



**REPUBLIKA HRVATSKA
VARAŽDINSKA ŽUPANIJA
OPĆINA SVETI ILIJA
OPĆINSKO VIJEĆE**

KLASA: 334-01/25-01/01

URBROJ: 2186-08-03-25-1

Sveti Ilija, 19.02.2025. godine

Na temelju članka 25. Zakona o turizmu („Narodne novine“, broj 156/23) i članka 30. Statuta Općine Sveti Ilija („Službeni vjesnik Varaždinske županije“, broj 05/18, 36/20, 33/21), Općinsko vijeće Općine Sveti Ilija na 22. sjednici održanoj dana 19.02.2025. godine donosi

ODLUKU
o donošenju Plana upravljanja destinacijom
Turističke zajednice područja Varaždinski bregi

Članak 1.

Općinsko vijeće Općine Sveti Ilija donosi Plan upravljanja destinacijom Turističke zajednice područja Varaždinski bregi.

Članak 2.

Plan upravljanja destinacijom Turističke zajednice područja Varaždinski bregi čini sastavni dio ove Odluke.

Članak 3.

Ovaj Odluka stupa na snagu prvog dana od dana objave u „Službenom vjesniku Varaždinske županije“.

PREDSJEDNIK OPĆINSKOG VIJEĆA

Dean Hrastić, dipl. ing.





Plan upravljanja destinacijom TZ područja Varaždinski bregi

studeni, 2024.

Izradila: Ivana Cvek, direktorica TZ područja Varaždinski bregi



SADRŽAJ:

| | |
|--|-----------|
| Plan upravljanja destinacijom TZ područja Varaždinski bregi..... | 1 |
| 1. UVOD | 6 |
| 2. Prihvatni kapacitet destinacije..... | 11 |
| 3. Analiza stanja..... | 11 |
| 3.1. Turistički proizvodi i usluge | 12 |
| 3.2. Resursna osnova | 22 |
| a. Javna turistička infrastruktura | 23 |
| b. Komunalna infrastruktura..... | 24 |
| c. Prometna infrastruktura..... | 27 |
| d. Analiza stanja digitalizacije | 28 |
| e. Analiza stanja pristupačnosti destinacije osobama s posebnim potrebama | 33 |
| f. Analiza organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji..... | 35 |
| g. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala | 35 |
| 3.10. Analiza komunikacijskih aktivnosti | 37 |
| 3.11. Analiza konkurencije..... | 38 |
| 3.12. Izvješće o analizi stanja | 45 |
| Opći trendovi koji utječu na uspješnost turizma | 47 |
| 4. Potencijal za razvoj i podizanje kvalitete turističkih proizvoda | 63 |
| 5. Pokazatelj održivosti na razini destinacije..... | 82 |
| 6. Razvojni smjer s mjerama i aktivnostima | 88 |
| 6.1. SWOT ANALIZA | 88 |
| 6.2. Identificiranje općih načela i ciljeva turizma | 104 |
| 6.3. Oblikovanje strateškog pravca i prioriteta | 106 |
| 6.3.1. Strateški pravci razvoja turizma | 107 |
| 6.3.2. Prioriteti razvoja turizma | 107 |
| 6.4. Identificiranje ciljeva..... | 108 |
| 6.5. Mjere i aktivnosti | 108 |
| 7. Smjernice i preporuke za dionike razvoja | 110 |
| 7.1. Smjernice i preporuke za jedinice lokalne samouprave..... | 110 |
| 7.2. Smjernice i preporuke za turističke zajednice | 111 |
| i e-usluga koji će potaknuti digitalnu transformaciju u smjeru razvoja pametne destinacije. | 111 |
| 7.3. Smjernice i preporuke za druge dionike u turizmu i upravljanju turizmom u destinaciji | 111 |
| 7. Popis projekta | 113 |
| 7.1. Popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti na razini destinacije | 113 |



| | |
|---|-----|
| 7.1.1. Modernizacija javne rasvjete Općine Gornji Kneginec - 1. faza..... | 113 |
| 7.1.2. Općina Gornji Kneginec - Uređenje javnih površina..... | 114 |
| 7.1.3. Općina Gornji Kneginec - Uređenje ulice Koradovica u Varaždin Bregu..... | 115 |
| 7.1.4. Općina Sveti Ilija - Nogostup uz državnu cestu DC3 - nastavak izgradnje nogostupa u naseljima Križanec i Seketin..... | 116 |
| 7.1.5. Općina Sveti Ilija - Nogostup u Vinogradskoj ulici u Svetom Iliji (od raskrižja s Ulicom Augustina Korpara do Ulice Vilima Cecelja)..... | 117 |
| 7.1.6. Općina Sveti Ilija - Izgradnja nogostupa između naselja Sveti Ilija - Beletinec | 117 |
| 7.1.7. Općina Sveti Ilija - Izgradnja nogostupa u Ulici Vladimira Nazora u Seketinu..... | 117 |
| 7.1.8. Općina Sveti Ilija - Rekonstrukcija nerazvrstane ceste NC 1-034 Korenjak-Kočevac | 118 |
| 7.1.9. Općina Sveti Ilija - Izgradnja društvenog doma u naselju Žigrovec | 118 |
| 7.1.8. Općina Sveti Ilija - Izgradnja društvenog doma u naselju Krušljevec | 118 |
| 7.1.9. Općina Sveti Ilija - Rekonstrukcija klupskih prostorija NK "Bednja" Beletinec | 119 |
| 7.1.10. Općina Beretinec - Rekonstrukcija nerazvrstane ceste NC 1-019 na dijelu odvojka Ulice braće Radić u Beretincu..... | 120 |
| 7.1.11. Uređenje Trga hrvatskih branitelja u naselju Beretinec..... | 120 |
| 7.1.12. Izgradnja potpornog zida i staza na mjesnom groblju u naselju Črešnjevo | 120 |
| 7.1.13. Izvanredno održavanje nerazvrstanih cesta | 120 |
| 7.1.14. Izrada izmjena i dopuna Prostornog plana uređenja Općine Beretinec | 120 |
| 7.1.15. Transformacija UPU PZ Beretinec | 120 |
| 7.1.16. Transformacija UPU zona centra i zona mješovite, pretežito stambene namjene u naselju Beretinec..... | 120 |
| 7.2. Projekti značaja za razvoj destinacije posebnog..... | 120 |
| 7.2.1. Općina Gornji Kneginec - Turističko informativni centar | 120 |
| 7.2.2. Općina Gornji Kneginec - Izgradnja ljetne pozornice..... | 121 |
| 7.2.3. Općina Gornji Kneginec - Izgradnja sunčane šetnice | 122 |
| 7.2.4. Općina Sveti Ilija - Sustav odvodnje naselja Seketin..... | 124 |
| 7.2.5. Općina Beretinec – projekti od posebnog značaja..... | 124 |
| 7.2.5. Obilježavanje Dana Općine Beretinec | 124 |
| 7.2.6. Advent u Beretincu | 124 |
| 8. Zaključak..... | 124 |
| Izvori podataka: | 124 |

Popis tablica:

Tablica 1. Mapa dionika



Tablica 2. Osnovni podaci o destinaciji TZ područja Varaždinski bregi

Tablica 3. Smještaj po vrsti, kategoriji i broju

Tablica 4. Objekti prema dolascima, noćenjima, broju domaćih i stranih turista u 2023.

Tablica 5. Broj turista prema organizaciji dolazaka u 2023. godini

Tablica 6. Objekti prema dolascima, noćenjima, broju domaćih i stranih turista u prvih 9 mjeseci 2024.

Tablica 7. Ugostiteljski objekti na području destinacije TZ područja Varaždinski bregi

Tablica 8. Popis turističkih atrakcija

Tablica 9. Broj smještajnih jedinica po vrstama

Tablica 10. Broj kreveta po vrstama

Tablica 11. Smještajne jedinice prema kategoriji, lokaciji i broju smještajnih jedinica

Tablica 12. Popunjenost smještajnih kapaciteta u 2023. i 2024. godine

Tablica 13. Analiza ugostiteljske ponude

Tablica 14. Popis prometne infrastrukture u destinaciji TZP Varaždinski bregi

Tablica 15. Usporedba vlastite destinacije s konkurentskim destinacijama po ključnim indikatorima

Tablica 16. Načini promocije destinacija konkurencije

Tablica 17. Popis i karakteristike turističkih proizvoda, resursne osnove, komunal. i prometne infrastrukture, stanje digitalizacije, pristupačnost javne usluge i servisi, ljud. potencijali, komunikac. aktivnosti, konkurencija

Tablica 18. Analiza ključnih elemenata u ponudi/kreiranju turističkih proizvoda destinacije

Tablica 19. Pokazatelji održivosti na razini destinacije

Tablica 20. Swot analiza turističkih proizvoda i usluga destinacije

Tablica 21. Swot analiza resursne osnove destinacije

Tablica 22. Swot analiza javne turističke infrastrukture destinacije

Tablica 23. Swot analiza komunalne infrastrukture destinacije

Tablica 24. Swot analiza prometne infrastrukture destinacije

Tablica 25. Swot analiza digitalne pristupačnosti destinacije

Tablica 26. Swot analiza o pristupačnosti destinacije osobama s posebnim potrebama

Tablica 27. Swot analiza o dostupnosti javnih usluga i servisa

Tablica 28. Swot analiza o karakteristikama ljudskih potencijala destinacije

Tablica 29. Swot analiza o karakteristikama komunikacijskih aktivnosti destinacije

Tablica 30. Swot analiza konkurencije



Tablica 31. Popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti u općini Beretincec

Tablica 32. Projekti od turističkog značaja za općinu Beretincec



1. UVOD

Plan upravljanja destinacijom je planski dokument za razvoj održive destinacije. Primarna mu je svrha osigurati razvoj destinacije u smjeru održivosti u skladu s aktima strateškog planiranja, prostornim planovima, planom upravljanja kulturnim dobrima i drugim važećim planovima i propisima.

Sukladno Zakonu o turizmu (NN 156/23, dalje: ZOT) izrađuje ga turistička zajednica (lokalna i regionalna). Planom se određuje smjer razvoja destinacije s ciljem poboljšanja iskustva posjetitelja, zaštite prirodnih i kulturnih dobara i dobiti lokalne zajednice.

Plan upravljanja destinacijom predstavlja podlogu za donošenje odluka i mjera za upravljanje razvojem turizma u smjeru održivosti jedinica lokalne samouprave, jedinica područne (regionalne) samouprave i drugih nadležnih tijela u destinaciji.

Proces izrade kao i provedba plana upravljanja destinacijom pretpostavlja i potiče suradnju između različitih dionika, uključujući lokalne vlasti, turističke zajednice, poduzetnike i lokalno stanovništvo. Dobro osmišljen plan upravljanja destinacijom može povećati konkurentnost destinacije na globalnom tržištu, privlačeći turiste i investicije te istodobno pomoći u osiguravanju da turizam pozitivno utječe na lokalnu zajednicu, poboljšavajući infrastrukturu i usluge.

Mapa dionika

Izrada plana upravljanja destinacijom je složen proces koji uključuje različite dionike, svaki sa svojom ulogom i doprinosom (JLS, javne ustanove i trgovačka društva u vlasništvu jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave i RH, udruge koje izravno sudjeluju u kreiranju destinacijskog lanca vrijednosti u turizmu, nadležna tijela za prostorno planiranje, zdravstvo i kulturu, kao i drugi dionici važni za planiranje razvoja turizma u destinaciji).

S ciljem identifikacije potreba i problema, poticanja suradnje i transparentnosti izrađena je mapa dionika. Mapa dionika je alat koji vizualno prikazuje različite dionike uključene u određeni projekt, inicijativu ili proces, kao i njihove međusobne odnose i utjecaj. Ova mapa pomaže da se bolje razumije tko su ključni sudionici, kako su povezani, kakav je njihov interes i utjecaj.

Tablica 1. Mapa dionika

| | | |
|-----------------------------|--|--|
| LOKALNE I REGIONALNE VLASTI | Općine: Gornji Kneginec, Sveti Ilija, Beretincec | Oni postavljaju osnovne strateške ciljeve za razvoj turizma u skladu s politikama destinacije i osiguravaju pravni okvir za provedbu mjera i aktivnosti. |
| TURISTIČKE ZAJEDNICE | TZ područja Varaždinski bregi | Zadužene su za izradu plana i koordinaciju dionika. |
| PRIVATNI SEKTOR | Restoran Zlatne Gorice, Restoran Varaždinbreg, Seljačko domaćinstvo Šinko, Trem turizam, | Privatni sektor pruža ključne usluge posjetiteljima i sudjeluje u kreiranju turističkih proizvoda. Njihova ulaganja i poslovne strategije moraju biti usklađene s ciljevima održivog razvoja. |
| LOKALNO STANOVNIŠTVO | Stanovnici destinacije. | Lokalne zajednice doprinose očuvanju kulturne i prirodne baštine te imaju veliku ulogu u stvaranju autentičnih doživljaja. Njihovo sudjelovanje je ključno za osiguranje društvenog prihvaćanja turističkog razvoja. |



| | | |
|------------------------------|--|---|
| NEVLADINE ORGANIZACIJE (NVO) | Udruga vinogradara i voćara Varaždinbreg, Grozdek, VIV-BER, Udruga pčelara Varaždonbreg, LU Kula, KUD Beletinec, KUD Ježek | NVO-ovi često djeluju kao glasnici zaštite interesa lokalnih zajednica i stanovništva te pružaju stručnu podršku u planiranju održivog razvoja. |
| STRUČNJACI | Instituti, akademske institucije, specijalizirane tvrtke i sl. | Pružaju ekspertizu u analizi podataka, izradi studija i istraživanju tržišta. Njihova znanja pomažu u oblikovanju strategija i provedbi plana. |

Profil odredišta/baze osnovnih informacija o destinaciji

Potrebno je formirati tablicu koja sadrži osnovne podatke o destinaciji. Obrazac se može koristiti za davanje pregleda odredišta zainteresiranim stranama. Za informacije se mogu koristiti različiti loklni, nacionalni ili međunarodni izvori. Po potrebi obrazac se može izmijeniti i prilagoditi specifičnostima destinacije

Profil destinacije:

Tablica 2. Osnovni podaci o destinaciji TZ područja Varaždinski bregi

| Lokacija: | TZ područja Varaždinski bregi | |
|--|---|--|
| Prometna povezanost (zračni prijevoz, cestovne veze, željezničke veze, brodske veze i dr.) | <p>Općina Gornji Knežinec: nalazi se na križanju državnih cesta DC510 [Varaždin (DC2) - Gornji Knežinec - Varaždinske Toplice (DC24)], županijskih cesta ŽC2070 [Donji Knežinec - DC510], ŽC2088 [D510 - Kaštelanec - Kelemen (ŽC2052)], te lokalnih cesta LC25077 [Turčin (DC3) - Gornji Knežinec (DC510)] i LC25078 [Gornji Knežinec (LC25077) - Dugi Vrh - Lužan Biškupečki - DC3], LC25085 [Donji Knežinec (ŽC2070) - Gornji Knežinec - LC25122], LC25122 [Gornji Knežinec (LC25078) - Varaždin Breg - ŽC2087] i LC25123 [Gornji Knežinec (LC25122) - Mali Vrh - Dugi Vrh - LC25078].</p> <p>DRŽAVNE CESTE postojeća autocesta A4 /G.P. Goričan (granica Rep. Mađarske) — Varaždin postojeća državna cesta DC 2 – Zagreb (čvorište Ivanja Reka (A3)/ □ postojeća državna cesta DC 2 /G.P. Dubrava Križovljanska (gr. R. Slovenije) – Varaždin – Virovitica – Našice – Osijek – Vukovar – G.P. Ilok (gr. R. Srbije)/ □ postojeća državna cesta</p> <p>DC 3 /G.P. Goričan (gr. R. Mađarske) – Čakovec – Varaždin – Breznički Hum – Zagreb – Karlovac – Rijeka (D8) □ postojeća državna cesta D 528 (Varaždin (D2) – čvorište Varaždin (A4)/, locirana u koridoru planirane trase Podravske brze ceste □ planirana Podravska brza cesta (PBC) /G.P. Dubrava Križovljanska (gr. R. Slovenije) – Varaždin – Virovitica/ – širine koridora 150,0 m □ moguć ili alternativni koridor ceste između ŽC 2088 i DC 528 (buduća PBC)</p> <p>ŽUPANIJSKE I LOKALNE CESTE</p> | |



| | | |
|--|--|--|
| | <p>ŽC 2048 /A.G. Grada Varaždina – Turčin (D3)/ □ ŽC 2250 /Ludbreg: D2 – Ž 2071/ □ ŽC 2070 /A.G. Grada Varaždina – D. Knežinec – G. Knežinec (Ž 2250)/ □ ŽC 2086 /Sv. Ilija (Ž 2050) – Tomaševac Biškupečki – D3/ □</p> <p>ŽC 2087 /Varaždin Breg (Ž 2250) – Halić – Vrtlinovec (Ž 2250)/ □</p> <p>ŽC 2088 /Ž 2250 – Kaštelanec – Kelemen (Ž 2052)/ □</p> <p>LC 25073 /A.G. Grada Varaždina – Ž 2048/ □</p> <p>LC 25075 /Turčin (Ž 2048) – Križanec – D3/ LC 25077 /Turčin (D3) – Gornji Knežinec (Ž 2250)/ □</p> <p>LC 25078 /Gornji Knežinec (L 25077) – Dugi Vrh – Lužan Biškupečki – D3/ □ LC 25085 /Donji Knežinec (Ž 2070) – Gornji Knežinec – L 25122/ □</p> <p>LC 25122 /Gornji Knežinec (L 25078) – Varaždin Breg – Ž 2087/ □ LC 25123 /Gornji Knežinec (L 25122) – Mali Vrh – Dugi Vrh – L 25078/ □ LC 25126 /Varaždin Breg (Ž 2087) – Pintaričeva Graba – Lužan Biškupečki– L 25078/ □</p> <p>LC 25186 /D. Knežinec (Ž 2070) – Kelemen (Ž 2052)/</p> <p>Postojeća željeznička pruga za regionalni promet R 201 / Zaprešić – Zabok – Varaždin – Čakovec/ s kolodvorom Turčin i pripadajućim željezničkom infrastrukturom</p> <p>Ne postoji infrastruktura ni sadržaji u funkciji zračnog prometa, no, u blizini je zračno pristanište Varaždin namijenjeno posebnom zračnom prometu (prihvat i otprema zrakoplova)</p> <p>Općina Sveti Ilija: Cestovni promet:</p> <p>jedna državna cesta: DC 3, tri županijske: ŽC 2050, ŽC 2086, ŽC 2105 četiri lokalne ceste: LC 25075, LC 25121, LC 25125, LC 25127</p> <p>Željeznički promet: Željeznička pruga za regionalni promet M606 R201 Zaprešić – Zabok – Varaždin – Čakovec, na pruzi R 201 unutar administrativnih granica Općine Sveti Ilija nalazi se stajalište Krušljevec u KM 77+438, stajalište Sveti Ilija u KM 80+409 i osam željezničko cestovnih prijelaza.</p> <p>Prema studijama HŽ Infrastrukture željeznička pruga R201 Zaprešić – Zabok – Varaždin – Čakovec predviđena je za rekonstrukciju radi osposobljavanja za veće brzine u radu pruge za međunarodni promet.</p> <p>Općina Beretinec: 1 državna cesta (D2)</p> <p>3 županijske ceste (ŽC 2050, ŽC 2063, ŽC 2066)</p> | |
|--|--|--|



| | | |
|---|--|--|
| | <p>4 lokalne ceste (LC 25072, LC 25074, LC 25124, LC 25125)</p> <p>Područjem Općine prolazi željeznička pruga II. reda Varaždin – Golubovec</p> <p>Ne postoji infrastruktura ni sadržaji u funkciji zračnog prometa, no, u blizini je zračno pristanište Varaždin namijenjeno posebnom zračnom prometu (prihvat i otprema zrakoplova)</p> | |
| Udaljenost od glavnog grada i glavnih emitivnih tržišta: | <p>82 km, Zagreb</p> <p>Emitivna tržišta: Njemačka (921 km); Poljska (931 km) Nizozemska (1287 km); Italija (1029 km)</p> | |
| Geografska obilježja (reljef, planine, rijeke i dr.) | <p>Teritorij općina obuhvaća podnožje Varaždinskog topličkog gorja i nizinu rijeke Drave</p> | |
| Klimatska obilježja (prosječni broj sunčanih dana, količina padalina, prosječne sezonske temperature) | <p>Umjereno topla kišna klima.</p> <p>Srednja godišnja temperatura zraka je oko 10°C, najtopliji mjesec je srpanj sa srednjom mjesečnom temperaturom oko 19°C, a najhladniji je siječanj sa srednjom mjesečnom temperaturom od -1°C. Od travnja do rujna padne veći dio padalina dok 40-45% padne od listopada do ožujka. U prosjeku se može očekivati 10 ili više dana sa snježnim pokrivačem visine 1 cm i više, od prosinca do veljače.</p> <p>Vedrih je dana ljeti 8-9 mjesečno, dok ih od studenog do veljače gotovo nema. Godišnje ima 40 do 60 dana s maglom, što izostaje ljeti.</p> | |
| Broj stalnih stanovnika | <p>10.191,00 na području cijele destinacije (4.900-OGK; 3.242-OSI; 2.049-BER)</p> | |
| Broj turista (po zemlji porijekla, demografska obilježja i dr.) | <p>Broj turista prema najbrojnim dolascima: Njemačka – 664 Hrvatska – 2018 Poljska – 656</p> | |



| | | |
|---|--|--|
| | <p>Ukrajina – 458 Koreja – 385 Austrija – 226 Slovačka – 220 Češka – 167</p> <p>Turistički promet domaći/strani: Domaći turisti – 2.018 Strani turisti – 4.019 (= 6.037,00)</p> | |
| Prosječna duljina boravka | 3 dana | |
| Turistički kapaciteti (po vrstama, po kvaliteti) | <p>Objekti u domaćinstvu Hoteli Objekti na OPG-u Ostalo</p> | |
| Ugostiteljski sadržaji | Vinarski muzej | |
| Najpopularnije turističke atrakcije: | <p>Župna Crkva Sv. Marije Magdalene u Svetom Iliji i kurija Župnog dvora Andrijina kula Bauerov bunar Ribnjaci Ostriž Svijet prirode blaga lijepo naše Rekreacijski i edukacijski centar u Slugovinama Ribnjaci ŠRK Keder Dvorac Seketin Župna Crkva Svetog Ilije Proroka u Svetom Iliji i kurija Župnog dvora Dvorac Šaulovec Park uz dvorac Šaulovec Brdska biciklistička staza XC Beretince Planinarska kuća Vagon u Ledincu Planinarska kuća Ledince</p> | |
| Glavni turistički proizvodi: | <p>Šumska pješačka avantura Biciklom po vrhovima varaždinskih brega - cikloturističke rute Gala piknik u vinogradu</p> | |
| Prostor – turističke zone i površine | <p>Varaždin Breg - šuma Ribnjaci OSTRIZ Ribnjaci ŠRK Keder Šumski kompleks Vučenica - autohtone šumske površine Park uz dvorac Šaulovec - spomenik parkovne arhitekture</p> | |
| Turistička infrastruktura (kongresni kapaciteti, pješačke/planinarske/biciklističke staze, plaže i dr.) | Šumske pješačke rute, planinarski putevi, brdsko-biciklističke staze | |



2. Prihvatni kapacitet destinacije

Plan upravljanja destinacijom izrađuje se za područje jedne ili više turističkih zajednica. Lokalne turističke zajednice koje su udružene, sukladno odredbama zakona kojima se uređuje sustav turističkih zajednica, izrađuju jedinstveni plan upravljanja destinacijom. TZ područja Varaždinski bregi izradila je Plan upravljanja destinacije za područje općina Gornji Kneginec, Sveti Ilija i Beretinec.

3. Analiza stanja

Razumijevanje trenutnog stanja destinacije je ključni korak u upravljanju destinacijom i uključuje sveobuhvatnu analizu različitih aspekata destinacije. Aktivnosti kojima se analizira postojeće stanje u destinaciji doprinose postizanju održivog razvoja, poboljšanju iskustva posjetitelja i boljim ekonomskim prilikama za lokalnu zajednicu. Rezultat analize i aktivnosti koje će proizaći iz analize pomažu u stvaranju temelja za održivo i učinkovito upravljanje destinacijom, čime se osigurava dugoročni uspjeh i pozitivni učinci turizma na lokalnu zajednicu i okoliš.

Uzevši u obzir definiciju i elemente destinacije iz čl. 4. ZOT-a, teritorijalni i prostorni obuhvat destinacije za koji se izrađuje plan upravljanja destinacijom obuhvaća područje smješteno u središnjem dijelu sjeverozapadne Hrvatske, u Varaždinskoj županiji te obuhvaća općine: Gornji Kneginec, Sveti Ilija i Beretinec.

Ovo je područje poznato po svojim pitomim brežuljcima, vinogradima, kulturno-povijesnim znamenitostima i raznovrsnoj prirodnoj baštini.

Ciljevi analize stanja destinacije su:

a. Razumijevanje trenutnog stanja destinacije:

- identifikacija trenutnih prednosti i nedostataka destinacije
- procjena prirodnih i kulturnih resursa
- analiza infrastrukture, smještajnih kapaciteta i turističkih usluga

b. Identifikacija tržišnih trendova i prilika i poboljšanje kvalitete turističke ponude:

- analiza trenutnih tržišnih trendova i ponašanja turista (demografski profil turista, preferencije i motivi dolaska, vrste putovanja i smještaja, vremenski trendovi, ekološka svijest, autentičnost i sl.)
- prepoznavanje novih tržišta i segmenata turista i razvoj novih proizvoda (nišni turizam: zdravstveni, wellness, ekoturizam, avanturistički, kulturni, gastro, poslovni turizam)
- evaluacija konkurencije i benchmarking (uspoređivanje s najboljim praksama s ciljem poboljšanja)
- unapređenje postojećih turističkih atrakcija i sadržaja

c. Evaluacija održivosti:

- procjena utjecaja turizma na okoliš i lokalnu zajednicu
- identifikacija mogućnosti za razvoj održivog turizma (uravnoteženje ekonomskih, socijalnih i okolišnih potreba)
- analiza socijalne i ekonomske koristi od turizma (prihodi, investicije, unaprjeđenje javnih usluga, diverzifikacija ekonomije, očuvanje kulture i tradicije, povećanje kvalitete života, obrazovanje i svijest o važnosti očuvanja okoliša)

d. Jačanje marketinških aktivnosti:



- analiza trenutnih marketinških napora i njihovih rezultata
 - identifikacija najboljih kanala i alata za promociju destinacije (web, društvene mreže, oglašavanje, mediji, inovativne tehnologije)
 - razvoj marketinških strategija koje će privući više posjetitelja
- e. Unapređenje suradnje i partnerstava:
- identifikacija ključnih dionika u turizmu i uspostavljanje suradnje
 - razvoj partnerstava između javnog i privatnog sektora
 - promicanje sudjelovanja lokalne zajednice u razvoju turizma
- f. Praćenje i evaluacija rezultata:
- postavljanje indikatora za praćenje napretka (ekonomski: prihodi, zaposlenost, investicije; ekološki: certifikati, održive prakse; turistički: dolasci/noćenja, sezonalnost; marketinški: online i promo-kampanje; socijalni: zadovoljstvo, očekivanja; inovacije: digitalne usluge, inovativne prakse; kvaliteta usluge: zadovoljstvo turista, standardi kvalitete)
 - redovita evaluacija rezultata

Ukratko, analiza stanja uključuje:

- popis turističkih proizvoda i usluga
- analizu resursne osnove
- analizu javne turističke infrastrukture
- analizu komunalne infrastrukture
- analizu prometne infrastrukture
- analizu stanja digitalizacije
- analizu stanja pristupačnosti destinacije osobama s posebnim potrebama
- analizu organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji (javne usluge i servisi)
- analizu stanja i potreba ljudskih potencijala
- analizu komunikacijskih aktivnosti
- analizu konkurencije
- izvješće o provedenoj analizi stanja

3.1. Turistički proizvodi i usluge

a. Smještaj:

Tablica 3. Smještaj po vrsti, kategoriji i broju

| RED.BR. | VRSTA | KATEGORIJA OBJEKTA | BROJ |
|---------|--|------------------------|------|
| 1. | OBJEKTI U DOMAĆINSTVU | 4 ZVJEZDICE | 14 |
| | | 3 ZVJEZDICE | 23 |
| | | 5 ZVJEZDICA | 1 |
| 2. | RESTORANI/GOSTIONICE | NEMA KATEGORIZACIJE | 1 |
| 3. | HOTELI/HOTEL | 3 ZVJEZDICE | 1 |
| 4. | OSTALI UGOST.OBJEKTI ZA SMJEŠTAJ - APARTMANI | 3 ZVJEZDICE | 2 |
| 5. | NEKOMERCIJALNI SMJEŠTAJ | NEMA KATEGORIZACIJE | 2 |



| | | | |
|----|------------------|-------------|---|
| | | 4 ZVJEZDICE | 1 |
| 6. | OBJEKTI NA OPG-U | 4 SUNCA | 2 |

Tablica 4. Objekti prema dolascima, noćenjima, broju domaćih i stranih turista u 2023.

| Vrsta objekta | Dolasci domaći | Dolasci strani | Dolasci ukupno | Noćenja domaći | Noćenja strani | Noćenja ukupno | Broj turista domaći | Broj turista strani | Broj turista ukupno |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Objekti u domaćinstvu | 739 | 883 | 1.622 | 1.686 | 5.924 | 7.610 | 771 | 891 | 1.662 |
| Hoteli | 1.076 | 2.847 | 3.923 | 1.502 | 4.387 | 5.889 | 1.076 | 2.847 | 3.923 |
| Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi) | 112 | 191 | 303 | 259 | 1.035 | 1.294 | 120 | 191 | 311 |
| Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu) | 16 | 58 | 74 | 32 | 478 | 510 | 16 | 60 | 76 |
| Restorani | 35 | 30 | 65 | 39 | 41 | 80 | 35 | 30 | 65 |
| Kampovi | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Nekomercijalni plovni objekt | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Nekomercijalni smještaj | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Ostalo | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Plovni objekt | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Ukupno: | 1.978 | 4.009 | 5.987 | 3.518 | 11.865 | 15.383 | 2.018 | 4.019 | 6.037 |

U 2023. godini na području destinacije TZ područja Varaždinski bregi prema podacima iz sustava e-Visitor ostvareno je ukupno 15.383,00 noćenja, od kojih je 11.865,00 stranih i 3.518,00 domaćih noćenja.

U 2023. godini na području destinacije TZ područja Varaždinski bregi prema podacima iz sustava e-Visitor ostvareno je ukupno 5.987,00 dolazaka, od kojih je 4.009,00 stranih i 1.978,00 domaćih dolazaka.

Ukupan broj turista na području destinacije TZ područja Varaždinski bregi je 6.037,00, prema podacima iz sustava e-Visitor, od kojih je 4.019,00 stranih te 2.018,00 domaćih.

Tablica 5. Broj turista prema organizaciji dolazaka u 2023. godini

| Organizacija dolaska | Dolasci domaći | Dolasci strani | Dolasci ukupno | Noćenja domaći | Noćenja strani | Noćenja ukupno | Broj turista domaći | Broj turista strani | Broj turista ukupno |
|----------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Individualno | 1.790 | 2.609 | 4.399 | 3.236 | 8.115 | 11.351 | 1.827 | 2.614 | 4.441 |
| Agencijski | 188 | 1.400 | 1.588 | 282 | 3.750 | 4.032 | 191 | 1.405 | 1.596 |
| Ukupno: | 1.978 | 4.009 | 5.987 | 3.518 | 11.865 | 15.383 | 2.018 | 4.019 | 6.037 |

Prema organizaciji dolazaka te podacima iz sustava e-Visitor, realizirano je 2.609,00 stranih, individualnih dolazaka te 1.790,00 individualnih, domaćih dolazaka. Također, realizirano je 8.115,00 individualnih, stranih noćenja te 3.236,00 individualnih, domaćih noćenja. Broj stranih turista koji su destinaciju posjetili individualno je 2.614,00 dok je broj domaćih turista koji su destinaciju posjetili individualno je 1.827,00.

Broj stranih turista koji su destinaciju posjetili putem agencije je 1.405,00 dok je broj domaćih turista koji su destinaciju posjetili putem agencije je 191,00.

Ukupan broj turista na području destinacije TZ područja Varaždinski bregi je 6.037,00, prema podacima iz sustava e-Visitor, od kojih je 4.019,00 stranih te 2.018,00 domaćih.

