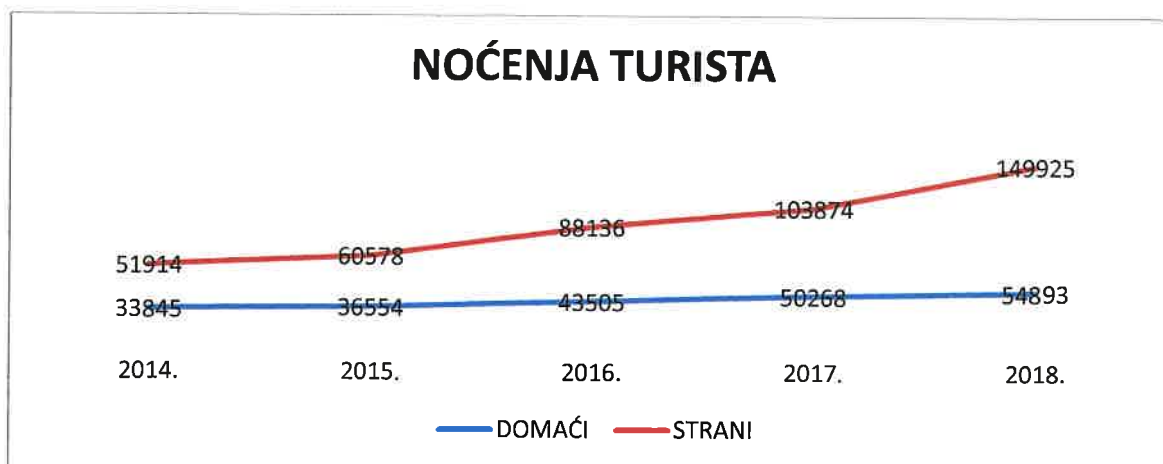
Iz tablice je razvidno kako je turistička potražnja u Zagrebačkoj županiji u fazi ekspanzivnog rasta. Isto pokazuju i grafikoni u nastavku.

Grafikon 5. Dolasci turista u Zagrebačkoj županiji od 2014.–2018. godine



Iz grafikona broj 5. jasno je vidljivo kako je broj dolazaka turista u porastu, posebice onih iz stranih zemalja. U 2018. godini broj dolazak inozemnih gostiju veći je gotovo 204% u odnosu na prvu godinu promatranja 2014.

Grafikon 6. Noćenja turista u Zagrebačkoj županiji od 2014.–2018. godine



Izvor: izrada autora

Konstantan porast vidljiv je iz broja noćenja turista. Inozemni turisti povećali su broj noćenja u 2018. godini u odnosu na baznu 2014. godinu za 189%. Turisti rezidenti također bilježe sve veći broj noćenja, no njihov rast nije toliko ekspanzivan kao što je slučaj s inozemnim turistima.

U sljedećoj tablici prikazana je nacionalna struktura potražnje prema zemljama porijekla turista u Zagrebačkoj županiji za 2017. godinu.

Tablica 5. Nacionalna struktura turista u Zagrebačkoj županiji u 2016. i 2017. godini

Država	BROJ TURISTA (dolasci i dnevni boravak)			
	2017.	Udio u 2017. godini	2016.	Indeks
Hrvatska	24.621	28,23%	23.978	102,68
Njemačka	8.215	9,42%	6.615	124,19
Italija	4.683	5,37%	4.262	109,88
Nizozemska	3.504	4,18%	3.073	114,03
Bosna i Hercegovina	2.712	3,11%	2.267	119,63
Poljska	4.499	5,16%	3.919	114,8
Srbija	2.123	2,43%	1.727	122,93
Bugarska	3.243	3,72%	2.428	133,57
Francuska	2.534	2,91%	2.065	122,71
Austrija	2.583	2,96%	1.980	130,45
SAD	2.975	3,41%	2.266	131,29
Ujedinjena Kraljevina	1.790	2,05%	1.314	136,23

Slovenija	1.973	2,26%	1.547	127,54
Kina	1.641	1,88%	493	332,86
Koreja	1.963	2,25%	1.535	127,88
Švicarska	1.179	1,35%	1.102	106,99
Belgija	1.124	1,29%	1.032	108,91
Mađarska	1.052	1,21%	851	123,62
Turska	446	0,51%	217	205,53
Kanada	1.347	1,54%	1.356	99,34
Rumunjska	642	0,74%	573	112,04
Španjolska	961	1,10%	865	111,1
Češka	1.188	1,36%	938	126,65
Ukrajina	374	0,43%	455	82,2
Švedska	974	1,12%	650	149,85
Australija	863	0,99%	691	124,89
Ostale azijske zemlje	797	0,91%	474	168,14
Portugal	326	0,37%	207	157,49
Danska	600	0,69%	455	131,87
Izrael	714	0,82%	720	99,17
Rusija	693	0,79%	644	107,61
Makedonija	550	0,63%	518	106,18
Slovačka	618	0,71%	492	125,61
Norveška	375	0,43%	280	133,93
Finska	336	0,39%	196	171,43
Japan	310	0,36%	336	92,26
Litva	199	0,23%	218	91,28
Crna Gora	179	0,21%	300	59,67
Irska	152	0,17%	143	106,29
Indija	250	0,29%	216	115,74
Kosovo	181	0,21%	132	137,12
Grčka	209	0,24%	175	119,43
Brazil	185	0,21%	164	112,8
Bjelorusija	81	0,09%	51	158,82
Estonija	148	0,17%	79	187,34
Novi Zeland	112	0,13%	101	110,89
Ostale afričke zemlje	101	0,16%	85	118,82
Argentina	92	0,11%	53	173,58
Albanija	77	0,09%	93	82,8

Ostale zemlje Južne i Sred. Amerike	99	0,11%	121	81,82
Malta	55	0,06%	15	366,67
Letonija	85	0,10%	68	125
Južnoafrička Republika	101	0,12%	60	168,33
Cipar	26	0,03%	18	144,44
Ostale zemlje Oceanije	4	0%	12	33,33
Ujedinjeni Arapski Emirati	34	0,04%	54	62,96
Tajvan, Kina	43	0,05%	134	32,09
Island	42	0,05%	11	381,82
Ostale europske zemlje	17	0,02%	39	43,59
Luksemburg	28	0,03%	24	116,67
Meksiko	27	0,03%	44	61,36
Hong Kong, Kina	25	0,03%	8	312,5
Tajland	32	0,04%	33	96,97
Indonezija	20	0,02%	17	117,65
Čile	23	0,02%	29	79,31
Lihtenštajn	8	0%	3	266,67
Kuvajt	14	0,01%	5	280
Kazahstan	6	0%	23	26,09
Ostale zemlje Sjeverne Amerike	11	0,01%	9	122,22
Maroko	4	0%	3	133,33
Katar	3	0%	8	37,5
Jordan	2	0%	8	25
Tunis	2	0%	12	16,67
Makao, Kina	0	0%	1	0
Oman	0	0%	2	0

Izvor: Izrada autora, prilagođeno prema podacima Turističke zajednice Zagrebačke županije, 2018. godine, interni podaci

Prema podacima Županije, najviše dolazaka u 2017. bilo je iz Njemačke, Italije, Nizozemske, Bosne i Hercegovine te Poljske, a bilo je i turista iz SAD-a, Kine i Australije.

U sljedećoj tablici prikazani su dolasci turista prema podacima turističkih ureda koji djeluju na području Županije.

Tablica 6. Prostorni raspored dolazaka turista u Zagrebačku županiju u 2016. i 2017. godini prema podacima lokalnih turističkih zajednica

TZ	BROJ TURISTA (dolasci i dnevni boravak)			
	2017.	Udio u 2017. godini	2016.	Indeks
Velika Gorica	26.826	30,76%	23.273	115,27
Samobor	12.768	14,64%	12.460	102,47
Sveta Nedelja	16.866	19,34%	11.327	148,9
Ivanić-Grad	7.382	8,47%	5.907	124,97
Vrbovec	7.921	9,08%	8.099	97,8
Zaprešić	6.825	7,82%	5.765	118,39
Dugo Selo	2.519	2,89%	2.491	101,12
Pisarovina	2.827	3,24%	3.085	91,64
Jastrebarsko	2.077	2,38%	1.512	137,37
TZZŽ	507	0,58%	503	100,8
Sveti Ivan Zelina	459	0,53%	539	85,16
Savsko-sutlanska dolina i brigi	225	0,26%	131	171,76
Krašić	3	0%	0	0
(nepoznato)	0	0%	0	0
Ukupno:	87.205	100%	75.092	116,13

Izvor: Izrada autora, prilagođeno prema podacima Turističke zajednice Zagrebačke županije, 2018. godine, interni podaci

Prema dostupnim podacima najposjećeniji gradovi u 2017. godini bili su Velika Gorica, Samobor i Sveta Nedjelja.

Institut za turizam prilikom izrade Županijske razvojne strategije proveo je istraživanje te dao obilježja turističkih kretanja i prognoza za razdoblje do 2020. godine.

Turistička kretanja i prognoze

- Postoji diferencijacija tržišta vezana uz turiste koji se razlikuju u odnosu na dob, potrebe, prihode, preferencije i navike. Promjene koje se događaju u društvu uvelike mijenjaju potrebe turista za odmorom i putovanjima.
- Preferiraju se putovanja koja pružaju “doživljaj” čime se stječu nova iskustva koja “šire vidike”.
- Turisti današnjice uvelike ulažu u sebe te traže turističke proizvode “po svojoj mjeri”. U tom smislu naglašen je individualizam. Zainteresirani su za različite aspekte destinacije od povijesti, stila života lokalnog stanovništva, gastronomije, običaja, sporta i rekreacije.
- Stil života je vrlo važan i za turiste koji imaju specifične interese i hobije u svakodnevnom životu. Ti se interesi obično prenose i na vrijeme odmora te se time kreiraju specifični interesni segmenti: biciklisti, prirodnjaci, gurmani, “ljubitelji kulture“ itd¹¹¹.

Navedena turistička kretanja i prognoze važan su faktor prilikom oblikovanja turističke ponude Zagrebačke županije kao i razvoja posebnih oblika turizma što je osobito važno za razvoj sportsko-rekreacijskog turizma na području Županije.

Zagrebačka županija ima vrlo povoljne uvjete za razvoj turizma, njeno područje u turističkom je smislu izuzetno povezano s gradom Zagrebom, što se može vidjeti i iz rasta ostvarenog broja noćenja u Županiji koji prati porast noćenja ostvarenih u Zagrebu. Prepoznata je kao izletnička destinacija mnogobrojnih domaćih, a posljednjih nekoliko godina i stranih gostiju, čiji je rast prometa svakako odraz višegodišnjih napora turističkih djelatnika uloženi u podizanje atraktivnosti svih destinacija. Zagrebačka županija je prepoznata po izvrsnoj eno-gastro ponudi, vinskim cestama, bogatoj kulturnoj baštini, očuvanome ruralnom prostoru i mnogobrojnim manifestacijama. Izletnici i gosti sve više pokazuju interes za aktivnim boravkom u prirodi potaknuti motivom zdravih životnih navika, čime sport i rekreacija postaju značajan segment turističke ponude. Potražnju za proizvodima sporta i rekreacije čine pretežno obrazovani, urbani pojedinci. Uglavnom je riječ o ekološki osviještenim ljudima koji posvećuju pažnju svom izgledu, zanima ih gastronomija i enologija. Očekuje se daljnji rast potražnje za sportskim aktivnostima posebno vezano uz rast osviještenosti o zdravom

¹¹¹ Regionalna razvojna agencija Zagrebačke županije (2017) Županijska razvojna strategija Zagrebačke županije do 2020. godine. Zagreb, str. 100.

životu. Sve izraženija bit će potreba za inovativnim kombinacijama ponude i stvaranjem novih zanimljivih proizvoda. Imperativ će predstavljati cjelovitost proizvoda koji će uspješnije ukomponirati aspekte sportskih sadržaja s posebitostima destinacija i njenom kvalitetnom ponudom¹¹². Jedna od grana turizma kojima se Zagrebačka županija sve više okreće je cikloturizam. Naime, ovaj vid turizma je jedan od najprofitabilnijih i najbrže rastućih oblika turizma koji je održiv, donosi veliku dodanu vrijednost, produžuje sezonu i ne radi razliku između malih i velikih destinacija, obale i kontinenta. Prema podacima ECP-a (Europe of Cyclists Federation) godišnje Europom biciklira između 10 i 12 milijuna cikloturista od kojih se ostvari prihod od preko 8 milijardi eura¹¹³. Ovaj segment godišnje raste po stopi od 15 do 20%. S time u vezi ukazuje se i potreba za izgradnjom novih smještajnih kapaciteta, obogaćivanjem ugostiteljske i informativne usluge što će cikloturizam predstaviti kao važan turistički proizvod.

Zagrebačka županija prepoznata je kao izletnička destinacija mnogobrojnih domaćih, ali i stranih gostiju. Najposjećeniji je dio zapadnog dijela Zagrebačke županije, što je i posljedica većih ulaganja u turističku infrastrukturu. Zbog velikih mogućnosti razvoja potrebna su dodatna ulaganja i u turističku ponudu istočnog dijela Županije. Potrebno je stvoriti nove turističke proizvode koji će ukomponirati sportsko-rekreacijske sadržaje s posebnostima destinacija i njenom kvalitetnom ponudom. Turisti današnjice traže nova iskustva, brinu o ekologiji, zanima ih zdrav život, žele provoditi aktivan odmor u prirodnom okruženju. Sport i rekreaciju konzumiraju pretežno obrazovani, urbani pojedinci više platežne moći. Zanimaju ih i dodatni sadržaji poput eno-gastro ponude, vinskih cesta, bogate kulturne baštine, očuvanog ruralnog prostora i manifestacija koje zauzimaju značajno mjesto u ponudi Zagrebačke županije. Turisti sve više pokazuju interes za aktivnim boravkom u prirodi i bavljenjem sportsko-rekreacijskim sadržajima. Očekuje se daljnji rast potražnje za sportsko-rekreacijskim sadržajima i zdravim životnim navikama čime Zagrebačka županija može ostvariti konkurentsku prednost u odnosu na ostale regije u okruženju.

