

**Strateški plan razvoja turizma Općine Krapinske Toplice
za razdoblje od 2020. do 2025. godine**



Sadržaj

1. PREDGOVOR.....	3
2. Status quo analiza.....	4
2.1. Opći i povijesni podaci o Općini	4
2.2. Analiza strateških dokumenata od interesa	8
2.3. Analiza potencijala i resursa za razvoj turizma u OKT	27
2.4. Postojeći stupanj turističkog razvoja	55
2.5. Analiza tržišta	63
2.6. SWOT analiza.....	69
2.7. Ocjena konkurentske sposobnosti za turističko privređivanje	71
3 . Strateško pozicioniranje	78
3.1. Načela turističkog razvoja	78
3.2. Vizija razvoja turizma OKT	83
3.3. Strateški ciljevi i mjere turističkog razvoja	84
3.4. Programska i prostorna koncepcija razvoja turizma u OKT	89
4. Plan podizanja konkurentnosti turizma Općine Krapinske Toplice.....	90
4.1. Stvaranje socijalno poticajnog razvojnog okruženja;	92
4.2. Poboljšavanje turističke infrastrukture	93
4.3. Diversifikacija turističkih doživljaja i/ili iskustva.....	95
4.4. Uspostava tržišne prepoznatljivosti i poželjnosti	96
4.5. Akcijski plan	98
POPIS TABLICA	104
POPIS SLIKA.....	105

1. PREDGOVOR

Poštovani stanovnici Općine Krapinske Toplice,

sa zadovoljstvom vam predstavljamo Strateški plan razvoja Općine Krapinske Toplice za razdoblje od 2020. do 2025. godine, važan strateški dokument razvoja turističkog potencijala Općine Krapinske Toplice kroz koji se široj javnosti žele prezentirati planovi i strategije razvoja turističkih sadržaja koji Općinu Krapinske Toplice čine iznimnom destinacijom za turiste svih životnih dobi i preferencija.

Nakon izrade situacijske analize razvojnih turističkih potencijala Općine Krapinske Toplice, ovim dokumentom utvrđuju se smjernice budućeg razvoja, a koji se prvenstveno temelje na povoljnom geografskom položaju, razvijenoj gospodarskoj osnovi, infrastrukturnoj opremljenosti Općine, raznolikosti, sadržajnosti i slikovitosti ruralnog prostora, bogatoj kulturno-povijesnoj baštini, izuzetno vrijednoj prirodnoj baštini i prirodnim ljekovitim činiteljima. Osobito, dakle, valja istaknuti bogatstvo prirodnim resursima odnosno termalnim izvorima na području Općine koji se iskorištavaju u turističko-rekreacijske i terapeutske svrhe te dugogodišnju tradiciju zdravstvenog turizma u destinaciji (wellness, lječilišni i medicinski turizam). Iznimno je važno naglasiti i činjenicu da je Općina Krapinske Toplice jedino mjesto u Hrvatskoj koje ostvaruje dolaske i noćenja gostiju povezana sa sva tri navedena vida zdravstvenog turizma. Osim spomenute terapijske vrijednosti danas je značajna i energetska vrijednost hipertermalnih izvora te njihov potencijal za projekte koji su u skladu sa Europskim zelenim planom odnosno težnjom da Europa bude prvi klimatski neutralan kontinent. Uz pozitivnu orijentaciju Općine prema turizmu te postojanje resursa za daljnji razvoj i unapređenje ponude u okviru zdravstvenog, kulturnog, poslovnog, aktivnog (Ride & Bike i sportskog turizma), eno-gastro turizma i agroturizma, ovaj Strateški plan omogućiti će koordinaciju interesa i aktivnosti različitih razvojnih dionika u turizmu te učinkovito korištenje njihovih mogućnosti i resursa, kako bi se postigli zajednički razvojni ciljevi Općine Krapinske Toplice.

Turistički potencijali Općine Krapinske Toplice moraju se iskoristiti u cijelosti, kako u svrhu razvoja turizma, tako i u svrhu promocije Općine kao privlačne destinacije za turiste, kao i za potencijalne investitore, što bi u konačnici imalo pozitivan efekt i na gospodarstvo Općine i Županije. Cilj je stvoriti preduvjete i partnerstvo za jačanje gospodarstva i turizma, što je moguće ostvariti povećanjem efikasnosti i stavljanjem u funkciju svih raspoloživih ljudskih, materijalnih i financijskih resursa za razvoj turizma.

Ovim putem želim se zahvaliti na pomoći i doprinosu svih onih koji su sudjelovali u izradi ovog strateškog dokumenta te se nadam kako će se projekti sadržani u ovom dokumentu realizirati u praksi na dobrobit svih dionika u Općini Krapinske Toplice.

Načelnik Općine Krapinske Toplice

Ernest Svažić

2. Status quo analiza

U ovome se poglavlju prikazuju opći i povijesni podaci o Općini Krapinske Toplice, analiziraju se strateški dokumenti od interesa, kao i turistički potencijali i resursi kojima OKT raspolaže. Nadalje, daju se i informacije o postojećem stupnju turističkog razvoja Općine, detaljna analiza tržišta, SWOT analiza te ocjena konkurentske sposobnosti za turističko privređivanje Općine.

2.1. Opći i povijesni podaci o Općini

Opći podaci o Općini

Općina Krapinske Toplice je jedinica lokalne samouprave smještena u središtu Krapinsko-zagorske županije. Graniči s gradovima Krapina, Zabok i Pregrada te općinama Sveti Križ Začretje, Veliko Trgovišće i Tuhelj. Prostor Općine Krapinske Toplice zauzima površinu od 49,26 km² te obuhvaća 17 naselja: Čret, Donje Vino, Gregurovec, Hršak Breg, Jasenovac Zagorski, Jurjevec, Klokovec, dio naselja Klupci, Krapinske Toplice, Lovreća Sela, Mala Erpenja, Maturovec, Oratje, Selno, Slivonja Jarek, Viča Sela i Vrtnjakovec. Na temelju podataka Popisa stanovništva provedenog 2011. godine, na području Općine Krapinske Toplice živi 5.367 stanovnika. Gustoća naseljenosti iznosi 108 stanovnika/km², što je manje od prosjeka Krapinsko-zagorske županije (122 stanovnika/km²), ali veće od prosjeka Republike Hrvatske (78 stanovnika/km²).

Općinu Krapinske Toplice karakterizira dobar prometni položaj upravo zbog toga što se nalazi u središnjem dijelu Krapinsko-zagorske županije. Područje Općine dobro je prepreženo cestama koje spajaju njezina naselja s većim mjestima u Županiji. Valja istaknuti da je Općina relativno blizu većim središtima pa tako cestovna udaljenost do Krapine, Zaboka i Pregrade iznosi oko 14 kilometara. Osim toga, čitavo područje Općine nalazi se blizu važnog prometnog koridora, autoceste Zagreb – Maribor. Državnom cestom D 507 (Valentinovo (D206) – Krapinske Toplice – Gubaševo (D205)) osigurana je povezanost čitave Općine s autocestom Zagreb – Maribor.

Slika 1. Položaj Općine Krapinske Toplice u sklopu Krapinsko – zagorske županije



Izvor: <http://proleksis.lzmk.hr/31101/>

Osnovni prirodni resurs na kojem Općina Krapinske Toplice temelji svoj razvoj su izvori hipertermalne vode. Iz tri jača i nekoliko vrela poredanih u nizu duž potoka Topličina izvire voda temperature oko 40°C, stabilnog kapaciteta 81,6 l/s. Sredinom 1980-ih provedena su dodatna istraživanja i bušenja te je dokazano da postoji više vodonosnih horizonta; ukupna izdašnost izvorišta nakon tih istraživanja procjenjuje se na 110 l/s, a temperatura bušotine je 5°C viša od one na površinskim izvorima.

Na 160 metara nadmorske visine u naselju Krapinske Toplice djeluju tri bolnice: Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju Krapinske Toplice, utemeljena 1956. g. kao bolnički odjel za reumatske bolesti i ortopedsku rehabilitaciju (iako joj počeci sežu u Badlovo doba), Specijalna bolnica za kardiologiju i kardiovaskularnu kirurgiju "Magdalena" (utemeljena 1996. g.) te Specijalna bolnica za ortopediju i traumatologiju "Akromion" (2008.).

Na području koje pokriva Općina Krapinske Toplice nalazi se vrijedna prirodna baština koju valja revitalizirati i zaštititi kako bi ostala sačuvana za buduće naraštaje. Od vrijedne prirodne baštine valja istaknuti lječilišni perivoj u Krapinskim Toplicama, aleju divljeg kestena, ostatke perivoja kurije Kovačevac, ostatke perivoja dvorca Čret, perivoj kurije Novaki i park šumu brda Zašat prema Sv. Mariji Magdaleni.

Osim vrijedne prirodne baštine, područje Općine Krapinske Toplice posjeduje i bogatu kulturnu baštinu - Kapelicu sv. Antuna, Kapelicu sv. Marije Magdalene, Kapelicu Sv. Nikole, župnu crkvu Presvetog Trojstva i orgulje u crkvi Presvetog Trojstva.

Slika 2. Kapelica sv. Marije Magdalene



Izvor: <https://www.youtube.com/watch?v=NwVDUjSOaQA>

Povijest Općine Krapinske Toplice

Mamuti i lovci

Tragovi ljudske aktivnosti na području Općine Krapinske Toplice sežu u razdoblje prapovijesti. Iako zasad na području Općine nisu pronađeni ostaci ljudi ili artefakata iz vremena paleolitika, odnosno starijeg kamenog doba, pronađene su kljove mamuta. Za očekivati je da su i na području Općine Krapinske Toplice paleolitički lovci i sakupljači imali svoja bazna, radna ili lovna staništa na otvorenom, kakva su dosad u Zagorju otkrivena na području Golubovca (Ivanščica), Pregrade (Bežanec), Radoboja (nalazišta uz Radobojčicu) i Bedekovčine (Strugača).

Prva stalna naselja

Iz vremena mlađeg kamenog doba, odnosno neolitika te bakrenog doba ili eneolitika, na području Općine pronađene su glačane kamene sjekire. Riječ je o pojedinačnim slučajnim površinskim nalazima pronađenim tijekom obrade zemljišta, no ti nam nalazi ukazuju na ljudsku prisutnost na području Općine u vrijeme prvih stalnih naselja, kultivacije biljaka i domestikacije životinja. Zbog nalaza glačanih kamenih sjekira pretpostavlja se postojanje

pripadajućih istovremenih naselja, a riječ je o razdoblju između otprilike 5500. i 2200. g. pr. Kr.

Termalna vrela u prapovijesti

Na brijegu Zašat su nedavno, tijekom uređenja okoliša kapele sv. Marije Magdalene, otkriveni ostaci nadzemnih kuća građenih od šiblja, drvne građe i blata, zatim ostaci keramičkih posuda, dio okruglog keramičkog utega ili podmetača te kameni artefakt - motika. Radi se o ostacima visinskog prapovijesnog naselja, utvrđenog zemljanim bedemom iz vremena kasnog brončanog doba, odnosno razdoblja između 1200. i 800. g. pr. Kr. S obzirom na blizinu termalnih vrela u neposrednom podnožju brijega Zašat, postoji mogućnost da su termalna vrela u Krapinskim Toplicama korištena već u prapovijesti.

Aquae Vivaे

Iako postoje različita nagađanja o tome da su termalna vrela Krapinskih Toplica poznnavali i koristili već u antičko doba te da su se Krapinske Toplice tada nazivale Aquae Vivaе, zasad ne postoje materijalni dokazi koji bi potvrdili tu teoriju. Rimljani su bili prisutni na području Zagorja te su u Varaždinskim Toplicama izgradili čitav lječilišni kompleks, no njihovu prisutnost u Krapinskim Toplicama tek treba dokazati poduzimanjem interdisciplinarnih arheoloških istraživanja.

Preteča kupališta

Prvi spomen Krapinskih Toplica datira iz 1334. godine, tada se u popisu župa Zagrebačke biskupije spominje Župa Svetog Trojstva u Toplicama. Prva preteča današnjih bolnica u Krapinskim Toplicama pojavljuje se 1609. g. kada tadašnji vlasnik toplica Franjo Keglević gradi ksenodohij. Radi se o zgradi koja je služila za prijem osoba te se nalazila između crkve i kupališta. Slijedi ubrzani razvoj toplica pa su već početkom 18. stoljeća Krapinske Toplice najpoznatije kupalište.

Procvat Krapinskih Toplica

U drugoj polovici 18. stoljeća (1772. godine) u toplicama se koriste tri izvora, pri čemu je srednji izvor (Gospodska kupelj) već tada natkriven. Pravi procvat Krapinske Toplice doživljava 1859. g. kada poznati trgovac Jakob Badl kupuje postojeće i gradi nove kupelji (Jakobova, Marijina i Pučka kupelj). Pored njih također se gradi hotel, lječilište, restoran (Bellevue) te se formiraju i sade parkovi i aleja. Upravo iz navedenog razloga Krapinske Toplice postaju omiljeno mondeno kupalište austrougarske elite. O kvaliteti tadašnje turističke ponude Krapinskih Toplica govori podatak da su 1882. i 1885. g. osvojile zlatnu medalju za turističku kvalitetu na međunarodnim izložbama. Sredinom 20. stoljeća osniva se Kupališno lječilište koje desetak godina kasnije prerasta u Bolnicu za reumatske bolesti i rehabilitaciju.

Slika 3. Krapinske Toplice u povijesti



Izvor: <https://www.aquae-vivae.hr/povijest-kupalista/>

Krapinske Toplice danas

Moderni uzlet u sektoru zdravstva započeo je na odjelu za reumatologiju da bi se s vremenom djelatnost proširila i na ortopediju, neurologiju i kardiologiju. Krajem 20. stoljeća grade se dvije nove bolničke zgrade. Ova ustanova od 1994. godine djeluje pod nazivom Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju Krapinske Toplice. Nakon osamostaljenja Republike Hrvatske Krapinske Toplice postaju središtem privatnih ulaganja u zdravstvo. Tako je 1996. g. osnovana Magdalena, prva privatna klinika u Hrvatskoj, a 2008. g. osnovana je ortopedска bolnica Akromion.¹

2.2. Analiza strateških dokumenata od interesa

U ovome dijelu analiziraju se strateški dokumenti od interesa koji obuhvaćaju sljedeće dokumente:

1. *Strategiju razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine;*
2. *Nacionalni program - Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma;*
3. *Akcijski plan razvoja kulturnog turizma;*
4. *Akcijski plan razvoja cikloturizma;*

¹ Izvor: Općina Krapinske Toplice, <https://www.krapinske-toplice.hr/krapinske-toplice/povijest/>

5. *Master plan razvoja turizma Krapinsko – zagorske županije za razdoblje od 2016. do 2025. godine;*
6. *Operativni plan razvoja cikloturizma Krapinsko-zagorske županije;*
7. *Nacionalni program – Akcijski plan razvoja kongresnog turizma.*

Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine

Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine dokument je kojeg je Vlada usvojila u travnju 2013. godine neposredno prije ulaska Republike Hrvatske u formalno pravno članstvo Europske unije. U samim polazištima Strategije je dobro detektirano naslijede, sadašnja pozicija i mogućnosti razvoja hrvatskog turizma. Hrvatski turizam je nakon uspostave državne samostalnosti prošao dvadesetogodišnji proces tranzicije bremenit svim problemima i proturječnostima gospodarskog i društvenog razvitka zemlje. Noseći teret naslijedene i razmjerno neefikasne poslovne strukture, suočavajući se s posljedicama rata i s efektima različitih modela privatizacije, hrvatski turizam je ipak pokazao svoju vitalnost zahvaljujući snazi i interesu inozemnog tržišta, atraktivnosti zemlje i, osobito, otpornosti turizma kao fenomena na povremene globalne poremećaje. Unatoč svim nedaćama koje su pratile Hrvatsku u proteklom razdoblju, turizam je značajno podigao svoje poslovne rezultate, osobito od 2000. godine, a u vrijeme globalne krize proteklih nekoliko godina pokazao visoku rezistentnost, što je potvrđeno stopama rasta višim od onih što su ih postigle zemlje u konkurenckom okružju (Mediteran). Izvjesno je, međutim, da se Hrvatska s ulaskom u EU suočava s novim izazovima, ali i s novim prilikama u turizmu. Europska unija prepoznaje Hrvatsku kao turističku destinaciju s potencijalom, pa je naša zadaća da ih maksimalno iskoristimo u interesu rasta vlastitog blagostanja, a koristeći vrijednosni sustav održivog razvoja i konkurenntske strategije EU na području turizma.

U tom kontekstu "Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine" kao krovni razvojni dokument hrvatskog turizma, a koja nastaje u uvjetima vrlo skorog pristupanja Hrvatske Europskoj uniji, treba dati putokaz i otvoriti novi prostor za razvoj turizma u nadolazećem razdoblju. Izražene ekonomski i političke nestabilnosti na globalnoj razini i u Europskoj uniji, novi uvjeti hrvatskog makro-okruženja kao i dinamične promjene zahtjeva potrošača na globalnom turističkom tržištu upućuju na nužnost preispitivanja dosadašnjeg modela razvoja turizma u Hrvatskoj sa svrhom postavljanja razvojnih smjernica i operativnih strategija za nastupajuće razdoblje.

Sukladno tome, Strategija razvoja turizma RH do 2020. daje odgovor na pitanje kakav turizam Hrvatska želi i treba razvijati te utvrđuje ključne aktivnosti turističke politike usmjerene na osiguravanje proizvodnih, institucionalnih, organizacijskih i ljudskih prepostavki za poboljšavanje konkurenntske sposobnosti hrvatskog turizma i korištenje resursne osnove na načelima odgovornog i održivog razvoja. Konačno, budući da je riječ i o dokumentu koji bi trebao osigurati uklapanje Hrvatske u konsolidiranu turističku politiku Europske unije, Strategija razvoja turizma RH do 2020. predstavlja cjelovit konceptualni okvir koji omogućava:

- *koordinirano djelovanje nositelja turističke politike i sustavno usuglašavanje mjera turističke politike;*
- *cjelovito razumijevanje ključnih pravaca razvoja hrvatskog turizma kao preduvjet privlačenja interesa potencijalnih domaćih i stranih ulagača; te*
- *ciljano usmjeravanje razvojno-investicijskog procesa i efikasno povlačenje sredstava EU fondova.*

Strategija razvoja turizma RH do 2020. polazi od analize ključnih pokazatelja dostignutog razvoja, sagledava razvojna ograničenja i razvojne mogućnosti koje se očitavaju iz relevantnih razvojnih trendova u globalnom okruženju te prepoznaje ključne činitelje uspjeha na koje se hrvatska turistička politika mora usredotočiti u razdoblju do 2020. godine.

Nalazi ‘status quo’ analize, uz definiranje ključnih razvojnih načela, stvaraju pretpostavke za postavljanje nove razvojne vizije i strateških ciljeva te zadataka koji se žele ostvariti do 2020. godine. Razvojna načela odraz su kako razumijevanja razvojnog procesa i očekivanih promjena u makro-okruženju, tako i potrebe za uspostavom preduvjeta za dugoročno održiv i konkurentan turistički razvoj Hrvatske. Na toj osnovi uspostavlja se i novi sustav vrijednosti, prilagođen tržištu, iz kojeg je izvedena razvojna vizija te strateški ciljevi razvoja do 2020. g. Strategija turizma RH do 2020. g. je identificirala i strukturirala sadašnje stanje i razvojne trendove hrvatskog turizma pa se dobrim dijelom slično može primijeniti i na Općinu Krapinske Toplice. Dodirne točke Strategije i razvoja turizma na području Općine Krapinske Toplice su:

Turistički proizvod

Struktura turističkih proizvoda u Hrvatskoj se u posljednjih desetak godina mijenjala samo u manjem dijelu, a na što upućuje i krivulja sezonalnosti. S obzirom na današnji doprinos u turističkom prihodu, turistički proizvodi u Hrvatskoj mogu se podijeliti na:

1. *Dominantne proizvode (svaki proizvod doprinosi minimalno 5% u strukturi prihoda);*
2. *Proizvode s izraženom perspektivom razvoja.*

1. Dominantni proizvodi

Poslovni turizam

Usprkos tome što je ovaj vid turizma vrlo osjetljiv na domaće, ali i globalne ekonomski trendove, individualni i grupni poslovni gosti čine relativno stabilan izvor potražnje koja, ovisno o trendovima, mijenja samo svoja kvalitativna obilježja. Istraživanja među hotelijerima pokazuju da poslovni gosti čine stabilnih 10% do 15% udjela svih hotelskih gostiju. Glavna barijera rastu proizvoda je nedostatak kongresne infrastrukture (kongresni centri) i još uvjek nekonkurentan sustav upravljanja i komercijalizacije proizvoda. Uklanjanjem ovih nedostataka

mogao bi se osobito na regionalnom tržištu i izabranim nišnim tržištima naći veći prostor za kvalitetniji razvojni iskorak.

Ovaj oblik turizma zastavljen je u Općini Krapinske Toplice u manjem dijelu, obzirom da se poslovna događanja zasad mogu odvijati samo u Hotelu Villa Magdalena, stoga je u narednom periodu potrebno stvoriti preduvjete za obogaćivanje ponude i daljnji razvoj poslovnog turizma u destinaciji putem, primjerice, inovacija postojeće kongresne ponude kroz fleksibilnije mogućnosti korištenja alternativnih objekata i lokaliteta, izgradnju nove kongresne infrastrukture i sl.

Slika 4. Poslovni turizam



Izvor: <http://www.saopaulocenter.com.br/como-organizar-eventos-corporativos/>

Kulturni turizam

Neupitno je da je na državnoj razini, kao i u nizu destinacija, u posljednjih 10 godina mnogo učinjeno na razvoju ove grupe proizvoda, ponajviše zahvaljujući donošenju državne strategije razvoja kulturnog turizma, ali i sustavnom radu na kreiranju regionalno i globalno prepoznatih događanja i pojačanom otvaranju kulturnom turizmu od strane sve većeg broja pojedinačnih destinacija. Ključne barijere dalnjem rastu treba tražiti u sustavu komercijalizacije (prije svega u integriranju u svjetske sustave), a potom i u sustavu destinacijskog upravljanja kojim bi se kulturni sadržaji na pravi način integrirali u pozicioniranje i isporuku ukupnog doživljaja na razini pojedinih destinacija. Posebno relevantni proizvodi kulturnog turizma za Hrvatsku uključuju: (i) gradski turizam, (ii) **turizam baštine**, (iii) turizam događanja, (iv) kreativni turizam te (v) vjerski turizam.

Općina Krapinske Toplice posjeduje turističke potencijale u kontekstu kulturne i prirodne baštine te svakako treba promotriti mogućnost osmišljavanja i realizacije različitih programa i projekata usmjerenih zaštiti, obnovi i vrednovanju kulturne i prirodne baštine svršishodnjim

uključivanjem u turističku ponudu. Na raspolaganju su brojne mogućnosti ulaganja u obnovu graditeljske baštine na području Općine (tradicijeske kuće i/ili pripadajući gospodarski objekti u okućnici, stari podrumi/konobe, klijeti, tradicijske radionice, registrirane privatne etno zbirke), zatim ulaganja u različite kulturno-turističke projekte (projekte za kreativne radionice, info-točka s informacijama o kulturnim dobrima kraja/područja, prevodenje vodiča na strane jezike), projekti ulaganja u dodatno uređenje i zaštitu prirodne baštine: vidikovci, poučne, pješačke staze, zaštićeni parkovi/tematski parkovi i dr.² Kao neke od dodatnih opcija ističu se i uspostava suvremenog centra za posjetitelje uz ključne atrakcije, identifikacija mogućnosti razvoja novih događanja s potencijalom međunarodne prepoznatljivosti i gradnje imidža destinacija, poticanje razvoja kulturnih tematskih cesta i putova (npr. povjesne ceste, putovi baštine, vjerski putovi), a što podrazumijeva i jasne razvojne kriterije i sustave upravljanja, poticanje primjene minimalne razine turistifikacije kulturnih objekata (npr. radno vrijeme prilagođeno turistima, osnovna interpretacija na svjetskim jezicima) te ulaganje u kulturna, zabavna i sportska događanja.³

2. Proizvodi s izraženom perspektivom razvoja

Zdravstveni turizam

Raspoloživi podaci ukazuju na to da su proizvodi zdravstvenog turizma 2010. godine na globalnoj razini generirali prihod od oko 200 milijardi američkih dolara te da rastu 15% do 20% godišnje. Zbog blizine velikim tržištima, prirodne ljepote i povoljne klime, sigurnosti zemlje, duge tradicije, konkurentnih cijena i općenito dobre reputacije zdravstvenih usluga, Hrvatska ima komparativne prednosti za razvoj zdravstvenog turizma. Proizvodi zdravstvenog turizma danas posebno relevantni za Hrvatsku su (1) wellness turizam, (2) lječilišni turizam i (3) medicinski turizam. S obzirom na trend starenja populacije, ali i rastuću orijentaciju prema ‘zdravom životu’ i zdravstvenoj prevenciji, očekuje se da će zdravstveni turizam biti jedan od glavnih motiva putovanja u budućnosti. Ključni koncepti za koje se očekuje da će biti sve važniji u oblikovanju ponude zdravstvenog turizma uključuju ‘inovativno’, ‘autentično’, ‘zeleno’ i ‘holističko’. U tom smislu, specifični faktori uspjeha proizvoda zdravstvenog turizma odnose se, prije svega, na kvalitetu specijaliziranih zdravstvenih centara/institucija, kvalitetu prateće turističke ponude te kompatibilan razvoj destinacije.⁴ U 2020. godini, medicinski/holistički wellness turizam, a osobito programi vezani uz talasoterapiju, predstavljat će najvažniji segment hrvatske zdravstveno-turističke ponude i neizostavnu sastavnicu različitih, po mjeri krojenih i globalno konkurentnih turističkih doživljaja, osobito u pred i posezoni. Bogatstvo i raznolikost wellness programa/sadržaja, u kombinaciji s lakom cjelogodišnjom dostupnošću, visokom ambijentalnošću i ekološkom očuvanošću kao i širinom/dubinom destinacijskog lanca vrijednosti, predstavljat će ključne razlikovne elemente

² Izvor: <https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arkhiva/100402-bastina-poziv.pdf>, <https://www.minkulture.hr/default.aspx?id=6212>, <https://www.visitzagorje.hr/stranica/prirodna-bastina>

³ Izvor: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_05_55_1119.html

⁴ Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine

i dobru osnovu za uspostavu međunarodno prepoznatljivog i poželjnog turističkog brenda. Nakon izvršenog vlasničkog restrukturiranja, a kao rezultat osuvremenjivanja ponude osobito u kontinentalnom prostoru, lječilišni turizam RH bit će u 2020. godini tehnološki konkurentan turistički proizvod, prikladno stopljen sa srednjoeuropskim konkurenckim okruženjem. Lječilišna specijalizacija, kvaliteta prirodnih ljekovitih činitelja u kombinaciji s vizualnom i ambijentalnom poželjnošću, kako objekata ponude, tako i cijelokupnog okruženja, uz uspostavu destinacijskog lanca vrijednosti primjerene širine/dubine, predstavljat će ključne razlikovne elemente i dobru osnovu za učinkovito i održivo tržišno pozicioniranje. U 2020. godini medicinski turizam na području RH bit će vertikalno integriran, kvalitetom konkurentan i cijenom atraktivn turistički proizvod fokusiran ponajviše na odabrane segmente potražnje na globalnom tržištu. Obvezna akreditacija, međunarodno certificiranje istaknutih hrvatskih medicinskih ustanova te zadovoljavajuća širina/dubina destinacijskog lanca vrijednosti, zajedno sa strateškim povezivanjem, osobito u sferi paketiranja i prodaje, pridonijet će jačanju tržišne usmjerenoosti izabralih hrvatskih pružatelja usluga medicinskog turizma prema neproračunskoj i ili inozemnoj potražnji.⁵

Općina Krapinske Toplice Krapinske Toplice jedino je mjesto u Hrvatskoj koje posjeduje sva tri vida zdravstvenog turizma – wellness, lječilište te bolnice. Klinika Magdalena nositelj je dijamantnog ranga kanadske akreditacije, nedavno je akreditirana Specijalna bolnica za ortopediju “Akromion”, hoteli i Aquae Viva te stožerna ustanova Općine, Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju, glavni su fokus preko kojih Općina uspješno gradi destinaciju turizma zdravlja.⁶ Dodatni napor planiraju se uložiti u unapređenje prepoznatljivosti, povećanje stručne sposobnosti te u obogaćivanje ponude wellness turizma Općine, unapređivanje i diferenciranje ponude te povećanje tržišne poželjnosti destinacije u sklopu lječilišnog turizma, kao i u unapređenje međunarodne prepoznatljivosti, međunarodne poželjnosti RH i proširenje ponude u kontekstu medicinskog turizma, a sve kako bi se Općina svojom ponudom potencijalno približila uz bok inozemnim konkurentima.⁷

⁵ Izvor: Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma, Zagreb, prosinac 2014.

⁶ Izvor: <https://www.zagorje-international.hr/index.php/2019/04/05/krapinske-toplice-jedino-su-mjesto-u-hrvatskoj-koje-ima-sva-tri-vida-zdravstvenog-turizma-bolnice-ljeciliste-i-wellness/>

⁷ Izvor: Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma, Zagreb, prosinac 2014.

Slika 5. Medicinski turizam



Izvor: <http://www.4seasonscroatia.com/medicinski-turizam-i-globalni-trendovi/401/>

Cikloturizam (Aktivni turizam)

U europskim okvirima procjenjuje se da će udio putovanja tijekom kojih je biciklizam glavna aktivnost ili je bicikl glavno prijevozno sredstvo porasti u idućih 10 godina više od 10 postotnih bodova. Još je značajniji tržišni segment onih kojima je tijekom odmora vožnja biciklom važna dodatna aktivnost. Iako je Hrvatska relativno dobro premrežena lokalnim i županijskim biciklističkim stazama, od kojih su neke dio međunarodnih biciklističkih ruta, proizvod još uvijek nije adekvatno valoriziran ni komercijaliziran. Na lokalnoj i županijskoj razini potrebno je stvaranje mreže uređenih ključnih županijskih cikloturističkih ruta, obilježavanje i unapređenje lokalnih ruta za rekreativne bicikliste na odmoru, unapređenje ponude za brdske (MTB) bicikliste, podizanje kvalitete cikloturističkih ruta kroz razvoj odmorišta i servisnih stanica za cikloturiste, razvoj i certificiranje smještajne ponude, unapređenje ugostiteljskih sadržaja i izleta za cikloturiste, unapređenje kvalitete cikloturističkog proizvoda kroz razvoj informativnih i interpretativnih sadržaja, unapređenje promocijskih aktivnosti i materijala s ciljem podizanja razine prepoznatljivosti Općine i Županije kao cikloturističke destinacije uz privlačenje većeg broja turista i posjetitelja, unapređenje dodatnih usluga za cikloturiste ('Bike - sharing' sustav) te edukacija dionika o važnosti razvoja biciklizma i cikloturizma s ciljem podizanja svijesti lokalnog stanovništva o biciklizmu i mogućnostima cikloturizma u Općini Krapinske Toplice i Županiji.⁸

Pustolovni i sportski turizam (Aktivni turizam)

Radi se o opsegom sve značajnijoj i brzo rastućoj grupi proizvoda za koju neki operatori prijavljuju rast do 30% godišnje, koja uključuje, primjerice, ronjenje, kajaking i kanuing, rafting, adrenalinske sportove, lov, ribolov i zimske sportove te sportske pripreme. Iako se, posebice u brdovitom i obalnom dijelu Hrvatske, ubrzano razvija široka ponuda različitih,

⁸ Izvor: Operativni plan razvoja cikloturizma Krapinsko-zagorske županije, Zagreb, rujan 2017. godine

uključivo nišnih (npr. špiljarenje, paragliding), pustolovno/sportskih programa, Hrvatska još uvjek nedovoljno koristi svoje komparativne prednosti za razvoj ove skupine proizvoda.⁹

Promociju sporta i zdravog života u okviru aktivnog bavljenja sportom promiču brojne sportske udruge u Općini Krapinske Toplice, one okupljaju članove koji djeluju u sportovima kao što su odbojka, kuglanje, stolni tenis, nogomet te drugi sportovi. U Općini se jednako tako nalazi i Konjički klub „Horses for Champions“ koji nudi koji nudi početnu i naprednu školu jahanja te rekreativno jahanje na izuzetno mirnim i staloženim konjima, individualno jahanje, individualni sportski sat jahanja - (dresura ili prepone), šetnje na konju, terensko jahanje, te vožnju pony kočijom za djecu. Općina stoga posjeduje znatan potencijal za razvoj sportsko-rekreacijske ponude koja bi obogatila postojeću turističku ponudu mesta te tako stvorila preduvjete za daljnji razvoj drugih vrsta turizma.¹⁰ U ovome dijelu također je bitno napomenuti da su kineski ulagači još u 2018. godini izrazili zainteresiranost za gradnju Sportskog parka u Krapinskim Toplicama, što bi svakako dalo dodatni vjetar u leđa razvoju i promociji ovog oblika turizma na prostoru Općine. Općina jednakom tako planira izgradnju nove sportske dvorane i uređenje igrališta.

Kada govorimo o ranije navedenim specifičnim vrstama turizma za kojima na turističkim emitivnim tržištima vlada najveći interes i koji bilježe najveći rast, možemo zaključiti da Općina Krapinske Toplice ima sve preduvjete za njihov daljnji razvoj sukladno Strategiji razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020.

Gastronomija i enologija

Složeni proizvod koji konzumiraju gotovo svi turisti, iako relativno malen broj međunarodnih turista putuje isključivo zbog gastro-enoloških iskustava, pa rast potražnje generira uglavnom domaća populacija. Raspoloživa istraživanja pokazuju da oko 160 tisuća građana Hrvatske posjećuje vinske ceste, pri čemu ih 61% kupuje lokalna vina, a 63% lokalne prehrambene proizvode. Nadalje, 53% posjetitelja naručuje lokalna vina u restoranima. Iako su se gastronomija i enologija kao turistički proizvod najviše razvili na području Istre, a potom u Dalmaciji i Slavoniji, sustavan pristup razvoju gastro-enološke turističke ponude još je nedovoljno valoriziran iako je već dugi niz godina sastavni dio turističke promocije zemlje.¹¹

Zahvaljujući božanstvenim prirodnim karakteristikama i brežuljcima okrenutim najpogodnijem suncu, u Zagorju od davnina cvate vinogradarska proizvodnja. Ona je odredila razvoj i običaje ovog kraja u kojem danas živi 150 tisuća stanovnika. Zagorje je unatoč urbanizaciji posljednjih desetljeća vrlo živima uspjelo sačuvati čarolije seljačkog života. Zagorski agroturizam je stoga i jedinstven po ponudi tradicionalnih jela i pića, uzgoju prirodne hrane, te s njima i povezanih običaja, jer tu tradicija nikada nije postala stvar prošlosti. U zagorskim vinogorjima se na seljačkim turističkim gospodarstvima uz božansku kapljicu nude najrazličitije turističke

⁹ Izvor: Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine

¹⁰ Izvor: Lokalna razvojna strategija Općine Krapinske Toplice za razdoblje 2014. – 2020. godine

¹¹ Izvor: Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine

delicije, od vrhunskih doživljaja života na selu, boravka u očuvanoj prirodi, sve do brojnih kulturnih i društvenih događanja. Za razvoj agroturizma u Zagorju, u kraju inače tradicionalne i žive ruralne baštine, a ponajprije prepoznatljivom po bogatim kulturnim vrijednostima, mnogobrojnim toplicama i ljekovitim termalnim izvorima - zaslužni su ljudi koji su prije desetak godina počeli sustavno graditi zagorski seoski turizam. Prve kamene temeljce ruralnom turizmu u Zagorju još su prije dvadesetak godina počele samoinicijativno postavljati pojedine obitelji poljoprivrednih proizvođača i vinara. ***Vinogorje Zabok*** koje pokriva područje Općine Krapinske Toplice prostire se od Krapinskih Toplica, preko velikog Trgovišća do Bedekovčne i Svetog Križa Začretje. Tu se u vrhunskim vinima sljubljenim s domaćim zagorskim specijalitetima može uživati u objektima seljačkih domaćinstvima uz gostoprimstvo i toplinu njihovih domaćina. Posebice valja istaknuti ***Vinariju i vinograde Petrač*** koji se nalaze u blizini Krapinskih Toplica, na Hršak bregu, a čiji su vinogradi zasađeni na oko 10 hektara ukupne površine bijelim sortama graševina i chardonnaya - 10.000 čokota - te crvenim sortama cabernet sauvignona i merlota - 22.000 i 4.000 čokota. Od početka komercijalnog bavljenja proizvodnjom vina naglasak je na kvaliteti, što dokazuju osvojene medalje i priznanja na ocjenjivanjima u Hrvatskoj, Sloveniji i Italiji. U sklopu novog podruma predviđen je prostor namijenjen degustaciji i edukaciji te međusobnoj razmjenci iskustava enologa, vinogradara i sommeliera. ***Hotel "Villa Magdalena"*** sjedi na brežuljku koji dominira iznad središta Krapinskih Toplica, a njezin nadaleko poznati restoran ima jednako visoke ciljeve. To ne potvrđuje samo uvrštanje dotičnog na stranice austrijskog izdanja prestižnog gastro-vodiča "Gaut Millau" (sa 14 od 20 mogućih bodova) ili ubrajanje u top 100 hrvatskih restorana, već i pomak u cijelokupnoj ponudi "Magdalene" koji je vidljiv već s ulaza. Jelovnik koncipiran u sljedovima, zasnovanima na sljubljivanju najvažnijih europskih kulinarskih tradicija te metoda s autohtonom zagorskom gastronomijom zadovoljiti će i najzahtjevnije nepce. Štoviše, najotporniji će morati kapitulirati pred delicijama poput paštete od jelena s džemom od šljiva na tostu, biftekom na žaru u umaku od šumskog voća zaokruženim ponosom restorana, tortom "Okus Zagorja" sazdanom od bijele čokolade, maka i djevičanskog bučinog ulja. U skladu s renomeom restorana je i vinska karta u koju su uvršteni svi važniji hrvatski vinari. ***Toplice Hotel***, a koji je trenutno zatvoren, za gurmansi je doživljaj svojim gostima nudio pansionski restoran te a la carte restoran sa autohtonom gastronomijom, kao i raznovrsnu (prilagođenu vrstu kuhinje VEGE & MAKROBIOTIK). Okuse Zagorja ***voden park Aquae Viva*** priprema za svoje goste tokom cijelog dana u moderno uređenom prostoru self-service restorana. Self-service restoran nalazi se tik uz bazene, a u ponudi su mnogobrojna svakodnevno svježe pripremljena jela, wok, pizze, razne vrste salata, svježe sezonsko voće. Svakodnevno su u ponudi i jela bez glutena (pizze, slastice) i niskokalorična jela. Uz svako jelo ističe se popis alergena, čime se gostima jamči sigurnost konzumacije. ***Ranch „Horses for Champions“*** za sve svoje korisnike nudi vrhunsku okrjeпу u bistrou "Ranch". U Općini Krapinske Toplice nalazi se i ***„Šestica grill“***, grill restoran koji svojim posjetiteljima pruža iznimno ugodnu, obiteljsku atmosferu te izvrsnu hranu i vino. ***Caffe bar i pizzeria "Servus"*** je jedina pizzerija u Krapinskim Toplicama, a radi se o nastavku obiteljske ugostiteljske tradicije koja u istom objektu postoji od tridesetih godina prošlog stoljeća. "Servus" je simpatično mjesto s preglednom ponudom raznih pizza, od kojih su, kao i posvuda u Zagorju, najpopularnije one koje uključuju neke "domaće" dodatke poput špeka, jaja i feferonja. ***OPG Ivan Halapir – Izletište „Kod Đurđe“*** OPG je čiji se članovi bave prvenstveno proizvodnjom vina, ali uzgajaju

i guske, race, pure, kokoši, a imaju i svoje kukuruzno i pšenično brašno. Svoje proizvode nude u sklopu seoskog domaćinstva, s obzirom da posjeduju i ugostiteljski objekt odnosno restoran, u kojemu nude razne zagorske delicije te vlastita vina. Zaključno, u kontekstu ovog specifičnog oblika turizma na području Općine ima prostora za napredak u vidu izgradnje i primjereno opremanja većeg broja novih (većih i manjih) ugostiteljskih objekata, poticanja povezivanja lokalnih proizvođača poljoprivrednih proizvoda s ugostiteljskim sektorom (klaster), poticanja razvoja gastro-enoloških tematskih cesta i putova (npr. vinske ceste, ceste sira, ceste bučinog ulja i sl.), poticanja ulaganja u događanja na temu hrane i pića i sl.¹²

Ruralni turizam

Procjenjuje se da ruralni turizam, uključujući i planinska područja, sudjeluje u ukupnim međunarodnim putovanjima s udjelom od oko 3%, uz godišnji rast od oko 6%. Suočena s nerazvijenom domaćom potražnjom i nepotičajnim okruženjem, hrvatska se ponuda ruralnog turizma razvija izuzetno sporo. Iznimka je samo Istra, a donekle i Osječko-baranjska županija. S ciljem daljnog jačanja agroturizma odnosno seoskog turizma Općine uz kvalitetno povezivanje sa eno-gastro turizmom, trebalo bi se pristupiti i sadržajnom obogaćivanju postojeće ponude obiteljskih seoskih gospodarstava, ponaviše kroz uspostavu novih lokalnih/regionalnih ljudskom rukom stvorenih atrakcija kao što su vinski podrumi, rekreacijski sadržaji, vidikovci, tematski parkovi i slično, zatim uređenju pojedinačnih seoskih gospodarstava poštujući i/ili interpretirajući elemente tradicionalnog lokalnog graditeljstva i uređenja okoliša itd..