Tablica 6. Objekti prema dolascima, noćenjima, broju domaćih i stranih turista u prvih 9 mjeseci 2024.

| Vrsta objekta | Dolasci domaći | Dolasci strani | Dolasci ukupno | Noćenja domaći | Noćenja strani | Noćenja ukupno | Broj turista domaći | Broj turista strani | Broj turista ukupno |
|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---------------------|---------------------|---------------------|
|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---------------------|---------------------|---------------------|



| | | | | | | | | | |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|--------------|--------------|--------------|
| Objekti u domaćinstvu | 717 | 917 | 1.634 | 1.687 | 4.817 | 6.504 | 733 | 917 | 1.650 |
| Hoteli | 1.189 | 2.085 | 3.274 | 2.129 | 3.174 | 5.303 | 1.194 | 2.092 | 3.286 |
| Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi) | 42 | 130 | 172 | 98 | 610 | 708 | 42 | 130 | 172 |
| Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu) | 13 | 53 | 66 | 30 | 432 | 462 | 13 | 58 | 71 |
| Ostalo | 42 | 231 | 273 | 58 | 262 | 320 | 42 | 231 | 273 |
| Restorani | 6 | 3 | 9 | 19 | 3 | 22 | 6 | 3 | 9 |
| Kampovi | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Nekomercijalni plovni objekt | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Nekomercijalni smještaj | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Plovni objekt | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Ukupno: | 2.009 | 3.419 | 5.428 | 4.021 | 9.298 | 13.319 | 2.030 | 3.431 | 5.461 |

U prvih 9 mjeseci 2024. godine, na području destinacije TZ područja Varaždinski bregi prema podacima iz sustava e-Visitor ostvareno je ukupno 13.319,00 noćenja, od kojih je 9.298,0 stranih i 4.021,00 noćenja domaćih turista.

U prvih 9 mjeseci 2024. godine na području destinacije TZ područja Varaždinski bregi prema podacima iz sustava e-Visitor ostvareno je ukupno 5.428,00 dolazaka, od kojih je 3.419,00 stranih i 2.009,00 domaćih dolazaka.

Ukupan broj turista na području destinacije TZ područja Varaždinski bregi, u prvih devet mjeseci, je 5.461,00, prema podacima iz sustava e-Visitor, od kojih je 3.431,00 stranih te 2.030,00 domaćih.

b. Ugostiteljstvo

Tablica 7. Ugostiteljski objekti na području destinacije TZ područja Varaždinski bregi

| |
|---|
| Ugostiteljski objekti na području destinacije TZ područja Varaždinski bregi |
| Restoran Zlatne Gorice |
| Restoran Kneginečka hiža |
| Restoran Varaždinbreg |
| Caffe bar i noćni klub Mister X |
| Pizzeria Špan |
| Caffe bar Best |
| Caffe bar NO.1 |
| Caffe bar Kula |
| Restoran hotela La Gus |
| Caffe bar Barel |
| Caffe bar Vrčak |
| Ugostiteljski obrt Adam |
| Ugostiteljski obrt Kaj |
| Medonja grill |
| La Turka |



| |
|--|
| Caffe bar Leggiero |
| Caffe bar Brooklyn |
| Ily bar |
| Caffe bar Lady |
| Obrt za ugostiteljstvo Mladen |
| Caffe Bar Črleni lajbek |
| Caffe Bar "La bamba" |
| Obrt za ugostiteljstvo La Familia Bregović |
| Caffe bar Brick |
| Caffe bar Gracia |
| Seljačko domaćinstvo Šinko |
| Vinarija Blaguški |

b. turističke atrakcije

Tablica 8. Popis turističkih atrakcija

| Kulturno-povijesne i vjerske turističke atrakcije | Prirodne turističke atrakcije | Događaji - turističke atrakcije | Sportsko - rekreacijske turističke atrakcije | Zabavne turističke atrakcije |
|---|-------------------------------|---|---|---|
| Andrijina kula | Šuma Varaždin Breg | Veseli Kneginec – tradicija u vinu, zanatima i običajima | Uskrsna nagrada OGK, cestovna biciklistička utrka | Svijet prirode blaga lijepe naše – farma autohtonih domaćih pasmina životinja |
| Župna crkva sv. Marije Magdalene | Vinogradi | Vincekovo na Varaždin Bregu | Kneginečka biciklijada | |
| Bauerov bunar | Voćnjaci u sklopu OPG-ova | Zapleši repu u Knegincu | Šaranski kup – ŠRD OSTRIZ | |
| Župna crkva sv. Ilije Proroka | ribnjaci OSTRIZ | Likovne kolonije i aktivnosti LU | Šaranski kup – ŠRD KEDER | |
| Župna crkva Svih Svetih | aromavrt | Kula Kneginec | Teniski turnir | |
| Dvorac Šaulovec | Vidikovac hosta i križni put | Sajam rukotvorina – udruga žena Općine Gornji Kneginec Đurđica Turčin | Bodlja – brdsko-biciklistički maraton | |
| Pil Pieta u Beretincu | Lokalitet „Crikvišće“ | Sajam rukotvorina – udruga žena Općine Sv. Ilija – selo Doljan | Cikloturistička ruta – Biciklistička simfonija | |
| Vinogradarske kurije i klijeti | Ugljenokop u Beletincu | Vuzmenka na | Šumska | |
| Kneginečka narodna nošnja | Vidikovac Briška | | | |
| | Izvori pitke vode | | | |
| | Šumski kompleks Vučenica | | | |



| | | | |
|-----------------------------------|--------------------------------|--|----------------------|
| <p>Beletinečka narodna nošnja</p> | <p>Park uz dvorac Šaulovec</p> | <p>ribnjacima OSTRIZ u Knegincu</p> | <p>pješačka ruta</p> |
| <p>Beretinečka narodna nošnja</p> | | <p>Advent u Knegincu</p> | |
| | | <p>Advent u Sv. Iliji i Beletincu</p> | |
| | | <p>„Festival hrvatske kulture“ (međunarodna suradnja s općinom Devinska Nova Ves iz Slovačke): „Anino u Beletincu“</p> | |
| | | <p>Njegovanje beletinečkih običaja – KUD Beletinec: „Od konoplje do stola“; „Pohod na Lobor“, Put svijeća – rudarski put</p> | |
| | | <p>Glumački festival</p> | |
| | | <p>Proslava dana Općine povodom blagdana Svetog Ilije Proroka</p> | |
| | | <p>Proslava dana Općine povodom blagdana Svete Marije Magdalene</p> | |
| | | <p>Proslava dana Općine povodom blagdana Uzvišenja Svetoga Križa</p> | |
| | | <p>Manifestacije vezane uz vinogradarstvo (blagdan svetog Vinka, blagdan svetog Martina i ostale „vinske svece“)</p> | |
| | | <p>Mačkarada v</p> | |



| | | | | |
|--|--|---|--|--|
| | | Beretincu | | |
| | | Ježekovi dječji folklorni susreti | | |
| | | Njegovanje beretinečkih običaja – KUD Ježek | | |
| | | Advent u Beretincu | | |

- c. turističke usluge u destinaciji prema Zakonu o pružanju usluga turizma (turističke agencije, vodiči, voditelji putovanja, turističkog animatora i predstavnika, usluge u posebnim oblicima turističke ponude – aktivni i pustolovni, zdravstveni, kongresni, turističke usluge ribolovnog turizma, turističke usluge na poljoprivrednom gospodarstvu, uzgajalištu vodenih organizama, lovištu i u šumi šumoposjednika, usluge iznajmljivanja, usluge turističkog ronjenja):
- ✓ uzgajalište vodenih organizama - zlatne ribice koi varaždin
 - ✓ Tourguide Varaždin – turistički vodiči

Analiza smještajnih kapaciteta, uključujući komercijalni i nekomercijalni smještaj, ključna je za razumijevanje turističke ponude neke destinacije. Ova analiza pomaže u procjeni trenutne situacije na tržištu, identificiranju mogućnosti za razvoj te donošenju odluka o investicijama i upravljanju destinacijom.

Analiza sadrži:

- kvantitativnu analizu smještajnih kapaciteta (broj smještajnih jedinica po vrstama, broj kreveta po vrstama, kapaciteti po kategoriji smještaja i po lokaciji)
- kvalitativnu analizu smještajnih kapaciteta (procjena standarda i kvalitete smještaja)
- sezonalnost i popunjenost
- nekomercijalni smještaj (uloga u turističkoj sezoni i procjena utjecaja na komercijalnu ponudu)

Kvantitativna analiza smještajnih kapaciteta
Broj smještajnih jedinica po vrstama

Tablica 9. Broj smještajnih jedinica po vrstama

| Red.br. | Vrsta | Broj |
|---------|--|------|
| 1. | Objekti u domaćinstvu | 38 |
| 2. | Restorani/gostionice | 1 |
| 3. | Hoteli | 1 |
| 4. | Ostali ugostiteljski objekti za smještaj - apartmani | 2 |
| 5. | Nekomercijalni smještaj | 3 |
| 6. | Objekti na OPG-u | 2 |



Tablica 10. Broj kreveta po vrstama

| Red.br. | Vrsta | Broj kreveta |
|---------|--|--------------|
| 1. | Objekti u domaćinstvu | 108 |
| 2. | Restorani/gostionice | 6 |
| 3. | Hoteli | 58 |
| 4. | Ostali ugostiteljski objekti za smještaj - apartmani | 4 |
| | Ostali ugostiteljski objekti za smještaj - kampovi | 18 |
| 5. | Nekomercijalni smještaj | 13 |
| 6. | Objekti na OPG-u | 8 |
| 7. | Objekti u domaćinstvu-studio apartman | 2 |

Kvalitativna analiza smještajnih kapaciteta

Procjena standarda i kvalitete smještaja putem kvalitativne analize smještajnih kapaciteta važan je proces koji pomaže vlasnicima smještaja, turističkim agencijama i putnicima da bolje razumiju razinu usluge, udobnosti i općeg iskustva koje neki smještaj nudi. Taj se proces temelji na prikupljanju i analizi različitih aspekata smještaja kako bi se dobila sveobuhvatna slika njegove kvalitete.

Kvalitativna analiza uključuje nekoliko aspekata od kojih su najvažniji: lokacija (pristupačnost i blizina atrakcija); vrsta i kategorija smještaja; usluge i sadržaji; uređenje interijera i eksterijera; čistoća i higijenski standardi; ljubaznost i profesionalnost osoblja; recenzije i povratne informacije gostiju.

Kvalitativna analiza smještajnih kapaciteta ne oslanja se samo na tehničke karakteristike smještaja, već uzima u obzir i subjektivna iskustva gostiju, recenzije i povratne informacije. Kombinacija objektivnih standarda (sadržaji, čistoća, usluge) i subjektivnih dojmova (osoblje, udobnost) osigurava cjelovitu sliku o kvaliteti i standardu smještaja.

Objektivni standardi smještajnih jedinica kojima su dodijeljene kategorije (zvjezdice) definiraju kvalitetu smještajnog objekta, mogu se precizno procijeniti i usporediti neovisno o subjektivnom dojmu gostiju (infrastrukturni, veličina i kapacitet smještajnih jedinica, namještaj i oprema, sigurnosni standardi, sadržaji i usluge, dostupnost i prilagođenost, ekološki, zakonski standardi)

Subjektivna iskustva gostiju odnose se na osobne dojmove i percepcije koje gosti imaju o smještaju u kojem su boravili. Za razliku od objektivnih standarda koji se temelje na mjerljivim i univerzalnim kriterijima, subjektivna iskustva su individualna i ovise o osobnim preferencijama, očekivanjima i prošlim iskustvima gostiju. Ta iskustva često variraju od gosta do gosta, no ipak imaju ključan utjecaj na reputaciju smještajnog objekta i njegovu percepciju na tržištu.

Temeljem analize subjektivnih iskustava turista koji su boravili u smještajnim objektima na području TZ Varaždinski bregi, oni su osoblje, udobnost, sadržaje, vrijednost za novac, čistoću, lokaciju ocijenili najvišim ocjenama: izuzetan ili izvanredan.

Tablica 11. Smještajne jedinice prema kategoriji, lokaciji i broju smještajnih jedinica



| Smještajna jedinica kategorija | Objekt lokacija naselje | Objekt lokacija grad/općina | Broj smještajnih jedinica |
|--------------------------------|-------------------------|-----------------------------|---------------------------|
| 2 zvjezdice | Varaždin Breg | Gornji Kneginec | 1 |
| 3 zvjezdice | Beletinec | Sveti Ilija | 2 |
| 3 zvjezdice | Beretinec | Beretinec | 5 |
| 3 zvjezdice | Črešnjevo | Beretinec | 1 |
| 3 zvjezdice | Gornji Kneginec | Gornji Kneginec | 1 |
| 3 zvjezdice | Križanec | Sveti Ilija | 1 |
| 3 zvjezdice | Seketin | Sveti Ilija | 7 |
| 3 zvjezdice | Turčin | Gornji Kneginec | 5 |
| 3 zvjezdice | Varaždin Breg | Gornji Kneginec | 15 |
| 3 zvjezdice | Žigrovec | Sveti Ilija | 1 |
| 4 sunca | Seketin | Sveti Ilija | 1 |
| 4 sunca | Varaždin Breg | Gornji Kneginec | 2 |
| 4 zvjezdice | Beretinec | Beretinec | 2 |
| 4 zvjezdice | Gornji Kneginec | Gornji Kneginec | 1 |
| 4 zvjezdice | Križanec | Sveti Ilija | 1 |
| 4 zvjezdice | Seketin | Sveti Ilija | 5 |
| 4 zvjezdice | Varaždin Breg | Gornji Kneginec | 12 |
| 5 zvjezdica | Seketin | Sveti Ilija | 1 |
| Nema kategorizacije | Seketin | Sveti Ilija | 2 |
| Nema kategorizacije | Turčin | Gornji Kneginec | 31 |
| Nema kategorizacije | Varaždin Breg | Gornji Kneginec | 7 |
| | | | |
| Ukupno | | | 104 |

Sezonalnost i popunjenost

Sezonalnost i popunjenost, ključni su čimbenici u turizmu, osobito u destinacijama koje ovise o sezonskim varijacijama u potražnji. Ovi koncepti usko su povezani s ponašanjem turista, klimatskim uvjetima, praznicima i događanjima, te imaju veliki utjecaj na profitabilnost smještajnih objekata i na upravljanje kapacitetima tijekom godine.

Sezonalnost se veže uz određene sezone (ljetno/zima) u skladu s klimatskim karakteristikama destinacije, vremenske uvjete i blagdana. Tako je potražnja visoka tijekom specifičnih događaja, blagdana, sezone temeljem koje se kreiraju specifična turističke ponude.

Turizam je često kreiran i razvijen u skladu s prirodnim sezonskim promjenama ili specifičnim događajima i aktivnostima koje se odvijaju u određenim razdobljima godine. Sezone kao što su ljetna i zimska najčešće su osnova na kojoj se kreira turistička ponuda destinacija, dok proljeće i jesen omogućuju posezonski turizam, čime se produljuje turistička sezona. Različite strategije prilagođene sezonalnosti pomažu destinacijama da održe kontinuitet u popunjenosti smještajnih kapaciteta i privuku raznolike profile gostiju tijekom cijele godine.

Popunjenost smještajnih kapaciteta je ključni pokazatelj uspješnosti u turističkoj industriji i odnosi se na postotak zauzetih smještajnih jedinica (soba, apartmana, kamp-mjesta itd.) u odnosu na ukupan broj dostupnih jedinica u određenom razdoblju. Popunjenost pruža uvid u to koliko je određeni smještajni objekt, hotel ili turistička destinacija uspjela privući goste i iskoristiti svoje kapacitete.

Na području destinacije TZ područja Varaždinski bregi, nastavno na navedene termine popunjenost je bila sljedeća:



Tablica 12. Popunjenost smještajnih kapaciteta u 2023. i 2024. godine

| 2023. godina – popunjenost smještajnih kapaciteta | 2024. godina – popunjenost smještajnih kapaciteta |
|---|---|
| 1.1.2023. – 30.9.2023. – 51,84% | 1.1.2024. – 30.9.2024. – 50,41% |
| 1.1.2023. – 30.4.2023. – 26,73 % | 1.1.2024. – 30.4.2024. – 30,76% |
| 1.7.2023. – 30.9.2023. – 66,81% | 1.7.2024. – 30.9.2024. – 62,49 % |
| 1.1.2023. – 31.12.2023. – 47,71 % | |

Nekomercijalni smještaj na području destinacije TZP Varaždinski bregi je neznatan

Iako nekomercijalni smještaj nije direktno uključen u tržište kroz naplatu usluga, on igra ključnu ulogu u oblikovanju ukupnog turističkog iskustva regije i utječe na popunjenost komercijalnih kapaciteta.

Nekomercijalni smještaj na području TZ Varaždinski bregi ima važnu ulogu u očuvanju kulturne baštine, povećanju posjetiteljskog broja i širenju turističke sezone, iako ne donosi izravne prihode kroz smještaj. Njegov utjecaj na komercijalnu ponudu može biti i pozitivan i negativan, ovisno o integraciji s ostalim turističkim djelatnostima i strategijama razvoja destinacije. Povezivanje nekomercijalnog smještaja s komercijalnim sektorom i zajedničke promocijske aktivnosti mogu povećati atraktivnost regije za sve posjetitelje.

Analiza ugostiteljske ponude

Tablica 13. Analiza ugostiteljske ponude

| Red.br. | vrsta usluge (restorani, vinski podrumi, kušaonice, kafići i barovi, OPG, agroturizam) | samostalna atrakcija | razdoblje poslovanja | profil gostiju | kapacitet | prilagođenost objekta |
|---------|--|---|----------------------|--|---|---------------------------------|
| 1. | Restoran Zlatne Gorice | 4 salona – mjesta na kojima se mogu kušati zavičajna jela varaždinskoga kraja podrum - vinarski muzej povijesni kontekst objekta (vila Kussy) imanje okruženo vinogradima, sanjkalište, panoramski pogled na okolne brežuljke i vinograde labirint | cjelogodišnje | obitelji i grupni posjetitelji enogastronomski turisti parovi i romantični posjetitelji poslovni gosti lokalni i međunarodni gosti | Vila donata s 4 odvojena salona i staklenom panoramskom terasom ima mogućnost smještaja 120 gostiju, što nudi mogućnost istovremenog održavanja više različitih događaja (svečanosti, prezentacije) Vrtna terasa od 20. travnja do 15. rujna (ovisno o vremenskim prilikama) nudi mogućnost smještaja 130 gostiju ili organizaciju hladno-toplog buffeta do 250 gostiju! | Klimatiziran unutrašnji prostor |
| 2. | Restoran Varaždinbreg | zavičajna jela pripremljena na moderan način | cjelogodišnje | obitelji i grupni posjetitelji enogastronomski turisti parovi i romantični posjetitelji poslovni gosti | kapacitet restorana u unutrašnjosti obično je oko 80 do 100 ljudi , ovisno o postavkama za određene događaje Vrtna terasa vanjska terasa može primiti dodatnih 50 | klimatiziran unutrašnji prostor |



| | | | | lokalni i međunarodni gosti | do 70 ljudi | |
|----|----------------------------|---|---------------|---|--|------------------------------------|
| | Restoran Kneginečka hiža | izgrađena isključivo od prirodnih drvenih elemenata, cijeli objekt zrači toplinom i autentičnošću. Pruža gostima nezaboravan doživljaj. Restoran se ponosi prostranom ljetnom terasom prekrivenom slojem trstike. Pod otvorenim nebom, uživat ćete u ukusima bavorske kuhinje, tradicionalnih domaćih jela te posebnih delicija iz svjetskih kuhinja. | cjelogodišnje | <p>obitelji i grupni posjetitelji</p> <p>enogastronomski turisti</p> <p>parovi i romantični posjetitelji</p> <p>poslovni gosti</p> <p>lokalni i međunarodni gosti</p> | <p>restoran može primiti oko 120 do 150 ljudi u svom unutarnjem prostoru. Ovaj kapacitet čini ga pogodnim za veća okupljanja, vjenčanja, proslave i poslovne sastanke</p> <p>vanjska terasa: Tijekom toplih mjeseci, restoran nudi i dodatni prostor na terasi, koja može primiti oko 50 do 80 ljudi, ovisno o rasporedu.</p> | vanjska terasa u domaćem okruženju |
| 3. | Pizzeria | | cjelogodišnje | <p>obitelji i grupni posjetitelji</p> <p>enogastronomski turisti</p> <p>parovi i romantični posjetitelji</p> <p>poslovni gosti</p> <p>lokalni i međunarodni gosti</p> | prema Rješenju nadležnog tijela | |
| 4. | Caffe barovi | | cjelogodišnje | <p>parovi</p> <p>poslovni gosti</p> <p>lokalni i međunarodni gosti</p> | prema Rješenju nadležnog tijela | |
| 5. | Vinarija Blaguški | vinska tura uz konzumaciju lokalnih delicija na prepoznatljivom brijegu „Preprutnica“ | cjelogodišnje | <p>parovi</p> <p>poslovni gosti</p> <p>lokalni i međunarodni gosti</p> | 40 gostiju | |
| 6. | Seljačko domaćinstvo Šinko | | | <p>obitelji i grupni posjetitelji</p> <p>enogastronomski turisti</p> <p>poslovni gosti</p> <p>lokalni gosti</p> | 100 gostiju | |
| 7. | Seljačko domaćinstvo „Kod | smješteno „u zagrljaju zelenih | | obitelji i grupni posjetitelji | 100 gostiju | životopisno imanje |



| | | | | | | |
|--|----------|--|--|---------------------------------|--|--|
| | Barbare“ | brežuljaka“, posebnost je objekt izgrađen u stilu „etno kuće“ | | poslovni gosti lokalni gosti | | |
|--|----------|--|--|---------------------------------|--|--|

3.2. Resursna osnova

Resursna osnova predstavlja ključan dio analize stanja i smjera razvoja destinacije. Odnosi se prirodne i kulturne resurse koji trenutno nisu u funkciji turizma ali koji predstavljaju temelj za budući razvoj, atraktivnost i održivost turističke destinacije.

a) Kultura i baština

Kulturno dobro svako je dobro od državnog interesa koje uživa državnu zaštitu. U širem smislu, kulturno dobro je kulturna baština koja pripada nekoj skupini ili društvu, tj. „nešto što ima i bit će očuvano kao kulturna vrijednost“.

- kulturna dobra koja uživaju državnu zaštitu: Kula Kehne, župna crkva sv. Marije Magdalene i župni dvor, Bauerov bunar, crkva sv. Ilije i kurija župnog dvora, dvorac Seketin, crkva Svih Svetih, pil Pieta, dvorac Šaulovec.
- nematerijalna kulturna baština: običaji beletinečkog kraja, kneginečki kajkavski govor, ples i glazba beretinečkog kraja
- materijalna kulturna baština: kneginečka narodna nošnja, beletinečka narodna nošnja
- arheološki spomenici i lokaliteti: antički lokalitet Beletinec-Crikvišće, ugljenokop-Beletinec
- tradicijski obrti
- vjerska događanja
- proizvodi s oznakom zemljopisnog podrijetla i/ili izvornosti
- arhitektura
- lokalna kuhinja
- drugi aspekti kulturnog života

b) Priroda i okoliš

- posebnosti krajolika/krajobraza: rijeka Plitvica, potoci Piškornica, Mozdernjak i Blizna te ribnjaci podno Varaždin Brega, ribnjaci OSTRIZ, Horvatovi ribnjaci posebnost su općine Gornji Kneginec; šumske staze, šumom na Varaždin Bregu, vidikovci s panoramskim pogledima na „kulturni pejzaž“ s vinogradima i klijetima, šume i šumarke (pogled na Varaždin, planinu Ivanščicu) pružaju se uz cestu te posjetitelj sam može izabrati njemu najatraktivniji pogled (do 300 m nadmorske visine), vinogradi i voćnjaci stvaraju idealne uvjete za bijeg od svakodnevnog stresa i uživanje u prirodnim ljepotama osobito u vrijeme berbi
- južnim rubnim dijelom općine Sveti Ilija teče rijeka Bednja te kao svoje lijeve pritoke prima kanal Bužanić i potoke: Brodišće, Beletinec, Krušljevec i Slugovina, sjeverni dio općine Sveti Ilija pripada slivu Plitvice te najznačajnijem potoku Piškornica koji prima Varaždinsko-topličkog gorja. potoke s južnih, rubnih dijelova; područje Slugovine (jugoistočni dio Općine)
- područje šume Vučenica (zapadni dio Općine), područje uz rijeku Bednju (južni dio Općine), postojeći šumarci, šume, potoci i vodna staništa s pripadajućim širim područjem (vegetacijskim



pojasom), kao i sve živice, skupine stabala i pojedinačna stabla unutar općine Sveti Ilija; vidikovac Hosta

- potok Piškornica je najznačajniji vodotok na području Općine Beretinec koji teče središnjim dijelom Općine, vodeni je to ekosustav koji čine dolina potoka u gornjem toku, vegetacijski pojas i vlažne livade, šumski kompleks Vučenica uključuje veće autohtone šumske površine, raznolikost reljefa koji prelazi iz nizinskog u bregoviti i brežuljkasti; netaknuta, nezagađena priroda te reljefna raznolikost

a. Javna turistička infrastruktura

Turističkom infrastrukturom, smatra se infrastruktura koja na području turističke destinacije izravno ili neizravno utječe na razvoj turizma i turističke ponude u funkciji dodane vrijednosti turističkih sadržaja, a kako je definirana Pravilnikom o javnoj turističkoj infrastrukturi ([NN 126/21](#)).

Turistička infrastruktura može biti primarna i sekundarna.

Primarna je ona infrastruktura koja izravno utječe na razvoj turizma i turističke ponude:

- biciklističke rute i popratna infrastruktura (stanice za servis bicikala, brojlara biciklističkog prometa, parkirališta za bicikle i sl.): cikloturistička ruta – Biciklom po vrhovima varaždinskih bregi, e-bicikli
- dvorci, utvrde i kurije: dvorac Seketin, kula Kehne, kurije: Pust na Koradovici, Kussy (Zlatne Gorice), Antunović-Lukavečki, Magdić-Vojvoda, Bijeli dvori, Trem, Mažuranić – Valenteković, obitelji Kralj, grofa Erdodyja na Banjšćini, Petak-Sorlini-Kenfelj, Milković na Malom vrhu, obitelj Deutsch na Banjšćini, Grims na Malom vrhu, ostaci Valdecove kleti na Malom vrhu, klet B. Horvata na Malom vrhu, Milkovićeva vila Dora na Glaviću, palača Hercezi
- odmorišta i vidikovci: vidikovac Hosta i križni put, vidikovac Briška, inspirativni vidikovci
- planinarska infrastruktura: planinarski putovi i planinarski objekti: Planinarska kuća Vagon u Ledincu, Planinarska kuća Ledinec
- pješačke trekking staze i staze dugog hodanja: Šumska pješačka avantura
- poučne, hodočasničke, konjičke, zipline i druge tematske staze: križni put Hosta
- staze, šetnice, stajališta uz more, jezera i rijeke: šuma Varaždin Breg i Vučenica
- interpretacijski centri - Interpretacijski centar sjevernog toka rijeke Bednje s rekreacijskim centrom Slugovine – siječanj 2025. – prosinac 2026.
- info ploče i turistička signalizacija:
- interpretacijske ploče: Putevima povijesti - povijesno-interpretacijska ruta (12 interpretacijskih ploča)
- lokacije na kojima su postavljene interpretacijske ploče su: Andrijina kula u Knegincu, Bauerov bunar na Banjšćini, Kurije i klijeti Varaždin Brega, Dvorac Šaulovec, Župna crkva Svih Svetih u Beletincu, Župna crkva svetog Ilije Proroka u Svetom Iliji, Kurija Pust, Kurija Kussy (Zlatne gorice), Kurija Trem, Bijeli dvori, Kurija Mažuranić-Valenteković
- smart tui – pametni vodiči: lokacije: Trg dr. F. Tuđmana 2c Turčin, Ul. S. Radića, Beletinec, V. Nazora 68 Seketin, Trg Korzo 2, Črešnjevo
- Srce Varaždinski bregi – Knegingradska 50 Gornji Kneginec, Ul. Banjšćina 104, Varaždin Breg, Kratka 7a Beletinec,
- solarni stol – ŠRD Ostriž, Toplička ul. 56/d, Gornji Kneginec
- pametne klupa 1 – Društveni dom u Ledincu, Školska ul. 57a, Ledinec
- pametna klupa 2 – Zona centra u Ledincu Gornjem, Školska 1, Črešnjevo
- pametna klupa 3 – Školska 1, Gornji Kneginec
- pametna klupa 4 - Školska 1, Gornji Kneginec



- pametna klupa 5 - Trg dr.F.Tuđmana 2c, Turčin
- pametna klupa 6 – Ul. V. Nazora 68, Seketin

Sekundarna je ona infrastruktura koja ne utječe izravno na razvoj turizma i samo je dijelom godine ili samo sporednom funkcijom u službi turizma:

- arheološka nalazišta, speleološki objekti, povijesni spomenici i popratna infrastruktura:
- Pil Žalosne Gospe (kod sv.Ane), Pil Majke Božje, Pil sv. Ivana Nepomuka, Raspelo na početku Malog vrha, Kapela Srca Isusova, Kapela Presvetog Trojstva, Kapela Svetog Križa u Lužanu
- Kapelica Pomoćnice Kršćana u Sv. Iliji, Kapelica Presvetog Srca Isusova u Doljanu, Kapelica svetog Antuna Padovanskog u Žigrovcu, Kapelica svetog Lovre u Križancu, Kapelica svetog Tome Apostola u Tomaševcu Biškupečkom, Pil u Beletincu, Pil u Krušljevcu,
- Kapelica sv. Mihaela, Kapelica Uzvišenja Svetoga Križa u Beretincu
- sportski objekti i ostala sportska infrastruktura na otvorenom prostoru u funkciji aktivnog turizma:
- ribnjaci ŠRD Ostriž, 2 ribnjaka na Varaždin Bregu, Horvatovi ribnjaci, tenis tereni AS, street work out park, NK Dubravka-Zagorac, NK Zagorac, Sportsko - rekreativni centar Mozdernjak, Sportski tereni TRC Gora na Varaždin Bregu
- NK Bednja i NK Obreš
- ! u planu izgradnja novih dječjih igrališta, objekta za slatkovodni sportski ribolov (Beletinec), izgradnja sportsko rekreacijskog centra u Slugovinama (Seketin) kao i obnova objekta NK Obreš i objekta NK Bednja
- NK Beretinec, Brdsko biciklistička staza XC Beretinec

b. Komunalna infrastruktura

Dobro razvijena komunalna infrastruktura je preduvjet gospodarskog i turističkog razvoja destinacije te ponajviše same kvalitete života lokalnog stanovništva.