¹¹² Institut za turizam (2016) Strategija turističkog razvoja Zagrebačke županije (do 2025. godine). Zagreb, str. 85.

¹¹³ Regionalna razvojna agencija Zagrebačke županije (2018) Županijska kronika – broj 114. str. 16.

4.3. SWOT analiza budućeg razvoja sportsko-rekreacijskog turizma

U nastavku su prikazane snage i slabosti razvoja sportsko-rekreacijskog turizma Zagrebačke županije koje proizlaze iz dosadašnje prakse i ključnih relevantnih trendova na turističkom tržištu.

Tablica 7. Snage i slabosti razvoja sportsko-rekreacijskog turizma Zagrebačke županije

	SNAGE	SLABOSTI
Prostor, gospodarstvo i infrastruktura	<ul style="list-style-type: none"> ○ Blizina Zagreba ○ Tranzitni tokovi ○ Bogatstvo zaštićenih i očuvanih prostora ○ Komunalna infrastrukturna opremljenost ○ Slikovitost pejzaža 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Nedovoljna povezanost gospodarskih aktivnosti s turizmom ○ Turistička nedovoljna valoriziranost nekih prostora ○ Prometna signalizacija
Turističke atrakcije	<ul style="list-style-type: none"> ○ Prepoznatljive manifestacije koje sadrže sportsko-rekreacijske programe ○ Tradicija imidža 'zelene' okolice Zagreba („Zeleni prsten”) ○ Atraktivnost i ekološka očuvanost ○ Mogućnost iskorištavanja toka rijeke Save ○ Raspoloživost, kvaliteta i tradicija korištenja prirodnih ljekovitih činitelja („Naftalan”) ○ Pozitivan imidž turističke destinacije 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Neuređenost/neturistificiranost nekih ključnih turističkih resursa ○ Koncesijska politika za termalne izvore ○ Nedovoljna snaga klastera i udruga ○ Nedostatak ponude zabavnih aktivnosti ○ Nekoordinirano planiranje i upravljanje turizmom ○ Nedovoljna prepoznatljivost sportsko-rekreacijske turističke ponude ○ Nedovoljno izdavanje proračunskih sredstava jedinice lokalne samouprave namijenjene kapitalnim ulaganjima u turizam
Turistička infrastruktura	<ul style="list-style-type: none"> ○ Inicijative za razvoj ruralnog turizma ○ Kvaliteta ugostiteljske ponude ○ Razvoj cikloturističkih ruta ○ Razvoj vinskih cesta i poučnih staza ○ Velik broj OPG – ova na području Županije 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Nedostatak smještajnih kapaciteta visoke kategorije ○ Nedostatak receptivne funkcije postojećih agencija ○ Nedostatak 'shopping' sadržaja (autohtoni proizvodi) ○ Nedovoljno razvijena sportsko-rekreacijska infrastruktura ○ Nedovoljna standardiziranost objekata koje očekuju suvremeni korisnici

<p>Upravljanje destinacijom i ljudski potencijali</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Pozitivna orijentacija Županije prema turizmu ○ Jak i prepoznatljiv imidž pojedinih destinacija ○ Uvažavanje turizma u razvojnim projektima 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Nedovoljna orijentacija na turizam u pojedinim dijelovima Županije ○ Needuciranost za djelatnost turizma, korištenje needuciranog kadra u provođenju sportsko-rekreacijskih programa ○ Nerazumijevanje potencijala turizma ○ Nedovoljno provođenje destinacijskog menadžmenta ○ Nedovoljna suradnja dionika u turizmu ○ Razina informiranosti potencijalnih turista ○ Nedovoljno korištenje obrazovnih programa ○ Nedovoljna apsorpcijska moć pojedinih JLS za korištenje sredstava EU fondova ○ Nepostojanje plana razvoja sportsko-rekreacijskog turizma (izuzev cikloturizma) ○ Nedostatak ideja za daljnji razvoj sportsko-rekreacijske turističke ponude
--------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Izvor: Izrada autora, prilagođeno prema Strategiji turističkog razvoja Zagrebačke županije (do 2025. godine)

U sljedećoj tablici prikazane su prilike koje treba kapitalizirati kao i prijetnje čije negativne učinke treba minimizirati u razdoblju koje dolazi za razvoj sportsko-rekreacijskog turizma.

Tablica 8. Prilike i prijetnje razvoja sportsko-rekreacijskog turizma Zagrebačke županije

	PRILIKE	PRIJETNJE
<p>Prostor, gospodarstvo i infrastruktura</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Jačanje gospodarske snage i kupovne moći ○ Razvojni trendovi vezani uz okolišnu održivost ○ EU fondovi/programi za obnovu infrastrukture ○ Mogućnost razvoja centara cjelogodišnjeg planinskog i sportskog turizma ○ Mogućnosti razvoja centara za bazične pripreme sportaša ○ Suvremeni turistički trendovi (rast posebnih interesa, rast vikend potražnje) ○ Poticaji države razvoju kontinentalnog turizma ○ Povezivanje s ostalim djelatnostima 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Nepovoljna investicijska klima u Hrvatskoj ○ Nedostatak institucionalne podrške u razvoju turizma i poduzetništva ○ Izostanak privatnih ulaganja u turizam ○ Sve veći broj konkurentskih destinacija ○ Brzi razvoj tehnologije koji nameće potrebu za stalnim visokim investicijama ○ Sve veći zahtjevi/očekivanja (međunarodnih) potrošača

	<p>tercijarnog sektora (ugostiteljstvo, trgovina) te ostalim gospodarskim djelatnostima (poljoprivreda)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Razvoj nove infrastrukture koja omogućuje razvoj nove usluge i dodatne ponude ○ Izgradnja hotela s kvalitetnom wellness ponudom ○ Diversifikacija turističkih proizvoda 	
Turističke atrakcije	<ul style="list-style-type: none"> ○ Trend rasta potražnje za aktivnim odmorom i boravkom u prirodi ○ Trend rasta potražnje za proizvodima sportsko-rekreacijskog turizma 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Devastacija prostora
Turistička infrastruktura	<ul style="list-style-type: none"> ○ Segmentacija tržišta ○ Diversifikacija proizvoda 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Nepovoljna investicijska klima ○ Brži razvoj konkurencije
Upravljanje destinacijom i ljudski potencijali	<ul style="list-style-type: none"> ○ Nova zakonska regulativa za destinacijski menadžment ○ Ponuda obrazovnih programa/korištenje sustava cjeloživotnog obrazovanja ○ Starenje populacije ○ Svijest o potrebi očuvanja zdravlja ○ Diversifikacija potrošačkih segmenata i proizvoda zdravstvenog turizma ○ Ekspanzivan rast turističke potražnje ○ Povećanje svijesti o važnosti bavljenja sportskom aktivnošću ○ Visok udio potencijalnih turista usmjerenih na sportsko-rekreacijsku ponudu Županije 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Nedovoljna prepoznatljivost Županije kao turističke destinacije ○ Nemogućnost sagledavanja ukupnih turističkih tokova ○ Neuključivanje lokalnog stanovništva u formiranje turističkog proizvoda ○ Nedovoljna prisutnost medija pri određenim sportskim aktivnostima ○ Narušena komunikacija među dionicima u sustavu sporta ○ Nedovoljna diferencijacija proizvoda i usluga ○ Ograničeni apsorpcijski kapaciteti EU strukturnih fondova/programa

Izvor: Izrada autora, prilagođeno prema Strategiji turističkog razvoja Zagrebačke županije (do 2025. godine)

SWOT analiza predstavlja kratku strategiju i smjer razvoja sportsko-rekreacijskog turizma Zagrebačke županije. Jedan od važnijih faktora uspjeha je blizina Zagreba kao najvećeg emitivnog domaćeg tržišta. Obzirom na višestruku povezanost s glavnim gradom, Zagrebačka županija faktor potražnje može najjednostavnije valorizirati. Ključan faktor uspjeha također su tradicija i razvijen turistički/izletnički lanac vrijednosti. Zagrebačka županija je tradicionalno izletničko područje grada Zagreba koje ima bogatu ponudu prilagođenu izletničkim segmentima potražnje, posebice za proizvodima eno-gastro turizma i kulturnog

turizma te održavanjem manifestacija. Pozitivna orijentacija Županije prema turizmu očituje se i u obogaćivanju ponude sportsko-rekreacijskih programa, razvoju vinskih cesta, poučnih staza, cikloturističkih ruta kao jednim od najznačajnijih projekata u smislu razvoja sportsko-rekreacijske ponude. Jedan od ključnih faktora uspjeha sasvim sigurno je bogat i zanimljiv ruralni prostor koji se očituje zelenilom i očuvanim prirodnim ljepotama, privlačnim gostima aktivnog odmora. Bogato nasljeđe kulture života i rada temelj su za osmišljavanje turističkih doživljaja i itinerera za sve ciljane skupine.

Nedovoljna prepoznatljivost sportsko-rekreacijske turističke ponude i nedovoljno razvijena infrastruktura, nepostojanje plana razvoja sportsko-rekreacijskog turizma (izuzev cikloturizma), nedovoljni stručni i financijski potencijali, nedostatak smještajnih kapaciteta više kategorije i nedovoljna povezanost gospodarskih aktivnosti s turizmom su prijetnje i slabosti koje su rješive i na kojima treba raditi kako ne bi usporavale, općenito gledajući, turizam u Zagrebačkoj županiji.

Ako se iskoriste navedene prednosti i riješe nedostaci, postoje velike šanse da ova, već prepoznata kontinentalna destinacija uz značajniji razvoj sportsko-rekreacijske ponude obogati turističku ponudu Županije te zauzme značajno mjesto u turističkom razvoju Hrvatske.

4.4. Prijedlozi ulaganja u razvoj sportsko-rekreacijskog turizma

Vrednujući prostorne resurse i poštujući specifičnosti atrakcijske osnove, Zagrebačku županiju moguće je podijeliti u tri povezane turističke zone: „*Klaster lifestyle turističkih proizvoda*”, „*Klaster poslovnog turizma*” i „*Klaster zdravog ladanja*”¹¹⁴. Iako sadržajno i razvojno različite, navedene su zone tematski izrazito komplementarne, međusobno se nadopunjuju i jačaju prepoznatljivost Županije na turističkom tržištu.

U nastavku su prikazane mogućnosti turističkog razvoja Županije kako su ih detaljno opisali znanstvenici Instituta za turizam u „Strategiji turističkog razvoja Zagrebačke županije do 2025. godine”. Prikazane su mogućnosti turističkog razvoja pojedinih dijelova Županije s posebnim osvrtom na ulaganje u razvoj sportsko-rekreacijskog turizma.

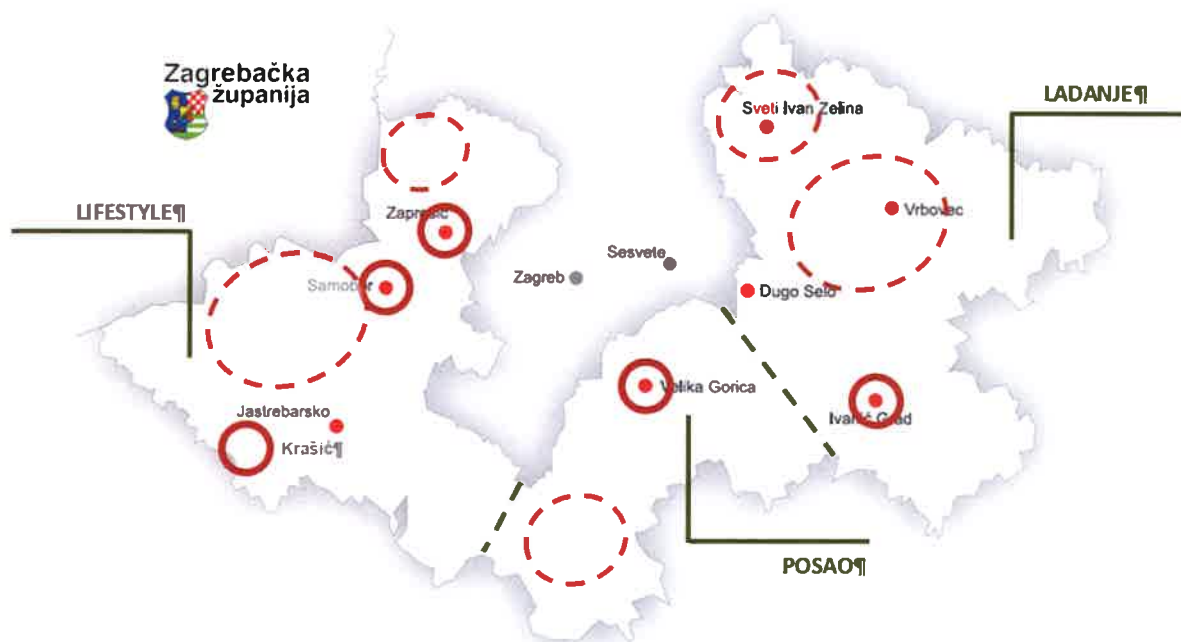
¹¹⁴ Institut za turizam (2016) Strategija turističkog razvoja Zagrebačke županije (do 2025. godine). Zagreb, str. 80.

Prva turistička cjelina vezana je uz "Klaster lifestyle turističkih proizvoda", koji obuhvaća zapadni dio Županije, svojim specifičnostima atrakcijske osnove utječe na visok udio stacionarne i izletničke turističke potražnje u Županiji povezane s gustom mrežom eno-gastro i kulturnih objekata, rekreacijskim sadržajima uključujući golf i jahanje te prepoznatljivim manifestacijama.

Druga turistička cjelina vezana je uz "Klaster poslovnog turizma", obuhvaća šire područje Velike Gorice i razvija se pod utjecajem poslovne potražnje vezane uz Zagreb, odnosno zagrebačku Zračnu luku Franjo Tuđman.