Nacionalni program - Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma

Prema kriterijima atraktivnosti i konkurentnosti, zdravstveni turizam ulazi u skupinu potencijalno vodećih proizvodnih grupa Hrvatske. Radi se o proizvodu koji danas na globalnoj razini iskazuje iznadprosječne godišnje stope rasta, a trendovi starenja populacije i orijentacije na zdravi život ukazuju da zdravstveni turizam ima potencijal postati jedan od glavnih motiva putovanja u budućnosti. S obzirom na značajne komparativne prednosti Hrvatske za razvoj zdravstvenog turizma, a koje prije svega podrazumijevaju kvalificiran kadar i općenito dobru reputaciju zdravstvenih usluga, ali i konkurentne cijene, blizinu velikim emitivnim tržištima, prirodne ljepote i povoljnu klimu, sigurnost zemlje kao i dugu tradiciju u turizmu, moguće je ustvrditi da se radi o proizvodu s visokim potencijalom rasta i u našoj zemlji. Prepoznajući taj potencijal, Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine (NN 55/2013.) predviđa daljnji razvoj zdravstvenog turizma odnosno svih njegovih modaliteta. Strategija pozicionira lječilišni turizam kao nositelja ili 'jezgru' zdravstveno-turističke ponude Hrvatske, uz pretpostavku osiguranja diferencijacije lječilišnih destinacija i bitnog podizanja njihove kvalitete. Pri tome se spoj talasoterapijske i ponude kontinentalnih termi ocjenjuje kao strateška prednost Hrvatske u užem konkurenckom krugu. Daljni razvoj medicinskog turizma proizlazit će iz unapređenja kvalitete ponude kao i pojačanih komunikacijskih i

¹² Izvor: Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine

prodajnih napora te umrežavanja Hrvatske sa sustavima zdravstvenog osiguranja drugih članica EU. Konačno, u odnosu na daljnji razvoj wellnessa Strategija predviđa pomake u smjeru medicinskog wellnessa, nastavak trenda pozicioniranja hotela u skladu s posebnim standardima za wellness te proširenje wellness ponude i u kampove. Zdravstveni turizam također je sagledan kao interdisciplinarno područje u Nacionalnoj strategiji razvoja zdravstva Hrvatske 2012-2020. (NN116/2012).

Strategija razvoja turizma do 2020. i Nacionalna strategija razvoja zdravstva 2012.-2020. predviđele su izradu **Akcijskog plana razvoja zdravstvenog turizma RH** kao jednu od mjera za unapređenje zdravstvenog turizma u Hrvatskoj. U tom smislu, riječ je o dokumentu koji treba predstavljati zajedničku međuresornu platformu za sustavno podizanje konkurentnosti zdravstveno-turističke ponude RH kroz učinkovitu provedbu aktivnosti u ingerenciji različitih relevantnih razvojnih dionika.

Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma RH ima za cilj usuglasiti i usustaviti djelovanje njegovih glavnih razvojnih dionika u javnom, privatnom i civilnom sektoru. Polazeći od aktualnog razvojnog trenutka hrvatskog turizma i tržišne pozicije zdravstvenog turizma, dokumentom se posebno ukazuje na potrebu prilagodbe postojećeg zakonodavnog okvira, na nužnost vlasničke transformacije u cilju privlačenja novog razvojnog kapitala, ali i na potrebu dodatnog obrazovanja pružatelja zdravstveno-turističkih usluga, akreditiranja i/ili certificiranja lječilišta/specijalnih bolnica, odnosno na potrebu poslovnog udruživanja i unapređenje sustava promocije. Sve bi to trebalo rezultirati:

- *Sadržajnom diversifikacijom postojećih termalnih/talaso lječilišta i/ili specijalnih bolnica – uz postojeće sadržaje pretežito namijenjene bolesnim osobama, a koje valja bitno osvježiti novim ulaganjima, postojeća lječilišta/specijalne bolnice valja dodatno opremiti sadržajima primjerenim potrebama različitih segmenata potencijalnih korisnika medicinskih i wellness te rekreativskih usluga. Polazeći od značajki prirodnog činitelja (termalna voda, ljekovito blato, more i sl.), uspješno tržišno poslovanje prepostavlja sadržajno profiliranje i specijaliziranje hrvatskih lječilišta/specijalnih bolnica kako bi se smanjila njihova poslovna ovisnost o korisnicima HZZO sustava odnosno kako bi se u većoj mjeri privukla platežno sposobnija turistička potražnja. U tom smislu valja procijeniti mogućnosti i oportunitet poslovnog razdvajanja bolničkih sadržaja od ponude sadržaja zdravstvenog wellnessa.*
- *Osuvremenjivanjem ponude postojećih termalnih/talaso lječilišta i/ili specijalnih bolnica – s izuzetkom nekoliko pokušaja osuvremenjivanja ponude, hrvatska termalna lječilišta/specijalne bolnice su zastarjele kako s aspekta funkcionalnosti objekata i opreme, tako i s aspekta ponude zdravstvenih programa namijenjenih turističkom tržištu. Osim osuvremenjivanja i/ili izgradnje dijagnostičkih i terapijskih centara, potrebno je podizanje kvalitete smještajnih kapaciteta (izjednačavanje s hotelskim standardima više kategorije) kao i uređenje/izgradnja određenog broja zabavnih sadržaja ('water fun' parkovi, sportski sadržaji, sadržaji za provođenje slobodnog vremena i sl.).*

- Novom izgradnjom zdravstveno-turističkih sadržaja – uz izgradnju novih smještajnih (hotelskih) objekata vezanih uz postojeća termalna/talaso lječilišta i/ili specijalne bolnice na lokalitetima u njihovoj neposrednoj blizini (uz osiguranje pristupa prirodnim ljekovitim činiteljima), potrebno je uspostaviti i nekoliko potpuno novih zdravstveno-turističkih centara/destinacija. U njihovom osmišljavanju i izvedbi valja se pridržavati najbolje međunarodne poslovne prakse.
- Strateškim povezivanjem pružatelja usluga zdravstvenog turizma – u cilju osiguranja kvalitete usluge i želenog tržišnog penetriranja u kratkom i srednjem roku, valja sagledati mogućnosti različitih oblika strateškog povezivanja, i to: (i) intrasektorskog povezivanje na nacionalnoj i međunarodnoj razini, (ii) intersektorskog povezivanja s posebnim naglaskom na povezivanje sa sektorima proizvodnje hrane i farmaceutike, te (iii) povezivanja i suradnje znanstvenih institucija, gospodarstva i javnih institucija sukladno načelima Triple Helix koncepta.
- Usputstvovanjem sustava poticaja – u cilju razvoja međunarodno konkurentne zdravstveno turističke ponude, a posebice imajući u vidu da je velik broj objekata zdravstveno-turističke ponude lociran na kontinentu, poželjno je osigurati značajno fiskalno i financijsko poticanje, kao i korištenje sredstava strukturnih fondova EU.¹³

Akcijski plan razvoja kulturnog turizma

Akcijski plan razvoja kulturnog turizma nastavak je planiranih aktivnosti na realizaciji Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine (NN55/2013). Njegov cilj je uspostaviti zajedničku razvojnu platformu te usuglasiti djelovanje glavnih dionika relevantnih za razvoj kulturnog turizma u Hrvatskoj. Prema odrednicama Strategije razvoja turizma RH do 2020., kulturni turizam, prema kriteriju atraktivnosti, uvršten je u potencijalno vodeće proizvodne grupe hrvatske turističke ponude. Za Hrvatsku relevantni proizvodi kulturnog turizma definirani Strategijom uključuju: gradski turizam, *turizam baštine*, turizam događanja, kreativni turizam i vjerski turizam. Ukoliko se to stavi u odnos sa činjenicom da se danas procjenjuje da oko 40% svih međunarodnih putovanja uključuje komponentu kulture, dolazi se do potrebe intenzivnijeg i bržeg razvoja ovoga proizvoda kako bi se bolje iskoristili njegovi potencijali. U okviru toga potrebno je osmisliti načine sustavne valorizacije raznih oblika baštine i suvremene kulturne produkcije i identificiranja projekata nacionalnog i regionalnog značaja te definirati razvojni model kojim kultura i turizam mogu ostvarivati sinergijske učinke.

U definiranju smjernica i ciljeva razvoja kulturnog turizma polazi se od načelnih strateških odrednica razvoja turizma te razvoja kulturnog turizma predloženih Strategijom razvoja hrvatskog turizma do 2020. g., rezultata analize ponude i potražnje za proizvodima kulturnog turizma te uvažavajući stavove i mišljenja dionika proizašlih iz konzultativnog procesa. Smjernice za razvoj kulturnog turizma proizlaze iz krovne nacionalne turističke strategije (SRHT2020). Prema ovom dokumentu kulturni turizam treba dati ključni doprinos realizaciji vizije i općih ciljeva turističkog razvoja:

¹³ Izvor: Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma, Zagreb, prosinac 2014.

- ✓ *postizanju globalne prepoznatljivosti na turističkom tržištu,*
- ✓ *tržišnom repozicioniranju s destinacije 'sunca i mora' prema ponudi raznovrsnih autentičnih sadržaja i doživljaja,*
- ✓ *vremenskom proširenju i geografskoj disperziji turističke potražnje, odnosno vremenski i prostorno ravnomernijem turističkom razvoju,*
- ✓ *bogaćenju proizvodnog portfela hrvatskog turizma kako bi se povećao broj turističkih dolazaka i turistička potrošnja.¹⁴*

Akcijski plan razvoja cikloturizma

Cikloturizam i drugi oblici korištenja bicikala u turizmu spadaju u rastuće oblike turističkih aktivnosti. Procjenjuje se da će u europskim okvirima udio putovanja tijekom kojih je vožnja bicikala glavna aktivnost ili je bicikl glavno prijevozno sredstvo porasti u idućih desetak godina više od deset posto, a još je značajniji tržišni segment onih kojima je tijekom odmora vožnja biciklom važna dodatna aktivnost. Iz toga proizlazi da cikloturizam predstavlja jedan od turističkih proizvoda s najvećom perspektivom razvoja.

Atraktivan i raznolik prirodni okoliš, bogata kulturno-povijesna baština iz raznolikih perioda, povoljna klima, blizina velikih tržišta, sigurnost zemlje te mnoštvo cesta s manjim intenzitetom motornog prometa i puteva pogodnih za kretanje bicikala pružaju Hrvatskoj brojne komparativne prednosti za razvoj cikloturizma. To je prepoznato i Strategijom razvoja turizma RH do 2020. godine (NN 55/2013.), zbog čega je Ministarstvo turizma potaklo izradu posebnog akcijskog plana razvoja cikloturizma. Njegov osnovni cilj je stavljanje Hrvatske na poziciju jedne od vodećih mediteranskih cikloturističkih destinacija.

Glavna prepreka snažnjem razvoju cikloturizma i korištenju bicikala za prijevoz i rekreaciju u Hrvatskoj je nepostojanje osnovne prometne infrastrukture (Nacionalne mreže cikloturističkih putova), mali broj posebno izgrađenih biciklističkih staza i traka, loše održavanje i trasiranje postojećih ruta te nepovezanost cikloturističkih ruta uslijed nedostatka veza pogodnih za bicikliste između pojedinih dijelova Hrvatske. Problem je i nedovoljno poznавanje osnovnih pojmova od strane mnogih dionika cikloturističkog razvoja, posebice razlikovanje biciklističkih ruta kao poveznica određenih točki u prostoru po prometnicama kojima se kreću biciklisti, od biciklističkih traka, staza i putova kao posebnih prometnica ili dijelova prometnica namijenjenih biciklistima. Naime, iako u Hrvatskoj postoji razmjerno velik broj obilježenih cikloturističkih ruta, od kojih su neke dio međunarodnih biciklističkih ruta, najveći dio njih svodi se u praksi samo na obilježavanje na cestama po kojima se često odvija intenzivan promet motornih vozila, a brojne rute prolaze makadamskim cestama i zemljanim putevima pogodnim samo za brdske bicikle. Pritom se često za rute neopravdano koristi pojam biciklistička staza, iako se taj pojam odnosi na posebnu od kolnika odvojenu prometnu površinu namijenjenu isključivo biciklistima, što brojne inozemne turiste dovodi u zabunu. Osim što Hrvatska po infrastrukturi namijenjenoj biciklistima zaostaje za većinom zemalja u

¹⁴ Izvor: Akcijski plan razvoja kulturnog turizma, Zagreb, ožujak 2015. godine

konkurenckom okruženju, postoji i problem nedostatne smještajno-ugostiteljske ponude za cikloturiste, slaba prateća infrastruktura te neopremljenost turističkih atrakcija. To ima za posljedicu razmjerno mali broj cikloturista koji dolaze u našu zemlju usprkos izuzetnoj atraktivnosti i raznolikosti hrvatskih krajolika i pogodnosti terena za kretanje biciklima. Stoga ovaj turistički proizvod, osim donekle u Istri, još uvijek nije dovoljno valoriziran, komercijaliziran niti promoviran.¹⁵

Cikloturizam se može promatrati kao jedan podsegment „mekog“ avanturizma (engl. soft adventure), koji osim biciklizma uključuje hodanje i šetnje, ribolov, jahanje, promatranje biljnog i životinjskog svijeta te fizički manje zahtjevne sportove na vodi. Trendovi na području „mekog“ avanturizma upućuju na konstantan rast potražnje koja se temelji na potrebi suvremenih potrošača za fizičkim aktivnostima i brizi o zdravlju. Osim što je cikloturizam jedan podsegment „mekog“ avanturizma, može ga se stoga promatrati i kao podsegment eko turizma. Glavni motiv putovanja cikloturista je aktivno ili pasivno sudjelovanje u biciklizmu, a dodatni motivi koji utječu na potražnju su sudjelovanje u natjecateljskom biciklizmu i promatranje biciklističkih događanja. Budući da oblike cikloturizma definira dužina trajanja odmora, moguće je razlikovati:

- *Jednodnevni cikloturizam – najčešći oblik cikloturizma, karakterističan za domaće turiste, odnosno dnevne izletnike;*
- *Odmorišni cikloturizam – oblik cikloturizma u kojem je biciklizam jedna od aktivnosti turista tijekom odmora;*
- *Aktivni cikloturizam – biciklizam je glavni motiv putovanja.*

Cikloturisti u većoj mjeri od glavnine ostalih vrsta turista koriste lokalnu trgovačku i ugostiteljsku ponudu, zbog čega im je važna njena raspoloživost i kvaliteta. Po pitanju prometne infrastrukture osobito im je važna sigurnost ceste, zbog čega u slučaju nepostojanja uređenih biciklističkih staza i putova preferiraju ceste sa slabijim intenzitetom prometa na kojima se ostvaruju manje brzine te destinacije s označenim rutama i raznolikim sadržajima i atrakcijama uz njih. Prilikom odabira smještaja cikloturisti daju prednost smještajnim objektima prilagođenim njihovim potrebama, odnosno kapacitetima koji udovoljavaju tzv. „bike and bed“ standardima. Ti standardi u prvom redu podrazumijevaju:

- *Mogućnost prihvata cikloturista za samo jednu noć;*
- *Sigurne prostorije za spremanje bicikala;*
- *Prostor za sušenje odjeće i putne opreme;*
- *Raznovrsnu ponudu doručka ili mogućnost korištenja kuhinje;*
- *Raspoloživost preciznih i kvalitetnih karata regije po mogućnosti s označenim biciklističkim rutama;*
- *Raspoloživost informacija o javnom prijevozu (željeznica, trajekti);*
- *Mogućnost korištenja alata za jednostavne popravke;*

¹⁵ Izvor: Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine

- *Informacije o lokacijama, radnom vremenu biciklističkih servisa u destinaciji ili njenom blžem okruženju za slučaj većih kvarova.*

Slika 6. Cikloturizam



Izvor: <https://www.villa-magdalena.net/cikloturizam-zagorje-bike/>

Glavnina prednosti Hrvatske za razvoj cikloturizma proizlazi iz značajki prostora, odnosno iz njene atrakcijske osnove. Ono po čemu se Hrvatska izdvaja u odnosu na druge zemlje u okruženju, posebice susjednu Mađarsku kao razvijenu cikloturističku destinaciju, je velika raznolikost krajolika na razmjerno malom prostoru i visoka razina očuvanosti prirode. Hrvatska se ističe i bogatom kulturno - povijesnom baštinom s mnogo lokaliteta pod zaštitom UNESCO-a te obiljem atraktivnih i očuvanih ruralnih prostora raznolikog arhitektonskog izričaja u svim dijelovima Hrvatske. Dodatno na atraktivnost Hrvatske povoljno utječe i razmjerno ugodna klima u većem dijelu godine, osobito u proljeće i jesen kao godišnjim dobima pogodna za intenzivnije bavljenje cikloturizmom.

Osim promidžbenog učinka, ulazak Hrvatske u Europsku uniju djelovao je poticajno i na uspostavljanje osnovne zakonske regulative vezane uz cikloturizam, koja čini osnovu za privlačenje sredstava iz EU fondova kao jednog od glavnih potencijalnih izvora za financiranje projekata vezanih uz cikloturizam. Treba svakako spomenuti i visoku razinu podrške javnog sektora u razvoju cikloturističke infrastrukture, čemu je doprinio i opći porast važnosti bicikлизma u Hrvatskoj. On je posljedica porasta svijesti o potrebi za čuvanjem okoliša, unapređenjem osobnog zdravlja, ali i smanjenjem izdataka za prijevoz uslijed nepovoljne gospodarske situacije. Dodatni zamah razvoju cikloturizma izazvala je potreba za širenjem turističkih aktivnosti na zapostavljeni kontinentalni dio Hrvatske te potreba za produljenjem turističke sezone. Zbog toga se povećao poduzetnički interes za bavljenje različitim aktivnostima vezanim za cikloturizam kao što su organizacija sportskih i rekreativno-turističkih biciklističkih tura i manifestacija, razvoj smještajne ponude kroz uređenje „bike friendly“

smještaja, usluge posudbe i servisa bicikala itd. Tome u prilog idu i neke specifične prednosti Hrvatske kao što su razvijena smještajna i ugostiteljska ponuda u cijelom primorskom dijelu Hrvatske, komplementarnost s ostalim oblicima turizma te gostoljubivost stanovništva, posebice u ruralnim područjima. Stoga nije neobično da su i sustav turističkih zajednica i destinacijske menadžment kompanije zainteresirane za realizaciju cikloturističkih projekata. Budući da organizacija cikloturističkih aktivnosti ima sve veću ulogu u sklopu upravljanja turizmom u destinaciji predlažu se sljedeće mjere:

- a) Uređenje bike parkova u glavnim turističkim područjima, a po mogućnosti i u većim gradovima kao što je uobičajeno u većini razvijenih europskih zemalja;
- b) Uvođenje „Bike share“ sustava osim u postojeće gradove Zagreb, Koprivnicu, Umag i Šibenik i u ostale veće hrvatske gradove i značajnija turistička središta;
- c) Poticanje prilagodbe smještajne ponude „Bike & Bed“ standardima, bilo kroz unošenje minimalnih prilagodbi za potrebe cikloturista, bilo kroz stvaranje specijalnih „bike friendly“ hotela i drugih smještajnih objekata;
- d) Poticanje cjelogodišnjeg ili barem produljenog poslovanja smještajnih i ugostiteljskih objekata u područjima zanimljivim za cikloturizam;
- e) Razvoj cikloturističkih "oaza" s gušćom mrežom atraktivnih cikloturističkih ruta kao što su Istra, Gorski kotar, Pokuplje, Banovina, Sjeverna Dalmacija i veći otoci; i
- f) Jačanje kapaciteta kontinentalnih turističkih zajednica.

Konačno, postoji i niz mjera koje se odnose na sustav informiranja i marketing, pri čemu se kao ključne mjere ističu:

- a) Veća ulaganja u kvalitetno obilježavanje i interpretaciju turističkih atrakcija, naročito u kontinentalnom dijelu Hrvatske, gdje znatan dio atrakcija nije uopće interpretiran;
- b) Snažnija distribucija informativnih i promotivnih materijala vezanih uz cikloturizam u destinacijama, posebno kvalitetnih kartografskih materijala i servisnih informacija;
- c) Integriranje cikloturističke ponude te atraktivnih i certificiranih biciklističkih ruta u opće promidžbene materijale pojedinih destinacija, naročito onih s obiljem atraktivnih ruta;
- d) Izravna promocija prema cikloturističkim tržištima Europe, što osim standardnih oblika promocije osobito uključuje Web i društvene mreže; te
- e) Općenito snažnija promidžba i brendiranje cijele Hrvatske kao cikloturističke destinacije.¹⁶

Master plan razvoja turizma Krapinsko – zagorske županije za razdoblje od 2016. do 2025. godine

Cilj Master plana je turističko strukturiranje destinacije kroz definiranje razvojnog modela turizma kojim se osmislio cjelovito razvojno rješenje te strateško usmjerenje turizma Krapinsko-zagorske županije kroz zajednički dogovor ključnih dionika u turizmu. Master planom se također potiče poduzetništvo u turizmu temeljeno na partnerstvu privatnog i javnog

¹⁶ Izvor: Akcijski plan razvoja cikloturizma, Zagreb, listopad 2015. godine

sektora, koje će dovesti sektor turizma do željene pozicije. Krapinsko-zagorska županija, kroz turizam kao jednu od strateških gospodarskih grana razvoja, potiče ekonomski razvoj regije i to kroz privlačenje novih investicija, zapošljavanje lokalnog stanovništva, povećanje prihoda lokalnog stanovništva te izgradnju imidž destinacije. Izrada Master plana razvoja turizma Krapinsko-zagorske županije bila je podijeljena u dvije faze realizirane putem ostvarene potpore Ministarstva turizma. Rezultat provedenih aktivnosti su izrađeni dokumenti: Master plan razvoja turizma Krapinsko-zagorske županije: Analiza i strateški okvir te Operativni i akcijski plan razvoja turizma. Operativni i akcijski plan imaju definiraju ključne operativne strategije iz područja podizanja konkurentnosti Zagorja, identifikaciju strateških investicijskih projekata Zagorja kao i smjernica marketinškog djelovanja Turističke zajednice Krapinsko-zagorske županije. Operativni plan obuhvaća investicije, konkurenost i marketing u sklopu čega se, između ostalog, navode primarni i sekundarni turistički projekti. Dokument Analiza i strateški okvir realiziran je kombiniranim terenskim radom na području cijele Krapinsko-zagorske županije u sklopu kojega su se obavljali terenski obilasci, posjete vodećim turističkim atrakcijama, ugostiteljskim objektima, hotelima, termama, zdravstvenim ustanovama i ostalim sudionicima turističkog sektora Zagorja. Uz to, u suradnji s Turističkom zajednicom Krapinsko-zagorske županije i Zagorskom razvojnom agencijom d.o.o. proveden je proces analize trenutnog stanja na temelju sekundarnih podataka. Na osnovi definiranog trenutnog stanja formiran je strateški okvir budućeg razvoja Zagorja i iz njega su izvedene vodeće strategije, kao i procjena modela rasta turizma do 2025. godine. Cjelokupan proces rada obuhvaćao je i set radionica, kako s predstavnicima turističkih zajednica, tako i s predstavnicima privatnog te javnog sektora Krapinsko-zagorske županije. Master plan razvoja turizma Krapinsko-zagorske županije usklađen je sa Strategijom razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine.

Operativni plan razvoja cikloturizma Krapinsko-zagorske županije

Operativni plan razvoja cikloturizma osnovni je dokument na temelju kojeg bi se trebao razvijati cikloturizam u Krapinsko-zagorskoj i ostalim županijama kontinentalnog dijela Hrvatske. Njegovu izraduiniciralo je Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, jer je na temelju prethodno izrađenih planskih dokumenata i aktualnih iskustava utvrđeno da cikloturizam predstavlja oblik turističke aktivnosti sa izuzetno velikom perspektivom razvoja, osobito za turistički nedovoljno razvijeni prostor kontinentalne Hrvatske. Operativni plan razvoja cikloturizma Krapinsko-zagorske županije temelji se na Akcijskom planu razvoja cikloturizma u Republici Hrvatskoj iz 2015. godine (u dalnjem tekstu: Akcijski plan), koji cikloturizam shvaća u najširem smislu kao sve oblike turističkog korištenja bicikala. Dakle, on uključuje ne samo turistička putovanja biciklom i biciklističke izlete, nego i dodatnu sportsko-rekreativnu ponudu vožnje biciklom uređenim ili neuređenim stazama, biciklističke sportske manifestacije, a vodi računa i o potrebama domicilne populacije koja koristi bicikl kao prijevozno sredstvo i sredstvo za rekreaciju. Plan vodi računa i o činjenici da se kao glavna prepreka snažnijem razvoju cikloturizma u Hrvatskoj u cjelini pa tako i Krapinsko-zagorskoj županiji ističe mali broj biciklističkih staza i traka, loše održavanje i trasiranje ruta te njihova nepovezanost. Pritom se kao specifikum cijele Hrvatske, a dijelom i Krapinsko-zagorske županije, ističe pojava da se razvoj cikloturizma za sada većim dijelom svodi na obilježavanje

ruta na postojećim cestama, uključujući i one po kojima se ponekad odvija intenzivan promet motornih vozila, a brojne rute prolaze makadamskim cestama i putevima pogodnim samo za brdske bicikle. Razvoj cikloturizma ograničavaju i slaba prateća infrastruktura (mali broj servisa za bicikle i mogućnosti najma), neopremljene atrakcije te nedovoljna promocija.

Krapinsko-zagorska županija spada u dijelove Hrvatske pogodne za razvoj cikloturizma, čemu doprinose slikoviti krajolici, bogata kulturno-povijesna baština povoljna klima, blizina grada Zagreba kao potencijalnog tržišta i pozicija na važnom prometnom pravcu kojim turisti dolaze na hrvatski Jadran. Dodatnu pogodnost čini mnoštvo cesta s manjim intenzitetom motornog prometa i puteva pogodnih za kretanje bicikala zahvaljujući specifičnoj raštrkanoj strukturi naselja. Kroz Županiju prolazi i jedna važna državna biciklistička ruta - ruta br. 6 koja od graničnog prijelaza Mursko Središće preko Čakovca, Varaždina, Zagreba i Karlovca vodi prema Rijeci i ide dalje prema Italiji preko graničnog prijelaza Rupa. Ipak, za razliku od većine ostalih županija, kroz Krapinsko-zagorsku županiju ne prolazi niti jedan međunarodni EuroVelo pravac, a njome ne prolazi niti jedna od velikih rijeka kao osobito privlačan tip ravničarskog krajolika za pasionirane cikloturiste.

Iako prateća cikloturistička infrastruktura u Krapinsko-zagorskoj županiji (servisi, najam bicikala, odmorišta) nije na razini razvijenih turističkih destinacija u Europi, zahvaljujući mnoštvu toplica/lječilišta, gradskih naselja i manjih turističkih destinacija, ovdje ipak ima mnogo više smještajnih, ugostiteljskih pa i servisnih sadržaja za cikloturiste nego u drugim dijelovima kontinentalne Hrvatske. Iako su i ove rute atraktivne i uglavnom smještene na asfaltiranim uskim cestama s niskim intenzitetom prometa, na linijskoj ruti postoji oko kilometar lošije makadamske ceste, dok kružna ruta uključuje oko 1,5 kilometara po razmjerno prometnoj županijskoj cesti Ž-2248 između Tuhelja i Tuheljskih Toplica. Način signalizacije u sve tri zone je različit, a osim u slučaju dviju ruta kod Tuheljskih Toplica znakovi se uglavnom odnose na označavanje ruta bez oznaka udaljenosti do najbližih mjesta. Kad je dalje riječ o tiskanim promocijskim materijalima za Županiju, cikloturizam u imidž brošuri 'Zagorje - Bajka na dlanu' nije zastupljen. Naglasak je na termalnim kupalištima, kulturnoj ponudi dvoraca i manifestacijama te eno-gastronomiji. Isto tako, posebne proizvodne imidž-info brošure za cikloturizam ili aktivan odmor u Krapinsko-zagorskoj županiji, za sada, nema. Kad je riječ o ponudi smještaja, u Krapinsko-zagorskoj županiji posluje 160 smještajnih objekata, od čega 12 hotela, 6 hostela, 1 kamp i 141 objekata u privatnom smještaju. Od ukupnih 2.502 postelje 55% se nalazi u hotelskom smještaju dok 24% u privatnim smještajnim objektima. Dodatni sadržaji uz smještajne objekte ponajviše su vezani uz vodene sadržaje, budući da je riječ o regiji tradicionalno vezanoj uz toplice. Certificiranih objekata s oznakom marke kvalitete (npr. 'Bike&Bed'), za sada, nema. Ipak, prema podacima Udruge 'Moj bicikl' u 2011. godini na području Krapinsko-zagorske županije 15 je objekata zadovoljilo kriterije za prihvatanje cikloturista i moglo bi nositi ovaj znak. Riječ je o jednom objektu u Donjoj Stubici (Hotel Terme Jezerčica), jednom u Gornjoj Stubici (Lojzekova hiža), sedam u **Krapinskim Toplicama** (Aquaee Vivae, Đurđan, Hršak, Husan, Svažić, Kunštek, Hruš), pet u Mariji Bistrici (Cesar, Dijanić, Ivak, Ozimec, Škerlec) i jedan u Zagorskim Selima (Seoski turizam Masnec). S obzirom na potencijal razvoj cikloturizma, Županiji predstoji izrada modela i provedba certificiranja za specijalizaciju smještaja. Krapinsko-zagorska županija ima i bogatu

gastronomsku ponudu koju čini oko 150 ugostiteljskih objekata, od kojih je oko 20-ak na različitim listama izbora kvalitetnih restorana. Pojedini imaju dugogodišnju tradiciju i poznati su po ponudi tradicionalnih jela s naglaskom na štrukle, puricu, mlince i dr. Posebno certificiranih za 'Bike&Bed' nema. Rent-a-bike usluge postoje u sklopu četiri smještajna objekta. To su: Terme Tuhelj u Tuheljskim toplicama, Pansion i restoran 'Vuglec Breg' u Škarićevu kraj Krapine, Hotel 'Kaj' u Mariji Bistrici i hotel '**Toplice**' u **Krapinskim Toplicama** (trenutno zatvoren). Servisi za bicikle postoje u tri trgovine koje prodaju bicikle i to u Krapini, **Krapinskim Toplicama** i Oroslavju. Pored toga, rezervni se dijelovi mogu kupiti i u jednoj većoj trgovini u Krapini. Stanje raspoloživosti biciklističkih servisa može se ocijeniti vrlo skromnim, posebice u očekivanju daljnog rasta potražnje za cikloturizmom.¹⁷

Nacionalni program – Akcijski plan razvoja kongresnog turizma

U skladu sa Strategijom razvoja turizma RH do 2020. godine te u cilju podizanja konkurentnosti Hrvatske na međunarodnom tržištu poslovnih putovanja, Ministarstvo turizma RH osiguralo je izradu Nacionalnog programa – Akcijski plan razvoja kongresnog turizma kao zajedničkog okvira za djelovanje različitih relevantnih dionika razvoja ovog turističkog proizvoda. Iako uvriježen u našoj stručnoj terminologiji, pojam 'kongresna ponuda' proširen je na proizvod 'poslovnih skupova' odražavajući time raznolikost i širinu suvremene ponude u kojoj kongresi predstavljaju samo jedan segment. Riječ je, naime, o proizvodu koji obuhvaća vrlo različite tipove poslovnih događanja uključujući, prije svega, sastanke, konferencije i kongrese te izložbe i sajmove. Svaki od ovih oblika moguće je nadalje razlikovati prema broju sudionika, domaćem ili međunarodnom karakteru te da li se organizira za potrebe asocijacija, što se odnosi na neprofitne, javne organizacije, ili za potrebe korporacija odnosno tvrtki u privatnom sektoru. Uz proizvod poslovnih skupova često se veže i proizvod 'insentiva' koji je dio domene poslovnih putovanja utoliko što ga kupuju poslovni subjekti kako bi nagradili svoje zaposlenike, dok se u odnosu na sadržaj radi o odmorišnom putovanju. Proizvod poslovnih skupova može se smatrati jednim od potencijalno važnijih turističkih proizvoda Hrvatske. Tome je više razloga. Prije svega, usprkos povremenih oscilacija, tržišni trendovi ukazuju na njegov globalno stabilan rast što se reflektira i na performanse u Hrvatskoj. Inputi s tržišta, nadalje, ukazuju na percepciju Hrvatske kao atraktivne i poželjne destinacije poslovnih skupova. Slijedom njegovih različitih obilježja, to je također proizvod s pozitivnim utjecajem na neke kronične boljke hrvatskog turizma poput produljenja turističke sezone, iskorištenosti hotelskih kapaciteta i povećanja turističke potrošnje, a ne treba zanemariti niti prilike za generiranje nove odmorišne potražnje konvertiranjem poslovnih gostiju. S druge strane, daljnji razvoj konkurentnog proizvoda poslovnih skupova u Hrvatskoj nužno podrazumijeva prevladavanje niza izazova, od jačanja organizacijskih, logističkih i ljudskih kapaciteta do značajnih ulaganja u proizvodnu infrastrukturu i promociju.¹⁸

¹⁷ Izvor: Operativni plan razvoja cikloturizma Krapinsko-zagorske županije, Zagreb, rujan 2017. godine

¹⁸ Izvor: Nacionalni program – Akcijski plan razvoja kongresnog turizma, Zagreb, 2013./2016. g.

Strateška procjena za Strateški plan razvoja Općine Krapinske Toplice

U postupku ocjene o potrebi strateške procjene utvrđeno je da Strateški plan razvoja Općine Krapinske Toplice **neće imati vjerojatno značajan utjecaj na okoliš na osnovu čega se utvrđuje da nije potrebno provesti stratešku procjenu utjecaja na okoliš** (ODLUKA načelnika Općine Krapinske Toplice, KLASA: 334-01/19-01/0004, URBROJ: 2197/03-01-19-16, od dana 26.07.2019.g.).

2.3. Analiza potencijala i resursa za razvoj turizma u OKT

Zdravstveni turizam na prostoru Općine Krapinske Toplice

Krapinske Toplice, smještene u mirnoj dolini okruženoj šumovitim brežuljcima u samom središtu Hrvatskog Zagorja te svega 50-ak km od Zagreba, od davnina su poznato termalno lječilište i kupalište.