Komunalna infrastruktura uključuje analizu:

- Energetska infrastruktura:
 - postojeća TS 110/20/10 kV Kneginec, postojeći DV 110 kV TS Varaždin – TS Kneginec, postojeći DV 110 kV RP HE Čakovec - TS Kneginec, postojeći DV 35 kV TS Varaždin – TS Kneginec, postojeći DV/KB 35 kV Kneginec - Varaždinske Toplice, planirani dalekovod DV/KB 110 kV TS Kneginec
 - trafostanice iz kojih se napaja područje općine Sveti Ilija se nalaze izvan njenog područja (dvije od 35 kV)
 - na samom području općine Sv. Ilija razmješteno je 13 trafostanica 10(20)/0,4 kV, čija je ukupna instalirana snaga cca 1515 kVA. Trafostanice su većim dijelom priključene zračnim 10 kV vodovima, a manjim dijelom (kroz građevinsko područje) podzemnim kabelskim vodovima
 - u općini Beretinec sva su naselja opskrbljena električnom energijom, kvaliteta napajanja je zadovoljavajuća, distribucija električne energije vrši se iz 11 trafostanica 10/0,4 kV.
- Telekomunikacijska infrastruktura i dostupnost interneta:



- OGK: Potpuna pokrivenost fiksnom i mobilnom telefonijom te je omogućeno i spajanje računala na internetsku mrežu. Na kvalitetu života utječe i ukupna pokrivenost internetom od 100%, besplatni bežični Internet (WIFI4EU)
- izgrađenost telekomunikacijske mreže (nadalje: TK) na području Općine Sveti Ilija je zadovoljavajuća. TK promet obavlja više operatera.
- ukupan broj i lokacije osnovnih postaja mobilne komunikacijske mreže treba optimizirati s obzirom na prirodne i krajobrazne vrijednosti i vrijednosti izgrađenih struktura. U svakom slučaju, postoji potreba za poboljšanjem pokrivanja, uvođenjem novih usluga i tehnologija te za povećanjem kapaciteta mreže
- naselja Općine Sveti Ilija obuhvaćena su s četiri pristupne telekomunikacijske mreže, za prijenosni medij u spojnoj mreži se koriste svjetlovodni kabeli
- pokrivanje GSM signalom osigurano je baznim stanicama iz okolnih Općina. Telekomunikacijskom mrežom upravljaju dva operatera – „T-Mobile“, te „VIPnet“ d.o.o. kao drugi operater po pokrivenosti tog područja.
- općina Beretinec: Naselja u Općini Beretinec vezana su na tri telefonske centrale . Općina je opremljena: spojnim svjetlovodnim kablovima i kablovima pristupnih mreža te telefonskom centralom u naselju Beretinec, na području Općine nalaze se dva RTV odašiljača, Beretinec za dopunsko pokrivanje naselja Beretinec te Ledinec za dopunsko pokrivanje naselja Ledinec i Črešnjevo.
- kroz projekt izgradnje komunalne infrastrukture za brzi Internet uspostaviti će se moderna komunalno- telekomunikacijska infrastruktura
- **PROJEKT:**
- Greenfield telekomunikacijski projekt povezivanja ruralnih područja RH infrastrukturom brzog širokopolasnog pristupa internetu, putem NPOO-a
- Vodoopskrba i odvodnja
 - vodoopskrbni sustav na području općine Gornji Kneginec je izgrađen
 - opskrba vodom obavlja se preko regionalnog sustava vodovoda „Varaždin“ uz korištenje sustava s dopremom vode preko transportnih cjevovoda iz vodocrpilišta „Varaždin“ te vodocrpilišta „Bartolovec“. Turčin, Donji Kneginec, sjeverni dio naselja Gornji Kneginec, manji dio naselja Varaždin Breg opskrbljuju se vodom preko glavnih opskrbnih cjevovoda i razvodnih vodoopskrbnih mreža Grada Varaždina, dok se naselja Lužan Biškupečki, dio naselja Gornji Kneginec i veći dio naselja Varaždin Breg vodom opskrbljuju preko tlačno-opskrbnog cjevovoda precipne stanice „Melinec“-vodosprema „Lužan“.
 - sustav odvodnje i zbrinjavanja otpadnih voda s područja općine Gornji Kneginec je uspostavljen izvedbom javnog mješovitog sustava odvodnje u naseljima Donji Kneginec, Gornji Kneginec i Turčin s priključkom na sustav odvodnje i zbrinjavanja otpadnih voda aglomeracije Varaždin
 - temeljna obrana od štetnog djelovanja voda je na području općine Gornji Kneginec uspostavljena izgradnjom sustava kanala za oborinsku i melioracijsku odvodnju, koji je potrebno održavati i razvijati u skladu s potrebama
 - mreža vodoopskrbnih cjevovoda i hidranata izvedena je na većem dijelu općine Sveti Ilija, područje općine Sveti Ilija uglavnom je pokriveno javnim vodovodom sukladno Studiji



vodoopskrbe Varaždinske županije

- sustav regionalnog vodovoda “Varaždin”, putem kojeg se snabdijeva i područje općine Sveti Ilija, podijeljen je na četiri karakteristične vodoopskrbne zone, koje zajedno predstavljaju cjelinu, a koja je temeljena na vodi vodocrpilišta “Varaždin” te izvorištu “Bela”
- problem odvodnje i pročišćavanja otpadnih voda na području općine Sveti Ilija dosad nije u potpunosti riješen, što je naglašen problem s obzirom na razvijenu vodovodnu mrežu. Otpadne vode iz domaćinstava prikupljaju se putem individualnih septičkih jama, a oborinske vode odvođe otvorenim jarcima u lokalne vodotoke i kanale uz prometnice, bez ikakvog pročišćavanja
- zbog navedenih problema dodatno će se ulagati u izgradnju i upravljanje vodovodne i kanalizacijske mreže u cilju zaštite zdravlja i poboljšanje kvalitete života stanovnika općine Sveti Ilija
- područjem općine Beretinec prolaze dva magistralna vodoopskrbna cjevovoda. Općina Beretinec nalazi se u dvjema vodoopskrbnim zonama, primarnoj zoni „A“ - podzona II i južnoj zoni „D“ – podzona. Općina se opskrbljuje pitkom vodom iz javnog vodovoda. Obzirom da na području Općine postoji adekvatna mreža lokalnog vodoopskrbnog cjevovoda, sva su naselja opskrbljena vodom, međutim mreža cjevovoda i hidranata nije izvedena u svim dijelovima Općine stoga će se u narednom razdoblju ulagati u navedenu vodoopskrbnu mrežu.
- problem odvodnje fekalnih otpadnih voda i pročišćavanje otpadnih voda na području općine Beretinec dosad nije u potpunosti riješen, što je naglašen problem s obzirom na razvijenu vodovodnu mrežu. Otpadne vode iz domaćinstava prikupljaju se putem individualnih septičkih jama, a oborinske vode odvođe otvorenim jarcima u lokalne vodotoke i kanale uz prometnice, bez ikakvog pročišćavanja.
- zbog navedenih problema postoji potreba za ulaganjem u izgradnju kanalizacijske mreže u cilju zaštite zdravlja i poboljšanje kvalitete života stanovnika Općine.

Gospodarenje otpadom

- uspostavljen je sustav organiziranog odvojenog skupljanja komunalnog otpada za sva naselja
- zbog potrebe za učinkovitijim gospodarenjem otpadom te obveza koje proizlaze sukladno važećim propisima, na području Općine izgrađeno je reciklažno dvorište na lokaciji zatvorenog i saniranog odlagališta otpada u Gornjem Knegincu
- u općini Sveti Ilija se sustavno radi na uspostavi primarne selekcije otpada.
- odvojeno sakupljanje papira, kartona, plastike, metala, tetrapaka, stakla, tekstila, odjeće i obuće obavlja se na mjestu nastanka ove vrste otpada, tako što domaćinstva i pravni subjekti koriste odgovarajuće vreće odnosno plavi kontejner za papir i karton
- za biootpad korisnicima je pružena mogućnost postupanja na dva načina: prikupljanje putem spremnika ili „kućno kompostiranje“
- glomazni otpad se odvozi po pozivu korisnika „na kućnom pragu“
- zbrinjavanje biootpada se vrši vlastitim kompostiranjem u vrtu
- na području općine Beretinec provodi se organizirano skupljanje, odvoz i zbrinjavanje miješanog komunalnog otpada, biorazgradivog komunalnog otpada kao i reciklabilnog i glomaznog otpada,



putem zasebnih spremnika od svakog korisnika i prijevoz do ovlaštene osobe za obradu.

- u 2021. godini je uspostavljeno mobilno, reciklažno dvorište kojim se doprinosi povećanju stope odvojeno prikupljenog komunalnog otpada i smanjenju količine otpada koji se odlaze na odlagalištu
- provode se mjere informiranja i edukacije stanovništva.

c. Prometna infrastruktura

Obuhvaća analizu dostupnosti destinacije i prometne infrastrukture (cestovne, željezničke, infrastrukture zračnog prometa, morske i riječne luke i pristaništa), te obilježja prometa u pokretu (prometnice) i mirovanju (parkirališta) na području turističke destinacije.

Tablica 14. Popis prometne infrastrukture u destinaciji TZP Varaždinski bregi

| | GORNJI KNEGINEC | SVETI ILIJA | BERETINEC |
|-----------------|--|--|---|
| CESTOVNA | <p>postojeća autocesta A4 /G.P. Goričan (granica Rep. Mađarske) – Varaždin</p> <p>postojeća državna cesta DC 2 – Zagreb (čvorište Ivanja Reka (A3)/ □ postojeća državna cesta DC 2 /G.P. Dubrava Križovljanska (gr. R. Slovenije) – Varaždin – Virovitica – Našice – Osijek – Vukovar – G.P. Ilok (gr. R. Srbije) □ postojeća državna cesta</p> <p>DC 3 /G.P. Goričan (gr. R. Mađarske) – Čakovec – Varaždin – Breznički Hum – Zagreb – Karlovac – Rijeka (D8) □ postojeća državna cesta D 528 /Varaždin (D2) – čvorište Varaždin (A4)/, locirana u koridoru planirane trase Podravske brze ceste □ planirana Podravska brza cesta (PBC) /G.P. Dubrava Križovljanska (gr. R. Slovenije) – Varaždin – Virovitica/ – širine koridora 150,0 m □ moguć ili alternativni koridor ceste između ŽC 2088 i DC 528 (buduća PBC)</p> <p>ŽUPANIJSKE I LOKALNE CESTE</p> <p>ŽC 2048 /A.G. Grada Varaždina – Turčin (D3)/</p> <p>ŽC 2250 /Ludbreg: D2 – Ž 2071/</p> <p>ŽC 2070 /A.G. Grada Varaždina – D. Knežinec – G. Knežinec (Ž 2250)/ □ ŽC 2086 /Sv. Ilija (Ž 2050) – Tomaševac Biškupečki – D3/ □</p> <p>ŽC 2087 /Varaždin Breg (Ž 2250)</p> | <p>Jedna državna cesta: DC 3,</p> <p>tri županijske: ŽC 2050, ŽC 2086, ŽC 2105</p> <p>četiri lokalne ceste: LC 25075, LC 25121, LC 25125, LC 25127</p> | <p>1 državna cesta (D2)</p> <p>3 županijske ceste (ŽC 2050, ŽC 2063, ŽC 2066)</p> <p>4 lokalne ceste (LC 25072, LC 25074, LC 25124, LC 25125)</p> |



| | | | |
|---------------|--|---|---|
| | <p>– Halić – Vrtlinovec (Ž 2250)/ □</p> <p>ŽC 2088 /Ž 2250 – Kaštelanec – Kelemen (Ž 2052)/ □</p> <p>LC 25073 /A.G. Grada Varaždina – Ž 2048/</p> <p>LC 25075 /Turčin (Ž 2048) – Križanec – D3/ □</p> <p>LC 25077 /Turčin (D3) – Gornji Kneginec (Ž 2250)/ □</p> <p>LC 25078 /Gornji Kneginec (L 25077) – Dugi Vrh – Lužan Biškupečki – D3/ □ LC 25085 /Donji Kneginec (Ž 2070) – Gornji Kneginec – L 25122/ □</p> <p>LC 25122 /Gornji Kneginec (L 25078) – Varaždin Breg – Ž 2087/ □ LC 25123 /Gornji Kneginec (L 25122) – Mali Vrh – Dugi Vrh – L 25078/ □ LC 25126 /Varaždin Breg (Ž 2087) – Pintaričeva Graba – Lužan Biškupečki– L 25078/ □</p> <p>LC 25186 /D. Kneginec (Ž 2070) – Kelemen (Ž 2052)/</p> | | |
| ŽELJEZNIČKA | <p>Postojeća željeznička pruga za regionalni promet R 201 / Zaprešić – Zabok – Varaždin – Čakovec/ s kolodvorom Turčin i pripadajućim željezničkom infrastrukturom</p> | <p>Željeznička pruga za regionalni promet M606 R201 Zaprešić – Zabok – Varaždin – Čakovec, na pruzi R 201 unutar administrativnih granica Općine Sveti Ilija nalazi se stajalište Krušljevec u KM 77+438, stajalište Sveti Ilija u KM 80+409 i osam željezničko cestovnih prijelaza</p> | <p>Područjem Općine prolazi željeznička pruga II. reda Varaždin – Golubovec</p> |
| ZRAČNI PROMET | <p>Ne postoji infrastruktura ni sadržaji u funkciji zračnog prometa, no, u blizini je zračno pristanište Varaždin namijenjeno posebnom zračnom prometu (prihvat i otprema zrakoplova)</p> | | |

d. Analiza stanja digitalizacije

Analiza stanja digitalizacije u planu upravljanja destinacijom ključna je za procjenu kako digitalne tehnologije i alati podržavaju razvoj i održivost turizma u određenoj destinaciji. Ova analiza obuhvaća nekoliko ključnih aspekata:

- **Infrastruktura digitalne tehnologije**

**Digitalna povezanost:**

Općina Gornji Knežinec ima potpunu pokrivenost fiksnom i mobilnom telefonijom te je omogućeno i spajanje računala na internetsku mrežu. Na kvalitetu života utječe i ukupna pokrivenost internetom od 100%. Besplatni bežični Internet (WIFI4EU).

Ukupan broj i lokacije osnovnih postaja mobilne komunikacijske mreže, u općini Sveti Ilija treba optimizirati s obzirom na prirodne i krajobrazne vrijednosti i vrijednosti izgrađenih struktura. U svakom slučaju, postoji potreba za poboljšanjem pokrivanja, uvođenjem novih usluga i tehnologija te za povećanjem kapaciteta mreže. Naselja općine Sveti Ilija obuhvaćena su s četiri pristupne telekomunikacijske mreže. Za prijenosni medij u spojnoj mreži se koriste svjetlovodni kabeli. Pokrivanje GSM signalom osigurano je baznim stanicama iz okolnih općina. Telekomunikacijskom mrežom upravljaju dva operatera – „T-Mobile“, te „VIPnet“ d.o.o. kao drugi operater po pokrivenosti tog područja. Kroz projekt izgradnje komunalne infrastrukture za brzi Internet uspostaviti će se moderna komunalno-telekomunikacijska infrastruktura.

Naselja u Općini Beretinec vezana su na tri telefonske centrale. Općina je opremljena: spojnim svjetlovodnim kablovima i kablovima pristupnih mreža te telefonskom centralom u naselju Beretinec. Na području Općine nalaze se dva RTV odašiljača, Beretinec za dopunsko pokrivanje naselja Beretinec te Ledinec za dopunsko pokrivanje naselja Ledinec i Črešnjevo. Kroz projekt izgradnje komunalne infrastrukture za brzi Internet uspostaviti će se moderna komunalno-telekomunikacijska infrastruktura.

Pametni grad i destinacija:

Turističke destinacije diljem svijeta suočavaju se s izazovima održivog razvoja, očuvanja kulturne i prirodne baštine, povećanja turističke privlačnosti te poboljšanja kvalitete života lokalnog stanovništva. U tom kontekstu, tehnologije pametnih gradova ("smart city") sve više dobivaju na važnosti, jer omogućuju integrirano i efikasno upravljanje resursima te poboljšanje iskustava turista. U nastavku ćemo analizirati primjenu tih tehnologija u kontekstu destinacije TZ područja Varaždinski bregi.

Pametna destinacija ("smart destination") primjenjuje napredne digitalne tehnologije za prikupljanje podataka, analizu i donošenje odluka kako bi optimizirala turizam u skladu s potrebama posjetitelja, lokalnog stanovništva i okoliša. Ključne tehnologije koje se primjenjuju uključuju:

Internet stvari (IoT): senzori i uređaji koji prikupljaju podatke o posjećenosti, okolišnim uvjetima, prometu i infrastrukturi.

Big Data: analiza velikih količina podataka kako bi se dobili uvidi u turističke trendove, obrasce ponašanja turista i optimizaciju usluga.

Umjetna inteligencija (AI) i strojno učenje: za personalizaciju iskustava turista te poboljšanje efikasnosti destinacijskih servisa.

Mobilne aplikacije i bežična povezanost: omogućuju turistima navigaciju, preporuke u stvarnom vremenu te interakciju s lokalnim atrakcijama i uslugama.

Održiva rješenja: pametne mreže i energetske sustavi koji pomažu u smanjenju utjecaja turizma na okoliš.

Područje Varaždinskih brega ima bogatu kulturnu baštinu, prirodne ljepote i vinske rute koje privlače turiste. Implementacija "smart city" tehnologija može značajno poboljšati upravljanje ovim područjem kroz nekoliko ključnih dimenzija:

a. Promociju destinacije

Digitalni marketing i analitika: Korištenje big data tehnologija i analitike društvenih mreža omogućava



Turističkoj zajednici (TZ) da bolje razumije profile posjetitelja i prilagodi promotivne aktivnosti. Osim toga, ciljano oglašavanje može privući specifične segmente tržišta, kao što su ljubitelji vina, planinarenja ili kulturnog turizma.

Mobilne aplikacije: Aplikacije mogu pružiti informacije o događajima, atrakcijama, turističkim rutama te lokalnim proizvodima i uslugama. Turisti putem njih mogu pristupiti virtualnim vodičima, rezervacijama ili preporukama u stvarnom vremenu.

b. Upravljanju turističkim tokovima

Pametni senzori i IoT: Postavljanjem senzora na ključnim točkama kao što su parkirališta, pješačke rute i atrakcije, TZ može pratiti posjećenost i gužve. Ovi podaci pomažu u boljem upravljanju turističkim tokovima i smanjenju zagušenja, osobito tijekom vršnih sezona.

Analiza prometa: Praćenje prometa u realnom vremenu omogućuje bolju regulaciju prometa u području te smanjenje prometnih zastoja, što je posebno važno za područja s ograničenom infrastrukturom.

c. Održivi razvoj i ekološki monitoring

Održivi resursi: Pametne tehnologije mogu pomoći u optimizaciji potrošnje energije i vode u turističkim objektima, čime se smanjuje negativan utjecaj na okoliš. Korištenje obnovljivih izvora energije, kao što su solarni paneli na turističkim centrima, dodatno može pridonijeti očuvanju prirode.

Ekološki senzori: Senzori za praćenje kvalitete zraka, vode i tla mogu biti ključni u očuvanju prirodne baštine Varaždinskih brega, dok turistima pružaju informacije o uvjetima i sigurnosti.

d. Poboljšanje turističkog iskustva

Personalizacija usluga: Korištenje umjetne inteligencije omogućuje personalizaciju ponude, gdje turisti putem aplikacija mogu dobiti personalizirane preporuke za aktivnosti na temelju svojih interesa.

Interaktivne tehnologije: Virtualna i proširena stvarnost mogu obogatiti posjete kulturnim atrakcijama ili vinskim rutama kroz interaktivne ture ili igre povezane s lokalnom poviješću.

Primjena pametnih tehnologija može znatno unaprijediti upravljanje destinacijom Varaždinski bregi, kako s aspekta turističkog iskustva, tako i održivosti. Digitalne tehnologije omogućavaju optimizaciju resursa, bolju promociju i personalizaciju, dok ekološki senzori i pametno upravljanje turističkim tokovima čine turizam održivijim. Ključno je pažljivo planirati uvođenje ovih tehnologija, uz suradnju lokalne zajednice i privatnog sektora, kako bi se osigurao njihov uspješan i održiv razvoj.

Sustavi za upravljanje odnosima s turistima: Pregledati korištenje sustava za praćenje i analizu interakcija s posjetiteljima, te kako se ovi podaci koriste za personalizaciju ponude i poboljšanje korisničkog iskustva.

(CRM - Customer Relationship Management) su ključni alati u modernom turizmu, posebno za destinacijske menadžment organizacije (DMO) i turističke zajednice. CRM sustavi omogućuju prikupljanje, analizu i korištenje podataka o turistima kako bi se poboljšalo iskustvo posjetitelja, povećala lojalnost i optimizirale marketinške strategije.

Osnovne funkcionalnosti sustava uključuju:

- prikupljanje podataka o turistima: prikupljanje podatka o ponašanju turista, interesima, povijesti rezervacija, demografske informacije, te povratne informacije dobivene kroz ankete ili društvene mreže



- personalizacija ponude: na temelju prikupljenih podataka, DMO ili turistički operatori mogu personalizirati svoju ponudu i kampanje te ciljano oglašavati prema preferencijama turista
- automatizacija marketinških kampanja: CRM sustavi omogućuju automatizaciju e-mail marketinga, slanje promotivnih ponuda, podsjetnika za rezervacije i drugih komunikacijskih kampanja prilagođenih turistima.

CRM sustavi postaju nezaobilazni alati za turističke organizacije koje žele poboljšati svoje odnose s turistima, optimizirati marketinške strategije i povećati lojalnost posjetitelja. Kroz personalizirane usluge, automatizaciju komunikacije te analizu podataka, ove tehnologije omogućuju učinkovito upravljanje resursima i kontinuirano poboljšanje korisničkog iskustva. Dugoročno, pravilno implementiran CRM sustav može pridonijeti uspješnom razvoju i održivosti turističke destinacije.

Online rezervacijski sustavi:

Većina turističkih objekata u regiji (poput hotela, apartmana, kuća za odmor, agroturizama) koristi poznate međunarodne platforme kao što su Booking.com, Airbnb, Novasol za omogućavanje direktnih rezervacija. Ove platforme omogućuju turistima da pregledaju ponudu, usporede cijene, provjere recenzije te jednostavno izvrše rezervacije smještaja online. Međutim, manji lokalni objekti, posebno oni obiteljski, možda nisu uvijek jednako prisutni na svim tim platformama, što ostavlja prostor za poboljšanje u integraciji svih pružatelja usluga u jednu koherentnu mrežu.

Za aktivnosti kao što su obilasci vinarija, biciklističke ture, kulturne i povijesne ture, gastronomski doživljaji, online rezervacijski sustavi nisu uvijek centralizirani na platformama globalnog dosega te je integracija lokalnih iskustava još uvijek izazov.

TZ Varaždinski bregi, poput mnogih lokalnih turističkih zajednica, nastoji promovirati destinaciju kroz web stranice i društvene mreže, ali formalna integracija u složene rezervacijske sustave za različite aktivnosti još je uvijek na razini razvoja.

Prilika leži u daljnjoj digitalizaciji i umrežavanju, uz poticanje pružatelja usluga da koriste suvremene tehnologije za bolju vidljivost, jednostavnije upravljanje rezervacijama te kako bi povećali konkurentnost destinacije u globalnom turističkom tržištu.

Edukacija i digitalne vještine:

Prema dosadašnjoj praksi u sličnim ruralnim regijama, postoje nekoliko ključnih izazova: ograničena svijest o važnosti digitalnih vještina, nedostatak resursa ili financijskih sredstava za kontinuirano ulaganje u edukaciju, generacijski jaz, gdje stariji pružatelji usluga često imaju manje motivacije za usvajanje novih tehnologija.

Međutim, pozitivni primjeri iz sličnih regija pokazuju da kroz sinergiju lokalnih vlasti, turističkih zajednica i obrazovnih institucija dolazi do poboljšanja u razvoju digitalnih vještina. Stoga je neophodno popularizirati i senzibilizirati lokalne pružatelje turističkih usluga o važnosti savladavanja digitalnih vještina. To uključuje ne samo osnovne alate kao što su rezervacijski sustavi, već i sofisticirane tehnike digitalnog marketinga i upravljanja poslovanjem putem digitalnih platformi.

Ulaganje može biti podržano od strane turističke zajednice, putem projekata državnih fondova, te europskih projekata, a ključ uspjeha leži u stalnoj promociji ovih edukacija i stvaranju svijesti o važnosti digitalne transformacije u turizmu.

Digitalna integracija lokalnih pružatelja usluga

Veliki broj smještajnih jedinica u destinaciji koristi globalne rezervacijske platforme kao što su Booking.com, Airbnb, Novasol što osigurava jednostavan način rezervacije za turiste. Međutim, manji



pružatelji smještaja, poput obiteljskih kuća za odmor ili agroturizama, možda nisu u potpunosti zastupljeni, pogotovo ako nemaju pristup odgovarajućim digitalnim alatima ili edukaciji. Lokalni pružatelji usluga mogu koristiti i domaće platforme kao što su Apartmanija.hr i Megabon, no ove platforme često imaju manji globalni doseg, iako su prilagođene lokalnim uvjetima i pomažu u smanjenju troškova provizija koje uzimaju međunarodne platforme.

Turisti često koriste i digitalne vodiče, aplikacije i web platforme koje nude informacije o destinaciji, turističkim atrakcijama, restoranima i događanjima.

Lokalni pružatelji usluga trebali bi biti integrirani u ove platforme kako bi turisti lakše pronašli atrakcije, restorane i događaje na području TZ Varaždinski bregi.

Neke destinacije razvijaju vlastite mobilne aplikacije koje turistima pružaju informacije o smještaju, znamenitostima, biciklističkim i pješačkim stazama te restoranima. U kontekstu TZ Varaždinski bregi, takve aplikacije ili digitalni vodiči mogu biti ključne za povezivanje turista s lokalnim ponudama.

Digitalni vodiči poput Google Maps, TripAdvisor mogu pružiti značajnu vidljivost lokalnim restoranima i drugim turističkim atrakcijama. Ako lokalni pružatelji usluga nisu pravilno registrirani ili optimizirani za ove platforme, to može umanjiti njihovu vidljivost.

Integracija lokalnih pružatelja usluga u digitalne vodiče i aplikacije na području TZ Varaždinski bregi je djelomična. Iako su neki pružatelji usluga već vidljivi na globalnim platformama, mnogi manji ili tradicionalniji pružatelji mogu biti podzastupljeni.

E-commerce platforme za lokalne proizvode i usluge

E-commerce platforme omogućuju lokalnim poduzetnicima da prodaju svoje proizvode online, što je važno za turističke destinacije koje nude specifične proizvode poput vina, meda, rukotvorina i sličnih proizvoda, osobito ako dionici prepoznaju kako oni mogu biti značajan izvor prihoda.

Prodaja lokalnih proizvoda: Na području TZ Varaždinski bregi, lokalni proizvodi poput vina, tradicionalne hrane i suvenira mogli bi biti značajan izvor prihoda. Međutim, pitanje je koliko su lokalni proizvođači prisutni na e-commerce platformama poput Etsy, eBay ili čak specijaliziranim platformama za prodaju lokalnih proizvoda te imaju li potrebna znanja i resurse za korištenje globalnih platformi. Moguće je da neki lokalni proizvođači imaju vlastite web trgovine, no integracija s većim e-commerce sustavima često je ograničena, što može ograničiti njihov doseg izvan lokalne zajednice.

E-commerce integracija lokalnih pružatelja usluga i proizvoda nije dovoljno razvijena, iako bi mogla igrati ključnu ulogu u širenju turističke ponude destinacije, posebno kroz prodaju suvenira, lokalnih proizvoda i iskustava.

- **Sigurnost i privatnost**

Kibernetička sigurnost:

Kibernetička prijetnja u turističkom sektoru raste, ali manji lokalni pružatelji često nisu svjesni prijetnji ili nemaju resurse za ulaganje u sofisticirane sigurnosne sustave. TZ Varaždinski bregi treba poticati lokalne pružatelje usluga kako bi se prevenirale potencijalne prijetnje.

U kontekstu destinacija koje se oslanjaju na digitalne sustave za rezervacije i komunikaciju s turistima, zaštita osobnih podataka postala je nužna kako bi se ispunili pravni standardi i zaštitila privatnost korisnika. TZ Varaždinski bregi, kao i druge turističke destinacije u Europskoj uniji, mora biti usklađena s GDPR-om, koji postavlja stroge standarde za prikupljanje, obradu i pohranu osobnih podataka. To znači da svaka



organizacija, uključujući turističke zajednice i njihove pružatelje usluga, mora: osigurati privolu turista za prikupljanje i korištenje njihovih osobnih podataka, omogućiti turistima pravo na pristup i brisanje podataka, osigurati da se svi prikupljeni podaci čuvaju na siguran način, uz minimalan rizik od neovlaštenog pristupa.

- **Izazovi i preporuke za poboljšanje**

Identifikacija ključnih izazova:

- ✓ eventualni nedostatak digitalne infrastrukture, posebno sporog interneta i slabe mobilne pokrivenosti, ograničava korištenje digitalnih alata i pristup turistima
- ✓ nedostatak digitalnih vještina među lokalnim pružateljima usluga smanjuje njihovu sposobnost da iskoriste prednosti online platformi, e-commerce sustava i digitalnog marketinga
- ✓ fragmentirani digitalni sustavi onemogućavaju integrirano korisničko iskustvo, zbog čega turisti moraju tražiti informacije na različitim platformama
- ✓ slaba online vidljivost i nedostatak digitalnog marketinga ograničavaju globalnu prisutnost destinacije i lokalnih usluga
- ✓ financijska ograničenja sprječavaju manja poduzeća i lokalne zajednice da ulažu u digitalnu infrastrukturu i sustave.

Za rješavanje ovih izazova, potrebna su dodatna ulaganja u infrastrukturu, edukaciju i financijsku podršku, kao i jače povezivanje digitalnih sustava kako bi se optimiziralo korisničko iskustvo i povećala konkurentnost destinacije.

Preporuke za unapređenje:

- ✓ ulaganja u digitalnu infrastrukturu (brza i pouzdana internetska veza – optika, mobilna s visokom razinom pokrivenosti, wifi – hot spotovi, poticanje korištenja IoT tehnologije)
- ✓ povećanje digitalne pismenosti (radionice, mentorstva, online tečajevi)
- ✓ stvaranje jedinstvenog digitalnog sustava (kreiranje digitalne platforme ili mobilne aplikacije, povezivanje lokalnih dionika s globalnim platformama, razvoj aplikacija ili web alate koji pružaju virtualne ture i interaktivne vodiče kroz destinaciju)
- ✓ razvoj digitalne strategije marketinga (SEO, društvene mreže, suradnja s influencerima i travel blogerima, plaćeno oglašavanje)
- ✓ poboljšanje digitalne sigurnosti i zaštite podataka
- ✓ osiguravanje sredstava za digitalizaciju

e. **Analiza stanja pristupačnosti destinacije osobama s posebnim potrebama**

Pristupačni turizam podrazumijeva uvjete u kojima proizvode, sustave, usluge, okruženja i objekte mogu koristiti svi ljudi s najširim rasponom korisničkih potreba, karakteristika i sposobnosti. Uključuje implementaciju univerzalnog dizajna koji omogućuje ljudima s poteškoćama u kretanju, uključujući mobilnost, vid, sluh i kognitivne dimenzije pristupa, da funkcioniraju neovisno i ravnopravno kroz pružanje pristupačnih proizvoda, usluga i okruženja.



- **Fizička pristupačnost**

Infrastruktura: većina manjih objekata u ruralnim područjima, kao što su obiteljski smještaji ili kuće za odmor, imaju ograničenu dostupnost za osobe s invaliditetom. Veće smještajne jedinice poput hotela i apartmana koji su dio lanca ili su noviji, češće imaju barem osnovne elemente pristupačnosti, no to često nije standardizirano ili dosljedno provedeno.

Restorani u manjim, ruralnim destinacijama često imaju ograničen prostor, što može predstavljati problem za fizičku pristupačnost. Većina manjih restorana ne nudi pristupačne toalete niti adekvatno raspoređene stolove i hodnike. Moderni restorani, pogotovo oni u sklopu hotela ili veće turističke infrastrukture, češće su prilagođeni osobama s invaliditetom.

Pristupačnost javnih prostora: u manjim i ruralnim područjima poput TZ Varaždinski bregi, prometna infrastruktura može biti izazov za osobe s invaliditetom, jer starije prometnice često nemaju spuštene rubnike, a parkirna mjesta za osobe s invaliditetom mogu biti ograničena ili neprilagođena. Modernizacija prometne infrastrukture trebala bi uključivati ova poboljšanja.

Mnoge prirodne atrakcije i povijesni objekti u destinaciji TZ Varaždinski bregi su teško dostupni zbog neprilagođene infrastrukture (npr. nepristupačne staze, stepenice bez alternativa).

- **Komunikacijska pristupačnost**

Informacije:

Dostupnost turističkih informacija na prilagođenim medijima odnosi se na način na koji su informacije prilagođene različitim potrebama korisnika, uključujući osobe s invaliditetom, starije osobe, te strane turiste koji ne govore lokalni jezik. Kako bi destinacija pristupačna i ugodna za sve posjetitelje, potrebno je omogućiti turističke informacije kroz različite medije koji su prilagođeni raznim skupinama korisnika.

- ✓ turističke usluge optimizirane za osobe s invaliditetom (optimizacija za mobilne uređaje, podrška za čitače ekrana, te informacije na više jezika)
- ✓ dostupnost vodiča, taktilnih mapa ili audio vodiča na Brailleovom pismu
- ✓ višejezičnost opcija na digitalnim platformama

Signalizacija i označavanje:

Na mnogim mjestima unutar destinacije znakovi nisu postavljeni na odgovarajuću visinu za osobe u invalidskim kolicima, niti da uključuju taktilne elemente poput Brailleovih natpisa. Također, osvjetljenje znakova u večernjim satima i zatvorenim prostorima može biti neadekvatno. Znakovi su često jednostavni, ali mogu nedostajati piktogrami i simboli, što može otežati razumijevanje za strane turiste i osobe s kognitivnim poteškoćama. Destinacija ne koristi interaktivne zaslone ili digitalne sustave s višejezičnim opcijama, što može ograničiti mogućnost lakšeg pristupa informacijama za strane turiste i osobe s različitim poteškoćama.

Kako bi destinacija TZ Varaždinski bregi postala pristupačna svim turistima, važno je unaprijediti vidljivost i razumljivost znakova i uputa. Ulaganjem u jasne, prilagođene i višejezične znakove te uvođenjem novih tehnologija, destinacija može povećati inkluzivnost i privlačnost za širi spektar posjetitelja.

- **Pristupačnost usluga**

Usluge u smještaju: smještajni kapaciteti su uglavnom manji, obiteljski vođeni objekti ili privatni



apartmani, što znači da prilagodbe za osobe s invaliditetom mogu biti ograničene ili ih nema uopće. Hotel ili veći kompleksi možda nude određene prilagodbe, no općenito je potrebno više ulaganja u prilagodbu soba i objekata.