Treća turistička cjelina vezana je uz "Klaster zdravog ladanja", obuhvaća prostor istočnog dijela Županije i rastućeg izletničkog i stacionarnog turističkog tržišta. Obilježava ga tradicijski ruralni prostor, tematske rute i staze, očuvana mjesta čiste prirode gdje postoje velike mogućnosti bavljenja različitim oblicima rekreacijskih aktivnosti koje kreiraju bogat turistički lanac vrijednosti usmjeren ponajprije na proizvode aktivnog odmora i ruralnog turizma, zdravstvenog turizma te turizma baštine.

Slika 4. Shematski prikaz prostorne koncepcije razvoja turističke aktivnosti u Zagrebačkoj županiji



Izvor: Strategija turističkog razvoja Zagrebačke županije (do 2025. godine), Institut za turizam, Zagreb, str. 80.

Slika 4. shematski prikazuje prostornu koncepciju razvoja turističke aktivnosti, pri čemu je vidljivo da su žarišta turističke aktivnosti područje gradova Zaprešića, Samobora, Jastrebarskog, Velike Gorice i Ivanić Grada, dok su ključna područja razvoja turističkih proizvoda istočni dijelovi Zagrebačke županije, šire područje gradova Svetog Ivana Zeline, Vrbovca i Dugog Sela te ruralna područja krajnjeg juga, zapada i sjevera Županije.

Lifestyle (ugoda života)

Obuhvaća prostor zapadnog dijela županije, Zaprešića i okolice, Samobora i okolice, Plešivice, Jastrebarskog i Krašića. S obzirom da je zapadni dio Županije prostor u kojem se promovira lifestyle, vrlo je širok asortiman turističkih proizvoda koji mogu privući posjetitelje obzirom na njihove preferencije. Vinske ceste, dvorci, manifestacije, Samobor, Krašić, Grgosova špilja, Žumberačko gorje sasvim sigurno su atrakcije koje čine ovaj prostor privlačnim. Što se tiče sportsko-rekreacijske turističke ponude potrebno je spomenuti sadržaje koji uključuju aktivni odmor: planinarenje, pješčenje, biciklizam, jahanje, lov i ribolov, golf, adrenalinske sportove. Na prostoru zapadnog dijela Županije postoje brojne šetnice, biciklističke staze, staze za jahanje i skijanje koje je također potrebno unaprijediti. Povećanjem broja različitih sportsko-rekreacijskih programa, povećanjem broja izletišta koja sadrže prostor za boravak u prirodi, povećanjem broja interpretacijskih (multimedijalnih) tabela, info punktova, odnosno centara za posjetitelje, shopping ponude, sasvim sigurno će se utjecati i na poboljšanje sportsko-rekreacijske ponude. Segmenti potražnje su parovi, obitelji s djecom, mladi ljudi (u grupi ili pojedinačno) koji konzumiraju bogate i raznolike turističke sadržaje u destinacijama koje podržavaju posebne interese poput jahanja, vinskih cesta, golfa, rekreacije u prirodi, kulturnih sadržaja i sl.

Posao (poslovna putovanja)

Obuhvaća prostor središnjeg dijela županije, odnosno Velike Gorice. Središnji dio Županije je tematski orijentiran na poslovna putovanja s obzirom na administrativnu pripadnost Zračne luke Franjo Tuđman i blizinu glavnog grada. Ovaj prostor također nudi atrakcije poput Arheološkog parka Andautonije iz razdoblja starog Rima, drvene arhitekture Turopolja (kurija i crkvice), manifestacija te različitih oblika sportsko-rekreacijskih sadržaja. Sportsko-rekreacijska turistička ponuda u okviru svojih sadržaja prezentira aktivni odmor: pješčenje, biciklizam, sportove na vodi, lov i ribolov, aktivnosti na otvorenom. Povećanjem broja sportsko-rekreacijskih programa, pješačkih staza, info punktova, shopping punktova,

smještajnih kapaciteta oplemenit će se ponuda koja će sasvim sigurno utjecat i na segmente potražnje: poslovne goste, parove, mlade (u grupi ili pojedinačno) i obitelji s djecom.

Ladanje (ruralni prostor, zdravlje i druženje)

Obuhvaća prostor istočnog dijela županije, Ivanić-Grada, Vrbovca, Dugog Sela i Svetog Ivana Zeline. Ovo je ruralni prostor tematski orijentiran na zdravlje i druženje. Bogat je atrakcijama poput velikog broja izletišta i objekata ruralnog turizma, specijalne bolnice Naftalan, rasprostranjenih tematskih staza i ruta, vinskih i gastro cesta, dvoraca i manifestacija. Uz jedinstvenu ponudu zdravstvenih tretmana u ovom dijelu Županije, njeguju se i sportsko-rekreacijski sadržaji koji uključuju aktivni odmor: pješaćenje, biciklizam, jahanje, lov i ribolov, opuštajući odmor u prirodnom krajoliku. Veliki broj šetnica, biciklističkih staza i staza za jahanje predstavlja infrastrukturu koju je potrebno još unaprjeđivati i oplemenjivati s većim brojem interpretacijskih (multimedijalnih) tabela, info punktova, izletišta koja omogućuju boravak u prirodi. Veći broj kvalitetnih smještajnih kapaciteta i bogata sportsko-rekreacijska turistička ponuda utjecat će na povećan segment potražnje: parove, mlade (u grupi ili pojedinačno) i obitelji s djecom.

Prostor Zagrebačke županije u sportsko-rekreacijskom pogledu potrebno je unaprijediti nadogradnjom postojećeg sustava **pješaćkih** staza, uređenjem **biciklističkih** staza na najvažnijim rutama i uspostavom osnovne mreže **konjičkih** staza. Unutar Županije **planinarske staze** su dobro razvijene u većini svojih gorskih i brežuljkastih prostora, s time da je najgušća i najbolje iskorištena mreža staza koja se odnosi na područje Samoborskog gorja. Razmjerno gusta mreža staza postoji i na dijelovima Medvednice u Županiji te na Žumberačkoj gori, no te su staze slabije korištene, održavane i obilježene. Na preostalim razmjerno niskim gorjima, Vukomeričkim goricama i Marijagoričkom pobrđu te u ostalim dijelovima Županije uređenih pješaćkih staza za sada ima vrlo malo. Budući da je većina staza neprilagođena osobama koji nisu planinari, potrebno je kvalitetnije održavanje i obilježavanje postojećih staza na način da one budu privlačne i tzv. „običnim“ šetačima. To uključuje tematiziranje i interpretacijsko opremanje pojedinih ruta, odnosno stvaranje poučnih staza, zatim uređenje vidikovaca i odmorišta na ključnim točkama, a po potrebi i uređenje novih staza u prostorima gdje ih za sada nema dovoljno. Za razliku od planinarskih staza, uređenih biciklističkih staza na području Županije gotovo da i nema usprkos odličnim predispozicijama uvjetovanih očuvanošću okoliša, raznolikošću krajolika i velikom potencijalnom potražnjom. Nešto je bolja situacija po pitanju obilježenosti biciklističkih ruta i

raspoloživosti kartografskih materijala namijenjenih cikloturistima, koje pokrivaju cijeli prostor Županije. Kako se ove rute skoro isključivo odnose na postojeće ceste po kojima se odvija često intenzivan automobilski promet, potrebno je uređenje biciklističkih staza i traka na kritičnim dionicama u cilju boljeg povezivanja s najatraktivnijih dijelova Županije sa Zagrebom i stvaranja većeg broja atraktivnih i primjereno uređenih itinerera. Biciklističke staze Zaprešićkog i Samoborskog područja trebale bi imati prioritet zbog trenutno loše povezanosti sa Zagrebom te sustavno uređenje ruta uz rijeku Savu i na glavnim pravcima nacionalnog značaja od Zagreba prema Krapini, Karlovcu, Čazmi i Varaždinu.

Na području Zagrebačke županije konjički turizam primarno se odvija u sklopu postojećih objekata u Zaprešiću (Trajbar team), Velikoj Gorici (Agramer), Pisarovini (Konjički ranč) i Koretićima kod Samobora (Eko selo Žumberak). U cilju dizanja kvalitete turističkog doživljaja potrebno je osigurati mogućnost jahanja i izvan prostora u vlasništvu ovih objekata, zbog čega se predviđa uređenje konjičkih staza, odnosno omogućavanja jahanja po postojećim poljskim i šumskim putevima u bližoj okolini ovih objekata. Prijedlog unaprjeđenja i oplemenjivanja pješačkih i planinarskih staza područje je parkova prirode Žumberak-Samoborsko gorje i Medvednica, Marijanski put koji vodi od Svetog Ivana preko zelinske glave (Kladeščica) prema Mariji Bistrici, a za konjičke staze i u manjoj mjeri pješačke staze to su Vukomeričke gorice i Marijagoričko pobrđe.

Razvoj **skijanja** u Zagrebačkoj županiji vezan je uz općinu Bistra pokraj Zaprešića. U njenom sastavu nalazi se glavno hrvatsko skijalište na Sljemenu, a blizu realizacije je i plan izgradnje žičare koja bi vodila od Gornje Bistre do vrha Sljemen i dalje prema Zagrebu, što je od velikog značaja za razvoj sportsko-rekreacijskog turizma u ovom dijelu Županije.

U sjeverozapadnom dijelu Zagrebačke županije postoji veliki prirodni potencijal za razvoj **sanjkanja** u tome području. Sanjkanje u Mariji Gorici ima dugu povijest. Okolni brežuljci i klima koja omogućava zimi dosta snijega i prije su bili privlačni velikom broju ljudi koji su onamo dolazili na izlete, rekreaciju i druženje. Prvi rekreativni sanjkaški kup je održan 1985. godine, a kasnije su neko vrijeme rekreativne aktivnosti vezane uz sanjkanje bile prekinute. Ponovno je došlo vrijeme za obnovu nekadašnje rekreacije, koja bi ujedno mogla postati turistička atrakcija većih razmjera s obzirom da je, još uvijek, jedino sanjkalište takvog tipa u Hrvatskoj ono u Gorskom kotaru, u mjestu Kupjak. Naime, posljednje tri godine u Mariji Gorici održava se rekreativni sanjkaški kup. Za predmetno područje izrađena je Programska studija mogućnosti prostora za smještaj i odabir tipa sanjkališta, na temelju koje su izrađene

Programske smjernice uvrštene u Izmjene i dopune Prostornog plana uređenja. Predviđeni sadržaji u sklopu prostora namijenjenog sanjkalištu su:

- sanjkaške staze (2), ukupne dužine 120 m, uključujući zaustavni dio dužine 20 m, najvećeg nagiba terena 20%, širine svake staze 15-20 m,
- vučnice (pokretne trake) (2) položene na teren, dužine 100 m, najvećeg nagiba 20%,
- ljetni tobogan,
- prateći objekt u kojem se omogućava smještaj prostorija uprave, ugostiteljskog sadržaja (krčma ili klet) te prostorija za kvalitetno funkcioniranje sanjkališta (prijem, iznajmljivanje opreme, redarska služba, prijem ev. unesrećenih),
- škola na otvorenom,
- dječje igralište/park.

Marija Gorica nudi veliki potencijal za smještaj terena za sanjkanje koji ne bi bio privremen i ovisan o prirodnim uvjetima, već dostupan i u funkciji tijekom cijele godine, a svojim bi sadržajima mogao zadovoljiti potrebe za rekreacijom sjeverozapadnog dijela Hrvatske, ali i drugih posjetitelja koji sve više traže nove doživljaje i iskustva.

Posebno su velike mogućnosti za razvoj **golfa**. Razvoj ponude golfa na području Zagrebačke županije doprinio bi ostvarivanju njezine razvojne vizije i željenog tržišnog pozicioniranja, posebice u području šire okolice Samobora i Zaprešića. Primarna potražnja koju može generirati Zagreb, kao i razvoj povezan uz već postojeće golf sadržaje na području Županije ili njezinog bližeg okruženja (npr. Zagreb, Mokrice, potencijalni objekti na području Sjeverne Hrvatske) povezane s razvijenom smještajnom i ugostiteljskom ponudom. Opravdano je pristupiti realnoj procjeni investicijskog potencijala razvoja golfa na području Zagrebačke županije, posebno njezinog zapadnog dijela. Zapušteno golf igralište Dolina kardinala u općini Krašić (Mirkopolje) posljednjih je godina izvan funkcije kao odraz procesa stečaja, upisa niza vlasnika na imovinu poduzeća i hotela te nemogućnosti da se u novim vlasničkim uvjetima projekt ponovo pokrene. No, bez obzira na zapuštenost igrališta i objekata, lokacija i danas predstavlja potencijalno zanimljiv razvojni resurs zbog njezine zaokruženosti, infrastrukturne opremljenosti te lijepog krajolika. Sagledavaju se razvojne mogućnosti lokacije uključujući i razradu mogućih vlasničko-upravljačkih modela te ocjenu opravdanosti i osiguranje izvora financiranja.

Razvoj **zdravstvenog turizma** je od velike važnosti za prostor istočnog dijela Zagrebačke županije. Specijalna bolnica Naftalan u Ivanić Gradu potencijalno ulazi u skupinu vodećih turističkih proizvoda Hrvatske čije značajne komparativne prednosti (kvalificiran kadar, reputacija, konkurentne cijene, sigurnost, blizina emitivnim područjima, duga tradicija) ukazuju na njezin značajan potencijal rasta. Očekuje se da će zdravstveni turizam u nekoliko sljedećih godina međunarodnu prepoznatljivost i poželjnost osigurati raznolikom i visokokvalitetnom wellness ponudom, unaprijeđenom kvalitetom ponude lječilišnog turizma te rastućom međunarodnom konkurentnosti za tržište spremnih medicinskih ustanova (Nacionalni program – Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma, Ministarstvo turizma, 2014.).