Sudeći po rimskim novčićima nađenim na ovom području, Krapinske Toplice bile su poznate još u rimsko doba pod nazivom “Aqua vivae”, živa voda. Prvi pisani trag o korištenju topličkih vrela datira iz 1772. godine kada su ovdje postojala 3 topla izvora uz koje su narednih godina izgrađene 3 kupelji (Gospodska, Dubrava i Rukavinina kupelj). Zlatno doba zdravstvenog turizma Toplice doživljavaju u drugoj polovi 19. stoljeća, od 1859. godine kada Jakob Badl otkupljuje postojeće kupelji i gradi 3 nove kupelji (Jakobovu, Marijinu i Pučku kupelj) te gradi hotel, restoran i lječilište. Jakob Badl također je izgradio park i zasadio aleju kestena te time stvorio ugodnu šetnicu od kupališne zgrade (Kurhaus) do restorana “Bellevue” smještenog na drugom kraju aleje. Time je Jakob Badl izrazio zahvalnost za izlijеčeni išjas upravo u ovoj ljekovitoj hipertermalnoj vodi i time odredio razvoj Krapinskih Toplica kao lječilišta, koje je u ono vrijeme bilo omiljeno i mondano mjesto za rekreaciju i brigu o zdravlju austrougarske elite. Pedesetih godina 20. stoljeća počinje moderna era razvoja zdravstvenog turizma. U lječilištu se osniva bolnički odjel za reumatske bolesti i rehabilitaciju, koji je prerastao u Specijalnu bolnicu za medicinsku rehabilitaciju, jedno od najznačajnijih rehabilitacijskih središta takve vrste. S takvom reputacijom, 90-tih godina prošlog stoljeća privlače privatne investitore te se redom otvaraju: Magdalena - klinika za kardiovaskularne bolesti i Akromion - Specijalna bolnica za ortopediju i traumatologiju.

Termalna voda i medicinski turizam

U središtu mjesta nalaze se izvori (4 izvora) prirodne ljekovite termomineralne vode temperature 39-41°C s velikim udjelom kalcija, magnezija i hidrokarbonata. Voda spada u akratotermne vode, bakteriološki je sterilna i nije radioaktivna te se može svekoliko koristiti.

Hidroterapija sastavni je dio rehabilitacijskih programa, programa za mršavljenje kao i sadržaja aktivnog odmora te rekreativnih i preventivnih programa.

Osim za fizikalne terapije, voda se koristi i za piće. Djeluje blagotvorno na probavni trakt.

Medicinski programi bazirani su na primjeni prirodnih ljekovitih sredstava (termalna voda i ljekovito blato - fango) zajedno sa svim modernim postupcima fizikalne medicine i rehabilitacije.

Terme u Krapinskim Toplicama

Danas pored renomiranih specijalnih bolnica, u Krapinskim Toplicama postoji i jedan od najvećih i najmodernijih vodenih centara u Hrvatskoj - vodi park Aquae Vivae u kojem se nalaze: kombinirani veliki unutarnji/vanjski bazen s mnogobrojnim vodenim atrakcijama (divljom rijekom, toboganom, gejzirima, slapovima), dječji bazen, bazen s valovima, jedinstveni bazen za ronjenje dubine 4,5 m, bazen za plivanje te vanjski bazen. Svi su bazeni punjeni termalnom vodom temperature 28-38 stupnjeva i imaju ukupno preko 160 vodenih atrakcija.

Kronologija razvoja turizma u Općini Krapinske Toplice

1658. godine – Prvi “bazen” (kupelj) u Krapinskim Toplicama je bila udubina u zemlji ograđena hrastovim trupcima. Izgradio je Franjo pl. Keglević, vlasnik krapinsko - kostelskoga vlastelinstva.

1703. godine pojavljuju se prvi sigurni podaci o javnoj uporabi topnih izvora u Krapinskim Toplicama – bečki liječnik Stockhammer uputio je Boltu pl. Patačića na liječenje u Krapinske Toplice.

Sama pak ljekovitost vode spominje se od još **1709. godine** u knjizi “Od kreposti Toplic Varaždinskih i Krapinskih” Johann Leopold Payera.

Brži razvitak lječilišnog i kupališnog turizma u Krapinskim Toplicama kreće s **dolaskom Jakoba Badla**.

Jakob Badl rođen je u Rogaškoj Slatini, u obitelji koja u Mariboru i okolici posjeduje velike plantaže vinograda. Trgovač je vinom i konjima, a njegov sin Antun postat će vlasnik Staudingerove tvornice kože u Mariboru. Badl je u blizini Krapinskih Toplica kupio vlastelinstvo Dubrava, zatim 1857. kupuje u Toplicama gostioniku K janjetu, te Gospodsku i Pučku kupelj, ruši stara kupališta, i već potkraj lipnja 1866., na početku austrijsko-pruskog rata, dovršio je izgradnju mondenoga europskog kupališno – lječilišnog centra. Gradnja je trajala samo sedam godina (**1859 – 1866.**).

Godine 1861. započeo je graditi bazen, a već u svibnju **1862.** je uz najveću svečanost i blagoslov otvorena Marijina kupelj (bazen je dobio ime po Badlovoj ženi, bio je dubok jedan metar, a od površine vode do stropa visina je iznosila 9 metara). Tom prigodom položen je kamen temeljac za još jedan bazen, Jakobovu kupelj.

Kupelj se nalazi iznad termalnog izvora, a dno kupelji bilo je napravljeno od hrastovih razmaknutih platnica kroz koje ljekovita voda starija od 40.000 godina i danas izvire. Voda u bazenu je kristalno čista, bez dodatka klora i sličnih aditiva, a u takvoj vodi danas osobito uživaju Talijani.

1876. godine Krapinske Toplice se pojavljuju na “turističkoj karti” Europe s ucrtanim najkraćim putevima do Toplica.

Od tada strani gosti, prvenstveno s njemačkog, talijanskog i francuskog govornog područja počinju dolaziti u Krapinske Toplice.

Počeci modernog kupališnog turizma

1939. godine izgrađen je prvi zidani vanjski bazen i od tada kreće intenzivan razvoj mjesta, kupališta i lječilišta.

1958. godine je izgrađen “Dom rudara i metalurga Hrvatske” na čijem mjestu se danas nalazi “Toplice Hotel” koji je dograđen **1972. godine**, no isti je trenutno zatvoren.

Do 1970. godine već su bila dva vanjska bazena, a **sredinom 1980. godine** postojala su 4 vanjska bazena s termalnom vodom.

Novi razvoj

Novi razvoj Krapinskih Toplica kreće u **21. stoljeću**. Specijalna bolnica za kardiovaskularnu kirurgiju – Magdalena – otvorena je **1997. godine**.

U isto vrijeme kreće i gradnja novog zatvorenog kupališnog kompleksa koji će postati najmoderniji i najveći zatvoreni kompleks vodenih sadržaja u Hrvatskoj.

2008. godine otvara se Specijalna bolnica za ortopediju i traumatologiju “Akromion”.
2009. godine otvara se prvi hotel kategorije 4* u Hrvatskom Zagorju – Hotel Villa Magdalena – koji će u narednim godinama postati “Najbolji mali kontinentalni hotel Hrvatske”.

21.3.2015. godine otvara se novi vodeni park koji se prostire na prostoru od preko 18.000 m², a koji obuhvaća 5 unutarnjih i 1 vanjski bazen s mnogobrojnim vodenim atrakcijama, wellness centar sa saunama i restoran.

Vodeni park Aquae Viva predstavlja moderno zdanje uklopljeno u pitome zagorske brege.

Osnovni podaci o Vodenom parku Aquae Viva:

- vodeni park ukupne je površine 18.000 m²;
- kapacitet bazena je 1.200 osoba;

- 5 unutarnjih (od toga 1 kombinirano unutarnje - vanjski) te 1 vanjski bazen ukupne vodene površine preko 1.500 m²;
- svi bazeni punjeni su prirodnom, izvorskom, ljekovitom, termomineralnom vodom;
- temperatura bazena od 28 – 38 stupnjeva C;
- više od 160 vodenih atrakcija – slapova, gejzira, podvodnih bočnih masaža i masažnih ležaljki;
- unutarnji tobogan, duljine staze 60 m;
- ronilački bazen dubine 4,5 m – s profesionalnom opremom i instruktorima ronjenja;
- bazen s valovima;
- plivački bazen;
- 600 udobnih ležaljki na raspolaganju gostima vodenog parka;
- self-service restoran Vivae kapaciteta 120 osoba;
- Piano bar uz recepciju vodenog parka.

Prilikom izgradnje i opremanja vodenog parka korišteni su samo najkvalitetniji materijali, a posebna pažnja posvećena je kombinacijama drva, kamena, metala i stakla, kako bi toplina i snaga vode ostala dominantna i utjecajna na svakog posjetitelja.¹⁹

Slika 7. Voden park Aquae Vivae



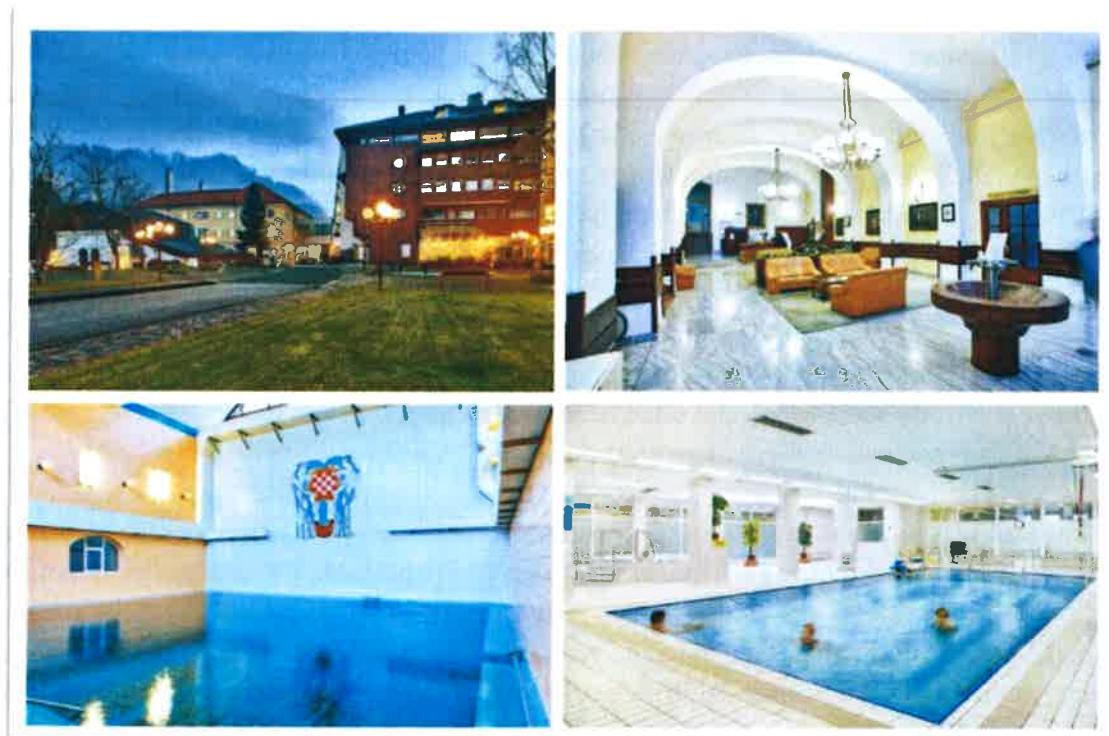
Izvor: <http://www.aquae-vivae.hr/>

¹⁹ Izvor: Aquae Vivae – Voden park Aquae Vivae Krapinske Toplice, <http://www.aquae-vivae.hr/povijest-kupalista/>

Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju Krapinske Toplice

Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju Krapinske Toplice je suvremena bolnica za rehabilitaciju bolesnika s kardioškim, neurološkim, reumatskim, ortopedskim oboljenjima te rehabilitaciju djece. Uz rehabilitacijski dio, Bolnica ima i Odjel za unutarnje bolesti i Akutni neurološki odjel te Jedinicu intenzivnog liječenja. Sama Bolnica sagrađena je na izvorima termalne mineralne vode temperature 39-41°C koju karakteriziraju kalcij, magnezij i hidrokarbonat. Bolnica koristi tri bazena za hidrokineziterapiju. Jakobov bazen nalazi se na samom termalnom izvoru (temperature vode na izvoru je 41°C) i jedan je od rijetkih takvih primjera u svijetu, a služi samo za kupanje.²⁰

Slika 8. Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju Krapinske Toplice



Izvor: <https://www.sbkt.hr/KT/>

Djelatnosti ustanove su: pružanje polikliničko-specijalističkih usluga iz djelatnosti Bolnice, opskrbljivanje Bolnice lijekovima putem bolničke ljekarne, vršenje prijevoza bolesnika, obavljanje hotelsko-smještajne i ugostiteljske djelatnosti sa uslugama zdravstvenog turizma.

Medicinski programi bazirani su na primjeni prirodnih ljekovitih sredstava (ljekovita termomineralna voda i ljekovito blato – fango) zajedno sa svim modernim postupcima fizikalne medicine i rehabilitacije. Uz medicinsku rehabilitaciju provode se i programi preventivnog i rekreativskog karaktera te sistematski pregledi.

²⁰ Izvor: Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju Krapinske Toplice, <https://www.sbkt.hr/terapije/>

Bolnica također raspolaže s kompletnom medicinskom dijagnostikom (radiološka, laboratorijska, kardiološka i neurološka, te biomehanička izokinetička dijagnostika i rehabilitacija) koja je potrebna u svrhu liječenja i praćenja rezultata liječenja dok brigu o bolesnicima vodi iskusan tim liječnika, medicinskih sestara, fizioterapeuta, logopeda i ostalih stručnjaka.

Uz navedeno, u ustanovi se provode liječenje i rehabilitacija: posljedica ozljeda glave, mozga i drugih neuroloških bolesti, srčanih bolesnika s anginom pektoris, srčanim infarktom i nakon operacije srca, svih vrsta post-traumatskog stanja lokomotornog sustava, nakon ortopedskih operacija, degenerativnih stanja, reumatizma, dijabetesa s neurološkim i cirkulatornim komplikacijama, bolesnika s perifernim cirkulatornim smetnjama.

Od terapija, u ustanovi se primjenjuje: Hidroterapija - hidrokineziterapija se provodi prema uputnoj dijagnozi pacijenta. Program obuhvaća pacijente s neurološkim, ortopedskim, traumatskim, reumatološkim i kardiovaskularnim oboljenjima; elektroterapija – koristi se najsvremenija oprema koja je stručno medicinski potvrđena. Primjenjuju se terapijski postupci specifične elektrostimulacije, ultrazvučne terapije, terapije protiv boli, termoterapije, fototerapije i terapije laserom; kineziterapija - na raspolaganju je 14 gimnastičkih dvorana, dobro opremljenih s pomagalima koja služe za izvođenje svih kinezioterapijskih postupaka kod pacijenata s određenim dijagnozama kao što su: neurorazvojna kineziterapija, ortopedska kineziterapija, traumatološka kineziterapija, neurološka kineziterapija, reumatska kineziterapija, kardiovaskularna kineziterapija. Za kardiološke bolesnike je predviđen teren za vježbanje u prirodi, kao i baždarene staze za šetnju. Treba spomenuti dobro obučene i stručno educirane fizioterapeute koji određuju i izvode program kineziterapije.

Radna terapija kao dio kompleksnog programa aktivnosti, provodi se u specifičnom i za to uređenom prostoru kako bi se pacijentu omogućio što raniji povratak u svakodnevne aktivnosti.

U nastavku se daje pregled osnovnih podataka za Specijalnu bolnicu za medicinsku rehabilitaciju Krapinske Toplice iz 2018. godine iz Kataloga projekata zdravstvenog turizma od prosinca 2019. godine.

Slika 9. Pregled osnovnih podataka za Specijalnu bolnicu za medicinsku rehabilitaciju Krapinske Toplice iz 2018. godine

SPECIJALNA BOLNICA ZA MEDICINSKU REHABILITACIJU KRAPINSKE TOPLICE

<https://www.sbkt.hr/KT/>

• PODACI O INVESTITORU

Kapacitet ustanove (broj kreveta)	Slobodni kapacitet	Ukupno zaposlenih	Ostvareni broj noćenja (2018. god.)		Struktura klijenata (tržište)				Struktura klijenata (HZZO)	Ukupni prihodi u 2018. godini (HRK)	Kontakt			
			Medicinski djelatnici	Ostali djelatnici	Stacionarni pacijenti (HZZO) i ambulantni pacijenti	Komerčijalni gosti	Domači – broj gostiju	Inozemni – broj gostiju	Domači – broj noćenja	Inozemni – broj noćenja	Ukupni broj stacionarnih pacijenata (HZZO) i ambulantnih pacijenata	Prihod vezan uz ugovor sa HZZO- m i decentralizirana sredstva iz državnog proračuna		
			509	268	137.362	25.063	1.719	16	24.754	309	6.122	105.342.434,00	23.689.586,00	Tel: 049-383-100, Fax: 049-232-873, E-mail: info@sbkt.hr
			UKUPNO		UKUPNO		UKUPNO		UKUPNO		UKUPNO			
580	123		777		162.425		1.735		25.063		6.122		129.032.020,00	Maja Bratković, dipl. oeo. Voditelj Odjela plana i analize Tel.: 049/383- 348 E-mail: maja.bratkovic@sbkt.hr

Ustanova raspolaže sa sljedećim brojem soba:

- Ukupni broj soba namijenjenih HZZO-u : ukupno 183 soba (457 kreveta): 17 soba 1K, 68 soba 2K, 88 soba 3K, 6 soba 4K, 2 sobe 6K, 2 apartmana 2K
- Ukupni broj soba namijenjenih tržištu: ukupno 68 soba (123 kreveta): 13 soba 1K, 53 sobe 2K, 2 apartmana 2K

Izvor: Katalog projekata zdravstvenog turizma, prosinac 2019. godine.

Bolnica Akromion

Bolnica Akromion je do sada najveća privatna ortopedска bolnica u Republici Hrvatskoj. Operacijske sale su opremljene najsuvremenijom opremom. Odjel se sastoji od 11 soba od kojih su tri jednokrevetne, šest dvokrevetnih i dva apartmana. Svaka soba ima zasebnu kupaonicu i WC te TV prijemnik i Internet priključak, što pacijentima osigurava maksimalnu udobnost.

Bolnica je u potpunosti kompjuterizirana. Nema kartona pacijenata, papirologije i liste čekanja u klasičnom smislu. Akromion je prva prava e-bolnica u Hrvatskoj. Osim što ima najmodernej medicinsku opremu, jedna operacijska sala opremljena je i Olympusovom HD EndoALPHA tehnologijom – tehnologijom integriranih operacijskih sala. Ta najsuvremenija tehnologija pruža liječnicima i bolničkom osoblju kompletan pristup slikovnim i tekstualnim medicinskim podacima o pacijentu za vrijeme operacije te tako omogućuje neposredne i pravovremene konzultacije prilikom operacija. Takva ortopedска integrirana operacijska sala zasad je jedina u Europi te se opravdano može reći da je bolnica Akromion jedna od vodećih ortopedskih centara po opremi u Europi.²¹

²¹ Izvor: <https://www.visitzagorje.hr/objekt/specijalna-bolnica-za-ortopediju-i-traumatologiju-akromion>

Klinika za kardiovaskularne bolesti Magdalena

Klinika za kardiovaskularne bolesti Magdalena osnovana je u rujnu 1996. godine, kao prva privatna bolnica u Hrvatskoj, a 2011. godine postala je Klinika za kardiovaskularne bolesti Medicinskog fakulteta Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku. Već nakon prvih nekoliko godina, najviše zbog vrhunskog liječničkog kadra, ali i zbog svog specifičnog, profesionalnog pristupa pacijentima, Magdalena je došla na glas kao jedna od najboljih bolnica za kardiovaskularne bolesti ne samo u Hrvatskoj, već i u ovom dijelu Europe.

Klinika Magdalena jedina je zdravstvena ustanova u Hrvatskoj s internacionalnom akreditacijom i jedina koja ima telemedicinski centar. Klinika Magdalena omogućuje svim pacijentima jedinstvenu i sveobuhvatnu kardiovaskularnu skrb, počevši od utvrđivanja anamneze i postavljanja dijagnoze pa do konačnog medicinskog rješenja u okviru kardiološkog konzervativnog i intervencijskog liječenja te po potrebi kirurškog zahvata.

Klinika je ustanovila prvi telekardiološki centar u Hrvatskoj koji omogućuje izvanbolničku dijagnostiku i praćenje još većeg broja srčanih bolesnika. Aktivno sudjeluje u edukaciji liječnika i medicinskih sestara – Magdalena je klinika Medicinskom fakultetu Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku i nastavna baza Sveučilištu J. J. Strossmayera u Osijeku za Sveučilišni studij sestrinstva i fizioterapeuta u Pregradu. Klinika Magdalena ugovorna je ustanova Hrvatskog zavoda za zdravstveno osiguranje (HZZO) i nekoliko privatnih osiguravajućih kuća. Uključena je u Hrvatsku mrežu urgentne perkutane koronarne intervencije te 24 sata dnevno zbrinjava bolesnike Krapinsko-zagorske županije s akutnim infarktom miokarda.

Kvalitetu usluge i sigurnost bolesnika jamče sljedeća tri nezavisna certifikata: Certifikat ISO 9001, Dijamantni certifikat organizacije Accreditation Canada te Certifikat ISO EN 15224.²²

U cilju povećanja dostupnosti usluga smještena je na dvije lokacije: Krapinske Toplice i Zagreb.

Spa&Wellness

Hotel Villa Magdalena

Osam godina nakon što je prvi puta otvorila vrata hotela, ***Villa Magdalena*** je kompletno obnovljena i osvježena. Sve smještajne jedinice zadovoljavaju najviše standarde hotelijerstva, a sve u cilju još kvalitetnijeg doživljaja odmora i udobnosti. Hotel je kroz 10 godina od otvorenja osvojio brojne nagrade i priznanja, prvenstveno u području gastronomije:

- 2019. – *TripAdvisor Travelers' Choice u kategoriji "Best Service"*
- 2018. – 100 najboljih restorana, *Gastronaut*
- 2018. – *TripAdvisor – Certificate of Excellence*

²² Izvor: Klinika Magdalena, <http://www.magdalena.hr/>

- 2018. – Dobri restorani, Jutarnji list, top 3 restorana Središnje Hrvatske
- 2017. – Nagrada “Simply the best”
- 2017. – 3. najbolji wellness hotel u Hrvatskoj (Turistički cvijet kvaliteta za Hrvatsku)
- 2017. – 100 najboljih restorana, Gastronaut
- 2017. – TripAdvisor – Certificate of Excellence
- 2017. – Dobri restorani, Jutarnji list
- 2016. – Finalist izbora Adrian – najbolji mali i obiteljski hoteli u Hrvatskoj
- 2016. – 100 najboljih restorana, Gastronaut
- 2016. – TripAdvisor – Certificate of Excellence
- 2016. – Dobri restorani, Jutarnji list
- 2015. – 100 najboljih restorana, Gastronaut
- 2015. – Dobri restorani, Jutarnji list
- 2015. – TripAdvisor – Certificate of Excellence
- 2014. – Nagrada “Simply the best”
- 2014. – Najbolji mali kontinentalni hotel u Hrvatskoj (Turistički cvijet kvaliteta za Hrvatsku)
- 2014. – Holiday Check Quality Selection
- 2014. – najbolji restoran u regiji “Središnja Hrvatska”, Dobri restorani, Jutarnji list
- 2014. – 100 najboljih restorana, Gastronaut
- 2013. – Najbolji mali kontinentalni hotel u Hrvatskoj (Turistički cvijet kvaliteta za Hrvatsku)
- 2013. – Finalist izbora Adrian – najbolji mali i obiteljski hoteli u Hrvatskoj
- 2013. – 100 najboljih restorana, Gastronaut
- 2013. – 3. najbolji restoran u regiji “Središnja Hrvatska”, Dobri restorani, Jutarnji list
- 2012. – 2*, top 26 restorana Hrvatske, Akademija, Institut za restorane
- 2012. – Najbolji mali kontinentalni hotel u Hrvatskoj (Turistički cvijet kvaliteta za Hrvatsku)
- 2012. – Zagorski chef 2. mjesto
- 2012. – Badl fest 1. Nagrada „Torta okus Zagorja“
- 2012. – 100 najboljih restorana, Gastronaut
- 2012. – Dobri restorani, Jutarnji list
- 2011. – 100 najboljih restorana, Gastronaut
- 2011. – Zagorski chef 2. Mjesto
- 2011. – Gault Millau (14 bodova, 2 kapice²³

Hotel raspolaže s ukupno 18 Spa Premium soba i 6 Spa Luxury/Family Suiteova. Sobe/suiteovi nude jedinstvenu uslugu – unutar svake smještajne jedinice nalazi se jacuzzi s direktnim spojem na izvore termalne vode Krapinskih Toplica. Poseban ugodaj pruža i panoramski pogled sa svake terase – jedinstveni pogled na zagorske brege. Sve sobe imaju besplatni Wi-fi, LCD TV, klimatizaciju, minibar. Svaki detalj uređenja namijenjen je potpunom opuštanju. Na najvišoj

²³ Izvor: Villa Magdalena, <https://www.villa-magdalena.net/nagrade-i-priznanja/>

etaži objekta nalazi se 350 m² panoramske wellness & spa oaze. Novi prostor wellnessa proširen je i obogaćen unutarnjim grijanim bazenom s vanjskom sunčanom terasom, novim prostorima za masaže, parnom saunom te fitnesom. U ponudi se nalazi bogat izbor masaža i tretmana za njegu lica i tijela.²⁴

Slika 10. Hotel Villa Magdalena



Izvor: <https://www.booking.com/hotel/hr/wellness-hotel-villa-magdalena.hr.html>

Toplice Hotel

Hotel Toplice je trenutno zatvoren. U planu je rušenje i izgradnja novog hotela više kategorije. Toplice Hotel smješten je u centru Krapinskih Toplica, te je donedavno svojim gostima nudio smještaj u jednokrevetnim, dvokrevetnim sobama i apartmanima. Osim toga, u ponudi su se nalazile i Badel spa & Health usluge (masaže: klasična medicinska masaža, antistres masaža, masaža za izrazito suhu kožu, refleksna masaža stopala, relax masaža vrata; tretmani lica: hyaluron, anti-aging, wine therapy, peeling tijela, tretman milk & honey, Gold 24 Ka ANTI-AGE, SPA ESSENTIALS; sauna te manikura, pedikura i ostali tretmani).

Finska sauna, koja je također bila u ponudi, je zatvorena drvena prostorija namijenjena za opuštanje i relaksaciju. Izvor topline je peć koja se grije kamenjem po kojem se polijeva voda s aromatičnim uljem čime se povisuje temperatura zraka. Temperatura zraka u finskoj sauni se kreće od 60°C do 100°C, te je na dnu saune znatno niža temperatura nego na vrhu saune. Vlažnost zraka je oko 15%. Posjet sauni opušta, jača imunitet, potiče cirkulaciju, oslobađa napetost i uzrokuje obilno znojenje. Nakon obilnog znojenja u sauni, ravnoteža se postiže pojačanim unošenjem tekućine u organizam, pijenjem vode, čajeva i sokova.

²⁴ Izvor: <https://www.visitzagorje.hr/objekt/hotel-villa-magdalena>

Fitness dvorana Toplice Hotela prostirala se na 150 m² i bila opremljena kvalitetnom opremom za vježbanje proizvođača „V-gym“ i kardioprogramom (bicikli, steperi, trake za trčanje) te ostalim rekvizitima kao što su podloge za vježbanje, pilates lopta. U fitness dvorani su se nalazile 3 klime, zidovi sa ogledalima, LCD televizor te odvojene svlačione (muška i ženska).

Hotel je gostima nudio i mogućnost opuštanja i relaksacije u termalnoj vodi bazena. Hotelski bazen kao i whirlpool punili su se termalnom izvorskom vodom koja je bogata mineralima kalcija, magnezija i hidrokarbonata. Zbog izuzetno niske količine sumpora miris vode je izuzetno blag. Prema internacionalnoj klasifikaciji voda, voda je bila hipertermalna te sadržavala 450mg/l otopljenih minerala i zauzimala visoko 6 mjesto na Europskoj rang listi termalnih voda. Korištenje bazena bilo je besplatno za sve hotelske goste na smještaju.

Zahvaljujući dobroj suradnji sa Specijalnom bolnicom za medicinsku rehabilitaciju u hotelu je bio smješten medicinski tim tako da su gosti hotela mogli sve usluge dobiti na jednom mjestu. U prostorima hotela pružale su se medicinske usluge od strane osoblja Specijalne bolnice za medicinsku rehabilitaciju Krapinske Toplice, i to: pregled liječnika fizijatra, suha i podvodna masaža, elektroterapije, ultrazvuk, hidrogimnastika u bazenu, ljekovito blato - fango.

Medicinski programi bazirali su se na primjeni prirodnih ljekovitih sredstava - ljekovita voda i ljekovito blato (fango), te na primjeni svih modernih postupaka fizikalne medicine i rehabilitacije.²⁵

Sumarno, današnja turistička ponuda Općine primarno se temelji na zdravstveno-rekreacijskim sadržajima na kojim gradi svoju destinacijsku prepoznatljivost. Postoji i znatan potencijal za razvoj sportsko-rekreacijske ponude vezane uz zdravstvenu ponudu, a taj potencijal bi se trebao realizirati izgradnjom kupališnog kompleksa. Dovršetak izgradnje kupališnog kompleksa obogatio bi turističku ponudu mjesta te stvorio preduvjete za daljnji razvoj drugih vrsta turizma.

U 2017. godini najavljen je kineski projekt u Krapinskim Toplicama koji uključuje ulaganje u Hotel Toplice, a koji bi trebao osigurati da se prostor toplica, uz planirano bazno proširenje i modernizaciju, opreme i novim rehabilitacijsko-medicinskim programima.²⁶

²⁵ Izvor: Toplice Hotel, <http://www.toplice-hotel.hr/tpl/>

²⁶ Izvor: Jutarnji list, <https://novac.jutarnji.hr/novi-svijet/kinezzi-u-tri-projekta-u-hrvatskoj-ulazu-oko-100-milijuna-eura-i-ne-misle-stati-na-tome/7357173/>

Slika 11. Toplice Hotel



Izvor: <https://www.toplice-hotel.hr/tpl/>

Kulturni turizam na prostoru Općine

Osim vrijedne prirodne baštine, područje Općine Krapinske Toplice posjeduje i bogatu kulturnu baštinu - Kapelicu sv. Antuna, Sv. Marije Magdalene i Sv. Nikole te župnu crkvu Presvetog Trojstva i orgulje u crkvi Presvetog Trojstva.

Kapelica sv. Antuna nalazi se na brdu u naselju Hršak Breg, udaljenom 2 km od Krapinskih Toplica. Sama crkva je izgrađena 1899. godine i ima pravilnu orientaciju. Osim toga, ima blago izdužen brod i peterostrano svetište. Stilska obilježja s elementima neogotike i neoromanike te unutarnje uređenje i neostilski inventar čine skladnu cjelinu.

Kapelica sv. Marije Magdalene nalazi se na brdu Zašat, istočno od središta naselja Krapinske Toplice. Podignuta je 1874. godine na mjestu stare drvene kapele. Nepravilnog je tlocrta u obliku pravokutnika koji prelazi u izduženo trostrano svetište. U središnjoj osi glavnog pročelja nalazi se ulaz s dva bočna prozora.

Kapelica Sv. Nikole je osmerokutna kapelica koju je u prvoj polovici 19. stoljeća podignuo Nikola Valičić, odvjetnik iz Zagreba. Nažalost nakon što je prodao kuriju i imanje, kapelica je zapuštena i propadala je sve do 2007. g., kada je novi vlasnik temeljito obnavlja, pa danas i ona živi novi život.

Župna crkva Presvetog Trojstva sagrađena je u razdoblju od 1829. do 1832. godine, a toranj je podignut 1855. godine. Tlocrtno prostornu dispoziciju čine: ulazni prostor nad kojim se uzdiže zvonik, dvotravejni brod i svetište zaključeno plitkom polukružnom apsidom. Vanjsko oplošje zidova artikulirano je potprozornim vijencem i vijencem koji opisuje same prozorske lukove, dok je glavno pročelje definirano zvonikom, jednostavnom biforom i dvjema nišama s kipovima sv. Petra i Pavla.

Orgulje u crkvi Presvetog Trojstva izgradio je 1860. godine Leonard Ebner iz Maribora. Način gradnje odaje češko-njemačku školu iz razdoblja romantizma.

Turistička ponuda upotpunjena je i bogatim programom manifestacija od kojih treba istaknuti regionalni i nacionalni BadlFest koji se tradicionalno održava svake godine. Kulturno-zabavna manifestacija upriličena je u spomen na Jakoba Badla, utemeljitelja zdravstvenog turizma u Krapinskim Toplicama, uz niz kulturnih, zabavnih, gastronomskih, enoloških i sportskih priredbi.

Slika 12. BadlFest



Izvor: <https://www.tportal.hr/kultura/clanak/badlfest-budi-zagorje-uz-jinxe-i-klapu-maslina-20170717>

Također postoje i civilna društva zadužena za promicanje kulture na području Općine koja uvelike pridonose promociji i njegovanju kulturne tradicije i baštine topličkog kraja. U ovome dijelu ističe se KUD „Zlatko Baloković“ Krapinske Toplice koji je osnovan 1978. godine te broji stotinjak članova okupljenih u 4 sekcije: folklornoj, tamburaškoj, mješovitom pjevačkom zboru te likovnoj sekciji. Bitno je spomenuti i Udrugu žena Vrtnjakovec osnovanu 2009. godine koja trenutno broji 27 članica iz Vrtnjakovca, Maturovca, Donjeg Vina, Oratja, Male Erpenje, Krapinskih Toplica i Zaboka. Ciljane skupine Udruge su građani, mladi, osobe starije životne dobi, ruralno stanovništvo, udruge i građanske inicijative te žene ruralnih područja. Među

ciljevima djelovanja Udruge ističu se poboljšanje društvenog života te razvoj i unapređenje društvenih sadržaja na području Općine Krapinske Toplice, očuvanje kulturnih narodnih običaja Hrvatskog zagorja i Općine Krapinske Toplice, razvoj sportske rekreacije na području Općine Krapinske Toplice, razvijanje kulturne, socijalne, ekološke i ine svijesti na području Općine Krapinske Toplice, poticanje djece i mladih na druženje i igru te na aktivno sudjelovanje u društvu itd.. Neizostavna su i kuburaška društva s područja Općine ("Kubure M. Erpenje" Mala Erpenja i kuburaško društvo "Badl Top" Krapinske Toplice), dobrovoljna vatrogasna društva (DVD Mala Erpenja, DVD Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju Krapinske Toplice, DVD Čret, DVD Krapinske Toplice i DVD Selno) te brojne sportske udruge (Sportsko društvo Mala Erpenja, Ženski odbojkaški klub „Toplice“, Stolnoteniski klub „TOPLICE – CRODUX“, Nogometni klub „Toplice“ Krapinske Toplice, Kuglački klub „Obrtnik“ Krapinske Toplice i dr.).

U kontekstu kulturnih ustanova na području Općine, važno je spomenuti Općinsku knjižnicu Krapinske Toplice koja je kulturno i informacijsko središte koje osigurava ravnopravan pristup izvorima znanja, informacijama i kulturnim sadržajima. Knjižnica i čitaonica Krapinske Toplice osnovana je 1973. godine u sastavu Narodnog sveučilišta Zabok. Od 1995. godine djeluje u sastavu Općine Krapinske Toplice. Knjižnica je smještena u prizemlju zgrade Doma kulture Krapinske Toplice u prostoru veličine 100 m². Usluge Općinske knjižnice Krapinske Toplice godišnje koristi više od 700 članova kojima je na raspolaganju fond koji broji preko 14.000 knjiga. Općinska knjižnica Krapinske Toplice mjesto je susreta i događanja, u organiziranju kulturnih događanja vrlo uspješno surađuje s ustanovama, pojedincima i raznim udrugama. Svojim aktivnostima i nabavom građe prerasla je postojeće prostorne okvire. Za kvalitetan rad u skladu sa Standardom za narodne knjižnice nužno je povećanje prostora, nabava moderne i funkcionalne opreme te prilagodba prostora osobama s posebnim potrebama koje vrlo često koriste usluge Općinske knjižnice Krapinske Toplice.²⁷

U Općini Krapinske Toplice postoji i Dom kulture koji predstavlja kapital za daljnji razvoj i može biti potpora turističkoj industriji. U planu je rekonstrukcija i prenamjena zgrade Doma kulture u Krapinskim Toplicama u suvremeniji Multimedijski centar za 21. stoljeće, a koji će istovremeno biti novo žarište kulture, ali i centralno mjesto susreta i događanja za cijelu lokalnu zajednicu. Glavni je poticaj i pretpostavka te transformacije izmještanje prostora DVD-a čime se ostvaruje mogućnost proširenja i kvalitetne prostorne organizacije općinske knjižnice. Uz knjižnicu se planira i rekonstrukcija višenamjenske dvorane u prizemlju te povezivanje (prostorno i programsko) s ostalim sadržajima budućeg Multimedijskog centra (lobby, bar, manja dvorana, gledalište).

²⁷ Izvor: Općinska knjižnica Krapinske Toplice, <https://www.okkt.hr/o-nama/o-knjiznici/>

Slika 13. Presjek unutarnjeg uređenja multimedijalnog centra



Na području koje pokriva Općina Krapinske Toplice nalazi se i **vrijedna prirodna baština** koju valja revitalizirati i zaštititi kako bi ostala sačuvana za buduće naraštaje. U tom kontekstu ističe se Iječilišni perivoj u Krapinskim Toplicama, aleja divljeg kestena, ostatci perivoja kurije Kovačevac, ostatci perivoja dvorca Čret, perivoj kurije Novaki i park šuma brda Zašat prema Sv. Mariji Magdaleni.