Restorani i ugostiteljski objekti: manji restorani i kafići mogu imati ograničene prilagodbe. Ulazi s jednim ili više stepenica, nedostatak pristupačnih toaleta ili nedostatak jelovnika prilagođenih osobama s invaliditetom česti su izazovi

Pristupačnost kulturnih i zabavnih sadržaja: kulturne atrakcije na području TZ Varaždinski bregi, poput dvoraca, crkava i muzeja, često se nalaze u povijesnim građevinama koje nisu uvijek prilagođene osobama s invaliditetom. Neravne površine i stepenice predstavljaju prepreku. Osim toga, digitalni vodiči i sadržaji na jezicima stranih turista su u fazi razvoja

f. Analiza organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji

Uslužne djelatnosti u destinaciji, poput trgovina, servisa, frizerskih salona, bankomata i sličnih usluga, igraju važnu ulogu u svakodnevnom životu turista i lokalnog stanovništva. Razina dostupnosti tih usluga značajno utječe na cjelokupno iskustvo boravka u destinaciji. Stoga bi bilo od velike važnosti proširiti radno vrijeme uslužnih djelatnosti u ključnim turističkim sezonama, uključujući rad nedjeljom i praznicima, uvesti višejezične natpise i informativne materijale u trgovinama, ljekarnama i ostalim ključnim uslugama, poticati lokalne poduzetnike na prilagodbu prostora osobama s invaliditetom, kako bi usluge bile dostupne svima.

Javni prijevoz je ograničen, te često ne zadovoljava potrebe turista, osobito onih koji ne putuju automobilom. Biciklistička infrastruktura je prisutna, ali nije dovoljno razvijena za širu upotrebu.

TZ Varaždinski bregi, kao ruralna destinacija, nudi kulturne sadržaje koji su najčešće povezani s prirodom, lokalnom baštinom i tradicionalnim manifestacijama. Međutim, zabavni sadržaji i aktivnosti su ograničeni izvan ljetne sezone.

Sigurnost turista i organiziranost žurnih službi u destinaciji TZ Varaždinski bregi ključni su za uspješan i siguran boravak. Nužno je osigurati brzu reakciju hitnih službi, povećati njihovu vidljivost i dostupnost, te unaprijediti koordinaciju između službi kako bi se što učinkovitije odgovorilo na hitne situacije. Ulaganjem u edukaciju, tehnološke alate i infrastrukturu, destinacija može podići razinu sigurnosti, što će značajno doprinijeti njezinoj konkurentnosti i zadovoljstvu turista

U destinaciji djeluje 8 dobrovoljnih vatrogasnih društava, 5 timova opće medicine, 4 ordinacije dentalne medicine, 3 privatne ljekarne, 1 ljekarnički depo.

Usluge Zavoda za javno zdravstvo, hitne medicinske pomoći i specijalističke usluge pružaju se u Varaždinu.

g. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala

• **Istraživanje trenutačnih potreba poslodavaca u turizmu i ugostiteljstvu**

Analiza radnih mjesta:

Varaždinski bregi kao turistička destinacija, s bogatom kulturnom baštinom, prirodnim ljepotama i aktivnostima na otvorenom, suočava se s raznim potrebama kada je u pitanju radna snaga u sektoru turizma. Trenutne potrebe za radnom snagom odnose se na sljedeće vrste zanimanja:



Kuhari i pomoćni kuhari: postoji stalna potreba za kvalificiranim kuharima koji mogu pripremati lokalna jela i specijalitete

Konobari i osoblje za uslugu: s obzirom na manjak radne snage i deficitarnost ovog zanimanja potrebno je više konobara koji imaju vještine u korisničkoj usluzi

Turistički vodiči: potražnja za licenciranim vodičima koji poznaju lokalnu kulturu i povijest te mogu voditi ture na više jezika

Menadžeri i supervizori: potrebni su menadžeri s iskustvom u upravljanju objektima, uključujući hotele i restorane.

Tehničko osoblje: radnici s vještinama u održavanju objekata i opreme, uključujući električare i vodoinstalateru, također su traženi.

Nedostatak kvalificirane radne snage je izazov s kojim se suočava čitava destinacija s obzirom na manjak kvalificiranih radnika u ugostiteljstvu i turizmu. Radna mjesta su često ograničena na turističku sezonu, što može otežati stabilnost zaposlenja.

Nameće se potreba za dodatnom obukom i edukacijom. Kroz strategije razvoja ljudskih resursa i promicanje održivog turizma, postoji potencijal za jačanje turističkog sektora u ovom području. Ulaganje u edukaciju i obuku radnika može značajno poboljšati kvalitetu usluge i zadovoljstvo posjetitelja.

- Istraživanje potreba međunarodnih dionika

Identifikacija najboljih praksi (Austrija, Španjolska, Francuska)

Identifikacija najboljih praksi iz drugih zemalja može pomoći u rješavanju izazova u pogledu radne snage u turizmu, kao i privlačenju i zadržavanju kvalificiranih radnika. Ovdje su istaknute strategije koje koriste Austrija, Španjolska i Francuska:

1. Austrija

Austrija se suočava s izazovima u pogledu radne snage u turizmu, ali uspješno primjenjuje nekoliko strategija za privlačenje i zadržavanje radnika.

Strukovno obrazovanje i obuka: Austrija ima jak sustav strukovnog obrazovanja, posebno u turizmu. Mnogi mladi ljudi prolaze kroz kombinaciju teorijskog i praktičnog učenja, što rezultira visoko kvalificiranom radnom snagom. U suradnji s ugostiteljskim školama, pružaju se programi koji omogućuju mladima stjecanje relevantnih vještina.

Usluge za radnike: Mnoge turističke tvrtke nude dodatne beneficije, kao što su smještaj, obroci i mogućnosti daljnjeg obrazovanja, kako bi privukle radnike i zadržale ih.

Zdravstvo i dobrobit: Poslodavci često ulažu u zdravlje i dobrobit svojih zaposlenika, nudeći program fizičke aktivnosti, savjetovanja i druge zdravstvene usluge.

2. Španjolska

Španjolska je jedna od najpopularnijih turističkih destinacija u Europi, ali se suočava s izazovima u pogledu sezonskog zapošljavanja i nedostatka kvalificirane radne snage.

Zakonodavne mjere: Španjolska vlada donosi zakonodavne mjere koje olakšavaju zapošljavanje u turističkom sektoru, uključujući poticaje za zapošljavanje mladih i dugotrajno nezaposlenih osoba. Ovi poticaji pomažu tvrtkama u zapošljavanju radnika tijekom sezone.



Promocija turizma: državne agencije provode kampanje za privlačenje stranih radnika, posebno iz drugih europskih zemalja, nudeći im informacije o radnim prilikama i životu u Španjolskoj.

Obrazovni programi: Postoje partnerstva između turističkih škola i industrije koja omogućuju studentima stjecanje praktičnog iskustva. Također, potiče se mobilnost učenika unutar Europske unije.

3. Francuska

Francuska, kao jedna od vodećih turističkih destinacija, primjenjuje niz strategija za rješavanje izazova u pogledu radne snage.

Podrška mladima: Francuska vlada nudi različite programe poticaja za zapošljavanje mladih, uključujući subvencije poslodavcima koji zapošljavaju mlade radnike. Ovi programi su usmjereni na smanjenje nezaposlenosti među mladima.

Kampanje za privlačenje radne snage: Francuska provodi kampanje za privlačenje radnika iz drugih zemalja, posebno u sektorima gdje postoji nedostatak kvalificirane radne snage. Ove kampanje obično uključuju informativne portale i sajmove rada.

Razvoj vještina: Francuska ulaže u razvoj vještina kroz programe prekvalifikacije za postojeće radnike, kako bi im se omogućilo prilagođavanje promjenama u industriji. U partnerstvu s industrijom, razvijaju se specifični programi obuke za potrebne vještine.

Austrija, Španjolska i Francuska implementiraju različite strategije za rješavanje izazova u pogledu radne snage u turizmu, s fokusom na obrazovanje, zakonodavne mjere, poticaje za zapošljavanje i razvoj vještina. Hrvatska može izvući pouke iz ovih praksi kako bi unaprijedila svoj turistički sektor, privukla kvalificirane radnike i povećala kvalitetu usluga. Ključna komponenta uspjeha je suradnja između obrazovnih institucija i industrije te poticaji za zadržavanje radne snage tijekom cijele godine.

3.10. Analiza komunikacijskih aktivnosti

- **pregled korištenja postojećih komunikacijskih kanala:** web stranica (<https://varazdinski-bregi.com/>), društvene mreže: facebook (<https://www.facebook.com/tzvarazdinskibregi>) i instagram profil (<https://www.instagram.com/varazdinskibregi/>), youtubekanal (<https://www.youtube.com/@tzvarazdinskibregi/videos>) koji su međusobno povezani i usklađeni.

- **analiza digitalnog prisustva:**

učinkovitost web stranice, aktivnost i angažman na društvenim mrežama (broj pratitelja, lajkova, dijeljenja, komentara (/web.facebook.com/tzvarazdinskibregi): 1,1 tis.pratitelja, 913 oznaka sviđa mi se, stranica je izuzetno aktivna s dnevnim i tjednim ažuriranjima

- **analiza offline aktivnosti: dati pregled korištenja tradicionalnih komunikacijskih alata i aktivnosti poput tiskanih brošura, karata, plakata, organizacije događanja, nastupa na turističkim sajmovima i slično:**

brošura destinacije, personalizirana brošura privatnih iznajmljivača, letak košarice jestivih suvenira, letak o Ivani Brlić Mažuranić, nastupi na tradicijskim sajmovima, obilježavanju Svjetskog dana turizma, festivalu dobrih emocija, Špancirfestu, prigodnim festivalima (Advent i sl.)...



- **analiza suradnji s trećim stranama:** turistička zajednica surađuje s medijima, turističkim agencijama te su navedene aktivnosti vidljive i prepoznatljive (Županija s pričom, Od kulture do avanture-turistička destinacija Varaždinska županija)

 - **analizu mogućnosti prikupljanja i distribucije informacija za turiste: izvori, ključne poruke, učestalost:**
 - Online izvori: web (mjesečno), društvene mreže (3-5 puta tjedno), recenzije i forumi
 - Fizički izvori: brošure i letci, informativni panoi
 - Izvori izravne komunikacije: objekti-smještaj, hotel, restorani, ostali ugostiteljski objekti, OPG

Ključne poruke:

 - Osnovne informacije: smještaj, restorani, prijevoz, lokalne znamenitosti,
 - Sigurnosne i zdravstvene informacije: upute o sigurnosti, lokalni zakoni (npr. zabrane pušenja ili pravila o recikliranju), hitni brojevi, COVID-19 informacije (ako je potrebno)
 - Kultura i povijest: informacije o lokalnoj povijesti, običajima, kulturnim manifestacijama i specifičnostima destinacije
 - Promocije i događanja: aktualne ponude, popusti, posebne ponude u restoranima i trgovinama, lokalni festivali, manifestacije i sportska događanja
 - Održivi turizam: Promicanje ekoloških inicijativa, smjernica o očuvanju okoliša, poticanje ekoturizma, informacije o održivom ponašanju turista (recikliranje, smanjenje potrošnje vode i energije)

 - **analizu mogućnosti marketinškog pozicioniranja u okviru komunikacije na regionalnoj i/ili nacionalnoj razini:** način usklađivanja uloga i ciljeva marketinga i promocije te marketinških poruka i brenda s regionalnim i nacionalnim smjernicama te uključivanja u promociju na regionalnoj odnosno nacionalnoj razini, prikladnost pojedinih atrakcija ili atributa za promociju na regionalnoj ili nacionalnoj razini.
- Trenutno je aktualan projekt regionalne turističke zajednice Varaždinske županije vezan na zajedničke aktivnosti lokalnih TZ-ova i regionalne TZ u smjeru brendiranja županije u suradnji s agencijom DCT (digitalne kulturne transformacije d.o.o.).

3.11. Analiza konkurencije

Za ocjenu tržišne pozicije destinacije definira se konkurentski krug koji čine destinacije sličnih obilježja, a vezano uz turističke proizvode i tržišne segmente koje privlače. Određuje se skup pokazatelja (npr. u domeni dostupnosti infrastrukture, smještajni kapaciteti, resursno- atrakcijska osnova, ljudski potencijali, resursno-atrakcijska osnova i drugo) te se temeljem ocjena određuje konkurentnost destinacije na tržištu.

Ova analiza uključuje nekoliko važnih koraka:

- **Identifikacija konkurentskih destinacija**

Direktna konkurencija: Odnose se na destinacije koje nude slične turističke proizvode i privlače slične ciljane skupine turista. Destinacije slične TZP Varaždinski bregi su destinacije koje nude slične turističke proizvode i privlače slične ciljane skupine turista ruralna su, vinska i kulturno bogata područja koja kombiniraju prirodne ljepote, vinske ceste, lokalnu gastronomiju te kulturne i povijesne atrakcije. Riječ je o destinacijama: TZP Sjever Zagorja, TZ grada Ivanca.

Indirektna konkurencija: Destinacije koje možda nude drugačije proizvode, ali se natječu za iste resurse (turiste) zbog geografske blizine ili sezonalnosti. Riječ je o destinacijama: TZP Centar svijeta, TZ grada Novog Marofa, TZ Trakošćan - Općina Bednja, TZ grada Varaždinske Toplice

- **Benchmarking**

Usporedba vlastite destinacije s konkurentskim destinacijama po ključnim indikatorima kao što su:

Tablica 15. Usporedba vlastite destinacije s konkurentskim destinacijama po ključnim indikatorima

| | TZP Varaždinski bregi | TZP Sjever Zagorja | TZ grada Ivanca |
|---|---|--|---|
| Broj turističkih dolazaka i noćenja | D – 5.987 N – 15.383 = 21.370 | D – 2.967 N – 9.208 = 12.175 | D – 3.181 N - 6.346 = 9.527 |
| Cijene smještaja i turističkih paketa | 238,00 € - 765,00 € za tri noćenja/dvije osobe | 120,00 € - 1.200,00 € za tri noćenja/ dvije osobe | 189,00 € - 978,00 € za tri noćenja/dvije osobe |
| Kvaliteta smještaja i ugostiteljskih objekata | izuzetna, izvanredna, sjajna | izuzetna, izvanredna, sjajna | izuzetna, izvanredna, sjajna |

Izvor. Booking.com

- **Proučavanje komunikacijskih strategija konkurencije**

Tablica 16. Načini promocije destinacija konkurencije

| | TZP Sjever Zagorja | TZ grada Ivanca |
|---|---|---|
| Načini promocije destinacija (digitalni marketing, društvene mreže, tiskani materijali) | SEO Content marketing (video, vodiči) Marketing društvenih mreža (Facebook, instagram) Video marketing (facebook video, youtube video) Analitika kroz SEO | SEO Content marketing (video, vodiči) Marketing društvenih mreža (Facebook, instagram) Video marketing (facebook video, youtube video) Analitika kroz SEO |



| | | |
|--|--|---|
| <p>Ciljana tržišta</p> | <p>- turisti iz većih gradova poput Zagreba, Rijeke, Varaždina i drugih urbanih središta Hrvatske. Ovi posjetitelji često dolaze na kraće vikend-odmore ili jednodnevne izlete.</p> <p>- turisti iz susjednih zemalja zbog geografske blizine često dolaze na kratke odmore ili vikend-putovanja. Ove zemlje dijele sličnu kulturnu baštinu, što privlači posjetitelje zainteresirane za istraživanje sličnosti i razlika (Slovenija, Mađarska, Austrija)</p> <p>- turisti iz udaljenijih zemalja koji traže autentične i manje razvijene destinacije u ruralnim dijelovima Europe. Oni traže mir, prirodne ljepote, kulturnu baštinu i lokalne proizvode (Poljska, Njemačka, Češka, Slovačka)</p> | <p>- turisti iz većih gradova poput Zagreba, Rijeke, Varaždina i drugih urbanih središta Hrvatske. Ovi posjetitelji često dolaze na kraće vikend-odmore ili jednodnevne izlete.</p> <p>- turisti iz susjednih zemalja zbog geografske blizine često dolaze na kratke odmore ili vikend-putovanja. Ove zemlje dijele sličnu kulturnu baštinu, što privlači posjetitelje zainteresirane za istraživanje sličnosti i razlika (Slovenija, Mađarska, Austrija)</p> <p>- turisti iz udaljenijih zemalja koji traže autentične i manje razvijene destinacije u ruralnim dijelovima Europe. Oni traže mir, prirodne ljepote, kulturnu baštinu i lokalne proizvode (Njemačka, Poljska, Ukrajina, Nizozemska)</p> |
| <p>Segmentacija tržišta</p> | <p>Lokalni turisti koji traže kratke izlete i vikend odmore iz obližnjih urbanih centara.</p> <p>Regionalni i međunarodni posjetitelji koji dolaze zbog vinskog turizma, kulturne baštine i autentičnih iskustava.</p> <p>Obitelji koje traže miran odmor s aktivnostima prilagođenim djeci.</p> <p>Aktivni turisti koji žele istraživati prirodne ljepote kroz sport i rekreaciju.</p> <p>Ljubitelji vina i gastronomije koji posjećuju vinske ceste i sudjeluju u degustacijama.</p> <p>Kulturni entuzijasti koji posjećuju povijesne znamenitosti i kulturne manifestacije</p> | <p>Lokalni turisti koji traže kratke izlete i vikend odmore iz obližnjih urbanih centara.</p> <p>Regionalni i međunarodni posjetitelji koji dolaze zbog vinskog turizma, kulturne baštine i autentičnih iskustava.</p> <p>Obitelji koje traže miran odmor s aktivnostima prilagođenim djeci.</p> <p>Aktivni turisti koji žele istraživati prirodne ljepote kroz sport i rekreaciju.</p> <p>Ljubitelji vina i gastronomije koji posjećuju vinske ceste i sudjeluju u degustacijama.</p> <p>Kulturni entuzijasti koji posjećuju povijesne znamenitosti i kulturne manifestacije</p> |
| <p>Pojavnost destinacije na ključnim turističkim događanjima i sajmovima</p> | <p>Obilježavanje Svjetskog dana turizma Špencirfest Dani okusa varaždinskog kraja</p> | <p>Obilježavanje Svjetskog dana turizma Noć muzeja Špencirfest</p> |



- **Tržišni trendovi i inovacije**

U turističkom sektoru, globalni i lokalni trendovi i inovacije kontinuirano se razvijaju kako bi zadovoljili promjenjive potrebe putnika, prilagodili se tehnološkim inovacijama te podržali održivi razvoj destinacija.

Trendovi:

1. Održivi turizam

Globalni trend: Održivost je postala ključan prioritet u turizmu, potaknuta ekološkom sviješću putnika, lokalnih zajednica i vlada. Ovaj trend uključuje očuvanje prirodnih resursa, smanjenje negativnog utjecaja turizma na okoliš, smanjenje emisije CO2 te podršku lokalnim zajednicama.

Primjeri:

Ekoturizam: Turisti sve više traže destinacije koje nude autentična iskustva u prirodi, poput nacionalnih parkova, ekoloških farmi i ruralnih sela.

Održive prakse u smještajima: Hoteli i smještajni objekti usvajaju ekološki prihvatljive prakse, poput korištenja obnovljivih izvora energije, smanjenja otpada i plastike te promicanja održivih prehrambenih opcija.

Lokalni trend: U Hrvatskoj i susjednim zemljama, lokalne turističke zajednice sve više usvajaju strategije za razvoj održivih destinacija. Primjer su zaštićena područja (npr. Nacionalni park Plitvička jezera), promocija održivog prijevoza i inicijative za očuvanje lokalne baštine.

Globalni trend: Digitalna transformacija mijenja način na koji turisti planiraju i doživljavaju putovanja. To uključuje korištenje pametnih aplikacija, umjetne inteligencije (AI), proširene stvarnosti (AR) i virtualne stvarnosti (VR) za unapređenje korisničkog iskustva.

Primjeri:

Online platforme za rezervacije: Platforme poput Booking.com, Airbnb i TripAdvisor omogućuju turistima da jednostavno planiraju, uspoređuju i rezerviraju putovanja putem digitalnih kanala.

Personalizacija putem umjetne inteligencije: AI se koristi za analizu preferencija turista i preporučivanje putovanja, smještaja ili aktivnosti na temelju njihovih interesa.

Proširena stvarnost i virtualna stvarnost: Destinacije koriste AR i VR kako bi ponudile virtualne ture znamenitosti i hotela, čime privlače turiste i omogućuju im doživljaj prije dolaska na lokaciju.

Lokalni trend: U Hrvatskoj se sve više implementiraju digitalni alati, poput mobilnih aplikacija za vođenje kroz gradove (npr. Zagreb) te QR kodova za jednostavno informiranje o lokalnim znamenitostima. Digitalna promocija i booking kanali omogućuju lokalnim destinacijama poput Zagrebačke županije i Istre bolji doseg globalnim tržištima.

3. Iskustveni i autentični turizam

Globalni trend: Putnici danas traže autentična, jedinstvena iskustva koja uključuju lokalne kulture, tradicije i običaje. Umjesto tipičnih turističkih atrakcija, preferiraju dublje povezivanje s lokalnim zajednicama.

Primjeri: Gastronomski turizam: Turisti posjećuju destinacije radi autentičnih kulinarskih iskustava, poput kušanja lokalnih specijaliteta ili sudjelovanja u kulinarskim radionicama.



Kulturni turizam: Rastuća potražnja za kulturnim turizmom uključuje posjete lokalnim festivalima, sudjelovanje u tradicionalnim radionicama ili istraživanje povijesnih lokaliteta.

Lokalni trend: Hrvatska nudi brojne autentične turističke doživljaje, poput vinskih tura u Dalmaciji ili Istri, festivala lavande na Hvaru te tradicionalnih obrtničkih radionica u Varaždinu. Ruralni turizam, posebno u manjim mjestima, postaje sve popularniji zbog autentičnosti doživljaja.

4. Rad na daljinu i "Workcation"

Globalni trend: Pandemija COVID-19 potaknula je rast rada na daljinu, a s njim i koncept "workcation" – kombinacija rada i odmora. Ljudi sve više odabiru destinacije u kojima mogu raditi online i uživati u lokalnim sadržajima.

Primjeri:

Digitalni nomadi: Gradovi i zemlje kao što su Lisabon i Bali sve više postaju destinacije za digitalne nomade, nudeći posebne smještaje i radne prostore prilagođene njihovim potrebama.

Dugi boravci u destinacijama: Mnogi turisti odlučuju se za dulji boravak na jednom mjestu, što omogućuje fleksibilnost u radu, a ujedno nudi priliku za uživanje u lokalnim atrakcijama.

Lokalni trend: Hrvatska je uvela vizu za digitalne nomade, čime se potiče dulji boravak stranaca, osobito u gradovima poput Zagreba, Splita i Dubrovnika. Sve više hotela i apartmana nudi infrastrukturu prilagođenu radu na daljinu.

5. Održivi prijevoz i "slow travel"

Globalni trend: Turisti sve više biraju održive oblike prijevoza, uključujući putovanja vlakom, električnim vozilima ili biciklom. Istovremeno, raste interes za "slow travel", odnosno sporiji način putovanja koji se fokusira na dublje istraživanje destinacija i minimiziranje ekološkog otiska.

Primjeri:

Vlakovi i biciklističke ture: U Europi je putovanje vlakom postalo sve popularnije zbog ekoloških prednosti, a sve više destinacija razvija biciklističke rute i infrastrukturu za e-vozila.

Smještaji i objekti koji su usvojili ekološke prakse sve češće dobivaju certifikate održivosti, što dodatno privlači eko-turiste.

Lokalni trend: U Hrvatskoj se razvijaju biciklističke rute, poput onih u Istri i Međimurju, a sve više smještajnih kapaciteta dobiva eko-certifikate.

6. Wellness i zdravstveni turizam

Globalni trend: Potražnja za wellness turizmom značajno je porasla, s naglaskom na mentalno i fizičko zdravlje, rehabilitaciju i oporavak od stresa. Ova vrsta turizma obuhvaća wellness odmarališta, lječilišta i terme.

Primjeri:

Wellness resorti: Destinacije diljem svijeta, poput Balijsa, Tajlanda ili Slovenije, specijaliziraju se za wellness i spa programe koji kombiniraju relaksaciju, meditaciju i zdravu prehranu.

Medicinski turizam: Ljudi često putuju u druge zemlje radi povoljnijih medicinskih usluga, uključujući estetsku kirurgiju, stomatološke usluge ili specijalizirane tretmane.

Lokalni trend: Hrvatska ima dugu tradiciju termalnog turizma s razvijenim lječilištima u Varaždinskim toplicama, Krapinskim toplicama i Tuheljskim toplicama. Wellness turizam također raste, osobito u hotelima na jadranskoj obali i otocima.



Turističke zajednice moraju pratiti globalne i lokalne trendove u turističkom sektoru (npr. održivost, digitalna transformacija) te pratiti inovacije koje uvode konkurenti kako bi ostali relevantni.

Inovacije

1. Digitalizacija i pametne destinacije

Pametne destinacije koriste tehnologiju kako bi poboljšale iskustvo turista i omogućile održivo upravljanje resursima. To uključuje upotrebu senzora, big data analize i aplikacija za bolju interakciju s turistima.

Primjeri:

Aplikacije za turiste: Mobilne aplikacije omogućuju turistima da jednostavno istraže destinaciju, dobiju personalizirane preporuke, navigaciju po gradu te podatke u realnom vremenu o događanjima, vremenu i prometu.

Smart city rješenja: Neke destinacije implementiraju smart city tehnologiju, poput Wi-Fi točaka, pametnih rasvjeta ili ekološki prihvatljivih vozila za javni prijevoz.

Primjer u Hrvatskoj: Zadar i Dubrovnik razvijaju pametne platforme za upravljanje turističkim tokovima, nudeći turistima prilagođene digitalne vodiče i integrirane informacijske sustave.

2. Umjetna inteligencija (AI) i automatizacija

AI i chatbotovi: Mnoge turističke tvrtke koriste chatbotove za pružanje podrške turistima u realnom vremenu. Chatbotovi pomažu u odgovaranju na upite, rezervaciji smještaja i aktivnosti, kao i personalizaciji putničkog iskustva.

Personalizacija uz AI: Alati temeljeni na umjetnoj inteligenciji koriste podatke o preferencijama putnika kako bi pružili preporuke za smještaj, restorane, aktivnosti i destinacije, prilagođene svakom korisniku.

Automatizirani hoteli: Hoteli sve više koriste automatizirane sustave za prijavu i odjavu gostiju, automatizirane recepcije i robote koji pružaju usluge dostave unutar hotela.

Primjeri: Hilton koristi robote za pomoć gostima u svojim hotelima, dok su Airbnb i Expedia uveli sustave za personalizirane preporuke putem AI alata.

3. Proširena (AR) i virtualna stvarnost (VR)

Virtualne ture: Korištenje virtualne stvarnosti omogućuje turistima da istraže destinacije prije nego što se fizički odluče posjetiti ih. Mnogi hoteli, muzeji i turističke zajednice koriste VR za virtualne šetnje po znamenitostima, sobama ili atrakcijama.

AR za vodiče: Proširena stvarnost koristi pametne telefone i druge uređaje kako bi turistima pružila dodatne informacije o znamenitostima koje posjećuju, omogućujući im interaktivno iskustvo i proširenje stvarnosti vizualnim sadržajima.

Primjeri: Google Earth VR omogućava korisnicima da virtualno posjete bilo koji kutak svijeta. Muzeji poput Louvrea koriste VR za digitalne ture kroz njihove izložbe.

4. Zeleni turizam i održive inovacije

Održivi smještaji i putovanja: Inovacije u ekološki prihvatljivim tehnologijama omogućuju smanjenje ekološkog otiska turizma. Hoteli i turističke organizacije sve više koriste zelenu energiju, optimiziraju potrošnju resursa i smanjuju količinu otpada.



Eko-certifikati: Hoteli i restorani koji primjenjuju održive prakse dobivaju certifikate poput Green Key ili EarthCheck, što im omogućuje promociju kao ekološki osviještenih objekata.

Primjeri: Hoteli s nultom emisijom ugljika, postavljaju nove standarde za održivi luksuzni turizam.

5. Big Data i personalizacija putovanja

Analiza podataka: Big Data omogućuje tvrtkama da prikupi ogromne količine podataka o preferencijama putnika, ponašanju i trendovima, čime mogu personalizirati ponudu i unaprijediti korisničko iskustvo.

Primjena: Putničke agencije, turoperator i hoteli koriste analitiku podataka za optimizaciju cijena, kreiranje personaliziranih marketinških kampanja te predviđanje budućih trendova u turizmu.

Primjeri: Google Travel Insights pruža putničkim tvrtkama podatke o globalnim putničkim trendovima i preferencijama korisnika.

6. Rad na daljinu i "Workcation"

Radna putovanja: Pandemija COVID-19 dovela je do eksplozije koncepta "workcation", kombinacije rada i odmora. Hoteli i destinacije razvijaju specijalizirane ponude za digitalne nomade i radnike na daljinu.

Infrastruktura za rad na daljinu: Mnogi smještaji nude coworking prostore, brzi internet i radne zone kako bi privukli radnike na daljinu.

Primjeri: Zemlje poput Hrvatske uvele su vizu za digitalne nomade, omogućujući strancima da borave duže i rade iz destinacija poput Zagreba, Splita ili Dubrovnika.

7. Bezgotovinska plaćanja i digitalne valute

Bezgotovinska ekonomija: Sve više turističkih destinacija prelazi na bezgotovinska plaćanja, omogućujući turistima da koriste digitalne novčanike i mobilne aplikacije za plaćanja u trgovinama, restoranima i smještajima.

Digitalne valute: Neke turističke destinacije i tvrtke počele su prihvaćati kriptovalute kao sredstvo plaćanja, posebno Bitcoin i Ethereum.

Primjeri: Restorani, hoteli i turoperator u tehnološki naprednim destinacijama već prihvaćaju kriptovalute.

8. Biometrija i tehnologije prepoznavanja

Brža i sigurnija putovanja: Biometrijske tehnologije, poput prepoznavanja lica i otiska prsta, ubrzavaju procedure prijave na aerodromima, hotelima i graničnim prijelazima, čime se smanjuju redovi i povećava sigurnost putovanja.

Primjeri: Aerodromi širom svijeta, uključujući Dubai i Singapur, koriste biometrijske tehnologije za ubrzavanje prijave i ulaska putnika na let.

• **Analiza trendova na strani turističke potražnje obuhvaća obilježja turista i putovanja na glavnim emitivnim tržištima**

Prosječna starost turista koji borave na području Kontinentalne Hrvatske u prosjeku imaju 43 godine.

Većina turista je mlađa od 30 i starija od 50 godina.

S obzirom na zemlju porijekla, najmlađi gosti u prosjeku dolaze iz Španjolske i azijskih zemalja (38 godina), dok su gosti iz Njemačke i Austrije (44 godina) nešto stariji od prosjeka.



U hostelima je najveći udio mlađih gostiju (51% gostiju mlađi je od 30 godina), a prosječna dob gostiju hostela iznosi 34 godine. U ostalim vrstama smještaja najveći je udio gostiju srednje životne dobi, a najveću

prosječnu dob imaju gosti kampova (45 godina).

S obzirom na glavni motiv putovanja, najmlađi gosti (prosječno 34 godine) su oni motivirani zabavom i festivalima te manifestacijama i događanjima.

Prosječno najstariji gosti (52 godine) su oni motivirani zdravstvenim razlozima među kojima je i najveći udio gostiju starijih od 50 godina (65%). Prema starosti slijede gosti motivirani upoznavanjem sela i ruralnih područja čija je prosječna dob 51 godinu (52% gostiju iz ove skupine je starije od 50 godina).

Kontinentalna Hrvatska najčešće se posjećuje u pratnji partnera (39%), a zatim bez pratnje (34%).

U istraživanju TOMAS Hrvatska 2022./2023. ispitanicima je prvo ponuđeno sedam primarnih motiva putovanja (posao, odmor, posjet rodbini i prijateljima, zdravstveni razlozi, vjerski razlozi, obrazovanje i nešto drugo). U Kontinentalnoj Hrvatskoj svaki drugi gost dolazi zbog odmora, a slijedi posao (22%) te posjet rodbini i prijateljima (14%). Na poslovno putovanje gosti odlaze ponajprije zbog poslovnih sastanaka (60%), slijede konferencije (16%), seminari (12%), team building (5%) te insentiv, motivacijsko ili nagradno putovanje (1%).

Najvažniji motivi dolaska u Kontinentalnu Hrvatsku su city break (23%), posao (22%) i priroda (20%).

Gastronomiju je kao motiv navelo 11% gostiju. Važnost pojedinih motiva značajno se razlikuje prema regijama Kontinentalne Hrvatske. Primjerice, city break (30%), posao (24%) i kultura i umjetnost (23%) najvažniji su motivi posjeta Zagrebu, a wellness/toplice (43%) i priroda (30%) najvažniji su motivi posjeta destinacijama u Sjevernoj Hrvatskoj.

(Izvor: TOMAS Hrvatska 2022./2023.)