Na više lokacija u Zagrebačkoj županiji postoje još neiskorišteni **termalni izvori** koji predstavljaju resurs za razvoj lječilišnog i zdravstvenog turizma kao i za rekreativne sadržaje. Prema geotermalnom potencijalu i postojećim bušotinama, izvorišta područja Zagrebačke županije su u Samoboru, Sv. Nedelji, Sv. Jani, Sv. Ivanu Zelini i Ivanić Gradu. Neki od tih izvora već su prije korišteni, ali danas su u takvom stanju da zahtijevaju revitalizaciju i obnovu. Primjer su zelinski bazeni koji su bili jedan od najkompletnijih turističkih centara kontinentalne Hrvatske s termalnoalkaličnim kupalištem s tri bazena, restoranima i trgovinama. Međutim, danas zahtijevaju revitalizaciju te ulaganja u nove komplekse. Uz postojeći prostor trenutno se nalazi sportsko-rekreacijski centar s nogometnim terenima i terenima hokeja na travi. Pored ovog kompleksa na području Grada Sv. Ivan Zelina nalazi se i lokacija Krečaves s izvorom termomineralne vode. Riječ je o vodi za koju je balneološka analiza pokazala mogućnost korištenja u rasponu od zdravstvene prevencije do medicinske rehabilitacije. Hidrogeološka analiza je pokazala da temperatura vode u kontinuiranoj proizvodnji iznosi 50°C, uz izdašnost od oko 300 lit/min¹¹⁵. Isto tako, trenutno su izvan funkcije i popularno kupalište Šmidhen u Samoboru kao i bazen Sveta Jana. U Ivanić-Gradu u sklopu SRC Petek nude se usluge bazena. Iz navedenog je vidljivo da na području Zagrebačke županije postoji više izvora termalne vode koji predstavljaju resurs za revitalizaciju ili potpuno novu izgradnju sportsko-rekreacijskih i zdravstvenih kompleksa.

Uspostava novih turističkih atrakcija poput **tematskih parkova** također nudi mogućnost proširenja turističke ponude Zagrebačke županije. Na primjer srednjovjekovni tematski park

¹¹⁵ Institut za turizam (2016) Strategija turističkog razvoja Zagrebačke županije (do 2025. godine). Zagreb, str. 140.

u Sv. Ivanu Zelini bazirao bi se na povijesno inspiriranim atrakcijama s edukativnim i rekreacijskim sadržajima. Uključivao bi umjetničke i obrtničke povijesne radionice, srednjovjekovne viteške turnire, interaktivne programe uz ponudu hrane i pića tipičnih za povijesno razdoblje, mogućnost organizacije konferencija i sportskih natjecanja, team-buildinga, škola u prirodi te niz sadržaja kojima bi se osiguravao jedinstven doživljaj zabave i odmora.

Intenziviranje turističkog prometa u Zagrebačkoj županiji podrazumijeva i intenzivnije privlačenje snažne lokalne i regionalne izletničke potražnje, u koju se mogu pribrojiti i brojni gosti koji borave u gradu Zagrebu. Imajući u vidu dobru posjećenost nekih **izletišta** u okolici Zagreba (posebno u području Samobora), dodatno uređenje postojećih i razvoj većeg broja novih tematski profiliranih izletničkih punktova mogao bi značajno potaknuti turistička kretanja u Županiji. Uz već, velikim dijelom, realizirane izletničke zone kao što su Vugrinščak kod Samobora ili Ekopark Kraš kod Pisarovine, kao potencijalno najvažniji izletnički lokaliteti koje bi trebalo urediti ili unaprijediti ističu se: Novi dvori, a eventualno i Zajarki kod Zaprešića, Svetonedeljska jezera, a eventualno i jezero Čiče kod Velike Gorice, Crna Mlaka (pod preduvjetom rješavanja problematike upravljanja zaštićenim područjem), Pokupsko na Kupi (glavno riječno kupalište u Županiji), Ivanić-Grad (za potrebe gostiju lječilišta Naftalan), Šćitarjevo (vezano uz valorizaciju lokaliteta Andautonija), Jezero Mokrica, Novo Mjesto – Sv. Ivan Zelina (rekreacijska zona i ribolov) te izletišta u području vinorodne zone Plešivičko-samoborskog i Prigorsko-zelinskog vinogorja.

Ponajprije je potrebno kontinuirano raditi na podizanju kvalitete postojećih **smještajnih objekata** kako bi se odgovorilo na potrebe sve zahtjevnijih suvremenih gostiju. Podizanje kvalitete postojećih objekata podrazumijeva njihovo uređenje i opremljenost, ali i uslužni dio, odnosno, vještine ljudskih resursa. Potrebno je potaknuti izgradnju malih obiteljskih smještajnih kapaciteta („bed & breakfast“, pansiona i sličnih objekata) u gradovima te u ruralnom okruženju. Važno je da se takvi objekti uklope u ambijent, kako svojim unutarnjim uređenjem tako i cjelokupnom uslugom. Potencijal za to predstavlja formiranje vinskih cesta uz koje je moguće očekivati i smještajne kapacitete.

Oplemenjena sportsko-rekreacijska turistička ponuda predstavlja i prateće turističke sadržaje poput **info punktova** kako bi se osigurala pokrivenost svih turistički aktivnih dijelova Županije te posebice ključnih atrakcija. Potrebno je obuhvatiti cijelo područje županije, a

posebice gradska i općinska središta orijentirana na turističku potražnju (Samobor, Velika Gorica, Zaprešić, Vrbovec, Sveta Nedjelja, Dugo Selo, Grad Ivanić-Grad) i ključne atrakcije (npr. Andautonija, Krašić, stara jezgra Sv. Ivana Zeline, vinske ceste, Smerovišće/Rude, savska biciklistička ruta).

Sustav **turističke signalizacije i interpretacije** također je važan čimbenik doživljaja turističkog proizvoda destinacije te ga je moguće poboljšati osuvremenjivanjem i nadopunom.

Zagrebačka županija je u turističkom smislu izuzetno raznolika s bogatim nasljeđem tradicije i kulture, vrlo je pogodna za razvoj 'klasičnih' turističkih proizvoda izleta i rekreacije u prirodi, ali i palete inovativnih proizvoda prilagođenih suvremenoj potražnji. Upravo tim proizvodima nadopunjuje se ponuda turističkih proizvoda grada Zagreba gdje dominiraju gradski i kulturni turizam te tako otvara niz mogućnosti za izletničku i stacionarnu potražnju.

Time se i posredni ekonomski učinci sporta u turizmu pozitivno manifestiraju u sljedećim čimbenicima:

- u motivaciji za izbor turističke destinacije,
- u produženju turističke sezone,
- u prevladavanju sezonskog karaktera turizma,
- u povećanju izvanpansionske potrošnje,
- u unaprjeđenju raznolikosti i kvalitete turističke ponude¹¹⁶.

Temeljem toga moguće je ostvariti intenzivniji rast sportsko-rekreacijskog turizma u Zagrebačkoj županiji u budućnosti. Za ostvarenje tog cilja nužna su nova ulaganja u ovaj specifični oblik turizma, bolje promocijske aktivnosti, a prvenstveno angažiranje stručnog kadra u svim segmentima turizma. Također je potrebno povećati informiranost te kroz korištenje suvremenih tehnologija unaprijediti razinu zadovoljstva gostiju, što je vrlo važno i za unaprjeđenje prepoznatljivosti na turističkom tržištu.

Prilikom ulaganja u postojeće i nove sportsko-rekreacijske objekte i sadržaje potrebno je slijediti načela održivosti koja podrazumijevaju usklađenost i uravnoteženost ekonomskih (osiguranje dugoročno održivog poslovanja i koristi za sve interesne skupine), sociokulturnih

¹¹⁶ Bartoluci, M., Čavlek, N. i sur. (2007) Turizam i sport – razvojni aspekti. Zagreb: Školska knjiga, str. 90.

(uvažavanje sociokulturne autohtonosti lokalnih zajednica) te ekoloških (optimalno korištenje prirodnih resursa uz zaštitu prirodne baštine i bioraznolikosti) aspekata turističkog razvoja.

4.5. Ocjena mogućnosti razvoja sportsko-rekreacijskog turizma kao temelj za diferencijaciju turističke ponude Zagrebačke županije

Uspješnost destinacije ovisi o razini kvalitete turističkog proizvoda. S obzirom na to da je primjerena razina kvalitete preduvjet za postizanje zadovoljstva posjetitelja i turista, samo zadovoljstvo je važno za tržišni uspjeh¹¹⁷. Kvaliteta turističkog proizvoda usko je povezana sa motivacijom za posjećivanje određene destinacije. Kesić, Vlašić i Sinčić Ćorić motivaciju za posjet određenoj turističkoj destinaciji definiraju kroz pet osnovnih motiva: relaksacija/bijeg, uzbuđenje/avantura, znanje, društveni motivi i prestiž¹¹⁸. Stoga je vrlo važan doživljaj turista u destinaciji, ali ne i manje značajni stavovi lokalnih dionika o turizmu u destinaciji. Kroz marketinšku komunikaciju kreira se imidž destinacije na tržištu, tj. slika o destinaciji u svijesti posjetitelja (prije svega potencijalnih) odnosno, svih onih koji nisu nikada bili u destinaciji¹¹⁹. Sve više se razvija svijest stanovništva Zagrebačke županije o potrebi razvijanja prepoznatljivog imidža te njezinog predstavljanja ostalim regijama u Republici Hrvatskoj. Također je vrlo važno predstavljanje na inozemnom tržištu, čime stanovnici Županije kroz različite kontakte sa stranim državljanima doprinose njenom razvoju te postaju svjesni važnosti vlastitog dojma koji ostavljaju o sebi, odnosno svojoj regiji.

Sve veći broj svjetskih destinacija se otvara turizmu te investira u njegov razvoj, što turizam čini ključnim pokretačem društveno-ekonomskog napretka u brojnim zemljama prvenstveno kroz kreiranje poslova i otvaranja poduzeća, prihode od izvoza, te razvoj infrastrukture¹²⁰. Obilježja destinacije poput zanimljivih atrakcija, kvalitetne infrastrukture, srdačnih domaćina ili educiranog osoblja, više nisu dovoljna da bi se osiguralo uspješno pozicioniranje na turističkom tržištu, stoga se koristi koncept destinacijskog imidža kako bi se destinacije diferencirale i zauzele jedinstvenu poziciju u svijesti potrošača te osigurale zadovoljstvo

¹¹⁷ Heskett, J. L., Jones, T. O., Loveman, G. V., Sasser, W. E., Schlesinger, L. A. (2008) Putting the service-profit chain to work. Harvard business review, str. 118.

¹¹⁸ Kesić, T., Vlašić, G., Sinčić Ćorić, D. (2010) „Exploring the cognitive-affective nature of destination image formation“. prezentacija na: 39th EMAC Conference: The Six Senses – The Essentials of Marketing, Copenhagen Business School, Copenhagen, Denmark: June 1-4., str. 91.

¹¹⁹ Marušić, M., Prebežac, D. i Mikulić, J. (2019) Istraživanje turističkih tržišta. Zagreb: Ekonomski fakultet, str. 301.

¹²⁰ Šimundić, B. i Kuliš, Z. (2016) Turizam i gospodarski rast u mediteranskim zemljama: dinamička panel analiza, [Internet], str. 187.

raspoloživo na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=236100, (27.03.2019.)

posjetom. Stoga destinacije svoj uspjeh ne mogu više temeljiti na svojim komparativnim prednostima već moraju sve izrazitije razvijati svoje konkurentske prednosti poput kvalitete i inovacije proizvoda, marketinške komunikacije i njenih osnovnih sastavnica, kao što su pozitivan imidž i reputacija koji mogu pozitivno utjecati na percepciju, a sukladno tome i na brojne odluke investitora i potrošača.

Za dugoročnu održivost turizma u destinaciji važna je segmentacija tržišta, odabir ciljanih segmenata i tržišno pozicioniranje. Osnovna zadaća segmentacije tržišta je otkrivanje skupina potrošača koje će biti slične po reakcijama prema akcijama poduzeća na području marketinga i te skupine se nazivaju tržišni segmenti¹²¹. Pozicioniranje proizvoda predstavlja pak, razvijanje takvih proizvoda i programa kakve kupci očekuju. Prema Kotleru i Armstrongu pozicioniranje na tržištu je smještanje proizvoda na jasno, zasebno i poželjno mjesto u odnosu na konkurentske proizvode u umovima ciljanih potrošača¹²². Nakon provedene segmentacije tržišta, destinacija procjenjuje veličinu potražnje i odlučuje se za konkretne ciljane skupine. Ona odlučuje gdje će pozicionirati sebe i svoje turističke proizvode te koje mjesto želi zauzeti na odabranim tržišnim segmentima.

Strategija segmentacije po Erhmanu određuje se prema: demografiji (starost, dohodak, obrazovanje, religija, rasa, stanovanje) ili prema psihografiji, koja se oslanja na karakteristike stila života¹²³. Treći pristup segmentaciji tržišta je prema očekivanoj koristi. Iako se većinom koristi za robno tržište, moguća je primjena i na tržištu usluga. Važno je definirati korist koju dani segmenti očekuju, a zatim izabrati onaj segment kojem destinacija može pružiti maksimalno zadovoljstvo, a koji bi trebao biti ciljano tržište za destinaciju. Neki autori ističu sljedeće karakteristike potrošača kao osnovu za segmentaciju: geografska, demografska, psihološka, psihografska (stil života), socio-kulturna, segmentacija prema upotrebi proizvoda, prema očekivanoj korisnosti, prema situacijama u kojima se proizvod koristi i „hibridna segmentacija“ kao spoj jednodimenzionalnih klasičnih kriterija, kao što su geodemografska, demografskopsihološka i slične¹²⁴.

Segmentacija na osnovu stava prema proizvodu dijeli potrošače u grupe na osnovu njihovog mišljenja, poznavanja proizvoda, korištenja i reakcije prema proizvodu (entuzijast, pozitivan,

¹²¹ Marušić, M. i Vranešević, T. (2001) Istraživanje tržišta. Zagreb: Adeco, str. 253.

¹²² Kotler, P., Armstrong G. (2006) Principles of marketing 11th ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall, pp. 232.

¹²³ Erhman, C. (2006) On Using Benefit Segmentation for a Service Industry: A Study on College Career Counseling Services. The Journal of American Academy of Business, Cambridge, Vol. 8, No. 2, pp. 179.