Lječilišni perivoj u Krapinskim Toplicama izgrađen je 1861. godine kada je izgrađeno i lječilište. Perivoj je od vremena nastanka do danas znatno smanjen i izmijenjen kako kompozicijski tako i namjenom. Danas ima karakteristike trga ispred stare lječilišne zgrade.

S obje strane ceste koja povezuje lječilište u Krapinskim Toplicama i nekadašnji restoran Bellevue zasađen je drvoređ divljeg kestena. Ovaj drvoređ predstavlja kvalitetan urbanistički element organizacije naselja Krapinske Toplice s kraja 19. stoljeća.

Iako je od nekadašnjeg perivoja kurije Kovačevac ostalo nekoliko pojedinačnih stabala lipe i hrasta te nekoliko voćaka, prema prostornoj organizaciji kurije i pratećih gospodarskih zgrada može se uočiti postojanje uređenog vanjskog prostora. Uočava se jedinstvena prostorna kompozicija imanja koju su činili kurija, kapelica sv. Nikole, ribnjak u podnožju kurije i gospodarski sklop. Ostaci perivoja dvorca Čret nalaze se na vrhu brijega, sjeverozapadno od dvorca. Danas je taj prostor zapušten i obrastao šumom.

Od nekadašnjeg perivoja kurije Novaki ostao je sačuvan samo najuži dio perivoja koji podrazumijeva samo reprezentativni dio ispred glavnog pročelja kurije. Danas je skromnih dimenzija te organiziran kao travnata površina ispred kurije, sa stablima koja su zasađena obodno.

Na zapadnoj padini brda Zašat iznad Krapinskih Toplica formirana je perivojna šuma koja se proteže sve do kapele sv. Marije Magdalene. Predstavljala je sastavni dio prostorne kompozicije lječilišta i bila je zasadenost stablima hrasta, graba, bagrema i crnogorice. Danas je ova park šuma zapuštena te je potrebno pristupiti njezinoj revitalizaciji. Tijekom stručnog arheološkog nadzora nad zemljanim radovima uređenja okoliša kapele sv. Marije Magdalene, na brijezu Zašat iznad Krapinskih Toplica pronađeni su fragmenti keramičkog posuđa, dio keramičkog utega ili podmetača za posuđe, dijelovi kućnog lijepa (maza) te kamena alatka - motika. Radove zajednički sufinanciraju Općina Krapinske Toplice i Ministarstvo kulture Republike Hrvatske. Arheološki nalazi ukazuju na postojanje visinskog naselja, a preliminarno se datiraju u prapovijest, odnosno u razdoblje kasnog brončanog doba (1200.-800.g.pr.Kr).²⁸

Cikloturizam i pješačke rute na prostoru Općine

Općina Krapinske Toplice i njezina uža okolica nudi mnogobrojne označene biciklističke, kao i pješačke staze, a čije značajke se opisuju u nastavku.

Biciklističke staze

1. Putovima dvaju izvora

Tridesetak i više kilometara slikovite biciklističke rute pruža ugodnu vožnju krajem koji povezuje dva izvora zdravlja i rekreacije – Krapinske i Tuheljske Toplice. S obje strane staze pružaju se livade, oranice, vinogradi. Osim očaravajućim prirodnim ljepotama, staza obiluje mnoštvom raspela „krajputaša“, crkvama i kapelama i spomenikom palim borcima.

Dvoje toplice okosnica su ovih staza, a blizina muzeja, galerija, dvoraca, rodnih kuća dvaju predsjednika te mnogobrojni sakralni objekti razlog su više da se izabere ova ruta. Zbog mogućnosti kombinacije s lokalnim cestama moguće ju je kombinirati prema vlastitoj fizičkoj pripremljenosti.

Iz Krapinskih Toplica biciklisti se voze starom cestom prema Zagrebu i u Vića Selima skreću put Jalšja i Vilanaca te završavaju u Tuheljskim Toplicama. Dužina rute 1 je 15 km. Iz Tuheljskih Toplica kružnom rutom preko Črešnjevca i Tuhlja stiže se do Prosenika, gdje se počinje uspinjati prema najvišoj točci rute – Dugnjevcu. Iz Dugnjevca se spušta preko Pristave, dolazi do Tuhlja te nastavlja vožnju natrag preko Črešnjevca do Tuheljskih Toplica. Dužina rute 2 i 3 je 18 km.²⁹

²⁸ Izvor: Lokalna razvojna strategija Općine Krapinske Toplice za razdoblje 2014. – 2020. godine

²⁹ Izvor: <http://www.srcezagorja.hr/hr/spa-wellness-sport/>

2. Tragom termalnih izvora (Krapinske Toplice – Pregrada – Tuhelj)

Ova je biciklistička ruta položenija, s manje uspona i pogodnija za laganiju, rekreativnu vožnju kroz dvije prelijepе doline i poznate zagorske toplice.

Ruta započinje u središtu naselja Tuhelj. Vožnja se nastavlja prema Tuheljskim Toplicama, ali na 1,5 km vožnje mora se skrenuti lijevo na manje prometnu cestu. Biciklisti prolaze pokraj najvećeg turističkog kompleksa kontinentalne Hrvatske Terme Tuhelj u čijoj blizini je i dvorac Mihanović. Potrebno je pratiti prometnu signalizaciju i nastaviti prema Krapinskim Toplicama. Bicikliste tada očekuje lagani uspon, a nakon njega put je poprilično ravan. Nakon 10 km od starta ulazi se u Krapinske Toplice, jedno od najpoznatijih lječilišta u Hrvatskoj. Vožnju se dalje nastavlja uz rijeku Kosteljina kroz naselje Ciglenečki i na Y raskrižju, pored gostionice, skreće se desno i nastavlja uz igralište. Desno je dvorac Čret. Nakon toga se vozi širokom i pitoresknom dolinom s lijepim pogledima prema sjeveru i zagorskim brežuljcima i brdima. Prolazi se pored kurije Mališ i na Y raskrižju, 17,8 km od starta, skreće se lijevo i počinje uspon preko brijege. Nakon spusta, u naselju Petki potrebno je skrenuti desno prema Bežancu. Na T raskrižju (20 km od starta) nastavlja se ravno. Nakon križanja, s desne se strane nalazi kurija Leskovar, a ubrzo se prolazi i pored dvorca Bežanec. Na Y raskrižju s glavnom prometnom cestom skreće se desno prema Pregradu. Zbog sigurnosti preporuča se vožnju nastaviti nogostupom. Tada je potrebno pratiti glavnu cestu. Uskoro, s desne strane, prolazi se pored dvorca Dubrava. Ubrzo na T raskrižju 6 (22,2 km) potrebno je skrenuti lijevo prema naselju Vrhi Pregradski i nastaviti manje prometnom cestom. Nakon 24,7 km biciklisti dolaze u Pregradu. Središte Pregrade iznad koje dominira Kunagora odlično je mjesto za odmor prije nego se nastavi s vožnjom. Na Y raskrižju 7 nastavlja se uzbrdo prema zapadu i na raskrižju 8 skreće u naselje Sopot te nastavlja prema jugu. Vožnja kroz zagorske doline u svaku dobu godine može biti poseban doživljaj zbog njihovih ljepota. Biciklisti se voze kroz naselja Stipernica i Marinec te uskoro ulaze u naselje Velika Horvatska. Tu se svakako preporuča zaustavljanje i posjet istoimenom dvorcu na uzvisini iznad doline s koje se pruža predivan pogled. Na Y raskrižju 9 (34,7 km od starta) skreće se lijevo i nastavlja prema Tuhelju gdje ova biciklistička ruta završava.³⁰

2020. g. u suradnji s gradom Pregradom i gradom Zabokom OKT kreće u projektiranje biciklističkih staza uz dolinu Kosteljine.

Pješačke rute

Toplički pješački prsten

Od turističke infrastrukture na području Krapinskih Toplica osim biciklističkih staza oformljen je i sustav pješačkih staza koje poput prstena okružuju Krapinske Toplice. Staze su dobro obilježene i posebne po svojem sustavu označavanja, na svakom raskrižju pješaku pružaju

³⁰ Izvor: <https://www.villa-magdalena.net/cikloturizam-zagorje-bike/>

informacije o težini staze te prosječnoj vremenskoj udaljenosti od središta mjesta.³¹ Šetanje stazama pomaže u očuvanju zdravlja, podizanju tjelesne kondicije, sprečavanju bolesti srca i krvnih žila te medicinskom oporavku (uz obavezan stručan liječnički nadzor). Staze su jedinstvene i po svojoj medicinskoj baždarenosti. S obzirom na stupanj opterećenja organizma staze za šetnju dijele se na tri osnovne skupine:

- **MEDICINSKE STAZE** – *kretanje tim stazama predstavlja ugodnu šetnju, a uz adekvatni program omogućuje oboljelim osobama povrat određenih funkcionalnih sposobnosti srčanog i krvožilnog sustava te stjecanje navika za održanje postojećih životnih funkcija. Uz obvezanu konzultaciju s liječnikom mogu ih koristiti osobe dijelom oštećenog zdravlja (bolesnici s kardiovaskularnim smetnjama);*
- **REKREATIVNE STAZE** – *staze slobodnog kretanja i odmora, pogodne za održavanje zdravlja te prevenciju kardiovaskularnih oboljenja;*
- **TRIM STAZE** – *staze povećanja tjelesne kondicije zdravih osoba. Uz program vježbi za razgibavanje, šetanjem se podiže fizička spremnost te akumulira pričuvna tjelesna snaga.*

³¹ Izvor: Lokalna razvojna strategija Općine Krapinske Toplice za razdoblje 2014. – 2020. godine

Slika 14. Toplički pješački prsten



Izvor: <http://www.krapinsketoplice.com/regija/setnica/toplicki-pjesacki-prsten/>

Agroturizam i eno-gastro turizam na prostoru Općine

Svima blizu i za svačiji ukus! Tako bi se moglo sažeti sve prednosti zemljopisnog položaja, izvrsnih klimatskih uvjeta i turističkih ponuda Zagorja. Pripada području sjeverozapadne Hrvatske, svojevrsno je predgrađe Alpa, a na karti Europe Zagorje je zahvaljujući dobroj prometnoj povezanosti lako dohvatljivo putnicima iz svih pravaca. Zahvaljujući božanstvenim prirodnim karakteristikama i brežuljcima okrenutim najpogodnijem suncu, u Zagorju od davnina cvate vinogradarska proizvodnja. Ona je odredila razvoj i običaje ovog kraja u kojem danas živi 150 tisuća stanovnika. Zagorje je unatoč urbanizaciji posljednjih desetljeća vrlo živima uspjelo sačuvati čarolije seljačkog života. Zagorski agroturizam je stoga i jedinstven po ponudi tradicionalnih jela i pića, uzgoju prirodne hrane, te s njima i povezanih običaja, jer tu tradicija nikada nije postala stvar prošlosti. U zagorskim vinogorjima se na seljačkim turističkim gospodarstvima uz božansku kapljicu nude najrazličitije turističke delicije, od vrhunskih doživljaja života na selu, boravka u očuvanoj prirodi, sve do brojnih kulturnih i društvenih događanja.

Za razvoj agroturizma u Zagorju, u kraju inače tradicionalne i žive ruralne baštine, a ponajprije prepoznatljivom po bogatim kulturnim vrijednostima, mnogobrojnim toplicama i ljekovitim termalnim izvorima - zaslužni su ljudi koji su prije desetak godina počeli sustavno graditi zagorski seoski turizam. Prve kamene temeljce ruralnom turizmu u Zagorju još su prije dvadesetak godina počele samoinicijativno postavljati pojedine obitelji poljoprivrednih proizvođača i vinara. U nepoznato im područje turizma upustili su se sa srcem i željom da svoje kvalitetne domaće proizvode u maniri poznate zagorske gostoljubivosti stave na probirljivo turističko tržište. Uskoro je, poput dobrog duha zagorskog ruralnog turizma, te vrijedne poljoprivredne gospodarstvenike počeo povezivati Petar Štefanec i kao izvrstan edukator i prvi trener ruralnog turizma u Hrvatskoj otkrivaо im tajne zanata. Mnoge je Štefanec i motivirao da se upuste u nove turističko-gospodarske djelatnosti. Istu viziju razvoja Zagorja kao poželjne ruralne turističke destinacije istodobno su dijelili vodeći ljudi županijske razvojne agencije Zara i Turističke zajednice. Zahvaljujući i ustanovljenom sustavu županijskih kreditnih poticaja za razvoj zagorskog agroturizma, niču ruralno-turistička imanja. I danas, na tom desetak godina utiranom putu agroturističke ponude, Zagorje se razvija u prepoznatljivu regiju ruralnog turizma.

Vinske sorte prisutne u Zagorju

Vino je bez sumnje jedno od najplemenitijih i najzdravijih alkoholnih pića. Zagorski vinogradari proizvode visokokvalitetna vina bilo da su pripremljena kao lagana do srednje jaka, suha ili srednje slatka, obilježena svojim cvjetnim ili voćnim aromama koje savršeno pristaju uz kuhinju sjeverozapadne Hrvatske. Zagorski vinari proizvode visokokvalitetna bijela vina traminac, sauvignon, rizling rajnski, pinot bijeli, pinot sivi, chardonnay, silvanac zeleni, muškat žuti, muškat bijeli te kvalitetna vina graševinu i moslavac. Prosječna vina: rizvanac, kraljevina, plavac žuti, plemenka bijela, plemenka crvena, štajerska bjelina. Od visokokvalitetnih crnih vina u Zagorju se proizvode pinot crni i cabernet sauvignon te kvalitetna crna vina frankovka, portugizac i zweiglet. Proizvode se i nadaleko poznata predikatna i ledena vina.

Slika 15. Vinogradi Petrač



Izvor: <https://tasteofcroatia.org/iceipice/petrac/>

Agroturizam vinogorja Zabok

Vinogorje Zabok prostire se od Krapinskih Toplica, preko velikog Trgovišća do Bedekovčne i Svetog Križa Začretje. U vrhunskim vinima sljubljenim s domaćim zagorskim specijalitetima može se uživati u objektima seljačkih domaćinstvima uz gostoprimstvo i toplinu njihovih domaćina (*Vinarija i vinogradi Petrač, Klet Kozjak, Vinoteka Kapljica, Seosko domaćinstvo Kos, Zlatna lisica, Seoski turizam Škalec, Vinogradarstvo Grozaj, Vinogradarstvo Perovečki*).

Vinarija i vinogradi Petrač

U blizini Krapinskih Toplica, na Hršak bregu, smjestili su se vinarija i vinogradi tvrtke Petrač d.o.o.. Vinogradi su zasadjeni na oko 10 hektara ukupne površine bijelim sortama graševina i chardonnaya - 10.000 čokota - te crvenim sortama cabernet sauvignona i merlota - 22.000 i 4.000 čokota. Od početka komercijalnog bavljenja proizvodnjom vina naglasak je na kvaliteti, što dokazuju osvojene medalje i priznanja na ocjenjivanjima u Hrvatskoj, Sloveniji i Italiji. U sklopu novog podruma predviđen je prostor namijenjen degustaciji i edukaciji te međusobnoj razmjeni iskustava enologa, vinogradara i sommeliera.

Slika 16. Karta agroturizma – Vinogorje Zabok



Izvor:

https://www.visitzagorje.hr/Cms_Data/Contents/VisitZagorje/Folders/Dokumenti/Bro%C5%A1ure/~contents/P_U7JD7GPU5QUV4WL/Agroturizam.pdf

OPG Ivan Halapir – Izletište „Kod Đurđe“

Ovaj OPG kao primarnu djelatnost ističe seoski turizam. Obitelj Halapir iz Vrtnjakovca kod Krapinskih Toplica svoje obiteljsko – poljoprivredno gospodarstvo ima već preko deset godina, a bave se prvenstveno proizvodnjom vina, ali uzbajaju i guske, race, pure, kokoši, a imaju i svoje kukuruzno i pšenično brašno. U svojem radu slijede visoke standarde kvalitete i odgovornog poslovanja, što su prepoznali zadovoljni korisnici njihovih usluga. U proizvodnji vina prepoznati su kao pouzdani i kvalitetni vinari. Svoje proizvode nude u sklopu seoskog domaćinstva, s obzirom da posjeduju i ugostiteljski objekt odnosno restoran, u kojemu nude razne zagorske delicije te vlastita vina. Također imaju i izletište koje je otvoreno svakoga dana.

Hotel Villa Magdalena

Hotel "Villa Magdalena" smješten je na brežuljku koji dominira iznad središta Krapinskih Toplica, a njezin nadaleko poznati restoran ima jednako visoke ciljeve. To ne potvrđuje samo uvrštanje dotičnog na stranice austrijskog izdanja prestižnog gastro-vodiča "Gaut Millau" (sa 14 od 20 mogućih bodova) ili ubrajanje u top 100 hrvatskih restorana, već i pomak u cijelokupnoj ponudi "Magdalene" koji je vidljiv već s ulaza. Jelovnik koncipiran u sljedovima, zasnovanima na sljubljivanju najvažnijih europskih kulinarskih tradicija te metoda s

autohtonom zagorskom gastronomijom zadovoljiti će i najzahtjevниje nepce. U skladu s renomeom restorana je i vinska karta u koju su uvršteni svi važniji hrvatski vinari.³²

Toplice Hotel

Toplice Hotel trenutno je zatvoren. Za gurmansi doživljaj ovaj je hotel svojim gostima nudio pansionski restoran te a la carte restoran sa autohtonom gastronomijom, kao i raznovrsnu (prilagođenu vrstu kuhinje VEGE & MAKROBIOTIK).

Vodeni park Aquae Vivae

Okuse Zagorja vodeni park Aquae Vivae priprema za svoje goste tokom cijelog dana u moderno uređenom prostoru self-service restorana. Self - service restoran nalazi se tik uz bazene, a u ponudi su mnogobrojna svakodnevno svježe pripremljena jela, wok, pizze, razne vrste salata, svježe sezonsko voće. Svakodnevno su u ponudi i jela bez glutena (pizze, slastice) i niskokalorična jela. Uz svako jelo ističe se popis alergena, čime se gostima jamči sigurnost konzumacije.³³

„Šestica grill“

U Općini Krapinske Toplice nalazi se i „Šestica grill“, grill restoran koji svojim posjetiteljima pruža iznimno ugodnu, obiteljsku atmosferu te izvrsnu hranu i vino.

Caffe bar i pizzeria "Servus"

Caffe bar i pizzeria "Servus" je jedina pizzerija u Krapinskim Toplicama, a radi se o nastavku obiteljske ugostiteljske tradicije koja u istom objektu postoji od tridesetih godina prošlog stoljeća. "Servus" je simpatično mjesto s preglednom ponudom raznih pizza, od kojih su, kao i posvuda u Zagorju, najpopularnije one koje uključuju neke "domaće" dodatke poput špeka, jaja i feferona.

Ranch „Horses for Champions“ za sve svoje korisnike nudi vrhunsku okrugljepu u bistrou "Ranch".

Poslovni turizam

Hotel Villa Magdalena za poslovne sastanke i radionice, VIP večere i koktele, na raspolaganju ima dvije prostorije: „Tweet room“ i „Chat room“, koje se spajaju za potrebe većih grupa. Obje prostorije opremljene su vrhunskim tehničkim sadržajima te svim ostalim uvjetima kako bi

³² Izvor:

https://www.visitzagorje.hr/Cms_Data/Contents/VisitZagorje/Folders/Dokumenti/Bro%C5%A1ure/~contents/NDUJN7GR9LH8S53J/Gastronomija.pdf

³³ Izvor: Aquae Vivae – Vodeni park Aquae Vivae Krapinske Toplice, <http://www.aquae-vivae.hr/restoran/>

sastanci bili što uspješniji i kreativniji, a produktivnost i stvaralaštvo na vrhuncu. Maksimalni kapacitet organiziranog događanja je 60 osoba.

U **Toplice Hotelu** koji je trenutno zatvoren, dugi niz godina organizirali su se poslovni domjenci, skupovi i obiteljski događaji (vjenčanja, krštenja, rođendane), a u ponudi se nalazila i organizacija dječjih rođendana. Toplice Hotel smješten je u centru Krapinskih Toplica, raspolagao je s više dvorana različitih veličina, ovisno o vrsti događaja i broju osoba, a najviše je mogao primiti 220 osoba. U restoranu gosti su mogli uživati u vrhunskoj gastronomskoj ponudi domaće kuhinje te mnogim specijalitetima i vrhunskim vinima. Djelatnici Toplice Hotela pomagali su gostima u organizaciji samog eventa, kao i potrazi za izvođačem te osmišljavanju događanja prema njihovim potrebama.

Pustolovni i sportski turizam

Radi se o opsegom sve značajnijoj i brzo rastućoj grupi proizvoda za koju neki operatori prijavljuju rast do 30% godišnje, koja uključuje, primjerice, ronjenje, kajaking i kanuing, rafting, adrenalinske sportove, lov, ribolov i zimske sportove te sportske pripreme. Iako se, posebice u brdovitom i obalnom dijelu Hrvatske, ubrzano razvija široka ponuda različitih, uključivo nišnih (npr. špiljarenje, paragliding), pustolovno/sportskih programa, Hrvatska još uvijek nedovoljno koristi svoje komparativne prednosti za razvoj ove skupine proizvoda.

Promociju sporta i zdravog života u okviru aktivnog bavljenja sportom promiču brojne sportske udruge u Krapinskim Toplicama, one okupljaju članove koji djeluju u sportovima kao što su odbojka, kuglanje, stolni tenis, nogomet te drugi sportovi. Primjerice, Ženski odbojkaški klub „Toplice“ kontinuirano postiže izuzetne rezultate te ima svoje podružnice diljem Zagorja (od Mača do Pregrade). Općina posjeduje znatan potencijal za razvoj sportsko-rekreacijske ponude koja bi obogatila postojeću turističku ponudu mjesta te tako stvorila preduvjete za daljnji razvoj drugih vrsta turizma. U ovome dijelu također je bitno napomenuti da su kineski ulagači u 2018. godini izrazili zainteresiranost za gradnju Sportskog parka u Krapinskim Toplicama, što bi svakako dalo dodatni vjetar u leđa razvoju ovog oblika turizma na prostoru Općine, a u planu Općine Krapinske Toplice je i izgradnja nove sportske dvorane i uređenje igrališta.

Ostali turistički sadržaji

Na području Općine Krapinske Toplice nalaze se i druge turističke atrakcije koje slijede u nastavku.

Ranch „Horses for Champions“

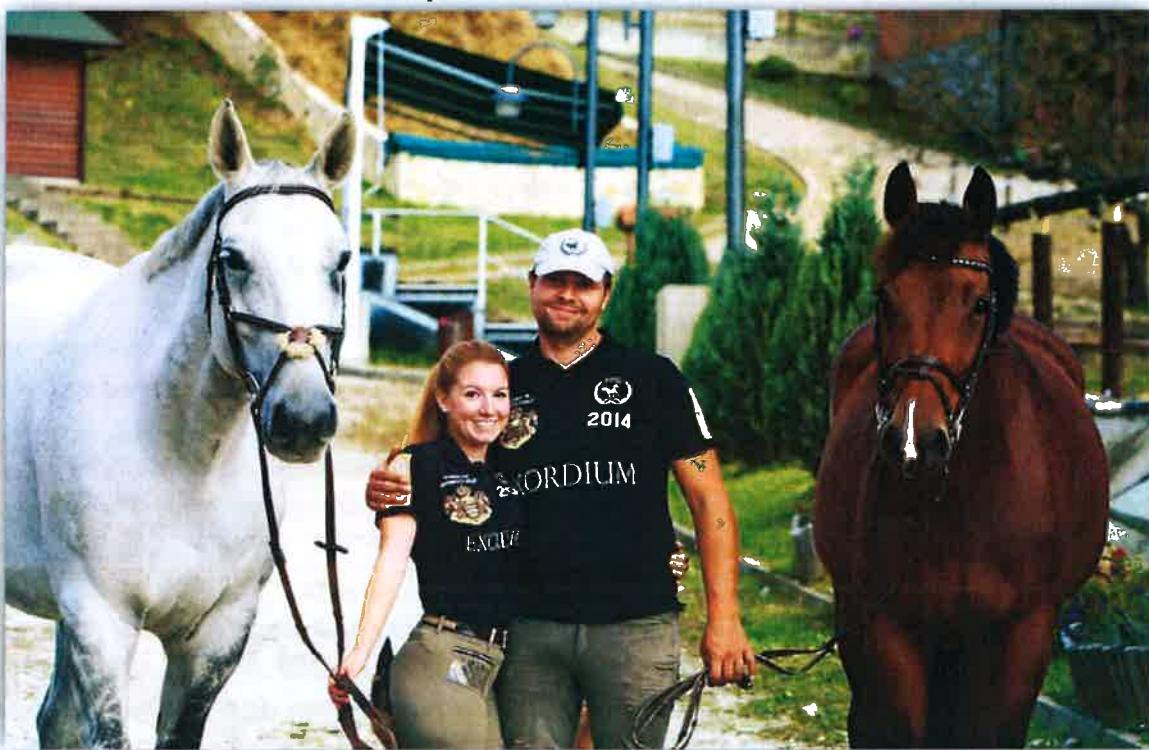
Kao idealno mjesto za odmor duše i tijela te uživanja u ljepotama prirode, ovaj ranč nudi programe i sate jahanja u Konjičkom klubu "Horses for Champions", te vrhunsku okrjepu u bistrou "Ranch". Ponuda Konjičkog kluba "Horses for Champions" uključuje sljedeće:

- ✓ *Početna škola jahanja - (rad u grupama) - podrazumijeva djecu i odrasle koji nemaju prethodnog iskustva. Početna škola jahanja traje 10 sati (1 sat - 45 min.), raspoređeno u 5 tjedana (2 x tjedno) koja se sastoji od teorijskog i praktičnog dijela. Kreće se od samog početka te se polaznicima škole omogućuje upoznavanje sa osnovama jahanja (pristup konju, adekvatna oprema za jahača i konja, vođenje konje, sedlanje i rasedlavljivanje konja, pojahivanje i sjahivanje, stav i ravnoteža na konju) i sa tom plemenitom životinjom (skrb i njega konja, prehrana, anatomija, pravila ponašanja). Po završetku početne škole jahanja polaznici su osposobljeni za samostalno vođenje konja u hodu i kasu;*
- ✓ *Napredna škola jahanja - (rad u grupama) - podrazumijeva djecu i odrasle sa prethodno stečenim iskustvom u toj ili nekoj drugoj školi jahanja. Napredna škola jahanja traje 30 sati (1 sat - 45 min.) raspoređeno u 15 tjedana (2 x tjedno). U tih 30 sati nadograđuje se već stečeno znanje te radi na osnovnim elementima dresurnog i preponskog jahanja. Po završetku napredne škole jahanja polaznici iste mogu samostalno jahati konja u hodu, kasu i galopu te dostići nivo za rekreativno bavljenje jahanjem i polaganje jahače dozvole;*
- ✓ *Rekreativno jahanje - (rad u grupama ili individualno) - podrazumijeva djecu i odrasle sa završenom početnom i naprednom školom jahanja u našoj ili nekoj drugoj školi jahanja (najmanje 30 sati). Usavršava se dosad stečeno znanje do razine za polaganje natjecateljske licence;*
- ✓ *Individualno jahanje;*
- ✓ *Individualni sportski sat jahanja - (dresura ili prepone);*
- ✓ *Šetnje na konju;*
- ✓ *Terensko jahanje;*
- ✓ *Vožnja pony kocijom za djecu.*

Školu jahanja i sve programe vode licencirani treneri jahanja (FEI, internacionalna licenca). Programi se provode na hrvatskom, engleskom i njemačkom jeziku. Na ranču se trenutno nalazi 11 konja no taj broj raste pošto se vlasnici bave uzgojem i prodajom konja za sportsko i rekreativno jahanje. Trenutno ranch ima jednog licenciranog pastuha koji stoji na raspolaganju za pripust.³⁴

³⁴ Izvor: <https://www.visitzagorje.hr/objekt/ranch-hfc-konjicki-klub-horses-for-champions>

Slika 17. Ranch „Horses for Champions“



Izvor: <https://www.visitzagorje.hr/objekt/ranch-hfc-konjicki-klub-horses-for-champions>

Heli Centar Toplice

Prije nepune četiri godine u Krapinskim Toplicama otvoren je Heli centar za obuku i usavršavanje profesionalnih pilota helikoptera obitelji Mi 8/17. Centar uz vrhunski opremljene prostore od prvog dana nudi i dva suvremena simulatora leta helikopterom. Poduzeće Heli Centar Toplice u projekt je uložilo više od 12 milijuna eura, a on je u potpunosti realiziran privatnim novcem ruskog investitora te može godišnje primiti oko 1500 pilota. Od dva ili tri ovakva centra koji još postoje u Europi, samo ovaj ima certificirani FFS Level D, što je najviša razina za certifikaciju simulatora. To je ujedno i jedini obučni centar u svijetu koji izvan Rusije ima certifikat ruskih zračnih vlasti.

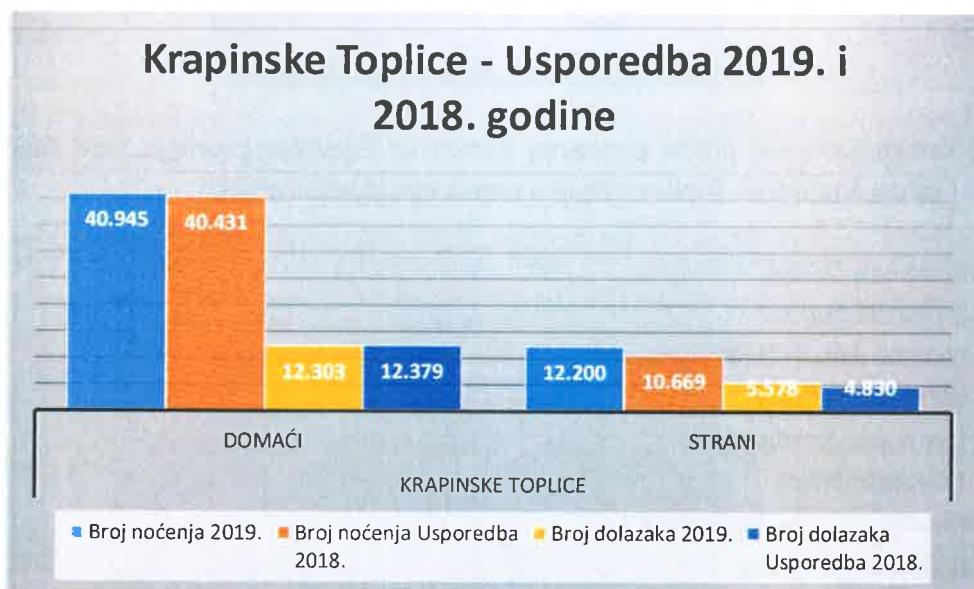
U protekle četiri godine kroz njega je prošlo više od 160 službenih posada. Danas broji osmero zaposlenih, uz povremeni angažman vanjskih suradnika, instruktora s dugogodišnjim pilotskim iskustvom i impresivnim karijerama. Sve svoje planove Centar uspješno ostvaruje iz godine u godinu, pa im tako, od kako su krajem prošle godine započeli s korištenjem simulatora u turističke svrhe, svakodnevno pristižu znatiželjnici iz raznih krajeva Hrvatske i Slovenije.³⁵

³⁵ Izvor: <https://www.zagorje-international.hr/index.php/2019/02/07/u-krapinske-toplice-dovode-cijeli-svijet-kroz-centar-je-proslo-vise-od-160-posada-a-najvise-su-odusevljeni-peruanci-rakijom-i-prirodnim-ljepotama-zagorja/>

Smještajni kapaciteti na prostoru Općine

Prema posljednjim podacima Turističke zajednice područja Srce zagorja, broj dolazaka domaćih turista u Općinu Krapinske Toplice u 2019. godini iznosio je 12.303, što je smanjenje za 0,61 % u odnosu na prethodnu 2018. godinu (12.379 dolazaka), dok je broj noćenja domaćih turista iznosio 40.945, što je povećanje za 1,27% u odnosu na 2018. godinu. Dolasci stranih turista su u 2019. g. iznosili 5.578 te su se u odnosu na 2018. godinu (4.830 dolazaka) povećali za 15,48%, dok je broj ostvarenih noćenja stranih posjetitelja u 2019. godini iznosio 12.200, što je također povećanje za 13,35% u odnosu na raniju 2018. godinu (10.669 noćenja). Ukupno i domaći i strani gosti duže su boravili te ostvarili porast u noćnjima. Sveukupno znatno prevladavaju domaći gosti.

Grafikon 1. Usporedba dolazaka i noćenja turista u 2018. i 2019. godini



Izvor: TZP Srce Zagorja

Sukladno podacima iz TZP Srce Zagorja i sustava eVisitor, u Općini Krapinske Toplice nalazi se ukupno 481 smještajni objekt (273 hotela, 198 objekata u domaćinstvu, 6 ostalih ugostiteljskih objekata za smještaj/apartmana, te 2 ostala ugostiteljska objekta za smještaj/studio apartmana). Pri tome se u naselju Krapinske Toplice nalazi većina smještajnih kapaciteta. S obzirom na kapacitete, 67% noćenja otpada na hotele.

U nastavku kratak opis nekoliko najznačajnijih smještajnih objekata iz kategorije „Hoteli“.

Hoteli

Hotel Villa Magdalena je ekskluzivni hotel, wellness i restoran. Svaka od 24 smještajnih jedinica posjeduje jacuzzi s termalnom vodom u dnevnom boravku, a u sklopu hotela nalazi se nagrađivani restoran s vanjskom terasom, panoramska wellness oaza s bazenom, sauna i

whirlpoolom te mali ljetni vanjski bazen. Hotel Villa Magdalena je osvojio nagrade kao najbolji mali kontinentalni hotel za 2012., 2013. i 2014. godinu, nakon čega je promijenio kategoriju te je obnovljen i povećan. U ponudi su paket aranžmani koji uključuju ulaznicu za vodeni centar Aque Vivae, a gosti hotela mogu osigurati svoju ulaznicu i na recepciji hotela.

Toplice Hotel nalazi se u Krapinskim Toplicama u Zagorju, na 46 km od Zagreba, a okružen je uređenim vrtovima i parkovima. Hotel je trenutno zatvoren (u planu je rušenje i izgradnja novog hotela više kategorizacije), a gostima je nudio 133 smještajne jedinice, unutarnji bazen, razne tretmane na bazi termalne vode, fitness dvoranu, saunu i kavanu te besplatni WiFi. Restoran hotela bio je nositelj certifikata Halal, a posluživao je tipične hrvatske specijalitete kao što su zagorski štruklji i međunarodne klasike. Zdravstveni i rehabilitacijski programi bili su dostupni su uz nadoplatu. Područje hotela općenito je pogodno za duge šetnje oko Krapinskih Toplica ili za biciklističke obilaske po okolici.

Privatni apartmani, sobe i kuće za odmor

U ovim kategorijama su, prema podacima Turističke zajednice područja Srce Zagorja, na prostoru Općine Krapinske Toplice trenutno registrirani sljedeći objekti:

- *Apartman DA-JA*
- *Apartman Sunce*
- *Kuća za odmor "Villa karizma"*
- *Apartman MIVA-K*
- *Apartmani Strsoglavec*
- *Apartman Biller*
- *Apartman i sobe Božo Očić*
- *Apartman Gašparić*
- *Sobe Štefica Pongrac*
- *Studio Apartman Snen*
- *Sobe Dragutin Šafranko*
- *Sobe Zlatko Svažić*
- *Apartmani Hršak*
- *Apartmani Husak*
- *Ruralna kuća za odmor "Dolina"*
- *Apartmani Očić*
- *Villa Lorena*
- *Apartman "Lorena"*
- *Apartmani Koprivnjak*
- *Apartmani Toplice*
- *Apartman Milković*
- *Apartman Jakoplić*
- *Kuća za odmor "Lara"*

- *Apartman u domaćinstvu Zagorje*
- *Soba Štefica Valent*
- *Kuća za odmor "Turak"*
- *Apartman "Viktorija"*
- *Sobe Marijan Hruš*
- *Kuća za odmor "Villa Luka"*
- *Apartman "Vita"*
- *Apartmani Krtak*
- *Kuća za odmor "Trnoružica"*
- *Kuća za odmor Vila Ema*
- *Apartmani i sobe Jadranka Đurđan*
- *Apartman Tanja*
- *Apartmani Fučkar*
- *Seljački turizam "Mihaliček"*
- *Kuća za odmor DoRoTa*
- *Apartmani Sanja*
- *Studio apartman "Toplice"*
- *Villa Split*
- *Apartmani Lidija*
- *Kuća za odmor Hygge Hill*
- *Apartman Vendi*
- *Apartman "Renata"*
- *Studio apartman "Medek"*
- *Apartman Vila Ema*
- *Apartmani Petar Pan*
- *Apartman Dada*
- *Apartmani Mimi bus*
- *Delux apartmani*
- *Apartmani Ksenija*
- *Apartman Penthouse*

2.4. Postojeći stupanj turističkog razvoja

Krapinsko-zagorsku županiju je u 2019. godini posjetilo 176.610 turista, što je 11% više nego u 2018. godini, u kojoj je ostvareno ukupno 373.149 noćenja, odnosno 7% više nego prošle 2018. godine.

U kontekstu dolazaka i noćenja turista u 2019. godini u Turističkoj zajednici područja Srce Zagorja, ukupan broj dolazaka turista na području ove TZP iznosi 21.799 što je povećanje od 1,35% u odnosu na 2018. godinu. Registrirano je 63.124 noćenja, što je povećanje od 4,40% u odnosu na prethodnu godinu.

Nadalje, broj dolazaka domaćih turista u Općinu Krapinske Toplice u 2019. godini iznosio je 12.303, što je smanjenje za 0,61 % u odnosu na prethodnu 2018. godinu (12.379 dolazaka), dok je broj noćenja domaćih turista iznosio 40.945, što je povećanje za 1,27% u odnosu na 2018. godinu. Dolasci stranih turista su u 2019. g. iznosili 5.578 te su se u odnosu na 2018. godinu (4.830 dolazaka) povećali za 15,48%, dok je broj ostvarenih noćenja stranih posjetitelja u 2019. godini iznosio 12.200, što je također povećanje za 13,35% u odnosu na raniju 2018. godinu (10.669 noćenja). Ukupno i domaći i strani gosti duže su boravili te ostvarili porast u noćenjima. Sveukupno znatno prevladavaju domaći gosti.