3.12. Izvješće o analizi stanja

Trenutno stanje destinacije

Destinacija je prepoznata po:

- jedinstvenim prepoznatljivim pejzažima: šumske staze, vidikovci s pogledima na „kulturni pejzaž“ s vinogradima, voćnjacima i klijetima, ribnjacima
- kulturnoj infrastrukturi: kula Kehne, kurije na Varaždin Bregu, Bauerov bunar, dvorac Patačić-Puttar u Seketinu, dvorac Šaulovec
- sakralnoj infrastrukturi : župna crkva sv. Marije Magdalene i župni dvor u Knegincu, župna crkva sv. Ilije Proroka i župni dvor, kapelica sv. Mihaela u Beretincu
- manifestacije: Veseli Kneginec-tradicija u vinu, zanatima i običajima, Vuzmenka na ribnjacima, Španciranje po Varaždin Bregu, Kneginečka biciklijada, likovna kolonija u Knegincu, šaranski kupovi u Knegincu i Beletincu, Adventi u Knegincu, Sv.Iliji i Beretincu, Anino u Beletincu, Festival hrvatske kulture, Međunarodna smotra folkloru u Beletincu, Dječji folklorni susreti u Beretincu, Brdsko - biciklistički maraton - XCM „Bodlja“
- zabavne, rekreacijske, avanturističke: ribnjaci Ostriž i Keder, tenis tereni AS, street workout park, rekreacijski i edukacijski centar „Slugovine“, brdsko-biciklistička staza XC Beretinec, planinarske kuće: Ledinec, Vagon, Off road staza – Glinilište -Turčin
- gastro-atrakcije: vinarski muzej, kušaonica vina u sklopu restorana „Zlatne Gorice“, restoran Varaždinbreg, Restoran „Kneginečka hiža“, vinarija Blaguški, Seljačko domaćinstvo Šinko
- edukativne atrakcije: Jaccuminijev vrt (sekcija botaničkih vrtova), Farma autohtonih pasmina domaćih životinja – Blaga lijepe naše, Zlatne ribice – koi šarani (ključne atrakcije koje privlače značajan broj posjetitelja)
- demografske skupine posjetitelja: samo s partnerom, samci, s članovima obitelji, s prijateljima (poznanicima)

Negativni aspekti:



- identificirani su sljedeći izazovi zatečene resursne osnove:
- nedovoljna valoriziranost prirodnih i kulturnih resursa
- nedovoljno poznavanje ključnih atrakcija
- premalo turističkih proizvoda, posebno sportsko - rekreacijskih i zabavnih
- zapuštenost atraktivnih kurija u privatnom vlasništvu
- zapuštena privatna zemljišta
- otpad u prirodi
- vojno skladište na potencijalno atraktivnom lokalitetu
- manifestacije su lokalnog karaktera
- identificirani sljedeći izazovi u razvoju turizma u destinaciji:
financijski izazovi, konzervacija i restauracija, prilagodba na klimatske promjene i zelene politike u restauraciji, konkurencija i inovacija, zahtjevi vezani uz zdravlje, sigurnost i okoliš mogu biti izazovni i skupi, trošak inovacija, održavanja; kulturološka i vjerska osjetljivost

Procjena kako se destinacija ili proizvod nosi s postojećom konkurencijom

Prednosti u odnosu na konkurenciju

- dostupnost destinacije te povoljan geoprometni položaj
- zadovoljavajuća pokrivenost mrežom javnih cesta
- vinogradarska i vinarska tradicija
- zabavljanje u prirodi vezano uz dolazak izletnika iz šire okolice
- priroda i kulturna baština su osnova za turističku nadogradnju
- gostoljubivost i poduzetnički duh
- jedinstvene prirodne ljepote i očuvan okoliš
- očuvan, nezagađen i neizgrađen prostor u užem i širem okruženju predstavlja osnovu za sustavni pristup valorizaciji i organizaciji prostor
- povijesna arhitektura i kulturna baština
- početna infrastruktura za sportsko - rekreacijske sadržaje (biciklističke staze i ribnjaci)
- dionici u turizmu spremni na stvaranje turističke destinacije
- uređena sportska igrališta
- definirana staza za sportski (brdski) i rekreacijski biciklizam te pokrenuti pilot-biciklistički projekti
- uređeni vatrogasni domovi, lovački dom i društveni domovi povremena su stjecišta društvenih zbivanja
- neprekinut kontinuitet djelovanja Kulturno-umjetničkih društava i iskustvo u organiziranju kulturno-umjetničkih događanja promiču lokalnu tradiciju

Slabosti u odnosu na konkurenciju:

- premalo turističkih proizvoda/doživljaja
- nedovoljna infrastruktura za sportsko-rekreacijske sadržaje
- nedovoljna povezanost sadržaja iz iste
- nedovoljna valorizacija kulturne baštine
- mali broj aktivnih OPG-a
- nepovezanost malih poljoprivrednih gospodarstava
- neorganizirani nastup na tržištu
- nedovoljno razvijena svijest lokalne zajednice o važnosti općeg očuvanja prirode i zaštiti okoliša
- nedovoljna valorizacija te iskorištenost potencijala prirodnih i ostalih resursa općine kao razvojnog potencijala
- nedovoljna analiza potencijala općine za lokalnu proizvodnju energije iz obnovljivih izvora (sunce, vjetar, biomasa) te nedovoljno korištenje obnovljivih izvora energije u kućanstvima



- pješačke zone i biciklističke staze većim su dijelom neizgrađene ili nisu dostatno jasno formirane
- nezadovoljavajuće stanje javnih zelenih površina
- prometna infrastruktura nedovoljno je prilagođena osobama s invaliditetom
- slaba označenost postojećih turističkih sadržaja i njihova otežana interpretacija
- slabo korištenje kulturnog i prirodnog naslijeđa, nedovoljna valorizacija kulturne baštine u turističke svrhe
- nepostojanje različitih autohtonih turističkih sadržaja svojstvenih Općini
- nedovoljna povezanost turizma s lovom i poljoprivredom te općenito nepostojanje selektivnih oblika turizma koji se u užem i širem smislu mogu povezati sa sličnim oblicima turizma na županijskoj razini

Opći trendovi koji utječu na uspješnost turizma

- **Rast interesa za specifične vrste turizma:**

Zabilježen je porast interesa za kulturni i manifestacijski turizam, turizam vezan uz kulturno-povijesno naslijeđe. Lokalni festivali i događaji, privlače posjetitelje koji uživaju u lokalnoj tradiciji, kulturi i društvenim događanjima. Ovi događaji služe kao platforma za promociju lokalnih običaja i kulturnih vrijednosti, što stvara interes za autentična iskustva.

Zbog blizine Varaždina i glavnih prometnica, postoji rastući interes za poslovni turizam, gdje poslovni putnici kombiniraju radne obveze s turističkim aktivnostima i sadržajima.

Zbog svoje prirodne okoline i ruralnog karaktera, destinacija TZ područja Varaždinski bregi, privlači posjetitelje zainteresirane za bijeg u prirodu, što je u skladu s globalnim trendom eko-turizma. Turisti ovdje traže mir, opuštanje i autentična iskustva vezana uz prirodu, daleko od urbanih sredina. Ruralni turizam, posebice izletnički i seoski te onaj vezan uz vinogradarstvo i tradicionalne lokalne proizvode, predstavlja glavnu turističku orijentaciju ovog područja.

- **Promjene u preferencijama potrošača:**

Potrošači sve više preferiraju autentična iskustva, održivi turizam što bi trebalo uzeti u obzir pri budućem razvoju destinacije.

Postoji rastući trend prema zdravom načinu života i wellness turizmu. Turisti sve više traže destinacije koje nude opuštanje, prirodu, zdrave aktivnosti i hranu. Varaždinski bregi, sa svojom prirodom, čistim zrakom i mogućnostima za rekreaciju, mogu iskoristiti ovaj trend pružanjem sadržaja poput wellness i spa tretmana, pješaćenja, biciklizma i eko-turističkih iskustava.

U novije vrijeme, turisti su sve više zainteresirani za lokalnu hranu, pića i autentična iskustva. U destinaciji Varaždinski bregi, poznatoj po vinogradima i tradicionalnoj kuhinji, sve je veća potražnja za degustacijama lokalnih vina i specijaliteta, kao i radionicama kuhanja ili tradicionalnim obrtima. Autentičnost je važan faktor privlačnosti te bi fokus trebao biti upravo na izvornosti.

Zabrinutost zbog klimatskih promjena i ekologije dovela je do rasta održivog turizma. Potrošači traže destinacije koje promoviraju održive prakse, smanjuju emisije ugljika i podržavaju očuvanje okoliša. U destinaciji Varaždinski bregi, održive prakse poput korištenja lokalnih proizvoda, promoviranja pješaćenja i biciklizma te smanjenja otpada, mogu privući ekološki osviještene turiste.

- ✓ porast korištenja tehnologije u turizmu omogućuje turistima brži pristup informacijama i uslugama. Potrošači očekuju jednostavnu online rezervaciju smještaja, restorana i



aktivnosti putem digitalnih platformi. Destinacije koje se prilagođavaju ovom trendu nudeći besprijeorne digitalne usluge mogu značajno poboljšati svoje tržišne šanse.

- ✓ nakon pandemije, turisti preferiraju manje grupe i personalizirana iskustva. Destinacija Varaždinski bregi želi se profilirati kao boutique-destinacija koja će ponuditi ekskluzivne ture i aktivnosti za manje grupe, prilagođene individualnim interesima i potrebama, što destinaciju čini atraktivnom za turiste koji traže privatnost i jedinstvena iskustva.

Sve veći broj turista pokazuje interes za kulturnim i povijesnim aspektima destinacija. Varaždinski bregi mogu iskoristiti bogatu kulturnu baštinu, uključujući dvorce, crkve i lokalne tradicije, kako bi privukli turiste koji žele naučiti više o lokalnoj povijesti i kulturi.

Domaći turizam

Povećana svijest o domaćem turizmu, potaknuta pandemijom, dovela je do toga da sve više domaćih putnika istražuje manje poznate destinacije unutar Hrvatske. Varaždinski bregi kao destinacija unutar kontinentalne Hrvatske mogu iskoristiti ovaj trend fokusirajući se na promociju unutar zemlje.

Cjenovna osjetljivost

Ekonomski uvjeti također igraju važnu ulogu u promjenama potrošačkih preferencija. Turisti su često cjenovno osjetljivi, posebno u vremenima ekonomske nesigurnosti. Potrošači traže dobru vrijednost za novac, pa destinacije koje nude kvalitetne, ali pristupačne opcije, mogu privući širi spektar posjetitelja.

Analiza trendova na strani turističke potražnje obuhvaća obilježja turista i putovanja na glavnim emitivnim tržištima

Promjene u preferencijama potrošača u Varaždinskim bregima kreću se prema većoj potražnji za autentičnim iskustvima, održivim putovanjima i personaliziranim ponudama. Destinacija koja će odgovoriti na te trendove prilagodbom svoje turističke ponude i promocije može povećati svoju privlačnost i konkurentnost na tržištu.

- prosječna starost turista - 43 godine, fakultetsko obrazovani, s primanjima 2.001-2.500 eura
- 38% s partnerom, 33% samci, 56,9% dolazi automobilom, podsredstvom agencije 36,2%, 13,5% direktno, 1-4-tjedna prije dolaska 47,9%
- duljina boravka 1-3 dana 77%, 4-7 dana 18,5%
- izdaci u obiteljskom smještaju – 106,00 eura -299,00 eura, u kućama za odmor 136,00 eura (66% ugostiteljske usluge)
- motivi dolaska u destinaciju: gradovi, posao, priroda
- aktivnosti u destinaciji: odlazak u restorane, razgledavanje gradova, posjet muzejima, wellness/spa, pješačenje
- zemlje porijekla turista: Hrvatska, Njemačka, Slovenija, Austrija, Poljska, Italija, Češka, Ujedinjeno Kraljevstvo, Skandinavija (Švedska, Norveška, Danska i Finska), Mađarska, Nizozemska, Slovačka, Francuska, Bosna i Hercegovina, Sjedinjene američke države, Švicarska, Belgija, Španjolska, Srbija i azijske zemlje



Tablica 17. Popis i karakteristike turističkih proizvoda, resursne osnove, komunal.i prometne infrastrukture, stanje digitalizacije, pristupačnost javne usluge i servisi, ljud.potencijali, komunikac.aktivnosti, konkurencija

| Red.br. | broj i vrsta | kvaliteta | posebnost | promjene i izazovi | tržišni trendovi | potencijal turističkih proizvoda |
|--------------------------------------|---|--|--|---|---|--|
| popis turističkih proizvoda i usluga | <p>jedinstveni prepoznatljivi pejzaži: šumske staze, vidikovci s pogledima na „kulturni pejzaž“ s vinogradima, voćnjacima i klijetima, ribnjacima (ŠRD Ostriž, ŠRD Keder)</p> <p>kula Kehne, kurije na Varaždin Bregu, Bauerov bunar, dvorac Patačić-Puttar u Seketinu, dvorac Šaulovec</p> <p>župna crkva sv. Marije Magdalene i župni dvor u Knegincu, župna crkva sv. Ilije Proroka i župni dvor, kapelica sv. Mihaela u Beretincu</p> <p>Veseli Kneginiec-tradicija u vinu, zanatima i običajima, Vuzmenka na ribnjacima Ostriž, Španciranje po Varaždin Bregu, Knegeinečka biciklijada, likovna kolonija u Knegincu, šaranski kupovi u Knegincu i Beletincu, Adventi u Knegincu, Sv.Iliji i Beretincu, Anino u Beletincu, Festival hrvatske kulture, Međunarodna smotra folklora u Beletincu, Dječji folklorni susreti u Beretincu, Brdsko - biciklistički maraton - XCM „Bodlja“</p> <p>zabavne, rekreacijske, avanturističke: ribnjaci Ostriž i Keder, tenis tereni AS, street workout park, rekreacijski i edukacijski centar</p> | <p>jasna identifikacija destinacije i pozicioniranje</p> <p>estetičnost prirode, raznovrsnost flore i faune i rekreativne mogućnosti privlače posjetitelje</p> <p>povoljna klimatska obilježja omogućavaju turizam tokom većeg dijela godine</p> <p>autentična interpretacija kulture i povijesti</p> <p>različiti aspekti lokalne baštine</p> <p>održivost programa i uključivanje lokalne zajednice</p> <p>recenzije i povratne informacije</p> <p>raznolikost, interaktivnost i</p> | <p>jedinstvene građevine i urbane cjeline koje odražavaju kulturnu i povijest ističu važnost destinacije.</p> <p>autentične kulturne prakse, zanati, gastronomija i festivali obogaćuju turističko iskustvo</p> <p>brežuljkasti teren idealan je za ljubitelje prirode i aktivnosti na otvorenom</p> <p>mreža pješačkih i biciklističkih staza omogućuje turistima istraživanje prirode i kulturnih znamenitosti uz zdravu rekreaciju</p> <p>destinacija se može pohvaliti bogatom prirodnom baštinom (šume i livade) koje su savršene za rekreativni i eko-turizam</p> <p>posjetitelji mogu uživati u opuštanju u prirodnom</p> | <p>promjena u preferencijama i ponašanju turista (personalizirani, fleksibilni i prilagodljivi tur.proizvodi)</p> <p>digitalna transformacija (digitalni marketing, aplikacije, online rezervacije, VR i AR)</p> <p>ekološki odgovorni proizvodi (ekološki prihvatljiv smještaj i aktivnosti)</p> <p>klimatske promjene (promjene u sezonalnosti, ekstremni vremenski uvjeti utječu na dostupnost određenih aktivnosti)</p> <p>demografske promjene (prilagođenost starijoj populaciji i različitim demografskim skupinama)</p> <p>konkurencija i razvoj novih tržišta (inovacija i prilagodba su</p> | <p>trendovi u turističkoj industriji odražavaju promjene u ponašanju potrošača i očekivanjima turista, s naglaskom na održivost, personalizaciju, digitalnu transformaciju, wellness i lokalnu autentičnost</p> | <p>fokus na vinski turizam, gastronomiju, ruralni i aktivni turizam,</p> <p>uz dodatak wellness</p> <p>ponuda i edukacijskih sadržaja,</p> <p>može stvoriti atraktivnu i održivu turističku destinaciju koja će</p> <p>privući različite tipove turista, od ljubitelja</p> <p>prirode i kulture do avanturista i onih koji</p> <p>traže opuštanje.</p> |



| | | | | | | |
|--|---|---------------------|---|---|--|--|
| | <p>„Slugovine“, brdsko-biciklistička staza XC Beretincec, planinarske kuće: Ledinec, Vagon, Off road staza – Glinilište -Turčin</p> <p>vinarski muzej, kušaonica vina u sklopu restorana „Zlatne Gorice“, restoran Varaždinbreg, Restoran „Kneginečka hiža“, vinarija Blaguški, Seljačko domaćinstvo Šinko</p> <p>Jaccuminijev vrt (sekcija botaničkih vrtova), Farma autohtonih pasmina domaćih životinja – Blaga lijepe naše, Zlatne ribice – koi šarani</p> <p>kuće za odmor (40), robinzonski kamp (1), hotel La Gus (1), restoran/gostionica/ izletišta Zlatne Gorice (1), nekomercijalni smještaj (3), objekti na OPG-u (2), ostali ugostiteljski objekt za smještaj-apartman (1)</p> | <p>iskustvenost</p> | <p>okruženju i ponudi doživljaja vezanih na istraživanje biljaka i životinja u destinaciji</p> <p>prilika za šetnje, planinarenje i piknike.</p> <p>spektakularni i pogledi na okolne brežuljke, vinograde i doline, ovo mjesto čini idealnim za fotografe i ljubitelje prirode</p> <p>tradicionalni specijaliteti upotpunjuju osjetilni dojam destinacije</p> <p>rustikalne kuće i moderne vile nude luksuzne pogodnosti u smještaju (bazeni, saune, wellness, moderne tehnologije) te povezanost s prirodom i aktivnosti na otvorenom (aktivnosti u dvorištu, vrtovima, pješačenje, bicikliranje)</p> | <p>neophodne)</p> <p>izazovi u mobilnosti i transportu (naglasak na održivim oblicima prijevoza: vlakovi, bicikli, električna vozila)</p> | | |
|--|---|---------------------|---|---|--|--|



| | | | | | | |
|--------------------|---|---|---|---|---|--|
| resursna osnova | PRIRODNA: Rijeke: 1 Potoci: 9 Jezero: 1 Šume: 609,5 ha+373ha+246ha =1.228,5 ha Ribnjaci: 5 Klima: umjereno-toplo- kišna Prigorje: 1, Varaždinsko-topličko gorje | -kvaliteta je visoka, zahvaljujući prirodnim ljepotama, kulturnoj baštini, tradicijskim poljoprivredni m praksama i razvijenom vinarstvu -neophodan je daljnji razvoj infrastrukture, edukacija ljudskih resursa, razvoj i unapređenje turističkih proizvoda , promocija | -posebnost su slikoviti krajobrazi, bioraznolikos t, geološka raznolikost, očuvani ekosustavi, tradicija vinogradarstv a, blaga klima, čisti zrak i netaknuta priroda doprinose kvaliteti života lokalnog stanovništva te privlače turiste | promjene i izazovi klimatske, slabljenje ekosustava, degradacija tla, promjena u dostupnosti i kvaliteti vodnih resursa, iscrpljivanje prirodnih resursa, urbanizacija, smanjenje kvalitete prirodne okoline uslijed turističkih aktivnosti manjak javnog prijeevoza, potreba za modernizacijom prometnica, razvoj cikloturističkih ruta, neophodna je | tržišni trendovi vezani uz prirodnu resursnu osnovu sve više naglašavaju održivost, ekološku odgovornost, lokalnost i autentičnost. potrebno je usmjeriti se prema održivim praksama u turizmu i poljoprivredi te istovremeno osigurati očuvanje ekosustava razvoj održivih turističkih i poljoprivrednih proizvoda može pridonijeti konkurentnosti regije, uz istovremenu zaštitu i valorizaciju njenih prirodnih bogatstava razvoj održivih | ekoturizam, ruralni i agroturizam, wellness, zdravstveni, aktivni, gastro |
| | KULTURNA Župna crkva – 2 Pil – 6 Kapelica – 13 Kip – 2 Kurije – 16 Ostatak utvrde – kula – 1 Dvorac - 2 | | | | | |



| | | | | | |
|--|--|---|---|--|--|
| <p>INFRASTRUKTURNA</p> <p>CESTE: 3DC, 8 ŽC, 13 LC</p> <p>ŽELJEZNICE: željeznička pruga za regionalni promet s pripadajućom infrastrukturom</p> <p>ZRAČNI PROMET – zračno pristanište Varaždin</p> <p>SMJEŠTAJ – 47 objekta za smještaj</p> <p>UGOSTITELJSKI OBJEKTI – 29 ugostiteljskih objekata</p> | <p>zadovoljava osnovne potrebe, no, mnogi putevi u brežuljkastom dijelu su uski, ponekad strmi</p> <p>zastarjela željeznička infrastruktura, nedostatak frekventnih linija i sporije putovanje u usporedbi s cestovnim prometom</p> <p>ograničenost smještajnih kapaciteta, osobito u vrijeme značajnih manifestacija (Špancirfest)</p> <p>visoka kvaliteta hrane i autentični s naglaskom na lokalnu gastronomiju i vinsku ponudu</p> | <p>infrastruktura na području TZ Varaždinski bregi obiluje jedinstvenim značajkama:</p> <p>cestovna povezanost, tradicionalna arhitektura, biciklističke i pješačke staze, povezanost s prirodom, vinogradima i autentičnim ruralnim okruženjem</p> | <p>značajnija promocija, promocija održivih praksa</p> | <p>infrastrukturnih rješenja koja smanjuju negativan utjecaj na okoliš; razvoj digitalnih rješenja, pristupačnost, signalizacija, sigurnost</p> | <p>biciklističke ture kroz vinograde, biciklistički maratoni, rute kroz šume i brežuljke, s naglaskom na prirodne ljepote i lokalne proizvode</p> <p>wellness vikendi s lokalnim gastronomskim doživljajem, spa</p> <p>tretmani u kombinaciji s aktivnostima u prirodi,</p> <p>poput pješačenja ili joge na otvorenom</p> <p>gastronomski festivali, radionice kuhanja trad. jela, tematski obilasci posvećeni lokalnim specijalitetima</p> <p>tematske ture po pov. lokalitetima, festivali vezani uz lokalnu baštinu, muzejske</p> <p>ture, organizirani obilasci s vodičima koji povezuju više destinacija</p> <p>Seoski turizam s doživljajem lokalne tradicije i običaja, tematski smještaji (npr. u vinogradima ili uz rijeke), vikend aranžmani s</p> <p>uključenim aktivnostima</p> <p>kao što su vožnja biciklom, pješačenje,</p> |
| <p>LJUDSKI POTENCIJALI</p> | <p>prostor za razvoj, posebice u segmentu modernizacije usluge te edukacije osoblja</p> | <p>kultura gostoprimstva, ekološka osviještenost</p> | <p>demografski izazovi, sezonalnost, nedostatak kvalificiranih radnika, te potreba za kontinuiranim usavršavanjem i prilagodbom novim trendovima zahtijevaju strateški pristup u razvoju ljudskih resursa</p> <p>edukacija, usavršavanje i poticanje inovacija ključni su za očuvanje konkurentnosti i održivosti destinacije ulaganje u ljude, osobito u mlade i sezonske radnike,</p> | <p>kvaliteta života i dobrobit radnika, vještine povezane s digitalnim marketingom, online komunikacije, tehnološke inovacije, personalizirana usluga,</p> | |



| | | | | | | |
|--|--|---|---|---|--|--|
| | | <p>kvaliteta je u dugovječnosti, i stručnosti potencijala koji rade u ugostiteljstvu te koji mentoriraju mlađe kolege; poduzetničkom duhu</p> | | <p>te razvoj njihovih vještina može pomoći destinaciji da se uspješno nosi s promjenama i iskoristi svoj puni potencijal</p> | <p>multikulturalne vještine, kvaliteta života i dobrobit radnika</p> | <p>degustacije.</p> |
| | <p>EKOLOŠKA</p> <p>PROJEKTI:</p> <p>Izgradnja energetske građevine za proizvodnju el. energije iz obnovljivih izvora, snage 4.4 MW - Sunčana elektrana Kneginec - 1</p> <p>Hidroelektrana Sv.Ilija – 1</p> <p>Modernizacija i održavanje ekološki prihvatljive i energetske učinkovite javne rasvjete – 1 (Beretinec)</p> <p>Akcije - Ekološka akcija „Zelena čistka“</p> <p>Reciklažno dvorište - 2</p> | | <p>leži u spoju prirodne ljepote i tradicionalnih aktivnosti, koje se mogu prilagoditi potrebama modernih ekološki osviještenih turista</p> | <p>s porastom svijesti o klimatskim promjenama i nužnosti očuvanja okoliša, lokalne zajednice i turistički dionici sve više usmjeravaju svoje napore prema ekološkim inicijativama. Međutim, jedna od glavnih promjena je prilagodba postojećih turističkih usluga novim standardima održivosti, što često zahtijeva znatne investicije i edukaciju osoblja</p> <p>balansiranje između održivog razvoja i očuvanja autentičnosti destinacije također predstavlja izazov. Prekomjerna komercijalizacija može ugroziti prirodnu i kulturnu baštinu</p> <p>glavni izazovi informacijskih projekata uključuju brzo prilagođavanje novim tehnologijama, edukaciju lokalnih dionika i osiguranje financiranja za održavanje sustava</p> | <p>zeleni certifikati i ekološke oznake, ekoturizam i wellness, kratki lanci opskrbe i lokalna ekonomija</p> | <p>razvoj ljudskih potencijala</p> <p>za pružanje raznolike</p> <p>turističke ponude: edukacija potencijala za pružanje kulinarskih radionica,</p> <p>radionica izrade keramike, tkanja, pravljenja suvenira, tradicionalnih obreda i</p> <p>seoskih aktivnosti (berba grožđa, pravljenje sira) omogućavaju turistima da izravno sudjeluju u lokalnoj kulturi i tradiciji</p> <p>vođene ture o povijesti destinacije</p> <p>edukacija o wellness</p> <p>programima (masaža, terapija i sl.)</p> <p>sajmovi, festivali,</p> <p>umjetničke večeri, avanturističke</p> |



| | | | | | | |
|--|--|--|---|---|--|---|
| | | ovisi o usklađenosti s principima održivog turizma | | | | ture i |
| | INFORMACIJSKA | | | izazovi uključuju regulativne prepreke, financiranje, balansiranje ekološke održivosti s turističkim rastom te prilagodbu klimatskim promjenama | | promocija zdravog načina života (mlađa populacija) |
| | Kampanja brendiranja općina - 3 Kampanja virtualne šetnje - 2 Izgradnja turističkog info-centra - 1 Kampanje putem društvenih mreža, lokalnih novina (3), video-materijala, monografija u druga | | posebnost informacijskih projekata ogleda se u korištenju digitalnih tehnologija za promociju lokalne kulture i baštine, te mogućnosti personaliziranog iskustva za turiste | | tržišni trendovi jasno pokazuju sve veću potrebu za integracijom pametnih tehnologija, digitalnih platformi i personaliziranih usluga kako bi se povećala konkurentnost destinacije na globalnom tržištu | ekoturizam, agrarni turizam, eco-friendly smještaj, wellness i eko-spa turizam (detox, joga, meditacija), cikloturizam, održivi sport |
| | INVESTICIJSKA | | | | | |
| | skulptura povijesne građevine „Kehne“ na sjecištu prometnica – 1 interpretacijski centar sjevernog toka rijeke Bednje i Dječji rekreacijski centar „Slugovine“ | kvaliteta informacijskih projekata ovisi o razvoju moderne digitalne infrastrukture i integraciji lokalnih sadržaja u jednostavne i dostupne digitalne alate | posebnost investicijskih projekata leži u očuvanju i promociji autentičnosti i destinacije | | tržišni trendovi usmjeravaju investicije prema održivom turizmu, digitalizaciji i autentičnim iskustvima, uz poseban naglasak na wellness i ekološku | unaprjeđenje |



| | | | | | | |
|---------------------------------|---|---|---|---|---|--|
| | | | | | odgovornost | <p>turističkog iskustva i promocije destinacije na moderan, interaktivan i personal.</p> <p>način.</p> <p>Digitalne platforme, interaktivne mape,</p> <p>virtualne ture i društvene mreže mogu privući nove turiste, dok online rezervacijski sustavi i</p> <p>pametni kiosci olakšavaju planiranje putovanja i sudjelovanje u lokalnim aktivnostima</p> |
| javna turistička infrastruktura | Primarna i sekundarna pod 1.3. | kvaliteta infrastrukture utječe na percepciju destinacije: dostupnost i povezanost sa značajnim atrakcijama ključna je za zadovoljstvo posjetitelja | kombinacija prirodnih ljepota, kulturne baštine i lokalnih proizvoda stvara specifičnu turističku infrastrukturu koja se izdvaja po autentičnosti i tradiciji | <p><u>promjene</u>: ulaganje u digitalizaciju tur.infrastrukture, rastući trend prema održivom turizmu, razvoj cestovne povezanosti</p> <p><u>izazovi</u>: potreba za kontinuiranim ulaganjima, balansiranje između broja posjetitelja i očuvanja prirodne res.osnove</p> | personalizacija, digitalizacija, održivost, povećan interes za tur. infrastrukturu vezanu na wellness i zdravstveni turizam | razvoj kroz projekte održivosti, digitalizacije i povećanja sadržaja |
| komunalna infrastruktura | <p>el.energija: trafostanice – 30 OGK, 13 Sv.Ilija, 11 Beretinec</p> <p>telekomunikacije: pokrivenost fiks. i</p> | generalno stabilna i pouzdana opskrba električnom energijom | interes i projekti za korištenje obnovljivih izvora | povećanje potrošnje el.energije u vrijeme tur.sezone – opterećenje na postojeću | održivost, obnovljivi izvori energije, interes za zelenom energijom, implementacija sustava | <p>Solarni paneli i druge</p> <p>zelene energije,</p> <p>e-vozila</p> |



| | | | | | | |
|--------------------------------|---|--|--|--|---|---|
| | <p>mob.telefonijom te internetom – 100% OGK, Sv.Ilija – zadovoljavajuća</p> <p>Beretinec – nije zadovoljavajuća</p> <p>vodoopskrbni sustav:</p> <p>izgrađen, uspostavljen sustav odvodnje i zbrinjavanja otpadnih voda - OGK</p> <p>snabdijevanje vodom putem reg. vodotoka VŽ – Sv. Ilija</p> <p>!problem odvodnje i pročišćavanja otp.voda nije u potpunosti riješen</p> <p>uspostavljen sustav odvodnje, potrebna dodatna ulaganja u vodoop. i kanalizac. mrežu</p> <p>gospodarenje otpadom:</p> <p>uspostavljen sustav organiziranog sakupljanja kom.otpada</p> <p>1 reciklažno dvorište – OGK</p> <p>1 mobilno reciklažno dvorište - Beretinec</p> | | <p>energije:</p> <p>PROJEKT:</p> <p>izgradnja energetske građevine za proizvodnju el.energije iz obnovljivih izvora, snage 4.4 MW - Sunčana elektrana Knežinec</p> | <p>infrastrukturu</p> <p>povremeni prekidi u opskrbi – izazov ugostiteljskim objektima ukoliko nisu dobro pripremljeni</p> <p>kontinuirana ulaganja u modernizaciju elektroenerg.infrast ruktore kako bi se osigurala stabilnost opskrbe</p> | <p>pametnih mreža koji omogućuju bolju kontrolu nad potrošnjom energije</p> | |
| <p>prometna infrastruktura</p> | <p>2 DC (DC3 i DC52), 6 županijskih cesta , 9 lok. cesta – OGK</p> <p>1 državna – D3, 3 županijske i 4 lokalne ceste – SV.ILIJA</p> <p>1 državna – D2, 3 županijske i 4 lokalne ceste –</p> | <p>stanje cestovnih mreža je zadovoljavajuća</p> <p>dodatno će se ulagati u održavanje i uređivanje nerazvrstani</p> | <p>specifične karakteristike povezane su s reljefnom raznolikošću u i prirodnim krajolikom prirodnim ljepotama i kulturno-povijesnim značajem ovog područja.</p> | <p>održavanje i modernizacije sta uz očuvanje prirodnog i kulturnog naslijeđa</p> | <p>održivi i ekoturizam</p> | <p>postoji potencijal za daljnji razvoj infrastrukture koja podržava ekološke inicijative i promiče aktivni turizam</p> |