¹²⁴ Kesić, T. (2006) Ponašanje potrošača. Zagreb: Opinio d.o.o., Zagreb, II. izdanje, str. 34.

indiferentan, negativan). Proizvođač ili pružatelj usluga nastoji promijeniti stavove potrošača i sebe prikazati u najboljem svjetlu, tako što će indiferentne pokušati pridobiti, entuzijaste će podsjećati na svoje proizvode, pozitivnim će ukazati na svoje prednosti pred konkurencijom, a negativnima će nastojati promijeniti stav. Sa aspekta marketinga, tržište čine svi sadašnji i potencijalni kupci proizvoda ili usluga. Proizvođači su svjesni da ne mogu sve kupce privući na isti način. Polazeći od pretpostavke da su potrošači različiti u svojim potrebama, zahtjevima i motivima, primjenjuje se podjela tržišta u posebne grupe postupkom segmentacije. Svrha segmentacije je identificiranje grupa kupaca sa istim preferencijama, kako bi se proizvodi i ostali elementi marketing programa prilagodili njima, na obostranu korist – potrošača i proizvođača¹²⁵. U praksi se najčešće kombinira više različitih tehnika segmentacije. Evolucija marketinga od svog nastanka do današnjih dana, najbolje ilustrira koliko ulogu zauzima segmentacija u razvoju marketinga. Ona danas pokazuje rastući trend na globalnom tržištu koje je preplavljeno robama i uslugama. Bogatstvo ponude s jedne strane i sve veća diversifikacija potražnje s druge strane su neminovnost za primjenu segmentacije. Podjela tržišta po različitim kriterijima postaje jedini način pristupa potrošačima i imperativ efikasne prodaje, odnosno rentabilnog poslovanja kako proizvodnih tako i uslužnih poduzeća. U toku svog razvoja, marketing je prošao put od masovnog marketinga, preko marketinga raznovrsnih proizvoda do ciljanog marketinga.

Na odabir ciljanog tržišta utječu razne snage iz mikro ili makro marketinškog okruženja, odnosno postojećih situacija unutar organizacije i njezine mogućnosti. Potrebno je oslušivati vanjsku okolinu, potrošače te njihove potrebe i želje. Također se prilikom odabira ciljanog segmenta, mora misliti unaprijed te kako provesti strategije marketinškog miksa: proizvoda, cijene, distribucije i promocije¹²⁶. U sportskom marketingu, osim klasičnog 4P marketing miksa često se posebno izdvaja i peti element koji podrazumijeva odnose s javnošću, kao bitnom u ovom načinu poslovanja. Pomoću ciljanog tržišta, destinacija će lakše uspjeti na novom tržištu ili provesti neki novi proizvod na već postojećem tržištu.

Zagrebačka županija je kroz razvojne planove i strategije identificirala razvojne pravce u turizmu te kontinuirano radi na razvoju turističkih proizvoda koji su u duhu suvremenih tržišnih trendova i koji su komplementarni turistički visoko razvijenom makro-okruženju u

¹²⁵ Vujičić-Dorđević, V.P. (2016) Psihografska analiza u segmentaciji turističkog tržišta (doktorska disertacija). Beograd: Ekonomski fakultet, str. 53.

¹²⁶ Živčec, M. (2011) Geodemografska segmentacija tržišta (završni rad). Varaždin: Fakultet organizacije i informatike, str. 10.

kojem se Županija nalazi. Daljnje unaprjeđenje proizvoda, uključujući razvoj novih atrakcija svakako je moguće i poželjno, kako bi Zagrebačka županija imala konkurentnu turističku ponudu što zajedno sa značajkama lokacije i prostora čini stratešku prednost. Proširenje proizvoda je dodana vrijednost na osnovni proizvod koja također omogućuje diferencijaciju u odnosu na konkurenciju. Horvat navodi osnovne elemente svakog turističkog proizvoda: dostupnost, kapaciteti, atrakcije, imidž i cijena¹²⁷.

Zagrebačka županija nema razvijenu destinacijsku marku te dovoljno snažnu i koordiniranu promociju i prodaju, a koji su ključni u generiranju prepoznatljivog i poželjnog imidža, odnosno generiranja turističke potražnje. Promocija turističkog proizvoda može se promatrati u užem i širem smislu. U užem smislu promocija podrazumijeva izbor i kombinaciju komunikacijskih sadržaja oblika i medija pomoću kojih će poduzeće obavještavati o svojoj ponudi. Drugim riječima, obuhvaća osmišljavanje tzv. promotivnog miksa¹²⁸. To su danas najveće prepreke boljim rezultatima i višoj konkurentnosti turizma Zagrebačke županije.

To uključuje i raspoloživi razvojni prostor, ne samo u danas već turistički valoriziranim destinacijama Županije kao što su primjerice Samobor, Velika Gorica, Krašić, Ivanić-Grad ili područje Samoborskog i Žumberačkog gorja već i u drugim, resursno atrakcijskom osnovom bogatim, ali turistički nedovoljno razvijenim dijelovima županije. Takav razvoj omogućit će potpuniju diversifikaciju turističkog miksa Županije te stvoriti novu kvalitetu turističkih proizvoda, povezivanje s "neturističkim" aktivnostima kao što su poljoprivreda, prehrambena industrija, promet, obrt i slično.

Viziju razvoja turizma Zagrebačke županije potrebno je usuglasiti s odrednicama prostorno-ekološke održivosti, društvene održivosti te ekonomske održivosti.

Odrednice vrijednosnog sustava Zagrebačke županije trebaju ocrtavati kulturno-povijesni identitet, način života ljudi te razumijevanje i interese žitelja Županije da sudjeluju u stvaranju suvremenog turističkog proizvoda. U nastavku su prikazani smjer i prioriteti

¹²⁷ Horvat, Ž. (2015) Promocija usluga u turizmu. [Internet], str. 26. raspoloživo na: <https://repozitorij.unipu.hr/islandora/object/unipu:224/datastream/PDF/download>, (16.03.2019.)

¹²⁸ Aljinović, G. (2016) Marketing. [Internet], str. 37. raspoloživo na: <http://polaznik.zizic.hr/uploads/scripts/216-Marketing.pdf>, (21.03.2019.)

razvojnih aspiracija Zagrebačke županije na turističkom tržištu kao destinacije koja pruža širok, resursno utemeljen, miks autentičnih konkurentnih turističkih doživljaja¹²⁹.

Srž atrakcijskog miksa Zagrebačke županije čini:

- očuvanost duha mjesta gradskih/općinskih središta Županije
- ambijent prirodnog/ruralnog krajolika i gorica
- bogatstvo rekreacijskih sadržaja u prirodi
- manifestacije.

Ključne odrednice poželjnog turističkog razvoja Zagrebačke županije su:

- konkurentnost (međunarodna)
- autentičnost doživljaja
- umreženost ponude
- široka poduzetnička osnova.

Ključni preduvjeti željenog turističkog razvoja Zagrebačke županije su:

- razvojni prioriteti i uvođenje sustava poticanja
- podizanje razine poduzetničkih znanja i vještina
- podizanje konkurentnosti nosećih atrakcija
- efikasno korištenje sredstava EU fondova.

Uz navedene odrednice turističkog razvoja Zagrebačke županije jasno je vidljivo da postoje velike mogućnosti u razvoju sportsko-rekreacijskih sadržaja u prirodnom ambijentu. Sportsko-rekreacijski turizam zauzima značajno mjesto u viziji turističkog razvoja Županije.

Polazeći od prethodno određenih elemenata županijskog sustava vrijednosti važnih za osmišljavanje vizije razvoja turizma, potrebno je odgovoriti i na pitanja: što određuje jedinstvenost tržišne pozicije Zagrebačke županije na turističkom tržištu, kojim proizvodima će Županija privlačiti kupce (posjetitelje/turiste) i kako bi valjalo upravljati turizmom da se potakne interes investitora te osigura kompatibilnost aktivnosti i turističke politike?

¹²⁹ Institut za turizam (2016) Strategija turističkog razvoja Zagrebačke županije (do 2025. godine). Zagreb, str. 75.

Analizom potencijala njene resursno-atraksijske osnove, kao i uvažavanja relevantnih trendova na globalnom turističkom tržištu, dionici turističkog razvoja Zagrebačke županije iznijeli su specifičan mozaik odgovora koji oslikava željenu budućnost turizma Zagrebačke županije.

Tako se posebno ističu ključni razlikovni elementi Zagrebačke županije u odnosu na ostala područja sjeverne Hrvatske, a i bližeg međunarodnog okruženja. Vežući se uz Zagreb kao jako atrakcijsko/emitivno područje te crpeći poziciju iz prometnog položaja kako u odnosu na sustav autocesta tako i hrvatsku glavnu zračnu luku, Zagrebačka županija tržišnu poziciju ostvaruje ponudom suvremenih turističkih usluga koje u svim elementima podržavaju identitet, autentičnost i ambijent prirodnog/ruralnog krajolika te okolišno odgovorno ponašanje.

Razvojna održivost osigurat će se kvalitetnim destinacijskim menadžmentom, odnosno uspostavljanjem sustava povezivanja dionika društvenog, gospodarskog i političkog života i njihovog razumijevanja obilježja i važnosti turizma za Županiju. Također je vrlo važno transparentno upravljanje i suradnja javnog i privatnog sektora.

Zagrebačka županija traži poziciju najvažnije destinacije jednodnevnog i višednevnog aktivnog odmora sjeverne Hrvatske te nezaobilaznog segmenta turističke ponude Zagreba. Pri tome su ključne asocijacije koje opisuju ključne županijske doživljaje te njihovu tržišnu jedinstvenost, proizašli koncepti ladanja, finog, opuštenog i aktivnog boravka¹³⁰.

Na temelju definiranog sustava vrijednosti, kao i ključnih odrednica koje u nj valja ugraditi, definirana je nova vizija razvoja turizma Zagrebačke županije. Vizija Zagrebačke županije vezana je uz destinaciju bogatih eno-gastro, kulturnih i rekreacijskih sadržaja koja pruža opuštanje gostima u potrazi za autentičnim i finim ambijentima za aktivan odmor i druženje ili vraćanje u ritam zdravog života.

Ciljevi se moraju uklapati u viziju, a njihovo poželjno obilježje je jednostavnost i fleksibilnost, kako bi bili razumljivi te prilagodljivi promjenama okruženja i prihvatljivi lokalnoj zajednici. To su aktivnosti čijem ostvarenju trebaju težiti svi dionici društveno-ekonomskog razvoja kako bi se ostvarila zacrtana vizija.

¹³⁰ Institut za turizam (2016) Strategija turističkog razvoja Zagrebačke županije (do 2025. godine). Zagreb, str. 76.

Glavni cilj u daljnjem razvoju turizma Zagrebačke županije je povećanje prosječne potrošnje posjetitelja te povećanje izletničke i stacionarne potražnje. Shodno tome, kao glavni ciljevi mogu se navesti:

- povećanje potražnje Zagrepčana i stanovnika drugih dijelova Hrvatske po prosječnoj godišnjoj stopi od 5%, te
- povećanje udjela posjetitelja Zagreba koji posjećuju okolicu Zagreba s 14% posto na 20%¹³¹.

S obzirom da je Strategija turističkog razvoja Zagrebačke županije pisana 2016. godine može se zaključiti da je turistička potražnja u Zagrebačkoj županiji u fazi ekspanzivnog rasta. Broj dolazaka turista u 2018. godini ostvario je porast od 41,23% u odnosu na 2017. godinu te 33% noćenja više¹³². Slijedom gore navedenog daje se naslutiti još veći očekivani rast navedenih parametara.

Povećanje atrakcijske osnove i podizanje kvalitete turističkih proizvoda omogućit će daljnje ostvarivanje ciljeva turističkog razvoja. Uz daljnje povećanje potražnje za proizvodima Zagrebačke županije očekuje se i povećanje potražnje za proizvodima sporta i rekreacije.

U tom smislu, operativni ciljevi sportsko-rekreacijskog turističkog razvoja su:

- uspostavljanje efikasnog destinacijskog menadžmenta (planiranje i koordinacija, uspostavljanje sustava poticanja i privlačenja EU sredstava, podizanje razine znanja i vještina,
- širenje i produbljivanje destinacijskog lanca vrijednosti (povećanje obujma i tržišne spremnosti sportsko-rekreacijske ponude, unaprjeđenje turističke i sportsko-rekreacijske infrastrukture,
- povećanje tržišne prepoznatljivosti (razvoj prepoznatljivog identiteta, primjena suvremenih alata tržišne komunikacije).

Aktivnosti kojima bi se utjecalo na podizanje kvalitete turističkog proizvoda:

- profiliranjem turističke ponude pojedinih destinacija Županije,

¹³¹ Institut za turizam (2016) Strategija turističkog razvoja Zagrebačke županije (do 2025. godine). Zagreb, str. 78.

¹³² Turistička zajednica Zagrebačke županije

- razvojem turističkih zona prema utvrđenim prostornim planovima,
- poboljšanjem županijske i lokalne komunalne infrastrukture,
- uređenjem turističkih mjesta i javnih sadržaja, osiguranjem javnih usluga namijenjenih turistima,
- poticanjem razvoja i unapređenja dodatne ponude i sadržaja namijenjenih turistima s naglaskom na smještaju u ruralnom prostoru.

Prostorna koncepcija razvoja turističke aktivnosti usmjerena je na područje gradova Zaprešića, Samobora, Jastrebarskog, Velike Gorice i Ivanić Grada, dok su ključna područja razvoja turističkih proizvoda istočni dijelovi Zagrebačke županije, šire područje gradova Svetog Ivana Zeline, Vrbovca i Dugog Sela te ruralna područja krajnjeg juga, zapada i sjevera Županije, što je uvelike povezano sa ponudom smještajnih kapaciteta i ugostiteljskih objekata.