Najviše turista i izletnika na područje Općine dolazi upravo radi kupališta. Tijekom 2019. godine kupalište u Krapinskim Toplicama posjetilo je 163.458 osoba, što predstavlja povećanje u iznosu od 4,07% u odnosu na 2018. godinu kada su zabilježeni posjeti ukupno 157.061 osobe.

S druge strane, primjetan je sezonalni karakter u poslovanju kupališta jer većina posjetitelja dolazi tijekom II. ili III. kvartala, tj. tijekom proljeća i ljetnih mjeseci. Upravo je zbog toga od velike važnosti dodatno obogaćivanje turističke ponude Općine Krapinske Toplice kako bi se posjetitelji privukli tijekom čitave godine i što duže zadržali na području Općine.

U nastavku je prikazan broj posjetitelja kupališta na području Zagorja sa istaknutim podacima za kupališta na području Općine Krapinske Toplice tijekom 2018. i 2019. godine.

Slika 18. Posjetitelji kupališta na području Zagorja u 2018. godini

POSJETITELJI KUPALIŠTA NA PODRUČJU ZAGORJA U 2018. GODINI (TROMJESEČNO)					
KUPALIŠTA	I.	II.	III.	IV.	UKUPNO
KRAPINSKE TOPLICE					
Ukupno	43.421	43.714	36.210	33.716	157.061
Dnevni	35.525	35.506	34.641	26.801	
S višekratnom ulaznicom	728	965	563	420	
S plaćenim noćenjem	7.168	7.243	1.006	6.495	
TERME TUHELJ					
Ukupno	62.856	69.702	122.350	52.371	307.279
Dnevni	35.367	44.892	85.787	26.321	
S višekratnom ulaznicom	469	400	598	350	
S plaćenim noćenjem	27.020	24.410	35.965	25.700	
TERME JEZERČICA					
Ukupno	37.098	44.987	66.810	30.838	179.733
Dnevni	28.162	36.427	56.517	21.167	
S višekratnom ulaznicom	1.226	1.661	2.131	1.191	
S plaćenim noćenjem	7.710	6.899	8.162	8.480	
STUBIČKE TOPLICE					
Ukupno	19.203	18.908	19.577	19.915	77.603
Dnevni	5.998	7.329	7.415	7.125	
S višekratnom ulaznicom	1.120	920	820	1.300	
S plaćenim noćenjem	12.085	10.659	11.342	11.490	
Ukupno					729.466
Specijalna bolnica Stubičke Toplice, vanjski kupači - ukupan broj kupača u 2018.					7.790

Izvor: <https://www.visitzagorje.hr/stranica/statistika-1>

Slika 19. Posjetitelji kupališta na području Zagorja u 2019. godini

POSJETITELJI KUPALIŠTA NA PODRUČJU ZAGORJA U 2019. GODINI (TROMJESEČNO)					
KUPALIŠTA	I.	II.	III.	IV.	UKUPNO
KRAPINSKE TOPLICE					
Ukupno	42.099	44.177	40.150	37.032	163.458
Dnevni	35.717	36.525	36.232	30.528	
S višekratnom ulaznicom	485	707	864	1.164	
S plaćenim noćenjem	5.897	6.945	3.054	5.340	
TERME TUHELJ					
Ukupno	61.335	90.479	130.031	56.944	338.789
Dnevni	33.427	64.290	92.569	28.314	
S višekratnom ulaznicom	532	582	603	264	
S plaćenim noćenjem	27.376	25.607	36.859	28.366	
TERME JEZERČICA					
Ukupno	36.181	51.718	66.043	33.411	187.353
Dnevni	26.351	41.518	54.775	22.885	
S višekratnom ulaznicom	1.764	2.050	1.887	1.141	
S plaćenim noćenjem	8.066	8.213	9.381	9.385	
STUBIČKE TOPLICE					
Ukupno	21.954	19.794	21.248	19.794	82.790
Dnevni	8.443	6.887	8.021	7.677	
S višekratnom ulaznicom	1.160	1.060	1.220	950	
S plaćenim noćenjem	12.351	11.847	12.007	11.167	
Ukupno					778.790
Specijalna bolnica Stubičke Toplice, vanjski kupači - ukupan broj kupača u 2019.					6.400

Izvor: <https://www.visitzagorje.hr/stranica/statistika-1>

Obzirom da područje Općine raspolaže predispozicijama za jačanje razvoja kulturnog turizma, aktivnog turizma (Ride & Bike i sportskog turizma), eno-gastro turizma, agroturizma te poslovnog turizma, osim fokusa na formiranje destinacije kao zdravstveno-lječilišne meke nužno je usredotočiti se i na razvoj ovih drugih navedenih grana i specifičnih oblika turizma.

Danas se na području Općine Krapinske Toplice i njezine okolice uglavnom nude proizvodi niske i srednje konkurentnosti, različitih razina atraktivnosti. Niska atraktivnost proizvoda se pojavljuje u sferi poslovnog turizma, dok su proizvodi kulturnog i aktivnog turizma te eno-gastro i agroturizma srednje razine atraktivnosti. Proizvod turizma visoke atraktivnosti, a koji je također dio turističke ponude Općine Krapinske Toplice, odnosi se na zdravstveni turizam na kojemu destinacija temelji svoj imidž (wellness, lječilišni i medicinski turizam).

Slika 20. Matrica proizvoda turizma Općine Krapinske Toplice i okoline 2020.g.

Atraktivnost			
Visoka		Zdravstveni turizam (wellness, lječilišni i medicinski turizam)	
Srednja	Kulturni turizam Aktivni turizam	Gastro i eno turizam Agroturizam	
Niska	Poslovni turizam		
Konkurentnost	Niska	Srednja	Visoka

Temeljem analize postojećih turističkih proizvoda, raspoloživih resursa, trendova na turističkom tržištu, te na temelju izbora modela razvoja turizma, vizije turizma Općine Krapinske Toplice, utvrđena je potreba za unapređivanjem postojećih turističkih proizvoda za koje postoje prepostavke da će u budućnosti biti privlačni turistima.

Poslovni turizam

Ovaj oblik turizma zastavljen je u Općini Krapinske Toplice u manjem dijelu, obzirom da se poslovna događanja zasad mogu odvijati samo u Hotelu Villa Magdalena, te je u narednom periodu potrebno stvoriti preduvjete za obogaćivanje ponude i daljnji razvoj poslovnog turizma, putem, primjerice, inovacija postojeće kongresne ponude kroz fleksibilnije mogućnosti korištenja alternativnih objekata i lokaliteta, izgradnje multimedijskog centra kao podrške ponudi kongresnog turizma i sl.

Strategija razvoja turizma RH do 2020. naglašava prognoze koje ukazuju na oporavak poslovnog turizma nakon nedavne recesejske krize. Stoga se može očekivati rast broja poslovnih događanja i rast ovog specifičnog oblika turističke potrošnje. Navedeno predstavlja objektivnu šansu za Općinu Krapinske Toplice koja poslovni turizam može pozicionirati na minimalno srednju razinu atraktivnosti i konkurenčnosti do 2025. godine.

Kulturni turizam

Općina Krapinske Toplice posjeduje turističke potencijale u kulturnoj i prirodnoj baštini te svakako treba promotriti mogućnost osmišljavanja i realizacije različitih programa i projekata usmjerenih zaštiti, obnovi i vrednovanju kulturne i prirodne baštine svršishodnjim uključivanjem u turističku ponudu. Na raspolaganju su brojne mogućnosti ulaganja u obnovu graditeljske baštine na području Općine (tradicionalne kuće i/ili pripadajući gospodarski objekti u okućnici, stari podrumi/konobe, klijeti, tradicijske radionice, registrirane privatne etno zbirke), zatim ulaganja u različite kulturno-turističke projekte (projekte za kreativne radionice, info-točka s informacijama o kulturnim dobrima kraja/područja, prevođenje vodiča na strane jezike), projekti ulaganja u dodatno uređenje i zaštitu prirodne baštine: vidikovci, poučne, pješačke staze, zaštićeni parkovi/tematski parkovi i dr.³⁶

³⁶ Izvor: <https://mint.gov.hr/UserDocs/Images/arhiva/100402-bastina-poziv.pdf>, <https://www.minkulture.hr/default.aspx?id=6212>, <https://www.visitzagorje.hr/stranica/prirodna-bastina>

Općenito se prognozira daljnji rast kulturnoga turizma koji će na području Općine Krapinske Toplice doseći visoku razinu atraktivnosti uz srednju konkurentnost.

Zdravstveni turizam

Dodatni napor planiraju se uložiti u unapređenje prepoznatljivosti, povećanje stručne osposobljenosti te u obogaćivanje ponude wellness turizma Općine, unapređivanje i diferenciranje ponude te povećanje tržišne poželjnosti destinacije u sklopu lječilišnog turizma, kao i u unapređenje međunarodne prepoznatljivosti, međunarodne poželjnosti RH i proširenje ponude u kontekstu medicinskog turizma, a sve kako bi se Općina svojom ponudom približila uz bok inozemnim konkurentima.³⁷

Hrvatska je dio jedne od najrazvijenijih regija zdravstvenog turizma u Europi. Istovremeno to znači da je okružena vrlo jakim konkurentima, uključujući prije svega susjedne Sloveniju i Mađarsku, a zatim i Austriju, koje, uz dugogodišnju tradiciju zdravstvenog turizma, također značajno ulažu u ovaj sektor tijekom proteklih dvadesetak godina. Uz njih, zdravstveni, a posebice medicinski turizam, postaje fokus i u širem okruženju, odnosno u zemljama poput Poljske, Češke, ali i Rumunjske, Bugarske te, naročito, Turske.

Uvid u ponudu i praksi konkurentskih destinacija ukazuje na više važnih tendencija relevantnih za budući razvoj zdravstvenog turizma u Hrvatskoj. Moguće ih je sumirati na sljedeći način:

- *Integracija ponude – dolazi do 'koketiranja' medicine, wellnessa i rekreacije na način da se ovi sadržaji i usluge prožimaju u okviru istog centra. Primjerice, 'model' strukturiranja lječilišta (terme ili bad) uključuje medicinske sadržaje kao 'jezgru' na koju se nadovezuju wellness, a potom rekreacijski sadržaji uz široku paletu smještajne ponude;*
- *Naglasak na kvaliteti – dokazi kvalitete opreme i usluga preduvjet su konkurentnosti na međunarodnom tržištu i jamče se kroz nacionalne i/ili međunarodne sustave akreditacije medicinskih ustanova, kroz velik broj nacionalnih i/ili međunarodnih certifikata kojima se postavljaju standardi za usluge, objekte, čak i cijele destinacije (npr. Best Health Austria, ISO, DNV, JCI, ISPA) te kroz kontinuiranu edukaciju osoblja na svim razinama odgovornosti (npr. austrijski BFI sustav te više fakultetskih programa iz upravljanja zdravstvenim turizmom);*
- *Specijalizirana prodaja i promocija – ponuda se predstavlja i prodaje, osim na Internet stranicama samih ponuđača, i na portalima NTO-a i nacionalnih marketinških alijansi ili udruga. Rasprostranjene su usluge specijaliziranih 'incoming' agencija i agencija 'facilitatora';*
- *Kontinuirane investicije – obuhvaćaju stalno osvremenjivanje opreme, interijera i okoliša.*

³⁷ Izvor: Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma, Zagreb, prosinac 2014.

Starenje populacije, rast životnog standarda i društvene vrijednosti koje pridaju veliki značaj zdravom stilu života megatrendovi su koji danas karakteriziraju razvijene svjetske ekonomije pridonoseći, između ostalog, i snažnom rastu zdravstvenog turizma prije svega u Europi i Sjevernoj Americi. No, uz ove glavne pokretače rasta, koji će i u narednih 10-20 godina određivati industriju zdravstvenog turizma, niz je drugih trendova koji će ju oblikovati, a to su redom:

- ✓ *Demokratizacija potražnje i diversifikacija proizvoda;*
- ✓ *Podrška osiguravajućih društava za programe zdravstvene preventive;*
- ✓ *Rastuća uloga i značaj medicine te daljnja specijalizacija, standardizacija i regulacija medicinskih usluga;*
- ✓ *Brendiranje;*
- ✓ *Tehnološke inovacije;*
- ✓ *Autentičnost;*
- ✓ *Okolišna osjetljivost.*³⁸

Kako bi zadržala visoku razinu atraktivnosti i konkurentnosti i mogla na kvalitetan način zadovoljiti turističku potražnju, Općina Krapinske Toplice nastaviti će primjenjivati najbolje prakse inozemnih konkurenata u sferi zdravstvenog turizma, kako u wellness turizmu, tako i u lječilišnom i medicinskom turizmu.

Aktivni turizam (Ride & Bike i Sportski turizam)

Ride & Bike

Posebna vrsta održivog, rekreativskog turizma je konjički („Ride“) turizam. Ovim oblikom turizma koristi se infrastruktura koja koristi postojeće prirodne i kulturne resurse, ima značajan doprinos očuvanju i obnovi kulturnih dobara te značajan doprinos očuvanju prirodnih i krajobraznih vrijednosti tog područja. Konjički turizam, kao takav, je i turistički sve zanimljiviji vid rekreatije koji omogućuje potpuni odmak od stresa i užurbanosti, uključuje povezanost s prirodom i životnjama te utječe na opuštanje i ozdravljenje. Mogućnosti terena za jahanje u Hrvatskom Zagorje su neiscrpne, a odjaše li se u bilo koji kutak, doživljaj krajobraznih ljepota sitno nagužvanih brežuljaka s mozaikom šuma, vinograda, zagorskih seoceta i polja, mjestimično razdvojenih riječnim dolinama, je neizreciv. Jahanje je, osim toga, avanturistička rekreatija koja se od svih ostalih oblika održivog turizma razlikuje po tome što uključuje konja - životinju kao osnovu za bilo kakvu aktivnost. Jahanje, u ulozi rekreatije i turizma, ostvaruje poboljšanje zdravlja, povećanje znanja o prirodnim i kulturnim dobrima, razvija kognitivne i psihološke funkcije te utječe na oblikovanje ekološke svijesti. Također psiho-fizičkom aktivnošću oblikuje se karakter i osobnost čovjeka te potiče čovjekov unutarnji razvoj.

Razvoj konjičkog turizma na području Krapinsko-zagorske županije započeo je EU projektom RIDE&BIKE, nastavio se projektom TZ KZŽ i KZŽ Zagorje Ride u sklopu kojih se

³⁸ Izvor: Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma, Zagreb, prosinac 2014.

organiziraju međunarodne konjičke karavane, a od 01.09.2018. godine dodatni zamah razvoju dat će nova EU sredstva kroz nastavak projekta RIDE&BIKE II. Projekt RIDE&BIKE II provodit će se u razdoblju 01.09.2018.-2021., a provedba niza projektnih aktivnosti osigurat će razvoj dodatne turističke konjičke infrastrukture (odmorišta za konje i jahače) te promociju konjičkog turizma kroz organizaciju konjičkih karavana. Glavni cilj projekta "Ride & Bike II" je razvoj selektivnih turističkih proizvoda temeljenih na interpretaciji prirodne i kulturne baštine, kroz uspostavu sustavnog upravljanja razvojem održivog aktivnog turizma kroz program suradnje Interreg V-A Slovenija-Hrvatska 2014.-2020. Ključni rezultat projekta predstavlja doprinos povećanju broja posjetitelja u prekograničnoj destinaciji (za 3600 posjetitelja). Direktni ishodi projekta su organizirana prekogranična ponuda kroz definirana dva turistička prekogranična proizvoda, temeljena na pametnoj integraciji zaštićene prirodne i kulturne baštine, razvijeni "Ride & Bike" standardi s deset standardiziranih objekata turističkih usluga, razvijena svijest ključnih dionika o važnosti i mogućnostima turističke valorizacije prirodne i kulturne baštine te njihove pametne integracije s ponudom aktivnog turizma, ojačani kapaciteti za upravljanje i marketing "Ride & Bike" turističkim proizvodima te promovirana prekogranična "Ride & Bike" turistička ponuda.³⁹ Konjičkim turizmom, kao i cikloturizmom posjetiteljima se uz pomoć novih projekata planira omogućiti njihovo upoznavanje svih lokalnih i regionalnih ljepota koje će ovakvim sadržajima postati još bogatije i dostupnije, a čime će se dostići viša razina atraktivnosti i srednja konkurentnost ovoga turističkog proizvoda u promatranom razdoblju.

U sferi cikloturizma („Bike“), na lokalnoj i županijskoj razini potrebno je i stvaranje mreže uređenih ključnih županijskih cikloturističkih ruta, obilježavanje i unapređenje lokalnih ruta za rekreativne bicikliste na odmoru, unapređenje ponude za brdske (MTB) bicikliste, podizanje kvalitete cikloturističkih ruta kroz razvoj odmorišta i servisnih stanica za cikloturiste, razvoj i certificiranje smještajne ponude, unapređenje ugostiteljskih sadržaja i izleta za cikloturiste, unapređenje kvalitete cikloturističkog proizvoda kroz razvoj informativnih i interpretativnih sadržaja, unapređenje promocijskih aktivnosti i materijala s ciljem podizanja razine prepoznatljivosti Općine i Županije kao cikloturističke destinacije uz privlačenje većeg broja turista i posjetitelja, unapređenje dodatnih usluga za cikloturiste ('Bike-sharing' sustav) te edukacija dionika o važnosti razvoja bicikлизma i cikloturizma s ciljem podizanja svijesti lokalnog stanovništva o bicikлизmu i mogućnostima cikloturizma u Općini Krapinske Toplice i Županiji.⁴⁰

Nastavak ubrzanog rasta cikloturizma očekuje se i u budućnosti, što je trend podržan sve izraženijim potrebama turista za aktivnim i zdravim te okolišno odgovornim odmorom. U skladu s vrijednostima i interesima „novih“ turista očekuje se daljnja diverzifikacija proizvoda te će se razvijati „kombinirani“ proizvodi koji povezuju, primjerice, cikloturizam s gastronomijom, kulturom ili nekom društveno korisnom aktivnošću. Područje Zagorja i Općine Krapinske Toplice je već danas prepoznatljivo po cikloturizmu stoga je taj oblik turizma

³⁹ Izvor: <http://hotspots.net.hr/2018/10/cikloturizam-i-konjicki-turizam-krapinsko-zagorske-zupanije/>

⁴⁰ Izvor: Operativni plan razvoja cikloturizma Krapinsko-zagorske županije, Zagreb, rujan 2017.

potrebno nastaviti razvijati, inovirati te ga ukomponirati u sve ostale proizvode, čime se dostiže viša razina atraktivnosti uz srednju konkurentnost ovoga proizvoda u promatranom razdoblju.

Sportski turizam

Sportski turizam je najbrže rastući model turizma i od davnina je prepoznat kao stabilizirajući čimbenik u vrijeme visoke društvene i ekonomске nestabilnosti. Sportski turizam je začetnički čimbenik razvoja društva, sporta i turizma. Efekti ovoga rada spajaju ljudе i kreiraju nova partnerstva te razvoj ekonomije, infrastrukture, društvenih događaja i duha. Odavno je prepoznata općedruštvena i gospodarska korisnost turizma i sporta, od promocije destinacije, mogućnosti rasta i razvoja, otvaranje novih radnih mjesta, produžetka turističke sezone, pogotovo u pred i posezoni te financijske dobiti. Sport invoviran u turizam privlači novi potrošački segment, nova geografska tržišta, sadržajno unapređuje postojeće i uspostavlja novi sustav doživljaja, čini očuvanje prostora i kulturne baštine, primjenu zelenih koncepata u izgradnji i poslovanju, prilagođava ponudu zahtjevima potražnje jer više od polovice Europljana motivirano je "odmorom i rekreacijom". Sport stvara veći prihod od turizma, te razvija malo i srednje poduzetništvo.⁴¹

Općina posjeduje znatan potencijal za razvoj sportsko-rekreacijske ponude koja bi obogatila postojeću turističku ponudu mjesta te tako stvorila preduvjete za daljnji razvoj drugih vrsta turizma. Obzirom da, kao što je već spomenuto, postoji i interes inozemnih investitora za značajna ulaganja na području Općine u ovom segmentu, jačanjem razvoja ovog oblika turizma na prostoru Općine koji je zasad još uvijek u povoјima omogućilo bi se dosezanje visoke razine atraktivnosti i srednje konkurentnosti.

Gastro i eno turizam

Rast i razvoj proizvoda eno i gastro turizma temelji se na bogatoj gastro-enološkoj tradiciji. U kontekstu ovog specifičnog oblika turizma na području Općine ima prostora za napredak u vidu izgradnje i primjereno opremanja većeg broja novih (većih i manjih) ugostiteljskih objekata, poticanja povezivanja lokalnih proizvođača poljoprivrednih proizvoda s ugostiteljskim sektorom (klaster), poticanja razvoja gastro-enoloških tematskih cesta i putova (npr. vinske ceste, ceste sira, ceste bučinog ulja i sl.), poticanja ulaganja u događanja na temu hrane i pića i sl.⁴², a sve s ciljem pozicioniranja na visoku razinu atraktivnosti uz srednju konkurentnost.

Agroturizam

S ciljem daljnog jačanja agroturizma odnosno seoskog turizma Općine uz kvalitetno povezivanje sa eno-gastro turizmom, trebalo bi se pristupiti i sadržajnom obogaćivanju postojeće ponude obiteljskih seoskih gospodarstava, ponajviše kroz uspostavu novih

⁴¹ Izvor: <http://hrturizam.hr/sinergijom-sporta-i-turizma-do-manje-sezonalnosti-turizma/>

⁴² Izvor: Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine

lokalnih/regionalnih ljudskom rukom stvorenih atrakcija kao što su vinski podrumi, rekreacijski sadržaji, vidikovci, tematski parkovi i slično, zatim uređenju pojedinačnih seoskih gospodarstava poštujući i/ili interpretirajući elemente tradicionalnog lokalnog graditeljstva i uređenja okoliša itd.⁴³ Provedbom navedenoga ovaj proizvod će dosegnuti višu razinu atraktivnosti i konkurentnosti.

Nakon izvršenih intervencija za povećanje atraktivnosti i konkurentnosti destinacije u sferama navedenih različitih oblika turizma za razvoj kojih na području Općine svakako postoje svi potrebni preduvjeti, matrica turističkih proizvoda bi u 2025. godini izgledala kako slijedi:

Slika 21. Matrica proizvoda turizma Općine Krapinske Toplice 2025. g.

Atraktivnost			
Visoka		Gastro i eno turizam Aktivni turizam Kulturni turizam	Zdravstveni turizam (wellness, lječilišni i medicinski turizam)
Srednja		Poslovni turizam	Agroturizam
Niska			
Konkurentnost		Niska	Srednja
			Visoka

Turističke proizvode navedene u matrici uspješnosti proizvoda potrebno je kvalitativno unaprijediti i prilagoditi zahtjevima suvremene turističke potražnje.

2.5. Analiza tržišta

Turističko tržište, sve više segmentirano, u destinacijama očekuje proizvode prilagođene njihovim specifičnim željama i potrebama. Zbog toga promišljanju razvoja proizvoda i njegovih sastavnica treba prići iz 'perspektive kupca' i sagledati koje sastavnice proizvoda vrednuje i što sve očekuje. Različite segmente kupaca obilježavaju različita obilježja, pa se tako mogu posebno promatrati demografski i interesni segmenti.

Ciljni demografski segmenti navode se u tablici koja slijedi u nastavku.

⁴³ Izvor: Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine

Mladi (18 – 24 godine)	<p>Radi se o potrošačkom segmentu s izrazito različitim društvenim i/ili kulturološkim zaledem i sklonosti različitim načinima putovanja uključujući i backpacking. Putuju tijekom praznika, u trajanju od nekoliko dana do nekoliko mjeseci, a preferiraju jeftiniji prijevoz i smještaj. Skloni su aktivnostima i avanturi, čistoj prirodi te lokalnoj kulturi, a informiraju se u najvećoj mjeri preko interneta. Ovaj segment zanimljiv je za Općinu Krapinske Toplice zbog atrakcija u okruženju te različitih mogućnosti sporta i rekreativne, koje ovaj segment preferira. Karakterizira ih činjenica da imaju novaca, ali su vremenski vrlo ograničeni. Interesiraju ih kratki odmori te oblici i sadržaji putovanja kojima se nagrađuju. Informiraju se u najvećoj mjeri preko interneta, lifestyle časopisa i preko prijatelja. Segment nije cijenovno osjetljiv.</p>
DINKS (parovi s dvostrukim primanjima, bez djece)	<p>Segment obitelji uključuje one s mlađom djecom (djeca do 7 godina) i obitelji sa starijom djecom (8-14 godina). Dok prve obilježava krilatica „sve se okreće oko djece“ te im je najvažnije udovoljiti dječjim potrebama, obitelji sa starijom djecom traže sadržaje koji mogu zadovoljiti potrebe svih članova. Segment obitelji pretežito putuje tijekom školskih praznika, uglavnom se informira usmenom predajom i cijenovno je osjetljiv. Riječ je o tradicionalno značajnom segmentu za Općinu Krapinske Toplice koji će i u budućnosti biti dominantan, prvenstveno zbog vodenih atrakcija, ugodne klime i mira za ugodan obiteljski odmor u ruralnom kraju.</p>
Empty nesters (radno aktivni ljudi čija su djeca napustila roditeljski dom i žive samostalno; 50-65 godina)	<p>Karakterizira ih to što putuju tijekom cijele godine, često spajaju posao s odmorom te su skloni holističkom pristupu životu (wellness, zdrava hrana, aktivnosti i revitalizacija). Nisu cijenovno osjetljivi, na putovanjima se nagrađuju, temeljito se pripremaju za putovanja, a informiraju se preko preporuka, specijalizirane literature o putovanjima te interneta.</p>
Zlatna dob (umirovljenici bez većih zdravstvenih problema, 65+ godina)	<p>Riječ je o skupini koja još uvijek aktivno putuje, imaju više sredstava i vremena i žele 'ugoditi sebi'. Zanimaju ih mesta s 'duhom i šarmom', kvalitetna enogastronomска ponuda, upoznavanje lokalnog načina života, obilasci kulturnih, ali i prirodnih atrakcija. Cijene udobnost smještaja, a za starije među njima bitna je dostupnost medicinske skrbi. Cijenovno su osjetljivi, putuju pretežito u proljeće i jesen, a najviše uvažavaju preporuke kao izvor informacija. Zlatna dob zanimljiva je za Općinu posebno za proljetne i jesenske mjesecе kada može biti ugodno mjesto odmora i idealna lokacija za izlete u šиру okolicu.</p>
Specijalizirani organizatori poslovnih putovanja	<p>Riječ je o specijaliziranim posrednicima za poslovna i incentive putovanja koja se odvijaju pretežito tijekom proljeća i jeseni. Preferiraju prepoznatljive/atraktivne destinacije i višu kvalitetu usluga.⁴⁴</p>

⁴⁴ Izvor: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_05_55_1119.html

Osim demografskih ciljnih segmenata za Općinu Krapinske Toplice je, vezano uz proizvode, važno sagledati i interesne segmente. Riječ je o sljedećim segmentima:

Poslovni ljudi

Poslovni turizam predstavlja važan turistički proizvod jer individualni i grupni poslovni gosti čine stabilan izvor potražnje, koja je, ovisno o trendovima, najizraženija u razdobljima pred i posezone. Velika prednost poslovnog turizma jest i velika potrošnja poslovnih gostiju u odnosu na klasične turiste. Naime, podaci pokazuju da sudionici susreta i njihovi gosti u kongresnom mjestu troše višestruko više od prosječnog turista. Razlog je toj povećanoj kupovnoj moći struktura gostiju, koji su obično imućniji poslovni ljudi i stručnjaci, a njihove tvrtke ili organizatori kongresa pokrivaju im troškove smještaja i hrane, što im ostavlja veći budžet za osobnu potrošnju.⁴⁵ U prosjeku njihovi su zahtjevi veći nego kod klasičnih turista, ali su uslugu koju traže spremni i više nego korektno platiti.

Motivirani kulturom

Prema istraživanju potražnje za kulturnim turizmom u Hrvatskoj – TOMAS Kulturni turizam 2008. - kulturni turisti u Hrvatskoj uglavnom su srednje ili mlađe životne dobi, iznadprosječno obrazovani i relativno više kupovne moći. Oni pokazuju visok stupanj zadovoljstva posjetom samim atrakcijama i događanjima ali, istovremeno, i niži stupanj zadovoljstva organizacijom dolaska, raspoloživim informacijama i signalizacijom. Radi se uglavnom o inozemnim posjetiteljima, koji noće u mjestu gdje se nalazi atrakcija ili gdje se zbiva neko događanje. Zadovoljni su kvalitetom postava i programima, mogućnošću učenja, osobljem te čistoćom. Prosječna dnevna potrošnja posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja iznosila je 45 eura na višednevnim putovanjima, te 28 eura na jednodnevnim putovanjima. Zanimljivo je da su se najboljim potrošačima pokazali posjetitelji muzeja i galerija. Glavni motivi posjeta kulturnoj atrakciji ili događanju bili su 'učenje o kulturi, povijesti i baštini dotičnog kraja', 'imidž/reputacija', atrakcije/događanja, 'znatiželja' te 'provodenje kvalitetnog vremena sa svojom obitelji ili prijateljima'. Većina posjetitelja o kulturno turističkoj ponudi informira se više od godinu dana unaprijed, iako su im važne i informacije tijekom boravka u destinaciji. O kulturnim atrakcijama ili događanjima najčešće doznavaju neformalnim putem tj. putem usmene preporuke prijatelja ili rođaka ili od lokalnih žitelja. Tijekom boravka u destinaciji više se posjećuju kulturno-povijesne znamenitosti te muzeji i galerije dok je nešto manji interes za festivalе, tematske rute, puteve i glazbeno-scenska događanja. Pored kulturne baštine, u skladu sa svjetskim pokazateljima, gosti se sve više zanimaju za tzv. kreativni turizam, odnosno doživljaje koji nastaju njihovim sudjelovanjem u kreativnim ili proizvodnim procesima kroz različite radionice i tečajeve.⁴⁶ Gosti koji putuju motivirani kulturnom iznadprosječno su obrazovani, cijene autentična iskustva i kvalitetnu interpretaciju i različite mogućnosti doživljaja kulturnih sadržaja (npr. sudjelovanje). Razina interesa varira od npr. 'pasioniranih' koje kultura motivira na dolazak, preko 'ljubitelja' kojima je to važan kriterij odabira destinacije do 'zainteresiranih' koji uživaju u dotičnoj aktivnosti, ali

⁴⁵ Izvor: <https://lider.media/aktualno/tvrtke-i-trzista/poslovna-scena/poslovni-i-kongresni-turizam-donose-cetvrtinu-ukupnog-medunarodnog-turizma-a-gdje-je-hrvatska/>

⁴⁶ Izvor: https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//001_160128-AP_kulturni.pdf

Zdravstveni turizam

kao i u ostaloj ponudi destinacije. Općina Krapinske Toplice može zadovoljiti zbog svoje lokacije sve tri podgrupe ovog segmenta.

Wellness turizam

Današnji volumen wellness potražnje u Hrvatskoj izrazito je teško prosudjivati. Naime, nijedna hotelska kuća u nas trenutno ne može dati kvalitetne podatke o postotku dominantno wellness motivirane potražnje u ukupnom broju ostvarenih noćenja. Sukladno tome, o volumenu wellness potražnje moguće je posredno prosudjivati samo na temelju kretanja popunjenošći hrvatske hotelske ponude viših kategorija. U tom smislu, a budući da je riječ o korištenju kapaciteta na razini od oko 50%, pri čemu je i dalje izrazita koncentracija na razdoblje od lipnja do rujna, realno je pretpostaviti da su zdravljem motivirani wellness gosti samo malí udio ukupne potražnje te da se wellness još uvijek doživljava kao samo jedan od uobičajenih hotelskih sadržaja i prateća usluga u sklopu drugačije motiviranog boravka.

Lječilišni turizam

Orijentacija pojedinih specijalnih bolnica i lječilišta na HZZO, odnosno na slobodno tržište varira od slučaja do slučaja. Tako, primjerice, najveće specijalne bolnice u zemlji, posebice SB Krapinske Toplice i SB Varaždinske Toplice, većinu svojih kapaciteta popunjavaju putem HZZO-a. S druge strane, Lječilište Istarske Toplice i Top Terme Topusko u potpunosti su orijentirani na tzv. neproračunsko tržište, u vrlo velikoj mjeri to je i orijentacija Lječilišta Veli Lošinj te SB Biokovka, dok SB Daruvarske Toplice te talasoterapije u Crikvenici i Opatiji pokazuju značajniji odmak od 'čistog' HZZO usmjerenja. U ostalim ustanovama oko 70% potražnje ili više vezano je u potpunosti ili djelomično uz HZZO.⁴⁷

U 2018. godini u SB Krapinske Toplice ostvareno je ukupno 162.425 noćenja. Od toga su Stacionarni pacijenti (HZZO) i ambulantni pacijenti ostvarili 137.362 noćenja, komercijalni gosti (domaći i inozemni) ostvarili su ukupno 25.063 noćenja (domaći komercijalni gosti - 24.754 noćenja, inozemni komercijalni gosti - 309 noćenja). Ukupan broj gostiju - pacijenata u 2018. godini (stacionarni pacijenti (HZZO) i ambulantni pacijenti te tržišni gosti) iznosio je 7.857 gostiju. Ukupan broj stacionarnih pacijenata (HZZO) i ambulantnih pacijenata iznosio je 6.122 gostiju. Ukupan broj tržišnih gostiju iznosio je 1.735 (broj domaćih tržišnih gostiju - 1.719; broj inozemnih tržišnih gostiju - 16). U 2018. godini ostvareni su ukupni prihodi u iznosu od 129.032.020 kn, pri čemu je prihod vezan uz ugovor sa HZZO-m, decentralizirana sredstva iz državnog proračuna i ostala sredstva iz državnog proračuna u 2017. godini iznosio 105.342.434 kn, dok je tržišni prihod iznosio 23.689.586 kn.⁴⁸

⁴⁷ Izvor: https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//150608_AP_%20Zdravstveni%20turizam.pdf

⁴⁸ Izvor:

<https://zdravstvo.gov.hr/UserDocsImages//2020%20Zdravstveni%20turizam//Katalog%20projekata%20zdravstvenog%20turizma%20HR%20prosinac%202019.pdf>

Cikloturisti

Medicinski turizam

Prilikom definiranja medicinskih turista dolazi se do različitih metodoloških tumačenja ovog problema, pa je načelno uvriježeno tumačenje kako je riječ samo o osobama koje u potrazi za medicinskim liječenjem ili zdravstvenom zaštitom putuju u drugu državu, iako je broj osoba koje unutar vlastite države putuju van mjesta stalnog boravka s ciljem korištenja medicinske usluge puno veći. Primarni razlog leži npr. u činjenici koncentracije zdravstvenih ustanova u većim gradskim središtima. Možemo konstatirati kako u Kini, SAD-u ili Rusiji takve osobe nerijetko prevaljuju puno veće udaljenosti (te ostvaruju veći broj noćenja) nego li je slučaj s osobom koja putuje iz Italije u Hrvatsku radi stomatološkog zahvata (što je potencijalno putovanje od nekoliko desetaka kilometara, bez ostvarenog noćenja). Stoga, neke od analiza fenomen medicinskog turizma promatraju na način da se medicinskim turistima smatraju osobe koje radi medicinske usluge putuju van svog prebivališta, ostvarujući pritom barem jedno noćenje – naravno, takav pogled na problematiku dodatno usložnjava činjenica da je teško doći do podataka koliko „domaćih medicinskih turista“ uslugu koristi u okvirima sustava javnog zdravstva, a koliko na čistoj komercijalnoj osnovi. Također, turiste koji u okviru odmora koriste wellness tretmane/programe, ili im je wellness primarni motiv za odmor načelno ne možemo smatrati medicinskim turistima, već medicinski turizam treba promatrati kao posebnu razvojnu nišu, koja s „industrijom wellnessa“ ima brojne dodirne točke, no primarni motiv putovanja, jednakao kao i primarna „usluga“ koju osoba (turist) konzumira u značajno su mjeri različiti.⁴⁹

Generalno obilježje cikloturista je da putuju biciklom barem jednom godišnje, najčešće pripadaju dobroj skupini između 35 i 40 i više godina i obično dnevno voze bicikl 40 do 60 kilometara. Skloni su iznajmljivati bicikl u destinaciji, posebno kad je riječ o grupnim putovanjima i važna im je mogućnost prijevoza prtljage između mjesta na ruti. Kao izvor informacija koriste internet, ali su im važne i klasične tiskane biciklističke karte, signalizacija i GPS uređaji (GPX tragovi ruta). U Hrvatskoj, kao i na razini Europe, ne postoje egzaktni statistički podaci o broju biciklista i cikloturista. Kad je riječ o cikloturistima u Hrvatskoj, dominantno se radi o muškarcima (83%), prosječne dobi 34 godine, srednjeg ili višeg obrazovanja koji redovito voze bicikl na tjednoj bazi, imaju vlastite bicikle i dobre su kupovne moći. Uobičajeno borave duže od 5 dana, koriste vlastite bicikle na odmoru, za izbor destinacije su im važne usluge vezane uz bicikle, važna im je dostupnost relevantnih informacija i vole kombinirati biciklizam sa aktivnostima koje im omogućuju druženje. Kod izbora smještaja važan im je dobar odnos usluge i cijena, često biraju privatni smještaj i kampove, ali i obiteljske hotele, te pokazuju preferenciju prema specijaliziranom smještaju. Generalno se cikloturisti, s obzirom na tip bicikla i tip prometnice koje koriste, mogu izdvojiti u tri glavne skupine: Rekreativni i touring cikloturisti, Brdski biciklisti (MTB cikloturisti) i cestovni biciklisti. Za Općinu Krapinske Toplice od posebne su važnosti rekreativni i touring cikloturisti. Ovaj segment odabire slikovita mjesta, koristi obilježene i uređene biciklističke staze i ceste s manje prometa, traži smještaj prilagođen specifičnim

⁴⁹ Izvor: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2016-11/Medicinski-turizam-Medunarodni-trendovi-i-perspektive.pdf>

Eno-gastro turisti

potrebama, često sudjeluje na ‘biciklijadama’ (domaće tržište-rekreativni biciklisti).⁵⁰

Najčešće to su gosti srednje i starije životne dobi, srednje i više platežne moći, obrazovani, putuju više puta godišnje, motiv putovanja im je hobi, žele upoznati destinaciju u koju dolaze, uglavnom dolaze iz urbanih sredina, znatiželjni su i žele naučiti nove vještine. Motivira ih upoznavanje hrane i vina, autentični gastronomski doživljaji, usko povezani s kulturom (kultura života i rada). Cijene autentične sadržaje u destinaciji. U posljednjih nekoliko godina, gastroturizam je u svijetu znatno u porastu i postao je jedan od najdinamičnijih segmenata turizma. Turističke destinacije i tvrtke koje se bave i povezane su s turizmom jednako su svjesne važnosti gastronomije koja pomaže u raznolikosti turističke ponude i potiče lokalni, regionalni i nacionalni gospodarski razvoj. Ova vrsta turizma alat je za promicanje svih vrsta resursa, uključuje čak i očuvanje baštine u svim njezinim oblicima. Pravilno upravljanje gastroturizmom uključuje stalno istraživanje i zahtjeva multidisciplinaran i fleksibilan pristup, a ova grana turizma ujedno potiče kreativnost i poduzetništvo. Networking je ključan, a dodatno dobiva na važnosti kroz gastronomске sajmove, forume i manifestacije. Ključ uspjeha gastroturizma uključuje dobro vodstvo, kreativnost, timski rad, dugoročne vizije, hrabrost, okruženje i ambiciozne ciljeve.⁵¹

Agroturisti

U trendovima turističke potražnje vidi se sve veći interes turista za specifične oblike turizma među kojima agroturizam zauzima visoko mjesto.⁵² To su posjetioci koji najčešće dolaze na kraći boravak (jednodnevni boravak) te pritom koriste usluge prehrane (ručak ili večera s tradicijskim jelima ili kušanje nekog tradicijskog proizvoda) ili vikend boravak (dva-do tri dana na smještaju) odnosno izletnici, obitelji s djecom, parovi, individualci, organizirane grupe, biciklisti, vinski gosti, gastrogosti, pješaci, kampisti, gosti koji obilaze kulturne znamenitosti, gosti koji dolaze zbog aktivnosti u prirodi, ribiči, lovci, poslovni ljudi, itd.