| | | | | | | |
|-----------------------|---|---|---|--|--|---|
| | <p>BERETINEC</p> <p>železnički promet:</p> <p>železnička pruga za regionalni promet M606 R201 Zaprešić – Zabok – Varaždin – Čakovec,</p> <p>na pruzi R 201 unutar administrativnih granica Općine Sveti Ilija nalazi se stajalište Krušljevec u KM 77+438, stajalište Sveti Ilija u KM 80+409 i osam železničko cestovnih prijelaza</p> <p>područjem općine Beretinec prolazi željeznička pruga II. reda Varaždin – Golubovec</p> <p>zračni promet:</p> <p>ne postoji infrastruktura ni sadržaji u funkciji zračnog prometa, no, u blizini je zračno pristanište Varaždin namijenjeno posebnom zračnom prometu (prihvat i otprema zrakoplova).</p> | <p>h cesta, poljskih puteva i ulica kao i pješačkih staza kroz naselja</p> | <p>Cestovna infrastruktura je ključni element za dostupnost turističkih atrakcija i lokalnih gospodarstava, te predstavlja važan faktor za daljnji razvoj turizma.</p> | | | |
| stanje digitalizacije | <p>težnja k pametnoj destinaciji (IoT, Big data, AI), mobilne aplikacije, online rezervacijski sustavi, CRM, digitalni vodiči, ulaganja u sigurnosne sustave</p> | <p>kvaliteta digitalizacijskih projekata ovisi o integraciji različitih funkcionalnosti u jedan sustav, lakoći korištenja i sigurnosti podataka</p> | <p>digitalizacijski projekti koji naglašavaju lokalnu baštinu i omogućuju interaktivno istraživanje kroz tehnologije poput AR-a, pametne infrastrukture i personaliziranih vodiča mogu biti posebni i privlačni turistima</p> | <p>glavni izazovi u digitalizaciji uključuju postavljanje tehnološke infrastrukture, edukaciju lokalnog stanovništva, dugoročno održavanje sustava i osiguravanje privatnosti podataka</p> | <p>tržišni su trendovi usmjereni na personalizaciju usluga, korištenje AR i VR tehnologija, digitalni marketing i implementaciju online rezervacijskih sustava koji poboljšavaju korisničko iskustvo i olakšavaju planiranje putovanja</p> | <p>mobilna aplikacija:</p> <p>tur. ponuda: znamenitosti, rute, lok. restorani i događanja, info o smještaj</p> <p>interak.karta, preporuke</p> <p>VR i AR tijekom posjeta atrakcijama i prirodi</p> <p>digitalni vodič za</p> <p>povezivanje lok.zajednice i turističke</p> |



| | | | | | | ponude digitalni suveniri |
|---|--|---|--|---|--|---|
| pristupačnost ost destinacije osobama s posebnim potrebama | <p>djelomična dostupnost atrakcijama za osobe s invaliditetom</p> <p>ograničena dostupnost za osobe s invaliditetom, u objektima za smještaj i restoranima (osim onih u sklopu hotela)</p> <p>prometna infrastruktura – izazov za osobe s invaliditetom (prometnice, ograničena ili teže dostupna parkirna mjesta)</p> <p>nepristupačnost atrakcija zbog neprilagođene infrastrukture (staze, stepenice, bez alternativa)</p> <p>manjkava komunikacijska pristupačnost (višejezičnost. Brailleovo pismo)</p> <p>pristupačnost usluga – u smještaju je ograničena ili je uopće nema</p> | nezadovoljavajuća | <p>specifičnost prirodnog okruženja može se iskoristiti za stvaranje pristupačnih prirodnih staza i vidikovaca prilagođenih osobama s posebnim potrebama, čime bi se istaknula autentičnost i posebnost regije</p> <p>posebnost ovog područja leži u mogućnosti razvoja turističkih proizvoda koji povezuju terapiju i turizam, sa sadržajima prilagođenima za osobe s poteškoćama</p> | <p>nepristupačnost infrastrukture i financijski izazovi</p> <p>prilagodba infrastrukture i turističkih proizvoda ranjivim skupinama</p> | globalni trendovi inkluzivnog i održivog turizma | <p>razvoj tur. proizvoda prilagođenih ranjivim skupinama:</p> <p>ture, smještaj, unaprijeđeni pristup znamenitostima</p> <p>radionice, e-bicikli,</p> |
| organiziranost i dostupnost usluga u | vodoopskrba regionalnim sustavom vodovoda, javni vodovod, lokalna | zadovoljavajuća s tendencijom potrebe za ulaganjima | - | destinacija se suočava s izazovima u pogledu dostupnosti | sve je veći fokus na održive javne usluge i | dobro organizirane i prilagođene javne usluge, mogu značajno povećati |



| | | | | | | |
|---|---|--|--|--|--|--|
| <p>destinaciji (javne usluge i servisi)</p> | <p>vodopostroba</p> <p>postojeća TS 110/20/10 kV Kneginec, postojeći DV 110 kV TS Varaždin – TS Kneginec, postojeći DV 110 kV RP HE Čakovec - TS Kneginec, postojeći DV 35 kV TS Varaždin – TS Kneginec, postojeći DV/KB 35 kV Kneginec - Varaždinske Toplice, planirani dalekovod DV/KB 110 kV TS Kneginec (OGK)</p> <p>trafostanice – 11+13 (BER I SI)</p> <p>*mogućnost izgradnje manjih energetskih građevina (toplinska i električna energija) iz obnovljivih izvora energije: voda, vjetar, sunce, biomasa, bioplin i sl.)</p> <p>usluge elektroničkih komunikacija – više različitih operatera u pokretnoj i nepokretnoj telekomunikacijskoj mreži</p> <p>-s obzirom na visok stupanj razvijenosti nepokretne telekomunikacijske mreže – povećanje i modernizacija</p> | | | <p>usluga u ruralnim područjima i digitalizacije</p> <p>uvodenje digitalnih servisa za zdravstvenu konzultaciju i sigurnost u turizmu postaje standard</p> | <p>ekološki prihvatljive prakse, digitalizacij a i personaliza cija usluga</p> | <p>atraktivnost destinacije i pružiti temelje za inovativne i konkurent turističke proizvode</p> |
|---|---|--|--|--|--|--|



| | | | | | | |
|---------------------------------------|---|--|---|--|---|---|
| | <p>toplinski sustav:</p> <p>postojeći magistralni plinovod DN 300/50 Budrovec-Varaždin I</p> <p>postojeći magistralni plinovod DN 300/50 Kneginiec-Varaždin II</p> <p>postojeći magistralni plinovod DN 300/50 Kneginiec - Varaždin I u koridoru plinovoda Kneginiec-Varaždin II</p> <p>nadzemni objekt i građevine sustava za transport tekućih i plinovitih ugljikovodika</p> | | | | | |
| stanje i potreba ljudskih potencijala | <p>kuhari i pomoćni kuhari: postoji stalna potreba za kvalificiranim kuharima koji mogu pripremati lokalna jela i specijalitete</p> <p>konobari i osoblje za uslugu: s obzirom na manjak radne snage i deficitarnost ovog zanimanja potrebno je više konobara koji imaju vještine</p> | <p>kvaliteta obrazovanja varira s obzirom na manjak specijaliziranih programa koji bi mogli osigurati visoku razinu stručnosti u turističkom sektoru</p> <p>kvaliteta je u iskustvu i profesionaln</p> | <p>duboko ukorijenjena tradicija gostoprimitva</p> <p>mogućnost povezivanja lokalnih dionika i interpretacija turizma (OPG-ovi i sl.)</p> | <p>izazov je zadržati radnu snagu te kontinuirano raditi na podizanju razine profesionalnosti i kvalitete usluge radi migracija i sezonalnog zaposlenja</p> <p>nedostatak prilika za formalno obrazovanje i kontinuirano</p> | <p>autentični doživljaji koji pružaju ljudi iz lokalne zajednice</p> <p>digitalna transformacija</p> <p>personalizirana iskustva, što zahtijeva od radnika u</p> | <p>turistički proizvodi</p> <p>koji se fokusiraju na kulturnu baštinu:</p> <p>vođene ture po povijesnim lokalitetima, edukativne radionice</p> <p>o tradicionalnim zanatima i</p> |



| | | | | | | |
|----------------------------------|---|--|---|--|---|--|
| | <p>u korisničkoj usluzi</p> <p>turistički vodiči: potražnja za licenciranim vodičima koji poznaju lokalnu kulturu i povijest te mogu voditi ture na više jezika</p> <p>menadžeri i supervizori: potrebni su menadžeri s iskustvom u upravljanju objektima, uključujući hotele i restorane.</p> <p>tehničko osoblje: radnici s vještinama u održavanju objekata i opreme, uključujući električare i vodoinstalatere, također su traženi.</p> | <p>osti</p> <p>ljuski potencijali u ovom području imaju snažnu povezanost s tradicijom i lokalnom kulturom. To je kvaliteta koja može unaprijediti autentičnost turističkog iskustva</p> | | <p>osposobljavanje u turizmu izazov je za kvalitetan razvoj ljudskih potencijala</p> <p>nedovoljna iskorisćenost digitalnih alata (dig. platforme, online marketing, online booking sustavi i sl.)</p> | <p>turizmu da budu kreativni, fleksibilni i osposobljeni i za pružanje usluga koje odgovaraju specifičnim potrebama svakog posjetitelja</p> | <p>sudjelovanje u lokalnim običajima i festivalima</p> <p>sudjelovanje u aktivnostima poput berbe grožđa, proizvodnje vina ili tradicionalnih poljoprivrednih</p> <p>tehnika</p> <p>kušanje lokalnih specijaliteta i radionica kuhanja tradicionalnih jela</p> |
| <p>komunikacijske aktivnosti</p> | <p>https://varaždinski-bregi.com</p> <p>https://bike.varazdinski-bregi.com</p> <p>instagram: varazdinskibregi</p> <p>offline: brošura destinacije, personalizirana brošura privatnih iznajmljivača, letak košarice jestivih suvenira, letak o Ivani Brlić Mažuranić, promotivni materijali (majice, kape, ručnici)</p> <p>nastupi na tradicijskim sajmovima,</p> | <p>promocijom regije putem klasičnih medija (brošure, plakate, lokalni događaji) i digitalnih kanala (web-stranice, društvene mreže) postiže se zadovoljavajuća kvaliteta aktivnosti, konzistentnost i inovativnost u kreiranju atraktivnih sadržaja koji ističu jedinstvene</p> | <p>komunikacija koja se temelji na isticanju autentičnih priča, lokalnih običaja, povijesti i prirodnih ljepota čini komunikacijske aktivnosti na ovom području posebnim.</p> <p>Potencijal je velik s naglaskom na promociju lokalnih festivala, tradicionalnih običaja i gastronomskih</p> | <p>iako destinacija ima potencijal za međunarodni turizam, komunikacijske aktivnosti još su pretežno usmjerene na domaće tržište. Izazov je prilagoditi promotivne aktivnosti za širu, međunarodnu publiku, posebno putem internetskih kampanja i suradnje s turističkim agencijama.</p> | <p>Tržišni su trendovi vezani uz digitalne kampanje (suradnja s blogerima i influencerima)</p> | <p>potencijal turističkih proizvoda temeljenih na komunikacijskim aktivnostima ogroman je, posebno u segmentima digitalnih tura, suradnje s influencerima, storytellinga i promocije održivosti</p> |



| | | | | | | |
|--------------|---|--|--|--|--|--|
| | obilježavanju Svjetskog dana turizma, festivalu dobrih emocija, Špencirfestu, prigodnim festivalima (Advent i sl.)... | značajke destinacije | proizvoda pozicionira nje kroz regionalnu povezanost i sinergiju s već postojećim turističkim rutama | | | |
| konkurencija | direktna indirektna | kvaliteta se očituje u autentičnosti, blizini prirode, tradiciji te povijesnom kontekstu | autentičnost, netaknuta priroda, intimniji pristup lok. običajima, blizina gradova (city-break) | napredak u smislu infrastrukture: ceste, smještajni kapaciteti, ugostiteljski objekti potreba za zajedničkim brendiranjem digitalna transformacija | zelene prakse – održiv turizam koje su neke konk. destinacije integrirale u svoju ponudu digitalne platforme i aplikacije za informiranje i vođenje turista neke konk. destinacije već integrirale u svoju ponudu iskustva u manjim, ruralnim destinacijama | |

4. Potencijal za razvoj i podizanje kvalitete turističkih proizvoda

U ovome se dijelu analiziraju turistički proizvodi i usluge, resursi, atrakcije, javna turistička infrastruktura te ostali ključni elementi u ponudi/kreiranju turističkih proizvoda destinacije (*outdoor* aktivnosti, kulturni turizam, zdravstveni turizam, enogastronomski turizam i dr.).

Za svaki se proizvod ocjenjuje njegov razvojni i marketinški potencijal koji se primjerice odnosi na: sezonalnost, prihvatni kapacitet atrakcije, boravišno-izletničke značajke, pripadnost širem sustavu atrakcija i značaj u smislu mogućnosti privlačenja tržišta. Marketinški potencijal se odnosi na fizičku i javnu dostupnost, stanje obilježenosti (npr. smeđa turistička signalizacija do atrakcije), dostupnost informacija i drugo.

Tablica 18. Analiza ključnih elemenata u ponudi/kreiranju turističkih proizvoda destinacije

| Red.br. | broj i vrsta | sezonalnost | prihvatni kapacitet atrakcije | boravišno-izletničke atrakcije | pripadnost širem sustavu atrakcija | značaj u smislu mogućnosti privlačenja tržišta |
|--------------------------------------|--|---|--|--|--|---|
| popis turističkih proizvoda i usluga | <p>jedinstveni prepoznatljivi pejzaži: šumske staze, vidikovci s pogledima na „kulturni pejzaž“ s vinogradima, voćnjacima i klijetima, ribnjacima (ŠRD Ostriž, ŠRD Keder)</p> <p>kula Kehne, kurije na Varaždin Bregu, Bauerov bunar, dvorac Patačić-Puttar u Seketinu, dvorac Šaulovec</p> <p>župna crkva sv. Marije Magdalene i župni dvor u Kneginu, župna crkva sv. Ilije Proroka i župni dvor, kapelica sv. Mihaela u Beretincu</p> <p>Veseli Kneginac-tradicija u vinu, zanatima i običajima, Vuzmenka na ribnjacima Ostriž, Španciranje po Varaždin Bregu, KneGINEČKA bicikljada, likovna kolonija u Kneginu, šaranski kupovi u Kneginu i Beletincu, Adventi u Kneginu, Sv. Iliji i Beretincu, Anino u Beletincu, Festival hrvatske kulture, Međunarodna smotra folkloru u Beletincu, Dječji folklorni susreti u Beretincu, Brdsko - biciklistički maraton - XCM „Bodlja“</p> <p>zabavne, rekreacijske, avanturističke: ribnjaci Ostriž i Keder, tenis tereni AS, street workout park, rekreacijski i edukacijski centar „Slugovine“, brdsko-biciklistička staza XC</p> | <p>oscilacije u posjećenosti destinacija tijekom godine, koje ovise o vremenskim uvjetima, lokalnim događajima ili praznicima</p> <p>nedovoljna iskoristivost resursa tijekom cijele godine radi oslanjanja na sezonske mjesece</p> | <p>maksimalan broj posjetitelja koje turistička atrakcija može primiti bez smanjivanja kvalitete iskustva za posjetitelje ili narušavanja prirodnog ili kulturnog okruženja treba biti optimalan te ga je nemoguće brojčano iskazati već će se on kontrolirati kroz raspored organiziranih, agencijskih posjeta</p> <p>ovaj kapacitet je ključan za održivo upravljanje i očuvanje atrakcije, kao i za prevenciju prenatrpanosti koja može negativno uticati na zadovoljstvo posjetitelja i okolinu.</p> | <p>boravišne atrakcije su one zbog kojih posjetitelji ostaju duže u destinaciji (npr. tematski parkovi, odmarališta) te je destinacija TZ područja VB manjkava ovakvim tipom atrakcija</p> | <p>proizvodi i usluge nisu dio mreže ili sustava atrakcija</p> | <p>tur. proizvodi i usluge imaju velik potencijal s obzirom na lokalnu gastronomiju, smještaj, mogućnost kreiranja suvenira i ponude sličnih usluga</p> |

| | | | | | | |
|--------------------|--|---|--|--|--|--|
| | <p>Beretinec, planinarske kuće: Ledinec, Vagon, Off road staza – Glinište -Turčin</p> <p>vinarski muzej, kušaonica vina u sklopu restorana „Zlatne Gorice“, restoran Varaždinbreg, Restoran „Kneginečka hiža“, vinarija Blaguški, Seljačko domaćinstvo Šinko</p> <p>Jaccuminijev vrt (sekcija botaničkih vrtova), Farma autohtonih pasmina domaćih životinja – Blaga lijepe naše, Zlatne ribice – koi šarani</p> <p>kuće za odmor (40), robinzonski kamp (1), hotel La Gus (1), restoran/gostionica/izletište Zlatne Gorice (1), nekomercijalni smještaj (3), objekti na OPG-u (2), ostali ugostiteljski objekt za smještaj-apartman (1)</p> | | | | | |
| resursna osnova | <p>PRIRODNA:</p> <p>Rijeke: 1 Potoci: 9 Jezero: 1 Šume:609,5 ha+373ha+246ha =1.228,5 ha Ribnjaci: 5 Klima: umjereno-toplo- kišna Prigorje: 1, Varaždinsko-topličko gorje</p> | <p>oscilacije u posjećenosti destinacija tijekom godine, koje ovise o vremenskim uvjetima, lokalnim događajima ili praznicima</p> <p>nedovoljna iskoristivost resursa tijekom cijele godine radi oslanjanja na sezonske mjesece</p> | <p>maksimalan broj posjetitelja koje turistička atrakcija može primiti bez smanjivanja kvalitete iskustva za posjetitelje ili narušavanja prirodnog ili kulturnog okruženja treba biti optimalan te ga je nemoguće brojčano iskazati već će se on kontrolirati kroz raspored organiziranih, agencijskih posjeta</p> <p>ovaj kapacitet je ključan za održivo upravljanje i očuvanje atrakcije, kao i za prevenciju prenatranosti koja može negativno uticati na zadovoljstvo posjetitelja i</p> | <p>boravišne atrakcije su one zbog kojih posjetitelji ostaju duže u destinaciji (npr. tematski parkovi, odmarališta) te je destinacija TZ područja VB manjkava ovakvim tipom atrakcija</p> | <p>proizvodi i usluge nisu dio mreže ili sustava atrakcija</p> | <p>tur. proizvodi i usluge imaju</p> <p>velik potencijal s obzirom na</p> <p>lokalnu gastronomiju, smještaj,</p> <p>suveniri i slične usluge</p> |
| | <p>KULTURNA</p> <p>Župna crkva – 2</p> <p>Pil – 6</p> <p>Kapelica – 13</p> <p>Kip – 2</p> <p>Kurije – 16</p> <p>Ostatak utvrde – kula – 1</p> <p>Dvorac - 2</p> | | | | | |



| | | | | | |
|--|---|--|--|--|--|
| <p>INFRASTRUKTURNA</p> <p>CESTE: 3DC, 8 ŽC, 13 LC</p> <p>ŽELJEZNICE: željeznička pruga za regionalni promet s pripadajućom infrastrukturom</p> <p>ZRAČNI PROMET – zračno pristanište Varaždin</p> <p>SMJEŠTAJ – 47 objekta za smještaj</p> <p>UGOSTITELJSKI OBJEKTI – 29 ugostiteljskih objekata</p> | <p>prilikama i specifičnim događanjima. Izgrađenost infrastrukturom je zadovoljavajuća. Prolje i ljetno razdoblje imaju veću posjećenost zbog ugodnijeg vremena, dok zimski mjeseci mogu bilježiti pad interesa ako izostane adekvatna ponuda (npr. zimski sportovi ili božićni sajmovi). Aktivnosti poput vinskih cesta, biciklizma, planinarenja, i lokalnih festivala imaju ulogu u povećanju broja turista izvan glavne sezone.</p> | <p>okolinu.</p> <p>Prihvatni kapaciteti koji mogu primiti goste bez narušavanja kvalitete doživljaja i okoliša na području destinacije su optimalni a sama brojnost gostiju ni na koji način ne narušava kvalitetu destinacije.</p> <p>Procjena kapaciteta je važna kako bi se izbjegla prenapučenost, posebno u popularnim mjesecima i manifestacijama, no ova destinacija ne podliježe izazovima prenapučenosti.</p> | <p>Boravišne atrakcije (agroturizam, kuće za odmor i ostali smještajni kapaciteti, vinske podrum s mogućnošću smještaja i sl.) te izletničke atrakcije (planinarske staze, biciklističke rute, lokalne gastronomske manifestacije) i optimalnoj su mjeri opskrbljene potrebom infrastrukturom s potrebom i mogućim napretkom</p> | <p>turistička destinacija dio su šire regije s atrakcijama koje se mogu međusobno nadopunjavati. Primjerice, blizina Varaždina, kao povijesnog i kulturnog središta, povećava atraktivnost područja. Šire područje može uključivati i Međimurje, Zagorje, kao i susjedne slovenske regije, stvarajući veću mrežu atrakcija koja potiče dulje boravke</p> | <p>Atrakcije u području Varaždinskih brega</p> <p>imaju značajan potencijal za privlačenje specifičnih tržišnih segmenata kao što su</p> <p>ljubitelji prirode, biciklisti, enolozi</p> <p>(ljubitelji vina), te ljubitelji kulturne baštine. To može potaknuti daljnja ulaganja u</p> <p>infrastrukturu poput:</p> <p>Razvoja biciklističkih staza i pješačkih ruta</p> <p>Poboljšanja smještajnih kapaciteta, posebno u obliku malih ruralnih objekata</p> <p>Unapređenja prometne povezanosti unutar</p> <p>regije i s većim gradovima</p> <p>Razvoja sadržaja i objekata za enoturizam</p> <p>(vinske ture, festivali vina)</p> <p>Održavanja kulturnih i gastronomskih manifestacija koje privlače posjetitelje</p> <p>tijekom cijele</p> |
| <p>LJUDSKI POTENCIJALI</p> | <p>Potrebno je prilagoditi broj zaposlenih ovisno o intenzitetu posjeta tijekom godine. U vrhuncu sezone zapošljava se veći broj sezonskih radnika, dok u razdobljima niže posjećenosti ostaje smanjen broj osoblja. Ovakav model traži fleksibilne ugovore i dodatnu obuku za zaposlenike kako bi bili spremni za različite zadatke u sezoni (npr. vodiči, promotori, konobari u vinskim podrumima).</p> <p>Važno bi bilo da su radnici obučeni za različite poslove (multitasking),</p> | <p>Zaposlenici u turizmu često upravljaju kontrolom posjetitelja kako bi se osiguralo da atrakcije ne</p> | <p>Zaposlenici u smještajnim objektima (hotelima, agroturizmima) trebaju specifične vještine u pružanju smještajnih i ugostiteljskih usluga, dok izletničke atrakcije (npr. biciklističke staze, muzeji) često zapošljavaju vodiče,</p> | <p>Važno je da zaposlenici na atrakcijama surađuju s drugim dionicima u turističkom sustavu, poput restorana, vinarija i kulturnih ustanova, kako bi posjetitelje uputili na druge atrakcije u okolici. Ova strategija zahtijeva dobro poznavanje lokalne ponude i redovitu komunikaciju između zaposlenika u različitim ustanovama</p> | <p></p> |

| | | | | | | |
|--|--|--|---|---|--|--|
| | | <p>čime se povećava njihova vrijednost tijekom sezone kada je potrebno da obavljaju više funkcija</p> | <p>premašuju svoj kapacitet. Uključuje rad osoblja koje je educirano u upravljanju gužvama i koje održava red i sigurnost (npr. Na visokofrekventnim atrakcijama poput parkova prirode, vinskih podruma i sl.). Poželjna je obuka osoblja o održivosti i očuvanju okoliša: Zaposlenici osposobljeni za edukaciju posjetitelja o važnosti očuvanja prirode i pravilnog ponašanja na mjestima atrakcijama, može pomoći u održavanju ekosustava i očuvanju kvalitete destinacije</p> | <p>informatore i promotore s posebnim znanjem o povijesti, prirodi i kulturi. Ljudski potencijali u sektoru mogu se prilagoditi kroz osmišljavanje kratkih programa i izleta za jednodnevne posjete, kao i kroz dodatne aktivnosti za duži boravak posjetitelja. To omogućuje zaposlenicima da ponude personalizirane pakete koji privlače raznolike turiste.</p> | <p>Umrežavanje i cross-trening važan je oblik educiranja lj.potencijala u turizmu:</p> <p>Ljudi u turizmu često sudjeluju u edukacijama i radionicama kako bi proširili svoja znanja o ostalim atrakcijama u regiji. Na taj način mogu bolje savjetovati posjetitelje i osigurati ugodniji i bogatiji doživljaj.</p> | <p>godine</p> <p>Razumijevanje i pristup specifičnim tržišnim segmentima (npr. enolozi, biciklisti, ljubiteljima prirode) zahtijeva od zaposlenika da budu dobro informirani o željama i potrebama tih tržišta. Kroz specifične treninge, radnici u turizmu mogu naučiti kako promovirati regiju, prilagoditi usluge i osigurati kvalitetu koja privlači i zadržava posjetitelje.</p> <p>Poznavanje jezika i interkulturalnih</p> <p>vještina:</p> <p>Različita tržišta često zahtijevaju</p> <p>poznavanje jezika i osjetljivost na kulturne razlike. Ovo se može postići edukacijom zaposlenika o jezičnim vještinama, kao i o običajima i potrebama posjetitelja iz</p> |
| | <p>EKOLOŠKA</p> <p>PROJEKTI:</p> <p>Izgradnja energetske građevine za proizvodnju el. energije iz obnovljivih izvora, snage 4.4 MW - Sunčana elektrana Knežinec -1</p> <p>Hidroelektrana Sv.Ilija – 1</p> <p>Modernizacija i održavanje ekološki prihvatljive i energetske učinkovite javne rasvjete – 1 (Beretinec)</p> <p>Akcije - Ekološka akcija „Zelena čistka“</p> | <p>ekološki projekti usmjereni na održive aktivnosti minimaliziraju utjecaj na okoliš</p> <p>u manje posjećenim mjesecima mogu se nuditi radionice za lokalno stanovništvo i manje grupe, s ciljem informiranja javnosti o</p> | <p>značaj ekoloških projekata za boravišno-izletničke atrakcije je velik, s obzirom</p> | | | |

| | | | | | | |
|---------------|-------------------------|--|--|--|---|-----------------|
| | Reciklažno dvorište - 2 | održivim i zelenim praksama koje pomažu u očuvanju prirodnih resursa | <p>osim aktualnih ekoloških projekata, poželjno bi bilo pratiti trendove poput uvođenja infrastrukture koja omogućava prihvat većeg broja posjetitelja bez štetnog utjecaja na okoliš kao što su: ekološki prihvatljivi sanitarni čvorovi, prostori za odlaganje otpada i održive staze koje smanjuju eroziju tla. Time se smanjuje utjecaj posjetitelja na prirodne resurse i omogućava bolja kontrola nad brojem posjetitelja</p> <p>s obzirom da destinacija još uvijek nije opterećena pretjeranom brojnošću turista nije potrebno uspostavljati sustav za nadzor posjetitelja</p> | da eko-friendly destinacije (naglasak na obnovljive izvore energije, korištenje lokalnih resursa, eko. prakse u smještaju) privlače boravišne turiste i promiču održivi način života | ekološki projekti često uključuju suradnju s lokalnim udrugama, turističkim zajednicama i obrazovnim institucijama, što omogućava razmjenu resursa, stvaranje zajedničkih programa i edukaciju posjetitelja. Ovo također olakšava umrežavanje i dodatno | drugih zemalja. |
| Informacijski | | | | | | |



| | | | | | | |
|--|--|--|---|---|--|--|
| | <p>INFORMACIJSKA</p> <p>Kampanja brendiranja općina - 3 Kampanja virtualne šetnje - 2 Izgradnja turističkog info-centra - 1 Kampanje putem društvenih mreža, lokalnih novina (3), video-materijala, monografija udruga</p> | <p>projekti mogu koristiti sezonski prilagođen sadržaj i kampanje, promovirajući specifične atrakcije i aktivnosti za svako godišnje doba (ljetipromocija vanjskih aktivnosti poput planinarenja, biciklizma; zimi-npr. wellness ponuda, gastro-ture)</p> <p>Aplikacije, web stranice i društveni mediji mogu pružati ažurirane informacije o vremenskim uvjetima, otvorenosti atrakcija i događanjima u sezoni, omogućujući turistima da planiraju posjete na temelju trenutnih informacija. To pomaže u optimiziranju posjeta i ublažavanju sezonskih fluktuacija.</p> | <p>Informacijski sustavi mogu unaprijed informirati posjetitelje o trenutnim kapacitetima i dostupnosti atrakcija, smještaja i događanja. Kroz online rezervacije i sustave za upravljanje posjetiteljima, posjetitelji mogu planirati dolazak izvan glavnih sati posjete, smanjujući gužve. U slučaju popunjenih kapaciteta, sustavi mogu nuditi preporuke za manje posjećene atrakcije u blizini, čime pomažu u ravnomjernijem rasporedu posjetitelja unutar destinacije.</p> | <p>Za izletnike, koji dolaze na kraće jednodnevne izlete, važno je omogućiti lako dostupne informacije o najvažnijim atrakcijama i rutama. Za boravišne goste, projekti mogu nuditi detaljnije vodiče, aplikacije s kartama i planove za višednevne aktivnosti.</p> <p>Sustavi informiranja mogu nuditi personalizirane itinerare ovisno o vremenu boravka i preferencijama turista. Na primjer, posjetiteljima na kraćim boravcima mogu se nuditi prioritetne atrakcije, dok boravišni gosti mogu dobiti prijedloge za aktivnosti kroz više dana (npr. kombinacija izletničkih atrakcija s boravišnim doživljajima).</p> | <p>promovira ekološki turizam kao dio ukupne turističke ponude</p> <p>Informacijski projekti mogu povezati destinaciju sa širim regionalnim ili nacionalnim turističkim sustavima, omogućujući posjetiteljima uvid u sve atrakcije unutar šire regije. To se može postići kroz aplikacije koje povezuju više regija ili mreže destinacija na jednoj platformi.</p> | <p>Ekološki projekti koji</p> <p>su u skladu s održivim praksama mogu biti brendirani kao ekodestinacije, što privlači specifična tržišta</p> <p>Razvojem ekoloških projekata dolazi do boljeg razumijevanja važnosti očuvanja prirodnih</p> <p>resursa, a privlačenje ekološki osviještenih tržišta pomaže u očuvanju lokalne zajednice i njezinih resursa te stvaranju</p> <p>novih radnih mjesta koja su dugoročno održiva.</p> |
| | <p>INVESTICIJSKA</p> <p>skulptura povijesne građevine „Kehne“ na sjecištu prometnica – 1</p> | <p>Investicije u atrakcije koje nude aktivnosti tijekom cijele godine (npr. spa centri, muzeji, kulturni centri) smanjuju ovisnost o sezonalnosti</p> | | | | |

| | | | | | | |
|--|--|--|---|--|--|---|
| | <p>interpretacijski centar sjevernog toka rijeke Bednje i Dječji rekreacijski centar „Slugovine”</p> | | <p>Investicije u proširenje infrastrukture , kao što su prostori za parkiranje, održive staze, prateći sadržaji, smanjuju pritisak na atrakcije i omogućuju prihvat većeg broja posjetitelja bez ugrožavanja prirodnih resursa ili komfora posjetitelja</p> | <p>Investicije u infrastrukturu prilagođenu izletnicima i boravišnim gostima, kao što su kvalitetni smještajni objekti, kampovi, restorani, te sadržaji za jednodnevne posjete, osiguravaju atraktivnost destinacije za oba tipa turista. Na primjer, izletničke atrakcije kao što su biciklističke i planinarske staze dopunjavaju boravišne atrakcije poput hotela i vikendica</p> | <p>Kroz suradnju s restoranima, smještajnim objektima i drugim dionicima, informacijski projekti mogu pružiti korisnicima dodatne informacije i ponude unutar destinacije. Ova vrsta umrežavanja omogućuje posjetiteljima da lakše istraže cjelokupnu regiju, produžujući boravak i povećavajući angažman s destinacijom.</p> <p>Investicijski i projekti često uključuju suradnju s drugim atrakcijama u regiji ili</p> | <p>Informacijski sustavi mogu prilagoditi oglašavanje i sadržaj specifičnim segmentima tržišta (npr. obitelji, pustolove, ljubitelje kulture). Korištenjem ciljanih oglasa i sadržaja na društvenim mrežama, web stranicama i u aplikacijama, turistička destinacija može bolje komunicirati svoju ponudu svakom tržišnom segmentu.</p> <p>Informacijski projekti mogu</p> <p>koristiti atraktivne vizualne priče, video zapise i digitalne ture kako bi prikazali jedinstvenost destinacije i privukli posjetitelje. Digitalni marketing može značajno</p> <p>doprinijeti jačanju brenda</p> <p>destinacije te privući turiste iz različitih dijelova svijeta.</p> |
|--|--|--|---|--|--|---|

| | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|---|
| | | | | | <p>državi kako bi se stvorila jedinstvena turistička ponuda. Na primjer, ulaganja u putokaze, aplikacije za navigaciju između atrakcija, pa i u zajedničke marketinške aktivnosti omogućavaju lakše povezivanje destinacije s okolnim atrakcijama.</p> | <p>Usmjerenost na specifične tržišne segmente npr. luksuzni turizam, sportski turizam, wellness turizam, pomaže u privlačenju ciljane skupine posjetitelja, poput ljubitelja prirode, pustolova ili obitelji.</p> <p>Investicije u marketinške kampanje i brendiranje destinacije mogu značajno utjecati na privlačnost tržišta. Kroz marketinške strategije kao što su društveni mediji, digitalne platforme, te</p> |
|--|--|--|--|--|--|---|

| | | | | | | |
|---------------------------------|--------------------------------|--|--|--|--|--|
| | | | | | | <p>suradnja s influencerima i turističkim agencijama, destinacija može doseći širu publiku i privući posjetitelje s različitih tržišta. Sve veći broj investicijskih projekata usmjeren je na održivi turizam koji privlači ekološki osviještene turiste. Investicije u projekte koji smanjuju utjecaj na okoliš, poput eko-lodgeova, obnovljivih izvora energije i reciklažnih sustava, privlače segment turista koji traži odgovorne destinacije i doprinosi pozicioniranju destinacije kao održive.</p> |
| javna turistička infrastruktura | Primarna i sekundarna pod 1.3. | <p>Multifunkcionalni sadržaji i programi, prilagođeni godišnjim dobima i postojećoj infrastrukturi</p> <p>Uvođenje fleksibilne infrastrukture koja se može prilagođavati sezoni, poput mobilnih turističkih informativnih centara, sezonskih parkirišta i privremenih objekata kao što su kiosci i</p> | <p>Izgradnja dodatnih parkirišta, sanitarnih čvorova, odmorišta i pješačkih staza omogućava prihvat većeg broja posjetitelja.</p> <p>Uvođenje održive infrastrukture, poput solarnih punionica i staza od prirodnih materijala, smanjuje utjecaj</p> | Za izletnike je važno razviti infrastrukturu koja im omogućuje dostupnost atrakcija te uključuje: parking, info pultove, kratke staze i prostore za piknik, dok boravišni gosti mogu uživati u | <p>Suradnja s drugim destinacijama i zajedničko oglašavanje privlače šire tržište.</p> <p>Integracija s digitalnim platformama drugih destinacija povećava vidljivost same destinacije</p> | <p>Razvoj zelene infrastrukture i održivih objekata povećava privlačnost destinacije za ekološki osviještene turiste.</p> <p>Prilagodba infrastrukture za osobe s invaliditetom i starije osobe povećava pristupačnost</p> |

| | | | | | |
|--------------------------|---|--|--|---|---|
| | | info pultovi. Ove jedinice mogu biti dostupne tijekom vrhunca sezone, a zatim se smanjiti u izvansezonskim mjesecima. | na okoliš i povećava kapacitet na održiv način. Informativne ploče koje usmjeravaju turiste prema manje posjećenim dijelovima destinacije. Ovo potiče istraživanje šireg područja, što dodatno rasterećuje popularne atrakcije i raspodjeljuje posjetitelje. | višednevnim sadržajima kao što su interpretacijski i centri, wellness objekti, te dugotrajnije edukativne ture Projektima <i>Šumska pješačka avantura</i> , <i>Putevima povijesti</i> , <i>Biciklistička simfonija</i> izrađene su jednodnevne pješačke i biciklističke staze te kulturne i prirodne rute. Ove staze uključuju odmorišna mjesta, znakove i interaktivne mape koje pružaju dodatne informacije o destinaciji. | destinacije za šire tržište, čime se osigurava raznolikost posjetitelja. Ovo Infrastruktura koja uključuje kulturne interpretacijske centre, lokalne tržnice i muzeje omogućava autentične doživljaje destinacije. Time se destinacija brendira kao kulturno bogata i jedinstvena, privlačeći turiste koji traže autentična i edukativna iskustva. |
| komunalna infrastruktura | el.energija: trafostanice – 30 OGK, 13 Sv.Ilija, 11 Beretinec telekomunikacije: pokrivenost fiks. i mob.telefonijom te internetom – 100% OGK, Sv.Ilija – zadovoljavajuća Beretinec – nije zadovoljavajuća vodoopskrbni sustav: izgrađen, uspostavljen sustav odvodnje i zbrinjavanja otpadnih voda - OGK snabdijevanje vodom putem reg. vodotoka VŽ – Sv. Ilija | Postavljanje privremenih sanitarnih čvorova, mobilnih kontejnera za otpad, dodatnih parking prostora i info pultova tijekom vršne sezone smanjuje opterećenje glavne infrastrukture Sezonski mobilni objekti, kao što su dodatni toaleti i prateći sadržaji, mogu se ukloniti ili smanjiti izvan sezone | Postavljanje velikih spremnika za otpad na prihvatljivim mjestima tijekom sezone smanjuje problem otpada i zagađenja. Reciklažni sustavi i postavljanje kompostera također doprinose održivosti i čistoći destinacije. Odvoz otpada u terminu drugačijem od odvoza za lokalno stanovništvo | Za boravišne goste ključno je omogućiti infrastrukturu kao što su trajni sanitarni čvorovi, tuševi, prostori za parkiranje kampera, dok izletnici mogu koristiti privremene sadržaje, poput dodatnih info pultova, privremenih parkinga i pokretnih sanitarnih objekata Osiguranje dodatnih | Standardizacija vizualnog identiteta infrastrukture, kao što su putokazi, klupe, osvjetljenje i info table, stvara jedinstven dojam cijele regije, što turistima olakšava navigaciju i povećava prepoznatljivost destinacije. Zajednički sustav označavanja povezuje lokalne atrakcije u širu Kvalitetna komunalna infrastruktura, koja zadovoljava potrebe lokalnog stanovništva (voda, struja, kanalizacija), osigurava stabilnost i dugoročni razvoj turizma. Time se podiže kvaliteta života lokalnih zajednica ,što također doprinosi pozitivnom |

| | | | | | | |
|--|--|--|--|---|---|---|
| | <p>!problem odvodnje i pročišćavanja otp.voda nije u potpunosti riješen</p> <p>uspostavljen sustav odvodnje, potrebna dodatna ulaganja u vodoop. i kanalizac. mrežu</p> <p>gospodarenje otpadom:</p> <p>uspostavljen sustav organiziranog sakupljanja kom.otpada</p> <p>1 reciklažno dvorište – OGK</p> <p>1 mobilno reciklažno dvorište - Beretinec</p> | | <p>Dodatna ulaganja u vodovodnu i kanalizacijsku infrastrukturu na mjestima s velikim brojem posjetitelja smanjuju rizik od zagašenja i održavaju higijenske standarde. Održavanje kvalitete vode i smanjenje potrošnje vode korištenjem suvremenih sustava također su ključni za održivi razvoj</p> | <p>pješačkih staza, biciklističkih puteva i sigurnih prijelaza omogućava posjetiteljima lakši pristup atrakcijama, uz smanjenje pritiska na glavni promet. Ovo također olakšava upravljanje posjetiteljima i pridonosi sigurnosti.</p> <p>Za destinacije koje privlače jednodnevne posjetitelje korisno je osigurati infrastrukturu poput sjenica, klupa i zona za odmor. Ovi prostori omogućavaju izletnicima da se odmore i provedu više vremena u destinaciji.</p> | <p>turističku mrežu</p> <p>Izgradnja javnog prijevoza, biciklističkih staza i drugih putnih pravaca koji povezuju više atrakcija olakšava posjetiteljima a istraživanje šire regije. Suradnja s obližnjim destinacijama u razvoju zajedničke infrastrukture (npr. e-punionice za automobile) omogućava turistima lakšu mobilnost.</p> | <p>imidžu destinacije i privlači turiste</p> <p>Održiva infrastruktura, poput solarnih panela, električnih punionica i sustava za</p> <p>reciklažu, privlači ekološki osviještene turiste, što</p> <p>destinaciju čini atraktivnijom za ciljne tržišne segmente.</p> <p>Ekološke oznake i certifikati mogu dodatno povećati privlačnost destinacije.</p> <p>Prilagođena komunalna infrastruktura koja osigurava siguran promet, lako</p> <p>dostupne sanitarne čvorove i</p> <p>čiste prostore za odmor</p> <p>povećava zadovoljstvo posjetitelja. Sigurnost i</p> <p>udobnost su često presudni u izboru destinacije, a visoki standardi komunalne infrastrukture daju destinaciji konkurentsku prednost</p> |
|--|--|--|--|---|---|---|

| | | | | | | |
|--------------------------------|---|---|--|--|---|--|
| <p>prometna infrastruktura</p> | <p>2 DC (DC3 i DC52), 6 županijskih cesta, 9 lok. cesta – OGK</p> <p>1 državna – D3, 3 županijske i 4 lokalne ceste – SV.ILIJA</p> <p>1 državna – D2, 3 županijske i 4 lokalne ceste – BERETINEC</p> <p>željeznički promet:</p> <p>željeznička pruga za regionalni promet M606 R201 Zaprešić – Zabok – Varaždin – Čakovec,</p> <p>na pruzi R 201 unutar administrativnih granica Općine Sveti Ilija nalazi se stajalište Krušljevec u KM 77+438, stajalište Sveti Ilija u KM 80+409 i osam željezničko cestovnih prijelaza</p> <p>područjem općine Beretince prolazi željeznička pruga II. reda Varaždin – Golubovec</p> <p>zračni promet:</p> <p>ne postoji infrastruktura ni sadržaji u funkciji zračnog prometa, no, u blizini je zračno pristanište Varaždin namijenjeno posebnom zračnom prometu (prihvat i otprema zrakoplova).</p> | <p>Uvođenje posebnih autobusnih linija koje povezuju glavne turističke atrakcije i centar destinacije u ljetnim mjesecima, uz mogućnost redukcije linija izvan sezone</p> <p>Uvođenje fleksibilnih pješačkih zona i biciklističkih staza: dodatne pješačke zone ili biciklističke staze, radi poboljšanja sigurnosti i doživljaja posjetitelja. Izvan sezone, promet se može vratiti u standardni režim.</p> | <p>Parkirna mjesta mogu biti usklađena s procijenjenim brojem posjetitelja, a dodatni sezonski kapaciteti (privremena parkirališta) mogu biti dostupni tijekom vršne sezone</p> <p>Ograničenja za privatna vozila u blizini atrakcija smanjuju promet i opterećenje u najfrekventnijim zonama.</p> | <p>Postavljanje turističkih oznaka, putokaza i interaktivnih info tabli koje usmjeravaju turiste prema različitim atrakcijama prilagođenim jednodnevnim izletnicima i boravišnim gostima, poboljšava orijentaciju i osigurava sigurnost pješaka i biciklista.</p> <p>Opcije prijevoza: e-bicikli, električni skuteri omogućuju pristup atrakcijama</p> <p>Posebno dizajnirane biciklističke i pješačke rute privlače izletnike koji žele ekološki prihvatljive opcije za obilazak atrakcija.</p> | <p>Povezivanje destinacije s regionalnim prometnim sustavima, kao što su autoceste, željezničke i autobusne linije, omogućuje lakši pristup atrakcijama unutar šireg područja.</p> <p>Postavljanje jedinstvenog sustava karata za regionalne atrakcije doprinosi lakšoj navigaciji kroz širi sustav atrakcija</p> | <p>Sigurni pješački prijelazi, dovoljno parkirnih mjesta i pametni sustavi za upravljanje prometom povećavaju osjećaj sigurnosti posjetitelja, što doprinosi pozitivnom iskustvu destinacije i njenoj privlačnosti. Sigurnost i pristupačnost često su odlučujući faktori u izboru destinacije za turiste.</p> <p>Infrastruktura prilagođena osobama s invaliditetom, starijim osobama i obiteljima s djecom povećava tržišni potencijal destinacije.</p> <p>Oznake, informacijski punktovi i sigurne prometnice omogućuju svim posjetiteljima lak pristup i bezbrižan obilazak atrakcija.</p> |
| <p>stanje digitalizacije</p> | <p>težnja k pametnoj destinaciji (IoT, Big data, AI), mobilne aplikacije, online rezervacijski sustavi, CRM, digitalni vodiči, ulaganja u sigurnosne sustave</p> | <p>Digitalni marketing omogućava privlačenje posjetitelja kada je kapacitet infrastrukture najprikladniji. Primjena kampanja prilagođenih</p> | <p>Implementacijom online sustava za rezervaciju npr. ulaznica za popularne atrakcije, omogućavalo bi bolju kontrolu broja posjetitelja,</p> | <p>Kroz mobilne aplikacije i online platforme, posjetiteljima se mogu ponuditi interaktivne mape koje uključuju preporučene</p> | <p>Kroz zajedničke digitalne kampanje i promocije na društvenim mrežama i drugim medijima, destinacije unutar šire</p> | <p>Kvalitetna i modernizirana digitalna infrastruktura (npr. web stranice, aplikacije, društvene mreže) povećava</p> |



| | | | | | | |
|--|---|---|---|--|---|--|
| | | sezonskim aktivnostima (npr. zimski sportovi, ljetne aktivnosti) pomaže u optimalnom raspoređivanju posjetitelja kroz godinu. | čime se poštuje prihvatni kapacitet atrakcija. Rezervacije unaprijed smanjuju gužve i omogućuju posjetiteljima sigurniji i ugodniji doživljaj. | rute i itinerere za jednodnevne izletnike i boravišne goste. Ove rute mogu biti prilagođene različitim vrstama turista te omogućavaju lakše planiranje i bolji doživljaj (personalizirani). | regije mogu promovirati atrakcije kao dio jedinstvenog turističkog proizvoda. Ova suradnja povećava vidljivost i atraktivnost za posjetitelje koji traže cjelovita turistička iskustva. | privlačnost destinacije na međunarodnom tržištu. Digitalne platforme mogu predstavljati destinaciju kao tehnološki naprednu i privlačnu, osobito za mlade i tehnički osviještene turiste |
| pristupačnost destinacije osobama s posebnim potrebama | <p>djelomična dostupnost atrakcijama za osobe s invaliditetom</p> <p>ograničena dostupnost za osobe s invaliditetom, u objektima za smještaj i restoranima (osim onih u sklopu hotela)</p> <p>prometna infrastruktura – izazov za osobe s invaliditetom (prometnice, ograničena ili teže dostupna parkirna mjesta)</p> <p>nepristupačnost atrakcija zbog neprilagođene infrastrukture (staze, stepenice, bez alternativa)</p> <p>manjkava komunikacijska pristupačnost (višejezičnost, Brailleovo pismo)</p> <p>pristupačnost usluga – u smještaju je ograničena ili je uopće</p> | <p>Potrebno je osigurati dodatne pristupačne resurse, kao što su mobilne rampe, sezonski informacijski punktovi s osobljem obučanim za rad s osobama s posebnim potrebama i dostupni toaleti prilagođeni invaliditetu</p> <p>Putem digitalnih kanala i na informacijskim punktovima mogu se pružiti sezonski ažurirane informacije o dostupnosti specifičnih usluga za osobe s posebnim potrebama</p> | Unutar glavnih atrakcija važno je osigurati dovoljno prostora za prolaz invalidskih kolica i pomoći za hodanje. Organizacija prostora koja osigurava slobodan prolaz pridonosi sigurnosti i komforu, čak i pri većem broju posjetitelja | <p>Kroz aplikacije i brošure mogu se nuditi itinereri i vodiči prilagođeni osobama s posebnim potrebama, s označenim pristupačnim točkama, stazama i uslugama (prilagođeni toaleti, rampe, prilagođeni parking, pristupne staze bez stepenica).</p> <p>Razvoj slušnih vodiča za slijepe osobe i video vodiča sa znakovnim jezikom za gluhe posjetitelje poboljšava njihovo iskustvo. Dostupnost takvih vodiča pomaže i boravišnim gostima i izletnicima da samostalno istraže atrakcije.</p> | <p>Suradnja s okolnim destinacijama omogućuje zajedničku prilagodbu pristupačnosti i stvaranje regionalne mreže atrakcija koja je prilagođena osobama s posebnim potrebama (ujedinjeni sustav informacija i zajednički vodič, pristupačne prijevozne opcije, liftovi, rampe i sl.) omogućava lakši pristup atrakcijama unutar regije i čini destinaciju primamljivijom za posjetitelje s posebnim potrebama. Marketing koji ističe dostupnost šireg sustava prilagođenih atrakcija može pozicionirati</p> | <p>Pozicioniranje kao</p> <p>inkluzivne destinacije:</p> <p>Pristupačnost može</p> <p>destinaciju pozicionirati</p> <p>kao inkluzivnu i socijalno odgovornu, čime se</p> <p>privlači specifično tržište –</p> <p>obitelji s osobama s</p> <p>invaliditetom, stariji</p> <p>putnici i pojedinci s</p> <p>posebnim potrebama</p> |

| | | | | | | |
|---|--|---|--|--|--|--|
| | nema | | | Postavljanje pristupačnih odmorišta i sjedećih mjesta duž staza i u blizini atrakcija važno je za posjetitelje s invaliditetom i starije osobe, posebno kod dugih staza ili većih kompleks | destinaciju kao inkluzivnu regiju, privlačnu za obitelji i starije osobe te osobe s invaliditetom | |
| organiziranost i dostupnost usluga u destinaciji (javne usluge i servisi) | <p>vodoopskrba regionalnim sustavom vodovoda, javni vodovod, lokalna vodoopskrba</p> <p>postojeća TS 110/20/10 kV Knežinec, postojeći DV 110 kV TS Varaždin – TS Knežinec, postojeći DV 110 kV RP HE Čakovec - TS Knežinec, postojeći DV 35 kV TS Varaždin – TS Knežinec, postojeći DV/KB 35 kV Knežinec - Varaždinske Toplice, planirani dalekovod DV/KB 110 kV TS Knežinec (OGK)</p> <p>trafostanice – 11+13 (BER I SI)</p> <p>*mogućnost izgradnje manjih energetskih građevina (toplinska i električna energija) iz obnovljivih izvora energije: voda, vjetar, sunce, biomasa, bioplina i sl.)</p> <p>usluge elektroničkih komunikacija – više</p> | <p>Tijekom glavne turističke sezone, potrebno je povećati kapacitete ključnih javnih usluga kao što su hitna pomoć, redarstvo, informacijski centri, sanitarni čvorovi i sustavi za prikupljanje otpada;</p> <p>Sezonski prilagođeno informiranje (sigurnosne preporuke i sl.)</p> <p>Smanjiti ili povećati kapacitet određenih usluga i servisa ovisno o potrebi</p> | <p>Upravljanje gužvama i protokom posjetitelja</p> <p>Dodatne usluge za rasterećenje atrakcija (dostupnost informacija o manje posjećenim atrakcijama i rasterećuje glavne atrakcije)</p> <p>Kontrola i regulacija kapaciteta javnih usluga (privremeni punktovi za smeće, dodatni WC i sl.) radi osiguravanja ugodnog iskustva za posjetitelje.</p> | Višejezične informacije i signalizacija | Organizirano st i dostupnost usluga u destinaciji treba biti usklađena s okolnim destinacijama kako bi posjetiteljima bio osiguran kontinuiran pristup osnovnim javnim uslugama u cijeloj regiji | <p>Pozicioniranje destinacije kao sigurne i dostupne: Kvalitetno organizirane javne usluge (zdravstvo, sigurnost, transport) povećavaju osjećaj sigurnosti i pouzdanosti kod posjetitelja, što destinaciju čini privlačnijom. Također, dostupnost osnovnih javnih servisa doprinosi pozitivnim recenzijama i povećanju broja posjetitelja.</p> <p>Povećanje konkurentnosti destinacije kroz održivost: Javno dostupni bicikli, električna vozila, ekološki prikupljanje otpada i ostale održive javne usluge sve više privlače ekološki osviještene posjetitelje. Ekološka infrastruktura može destinaciju pozicionirati kao primjer održivosti, što je sve važnije tržišnim segmentima kao što su milenijalci</p> |

| | | | | | | |
|--|--|---|---|---|---|---|
| | <p>različitih operatera u pokretnoj i nepokretnoj telekomunikacijskoj mreži</p> <p>-s obzirom na visok stupanj razvijenosti nepokretne telekomunikacijske mreže – povećanje i modernizacija</p> <p>toplinski sustav:</p> <p>postojeći magistralni plinovod DN 300/50 Budrovec-Varaždin I</p> <p>postojeći magistralni plinovod DN 300/50 Kneginiec-Varaždin II</p> <p>postojeći magistralni plinovod DN 300/50 Kneginiec -Varaždin I u koridoru plinovoda Kneginiec-Varaždin II</p> <p>nadzemni objekt i građevine sustava za transport tekućih i plinovitih ugljikovodika</p> | | | | | <p>i obitelji.</p> <p>Uklanjanje barijera za različite profile posjetitelja: Pružanje pristupačnih i inkluzivnih usluga, poput pristupačne signalizacije, javnog prijevoza i pristupa za osobe s posebnim potrebama, omogućava destinaciji privlačenje šireg spektra tržišta i izgradnju imidža destinacije prilagođene različitim potrebama.</p> |
| <p>stanje i potreba ljudskih potencijala</p> | <p>kuhari i pomoćni kuhari: postoji stalna potreba za kvalificiranim kuharima koji mogu pripremati lokalna jela i specijalitete</p> <p>konobari i osoblje za uslugu: s obzirom na</p> | <p>Prilagođavanje ljudskih potencijala sezonalnosti podrazumijeva fleksibilno zapošljavanje koje odgovara varijacijama u broju posjetitelja tokom godine</p> <p>U izvansezonskim periodima,</p> | <p>Angažman osoblja ključno je za kontrolu, upravljanje, održavanje kvalitete iskustva prihvatnih kapaciteta atrakcija</p> <p>Poželjni bi bilo pozicionirati ključne točke na kojima bi osoblje usmjeravalo</p> | <p>Boravišne atrakcije (npr. resorti ili kampovi) često trebaju veći broj osoblja za smještaj, gastronomiju, aktivnosti i animaciju, zahtijevajući vještine za cjelodnevni angažman i pružanje sveobuhvatne</p> | <p>Ako atrakcija pripada većem sustavu (poput nacionalne mreže kulturnih spomenika), zaposlenicima se može pružiti specifična obuka u</p> | <p>Profesionalnost, ljubaznost i posvećenost zaposlenih u</p> <p>direktnom su odnosu s razinom zadovoljstva posjetitelja</p> <p>lokalni vodiči, zanatlije i ugostitelji, igraju presudnu ulogu</p> |

| | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---------------------------------------|---|
| | <p>manjak radne snage i deficitarnost ovog zanimanja potrebno je više konobara koji imaju vještine u korisničkoj usluzi</p> <p>turistički vodiči: potražnja za licenciranim vodičima koji poznaju lokalnu kulturu i povijest te mogu voditi ture na više jezika</p> <p>menadžeri i supervizori: potrebni su menadžeri s iskustvom u upravljanju objektima, uključujući hotele i restorane.</p> <p>tehničko osoblje: radnici s vještinama u održavanju objekata i opreme, uključujući električare i vodoinstalatore, također su traženi.</p> | <p>naglasak može biti na obukama, razvoju novih programa i pripremi objekata za sljedeću sezonu.</p> <p>Ulaganje u obuku sezonskog osoblja može pomoći da se lakše vraćaju svake godine, čime se smanjuje potreba za stalnim zapošljavanjem i obučavanjem novih radnika</p> | <p>posjetitelje i sprječavali pretrpanost prostora.</p> <p>Primjena tehnologije kao što su online rezervacije ili mobilne aplikacije, omogućujući učinkovito upravljanje brojem posjetitelja.</p> | <p>usluge.</p> <p>Izletničke atrakcije (npr. muzeji, povijesni lokaliteti) zahtijevaju vodiče i tehničko osoblje za kraće posjete, pa je važno prilagoditi broj radnika prema dnevnim fluktuacijama posjetitelja.</p> | <p>skladu sa standardima te mreže</p> | <p>u stvaranju jedinstvenih, autentičnih</p> <p>doživljaja koje posjetitelji traže.</p> <p>Takva iskustva privlače tržište</p> <p>koje je sve više zainteresirano za kulturni, ekoturizam i doživljajne aranžmane, gdje kontakt s</p> <p>lokalnom kulturom i načinom</p> <p>života postaje glavni motiv</p> <p>dolaska.</p> <p>Dobro osposobljeno osoblje</p> <p>može prepoznati promjene u preferencijama posjetitelja i</p> <p>prilagoditi ponudu u skladu s tim. Na primjer, sve veći trend održivog turizma i ekološke svijesti zahtijeva edukaciju zaposlenika u pogledu održivih praksi, kao i njihovu sposobnost da o tim praksama informiraju posjetitelje i potiču ih na ekološki odgovorno ponašanje.</p> <p>Ljudski potencijali u sektorima marketinga i promocije imaju</p> <p>ključnu ulogu u brendiranju destinacije,</p> |
|--|---|---|---|---|---------------------------------------|---|

| | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | | <p>isticanju njenih prednosti te dosezanju ciljnih tržišta kroz digitalne kanale, društvene mreže i promotivne kampanje. Kreativni i stručni marketinški timovi doprinose prepoznatljivosti destinacije i privlače posjetitelje kroz inovativne strategije.</p> <p>Uspješna destinacija oslanja se na podršku lokalne zajednice, koja kroz angažman u turističkim aktivnostima postaje su-domaćin posjetiteljima. Uključivanjem lokalnog stanovništva i podrškom lokalnim inicijativama, destinacija postaje atraktivnija za posjetitelje koji traže istinska, kulturno obogaćujuća iskustva.</p> <p>Osoblje koje se brine o standardima sigurnosti,</p> |
|--|--|--|--|--|--|--|

| | | | | | | |
|---------------------------|--|--|---|---|---|---|
| | | | | | | <p>higijene</p> <p>i zaštite okoliša doprinosi</p> <p>stabilnosti i održivosti</p> <p>destinacije. Posjetitelji cijene destinacije koje pokazuju</p> <p>odgovornost prema zdravlju, sigurnosti i okolišu, što je</p> <p>dodatni faktor privlačenja tržišta.</p> |
| komunikacijske aktivnosti | <p>https://varaždinski-bregi.com</p> <p>https://bike.varaždinski-bregi.com</p> <p>instagram: varaždinskibregi</p> <p>offline: brošura destinacije, personalizirana brošura privatnih iznajmljivača, letak košarice jestivih suvenira, letak o Ivani Brlić Mažuranić, promotivni materijali (majice, kape, ručnici</p> <p>nastupi na tradicijskim sajmovima, obilježavanju Svjetskog dana turizma, festivalu dobrih emocija, Špancirfestu, prigodnim festivalima (Advent i sl.)...</p> | <p>Komunikacijske aktivnosti usmjerene na sezonalnost pomažu destinacijama da promoviraju atrakcije u različitim periodima godine. Promocije izvansezonskih ponuda, posebni događaji ili popusti, mogu ojačati posjet tijekom cijele godine i time balansirati opterećenje na infrastrukturu i ljudske resurse. Također, sezonski marketing može naglasiti specifične aspekte atrakcije koji su najljepši ili najzanimljiviji u različitim godišnjim dobima.</p> | <p>Komunikacijske aktivnosti mogu biti ključne za informiranje posjetitelja o kapacitetima atrakcije, optimalnim periodima za posjet i pravilima ponašanja. Unaprijed objavljene informacije o kapacitetu ili potrebne rezervacije mogu pomoći u smanjenju prenatrpanosti i omogućiti bolje upravljanje posjetom. Ove aktivnosti mogu uključivati web stranice, mobilne aplikacije i fizičke oznake koje educiraju posjetitelje o važnosti očuvanja atrakcija i održivom ponašanju.</p> | <p>Za boravišne atrakcije važno je promovirati smještajne kapacitete, sadržaje i aktivnosti koje motiviraju posjetitelje na duži boravak. Nasuprot tome, izletničke atrakcije treba promovirati kroz jednodnevne aranžmane i aktivnosti koje su brzo dostupne i koje se lako organiziraju</p> <p>Marketinški materijali trebaju naglašavati specifične pogodnosti i karakteristike, bilo da se radi o avanturističkim aktivnostima, kulturnim iskustvima ili prirodnim ljepotama koje podržavaju ove različite vrste posjeta.</p> | <p>Korištenje zajedničkih promotivnih kampanja, web-stranice ili informativne brošure, čime se povećava njihova prepoznatljivost na tržištu. Ovaj pristup omogućava destinacijama da zajednički ulažu u kampanje i da međusobno promoviraju jedni druge kroz preporuke, tematske rute ili aplikacije.</p> | <p>Značaj atrakcije određuje intenzitet i fokus komunikacijskih aktivnosti.</p> <p>Atrakcije s velikim značajem</p> <p>(poput poznatih kulturnih spomenika ili prirodnih čuda) imaju mogućnost</p> <p>privlačenja velikih marketinških kampanja</p> <p>koje obuhvaćaju digitalne i</p> <p>tradicionalne medije, influencere,</p> <p>događaje i</p> <p>specijalizirane vodiče.</p> |

| | | | | | | |
|--------------|------------------------|---|---|---|--|--|
| | | | | | | <p>Manje atrakcije mogu se</p> <p>fokusirati na</p> <p>nišne komunikacijske kanale,</p> <p>suradnje s lokalnim organizacijama ili događaje u zajednici kako bi se</p> <p>izgradila autentična prepoznatljivost i postigli ciljani posjeti.</p> |
| konkurencija | direktna indirektna | produžuju sezonu ili osiguravaju stabilan priljev posjetitelja kroz cijelu godinu | Prilagodba kapacitetima atrakcija je ključna za održivost i zadovoljstvo posjetitelja, a konkurentne destinacije preraspodjeljuju protok posjetitelja kroz promociju alternativnih atrakcija unutar destinacije, postavljaju informativne table kojima reguliraju protok posjetitelja | <p>Boravišne atrakcije kao hoteli, restorani pružatelji usluga smještaja ili kampovi često proširuju ponudu dodatnim sadržajima (poput spa usluga, rekreativnih aktivnosti) kako bi produžili boravak posjetitelja i povećali prihod.</p> <p>Izletničke atrakcije poput muzeja, parkova ili jednodnevnih tura često prilagođavaju svoje radno vrijeme i organiziraju posebne ture kako bi povećale dnevni priljev posjetitelja.</p> | <p>Atrakcije koje su dio šire mreže (npr. kulturnih ruta, nacionalnih parkova ili UNESCO spomenika) prilagođavaju se kroz sinergiju s drugim atrakcijama</p> | <p>Konkurencija ima</p> <p>ključan značaj u</p> <p>privlačenju turističkog tržišta, jer potiče</p> <p>destinacije i turističke organizacije da</p> <p>kontinuirano unapređuju svoju ponudu,</p> <p>kvalitetu usluge i</p> <p>inovativnost kroz:</p> <p>Povećanje kvalitete</p> <p>usluge, inovaciju i razvoj</p> |

| | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | | novih proizvoda, diferencijaciju i brendiranje - unapređenje marketinga i promocije, fleksibilnost i prilagodljivost tržišnim trendovima, uključivanje lokalne zajednice |
|--|--|--|--|--|--|--|

5. Pokazatelji održivosti na razini destinacije

U skladu s odredbama ZOT-a plan upravljanja destinacijom mora biti temeljen na pokazateljima održivosti destinacije.

Pokazatelji održivosti pružaju strukturu i smjernice kako bi turističke destinacije mogle sustavno pratiti, ocjenjivati i poboljšavati svoje održivosti, što je ključno u eri kada su održivi pristupi postali ključni za dugoročni uspjeh turizma.

Plan upravljanja destinacijom mora sadržavati obvezne pokazatelje održivosti destinacije, a može sadržavati i specifične pokazatelje održivosti destinacije, koji moraju biti utemeljeni na analizi stanja destinacije i povezani s razvojnim smjerom.