Potrebna su veća ulaganja u infrastrukturu istočnog dijela županije koji njeguju proizvode aktivnog odmora i ruralnog turizma, zdravstvenog turizma te turizma baštine. Veliki broj šetnica, biciklističkih staza i staza za jahanje predstavlja infrastrukturu koju je potrebno još unaprjeđivati i oplemenjivati s većim brojem interpretacijskih (multimedijalnih) tabela, info punktova, shopping punktova, izletišta koja omogućuju boravak u prirodi. Veći broj kvalitetnih smještajnih kapaciteta i bogata sportsko-rekreacijska turistička ponuda utjecat će razvoj turizma u ovom nedovoljno iskorištenom dijelu Zagrebačke županije.

U turističkoj ponudi Županije potrebno je osmišljavanje bogatije ponude sportsko-rekreacijskih programa u okviru seoskih domaćinstava, vinarija i izletišta koja pružaju usluge stacionarnog ili izletničkog turizma u ruralnom okruženju. Povećati broj izletišta sa različitom ponudom sportsko-rekreacijskih sadržaja te vinskih cesta i putova koje će nuditi uz bogatu eno-gastro ponudu i označene poučne staze kao Samoborska vinska cesta.

Dodatno uređenje postojećih i razvoj većeg broja novih tematski profiliranih izletničkih punktova mogao bi značajno potaknuti turistička kretanja u Županiji. Uz izletničke zone kao što su Vugrinščak kod Samobora ili Ekopark Kraš kod Pisarovine, kao potencijalno najvažniji izletnički lokaliteti koje bi trebalo urediti ili unaprijediti ističu se: Novi dvori, a eventualno i Zajarki kod Zaprešića, Svetonedeljska jezera, jezero Čiče kod Velike Gorice, Crna Mlaka, Pokupsko na Kupi (glavno riječno kupalište u Županiji), Ivanić-Grad (za potrebe gostiju lječilišta Naftalan), Šćitarjevo (vezano uz valorizaciju lokaliteta Andautonija), Jezero

Mokrica, Novo Mjesto – Sv. Ivan Zelina (rekreacijska zona i ribolov) te izletišta u vinorodnim zonama Plešivičko-samoborskog i Prigorsko-zelinskog vinogorja.

Uspostava tematskih parkova također nudi mogućnost proširenja turističke ponude Zagrebačke županije. Primjer je srednjovjekovni tematski park u Sv. Ivanu Zelini koji bi se bazirao na povijesno inspiriranim atrakcijama s edukativnim i rekreacijskim sadržajima.

Info punktovi predstavljaju prateće turističke sadržaje koji oplemenjuju sportsko-rekreacijsku turističku ponudu. Njima bi se osigurala pokrivenost svih turistički aktivnih dijelova Županije te posebice ključnih atrakcija, a posebice gradskih i općinskih središta orijentiranih na turističku potražnju. Osvremenjivanjem i nadopunom sustava turističke signalizacije i interpretacije također je moguće utjecati na upotpunjen doživljaj turističkog proizvoda destinacije. Potrebna je i veća aktivnost turističkih agencija u ponudi 'incoming' programa za cijelo područje, a ne samo područje zapadnog dijela Županije.

Podizanje kvalitete postojećih smještajnih objekata vrlo je važno za privlačenje zahtjevnijih suvremenih gostiju. Uređenje objekata, njihova opremljenost, uslužni dio, odnosno vještine ljudskih resursa svakako utječu na dolazak gostiju. Potrebno je potaknuti izgradnju malih obiteljskih smještajnih kapaciteta („bed & breakfast“, pansiona i sličnih objekata) u gradovima te u ruralnom okruženju. Potencijal za to je formiranje vinskih cesta na području Županije.

Turističke atrakcije značajan su resurs za unaprjeđenje sportsko-rekreacijskih programa. Potrebno je unaprijediti pješačke, planinarske i biciklističke staze na području Medvednice i Žumberka. Na unaprjeđenje sportsko-rekreacijske ponude utjecat će i bolja uređenost poučnih staza park šuma Anin dol u Samoboru i Šuma Žutica u Križu te značajnih krajobraza poput šume Marča. Potrebno je uređenje novih poučnih staza u prostorima gdje ih za sada nema dovoljno te uređenje vidikovaca i odmorišta na ključnim točkama.

Posebni ornitološki rezervat Crna Mlaka pored Jastrebarskog od posebnog je značaja kao nacionalna atrakcija. Potrebno je rješavanje problematike upravljanja zaštićenim područjem, kako bi se atrakcija unaprijedila u rekreacijsko-ribolovnu zonu.

Potrebno je i uređenje područja uz rijeku Savu, Kupu, Sutlu i Krapinu u središnjem i sjeverozapadnom dijelu te Kupčinu i Odru na jugozapadnom dijelu te Lonju i Česmu na

istočnom dijelu Županije, ribnjaka i jezera koja su postala vrlo popularna rekreacijska i ribolovna zona.

Osim ulaganja u najznačajnije modalitete sportsko-rekreacijske turističke ponude Zagrebačke županije - trekking, planinarenje, biciklizam, lov i ribolov, golf te adrenalinske sportove, potrebno je ulagati i u ostale modalitete – skijanje, sanjkanje, jahanje, kupanje koji svojom atraktivnošću mogu oplemeniti sportsko-rekreacijsku ponudu Županije.

Treking i planinarenje potrebno je razvijati novim pješačkim, tematiziranim stazama (npr. 'stazama prasloni' – Marija Gorica, 'stazom tišine' – Turopoljski lug i sl.), unapređenjem turističke interpretacije na planinarskim stazama (putem interpretacijskih ploča, odmorištima s vidikovcima, poučnim stazama i sl.), unaprjeđenjem popratnih sadržaja poput eno-gastro ponude i njihovo umrežavanje s ponudom pješčenja i planinarenja.

Slika 5. Staza i planinarski dom na Okiću



Izvor: <https://croatia.hr/hr-HR/dozivljaji/aktivni-odmor/setanje-i-planinarenje/samoborsko-gorje-i-zumberak> (22.04.2019.)

Cikloturizam je potrebno još više razvijati uređenjem biciklističkih staza na najvažnijim rutama te na kritičnim dionicama u cilju boljeg povezivanja najatraktivnijih dijelova Županije sa Zagrebom i stvaranja većeg broja atraktivnih i primjereno uređenih itinerera. Jedan od značajnijih strateških projekata Grada Zagreba i Zagrebačke županije je Greenway - državna glavna biciklistička ruta br. 2 ukupne duljine 121,6 km. Izgradnja biciklističke staze uz rijeku Savu, kroz Grad Zagreb s obje strane rijeke Save, dok je kroz Zagrebačku županiju planirana

staza samo s jedne strane. Početna točka južnog traka je na Bregani (Slovensko-Hrvatskoj granici), a krajnja u Oborovu. Sjeverni trak započinje na Podsusedskom mostu i završava u Lijevoj Dubrovčaku. Projekt se najvećim dijelom financira sredstvima EU fondova sa 85%, a sufinanciraju ga Grad Zagreb i Zagrebačka županija sa 15% sredstava. Očekuje se da će projekt biti završen 2020. godine. Unaprjeđenje turističke signalizacije, interpretacija na biciklističkim stazama i tematiziranje, razvojem 'info punktova' za bicikliste u okviru TIC sasvim sigurno će utjecati na razvoj biciklizma u Županiji. Cikloturizam je vid turizma u koji je Zagrebačka županija uložila najveće napore, a potrebno ga je razvijati i dalje izgradnjom novih smještajnih kapaciteta, obogaćivanjem ugostiteljske i informativne usluge, što će ga predstaviti kao važan turistički proizvod, čime će se diversificirati turistička ponuda i sezona proširiti na gotovo cijelu godinu. Cikloturizam traži očuvane prostore, pejzažnu raznolikost i autentičnu lokalnu kulturu i gastronomiju te ima ogroman potencijal poticanja gospodarskog i društvenog razvoja ruralnih i turistički manje aktivnih krajeva, u čemu Zagrebačka županija sasvim sigurno može iskoristiti svoje prednosti.

Slika 6. Biciklizam u Zagrebačkoj županiji



Izvor: <https://direktno.hr/zagreb/u-zagrebackoj-zupaniji-zabiljezen-rast-broja-turistickih-dolazaka-i-nocenja-109478/> (22.04.2019.)

Lov i ribolov potrebno je razvijati formiranjem zajedničke ponude 'lova u Zagrebačkoj županiji', uslugom najma opreme, unapređenjem trgovačkih sadržaja i kamp smještaja,

unaprjeđenjem infrastrukture za sportski ribolov (pristupima, platformama, parkiralištima i dr.) te razvojem nekoliko prepoznatljivih natjecanja na razini Županije.

Golf ima velike mogućnosti za razvoj unutar Zagrebačke županije te u okviru sportsko-rekreacijske ponude može značajno utjecati na privlačenje bogatih gostiju iz Hrvatske i inozemstva. Osim Golf centra Novi dvori u Zaprešiću ne postoji niti jedno golf igralište na prostoru Županije koje je tržišno spremno. Potrebna su ulaganja u izgradnju golf igrališta te unaprjeđenje postojećih terena. Zapušteno golf igralište Dolina kardinala u općini Krašić, koje je prikazano na slici 10, izvan funkcije je zbog nerješениh imovinsko pravnih odnosa, ali rješavanjem tog problema navedena lokacija ima velik razvojni potencijal zbog infrastrukturne opremljenosti te privlačnog krajolika. Prema prostornim planovima u Zagrebačkoj županiji planiraju se 4 terena površine 40 ha (Sveta Nedjelja, Samobor, Jastrebarsko i Rugvica, 2 terena od 90 ha (Sveti Ivan Zelina i Krašić) te dva velika terena od 150 ha (Velika Gorica, Zaprešić). Za sve lokacije na kojima se planira razvoj golf turizma vrlo je važno unaprjeđenje ostalih sadržaja u destinaciji, posebice ugostiteljstva te jačanje promocijskih aktivnosti.

Slika 7. Golf teren u općini Krašić



Izvor: <http://www.croatia-golf.hr/krasic.html> (22.04.2019.)

Adrenalinske sportove potrebno je razvijati daljnjim unapređenjem staza i ostale infrastrukture (parkirališta) te unapređenjem dodatnih sadržaja u destinaciji, posebice gastro ponude.

Skijanje je potrebno razvijati širenjem staza, razvojem dodatnih sadržaja te još dostupnijim javnim prijevozom, što je i rezultiralo planom izgradnje žičare koja će voditi od Gornje Bistre do vrha Sljemena i dalje prema Zagrebu, što je od velikog značaja za razvoj sportsko-rekreacijskog turizma u ovom dijelu Županije.

Ulaganje u razvoj **sanjkanja** vrlo je važno u sportsko-rekreacijskoj ponudi sjeverozapadnog dijela Županije. Obnavljanje sanjkališta u Mariji Gorici obuhvatit će svu potrebnu infrastrukturu – sanjkaške staze, vučnice, igralište za djecu, školu na otvorenom i ugostiteljske objekte.

Jahanje kao proizvod potrebno je razvijati uspostavom osnovne mreže konjičkih staza, kontinuiranim unapređenjem objekata i infrastrukture za čuvanje i njegovanje konja. Mogućnost jahanja i izvan prostora u vlasništvu ranije spomenutih objekata koji pružaju usluge jahanja, to jest uređenje konjičkih staza, odnosno omogućavanje jahanja po postojećim poljskim i šumskim putovima u bližoj okolini ovih objekata značajnije će utjecati na kvalitetu turističkog doživljaja. Pogodno područje za razvoj ovog oblika sportsko-rekreacijske ponude je područje Vukomeričkih gorica i Marijagoričkog pobrđa.

Slika 8. Jahački teren na području Zaprešića



Izvor: <https://www.zagreb.info/tag/konjicki-klub-trajbar-team> (22.04.2019.)

Termalno-kupališni turizam na području Zagrebačke županije ima veliku tradiciju. Termalni izvori na području Županije važan su, iako trenutačno nedovoljno iskorišten resurs (npr. Svetojanske toplice kod Jastrebarskog, Šmidhen kod Samobora, Jamnička Kiselica na području Pisarovine, Topličica i Krečaves kod Svetog Ivana Zeline). Isto se odnosi na izvor ljekovite nafte naftalana na području Ivanić Grada (jedina lokacija u Europi). Iz navedenog je

vidljivo da na području Zagrebačke županije postoji više izvora termalne vode koji predstavljaju resurs za revitalizaciju ili potpuno novu izgradnju sportsko-rekreacijskih i zdravstvenih kompleksa. Primjer su i zelinski bazeni koji su bili jedan od najkompletnijih turističkih centara kontinentalne Hrvatske s termalnoalkaličnim kupalištem. Nakon petnaest godišnje zapuštenosti i devastacije počela je revitalizacija zapuštene zone. Investitor Aquaparka je Grad Sveti Ivan Zelina, a početak kupališne sezone biti će u 2020. godini. Projekt Aquaparka vidljiv je na slici 11. Projekt će uključivati pet bazena s vodenim atrakcijama, glavnu zgradu s pratećim sadržajima, dodatne ugostiteljske punktove uz ljetnu pozornicu s tribinama te noćni klub. Potrebna su ulaganja i u ostale lokacije kako bi Zagrebačka županija osigurala prepoznatljivost visokokvalitetnom wellness ponudom i unaprjeđenom kvalitetom ponude lječilišnog turizma.

Slika 4. Projekt Aquaparka Zelina



Izvor: <https://www.mirakul.hr/bizdirekt/projekt-aquapark-zelina-europskom-portalu-projekata-ulaganja/> (22.04.2019.)

Sve navedeno upućuje na velike komparativne prednosti koje Zagrebačka županija ima u odnosu na konkurentske destinacije, a koje joj omogućuju i značajniji razvoj specifičnih oblika turizma. Daljnji razvoj sportsko-rekreacijskog turizma u Zagrebačkoj županiji omogućit će sve većoj potražnji posjetitelja za boravkom u prirodi te neizostavnom aktivnosti, čime će lakše ispoljiti svoje interese i želje za proizvodima sporta i rekreacije. Uz bogatu sportsko-rekreacijsku ponudu potrebno je i dalje razvijati infrastrukturu, eno-gastro i kulturnu ponudu čime bi se omogućila značajnija diferencijacija turističke ponude Županije.