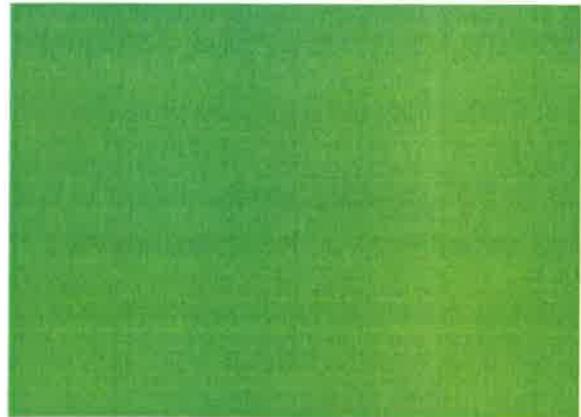
Upravo sportsko-rekreacijski sadržaji u turizmu predstavljaju sve više snažan faktor turističke ponude i potražnje. Aktivan odmor posljednjih je desetljeća postao bioška nužnost, kompenzacija za nedovoljno kretanje i ubrzani životni tempo suvremenog čovjeka i turista. Programi sportsko-rekreacijskih aktivnosti omogućuju smišljen boravak turista čime se planski ostvaruju njihove temeljne potrebe za kvalitetnim odmorom u turizmu. Aktivnosti kojima se mijenjaju (poboljšavaju) sposobnosti i funkcije organizma nazivaju se transformacijski programi. Turizam je idealno mjesto za njihovu provedbu u prirodnom atraktivnom okruženju (sve cikličke aktivnosti: hodanje, trčanje, tracking, planinarenje, vožnja bicikla, veslanje, plivanje i sl.) čime se podižu brojni povoljni utjecaji na organizam, posebice srčano žilni sustav. Dio sportsko-rekreacijskih programa odnosi se i na sustav vježbi za relaksaciju i opuštanje čija je osnovna svrha oticanjanje i umanjivanje stresa. Dio sportsko-rekreacijskih aktivnosti vezan je uz socijalizaciju kroz skupne sportove i sportske

⁵⁰ Izvor: <http://www.kzz.hr/sadrzaj/natjecaji/poziv-savjet-operativni-plan-ciklotur-2020/Operativni%20plan%20razvoja%20cikloturizma%20KZ%C5%BD.pdf>

⁵¹ <http://www.poslovni.hr/hrvatska/gastroturizam-je-hit-ali-kod-nas-tek-u-povojima-326789>

⁵² Izvor:

https://www.fthm.uniri.hr/images/kongres/ruralni_turizam/4/znanstveni/SmolcicJurdana_SoldicFrleta_Dedovi_c.pdf



igre (tenis, košarka, odbojka i dr.), a dio se odnosi na avanturističke oblike aktivnosti, primjerice: rafting, ronjenje, slobodno penjanje, speleologija i sl. Društveno zabavne igre i aktivnosti upotpunjuju sportsko-rekreacijske programe zblizavajući ljude kroz prizmu zabave i ugode. Istraživanjem potreba turista, došlo se do brojnih spoznaja vezanih za oblikovanje sportsko-rekreacijske ponude u turizmu. Neke od njih upućuju na naglašenu potrebu turista za aktivnim sudjelovanjem u različitim sportsko-rekreacijskim aktivnostima. Prosječna dob turista u našoj zemlji je iznad 40 godina starosti, a oni iskazuju znatno veći interes prema organiziranim oblicima sportsko-rekreacijskih aktivnosti od mlađih turista. To samo potvrđuje važnost planiranja sportsko-rekreacijskih sadržaja na prostoru Općine čiji nositelji mogu biti isključivo stručne i kompetentne osobe.⁵³

2.6. SWOT analiza

Slijedeća vrsta analize i procjene turističkog tržišta je tzv. SWOT analiza koja će biti korištena na primjeru Općine Krapinske Toplice u sektoru turizma. SWOT analiza predstavlja analizu postojeće situacije, mogućnosti i prijetnji te analizu okruženja i vrednovanja geografskih i turističkih resursa (S-strengths, W-weaknesses, O-opportunities, T-threats). Korištenjem ove analize sustavno se suprotstavljaju unutrašnje sposobnosti i slabosti tržišta i odmjeravaju izgledi za uspjeh u odnosu na konkureniju i opasnosti u okruženju. Snage i slabosti su interni, dok su prilike i prijetnje eksterni faktori.

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none">✓ razvijena gospodarska osnova✓ visoka prometna dostupnost✓ jasna razvojna usmjerenja i prepoznata uloga turizma u ključnim strateškim dokumentima✓ raspoloživ prostor za nove razvojne projekte✓ infrastrukturna opremljenost✓ raznolikost, sadržajnost, slikovitost ruralnog prostora✓ bogata kulturno-povijesna baština i zagorski običaji✓ izuzetna prirodna i kulturno-spomenička vrijednost destinacije✓ bogatstvo zaštićenih i očuvanih prostora✓ kvalitetni mineralni izvori pogodni za razvoj sportsko-rekreacijskog turizma✓ bogatstvo prirodnim resursima – nekoliko termalnih izvora koji se iskorištavaju u turističko-rekreacijske i terapeutске svrhe✓ visoka kvaliteta zraka✓ dugogodišnja tradicija zdravstvenog turizma u destinaciji (wellness, lječilišni i medicinski turizam)✓ voden park Aquae Vivae	<ul style="list-style-type: none">✓ zapuštenost i neuređenost dijelova Općine✓ nedovoljno razumijevanje procesa strateškog upravljanja✓ nedovoljno razumijevanje trendova na turističkom tržištu✓ spor rješavanje infrastrukturnih projekata✓ nedovoljna promocija Općine✓ starenje stanovništva i niska stopa nataliteta✓ iseljavanje mladih✓ nedovoljna poduzetnička inicijativa lokalnog stanovništva✓ prevelika fokusiranost na promociju destinacije samo kao odredišta za zdravstveni turizam – potrebno jače razvijati i ostale specifične oblike turizma✓ nedovoljno turističkih atrakcija, nedostatak atrakcija kao mjesta privlačenja turista✓ nedostatna interpretacija povijesne, kulturne i prirodne baštine/sadržaja✓ slaba iskorištenost prirodnih potencijala za razvoj sportsko-rekreativnih sadržaja✓ manjak cikloturističkih staza te nedovoljna uređenost postojećih✓ nedovoljna promocija cikloturizma na području Općine

⁵³ Izvor: http://hrks.hr/skole/15_ljetna_skola/46.pdf

<ul style="list-style-type: none"> ✓ biciklističke i pješačke staze ✓ umjerena razvijenost eno-gastro i agroturizma ✓ kvaliteta ponude hrane ✓ kvalitet ugostiteljske usluge ✓ stanovnici kao dobri domaćini turistima ✓ dominacija hotelske smještajne ponude ✓ postojanje velikog broja privatnih smještajnih kapaciteta (apartmani, sobe, kuće za odmor) ✓ novi i/ili renovirani smještajni kapaciteti ✓ postojanje određene infrastrukture za odvijanje poslovnog turizma (kongresi, seminari, prezentacije, radionice i sl.) ✓ postojanje ostalih turističkih atrakcija (ranč i Heli Centar Toplice) ✓ resursi za daljnji razvoj i unapređenje ponude u okviru zdravstvenog, kulturnog, poslovnog, cikloturizma, eno-gastro turizma, agroturizma i sportskog turizma ✓ pozitivna orijentacija Općine prema turizmu ✓ uvažavanje i usmjeravanje turizma u ključnim razvojnim dokumentima ✓ razvijen, prepoznatljiv i pozitivan imidž Općine kao meke zdravstvenog turizma ✓ postojanje institucija pripravnih za apliciranje za EU financiranje 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ nepostojanje prilagođene ponude za cikloturiste (ugostiteljski i smještajni objekti, „bike&share“ sustav i sl.) ✓ nedovoljna valorizacija turističkog potencijala ruralnog prostora Općine ✓ nedostatak ponude agroturizma ✓ općeniti manjak gastro objekata ✓ neinventivna/ uniformna smještajna i ugostiteljska ponuda ✓ nedostatak smještajnih kapaciteta u odnosu na povećanu potražnju ✓ nedostatak smještajnih kapaciteta više kategorije (4*) ✓ ograničena kongresna ponuda i nedovoljni kapaciteti za jačanje razvoja kongresnog turizma ✓ nedostatan broj manifestacija, festivala, događaja koji bi privlačili posjetitelje tijekom cijele godine ✓ nedostatak specifične trgovачke/obrtničke ponude (suveniri) ✓ nedovoljno razvijeno poduzetništvo u turizmu ✓ naglašena sezonalnost turističke posjećenosti ✓ nedostatna koordinacija i institucionalna organiziranost turizma na razini Općine ✓ nedovoljno razvijena praksa suradnje i umrežavanja dionika ✓ raspoloživost finansijskih sredstava za pokretanje većih destinacijskih projekata ✓ nedovoljno razumijevanje suvremenih trendova u turizmu ✓ nedovoljno uspostavljen proces destinacijskog menadžmenta
PRIЛИКЕ <ul style="list-style-type: none"> ✓ suvremeni turistički trendovi (rast posebnih interesa, rast vikend potražnje) ✓ poticaji države razvoju kontinentalnog turizma ✓ blizina poznatih destinacija, a ujedno i emitivnih tržišta ✓ EU fondovi kao doprinos razvoju turističkih područja ✓ EU fondovi/programi za ruralni/regionalni razvoj ✓ EU fondovi/programi za poticanje malog i srednjeg poduzetništva ✓ razvoj inovativne kontinentalne turističke ponude i infrastrukture ✓ dolazak inozemnih turista ✓ jačanje gospodarske snage i kupovne moći u regiji ✓ podizanje kvalitete života u ruralnom prostoru ✓ stalno prisutan interes posjetitelja za nečim "novim" ✓ preferencija "novih" turista prema okolišno očuvanim i identitetski profiliranim destinacijama/atrakcijama 	PRIJETNJE <ul style="list-style-type: none"> ✓ gospodarska kriza ✓ nepovoljna investicijska klima u Hrvatskoj ✓ nedostatak institucionalne i stručne podrške u poduzetničkom pristupanju izvorima financiranja kod ulaganja u turizam ✓ brži razvoj konkurentne ponude u okruženju ✓ nedostatak interesa "većih" investitora u hotelijerstvu/turizmu ✓ nejasne funkcije i odgovornost za destinacijski menadžment zbog nedovoljno jasno definiranog sustava i modela upravljanja destinacijama u Hrvatskoj ✓ nedovoljna usmjereność na suvremene obrazovne potrebe u turizmu na razini nacionalnih institucija ✓ negativan imidž i pad interesa za poslove u turizmu u ugostiteljstvu ✓ nedovoljno razvijeni programi podizanja svijesti lokalnog stanovništva o turizmu

<ul style="list-style-type: none"> ✓ segmentacija tržišta ✓ razvoj ekonomije kreativnosti i doživljaja ✓ unapređenje imidža i rastuća atraktivnost Hrvatske ✓ očekivana zakonska regulativa i/ili definiranje sustava destinacijskog menadžmenta u Hrvatskoj ✓ destinacijsko brendiranje ✓ rastuća ponuda obrazovnih programa u turizmu ✓ rastuće mogućnosti financiranja specijalističkih programa ✓ fleksibilnost radne snage u EU⁵⁴ 	
---	--

2.7. Ocjena konkurentske sposobnosti za turističko privređivanje

Zdravstveni turizam

Raspoloživi podaci ukazuju na to da su proizvodi zdravstvenog turizma 2010. godine na globalnoj razini generirali prihod od oko 200 milijardi američkih dolara te da rastu 15% do 20% godišnje. S obzirom na trend starenja populacije, ali i rastuću orientaciju prema ‘zdravom životu’ i zdravstvenoj prevenciji, očekuje se da će zdravstveni turizam biti jedan od glavnih motiva putovanja u budućnosti. Ključni koncepti za koje se očekuje da će biti sve važniji u oblikovanju ponude zdravstvenog turizma uključuju ‘inovativno’, ‘autentično’, ‘zeleno’ i ‘holističko’. U tom smislu, specifični faktori uspjeha proizvoda zdravstvenog turizma odnose se, prije svega, na kvalitetu specijaliziranih zdravstvenih centara/institucija, kvalitetu prateće turističke ponude te kompatibilan razvoj destinacije.⁵⁵

Krapinske Toplice, čuveno su termalno lječilište i idiličan kutak Hrvatskog Zagorja, smještene među pitomim zagorskim bregima, nadaleko poznate po svom glasovitom medicinskom kompleksu i još glasovitijim termalnim izvorima.

Cilj Općine Krapinske Toplice je postati vodeće hrvatsko središte zdravlja kroz zdravstveni turizam. Krapinske Toplice trenutno slove kao centar zdravstvenog turizma u županiji i jedan od vodećih u državi te su jedino mjesto u Hrvatskoj koje posjeduje sva tri vida zdravstvenog turizma – bolnice, lječilište i wellness.

Sama Općina predstavlja svojevrstan „izvor zdravlja“ – upravo preko Specijalne bolnice za medicinsku rehabilitaciju Krapinske Toplice, Klinike za kardiovaskularne bolesti Magdalena, koja je nositelj dijamantnog ranga kanadske akreditacije, nedavno akreditirane Specijalne bolnice za ortopediju “Akromion”; Hotela Villa Magdalena i Toplice Hotela (trenutno zatvoren – u planu je rušenje i izgradnja novog hotela), kao i vodenog parka Aquae Vivaee Općina gradi destinaciju turizma zdravlja.

⁵⁵ Izvor: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_05_55_1119.html

Medicinske ustanove Krapinskih Toplica pružaju usluge uskladene s najstrožim svjetskim standardima te predstavljaju važnu kariku javnog zdravstvenog sustava u Republici Hrvatskoj, ali isto tako razvijaju i usluge koje prodaju na međunarodnom tržištu.

Krapinsko – zagorska županija je na Danima hrvatskog turizma u 2018. godini proglašena najuspješnjom turističkom destinacijom kontinentalne Hrvatske te finalistom EDEN-a za wellness 2019. (Europska destinacija izvrsnosti). Velik uspjeh postigle su i Krapinske Toplice, koje su tada proglašene najboljom destinacijom zdravstvenog turizma u Hrvatskoj.

Zdravstveni turizam, kao jedan od najstarijih oblika turizma ima neopisivo važnu ulogu u životu modernog čovjeka. Uzmemo li u obzir današnji način života i općenitu zanemarenost za zdravljem u ranjoj i srednjoj dobi ljudskog života, možemo opisati zdravstveni turizam kao idealan spoj ugodnog i korisnog. Nepravilna prehrana, nedovoljno kretanje, pretjerani stres, te sama zagađenost zraka su jedne od glavnih uzročnika niza bolesti u ljudskom životu. Opće je poznato da tišina, boravak u prirodi, pravilna prehrana i rekreacija imaju pozitivan učinak na ljudsko zdravlje i sam užitak u životu. Tu dolazi zdravstveni turizam. Zbog blizine velikim tržištima, prirodne ljepote i povoljne klime, sigurnosti destinacije, duge tradicije, konkurentnih cijena i općenito dobre reputacije zdravstvenih usluga, Općina svakako ima komparativne prednosti za daljnji razvoj i jačanje zdravstvenog turizma na svom području u kontekstu i wellness i lječilišnog i medicinskog turizma.

Analizom postojećeg stanja u Općini utvrđeno je da se dodatni napor moraju uložiti u unapređenje prepoznatljivosti, povećanje stručne sposobljenosti te u obogaćivanje ponude wellness turizma Općine, unapređivanje i diferenciranje ponude te povećanje tržišne poželjnosti destinacije u sklopu lječilišnog turizma, kao i u unapređenje međunarodne prepoznatljivosti, međunarodne poželjnosti RH i proširenje ponude u kontekstu medicinskog turizma, a sve kako bi se Općina svojom ponudom približila uz bok inozemnim konkurentima.

Stoga postojeću ponudu valja dodatno obogatiti sadržajima primjerenim potrebama različitih segmenata potencijalnih korisnika medicinskih, zdravstvenih i wellness te rekreacijskih usluga. Osim osuvremenjivanja i/ili izgradnje dijagnostičkih i terapijskih centara, to se posebno odnosi na podizanje kvalitete smještajnih kapaciteta (izjednačavanje s hotelskim standardima više kategorije) kao i na uređenje/izgradnju određenog broja novih zabavnih sadržaja (water fun parkovi, sportski sadržaji, sadržaji za provođenje slobodnog vremena i sl.). Ponudu postojećih lječilišta valja upotpuniti izgradnjom nove hotelske ponude. Novoizgrađenim hotelima valja osigurati ravnopravan pristup prirodnim ljekovitim činiteljima. Prilikom izgradnje novih sadržaja zdravstvenog turizma posebnu je pažnju potrebno posvetiti poštivanju okolišno odgovornog ponašanja i naglašavanju ambijentalnih značajki prostora. Osim toga, potrebno je i strateški povezivati i/ili umrežavati se s međunarodno prepozнатljivim/etabliranim pružateljima usluga zdravstvenog i medicinskog turizma u zemljama relevantnog konkurenetskog kruga (Austrija, Italija, Njemačka, Mađarska, Slovenija), kad god se to čini oportunim. Kao neke od mogućnosti ističu se i pojačano sadržajno profiliranje i tržišno specijaliziranje lječilišta u destinaciji (specifičnost prirodnog ljekovitog činitelja, kvaliteta medicinskih programa, holistički pristup zdravlju i sl.) kako bi se smanjila njihova poslovna

ovisnost o korisnicima HZZO sustava te kako bi se u većoj mjeri privukla platežno sposobna turistička potražnja, uključujući osiguranike domaćih i inozemnih društava zdravstvenog osiguranja.⁵⁶

Kulturni turizam

Kulturni turizam na prostoru Općine Krapinske Toplice trenutno nije razvijen u zadovoljavajućoj mjeri, no prognozira se daljnji rast ove specifične vrste turizma te se ističe velik značaj ovoga turističkog proizvoda za budući rast ukupnog turističkog sektora Općine. Posebice se predviđa rast ‘kreativnog turizma’ koji na neki način omogućuje aktivnije uključivanje posjetitelja u lokalnu kulturu. Prednost Općine Krapinske Toplice u kontekstu jačanja razvoja kulturnog turizma i destinacijske konkurentnosti u ovoj sferi ogleda se u činjenici da Općina raspolaže brojnim turističkim potencijalima u obliku kulturne i prirodne baštine na kojima može temeljiti navedeno. Nadalje, svakako treba promotriti mogućnost osmišljavanja i realizacije različitih programa i projekata usmjerenih zaštiti, obnovi i vrednovanju kulturne i prirodne baštine njihovim svrshodnjijim uključivanjem u turističku ponudu. Na raspolaganju su brojne mogućnosti ulaganja u obnovu graditeljske baštine na području Općine (tradicionalne kuće i/ili pripadajući gospodarski objekti u okućnici, stari podrumi/konobe, klijeti, tradicijske radionice, registrirane privatne etno zbirke), zatim ulaganja u različite kulturno-turističke projekte (projekte za kreativne radionice, info-točka s informacijama o kulturnim dobrima kraja/područja, prevođenje vodiča na strane jezike), projekti ulaganja u dodatno uređenje i zaštitu prirodne baštine: vidikovci, poučne, pješačke staze, zaštićeni parkovi/tematski parkovi i dr. Kao neke od dodatnih opcija ističu se i uspostava suvremenog centra za posjetitelje uz ključne atrakcije, identifikacija mogućnosti razvoja novih događanja s potencijalom međunarodne prepoznatljivosti i gradnje imidža destinacija, poticanje razvoja kulturnih tematskih cesta i putova (npr. povijesne ceste, putovi baštine, vjerski putovi), a što podrazumijeva i jasne razvojne kriterije i sustave upravljanja, poticanje primjene minimalne razine turistifikacije kulturnih objekata (npr. radno vrijeme prilagođeno turistima, osnovna interpretacija na svjetskim jezicima) te ulaganje u kulturna, zabavna i sportska događanja.⁵⁷

Aktivni turizam – Ride & Bike

Konjički turizam rastući je oblik turizma čije temeljne aktivnosti obuhvaćaju širok spektar aktivnosti (profesionalne aktivnosti, natjecanja i festivali, aktivnosti opuštanja i ugode u radu s konjima (npr. terapijsko ili rekreativno jahanje) i sl.) u kojima sudjeluju profesionalni konji i jahači, poluprofesionalni konji, uzbudljivači, natjecatelji te rekreativni konji i jahači. Važno je istaknuti da su aktivnosti povezane s konjima izrazito važne u gospodarstvu ruralnih krajeva, a uzgoj konja može biti jedan od elemenata očuvanja zaštićenih krajolika i biološke raznolikosti. Kako bi konjički turizam uspješno funkcionirao nužni su konji, dobar rad osoblja,

⁵⁶ Izvor: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_05_55_1119.html

⁵⁷ Izvor: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_05_55_1119.html

kvalitetne konjičke staze te inovacije. Također, nužno je surađivati i s vanjskim stručnjacima u pogledu promocije i destinacijskog menadžmenta te s lokalnim organizacijama i razvojnim agencijama koje mogu pomoći u dalnjem razvoju konjičkog turizma. Najnoviji trendovi pokazuju kako jača uloga nekonjičkih aktivnosti koje su povezane s konjičkim turizmom pa je u putovanjima za konjičke turiste sve veći udio onih turista koji sudjeluju u tim putovanjima radi pratećih sadržaja povezanih s konjičkim aktivnostima. Motivacija turista - jahača za odlazak u određenu destinaciju temelji se na ljepoti i očuvanosti prirode, raznolikom krajoliku i bogatoj kulturnoj baštini. Turisti traže ugodan smještaj te tradicionalnu ponudu jela i pića, odnosno udobnosti i autentičnost. Stoga je nužno osmisliti turističke programe i aktivirati više lokacija, uključujući raznoliku ponudu gastronomije, odmora, rekreacije i slično, a kako bi se destinacija Općine istaknula, te je važno nastaviti osmišljavati sadržaje prateće posjetiteljske infrastrukture (posjetiteljske i interpretacijske centre, infopunktove, odmorišta itd.).

Što se bicikliranja tiče, u europskim okvirima procjenjuje se da će udio putovanja tijekom kojih je bicikliranje glavna aktivnost ili je bicikl glavno prijevozno sredstvo porasti u idućih 10 godina više od 10 postotnih bodova. Još je značajniji tržišni segment onih kojima je tijekom odmora vožnja biciklom važna dodatna aktivnost. Iako je Hrvatska relativno dobro preprežena lokalnim i županijskim biciklističkim stazama, od kojih su neke dio međunarodnih biciklističkih ruta, proizvod još uvijek nije adekvatno valoriziran ni komercijaliziran, a ista je situacija i u Općini Krapinske Toplice, gdje ovaj turistički proizvod ima veliki potencijal za razvoj. Krapinsko-zagorska županija i Općina Krapinske Toplice spadaju u dijelove Hrvatske pogodne za razvoj cikloturizma, čemu doprinose slikoviti krajolici, bogata kulturno-povijesna baština povoljna klima, blizina grada Zagreba kao potencijalnog tržišta i pozicija na važnom prometnom pravcu kojim turisti dolaze na hrvatski Jadran. Dodatnu pogodnost čini mnoštvo cesta s manjim intenzitetom motornog prometa i puteva pogodnih za kretanje bicikala zahvaljujući specifičnoj raštrkanoj strukturi naselja. Kroz Županiju prolazi i jedna važna državna biciklistička ruta - ruta br. 6 koja od graničnog prijelaza Mursko Središće preko Čakovca, Varaždina, Zagreba i Karlovca vodi prema Rijeci i ide dalje prema Italiji preko graničnog prijelaza Rupa. Ipak, za razliku od većine ostalih županija, kroz Krapinsko-zagorsku županiju ne prolazi niti jedan međunarodni EuroVelo pravac, a njome ne prolazi niti jedna od velikih rijeka kao osobito privlačan tip ravničarskog krajolika za pasionirane cikloturiste.

Iako prateća cikloturistička infrastruktura u Krapinsko-zagorskoj županiji (servisi, najam bicikala, odmorišta) nije na razini razvijenih turističkih destinacija u Europi, zahvaljujući mnoštvu toplica/lječilišta, gradskih naselja i manjih turističkih destinacija, ovdje ipak ima mnogo više smještajnih, ugostiteljskih pa i servisnih sadržaja za cikloturiste nego u drugim dijelovima kontinentalne Hrvatske. Na području Općine Krapinske Toplice postoje dvije biciklističke rute. Ruta 'Putevima dvaju izvora' je tridesetak i više kilometara slikovita biciklistička ruta koja pruža ugodnu vožnju krajem koji povezuje dva izvora zdravlja i rekreacije – Krapinske i Tuheljske Toplice. S obje strane staze pružaju se livade, oranice, vinogradi. Osim očaravajućim prirodnim ljepotama, staza obiluje mnoštvom raspela «krajputaša», crkvama i kapelama i spomenikom palim borcima. Dvoje toplice okosnica su ovih staza, a blizina muzeja, galerija, dvoraca, rodnih kuća dvaju predsjednika te mnogobrojni sakralni objekti razlog su više da se izabere ova ruta. Zbog mogućnosti kombinacije s lokalnim

cestama moguće ju je kombinirati prema vlastitoj fizičkoj pripremljenosti. Ruta „Tragom termalnih izvora“ (Krapinske Toplice – Pregrada – Tuhelj) je biciklistička ruta koja je položenija, s manje uspona i pogodnija za laganiju, rekreativnu vožnju kroz dvije prelijepе doline i poznate zagorske toplice.

Kad je dalje riječ o tiskanim promocijskim materijalima za Županiju, cikloturizam u imidž brošuri 'Zagorje - Bajka na dlanu' nije zastavljen. Naglasak je na termalnim kupalištima, kulturnoj ponudi dvoraca i manifestacijama te eno-gastronomiji. Isto tako, posebne proizvodne imidž-info brošure za cikloturizam ili aktivan odmor u Krapinsko-zagorskoj županiji i Općini Krapinske Toplice, za sada, nema.

Kad je riječ o ponudi smještaja, u Krapinsko-zagorskoj županiji posluje 160 smještajnih objekata, od čega 12 hotela, 6 hostela, 1 kamp i 141 objekata u privatnom smještaju. Od ukupnih 2.502 postelje 55% se nalazi u hotelskom smještaju dok 24% u privatnim smještajnim objektima. Dodatni sadržaji uz smještajne objekte ponajviše su vezani uz vodenе sadržaje, budući da je riječ o regiji tradicionalno vezanoj uz toplice. Certificiranih objekata s oznakom marke kvalitete (npr. 'Bike&Bed'), za sada, nema. Ipak, prema podacima Udruge 'Moj bicikl' u 2011. godini na području Krapinsko-zagorske županije 15 je objekata zadovoljilo kriterije za prihvat cikloturista i moglo bi nositi ovaj znak. Riječ je, između ostalog, i o sedam objekata u Krapinskim Toplicama (Aquaee Vivaee, Đurđan, Hršak, Husan, Svažić, Kunštek, Hruš). S obzirom na potencijal razvoj cikloturizma Županiji predstoji izrada modela i provedba certificiranja za specijalizaciju smještaja.

Krapinsko-zagorska županija ima i bogatu gastronomsku ponudu koju čini oko 150 ugostiteljskih objekata, od kojih je oko 20-ak na različitim listama izbora kvalitetnih restorana. Pojedini imaju dugogodišnju tradiciju i poznati su po ponudi tradicionalnih jela s naglaskom na štrukle, puricu, mlince i dr. Posebno certificiranih za 'Bike&Bed' nema.

Rent-a-bike usluge postoje u sklopu četiri smještajna objekta, a to je između ostalog bio i hotel 'Toplice' u Krapinskim Toplicama.

U Krapinskim Toplicama također postoji i servis za bicikle i to u trgovini koja prodaje bicikle. Stanje raspoloživosti biciklističkih servisa može se ocijeniti vrlo skromnim, posebice u očekivanju daljnog rasta potražnje za cikloturizmom.

Sukladno smjernicama navedenima u Operativnom planu razvoja cikloturizma Krapinsko-zagorske županije, na razini Općine i na županijskoj razini u svrhu podizanja konkurentnosti destinacije potrebno je stvaranje mreže uređenih ključnih županijskih cikloturističkih ruta, obilježavanje i unapređenje lokalnih ruta za rekreativne bicikliste na odmoru, unapređenje ponude za brdske (MTB) bicikliste, podizanje kvalitete cikloturističkih ruta kroz razvoj odmorišta i servisnih stanica za cikloturiste, razvoj i certificiranje smještajne ponude, unapređenje ugostiteljskih sadržaja i izleta za cikloturiste, unapređenje kvalitete cikloturističkog proizvoda kroz razvoj informativnih i interpretativnih sadržaja, unapređenje promocijskih aktivnosti i materijala s ciljem podizanja razine prepoznatljivosti Općine i

Županije kao cikloturističke destinacije uz privlačenje većeg broja turista i posjetitelja, unapređenje dodatnih usluga za cikloturiste ('Bike-sharing'sustav) te edukacija dionika o važnosti razvoja bicikлизma i cikloturizma s ciljem podizanja svijesti lokalnog stanovništva o bicikлизmu i mogućnostima cikloturizma u Općini Krapinske Toplice i Županiji.⁵⁸

Aktivni turizam - Sportski turizam

Radi se o opsegom sve značajnijoj i brzo rastućoj grupi proizvoda za koju neki operatori prijavljuju rast do 30% godišnje, koja uključuje, primjerice, ronjenje, kajaking i kanuing, rafting, adrenalinske sportove, lov, ribolov i zimske sportove te sportske pripreme. Iako se, posebice u brdovitom i obalnom dijelu Hrvatske, ubrzano razvija široka ponuda različitih, uključivo nišnih (npr. špiljarenje, paragliding), pustolovno/sportskih programa, Hrvatska još uvijek nedovoljno koristi svoje komparativne prednosti za razvoj ove skupine proizvoda.⁵⁹

Promociju sporta i zdravog života u okviru aktivnog bavljenja sportom promiču brojne sportske udruge u Krapinskim Toplicama, one okupljaju članove koji djeluju u sportovima kao što su odbojka, kuglanje, stolni tenis, nogomet te drugi sportovi. Na području Općine nalazi se i Konjički klub „Horses for Champions“ koji nudi početnu i naprednu školu jahanja te rekreativno jahanje na izuzetno mirnim i staloženim konjima, individualno jahanje, individualni sportski sat jahanja - (dresura ili prepone), šetnje na konju, terensko jahanje, vožnju pony kočijom za djecu te vrhunsku okrjepljujuću u bistrov "Ranch".

Turistička zajednica područja Srce Zagorje osvojila je prestižnu titulu Europske zajednice sporta 2021. g. Zagorski gradovi Pregrada i Zabok te općine Bedekovčina, Krapinske Toplice i Sveti Križ Začretje, udruženi su u Turističku zajednicu područja "Srce Zagorja", zajednički su se kandidirali za naslov "European Community of Sport 2021", kod europskog udruženja ACES Europe, kako bi kroz sport još jače promovirali ovaj dio Zagorja i Hrvatske na europskoj razini. Zahvaljujući ovoj tituli lakše će se promovirati turistički potencijal Općine Krapinske Toplice.

Općina Krapinske Toplice posjeduje znatan potencijal za razvoj sportsko-rekreacijske ponude koja bi obogatila postojeću turističku ponudu mjesta te tako stvorila preduvjete za daljnji razvoj drugih vrsta turizma. U planu Općine Krapinske Toplice je, osim izgradnje nove sportske dvorane i uređenja igrališta, gradnja Sportskog parka za što su zainteresiranost izrazili kineski ulagači, te bi navedeno svakako dalo dodatni vjetar u leđa razvoju ovog oblika turizma na prostoru Općine.

Eno-gastro turizam

Raspoloživa istraživanja pokazuju da oko 160 tisuća građana Hrvatske posjećuje vinske ceste, pri čemu ih 61% kupuje lokalna vina, a 63% lokalne prehrambene proizvode. Nadalje, 53%

⁵⁸ Izvor: Operativni plan razvoja cikloturizma Krapinsko-zagorske županije, Zagreb, rujan 2017.

⁵⁹ Izvor: Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine

posjetitelja naručuje lokalna vina u restoranima. Iako su se gastronomija i enologija kao turistički proizvod najviše razvili na području Istre, a potom u Dalmaciji i Slavoniji, sustavan pristup razvoju gastro-enološke turističke ponude još je nedovoljno valoriziran posebice u kontinentalnom dijelu koji uključuje i prostor Općine Krapinske Toplice, iako je već dugi niz godina sastavni dio turističke promocije zemlje.⁶⁰

Obzirom na činjenicu da se rast i razvoj ovog turističkog proizvoda temelji na bogatoj gastro-enološkoj tradiciji, rastućoj ponudi ugostiteljskih objekata s vrhunskom ponudom lokalne gastronomije i enologije, na području Općine u kontekstu ovog specifičnog oblika turizma ima mnogo prostora za napredak u svrhu jačanja destinacijske konkurentnosti. Kao neke od razvojnih opcija ističu se mogućnost izgradnje i primjereno opremanja novih (većih i manjih) ugostiteljskih objekata, graditeljskog izričaja uskladenog s tradicijskim značajkama lokalne arhitekture te s vrhunskom ponudom lokalnih delicia; brendiranja lokalne gastro ponude, poticanja povezivanja lokalnih proizvođača poljoprivrednih proizvoda s ugostiteljskim sektorom (klaster); poticanja razvoja gastro-enoloških tematskih cesta i putova (npr. vinske ceste, ceste sira, ceste bučinog ulja i sl.), poticanja ulaganja u događanja na temu hrane i pića i sl.⁶¹

Agroturizam

Agroturizam na prostoru Općine Krapinske Toplice usko je povezan sa gore navedenim eno-gastro turizmom te se ova dva turistička proizvoda u većini slučajeva međusobno isprepliću. Međutim, iako područje Općine ima sve predispozicije za jačanje razvoja ovog oblika turizma, postojeće resursne osnove i kapaciteti su i dalje nedovoljno iskorišteni.

S ciljem daljnog jačanja razvoja agroturizma Općine uz kvalitetno povezivanje sa eno-gastro turizmom i postizanja većeg stupnja konkurentnosti destinacije u ovom turističkom segmentu, potrebno je pristupiti sadržajnom obogaćivanju postojeće ponude obiteljskih seoskih gospodarstava, ponajviše kroz uspostavu novih lokalnih/regionalnih ljudskom rukom stvorenih atrakcija kao što su vinski podrumi, rekreacijski sadržaji, vidikovci, tematski parkovi i slično, zatim uređenju pojedinačnih seoskih gospodarstava poštujući i/ili interpretirajući elemente tradicionalnog lokalnog graditeljstva i uređenja okoliša itd..⁶²

Poslovni turizam

Ovaj oblik turizma zastupljen je u Općini Krapinske Toplice u manjem dijelu, obzirom da se poslovna događanja zasad mogu odvijati samo u Hotelu Villa Magdalena, stoga je u narednom periodu potrebno stvoriti preduvjete za obogaćivanje ponude i daljnji razvoj poslovnog turizma putem, primjerice, inovacija postojeće kongresne ponude kroz fleksibilnije mogućnosti

⁶⁰ Izvor: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_05_55_1119.html

⁶¹ Izvor: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_05_55_1119.html

⁶² Izvor: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_05_55_1119.html

korištenja alternativnih objekata i lokaliteta, planiranu izgradnju multimedijskog centra kao podrške ponudi kongresnog turizma i sl.