5. ZAKLJUČAK

Danas je više nego ikad prisutna važnost sportske rekreacije u svrhu očuvanja biološke i psihološke ravnoteže kroz oblike slobodnog vremena. Imajući na umu značaj pravilnog korištenja slobodnog vremena javlja se i potreba za sve kvalitetnijim oblicima sportsko-rekreacijske turističke ponude, budući da se sportu i rekreaciji ljudi najčešće posvećuju upravo u slobodno vrijeme, odnosno na odmoru.

S obzirom na razvojnu orijentaciju Zagrebačke županije ka osiguranju kvalitete života i održivog razvoja, turizam se nameće kao ključna aktivnost njenog razvoja. Turizam predstavlja jedan od nezaobilaznih razvojnih pravaca Zagrebačke županije s obzirom da Županija raspolaže atraktivnom, ali nedovoljno valoriziranom resursno-atraksijskom osnovom. Osnovni su resursi za razvoj turizma u Županiji očuvana prirodna i kulturna baština, termalni izvori, infrastruktura te povoljan geoprometni položaj.

Cilj ovog rada bio je izvršiti analizu te istražiti mogućnosti za razvoj sportsko-rekreacijskog turizma kao temelja za diferencijaciju turističke ponude Zagrebačke županije. Analizom je utvrđeno da Zagrebačka županija ima komparativne prednosti za razvoj sportsko-rekreacijskog turizma u odnosu na konkurentske destinacije. U novoj koncepciji suvremenog turizma sport i rekreacija postaju sve važniji u oblikovanju cjelovitog turističkog proizvoda. Sportsko-rekreacijske programe moguće je oblikovati prema željama i potrebama turista, a time će postati važan element razvoja turističke destinacije Zagrebačke županije. Zbog značaja definiranja potrošača, njihovog analiziranja i odabira valjanog pristupa neupitan je značaj marketinga kao glavnog nositelja razvoja sportskog menadžmenta. Oblici sportsko-rekreacijskog turizma mogu varirati, no u pravilu je razlika u onima koji aktivno sudjeluju u sportskim događanjima i onima koji u njima sudjeluju pasivno. I jedni i drugi su potrošači prema kojima je potrebno individualno definirati način pristupanja.

Trendovi turističke potražnje prikazuju sve veći priljev inozemnih i domaćih gostiju koji gravitiraju prema gradu Zagrebu, ali i prostoru Zagrebačke županije. S obzirom na veliku raznolikost resursa, razvoj sportsko-rekreacijskog, kao i drugih specifičnih oblika turizma, potrebno je uskladiti sa drugim razvojnim planovima turizma respektirajući prirodno geografske prednosti prostora i ekonomsku održivost njegova razvoja. Strateško planiranje i koordinacija, podizanje razine znanja i vještina sasvim sigurno će utjecati na značajniji razvoj

ovog oblika turizma. Potrebno je da regionalna i lokalna samouprava ulažu veće napore usmjerene na povlačenje EU sredstava iz područja turizma te stvore uvjete za olakšano investiranje privatnim poduzetnicima (smanjenje komunalne naknade, davanje subvencija) koji imaju afinitete za ulaganjem u turističku infrastrukturu.

Sportsko-rekreacijski turizam mora se kombinirati s ostalim oblicima turizma s kojima je u komplementarnom odnosu. To je moguće ostvariti temeljem poduzetničkih projekata i programa s naglaskom na sportsko-rekreacijski, kulturni, toplički, ruralni, eno-gastro, lovni i ribolovni, golf, tranzitni i avanturistički turizam. Time se predstavlja integrirani turistički proizvod koji će bogatstvom atrakcija i programa biti konkurentan na turističkom tržištu. Daljnje unaprjeđenje proizvoda, posebice sadržajima sporta i rekreacije omogućit će posjetiteljima potragu za autentičnim ambijentima uz aktivan odmor i druženje ili vraćanje u ritam zdravog života. Jedna od važnih odrednica kojima bi se trebala poboljšati ponuda jest povećanje kvalitetnih i adekvatnih ugostiteljskih i smještajnih kapaciteta koji sadrže mali broj ležajeva i vrlo su skromni u pojedinim dijelovima, posebice istočnom dijelu Zagrebačke županije. Izgradnja i unaprjeđenje sportsko-rekreacijske infrastrukture te turističkih sadržaja poput info punktova, većeg broja interpretacijskih tabela, shopping punktova i izletišta omogućit će veću potrebu za turističkim aktivnostima.

Turističke zajednice Zagrebačke županije trebale bi utjecati na povećanje tržišne prepoznatljivosti boljom promocijom turističkih programa, čime bi se osigurao razvoj destinacijskog proizvoda. Uspješna koordinacija turističkih proizvoda i bolja prepoznatljivost na tržištu dugoročno će voditi boljim financijskim rezultatima poslovanja subjekata u turizmu. Moguće je zaključiti da sportsko-rekreacijski turizam može značajno doprinijeti turističkom razvoju Zagrebačke županije. Ovaj oblik turizma i danas u Županiji generira značajne ekonomske učinke u vidu privlačenja turista, ostvarenja dodatnih prihoda, prihoda od ulaznica i ostalih turističkih prihoda, a veća ulaganja u ovaj oblik turizma omogućila bi diferencijaciju turističke ponude Županije.

SAŽETAK

Predmet ovog rada je prikazati mogućnosti razvoja sportsko-rekreacijskog turizma kao temelja za diferencijaciju turističke ponude Zagrebačke županije na sve konkurentnijem domaćem i međunarodnom turističkom tržištu. Navedenom tematikom želi se ukazati na mogućnosti razvoja sportsko-rekreacijskog turizma na području jedne od najrazvijenijih jedinica regionalne (područne) samouprave u Republici Hrvatskoj. Zagrebačka županija svojim prirodnim, geografskim i gospodarskim obilježjima pruža velike mogućnosti razvoja sportsko-rekreacijskog turizma na svom području. Poseban doprinos razvoju sportsko-rekreacijskog turizma daje i trend rasta turističke potražnje koja posljednjih godina bilježi ekspanziju. Naglasak rada stavljen je na samu diferencijaciju turističkog tržišta kao jednog od osnovnih preduvjeta za razvoj specifičnih oblika turizma. U radu se analizira cjelokupni sportsko-rekreacijski turistički proizvod sastavljen od različitih modaliteta: trekinga i planinarenja, biciklizma, golfa, jahanja, lova i ribolova, skijanja i sanjkanja, adrenalinskih sportova, wellness i kupališne ponude namijenjenih različitim ciljanim skupinama. Uzimajući u obzir komparativne prednosti područja promatranja dane su mogućnosti daljnjeg razvoja te prikazani načini ublažavanja možebitnih prepreka koje bi stajale na putu prilikom unaprjeđenja sportsko-rekreacijskog turizma. Predložena su infrastrukturna ulaganja, programska ulaganja te, prije svega, nužnost izrade strategije razvoja sportsko-rekreacijskog turizma kao jednog od nositelja turističkog razvoja u Zagrebačkoj županiji. Vrlo je važno osigurati konkurentnost turističkih proizvoda i usluga Zagrebačke županije kako bi se ona snažnije pozicionirala na turističkom tržištu i bila prepoznata među ostalim regijama Republike Hrvatske, ali i inozemstvu.

Ključne riječi: Zagrebačka županija, sportsko-rekreacijski turizam, razvoj, diferencijacija

ABSTRACT

The subject of this paper is to show the possibilities for sports and recreational tourism development in even more competitive national and international touristic market as a starting point for differentiating touristic offer of a Zagreb County. This subject intends to show the possibilities for sports and recreational tourism development in the territory of one of the most developed regional part of the Republic of Croatia. What Zagreb County offers in its territory, given its natural, geographical and economical characteristics, is a great possibility for sports and recreational tourism development. The growing trend of touristic demand that is expanding over the last years also specifically contributes to the sports and recreational tourism development. What this paper emphasises is the differentiation of a touristic market itself as one of the main precondition for a development of specific forms of tourism. The paper analyses sports and recreational touristic product, which is made of different modalities intended for different targeted groups: tracking and hiking, cycling, golfing, riding, hunting and fishing, skiing and sledding, adrenalin sports, wellness and water offers, as a whole. What is presented are aspects of mitigation measures for potential drawbacks that would stand in the way of a sports and recreational tourism improvement as well as possibilities for further development taking into consideration comparative advantages of the observed aspects. Infrastructural, programming investments and primarily the necessity to develop sports and recreational tourism development strategy, as one of the Zagreb County's touristic development carrier, have been suggested. It is very important to secure competitiveness of the Zagreb County's touristic products and services in order for it to have stronger position on touristic market and to be recognized amongst other regions of the Republic of Croatia as well as abroad.

Key words: Zagreb County, sports and recreational tourism, development, differentiation

LITERATURA

Knjige i poglavlja knjiga:

- Alfier, D. (1977) Uloga turizma u resocijalizaciji i desocijalizaciji suvremenog čovjeka. In Proceedings book „Humanističke vrijednosti turizma“. Zadar: Pedagoška akademija
- Aljinović, G. (2016) Marketing. [Internet], raspoloživo na: <http://polaznik.zizic.hr/uploads/scripts/216-Marketing.pdf>
- American College of Sports Medicine (ACSM) (2006) ACSM's guidelines for exercise testing and perscription, 6. izdanje. Philadelphia: Lippincott Williams & Wilkins
- Andrijašević, M. (1996) Sportska rekreacija u mjestu rada i stanovanja. Zagreb: Fakultet za fizičku kulturu
- Andrijašević, M. (2004) Programi i sadržaji sportsko-rekreacijskog turizma u Hrvatskoj / Programmes and activities for the developomentof sports-recreational tourism in Croatia. In Bartoluci and associates, Menadžment u sportu i turizmu / Management in sport and tourism. Zagreb: Kineziološki fakultet, Ekonomski fakultet
- Andrijašević, M. (2006b) Kineziološka rekreacija (Skripta). Zagreb: Kineziološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu (neobjavljeno)
- Bartoluci, M. i Čavlek, N. (1998) Turizam i sport. Zagreb: Fakultet za fizičku kulturu Sveučilišta: Ekonomski fakultet Veleučilišta: Zagrebački velesajam
- Bartoluci, M. (2003) Ekonomika i menedžment sporta. Zagreb: Informator
- Bartoluci, M., Čavlek, N. i sur. (2007) Turizam i sport – razvojni aspekti. Zagreb: Školska knjiga
- Bartoluci, M. (2013) Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva. Zagreb: Školska knjiga
- Buble, M. i Buble, M. (2014) Poduzetništvo. Split: Visoka škola za menadžment i dizajn Aspira
- Čačić, M. (2012) Konjički turizam. Zagreb: Agrolider
- Čavlek, N. (2004) Sport i turizam - analiza tržišta/Sports and tourism – a Market Profile. In Bartoluci, M. (Ed.), Menadžment u sportu i turizmu/Menagement in Sport and Tourism. Zagreb: Kineziološki fakultet, Ekonomski fakultet

- Hinch, T. i Higham, J. (2004) Sport Tourism Development. Cromwell Press, Clevedon
- Horvat, Ž. (2015) Promocija usluga u turizmu. [Internet], raspoloživo na: <https://repozitorij.unipu.hr/islandora/object/unipu:224/datastream/PDF/download>
- Jensen, C.R. i Guthrie, S.P. (2006) Outdoor Recreation in America. Champaign, IL: Human Kinetics
- Kesić, T. (2006) Ponašanje potrošača. Zagreb: Opinio d.o.o., Zagreb, II. izdanje
- Kotler, P., Armstrong G. (2006) Principles of marketing 11th ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Kotler, P., Bowen, J. P., Makens, J. M. (2010) Marketing u ugostiteljstvu, hotelijerstvu i turizmu. Zagreb: MATE d.o.o.
- Kraus, R. (2001) Recreation and leisure in modern society. Boston: Jones and Bartlett
- Macmillan (2002) English dictionary Macmillan education. Oxford: Between Towns Road
- Marušić, M., Prebežac, D. i Mikulić, J. (2019) Istraživanje turističkih tržišta. Zagreb: Ekonomski fakultet
- Marušić, M. i Vranešević, T. (2001) Istraživanje tržišta. Zagreb: Adeco
- Moutinho, L. (2005) Strateški menadžment u turizmu. Zagreb: Masmedia
- Prebežac, D. (1998) Prometni tokovi u funkciji razvoja hrvatskog turizma. U Bartoluci, M. i Čavlek, N. (ur.) Turizam i sport. Zagreb: Fakultet za fizičku kulturu Zagreb, Ekonomski fakultet Zagreb i Zagrebački Velesajam, Zagreb
- Prebežac, D. i Mikulić, J. (2011) Međuzavisnost turizma i prometa, u Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O. i dr. (2011) Turizam: ekonomske osnove i organizacijski sustav. Zagreb: Školska knjiga
- Razović, M. (1998) Razvoj zdravstvenog turizma na području srednje Dalmacije. In Mirić, D. & Vlahović, D. (Eds.), Proceedings book „Zdravlje i turizam”, Split/Hvar
- Relac, M. (1975) Rekreacija tjelesnim vježbanjem u procesu rada. Zagreb: Sportska tribina
- Relac, M. i Bartoluci M. (1987) Turizam i sportska rekreacija. Zagreb: Informator
- Relac, M. (2006) Osnove sportske rekreacije. U M. Relac (ur.), Priručnik za obrazovanje voditelja sportske rekreacije, (str. 3-30). Zagreb: Hrvatski savez sportske rekreacije „Sport za sve“

- Senečić, J. i Vukonić, B. (1997) Marketing u turizmu. Zagreb: Nacionalna i sveučilišna knjižnica
- Shivers, J. S. i de Lisle, L. J. (1997) The Story of Leisure. Champaign, IL: Human Kinetics
- Spencer, A. R. (2000) Temelji psihologije. Zagreb: Naklada Slap, Ministarstvo znanosti, tehnologije i informatike
- Todorović, S. (1984) Sociologija slobodnog vremena. Beograd: Interpregled

Članci i disertacije:

- Alfier, D. (1994) Uloga turizma u resocijalizaciji i desocijalizaciji suvremenog čovjeka. In Hitrec, T. (Ed.), Turizam – izbor radova. Zagreb: Institut za turizam, Fond za stipendiranje mladih za zaštitu prirode i turizma
- Andrijašević, M. i Bartoluci, M. (2004) Uloga wellnessa u suvremenom turizmu/The role of wellness in contemporary tourism. Acta turistica 16(2), 125 -141
- Andrijašević, M. (2006) Recreational programmes for adult men based on cluster analysis of survey indicators. Kineziology, 38 (2)
- Andrijašević, M. (2009) Upravljanje slobodnim vremenom sadržajima sporta i rekreacije. Zbornik rada, Zagreb
- Bartoluci, M. (1985) Ocjena ekonomskih efekata sportske rekreacije u turizmu s posebnim osvrtom na Jadranski turizam Jugoslavije (Doktorska disertacija). Zagreb: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu
- Bartoluci, M. (2002) Introduction of management of sport and tourism. In Milanović, D. and Prot. F. (Eds.), Proceedings book of the 3rd International Scientific Conference, Opatija, „Kinesiology – New Perspectives”, Zagreb: Faculty of Kinesiology, University of Zagreb
- Bartoluci, M. i Škorić, S. (2008) Uloga menadžmenta u sportskoj rekreaciji. Zbornik radova 17. ljetne škole kineziologa Republike Hrvatske, Poreč
- Berčić, B. i Đonlić, V. (2009) Tjelesno vježbanje u suvremenim uvjetima života. Filozofska istraživanja. Rijeka: Filozofski fakultet u Rijeci
- Breslauer, N., Hublin, T. i Breslauer, N. (2016) Utjecaj inovacijskih tehnologija na poduzetništvo, sport i turizam. U N. Breslauer (ur.), Inovacije, tehnologije, edukacija i menadžment: 4. Međunarodna konferencija, Sv. Martin na Muri, 14. i 15. travnja,

- 2016.: zbornik radova: Vol. 4(4). 4. Međunarodna konferencija, Čakovec: Međimursko veleučilište u Čakovcu
- Driver, B. (1999) Management of public outdoor recreation and related amenity resources for the benefits they provide. U H.K. Cordell (ur.), Outdoor recreation in American life: A national assessment of demand and supply trends, (15-24), Champaign, IL: Sagamore
 - Erhman, C. (2006) „On Using Benefit Segmentation for a Service Industry: A Study on College Career Counseling Services“. The Journal of American Academy of Business, Cambridge, Vol. 8, No. 2
 - Heskett, J. L., Jones, T. O., Loveman, G. V., Sasser, W. E., Schlesinger, L. A. (2008) Putting the service-profit chain to work. Harvard business review
 - Kesić, T., Vlašić, G., Sinčić Ćorić, D. (2010) „Exploring the cognitive-affective nature of destination image formation“. prezentacija na: 39th EMAC Conference: The Six Senses – The Essentials of Marketing, Copenhagen Business School, Copenhagen, Denmark
 - Kostelac, D., Jeremić, Z. i Priskiće, E. (2016) Pristup projektnog menadžmenta na projektu u sportskom turizmu. U N. Breslauer (ur.), Inovacije, tehnologije, edukacija i menadžment: 4. Međunarodna konferencija, Sv. Martin na Muri, 14. i 15. travnja, 2016.: zbornik radova: Vol. 4(4). 4. Međunarodna konferencija, Čakovec: Međimursko veleučilište u Čakovcu
 - Mustafa, D. (2009) „Sport i turizam“. Zbornik radova II međunarodnog seminara „Uloga sporta u očuvanju zdravlja“
 - Pelletier, K. R. (2001) A review and analysis of the clinical-and cost-effectiveness studies of comprehensive health promotion and disease management programs at the worksite: 1998-2000 update. American Journal of Health Promotion, 16(2), 107-116
 - Petrović, M., Knezović, D. i Todorović, M. (2017) Sportski turizam kao komponenta razvoja održivog poduzetništva. Obrazovanje za poduzetništvo / Education for entrepreneurship vol7 nr1
 - Polić, R. (2003) Odgoj i dokolica. Metodčki ogledi, 10(2)
 - Pratt, M., Macera, C. A. i Gujning, W. (2001) Higher direct medical costs associated with physical inactivity. Physician and Sportsmedicine, 28(10), 63-70
 - Prebežac, D. i Jurjević, M. (2001) Promet u funkciji poticanja turizma Republike Hrvatske. Acta turistica. vol. 13, br. 1. Zagreb

- Prebežac, D. i Mikulić, J. (2004) The Use of Internet: An Opportunity or a Threat to Traditional Distribution i Tourism. 2nd International Conference An Enterprise Odyssey: Economics and Business in the New Millennium, University of Zagreb
- Šimundić, B. i Kuliš, Z. (2016) Turizam i gospodarski rast u mediteranskim zemljama: dinamička panel analiza. [Internet], raspoloživo na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=236100
- Vujičić-Dorđević, V.P. (2016) Psihografska analiza u segmentaciji turističkog tržišta (doktorska disertacija). Beograd: Ekonomski fakultet
- West, S. T. i Crompton, J. L. (2001) A review of the impact of adventure programs on at-risk youths. Journal of Park and Recreation Administration, 19(2)
- Živčec, M. (2011) Geodemografska segmentacija tržišta (završni rad). Varaždin: Fakultet organizacije i informatike

Studije i izvješća:

- Hrvatska agencija za okoliš i prirodu, obrada: Javna Ustanova Zeleni prsten Zagrebačke županije, 2016.
- Institute for tourism (2018) Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS LJETO 2017/Attitudes and expenditures of tourists in Croatia – TOMAS SUMMER 2017. Zagreb: Institute for tourism
- Institut za turizam (2013) Strategija razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine
- Institut za turizam (2016) Strategija turističkog razvoja Zagrebačke županije (do 2025. godine). Zagreb
- National Institut of Health (2003) Reducing nationwide obesity start sin neighborhoods/on-line/. Skinuto s mreže 18. 12. 2018. s: <http://www.nhlbi.nih.gov/new/press/03-07-03.htm>
- Podaci turističke zajednice Zagrebačke županije (17.02.2019.)
- Regionalna razvojna agencija Zagrebačke županije (2017) Županijska razvojna strategija Zagrebačke županije do 2020. Zagreb
- Regionalna razvojna agencija Zagrebačke županije (2018) Županijska kronika – broj 114.
- Središnji državni ured za šport: Nacrt prijedloga nacionalnog programa športa 2019. – 2026., dostupno na: <https://esavjetovanja.gov.hr/Econ/MainScreen?entityId=10075> (11.2.2019.)

- Strategija turističkog razvoja Zagrebačke županije do 2025. godine
- UNWTO (2018) Tourism Highlights, 2018 Edition, Madrid

Statističke baze i web izvori:

- <http://www.croatia-golf.hr/krasic.html> (22.04.2019.)
- <https://croatia.hr/hr-HR/dozivljaji/aktivni-odmor/setanje-i-planinarenje/samoborsko-gorje-i-zumberak> (22.04.2019.)
- <https://direktno.hr/zagreb/u-zagrebackoj-zupaniji-zabiljezen-rast-broja-turistickih-dolazaka-i-nocenja-109478/> (22.04.2019.)
- FINA – Godišnje izvješće o aktivnostima poduzetnika u Republici Hrvatskoj za 2016. godinu
- Hrvatski zavod za zapošljavanje, dostupno na: <https://statistika.hzz.hr/statistika.aspx?tipIzvjestaja=1> (11.1.2019.)
- Izvješće o radu TZŽŽ za 2017. godinu, dostupno na: <http://www.tzzz.hr/wordpress/wp-content/uploads/2013/09/IZVJESCE-O-RADU-TZZZ-1.1.-DO-31.12.2017..pdf> (5.2.2019.)
- Program rada TZŽŽ za 2019. godinu s financijskim planom, dostupno na: <http://www.tzzz.hr/wordpress/wp-content/uploads/2018/12/Program-rada-TZZ%C5%BD-za-2019.-s-financijskim-planom.pdf> (5.2.2019.)
- <http://www.zagreb-airport.hr/poslovni/b2b-223/statistika/statistika-za-2018-godinu/503> (04.02.2019.)
- <http://www.nhlbi.nih.gov/new/press/03-07-03.htm> (18.12.2018.)
- <https://www.zagrebacka-zupanija.hr/vijesti/3923/zagrebacka-zupanija-medu-najrazvijenijim-zupanim> (04.02.2019.)
- <https://www.mirakul.hr/bizdirekt/projekt-aquapark-zelina-europskom-portalu-projekata-ulaganja/> (22.04.2019.)
- TZ Zagrebačke županije (<http://www.tzzz.hr/informacije/gastronomija>)
- TZ Zagrebačke županije (<http://www.tzzz.hr/kroz-zupaniju/seoski-turizam-i-izletista/>)
- TZ Zagrebačke županije (<http://www.tzzz.hr/informacije/sport-i-rekreacija/>)
- TZ Zagrebačke županije (<http://www.tzzz.hr/informacije/turisticke-agencije/>)
- TZ Zagrebačke županije (<http://www.tzzz.hr/kroz-zupaniju/vinske-cest/>)
- <https://www.zagreb.info/tag/konjicki-klub-trajbar-team> (22.04.2019.)

POPIS TABLICA, SLIKA I GRAFIKONA

Tablica 1. Bavljenje tjelesnom aktivnošću po spolu i dobnoj kategoriji u Hrvatskoj u 2017. godini	15
Tablica 2. Broj registriranih i aktivnih pravnih osoba na području Zagrebačke županije u razdoblju od 2014.–2016. godine	35
Tablica 3. Broj poduzetnika i broj zaposlenih u Zagrebačkoj županiji od 2014.–2016. godine	36
Tablica 4. Broj dolazaka i noćenja turista u Zagrebačkoj županiji od 2014.–2018. godine....	72
Tablica 5. Nacionalna struktura turista u Zagrebačkoj županiji u 2016. i 2017. godini.....	73
Tablica 6. Prostorni raspored dolazaka turista u Zagrebačku županiju u 2016. i 2017. godini prema podacima lokalnih turističkih zajednica	76
Tablica 7. Snage i slabosti razvoja sportsko-rekreacijskog turizma Zagrebačke županije.....	79
Tablica 8. Prilike i prijetnje razvoja sportsko-rekreacijskog turizma Zagrebačke županije....	80
Slika 1. Turistička karta Zagrebačke županije.....	25
Slika 2. Karta NATURA 2000 područja u Zagrebačkoj županiji.....	40
Slika 3. Integrirani turistički destinacijski menadžment.....	45
Slika 4. Shematski prikaz prostorne koncepcije razvoja turističke aktivnosti u Zagrebačkoj županiji	83
Slika 5. Staza i planinarski dom na Okiću.....	100
Slika 6. Biciklizam u Zagrebačkoj županiji.....	101
Slika 7. Golf teren u općini Krašić	102
Slika 8. Jahački teren na području Zaprešića.....	103
Slika 9. Projekt Aquaparka Zelina.....	104
Grafikon 1. Broj registriranih i aktivnih pravnih osoba u zagrebačkoj županiji od 2014.–2016. godine	36
Grafikon 2. Kretanje broja poduzetnika i broja zaposlenih u Zagrebačkoj županiji od 2014.–2016. godine	37
Grafikon 3. Broj i struktura raspoloživih komercijalnih smještajnih kapaciteta Zagrebačke županije u 2015. godini.....	52

Grafikon 4. Broj i struktura raspoloživih komercijalnih smještajnih kapaciteta prema turističkim zajednicama Zagrebačke županije u 2015. godini.....	53
Grafikon 5. Dolasci turista u Žagrebačkoj županiji od 2014.–2018. godine.....	72
Grafikon 6. Noćenja turista u Zagrebačkoj županiji od 2014.–2018. godine.....	73

ŽIVOTOPIS

OSOBNI PODACI	
<ul style="list-style-type: none">• Ime i prezime: Bruno Čukulin• Datum i mjesto rođenja: 15. lipnja 1979. godine, Zagreb• Osobna adresa: Aleja pomoraca 11/7, 10020 Zagreb, Hrvatska• Mobitel: 091/8950-689• E-mail: brunocukulin@gmail.com	
OBRAZOVANJE	
<ul style="list-style-type: none">• Specijalistički poslijediplomski studij na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu, smjer: Menadžment turizma	2017. – 2019.
<ul style="list-style-type: none">• Fakultet za fizičku kulturu Sveučilišta u Zagrebu (promijenjen naziv u Kineziološki fakultet), usmjerenje: Kineziološka rekreacija stručni naziv: profesor fizičke kulture (prof.)	1997. – 2005.
<ul style="list-style-type: none">• Opća gimnazija, Vrbovec	1993. – 1997.
RADNO ISKUSTVO	
<ul style="list-style-type: none">• Srednja škola Vrbovec, Vrbovec – profesor tjelesne i zdravstvene kulture	2011. –
<ul style="list-style-type: none">• Osnovna škola Gradec, Gradec – profesor tjelesne i zdravstvene kulture	2010. – 2011.
<ul style="list-style-type: none">• Škola za cestovni promet, Zagreb – profesor tjelesne i zdravstvene kulture, pripravnički staž	2008. – 2009.
<ul style="list-style-type: none">• Školska knjiga, d.d., Zagreb – suradnik u Centru promotivnih aktivnosti	2005. – 2008.
<ul style="list-style-type: none">• II. osnovna škola Vrbovec – profesor tjelesne i zdravstvene kulture	2004. – 2005.
OSTALA ZNANJA I VJEŠTINE	
<ul style="list-style-type: none">• Rad na računalu – MS Office, Internet• Engleski jezik – aktivno, njemački jezik – pasivno• Vozačka dozvola B kategorije	
PROFESIONALNI CILJ	
<ul style="list-style-type: none">• Daljnja edukacija i usavršavanje u području sportskog menadžmenta, rekreacije i turizma te prenošenje i primjena znanstvenih spoznaja	