Glavna barijera rastu ovog turističkog proizvoda upravo je vidljiv nedostatak adekvatne kongresne infrastrukture i još uvijek nekonkurentan sustav upravljanja i komercijalizacije proizvoda. Uklanjanjem ovih nedostataka Općina bi mogla osobito na regionalnom tržištu i izabranim nišnim tržištima naći veći prostor za kvalitetniji razvojni iskorak, osobito iz razloga što prognoze ukazuju na oporavak poslovnog turizma nakon nedavne recesijukske krize te se može očekivati rast broja poslovnih događanja i rast potrošnje, što za Općinu svakako predstavlja priliku.

Iz svega navedenog može se zaključiti da se turizam područja Općine Krapinske Toplice primarno temelji na zdravstvenom turizmu visoke razine atraktivnosti i konkurentnosti, dok je istovremeno prisutna nedovoljna valorizacija prirodnih ljepota i kulturno-povijesne baštine što kulturni turizam svodi na minimum; nedovoljna promocija i nedostatan broj smještajnih kapaciteta, nedovoljna turistička opremljenost, neadekvatni uvjeti i nedovoljna marketinška promocija za jači razvoj cikloturizma kao dijela aktivnog turizma, nepostojanje primjerene infrastrukture za odvijanje poslovnog turizma u destinaciji te adekvatne sportsko-rekreacijske infrastrukture.

Kako bi se ovo područje u budućnosti pozicioniralo kao prepoznatljiva i tržišno konkurentna turistička destinacija potrebno je usmjeriti napore ka kreiranju novih turističkih proizvoda, jačem razvijanju navedenih specifičnih oblika turizma, a posebice turističkoj valorizaciji kulturno-povijesne baštine i tradicije. Ukoliko se realiziraju, prethodne aktivnosti će rezultirati razvijanjem jedinstvenog imidža i time prepoznatljivosti Općine Krapinske Toplice kao turističke destinacije ne samo u kontekstu zdravstvenog turizma, već i svih ostalih navedenih specifičnih oblika turizma.

3 . Strateško pozicioniranje

3.1. Načela turističkog razvoja

Poželjan razvoj hrvatskog turizma podrazumijeva upravljanje resursima koje udovoljava osnovnim ekonomskim, socijalnim i estetskim kriterijima dugoročno održivog poslovanja uz rast blagostanja, očuvanje kulturnog integriteta te vitalnih ekoloških sustava i biološke raznolikosti.

Sukladno tome, viziju razvoja turizma na području Republike Hrvatske valja temeljiti na sljedećih deset načela:



Izvor: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_05_55_1119.html

- ✓ **Partnerstvo** – s obzirom na to da je „turistički proizvod“ agregatna kategorija, njegov razvoj podrazumijeva horizontalnu (međuresornu) i vertikalnu (nacionalno-regionalno-lokalnu) suradnju, ali i suradnju nositelja javne vlasti s privatnim sektorom (poduzetnici), civilnim sektorom, institucijama u sferi zaštite okoliša, kulture, prometa, zdravstva, sigurnosti i sl.
- ✓ **Institucionalno dereguliranje** – potrebno je znatno pojednostavniti (deregulirati) postojeći pravno-legislativni okvir te tako stvoriti stimulativan i transparentan institucionalni okvir krojen po mjeri poduzetnika.
- ✓ **Ekološki odgovoran razvoj** – radi se prije svega o primjeni suvremenih tehničko-tehnoloških rješenja u gradnji i opremanju (npr. smanjenje toplinskih gubitaka, energetski učinkoviti sustavi grijanja/hlađenja, korištenje obnovljivih izvora energije), racionalnosti u korištenju raspoloživog prostora, poštivanju odrednica nosivog kapaciteta destinacije i mikrolokacije projekta, kao i mogućnosti priključenja na postojeće infrastrukturne sustave. Posebnu pažnju valja posvetiti promicanju rješenja koja vode niskougljičnom razvoju Hrvatske i sudjelovanju turističkog sektora u provedbi proaktivnih mjera Strategije zaštite morskog okoliša u cilju njegovog očuvanja i trajne zaštite.
- ✓ **Više od sunca i mora** – potrebno je razviti i komercijalizirati niz novih, međunarodno konkurentnih sustava turističkih doživljaja kao što su kulturni turizam, cikloturizam,

pustolovni i sportski turizam, ekoturizam, ali i golf turizam te zdravstveni i ruralni turizam.

- ✓ **Turizam na cijelom prostoru** – ubrzavanje razvoja kontinentalnog turizma neće biti moguće bez kapitalnih investicija u resursno-atrakcijsku osnovu uz znatno korištenje sredstava EU fondova. Pritom u prvom redu valja poticati razvoj onih proizvoda i onih područja koji, zbog značajki resursno-atrakcijske osnove i/ili tradicije u turističkom privređivanju, imaju najveće šanse za uspjeh već u kratkom roku.
- ✓ **Autentičnost i kreativnost** – uspješno diferenciranje Hrvatske od konkurenčkih destinacija treba temeljiti ponajviše na njegovanju prirodne, sociokulturne, klimatske i/ili proizvodne (doživljajne) autentičnosti, odnosno na kreativnosti u razvoju proizvoda, destinacijskom pozicioniraju i komunikaciji s tržištem.
- ✓ **Hotelijerstvo** – ključni pokretač investicijskog ciklusa – ubrzan razvoj kvalitetne hotelske ponude podrazumijeva ne samo izgradnju hotelskih objekata pogodnih za međunarodno brendiranje, već i izgradnju tematiziranih i/ili boutique hotelskih objekata u vlasništvu domaćih malih i srednjih poduzetnika, kao i razvoj integriranih resort projekata.
- ✓ **Inovirani tržišni nastup** – na pragu ulaska Hrvatske u EU, potrebno je uspostaviti imidž zemlje koja nudi ‘više od ljeta i više od sunca i mora’. Rebranding Hrvatske valja temeljiti na interpretiranju središnjeg identiteta Hrvatske kao ‘zemlje ljepote i ispunjenosti’, odnosno identitetskim i vrijednosnim obilježjima kao što su raznolikost, sadržajnost, autentičnost, očuvanost okoliša, bogatstvo vode te dobre hrane i vina, gostoljubivost i ljepota.
- ✓ **Proizvodnja za turizam** – hrvatski proizvođači morali bi se više povezivati s turističkim sektorom kako bi se kvalitetni domaći proizvodi predstavili međunarodnoj potražnji, što će postupno utjecati na jačanje njihove konkurenčke sposobnosti. U tom smislu, pristup klasterskog povezivanja treba biti smjer budućeg razvoja.
- ✓ **Kultura kvalitete** – uspješno i dugoročno održivo pozicioniranje hrvatskog turizma na međunarodnom tržištu podrazumijeva osjetno unapređenje postojeće razine kvalitete i izvrsnosti. Posebno valja naglasiti potrebu usustavljanja postojećeg sustava obrazovanja za potrebe turizma, ali i uvođenja obveznih programa cijeloživotnog učenja za različite kategorije djelatnika uposlenih u turizmu. Dodatno valja poraditi i na uvođenju kvalitativnih standarda svih kategorija objekata turističke ponude, pri čemu se naglasak stavlja na uvođenje obaveznog licenciranja pojedinih vrsta uslužne ponude, uvođenje certifikacijskih shema i znakova kvalitete, objavljivanje liste najboljih ponuđača i slično.⁶³

⁶³ Izvor: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_05_55_1119.html

Prije utvrđivanja vizije, potrebno je odrediti načela turističkog razvoja na kojima će se temeljiti budući razvoj turizma u Općini Krapinske Toplice. Temeljne odrednice budućeg razvoja destinacije uključuju sljedeća načela:

Odgovorno i aktivno upravljanje prostorom destinacije

- odgovornost prema zaštići okoliša
- poštivanje i djelovanje u skladu s prostornim planovima
- očuvanje javnih površina
- kontinuirana briga i posvećenost uređenju destinacije

Očuvanje, revitalizacija i obnova kulturno-povijesne i prirodne baštine

- poticanje očuvanja, revitalizacije i obnove kulturnih resursa
 - očuvanje materijalnih i nematerijalnih tradicionalnih vrijednosti destinacije
 - očuvanje prirodne baštine destinacije

Kontinuirano unapređenje kvalitete turističke ponude destinacije

- kontinuirano praćenje trendova na turističkom tržištu i usklajivanje turističke ponude destinacije s istima
 - stvaranje novih i inovativnih turističkih proizvoda
 - unapređenje razvoja specifičnih oblika turizma destinacije
 - kontinuiran rad na kvaliteti ljudskih resursa i potencijala

Sinergija, međusobna suradnja i zajedništvo

- razvoj partnerstava u destinaciji
- razvoj i kontinuirano unapređenje suradnje s dionicima razvoja turizma u okruženju

Odgovorno i aktivno upravljanje prostorom destinacije

Aktivno upravljanje prostorom uključuje odgovoran odnos prema okolišu i njegovu zaštitu, što ujedno znači zaštitu kvalitete prostora, bioraznolikost i upravljanje otpadom. Prilikom investicijskih projekata važno je poštovati nosivi kapacitet mikrolokacija, posebno u odnosu na postojeću infrastrukturu. Jednako tako je prilikom gradnje važna primjena suvremenih tehnoloških standarda (npr. korištenje obnovljivih izvora energije, ugradnja učinkovitih sustava hlađenja/grijanja i dr.), kako od strane novih turističkih poduzetnika, tako i kod lokalnog stanovništva. Upravljanje prostorom podrazumijeva brigu o kontroli 'turistifikacije' destinacije, uređenju i rasporedu javnih prostora, a jednako tako je važno voditi brigu i o očuvanju specifičnog „duha mjesta“, budući da Općina Krapinske Toplice želi svoju poziciju graditi, između ostalog, i na destinaciji uređenoj s osjećajem posvećenosti detaljima. To znači da se posebna pažnja posvećuje cjelokupnoj urbanoj galeriji (klupice, rasvjeta, posude za cvijeće, hortikultura, turistička signalizacija i interpretacija, ograde, popločenja, oglašavanje u prostoru)

uz pažljivo usklađivanje boja, oblika i materijala koji se trebaju uklopiti na način da su svi dijelovi destinacije ugodni oku i daju osjećaj mjere i estetike.

Očuvanje, revitalizacija i obnova kulturno-povijesne i prirodne baštine

Potreban je aktivan pristup rješavanju imovinsko-pravnih odnosa te aplikaciji za sredstva EU za obnovu kulturne baštine i njezino stavljanje u funkciju. Ambijentalnosti i duhu destinacije Općine Krapinske Toplice pridonosi vrijedna kulturna baština te njezino očuvanje predstavlja jedno od načela turističkog razvoja. Osim čuvanja kulturnih resursa od njihove devastacije, važno je i očuvanje cjelokupne materijalne i nematerijalne baštine, prikupljanje i evidentiranje svih podataka o kulturi života i rada na području Općine i šire regije te je jednak tako bitno posvetiti pažnju i očuvanju vrijednih prirodnih resursa na području destinacije.

Kontinuirano unapređenje kvalitete turističke ponude destinacije

Kontinuirano unapređenje kvalitete turističke ponude destinacije znači sagledavanje činjenice da su turisti sve obrazovaniji i iskusniji putnici, da traže vrijednost za novac i kvalitetu vremena koji su odlučili provesti u nekoj destinaciji. To u prijevodu znači da Općina Krapinske Toplice treba razvijati turističku ponudu u kontekstu integriranog turističkog doživljaja što podrazumijeva individualan pristup pojedinim cilnjim segmentima i promišljanje njihovih potreba i želja. To se postiže kroz sveukupni destinacijski menadžment koji brine o cjelokupnoj turističkoj strukturi, bogatu ponudu tematiziranih obilaska okolice, niz različitih aktivnosti u samoj destinaciji te pažljivo kreirane i promišljene detalje, kvalitetnu interpretaciju i osiguravanje dobre informiranosti gostiju. Jednako tako, potrebno je dalje razvijati postojeće specifične oblike turizma na ovome prostoru počevši od zdravstvenog turizma, preko kulturnog turizma, aktivnog turizma (Ride & Bike i sportski turizam), eno-gastro turizma, agroturizma, do poslovnog turizma u konačnici. Pritom je iznimno bitno voditi računa o ljudskim resursima radeći na kontinuiranom podizanju kvalitete istih.

Sinergija, međusobna suradnja i zajedništvo

Činjenica je da je lokalne vrijednosti moguće sačuvati samo zajedničkim radom, odnosno, suradnjom i partnerstvom između nositelja javne vlasti i privatnog sektora te civilnog sektora, a jednak je bitno stvarati poticajnu društvenu klimu, ukazivati na odgovornost svih nositelja razvoja u promišljanju i djelovanju prema željenoj budućnosti destinacije Općine Krapinske Toplice. Sve odluke važno je donositi transparentno i o svemu informirati šиру javnost. Strateška razvojna usmjerenja moguće je realizirati samo uz usklađivanje interesa, koji ponekad mogu biti suprotstavljeni pa je potrebno poticajno okruženje kako bi se prevladale razlike i pronašla optimalna rješenja. Općina Krapinske Toplice čini središnji dio Turističke zajednice područja Srce Zagorja koja je najveća turistička zajednica područja u Zagorju. Sjedište iste je upravo u Krapinskim Toplicama te se kontinuirano radi na uzajamnoj suradnji. Važno je spomenuti i Lokalnu razvojnu strategiju Općine Krapinske Toplice za razdoblje 2014. – 2020. godine koja navodi sljedeće: „Krapinske Toplice pozicioniraju se kao nacionalno i internacionalno mjesto zdravstvenog turizma te mjesto razvoja uspješnog poduzetništva. Maksimiziranjem svojih

prirodnih bogatstava, netaknute prirode i stabilnih izvorišta termalne vode, Krapinske Toplice postat će sigurno mjesto za zdrav život u smirenom, prirodnom okruženju. Krapinske Toplice njeguju zajedništvo i stvaraju prijateljsko okruženje za obiteljski život, društvenu pravednost i solidarnost.“

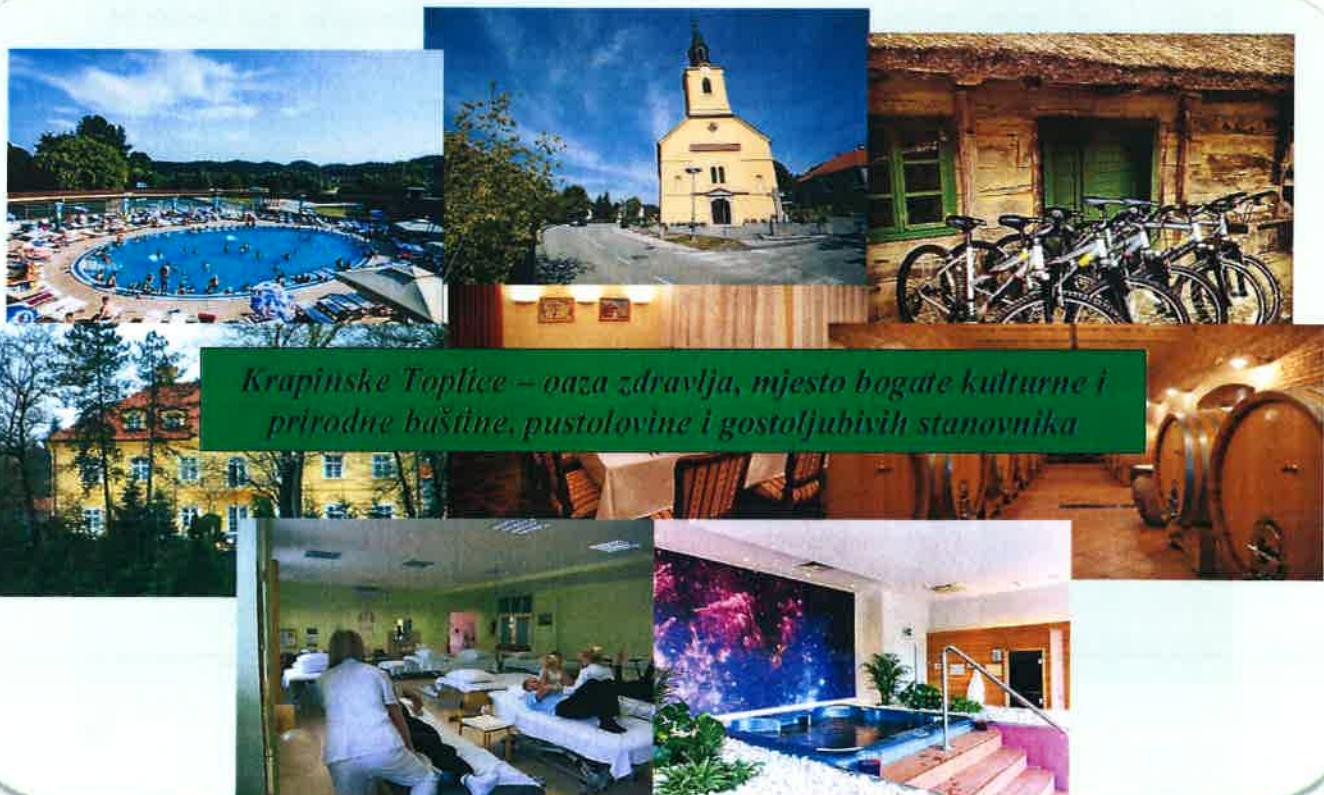
3.2. Vizija razvoja turizma OKT

Definiranje vizije turističke destinacije odgovara na pitanja kakva će ona biti u budućnosti, odnosno, kakva je njena željena slika kroz dulje vremensko razdoblje. S jedne strane ta slika počiva na postojećem stanju i mogućnostima koje proizlaze iz vlastitih snaga i okruženja, a s druge strane se temelji na željama i ambicijama dionika i vjerovanju da se ona može ostvariti. Zbog toga je važno da je svi u destinaciji prihvate kako bi postala polazna točka promišljanja u djelovanju i poslovnim planovima dionika, kao i točka inspiracije za turistički razvoj Općine Krapinske Toplice.

Vizija je, dakle, po svojoj prirodi utemeljena na zajedničkim interesima u odnosu na budućnost i čini ideju vodilju u planiranju razvoja turizma destinacije. U tom smislu, aktivno oblikovanje budućnosti, uz ideju vodilju kao metodu strateške analize i planiranja, vrlo je bitno za suvremenim održivim turizam s ciljem povećanja kvalitete života lokalnog stanovništva.

Uzimajući u obzir postojeća obilježja, ali i buduće pozicioniranje Općine Krapinske Toplice, orientacija na zdravlje, rekreaciju, tradiciju, kulturnu i prirodnu baštinu, enogastronomsku i agroturističku ponudu kao i gostoljubivost vrijednih ljudi ovoga područja pružaju mogućnosti za novi doživljaj destinacije te čine temeljna polazišta za izradu vizije razvoja turizma Općine.

Slijedom navedenog, postavlja se vizija razvoja turizma Općine Krapinske Toplice:



3.3. Strateški ciljevi i mjere turističkog razvoja

Definiranje strateških razvojnih ciljeva direktno je povezano s potrebom svojevrsne dekompozicije vizije na konkretnе, detaljnije definirane operativne ciljeve koje je moguće delegirati, odnosno čije je ostvarenje moguće mjeriti, nadzirati i/ili poticati. U tom kontekstu, riječ je o ciljevima čijem ostvarenju trebaju težiti svi dionici razvojnog procesa kako bi se ostvarila zacrtana vizija turističkog razvoja.

Strateški razvojni ciljevi moraju se pridržavati osnovnih razvojnih smjernica i trebaju:

- ✓ usko korespondirati sa zacrtanom razvojnom vizijom;
- ✓ biti jasni i nedvosmisleni;
- ✓ imati pobliže specificirane učinke/rezultate koji se žele postići.

Polazeći od analize postojećeg stanja i rezultata SWOT analize, kao i evidentiranih strateških prednosti i nedostataka dostignutog stupnja razvoja turizma na području Općine Krapinske Toplice, a uvažavajući, pritom, kako globalne trendove u turističkoj potražnji, tako i odrednice općinske vizije razvoja turizma, prepoznata su tri strateška cilja dalnjeg turističkog razvoja Općine Krapinske Toplice:

1. **Uspostavljanje kvalitetne turističke infrastrukture u Općini Krapinske Toplice;**
2. **Razvoj ljudskih potencijala u turizmu;**
3. **Promocija Općine Krapinske Toplice kao atraktivne, prepoznatljive i poželjne destinacije.**

Strateški ciljevi, prioriteti i mjere razvoja turizma Općine Krapinske Toplice su u potpunosti uskladjeni sa sva četiri Strateška cilja Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine i cijelokupno podupiru gospodarski i turistički razvoj mikroregije, a u konačnici i Hrvatske uz optimalizaciju i uravnoteženje ekonomskih i društvenih koristi od razvoja turizma uz primjerenu zaštitu okoliša, uvažavajući načela održivog razvoja.

CILJ	1. Uspostavljanje kvalitetne turističke infrastrukture u Općini Krapinske Toplice
PRIORITET	1. Razvijanje prepoznatljivih turističkih potencijala u destinaciji
MIJERA	1.1.1. Jačanje razvoja zdravstvenog turizma 1.1.2. Učvršćivanje postojećeg turističkog proizvoda Općine kao mesta temeljenog na kulturnoj i prirodnoj baštini 1.1.3. Unapređivanje ostalih turističkih potencijala u destinaciji 1.1.4. Unapređenje kvalitete smještajne ponude 1.1.5. Povećanje broja smještajnih kapaciteta 1.1.6. Unapređenje i diverzifikacija ugostiteljske ponude 1.1.7. Povećanje broja novoizgrađenih ugostiteljskih objekata
Svrha	Povećanje atraktivnosti i konkurentnosti Općine Krapinske Toplice kao turističke destinacije uz rast kvalitete i raznovrsnosti turističke ponude i

	<p>istovremeni rast blagostanja lokalnog stanovništva. Dalnjim domaćim i inozemnim ulaganjima u zdravstveni turizam (wellness, lječilišni i medicinski turizam) kako bi se Općina približila uz bok inozemnim konkurentima, očuvanjem, revitalizacijom i obnovom kulturno povijesne i prirodne baštine, unapređivanjem ostalih postojećih turističkih potencijala kojim Općina raspolaže (aktivni turizam, eno-gastro turizam, agroturizam), podizanje kvalitete i obogaćivanje postojeće smještajne i ugostiteljske ponude te proširenje (novogradnja) iste neupitno će dovesti do novih zapošljavanja, kao i do znatnog povećanja broja posjetitelja te samim time i povećanja turističke potrošnje u destinaciji uslijed novih turističkih sadržaja.</p>
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> - ulaganja u unapređenje prepoznatljivosti, povećanje stručne sposobljenosti te u obogaćivanje ponude wellness turizma Općine – vanjski voden park, - ulaganja u unapređivanje i diferenciranje ponude te povećanje tržišne poželjnosti destinacije u sklopu lječilišnog turizma - obogaćivanje ponude novim sadržajima koji su komplementarni postojećima, - ulaganja u unapređenje međunarodne prepozнатljivosti, međunarodne poželjnosti RH i proširenje ponude u kontekstu medicinskog turizma, - osmišljavanje i realizacije različitih programa i projekata usmjerenih zaštiti, obnovi i vrednovanju kulturne i prirodne baštine, - povećanje smještajnih kapaciteta u destinaciji za turiste raznih profila, - ulaganja u obnovu graditeljske baštine na području Općine (tradicione kuće i ili pripadajući gospodarski objekti u okućnici, stari podrumi/konobe, klijeti, tradicijske radionice, registrirane privatne etno zbirke), - ulaganja u različite kulturno-turističke projekte (projekte za kreativne radionice, info-točka s informacijama o kulturnim dobrima kraja/područja, prevodenje vodiča na strane jezike), - projekti ulaganja u dodatno uređenje i zaštitu prirodne baštine: vidikovci, poučne, pješačke staze, zaštićeni parkovi/tematski parkovi i dr., - uspostava suvremenog centra za posjetitelje uz ključne atrakcije, - identifikacija mogućnosti razvoja novih događanja s potencijalom međunarodne prepozнатljivosti i gradnje imidža destinacije, - poticanje razvoja kulturnih tematskih cesta i putova (npr. povijesne ceste, putovi baštine, vjerski putovi), - poticanje primjene minimalne razine turistifikacije kulturnih objekata (npr. radno vrijeme prilagođeno turistima, osnovna interpretacija na svjetskim jezicima), - ulaganje u kulturna, zabavna i sportska događanja, - ulaganja u konjički sport i turizam, - stvaranje mreže uređenih ključnih županijskih cikloturističkih ruta,

	<ul style="list-style-type: none"> - obilježavanje i unapređenje lokalnih ruta za rekreativne bicikliste na odmoru, - unapređenje ponude za brdske (MTB) bicikliste, - podizanje kvalitete cikloturističkih ruta kroz razvoj odmorišta i servisnih stanica za cikloturiste, - razvoj i certificiranje smještajne ponude za bicikliste, - unapređenje ugostiteljskih sadržaja i izleta za cikloturiste, - unapređenje kvalitete cikloturističkog proizvoda kroz razvoj informativnih i interpretativnih sadržaja, - unapređenje promocijskih aktivnosti i materijala s ciljem podizanja razine prepoznavljivosti Općine i Županije kao cikloturističke destinacije uz privlačenje većeg broja turista i posjetitelja, - unapređenje dodatnih usluga za cikloturiste ('Bike-sharing' sustav), - edukacija dionika o važnosti razvoja bicikлизма i cikloturizma s ciljem podizanja svijesti lokalnog stanovništva o biciklizmu i mogućnostima cikloturizma u Općini Krapinske Toplice i Županiji, - izgradnja i primjereni opremanje (većih i manjih) ugostiteljskih objekata, - poticanje povezivanja lokalnih proizvođača poljoprivrednih proizvoda s ugostiteljskim sektorom (klaster), - poticanje razvoja gastro-enoloških tematskih cesta i putova (npr. vinske ceste, ceste sira, ceste bučinog ulja i sl.), - poticanje ulaganja u događanja na temu hrane i pića i sl. - sadržajno obogaćivanje postojeće ponude obiteljskih seoskih gospodarstava kroz uspostavu novih lokalnih/regionalnih ljudskom rukom stvorenih atrakcija kao što su vinski podrumi, rekreativski sadržaji, vidikovci, tematski parkovi i slično, - uređenje pojedinačnih seoskih gospodarstava poštujući i/ili interpretirajući elemente tradicionalnog lokalnog graditeljstva i uređenja okoliša.
Nositelji aktivnosti	Općina Krapinske Toplice, Krapinsko Zagorska županija, Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije, vlasnici hotela, privatni vlasnici smještajnih kapaciteta, poslovni subjekti, obiteljska poljoprivredna gospodarstva

CILJ	1. Uspostavljanje kvalitetne turističke infrastrukture
PRIORITET	2. Diversifikacija turističkih proizvoda i atrakcija
MJERA	1.2.1. Razvoj novih turističkih proizvoda 1.2.2. Razvijanje spektra različitih tematiziranih turističkih doživljaja
Svrha	Povećanje atraktivnosti i konkurentnosti Općine Krapinske Toplice kao turističke destinacije uz rast kvalitete i raznovrsnosti turističke ponude i istovremeni rast blagostanja lokalnog stanovništva. Razvojem novih turističkih proizvoda koji su na području Općine još u povojima, kao i

	<p>razvojem potrebne prateće infrastrukture, stvoriti će se preduvjeti za daljnje privlačenje različitih profila domaćih, ali i inozemnih posjetitelja, te zadovoljavanje specifičnih potreba gostiju vezanih uz poslovni i sportski turizam. Glavna barijera rastu turističkog proizvoda poslovnog turizma je nedostatak kongresne infrastrukture i još uvijek nekonkurentan sustav upravljanja i komercijalizacije proizvoda te bi se uklanjanjem ovih nedostataka mogao osobito na regionalnom tržištu i izabranim nišnim tržištima naći veći prostor za kvalitetniji razvojni iskorak. S druge strane, kao neke od opcija obogaćivanja postojeće sportsko-rekreacijske ponude ističu se gradnja sportskog parka i trodjlne sportske dvorane u Krapinskim Toplicama te organizacija različitih sportskih natjecanja i manifestacija, uključujući i ona međunarodnog karaktera. Razvijanjem spektra različitih tematiziranih turističkih doživljaja omogućiti će se bolje upoznavanje posjetitelja destinacije, njihovih želja i očekivanja te u skladu s time na kvalitetan način osmisliti i organizirati tematizirane turističke događaje.</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>stvaranje preduvjeta za obogaćivanje ponude i daljnji razvoj poslovnog turizma putem (inovacija postojeće kongresne ponude kroz fleksibilnije mogućnosti korištenja alternativnih objekata i lokaliteta i sl.,</i> - <i>izgradnja multimedijskog centra kao podrška ponudi kongresnog turizma,</i> - <i>gradnja sportskog parka i trodjlne sportske dvorane,</i> - <i>razvoj sportskih natjecanja i manifestacija, uključujući i ona međunarodnog karaktera,</i> - <i>analiza trenutnih posjetitelja, njihovih motiva, preferencija i mogućnosti,</i> - <i>razgraničavanje turističkih događaja kroz tematizirane turističke doživljaje,</i> - <i>kreiranje specificiranih, marketing orijentiranih turističkih događaja,</i> - <i>potpora potencijalnim investitorima u realizaciji tematiziranih turističkih događaja</i>
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> - <i>izgradnja multimedijskog centra kao podrška ponudi kongresnog turizma,</i> - <i>gradnja sportskog parka i trodjlne sportske dvorane,</i> - <i>razvoj sportskih natjecanja i manifestacija, uključujući i ona međunarodnog karaktera,</i> - <i>analiza trenutnih posjetitelja, njihovih motiva, preferencija i mogućnosti,</i> - <i>razgraničavanje turističkih događaja kroz tematizirane turističke doživljaje,</i> - <i>kreiranje specificiranih, marketing orijentiranih turističkih događaja,</i> - <i>potpora potencijalnim investitorima u realizaciji tematiziranih turističkih događaja</i>
Nositelji aktivnosti	Općina Krapinske Toplice, Krapinsko Zagorska županija, Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije, vlasnici hotela, privatni vlasnici smještajnih kapaciteta, poslovni subjekti

CILJ	2. Razvoj ljudskih potencijala u turizmu
PRIORITET	3. Poticanje socijalnog okruženja za turistički razvoj Općine
MJERA	2.3.1. Edukacije lokalne populacije o pozitivnim učincima turizma 2.3.2. Razvoj preduvjeta za osposobljavanje poduzetnika zainteresiranih za investiranje u turistički sektor 2.3.3. Provedba aktivnosti usmjerjenih ka aktivnom starenju, zdravom životu i povećanju socijalne uključenosti

Svrha	Kreiranjem preduvjeta za osposobljavanje zainteresiranih poduzetnika za ulaganje u turistički sektor postavljaju se osnove za nove mogućnosti u turizmu Općine, a rezultat su dionici osposobljeni za aktivno sudjelovanje u turističkoj industriji, što će u konačnici dovesti do novih zapošljavanja, investicija i na samome kraju do povećanja turističke potrošnje. Jednako tako, provoditi će se aktivnosti usmjerene ka aktivnom starenju, zdravom životu i povećanju socijalne uključenosti.
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> - organizacija i održavanje edukacija o vrstama turizma i o pozitivnim učincima turizma za lokalno stanovništvo, - organizacija i održavanje edukacija o načinu uključivanja lokalnog stanovništva u turističke događaje, - održavanje sportskih, društvenih i kulturnih manifestacija sa sudjelovanjem ljudi starije životne dobi, - edukacije o zdravlju tematski namijenjene za svaku dobnu skupinu, - uključivanje socijalno isključenih građana u sportske, društvene i kulturne manifestacije (kao aktivni sudionici, volonteri, promatrači)
Nositelji aktivnosti	Općina Krapinske Toplice, Krapinsko Zagorska županija, Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije, medicinske ustanove na području Općine Krapinske Toplice

CILJ	3. Promocija Općine Krapinske Toplice kao atraktivne, prepoznatljive i poželjne destinacije
PRIORITET	4. Provoditi suvremene marketinške i promocijske modele za turizam Općine
MJERA	Mjera 3.4.1 „Brandiranje“ Općine Krapinske Toplice Mjera 3.4.2 Promocija Općine Krapinske Toplice Mjera 3.4.3. Promoviranje postojećih zdravstvenih sadržaja u destinaciji (wellness, lječilišni i medicinski turizam) Mjera 3.4.4. Promoviranje postojećih povijesnih, kulturnih i prirodnih turističkih sadržaja Mjera 3.4.5. Promoviranje ostalih turističkih sadržaja (aktivni turizam, eno-gastro turizam, agroturizam i poslovni turizam)
Svrha	Paralelno sa realizacijom turističkih projekata na području Općine, Općina Krapinske Toplice će podupirati i promovirati iste. Uz brandiranje i promoviranje Općine kao „oaze zdravlja“ sa značajnom turističkom ponudom i bogatom kulturnom i bioraznolikošću, analizu, razvoj i promoviranje zdravstvenog turizma na području destinacije, analizu i razvoj trenutne kulturno-povijesne ponude i kreiranje i poticanje novih inovativnih turističkih projekata vezanih uz kulturnu i prirodnu baštinu destinacije te promociju istoga, analizu i razvoj trenutne ponude vezane uz aktivni turizam, eno-gastro turizam, agroturizam i poslovni turizam te promoviranje istih privući će se veći

	broj posjetitelja što će znatno povećati turističku potrošnju na području Općine Krapinske Toplice.
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> - sklapanje partnerstava s relevantnim gospodarskim, kulturnim i turističkim ustanovama, - sustavna analiza turističkih događaja u destinaciji, - promocija Općine kao „oaze zdravlja“ sa značajnom turističkom ponudom i bogatom kulturnom i bioraznolikošću , - analiza trenutne zdravstvene ponude, - razvoj trenutne zdravstvene ponude i kreiranje i poticanje novih inovativnih turističkih projekata , - promocija putem oglašavanja u društvenim medijima i personaliziranih oglasa ciljnim skupinama za ovaj vid turizma, - analiza trenutne povijesne, kulturne i prirodne ponude, - razvoj trenutne kulturno-povijesne ponude i kreiranje i poticanje novih inovativnih turističkih projekata vezanih uz kulturnu i prirodnu baštinu destinacije, - promocija putem oglašavanja u društvenim medijima i personaliziranih oglasa ciljnim skupinama vezano uz kulturni turizam, - analiza trenutne ponude vezane uz aktivni turizam, eno-gastro turizam, agroturizam i poslovni turizam, - razvoj trenutne ponude vezane uz aktivni turizam, eno-gastro turizam, agroturizam i poslovni turizam i kreiranje i poticanje novih inovativnih turističkih projekata vezanih uz navedene specifične oblike turizma u destinaciji, - promocija putem oglašavanja u društvenim medijima i personaliziranih oglasa ciljnim skupinama vezano uz aktivni turizam, eno-gastro turizam, agroturizam i poslovni turizam
Nositelji aktivnosti	Općina Krapinske Toplice, Krapinsko Zagorska županija, Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije, medicinske ustanove na području Općine Krapinske Toplice, vlasnici hotela, privatni vlasnici smještajnih kapaciteta, poslovni subjekti

3.4. Programska i prostorna koncepcija razvoja turizma u OKT

Svaka turistička destinacija koja ima ozbiljnije ambicije na turističkom tržištu mora komunicirati bazični sustav iskustava kojeg je u stanju pružiti potencijalnim korisnicima, bilo da je riječ o krajnjim potrošačima (turistima i/ili posjetiteljima), ili je riječ o turističkim posrednicima (putničkim agencijama i turooperatorima). Pritom je profesionalno i jasno strukturiranje turističkog sustava destinacije kompleksan i dugotrajan proces te nije dovoljno raspolagati turističkim atrakcijama, već je potrebno sustavno poticati izgradnju cjelebitog lanca vrijednosti, gdje svi elementi destinacijske ponude moraju biti uskladeni sa zahtjevima tržišta. Sukladno tome, Općina Krapinske Toplice kao turistička destinacija može dugoročno uspjeti tek ako postoji sustav dobro osmišljenih turističkih iskustava i/ili doživljaja upakiranih u

profesionalno oblikovane turističke proizvode. Nastavno na to, za Općinu Krapinske Toplice bitno je da se medusobno usklade aktivnosti na razvoju turističkog proizvoda sa sustavom turističkih iskustava koji će se komunicirati tržištu. Iz tog razloga važno je utvrditi kako programski i prostorno strukturirati turistički proizvod destinacije Općine Krapinske Toplice.

Programska koncepcija turističkog razvoja

Evaluacija potencijalnih i realnih turističkih atrakcija turističke destinacije Općine Krapinske Toplice pokazala je, dakle, da se ova turistička destinacija može atrakcijski vrednovati poglavito kroz zdravstveni turizam, kulturni turizam, eno-gastro turizam, aktivni turizam (Ride & Bike i sportski turizam) i agroturizam.

Prostorna koncepcija turističkog razvoja

Prostorna koncepcija turističkog razvoja destinacije Općine Krapinske Toplice svedena je na teritorij Općine, što znači da se granice turističke destinacije Općine Krapinske Toplice poklapaju s granicama Općine kao administrativne jedinice, iako je stvarni utjecaj Krapinskih Toplica, kao turističkog mjesta, na okolni prostor ponešto drugačiji. Daljnji razvoj turizma na području Općine mora se temeljiti na njenim turističkim potencijalima, poglavito na realnim i potencijalnim turističkim atrakcijama, kao njenim temeljnim turističkim resursima.

Općinu Krapinske Toplice karakterizira dobar prometni položaj upravo zbog toga što se nalazi u središnjem dijelu Krapinsko-zagorske županije. Područje Općine dobro je premreženo cestama koje spajaju njezina naselja s većim mjestima u Županiji. Valja istaknuti da je Općina relativno blizu većim središtima pa tako cestovna udaljenost do Krapine, Zaboka i Pregrade iznosi oko 14 kilometara. Osim toga, čitavo područje Općine nalazi se blizu važnog prometnog koridora, autoceste Zagreb – Maribor. Državnom cestom D 507 (Valentinovo (D206) – Krapinske Toplice – Gubaševo (D205)) osigurana je povezanost čitave Općine s autocestom Zagreb – Maribor.

4. Plan podizanja konkurentnosti turizma Općine Krapinske Toplice

Općina Krapinske Toplice mora poduzeti niz aktivnosti na izgradnji njene jače konkurentske pozicije, a kako bi ista postala što atraktivnija za domaće i vanjske investitore. Plan podizanja konkurenčnosti turizma Općine Krapinske Toplice namijenjen je ponajviše otklanjanju identificiranih slabosti i/ili nedostataka na koje je ukazala SWOT analiza (točka 2.6. ovog dokumenta). Cilj mu je da se na cijelom području Općine, kroz poboljšavanje određenih elemenata turističke konkurenčnosti, stvore temeljni preduvjeti u svrhu intenziviranja turističkog prometa, kao i povećanja kvalitete života odnosno društvenog blagostanja lokalnih žitelja.

Kad je riječ o konkurentskim nedostacima povezanim s razvojem turizma na projektnom području, važno je naglasiti dvije bitne odrednice: 1. uočeni nedostaci odnose se podjednako kako na sferu interesa javnog, tako i na sferu interesa privatnog sektora; 2. uklanjanje i/ili neutraliziranje uočenih nedostataka samo je jednim dijelom povezano s potrebom angažiranja manjih ili većih finansijskih sredstava dok je, drugim dijelom, povezano ponajviše sa stvaranjem potrebnih organizacijsko-tehničkih i/ili kadrovskih preduvjeta razvoja.

Kad je riječ o nedostacima u sferi interesa privatnog sektora (struktura/kvaliteta i/ili raznolikost smještajne ponude, te ponude za cikloturiste i jahače, nedostatna ponuda agroturizma, nedostatna gastronomска ponuda primjerene kvalitete, ograničena kongresna ponuda i nedovoljni kapaciteti za jačanje razvoja kongresnog turizma, nedostatak specifične trgovачke/obrtničke ponude (suveniri), odnosno, u globalu, nedostatak za tržište u potpunosti spremnih turističkih proizvoda), odmah valja naglasiti činjenicu da je njihovo rješavanje direktno povezano s pojačanom investicijskom aktivnosti domaćih i/ili stranih poduzetnika. Istodobno, riječ je o konkurentskim nedostacima čije je uklanjanje i/ili minimiziranje moguće rješavati postupno, u hodu, sukladno odrednicama prethodno definirane koncepcije razvoja turizma, a koja se temelji na boljoj i potpunijoj valorizaciji raspoložive resursne osnove, osobito u kontekstu ubrzanog razvoja turizma posebnih interesa. Potrebno je svakako fokusiranost na izgradnju i promociju destinacije primarno kao odredišta za zdravstveni turizam usmjeriti i na razvoj ostalih specifičnih oblika turizma, za što na području Općine Krapinske Toplice definitivno postoje preduvjeti.

S druge strane, što se tiče uočenih nedostataka u domeni javnog sektora, određen broj ovih nedostataka neće biti moguće riješiti u kratkom roku i bez značajnih proračunskih ulaganja (zапушеност и неуређеност dijelova Općine, sporo rješavanje infrastrukturnih projekata, nedostatna interpretacija povijesne, kulturne i prirodne baštine/sadržaja, slaba iskorištenost prirodnih potencijala za razvoj aktivnog turizma odnosno sportsko-rekreativnih sadržaja i manjak cikloturističkih staza te nedovoljna uređenost postojećih, nedovoljna promocija cikloturizma na području Općine, i sl.). Neovisno o tome, za očekivati je da bi se, uz ciljane programe poticanja poduzetničke aktivnosti (ponajviše iz sredstava Ministarstva turizma, Ministarstva poduzetništva i obrta te Ministarstva rada i mirovinskog sustava, a manjim dijelom i iz proračuna Krapinsko – zagorske županije), ali i kao rezultat kandidiranja određenog broja projekata za EU financiranje, konkurenčka pozicija cijelog ovog područja na turističkom tržištu trebala bitno popraviti.

Naposljetu valja imati na umu i činjenicu da uklanjanje, minimiziranje ili neutraliziranje određenog broja prepoznatih nedostataka u sferi djelovanja kako javnog, tako i privatnog sektora nije nužno povezano s velikim finansijskim iznosima. Riječ je, primjerice, o nedostatku suradnje javnog i privatnog sektora na projektima od interesa za turistički razvoj/imidž Općine, nedovoljnoj umreženosti/strateškom povezivanju različitih malih i srednjih poduzetnika u sferi turizma, nedostatnoj umreženosti/suradnji turističkih poduzetnika i društvenih djelatnosti, pomanjkanju interesa/raspoloživosti lokalnih poduzetnika za ulaganje u nove turističke razvojne projekte i sl. Riječ je, dakle, o nedostacima na koje je moguće djelovati u relativno kratkom vremenskom razdoblju, a što bi znatno unaprijedilo današnju turističku ponudu, ne

samo u smislu prezentacije/interpretacije resursno-atrakcijske osnove, već i u smislu produbljivanja cjelokupnog destinacijskog lanca vrijednosti, a time i kvalitete turističkog proizvoda Općine. Upravo ovi nedostaci predstavljaju područje na koje se valja pojačano koncentrirati već u kratkom roku kako bi se, što je moguće prije, napravili konkretni pozitivni pomaci. U skladu s prethodnim naznakama, a vodeći računa o metodološkoj konzistentnosti, pojedinačni su programi/mjere/aktivisti podizanja turističke konkurentnosti Općine Krapinske Toplice razvrstani u četiri karakteristična područja i to:

- 1. stvaranje socijalno poticajnog razvojnog okruženja;**
- 2. poboljšavanje turističke infrastrukture;**
- 3. diversifikacija turističkih doživljaja i/ili iskustva, kao i**
- 4. uspostava tržišne prepoznatljivosti/poželjnosti.**

4.1. Stvaranje socijalno poticajnog razvojnog okruženja;

Činjenica je da danas samo relativno malen broj stanovnika Općine Krapinske Toplice aktivno promišlja i o potrebi i o dinamici i/ili smjerovima poželjnog razvoja turizma na ovom području, pri čemu je veliko pitanje u kojoj su mjeri takva promišljanja međusobno usklađena.

U takvim okolnostima, većina razvojnih dionika ne zna ni kakva bi njihova uloga u tom procesu trebala biti, niti da li se u njega treba aktivno uključiti. S druge strane, niska razina saznanja i/ili uključenosti razvojnih dionika u donošenje odluka o bitnim odrednicama poželjnog turističkog razvoja najčešće rezultira nepovjerenjem, a ponekad i svojevrsnim bojkotom predloženih razvojnih aktivnosti i/ili programa. Da bi se takvo stanje izbjeglo, učinkovit i od strane lokalne zajednice podržavan razvoj turizma na području Općine, a što je i temeljni preduvjet ostvarenja zacrtane razvojne vizije, u najvećoj mogućoj mjeri valja povezivati sa stvaranjem poticajnog socijalnog okruženja. Stvaranje poticajnog razvojnog okruženja između ostalog podrazumijeva i sljedeće aktivnosti:

- ✓ osiguravanje maksimalne transparentnosti u donošenju ključnih razvojnih odluka od interesa za razvoj turizma i/ili društveni standard lokalne populacije;
- ✓ aktivno uključivanje svih bitnih razvojnih dionika, ali i predstavnika lokalnog stanovništva u donošenje bitnih razvojnih odluka (tzv. 'community based planning');
- ✓ provođenje aktivne i kontinuirane edukacije bitnih razvojnih dionika o potrebi društveno odgovornog i dugoročno održivog upravljanja (turističkim) razvojnim procesom kako bi se minimizirali njegovi potencijalno negativni učinci;
- ✓ provođenje sustavne edukacije bitnih razvojnih dionika o njihovoj ulozi u procesu turističkog razvoja i potrebi aktivnog sudjelovanja u svim njegovim fazama;
- ✓ stvaranje preduvjeta za ubrzano osposobljavanje potencijalnih malih i srednjih privatnih poduzetnika zainteresiranih za investiranje u turističke projekte o svim potencijalnim rizicima i što činiti kako bi ih se učinkovito minimiziralo (mreža 'one stop shop' savjetodavnih usluga, izdavanje operativnog 'how to' poduzetničkog vodiča, suradnja

- s cehovskim udrugama pri HGK i HOK, suradnja sa Zagorskom razvojnom agencijom i sl.);
- ✓ osmišljavanje stimulativnih (fiskalnih i/ili parafiskalnih) programa poticanja poduzetništva na lokalnoj razini.

U ovome dijelu valja istaknuti da je najveći dio aktivnosti u cilju stvaranja poticajnog socijalnog okruženja moguće financirati sredstvima Europskog socijalnog fonda kroz operativni program „Učinkoviti ljudski potencijali“. U okviru tog operativnog programa, naime, jedan od glavnih investicijskih prioriteta je i ulaganje u programe povećanja socijalne uključenosti. Upravljačko tijelo za provedbu ovog operativnog programa je Ministarstvo rada i mirovinskog sustava.

Konačno, konkretni projekti koji bi se na području Općine Krapinske Toplice trebali pokrenuti u cilju stvaranja poticajnog socijalnog okruženja iskazani su u tablici 1.

Tablica 1. Projekti u funkciji uspostave poticajnog socijalnog okruženja

1.	<i>Jačanje znanja/kompetencija nositelja izvršne vlasti JLS o upravljanju razvojem turizma</i>
2.	<i>Poduzetnički razvojno-investicijski servis</i>
3.	<i>Poticanje sudjelovanja lokalnih dionika u regionalnim, nacionalnim i međunarodnim klasterima</i>
4.	<i>Izdavanje i godišnje ažuriranje priručnika za potencijalne investitore u privatnom sektoru</i>
5.	<i>Plan internog marketinga</i>
6.	<i>Projekti usmjereni ka aktivnom starenju, zdravom životu i povećanju socijalne uključenosti</i>

4.2. Poboljšavanje turističke infrastrukture

Temeljna zadaća Općine Krapinske Toplice je upravo povećanje atraktivnosti i konkurentnosti Općine kao turističke destinacije uz rast kvalitete i raznovrsnosti turističke ponude i istovremeni rast blagostanja lokalnog stanovništva. Dalnjim domaćim i inozemnim ulaganjima u zdravstveni turizam (wellness, lječilišni i medicinski turizam) kako bi se Općina približila uz bok inozemnim konkurentima, očuvanjem, revitalizacijom i obnovom kulturno povijesne i prirodne baštine, unapređivanjem ostalih postojećih turističkih potencijala kojim Općina raspolaže (aktivni turizam, eno-gastro turizam, agroturizam), podizanjem kvalitete i obogaćivanje postojeće smještajne i ugostiteljske ponude te proširenjem (novogradnja) iste neupitno će dovesti do novih zapošljavanja, kao i do znatnog povećanja broja posjetitelja te samim time i povećanja turističke potrošnje u destinaciji uslijed formiranja novih turističkih sadržaja.

Pritom visinu, vremensku dinamiku i prioritete ulaganja u unapređenje turističke infrastrukture valja promatrati ne samo u kontekstu odrednica zacrtane razvojne vizije i strateških razvojnih ciljeva konkretiziranih u ovom dokumentu, već i u kontekstu proračunskih mogućnosti i

uspješnosti u privlačenju sredstava EU fondova/programa. Što se tiče korištenja sredstava EU fondova, za potrebe poboljšavanja turističke infrastrukture Općine Krapinske Toplice, Općina može aplicirati ponajviše na sredstva u okviru operativnog programa iz područja konkurentnosti i kohezije. Riječ je o operativnom programu koji će se sufinancirati sredstvima iz Europskog fonda za regionalni razvoj i Kohezijskog fonda.

Polazeći od identificiranih slabosti u sferi turističke infrastrukture Općine, ključni projekti koje valja realizirati na području Općine u sferi javnog, kao i privatnog sektora, a koji bi joj već u kratkom vremenu značajno podigli tržišnu prepoznatljivost i turističku konkurentnost, navedeni su u Tablici 2.

Tablica 2. Projekti u funkciji poboljšavanja turističke infrastrukture (javni i privatni sektor)

1.	<i>Ulaganja u unapređenje prepoznatljivosti, povećanje stručne osposobljenosti te u obogacivanje ponude wellness turizma Općine – vanjski vodeni park</i>
2.	<i>Ulaganja u unapređivanje i diferenciranje ponude te povećanje tržišne poželjnosti destinacije u sklopu lječilišnog turizma - obogaćivanje ponude novim sadržajima koji su komplementarni postojećima</i>
3.	<i>Ulaganja u unapređenje međunarodne prepoznatljivosti, međunarodne poželjnosti RH i proširenje ponude u kontekstu medicinskog turizma</i>
4.	<i>Osmišljavanje i realizacije programa i projekata usmjerenih zaštiti, obnovi i vrednovanju kulturne i prirodne baštine</i>
5.	<i>Povećanje smještajnih kapaciteta u destinaciji za turiste raznih profila</i>
6.	<i>Ulaganja u obnovu graditeljske baštine na području Općine (tradicionalne kuće i/ili pripadajući gospodarski objekti u okućnici, stari podrumi/konobe, klijeti, tradicijske radionice, registrirane privatne etno zbirke i sl.)</i>
7.	<i>Ulaganja u kulturno-turističke projekte (projekte za kreativne radionice, info-točka s informacijama o kulturnim dobrima kraja/područja, prevodenje vodiča na strane jezike i sl.)</i>
8.	<i>Ulaganja u dodatno uređenje i zaštitu prirodne baštine: vidikovci, poučne, pješačke staze, zaštićeni parkovi/tematski parkovi i dr.</i>
9.	<i>Uspostava suvremenog centra za posjetitelje uz ključne atrakcije</i>
10.	<i>Razvoj novih događanja s potencijalom međunarodne prepoznatljivosti i gradnje imidža destinacije</i>
11.	<i>Poticanje razvoja kulturnih tematskih cesta i putova (npr. povijesne ceste, putovi baštine, vjerski putovi)</i>
12.	<i>Projekti ulaganja u kulturna, zabavna i sportska događanja</i>
13.	<i>Projekti ulaganja u konjički sport i turizam</i>
14.	<i>Stvaranje mreže uređenih ključnih županijskih cikloturističkih ruta</i>
15.	<i>Obilježavanje i unapređenje lokalnih ruta za rekreativne bicikliste na odmoru</i>
16.	<i>Unapređenje ponude za brdske (MTB) bicikliste</i>
17.	<i>Podizanje kvalitete cikloturističkih ruta kroz razvoj odmorišta i servisnih stanica za cikloturiste</i>

18.	<i>Razvoj i certificiranje smještajne ponude za bicikliste</i>
19.	<i>Unapređenje ugostiteljskih sadržaja i izleta za cikloturiste</i>
20.	<i>Unapređenje kvalitete cikloturističkog proizvoda kroz razvoj informativnih i interpretativnih sadržaja</i>
21.	<i>Unapređenje promocijskih aktivnosti i materijala s ciljem podizanja razine prepoznatljivosti Općine i Županije kao cikloturističke destinacije</i>
22.	<i>Unapređenje dodatnih usluga za cikloturiste ('Bike-sharing' sustav)</i>
23.	<i>Edukacija dionika o važnosti razvoja bicikлизma i cikloturizma s ciljem podizanja svijesti lokalnog stanovništva o bicikлизmu i mogućnostima cikloturizma u Općini Krapinske Toplice i Županiji</i>
24.	<i>Izgradnja i opremanje (većih i manjih) ugostiteljskih objekata</i>
25.	<i>Poticanje povezivanja lokalnih proizvođača poljoprivrednih proizvoda s ugostiteljskim sektorom (klaster)</i>
26.	<i>Poticanje razvoja gastro-enoloških tematskih cesta i putova (npr. vinske ceste, ceste sira, ceste bučinog ulja i sl.)</i>
27.	<i>Poticanje ulaganja u događanja na temu hrane i pića i sl.</i>
28.	<i>Sadržajno obogaćivanje postojeće ponude obiteljskih seoskih gospodarstava kroz uspostavu novih lokalnih/regionalnih ljudskom rukom stvorenih atrakcija kao što su vinski podrumi, rekreativski sadržaji, vidikovci, tematski parkovi i slično</i>
29.	<i>Uređenje pojedinačnih seoskih gospodarstava poštujući i/ili interpretirajući elemente tradicionalnog lokalnog graditeljstva i uređenja okoliša</i>

4.3. Diversifikacija turističkih doživljaja i/ili iskustva

Dostignuta razina turističkog prometa na području Općine Krapinske Toplice jasno ukazuje ne samo na nedostatak dovoljnog broja tržištu zanimljivih turističkih proizvoda, već i na nedovoljnu dubinu i širinu postojećeg turističkog lanca vrijednosti. Drugim riječima, s izuzetkom relativno formiranog obilježja destinacije primarno kao zdravstvenog odredišta, postojeći sustav turističkih iskustava na području Općine nije u funkciji stacionarnog boravka gostiju. S druge strane, usprkos vrijednoj resursnoj osnovi koja omogućava produljivanje turističkog interesa i u mjesecima posezone, kao i u mjesecima izvan sezone, turistički se promet na području Općine odvija gotovo isključivo tijekom proljeća i ljetnih mjeseci. Stoga je iznimno bitno poraditi na proširivanju sustava, za tržište spremnih, turističkih doživljaja sukladno prethodno izloženoj razvojnoj koncepciji, a kako bi se posjetitelji privukli tijekom čitave godine i što duže zadržali na području same Općine. U tom smislu, potrebno je poticati razvoj novih turističkih proizvoda destinacije, kao i razvijanje spektra različitih tematiziranih turističkih doživljaja.

Razvojem novih turističkih proizvoda koji su na području Općine još u povojima, kao i razvojem potrebne prateće infrastrukture, stvaraju se preduvjeti za daljnje privlačenje različitih profila domaćih, ali i inozemnih posjetitelja, te za zadovoljavanje specifičnih potreba gostiju vezanih uz poslovni i sportski turizam. Glavna barijera rastu turističkog proizvoda poslovнog turizma je nedostatak kongresne infrastrukture i još uвijek nekonkurentan sustav upravljanja i

komercijalizacije proizvoda te bi se uklanjanjem ovih nedostataka mogao osobito na regionalnom tržištu i izabranim nišnim tržištima naći veći prostor za kvalitetniji razvojni iskorak. U ovome dijelu bitno je istaknuti projekt izgradnje multimedijskog centra kao podrške ponudi kongresnog turizma. S druge strane, kao neke od opcija obogaćivanja postojeće sportsko-rekreacijske ponude ističu se gradnja sportskog parka i trodjelne sportske dvorane u Krapinskim Toplicama te organizacija različitih sportskih natjecanja i manifestacija, uključujući i ona međunarodnog karaktera. Razvijanjem spektra različitih tematiziranih turističkih doživljaja omogućiti će se bolje upoznavanje posjetitelja destinacije, njihovih želja i očekivanja te u skladu s time na kvalitetan način osmisliti i organizirati tematizirane turističke događaje. Što se tiče korištenja sredstava EU fondova, za potrebe diversifikacije turističkih doživljaja i iskustva Općine Krapinske Toplice, Općina može aplicirati ponajviše na sredstva u okviru operativnog programa iz područja konkurentnosti i kohezije. Riječ je o operativnom programu koji će se sufinancirati sredstvima iz Europskog fonda za regionalni razvoj i Kohezijskog fonda.

Za potrebe diversifikacije turističkih doživljaja i iskustava odnosno dugoročno održivog obogaćivanja turističkog lanca vrijednosti Općine Krapinske Toplice predlažu se projekti navedeni u Tablici 3.

Tablica 3. Projekti u funkciji diversifikacije turističkih doživljaja i/ili iskustva

1.	<i>Stvaranje preduvjeta za obogaćivanje ponude i daljnji razvoj poslovnog turizma putem inovacija postojeće kongresne ponude kroz fleksibilnije mogućnosti korištenja alternativnih objekata i lokaliteta</i>
2.	<i>Izgradnja multimedijskog centra kao podrška ponudi kongresnog turizma</i>
3.	<i>Izgradnja sportskog parka i trodjelne sportske dvorane</i>
4.	<i>Razvoj sportskih natjecanja i manifestacija, uključujući i ona međunarodnog karaktera</i>
5.	<i>Analiza trenutnih posjetitelja, njihovih motiva, preferencija i mogućnosti</i>
6.	<i>Razgraničavanje turističkih događaja kroz tematizirane turističke doživljaje</i>
7.	<i>Kreiranje specificiranih, marketing orijentiranih turističkih događaja</i>
8.	<i>Potpore potencijalnim investitorima u realizaciji tematiziranih turističkih događaja</i>

4.4. Uspostava tržišne prepoznatljivosti i poželjnosti

Uz nedovoljan broj za tržište spremnih proizvoda, komunikaciju s tržištem uvelike otežava i nedostatak finansijskih sredstava potrebnih za adekvatnu prezentaciju turističkih mogućnosti područja Općine Krapinske Toplice. U tom smislu, konstatacija je da se područje Općine, obzirom na raspoloživu resursnu osnovu, još uvijek nije prikladno predstavilo potencijalnim geografskim tržištima niti relevantnim tržišnim nišama/potrošačkim segmentima. Sukladno tome, postojeći imidž Općine Krapinske Toplice kao turističke destinacije zasigurno je jedno od većih ograničenja u dinamiziranju turističkog prometa i prodiranju do novih potrošačkih segmenata, osobito u sferi ostalih specifičnih oblika turizma.

Diferenciranje Općine Krapinske Toplice od drugih turističkih destinacija ne samo Krapinsko-zagorske županije, već i ostalih destinacija Hrvatskog Zagorja, zahtijeva osmišljeno tržišno pozicioniranje u funkciji postupne izgradnje prepoznatljivog tržišnog identiteta, a na toj osnovi, u kasnijoj fazi, možda i destinacijskog brenda. Postupna uspostava koherentnog sustava destinacijskog identiteta Općine prepostavlja sustavno provođenje dobro osmišljenih, jasno usmjerenih i učinkovitih PR kampanja, informiranje turista o različitim mogućnostima provođenja odmora u karakterističnim prostorno-tematskim naseljima Općine, ali i izradu cjelovite strategije marketinga. Samo će na taj način biti moguće postupno transformirati postojeći imidž Općine Krapinske Toplice, od turistički relativno prosječno zanimljive destinacije za konzumiranje ponude primarno zdravstvenog turizma, u suvremenu, tematski i doživljajno primamljivu destinaciju koja nudi sadržajan boravak točno i precizno definiranim potrošačkim segmentima.

S ciljem postizanja tržišne prepoznatljivosti i poželjnosti Općine, paralelno sa realizacijom turističkih projekata na području Općine Krapinske Toplice, Općina će podupirati i promovirati iste. Uz brandiranje i promoviranje Općine kao „oaze zdravlja“ sa značajnom turističkom ponudom i bogatom kulturnom i bioraznolikošću, analizu, razvoj i promoviranje zdravstvenog turizma na području destinacije, analizu i razvoj trenutne kulturno-povijesne ponude i kreiranje i poticanje novih inovativnih turističkih projekata vezanih uz kulturnu i prirodnu baštinu destinacije te promociju istoga, analizu i razvoj trenutne ponude vezane uz aktivni turizam, eno-gastro turizam, agroturizam i poslovni turizam te promoviranje istih privući će se veći broj posjetitelja što će znatno povećati turističku potrošnju na području Općine Krapinske Toplice.

U skladu s navedenim, projekti koji bi trebali unaprijediti prepoznatljivost i poželjnost Općine Krapinske Toplice na turističkom tržištu navedeni su u Tablici 4.

Tablica 4. Projekti u funkciji uspostave tržišne prepoznatljivosti i poželjnosti

1.	<i>Sklapanje partnerstava s relevantnim gospodarskim, kulturnim i turističkim ustanovama</i>
2.	<i>Sustavna analiza turističkih događaja u destinaciji</i>
3.	<i>Promocija Općine kao „oaze zdravlja“ sa značajnom turističkom ponudom i bogatom kulturnom i bioraznolikošću</i>
4.	<i>Analiza trenutne zdravstvene ponude</i>
5.	<i>Razvoj trenutne zdravstvene ponude i kreiranje i poticanje novih inovativnih turističkih projekata</i>
6.	<i>Promocija putem oglašavanja u društvenim medijima i personaliziranih oglasa ciljnim skupinama vezano uz zdravstveni turizam</i>
7.	<i>Analiza trenutne povijesne, kulturne i prirodne ponude</i>
8.	<i>Razvoj trenutne kulturno-povijesne ponude i kreiranje i poticanje novih inovativnih turističkih projekata vezanih uz kulturnu i prirodnu baštinu destinacije</i>
9.	<i>Promocija putem oglašavanja u društvenim medijima i personaliziranih oglasa ciljnim skupinama vezano uz kulturni turizam</i>

10.	<i>Analiza trenutne ponude vezane uz aktivni turizam, eno-gastro turizam, agroturizam i poslovni turizam</i>
11.	<i>Razvoj trenutne ponude vezane uz aktivni turizam, eno-gastro turizam, agroturizam i poslovni turizam i kreiranje i poticanje novih inovativnih turističkih projekata vezanih uz navedene specifične oblike turizma u destinaciji</i>
12.	<i>Promocija putem oglašavanja u društvenim medijima i personaliziranih oglasa ciljnim skupinama vezano uz aktivni turizam, eno-gastro turizam, agroturizam i poslovni turizam</i>

4.5. Akcijski plan

Akcijski plan sredstvo je operacionalizacije i provedbe Strateškog plana koji omogućuje strukturiran pregled aktivnosti potrebnih za provedbu Strateškog plana u određenom razdoblju. Polazeći od identificiranih strateških prednosti i nedostataka Općine Krapinske Toplice kao i postavljenih ciljeva razvoja i vizije turizma te prepoznatog potencijalnog portfelja turističkih proizvoda, Akcijski plan ima za cilj definirati splet ključnih aktivnosti u domeni javnog i privatnog sektora kojima bi se stvorile prepostavke za daljnji razvoj turizma na području Općine te je njime identificirano 56 različitih projekata koji su svrstani u četiri kategorije:

- 1. stvaranje socijalno poticajnog razvojnog okruženja;**
- 2. poboljšavanje turističke infrastrukture;**
- 3. diverzifikacija turističkih doživljaja i/ili iskustva;**
- 4. uspostava tržišne prepoznatljivosti i poželjnosti.**

Svakom od ovih projekata, nadalje, pripisan je i odgovarajući rang važnosti tj. (i) projekti najveće važnosti, (ii) projekti velike važnosti, te (iii) manje važni projekti. Konačno, za svaki je projekt predložena i dinamika realizacije. U skladu s prethodnim naznakama, logično bi bilo da se nositelji izvršne vlasti JLS na području Općine koncentriraju ponajviše na iniciranje/realizaciju projekata najveće važnosti, što nikako ne znači da bi trebali zanemariti projekte manje važnosti, osobito ako oni nisu povezani sa značajnim finansijskim sredstvima i/ili velikom organizacijskom kompleksnosti.

Tablica 5. Akcijski plan prema predvidivoj dinamici provedbe

Naziv projekta		Rang	2021.	2022.	2023.	2024.	2025.
PROJEKTI U FUNKCIJI USPOSTAVE SOCIJALNO POTICAJNOG RAZVOJNOG OKRUŽENJA							
1.	Jačanje znanja/kompetencija nositelja izvršne vlasti JLS o upravljanju razvojem turizma	I	X	X	X	X	X
2.	Poduzetnički razvojno-investicijski servis	II	X	X	X	X	X
3.	Poticanje sudjelovanja lokalnih dionika u regionalnim, nacionalnim i međunarodnim klasterima	I	X	X			
4.	Izdavanje i godišnje ažuriranje priručnika za potencijalne investitore u privatnom sektoru	II	X	X	X	X	X
5.	Plan internog marketinga	II	X	X			
6.	Projekti usmjereni ka aktivnom starenju, zdravom životu i povećanju socijalne uključenosti	II	X	X	X	X	X
PROJEKTI U FUNKCIJI POBOLJŠAVANJA TURISTIČKE INFRASTRUKTURE (JAVNI I PRIVATNI SEKTOR)							
1.	Ulaganja u unapređenje prepoznatljivosti, povećanje stručne sposobljenosti te u obogaćivanje ponude wellness turizma Općine – vanjski voden park	I	X	X	X	X	X
2.	Ulaganja u unapredivanje i diferenciranje ponude te povećanje tržišne poželjnosti destinacije u sklopu lječilišnog turizma - obogaćivanje ponude novim sadržajima koji su komplementarni postojećima	I	X	X	X	X	X
3.	Ulaganja u unapredjenje međunarodne prepoznatljivosti, međunarodne poželjnosti RH i proširenje ponude u kontekstu medicinskog turizma	I	X	X	X	X	X
4.	Osmišljavanje i realizacije programa i projekata usmjerenih zaštiti, obnovi i vrednovanju kulturne i prirodne baštine	II	X	X	X	X	X
5.	Povećanje smještajnih kapaciteta u destinaciji za turiste raznih profila	I	X	X	X	X	X
6.	Ulaganja u obnovu graditeljske baštine na području Općine (tradicijeske kuće i/ili pripadajući gospodarski objekti u okućnicama, stari	III		X	X	X	X

	podrumi/konobe, klijeti, tradicijske radionice, registrirane privatne etno zbirke i sl.)			
7.	Ulaganja u kulturno-turističke projekte (projekte za kreativne radionice, info-točka s informacijama o kulturnim dobrima kraja/područja, prevodenje vodiča na strane jezike i sl.)	II	X	X
8.	Ulaganja u dodatno uređenje i zaštitu prirodne baštine: vidikovci, poučne, pješačke staze, zaštićeni parkovi/tematski parkovi i dr.	II	X	X
9.	Uspostava suvremenog centra za posjetitelje uz ključne atrakcije	I		X
10.	Razvoj novih dogadanja s potencijalom međunarodne prepoznatljivosti i gradnje imidža destinacije	II	X	X
11.	Poticanje razvoja kulturnih tematskih cesta i putova (npr. povjesne ceste, putovi baštine, vjerski putovi)	I		X
12.	Projekti ulaganja u kulturna, zabavna i sportska događanja	II	X	X
13.	Projekti ulaganja u konjički sport i turizam	II	X	X
14.	Stvaranje mreže uredenih ključnih županijskih cikloturističkih ruta	III	X	X
15.	Obilježavanje i unapređenje lokalnih ruta za rekreativne bicikliste na odmoru	I	X	X
16.	Unapređenje ponude za brdske (MTB) bicikliste	II	X	X
17.	Podizanje kvalitete cikloturističkih ruta kroz razvoj odmorišta i servisnih stanica za cikloturiste	II	X	X
18.	Razvoj i certificiranje smještajne ponude za bicikliste	III		X
19.	Unapređenje ugostiteljskih sadržaja i izleta za cikloturiste informativnih i interpretativnih sadržaja	II	X	X
20.	Unapređenje kvalitete cikloturističkog proizvoda kroz razvoj informativnih i interpretativnih sadržaja	II	X	X
21.	Unapređenje promocijskih aktivnosti i materijala s ciljem podizanja razine prepoznatljivosti Općine i Županije kao cikloturističke destinacije	III	X	X
22.	Unapređenje dodatnih usluga za cikloturiste ('Bike-sharing' sustav)	III	X	X

23.	Edukacija dionika o važnosti razvoja biciklizma i cikloturizma s ciljem podizanja svijesti lokalnog stanovništva o biciklizmu i mogućnostima cikloturizma u Općini Krapinske Toplice i Županiji	III	X	X		
24.	Izgrađnja i opremanje (većih i manjih) ugostiteljskih objekata	I	X	X	X	X
25.	Poticanje povezivanja lokalnih proizvođača poljoprivrednih proizvoda s ugostiteljskim sektorom (klaster)	II	X	X	X	X
26.	Poticanje razvoja gastro-enoloških tematskih cesta i putova (npr. vinske ceste, ceste sira, ceste bučinog ulja i sl.)	I	X	X	X	X
27.	Poticanje ulaganja u događanja na temu hrane i pića i sl.	III	X	X	X	X
28.	Sadržajno obogaćivanje postojeće ponude obiteljskih seoskih gospodarstava kroz uspostavu novih lokalnih/regionalnih ljudskom rukom stvorenih atrakcija kao što su vinski podrumi, rekreatijski sadžaji, vidikovci, tematski parkovi i slično	I	X	X	X	X
29.	Uređenje pojedinačnih seoskih gospodarstava poštujući i/ili interpretirajući elemente tradicionalnog lokalnog graditeljstva i uređenja okoliša	III	X	X	X	X
PROJEKTI U FUNKCIJI DIVERSIFIKACIJE TURISTIČKIH DOŽIVLJAJA I/ILI ISKUSTVA						
1.	Stvaranje preduvjeta za obogaćivanje ponude i daljnji razvoj poslovog turizma putem inovacija postojecje kongresne ponude kroz fleksibilnije mogućnosti koristenja alternativnih objekata i lokaliteta	II	X	X	X	X
2.	Izgradnja multimedijskog centra kao podrška ponudi kongresnog turizma	I	X	X		
3.	Izgradnja sportskog parka i trodijelne sportske dvorane	I	X	X	X	X
4.	Razvoj sportskih natjecanja i manifestacija, uključujući i ona međunarodnog karaktera	III	X	X	X	X
5.	Analiza trenutnih posjetitelja, njihovih motiva, preferencija i mogućnosti	II	X			

6.	Razgraničavanje turističkih događaja kroz tematizirane turističke doživljaje	II	X	X	X	X	X
7.	Kreiranje specifičiranih, marketing orijentiranih turističkih događaja	II	X	X	X	X	X
8.	Potporna potencijalnim investitorima u realizaciji tematiziranih turističkih događaja	II	X	X	X	X	X
PROJEKTI U FUNKCIJI USPOSTAVE TRŽIŠNE PREPOZNATLJIVOSTI I POŽELJNOSTI							
1.	Sklapanje partnerstava s relevantnim gospodarskim, kulturnim i turističkim ustanovama	II	X	X	X	X	X
2.	Sustavna analiza turističkih događaja u destinaciji	I	X	X	X	X	X
3.	Promocija Općine kao „oaze zdravlja“ sa značajnom turističkom ponudom i bogatom kulturnom i bioraznolikošću	I	X	X	X	X	X
4.	Analiza trenutne zdravstvene ponude	II	X				
5.	Razvoj trenutne zdravstvene ponude i kreiranje i poticanje novih inovativnih turističkih projekata	II	X	X	X	X	X
6.	Promocija putem oglašavanja u društvenim medijima i personaliziranih oglasa ciljnim skupinama vezano uz zdravstveni turizam	II	X	X	X	X	X
7.	Analiza trenutne povijesne, kulturne i prirodne ponude	II	X				
8.	Razvoj trenutne kulturno-povijesne ponude i kreiranje i poticanje novih inovativnih turističkih projekata vezanih uz kulturnu i prirodnu baštinu destinacije	II	X	X	X	X	X
9.	Promocija putem oglašavanja u društvenim medijima i personaliziranih oglasa ciljnim skupinama vezano uz kulturni turizam	II	X	X	X	X	X
10.	Analiza trenutne ponude vezane uz aktivni turizam, eno-gastro turizam, agroturizam i poslovni turizam	II	X				
11.	Razvoj trenutne ponude vezane uz aktivni turizam, eno-gastro turizam, agroturizam i poslovni turizam i kreiranje i poticanje novih inovativnih	II	X	X	X	X	X

	turističkih projekata vezanih uz navedene specifične oblike turizma u destinaciji						
	Promocija putem oglašavanja u društvenim medijima i personaliziranih oglasa ciljnim skupinama vezano uz aktivni turizam,						
12.	eno-gastro turizam, agroturizam i poslovni turizam	II	X	X	X	X	X

Legenda: I – projekt najveće važnosti; II – projekt velike važnosti; III – projekt manje važnosti

Akcijski plan donosi se nakon rasprave i usvajanja plana.

POPIS TABLICA

Tablica 1. Projekti u funkciji uspostave poticajnog socijalnog okruženja.	93
Tablica 2. Projekti u funkciji poboljšavanja turističke infrastrukture (javni i privatni sektor)	94
Tablica 3. Projekti u funkciji diversifikacije turističkih doživljaja i/ili iskustva.	96
Tablica 4. Projekti u funkciji uspostave tržišne prepoznatljivosti i poželjnosti.	97
Tablica 5. Akcijski plan prema predvidivoj dinamici provedbe.	99

POPIS SLIKA

Slika 1. Položaj Općine Krapinske Toplice u sklopu Krapinsko – zagorske županije	5
Slika 2. Kapelica sv. Marije Magdalene	6
Slika 3. Krapinske Toplice u povijesti	8
Slika 4. Poslovni turizam	11
Slika 5. Medicinski turizam.....	14
Slika 6. Cikloturizam	22
Slika 7. Vodeni park Aquae Vivae	30
Slika 8. Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju Krapinske Toplice.....	31
Slika 9. Pregled osnovnih podataka za Specijalnu bolnicu za medicinsku rehabilitaciju Krapinske Toplice iz 2018. godine	33
Slika 10. Hotel Villa Magdalena	36
Slika 11. Toplice Hotel.....	38
Slika 12. BadlFest.	39
Slika 13. Presjek unutarnjeg uređenja multimedijalnog centra.....	41
Slika 14. Toplički pješački prsten ,	45
Slika 15. Vinogradi Petrač.	47
Slika 16. Karta agroturizma – Vinogorje Zabok	48
Slika 17. Ranch „Horses for Champions“	52
Slika 18. Posjetitelji kupališta na području Zagorja u 2018. godini.....	56
Slika 19. Posjetitelji kupališta na području Zagorja u 2019. godini.....	57
Slika 20. Matrica proizvoda turizma Općine Krapinske Toplice i okolice 2020.g.	58
Slika 21. Matrica proizvoda turizma Općine Krapinske Toplice 2025. g.....	63

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Usporedba dolazaka i noćenja turista u 2018. i 2019. godini	53
---	----