Tablica 19. Pokazatelji održivosti na razini destinacije

| Rbr | Pokazatelji održivosti na razini destinacije |
|-----|--|
| 1 | <p>Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone 1.6.2024.-30.9.2024. – 9.344 turističkih noćenja</p> <p>Ukupan broj stalnih stanovnika u destinaciji – 4.900 OGK, 3.242 SVETI ILIJA, 2.049 BERETINEC</p> <p>= $9.344/10.191 = 0,91688$,</p> <p>Rezultat: 92 noćenja na na stotinu stalnih stanovnika u destinaciji</p> <p>Izvori: e-Visitor, DZS</p> |
| 2 | <p>Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom</p> <p>Udio lokalnog stanovništva zadovoljnih turizmom u destinaciji procjenjuje se sljedećim pitanjem: Koliko ste sveukupno zadovoljni turizmom u svom mjestu?</p> |

| | |
|---|--|
| | <p>1 = 'U potpunosti nezadovoljan' do 7 = 'U potpunosti zadovoljan'</p> <p>Udio lokalnog stanovništva zadovoljnih turizmom u destinaciji računa se kao omjer broja ispitanika zadovoljnih turizmom i ukupnog broja ispitanika</p> <p>$\% \text{ zadovoljnih} = (\text{broj ispitanika s ocjenom 6 ili 7} / \text{ukupni broj ispitanika}) * 100\% = 20\%$</p> <p>Izvor: provedene ankete TZP Varaždinski bregi</p> |
| 3 | <p>Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji Indeks zadovoljstva posjetitelja mjeri se pomoću tri varijable/pitanja:</p> <p>P1. Koliko ste zadovoljni svojim cjelokupnim boravkom u ovoj destinaciji? 1 = 'U potpunosti nezadovoljan' do 7 = 'U potpunosti zadovoljan'</p> <p>P2. U kojoj mjeri je boravak u ovoj destinaciji ispunio Vaša očekivanja? 1 = 'Daleko ispod očekivanja' do 7 = 'Daleko iznad očekivanja'</p> <p>P3. Koristeći ocjene od 1 = 'Najgori mogući boravak kojega možete zamisliti' do 7 = 'Najbolji mogući boravak kojega možete zamisliti', recite kako biste ocijenili svoj boravak u ovoj destinaciji? Indeks zadovoljstva = $((P1 + P2 + P3 - 3) / 18) * 100 = 93,5\%$</p> <p>Turisti koji su boravili u destinaciji, bili su izrazito zadovoljni ukupnim boravkom, 93,5 % turista ocijenilo je svoj ukupan boravak ocjenama 6 ili 7 na skali od 1 (u potpunosti nezadovoljan) do 7 (u potpunosti zadovoljan) te tako iskazalo vrlo visok stupanj zadovoljstva ukupnim boravkom. Također 6 ili 7 ih je ocijenilo da je boravak 6 ili 7 na skali od 1 (daleko ispod očekivanja) do 7 (daleko iznad očekivanja). Turisti su ocijenili, da je boravak 6 ili 7 na skali od 1 (najgori mogući boravak kojega možete zamisliti) do 7 (najbolji mogući boravak kojega možete zamisliti).</p> <p>Izvor: provedene ankete TZP Varaždinski bregi</p> |
| 4 | <p>Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom $20/50 = 0,4 * 100 = 40$</p> <p>Pokazatelj prikazuje udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom i/ili koja sudjeluju u priznatim shemama pristupačnosti u odnosu na ukupan broj atrakcija u destinaciji prepoznatim Upravljačkim Planom.</p> <p>Izvor: podaci JLS-a</p> |
| 5 | <p>Broj organiziranih turističkih ambulanti - 6</p> <p>Pokazatelj je broj organiziranih turističkih ambulanti u svrhu provođenja mjera zdravstvene zaštite za povećani broj korisnika zdravstvene zaštite koje se pružaju turistima</p> <p>(Izvor: Obavijest o pružanju zdravstvenih usluga turistima, Dom zdravlja Varaždinske županije, www.dzvv.hr/ordinacije-i-lokacije.html)</p> |
| 6 | <p>Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije (izraženo po osobi i po noćenju)</p> <p>F_1 – ukupna finalna potrošnja vode u kućanstvima i komercijalnim smještajnim objektima u</p> |

| | |
|---|--|
| | <p>siječnju – 60.714 m F_2 – ukupna finalna potrošnja vode u kućanstvima i komercijalnim smještajnim objektima u kolovozu – 60.984 T_1 – broj ostvarenih turističkih noćenja u komercijalnim smještajnim objektima u siječnju - 517 T_2 – broj ostvarenih turističkih noćenja u komercijalnim smještajnim objektima u kolovozu – 3.470 N_S – broj noćenja stanovnika, $N_S = broj\ stanovnika \times 31 = 315.921$</p> <p>$potrošnja\ vode\ po\ noćenju\ turista = \frac{F_2 - F_1}{T_2 - T_1} = 270 / 2.953 = 0,091432$</p> <p>$potrošnja\ vode\ po\ noćenju\ stanovnika = \frac{1}{N_S} \left(F_1 - T_1 \times \frac{F_2 - F_1}{T_2 - T_1} \right) = 1 / 315.921 (60.714 - 517 * 0,091432) = 0,192031$</p> <p>$omjer\ potrošnje\ vode\ po\ noćenju\ turista\ i\ stanovnika = \frac{potrošnja\ vode\ po\ noćenju\ turista}{potrošnja\ vode\ po\ noćenju\ stanovništva} \times 100 = 0,091432 / 0,192031 * 100 = 0,476131 = 47,61\%$</p> <p>Izvor: provedene ankete TZP Varaždinski bregi, pojedinačna izvješća pružatelja usluga</p> |
| 7 | <p>Omjer količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji (tone) Godišnja količina komunalnog otpada u destinaciji = 1.459,23 t</p> <p>F_1 – ukupne količine komunalnog otpada nastalog u destinaciji u siječnju (tone) – 129 t F_2 – ukupne količine komunalnog otpada nastalog u destinaciji u kolovozu – 164 t T_1 – broj ostvarenih turističkih noćenja u komercijalnim smještajnim objektima u siječnju - 517 T_2 – broj ostvarenih turističkih noćenja u komercijalnim smještajnim objektima u kolovozu – 3.470 S – broj stanovnika u destinaciji – 10.191 N_S – broj noćenja stanovnika u siječnju i kolovozu, $N_S = S \times 31 = 315.921$ W_{TN} – količina otpada po turističkom noćenju</p> <p>$W_{TN} = \frac{F_2 - F_1}{T_2 - T_1} = 164 - 129 / 3470 - 517 = 0.01185\ t$</p> <p>$W_{RN}$ – količina otpada po noćenju stanovnika</p> <p>$W_{RN} = \frac{1}{N_S} \left(F_1 - T_1 \times \frac{F_2 - F_1}{T_2 - T_1} \right) = 1 / 315.921 (129 - 6,13) = 0,0003888926346\ t$</p> <p>$W_T$ – količina otpada nastalog zbog noćenja turizma u vremenskom intervalu (godina, mjesec). Izračunava se kao umnožak broja noćenja u vremenskom intervalu (T_M) i količine otpada po turističkom noćenju (W_{TN}), $W_T = T_M \times W_{TN} = 3470 - 517 * 0,01185 = 35$</p> <p>$W_R$ – količina otpada od lokalnog stanovništva u destinaciji u vremenskom intervalu (godina, mjesec). Izračunava se kao umnožak broja stanovnika (S), broja dana u vremenskom intervalu (D_M) i količine otpada po noćenju stanovnika (W_{RN}) $W_R = S \times D_M \times W_{RN} = 10.191 * 31 * 0,0003888926346 = 123\ t$</p> |

| | |
|---|---|
| | <p style="text-align: center;"><i>omjer količine komunalnog otpada koji su proizveli turisti u komercijalnom smještaju i lokalno stanovništvo</i></p> <p style="text-align: center;">(za promatrani period) = $\frac{W_T}{W_R} = 35/123 = 0,28455$</p> <p>Izvor: e-Visitor, Izvješće o provedbi plana gospodarenja otpadom za 2023. (Službeno vjesnik općine Gornji Kneginec (Službeni vjesnik OGK, 4/2024); Izvješće o provedbi plana gospodarenja otpadom u 2023. (Službeno vjesnik općine Beretinec, 4/2024); Ankete o pokazateljima održivosti – JUO JLS-a</p> |
| 8 | <p>Udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije (ukupno i pojedinačno po kategoriji zaštite)</p> <p>Spomenik parkovne arhitekture – park uz dvorac Šaulovec, površine 5,74 ha (Izvor: Bioportal)</p> <p>Udio zaštićenih područja u destinaciji u odnosu na ukupnu površinu zaštićenih područja u RH (817.383,34 ha, prema Upisniku zaštićenih područja,)Ministarstva gospodarstva – 0,000702240541%</p> <p>Udio zaštićenih područja prema prostornoj zaštiti (Zakon o zaštiti prirode, NN 70/05, 139/08, 57/11– 696.778,00 ha – 0,000823791796%</p> <p>NAMJENA: očuvanje umjetno oblikovanog prostora stabla koji ima estetsku, stilsku, umjetničku, kulturno-povijesnu, ekološku ili znanstvenu vrijesnost</p> <p>RAZINA UPRAVLJANJA – županijska</p> <p>PROGLAŠENJA – predstavničko tijelo JLS</p> <p>(Izvor: Upisnik zaštićenih područja)</p> <p>(! Prema Zakonu o zaštiti prirode to su: strogi rezervat, nacionalni park, posebni rezervat, park prirode, regionalni park, spomenik prirode, značajni krajobraz, park – šuma te spomenik parkovne arhitekture)</p> |
| 9 | <p>Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije</p> <p>F1- ukupna finalna potrošnja el. energije u kućanstvima i komercijalnim smještajnim objektima u siječnju (997.068 kWh)</p> <p>F2 - ukupna finalna potrošnja el. energije u kućanstvima i komercijalnim smještajnim objektima u kolovozu (997.116 kWh)</p> <p>T1- broj ostvarenih tur. noćenja u komercijalnim smještajnim objektima u siječnju (517)</p> <p>T2 - broj ostvarenih tur. noćenja u komercijalnim smještajnim objektima u kolovozu (3.470)</p> <p>Ns – broj noćenja stanovnika, Ns= broj stanovnika*31= 10.191*31=315.921</p> <p>Potrošnja el.energije po noćenju turista= $F2-F1/T2-T1$, $997.116-997.068/3470-517=0,0162546$ kWh po noćenju</p> <p>Potrošnja el.energije po noćenju stanovnika= $1/Ns(F1-T1 * F2-F1/T2-T1) = 1/315.921(997.068-517*0,0162546)=3,156$ kWh po noćenju</p> <p style="text-align: center;"><i>omjer potrošnje el. energije po noćenju turista i stanovnika</i></p> <p style="text-align: center;">$= \frac{\text{potrošnja el. energije po noćenju turista}}{\text{potrošnja el. energije po noćenju stanovnika}} \times 100$</p> |

| | |
|----|---|
| | <p>$= 0,0162546/3,156 = 0,0051503980613902=0,51\%$</p> <p>Izvor: anketa TZP Varaždinski bregi, pojedinačna izvješća pružatelja usluga</p> |
| 10 | <p>Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika</p> <p>Općina Gornji Kneginec – U izradi je Strategija zelene urbane obnove</p> <p>Općina Sveti Ilija - U izradi je Strategija zelene urbane obnove</p> <p>Općina Beretinec – ne postoje dokumenti koji integriraju koncept prilagodbe klimatskim promjenama i procjeni rizika</p> <p>Izvor: podaci JLS-a</p> |
| 11 | <p>Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim opterećenjem</p> <p>U periodu koji se smatra glavnom turističkom sezonom što ujedno podrazumijeva i najveće opterećenje kako u kontekstu infrastrukture tako i u društvenom kontekstu</p> <p>Individualna odluka nositelja politike upravljanja o mjesecu ili kvartalu što se može smatrati visokom turističkom sezonom</p> <p>Za destinaciju TZ područja Varaždinski bregi: lipanj – rujna, ukupan broj turističkih dolazaka: 3.409</p> <p>Izvor: e-Visitor</p> |
| 12 | <p>Prosječna duljina boravka turista u destinaciji su 3 dana</p> <p>= Ukupan broj registriranih noćenja u destinaciji/ukupan broj dolazaka turista u destinaciji za period lipanj-rujan</p> <p>= $10.174/3.238= 3,14$</p> <p>Izvor: e-Visitor</p> |
| 13 | <p>Ukupan broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane</p> <p>Zaposleni na bazi sata rada – 54</p> <p>Zaposleni, stanje krajem razdoblja – 56</p> <p>Izvor: Fina</p> |
| 14 | <p>Poslovni prihod gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane</p> <p>Poslovni prihodi – 1.849.420,00 eura</p> <p>Ukupni prihodi – 1.921.360,00 eura</p> <p>Izvor: Fina</p> |
| 15 | <p>Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija</p> <p>Popis i vrsta zaštićenih kulturnih dobara:</p> <p>Crkva sv.Marije Magdalene i kurija župnog dvora</p> |

| | |
|----|---|
| | <p>Kula</p> <p>Bauerov bunar</p> <p>Crkva Svetog Ilije Proroka i kurija župnog dvora</p> <p>Župna crkva Svih Svetih Beletinec</p> <p>Dvorac Seketin</p> <p>Pil Pieta</p> <p>Spomenik parkovne arhitekture</p> <p>Park uz dvorac Šaulovec</p> <p>Izvor. Registar kulturnih dobara RH, Bioportal/gis</p> |
| 16 | <p>Status implementacije aktivnosti iz plana upravljanja destinacijom</p> <p>Plan upravljanja destinacijom izrađen i javno dostupan - DA</p> <p>Dokazi o konzultacijama (okrugli stolovi) – potpisne liste, materijali s radionica (prezentacije, materijali dionika</p> <p>22.10.2024. – okrugli stol s dionicima u turizmu – općina Gornji Kneginec,</p> <p>23.10.2024. – okrugli stol s dionicima u turizmu – općina Sveti Ilija,</p> <p>24.10.2024., okrugli stol s dionicima u turizmu – općina Beretinec</p> <p>Izvor: www.varazdinski-bregi.com, https://www.facebook.com/tzvarazdinskibregi</p> |
| 17 | <p>Broj ostvarenih noćenja u smještaju u destinaciji po hektaru izrađenog građevinskog područja JLS</p> <p>Broj tur.noćenja u komerc.smještaju po građ.površini= T_n/P_s+P_t</p> <p>T_n- broj turističkih noćenja unutar destinacije (u godini)</p> <p>P_s – površina izgrađenog građ.zemljišta u zonama stanovanja</p> <p>P_t – površina izgrađenog građevinskog zemljišta u zonama predviđenima za odvijanje ugostiteljsko-turističke aktivnosti</p> <p>$P_t=8,33$</p> <p>$P_s=979,81$</p> <p>$= 15.621/979,81+8,33 = 15,81$</p> <p>Izvor:</p> <p>e-Visitor</p> <p>VII. Izmjene i dopune PPUO Gornji Kneginec</p> <p>II .Izmjene i dopune PPUO Sveti Ilija</p> |

III. Izmjene i dopune PPUO Beretinec

6. Razvojni smjer s mjerama i aktivnostima

Nakon što se provede analiza stanja destinacije sa svim potrebnim podacima, njenoj uspješnosti u lokalnom i širem kontekstu te iskažu i analiziraju pokazatelji održivosti na razini destinacije potrebno je postaviti razvojni smjer destinacije, kao sastavni dio plana upravljanja, a koji mora biti u skladu s aktima strateškog planiranja, prostornim planovima, planom upravljanja kulturnim dobrom i drugim važećim planovima i propisima.

Ukoliko razvojni smjer i ciljevi razvoja destinacije nisu definirani aktima strateškog planiranja definiraju se u planu upravljanja destinacijom temeljem provedene analize stanja destinacije. Razvojni smjer treba odražavati lokalne okolnosti i strateške prioritete te sadržavati mjere i aktivnosti vezane uz infrastrukturne, marketinške i druge potrebe destinacije za njegovo ostvarenje.

Također je važno postaviti realne ciljeve u skladu s vremenskim razdobljem plana upravljanja.

6.1. SWOT ANALIZA

Prilikom određivanja razvojnog smjera destinacije koriste se podaci dobiveni analizom stanja destinacije (iskazani u Izvješću o provedenoj analizi, a koji moraju sadržavati analizu tržišta, analizu vrednovanja prikupljenih podataka i turističke resursne osnove)

Jedna od najčešćih metoda analize stanja i planiranja strateških aktivnosti je SWOT analiza u kojoj se uzimaju u obzir postojeće snage i slabosti te buduće prilike i opasnosti.

Treba uzeti u obzir da se snage i slabosti odnose na postojeću destinaciju, dok se prilike i prijetnje odnose na vanjski kontekst, koji utječe na buduću razvojnu strategiju.

Tablica 20. Swot analiza turističkih proizvoda i usluga destinacije

| TUR. PROIZVODI I USLUGE | PREDNOSTI | SLABOSTI |
|-------------------------|---|--|
| | prostorni smještaj destinacije u prirodnom okruženju što čini destinaciju atraktivnom za ljubitelje prirode | nedostatak smještajnih kapaciteta, turističkih vodiča i označenih staza može ograničiti broj posjetitelja |
| | blizina gradova – city break kao jedan od tri glavna motiva dolaska u kontinentalnu Hrvatsku (Varaždin, Zagreb i sl.) | nedovoljna prepoznatljivost destinacije čine ju relativno nepoznatom široj publici, dok su marketinške aktivnosti nedovoljno razvijene |
| | tradicionalna gastronomija (potencijal za razvoj enogastronomskog turizma) | turistički posjeti najčešće su koncentrirani u toplijim mjesecima te mani izvan sezone |
| | bogata povijest i kulturna baština | nedovoljna sinergija između dionika u lokalnoj zajednici ograničava zajednički rast |

| | | |
|--|---|--|
| | <p>Varaždina i okolnih mjesta privlače posjetitelje zainteresirane za kulturni turizam</p> <p>mogućnosti za planinarenje, biciklizam i uživanje u prirodi daju raznolike opcije za aktivnosti</p> | |
| | <p>PRILIKE sve veća potražnja za ekoturizmom može biti prilika za promoviranje prirodne baštine i očuvanje okoliša</p> <p>jačanje turističke ponude vezane na sportsko - adrenalinske sadržaje – vožnja quadovima, adrenalinski parkovi (zip-line, penjanje na umjetnu stijenu, streličarstvo, snajper, pistol duel (gađanje padajućih meta airsoft pištoljima), airsoft duel, bacanje sjekira, timske igre poput paintballa, Splatmastera (paintball za djecu), battle archery-a, tuba, bubble footbala, ljudski stolni nogomet, odbojka na pijesku, utrka Berg autićima na pedale, križić/kružić, Formula 1, šah), aktivnosti na ribnjacima Keder i Ostriž</p> <p>jačanje turističke ponude kroz vinske ture, degustacije autohtonih jela i proizvoda lokalnih proizvođača može privući turiste zainteresirane za autentična iskustva (Hodanje uz vino, Vinska kuća, Dani otvorenih podruma, štandovi za OPG-ove „na kućnom pragu“, apiterapija, radionice izrade tradicionalnih kolača i jela znakovitih za destinaciju, sudjelovanje u aktivnostima poput berbe grožđa i sl.)</p> <p>jačanje turističke ponude kroz ponudu sadržaja u prirodi: cikloturistička ruta, šumska pješačka ruta, lov na kockavicu</p> <p>edukacija zaposlenika i unaprjeđenje ponude</p> <p>digitalni marketing može povećati prepoznatljivost destinacije, omogućujući lakše dosezanje međunarodnih turista</p> | <p>PRIJETNJE</p> <p>konkurencija drugih turističkih destinacija</p> <p>ovisnost o domaćem tržištu</p> <p>utjecaj klimatskih promjena - ekstremni vremenski uvjeti i nepovoljni klimatski uvjeti mogu negativno utjecati na poljoprivredne proizvode (posebno vinogradarstvo) i turističke aktivnosti</p> <p>nedostatak radne snage - odljev mladih i nedostatak kvalificiranog osoblja može ograničiti razvoj turističke industrije</p> <p>zagađenje i ekološki problemi - neodržive prakse mogu narušiti prirodne ljepote i smanjiti atraktivnost destinacije za ekoturiste</p> |

| | | |
|--|---|--|
| | <p>održavanje tradicionalnih festivala, sajmov a ili kulturnih događanja može privući posjetitelje i produljiti turističku sezonu (Pohod na Lobor, Podizanje klopotca, Destinacijska tržnica, aktivnosti u sklopu Zavičajnog muzeja i kurija, likovne radionice/kolonije, tematske plesne večeri)</p> | |
|--|---|--|

Tablica 21. Swot analiza resursne osnove destinacije

| RESURSNA OSNOVA | PREDNOSTI | SLABOSTI |
|-----------------|--|--|
| | <p><u>Prirodni resursi:</u></p> <p>Krajolici i prirodne ljepote - slikovita topografiju koja je pogodna za aktivnosti na otvorenom poput planinarenja, biciklizma i uživanja u prirodi</p> <p>Blaga klima - pogoduje vinogradarstvu i poljoprivredi, a turistima omogućava posjete tijekom većeg dijela godine</p> <p>Bogatstvo flore i faune – šume, vinogradi, voćnjaci, travnjaci, brežuljci, pružaju prirodno bogatstvo, što čini ovo područje atraktivnim za ljubitelje prirode i eko-turiste (kockavica, bogat šumski fundus)</p> <p><u>Kulturni resursi</u> – očuvan sakralni fundus (crkve, kapelice, pilovi)</p> <p>Povijesni fundus – kula, dvorac, kurije, bunari, mlinovi, odražavaju tradiciju i povijest destinacije, privlačeći posjetitelje zainteresirane za kulturni turizam</p> <p>Manifestacije i običaji - lokalne manifestacije, festivali vina i berbe pružaju priliku turistima za</p> | <p><u>Prirodni resursi:</u></p> <p>Ograničeni kapacitet prirodnog okoliša: Postoji opasnost od eventualne prenapučenosti i narušavanja prirodnog okoliša zbog prekomjernog turizma, čime bi se mogla smanjiti privlačnost destinacije za eko-turiste</p> <p><u>Kulturni resursi:</u></p> <p>Slaba promocija kulturne baštine: Nedovoljna promocija i integracija kulturnih znamenitosti u turističke ture ograničava njihovu posjećenost.</p> <p>Nedovoljno ulaganje u obnovu kulturnih i povijesnih objekata može umanjiti atraktivnost destinacije za turiste</p> <p><u>Ljudski resursi:</u></p> <p>Nedostatak stručnjaka u turističkom sektoru i slabije obrazovanje radne snage u turističkoj industriji može utjecati na kvalitetu usluga</p> <p>Odlazak radne snage iz destinacije: demografski pad i iseljavanje mladih utječu na raspoloživost radne snage za turistički sektor.</p> |

| | |
|---|---|
| <p>autentično iskustvo lokalne kulture i tradicije</p> <p><u>Ljudski resursi</u> - lokalno stanovništvo okupljeno oko udruga građana, čuva vještine poput proizvodnje vina, pripreme domaće hrane i izrade rukotvorina, što obogaćuje turističku ponudu (LU Kula Knežinec, Udruga žena Đurđica, Udruga žena Doljan, Udruga vinogradara i voćara Varaždin Breg, Udruga vinogradara i voćara Grozdek, Udruga vinogradara i voćara VIV-BER, Udruga pčelara Varaždinbreg, KUD Beletinec)</p> <p>Gostoljubivost - kvaliteta usluge i gostoljubivost domaćina dodatno doprinose atraktivnosti destinacije</p> <p><u>Infrastrukturni resursi:</u></p> <p>Pristupačnost destinacije - Varaždinski bregi su blizu glavnih prometnica i većih gradova poput Varaždina i Zagreba, što olakšava dolazak turista</p> <p>Pješačke i biciklističke staze - biciklističke staze i označeni šumski, pješački putevi privlače ljubitelje aktivnog turizma</p> | <p><u>Infrastrukturni resursi:</u></p> <p>Ograničen smještajni kapacitet: Nedostatak hotela, hostela i ostalih smještajnih kapaciteta ograničava mogućnosti za prijem većeg broja turista</p> <p>Slaba digitalna infrastruktura: Nedostatak kvalitetne digitalne povezanosti u nekim dijelovima može utjecati na dostupnost informacija i promociju</p> |
| <p>PRILIKE</p> <p><u>Prirodni resursi:</u></p> <p>Ekoturizam i održivo upravljanje prirodnim resursima: Sve veći interes za ekoturizam pruža priliku za održivo</p> | <p>PRIJETNJE</p> <p><u>Prirodni resursi</u></p> <p>Klimatske promjene i nepovoljni vremenski uvjeti (suša, nagle promjene temperature) mogu negativno utjecati na vinogradarstvo i</p> |

| | |
|--|--|
| <p>korištenje prirodnih resursa i očuvanje okoliša, uz razvoj specifičnih programa za eko-turiste.</p> <p><u>Kulturni resursi:</u></p> <p>Razvoj kulturnog turizma - uključivanje kulturnih znamenitosti, festivala i lokalne umjetnosti u turističku ponudu može privući specifičnu publiku zainteresiranu za kulturna iskustva</p> <p>Obnova i modernizacija povijesnih objekata može povećati njihovu atraktivnost i doprinijeti turističkoj vrijednosti regije.</p> <p><u>Ljudski resursi:</u></p> <p>Programi edukacije i obuke za lokalne turističke djelatnike - edukacija i usavršavanje zaposlenika u turizmu mogu poboljšati kvalitetu usluga i zadovoljstvo posjetitelja</p> <p>Povećanje broja zaposlenih kroz turizam - razvoj turizma može stvoriti nova radna mjesta, posebno za mlade ljude, što bi moglo utjecati na smanjenje iseljavanja iz regije.</p> <p><u>Infrastrukturni resursi:</u></p> <p>Razvoj tematskih staza i ruta: Postavljanje tematskih staza (npr. vinski, kulturni, povijesni putevi) može privući raznolike profile turista.</p> | <p>poljoprivredu, što su ključni resursi za enogastronomski turizam.</p> <p>Prenapučenost i narušavanje okoliša - s obzirom na popularnost prirodnog turizma, masovni turizam može dovesti do degradacije prirodnih resursa i uništavanja krajolika, što bi smanjilo privlačnost destinacije za posjetitelje koji traže autentična i očuvana područja</p> <p>Ovisnost o osjetljivim ekosustavima - korištenje prirodnih područja za turističke aktivnosti, bez odgovarajuće kontrole i očuvanja, može rezultirati oštećenjem ekosustava, što bi dugoročno narušilo temelje za eko i rekreativni turizam.</p> <p><u>Kulturni resursi</u></p> <p>Gubitak autentičnosti lokalne kulture -prekomjerna komercijalizacija kulturnih običaja, događanja i lokalne baštine zbog turizma može dovesti do gubitka autentičnosti, što bi umanjilo vrijednost kulturnog turizma</p> <p>Prirodni utjecaji i povećan broj posjetitelja mogu dovesti do propadanja povijesnih i kulturnih objekata, a nedovoljno ulaganje u obnovu tih objekata moglo bi dodatno ugroziti njihovu dugovječnost.</p> <p>Smanjen interes lokalnog stanovništva - ako turizam ne uključuje i koristi lokalnoj zajednici, može doći do otpora lokalnog stanovništva prema razvoju turizma, čime bi se ugrozila i održivost turističkih aktivnosti</p> <p><u>Ljudski resursi</u> - iseljavanje mladih ljudi iz destinacije smanjuje dostupnost radne snage za turistički sektor, što može utjecati na kvalitetu usluga i otežati daljnji razvoj turizma.</p> <p>Nedostatak stručnih turističkih djelatnika: Nedovoljno obrazovanih ili obučeni kadrova za specijalizirane oblike turizma, poput ekoturizma ili kulturnog turizma, može dovesti do lošije organizacije i smanjenog zadovoljstva posjetitelja.</p> <p>Povećan trošak zapošljavanja sezonskih radnika - ako turizam ne može osigurati cjelogodišnju zaposlenost, potreba za sezonskim radnicima može povećati troškove poslovanja u turizmu i smanjiti mogućnost razvoja stabilnog turističkog sektora</p> <p><u>Infrastrukturni resursi</u> - nedostatak smještajnih</p> |
|--|--|

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>objekata, ugostiteljskih objekata i prometne infrastrukture smanjuje privlačnost destinacije i ograničava broj posjetitelja koje regija može primiti.</p> <p>Nedovoljna digitalna povezanost i loša mobilna pokrivenost u području destinacije mogu umanjiti dostupnost informacija i otežati turistima planiranje i navigaciju, što posebno utječe na mlađe posjetitelje</p> <p>Nedostatak lokalnih investicija u infrastrukturu može stvoriti ovisnost o vanjskim financiranjima i EU fondovima, a u slučaju pada takvih izvora destinacija može ostati bez sredstava za daljnji razvoj</p> |
|--|--|--|

Tablica 22. Swot analiza javne turističke infrastrukture destinacije

| JAVNA TUR. INFRASTRUKTURA | PREDNOSTI | SLABOSTI |
|---------------------------|---|--|
| | <p>infrastruktura omogućava lak pristup prirodnim atrakcijama, vinogradima i planinarskim rutama, što je atraktivno za ljubitelje prirode i aktivnog turizma.</p> <p>povezanost destinacije s kulturnim točkama poput povijesnog grada Varaždina i lokalnih sela, što povećava privlačnost područja</p> <p>označene biciklističke i pješačke staze povećavaju dostupnost i potiču posjetitelje na istraživanje regije na održiv način, što doprinosi atraktivnosti destinacije i duljem zadržavanju posjetitelja</p> <p>blizina važnih prometnih čvorišta - povezanost s gradovima poput Varaždina i Zagreba omogućava brzi dolazak posjetitelja iz urbanih</p> | <p>nedostatak raznolikog smještaja, od hotela do kampova, smanjuje kapacitet destinacije za prijem većeg broja turista i može ograničiti duljinu njihovog boravka</p> <p>ograničeni kapacitet ugostiteljskih objekata mogu smanjiti kvalitetu i raznolikost iskustva posjetitelja</p> <p>nedostatak pouzdane internetske veze može ograničiti digitalni marketing i negativno utjecati na iskustvo turista koji se oslanjaju na online informacije i navigaciju</p> <p>nedostatak učinkovitog javnog prijevoza unutar destinacije može smanjiti pristupačnost turističkih atrakcija, posebno za posjetitelje koji nemaju vlastiti prijevoz</p> |

| | | |
|--|--|--|
| | <p>područja, čineći destinaciju dostupnijom za domaće i međunarodne turiste.</p> | |
| | <p>PRILIKE</p> <p>modernizacija biciklističkih staza, razvoj smještajnih kapaciteta prilagođenih specifičnim oblicima turizma, te unapređenje digitalne infrastrukture</p> <p>uređenje informativnih centara, javnih parkirališta, vidikovaca i drugih sadržaja koji bi unaprijedili ponudu.</p> <p>e-biciklistički sustavi i solarni izvori energije za turističke objekte mogu doprinijeti razvoju ekološki prihvatljivih turističkih usluga, što bi privuklo sve veći broj eko-turista</p> <p>razvoj pješačkih i planinarskih mreža staza uz minimalan utjecaj na prirodu može povećati atraktivnost destinacije za turiste zainteresirane za prirodu i rekreaciju</p> <p>razvoj online platformi za promociju koje bi omogućile bi bolju dostupnost informacija i interaktivne sadržaje, poput virtualnih vodiča i digitalnih mapa</p> <p>pametni informacijski kiosci - postavljanje digitalnih informacijskih točaka na ključnim mjestima olakšalo bi turistima dobivanje informacija o atrakcijama, lokalnim</p> | <p>PRIJETNJE</p> <p>održavanje infrastrukture može biti financijski zahtjevno, a bez stabilnih izvora sredstava mogu se pojaviti problemi u održavanju postojećih turističkih objekata</p> <p>povećanje prometa u sezoni može dovesti do zagađenja, opterećenja prometnica i smanjenja kvalitete zraka, što bi smanjilo privlačnost destinacije.</p> <p>ako se ne uvedu mjere zaštite, porast broja posjetitelja može dovesti do narušavanja prirodnog okoliša, posebno na popularnim rutama i u zaštićenim područjima</p> <p>slaba prisutnost kvalificiranih turističkih stručnjaka može smanjiti kvalitetu usluga koje zahtijevaju specijalizirana znanja</p> <p>destinacije s boljom turističkom infrastrukturom mogu privući veći broj posjetitelja i predstavljaju konkurenciju, posebno ako nude slične prirodne i kulturne atrakcije</p> <p>promjene u preferencijama turista mogu smanjiti interes za destinaciju</p> |

| | | |
|--|-------------------|--|
| | uslugama i rutama | |
|--|-------------------|--|

Tablica 23. Swot analiza komunalne infrastrukture destinacije

| | | |
|-----------------------------|--|--|
| KOMUNALNA INFRASTRUKTURA | <p>PREDNOSTI</p> <p>dobra dostupnost osnovne komunalne infrastrukture omogućava stabilne uvjete za razvoj turističkih i lokalnih usluga</p> <p>povezanost s glavnim prometnicama omogućava dostupnost destinacije posjetiteljima iz urbanih središta, dok cestovna mreža unutar destinacije osigurava pristup ključnim lokalitetima.</p> <p>područje ima potencijal za primjenu obnovljivih izvora energije (održivost i smanjenje negativnog utjecaja na okoliš)</p> <p>razvijena svijest i dostupnost prostora omogućuju organizaciju reciklaže i ekološkog upravljanja otpadom</p> | <p>SLABOSTI</p> <p>zastarjelost komunalne infrastrukture u nekim dijelovima destinacije (rizik za okoliš i ugrožava higijenske uvjete)</p> <p>manjak ili nedovoljno razvijeni kapaciteti za pročišćavanje voda, mogu dovesti do zagađenja okoliša, posebno uz rast turističkog prometa.</p> <p>nedovoljno postavljenih reciklažnih punktova smanjuje učinkovitost zbrinjavanja i otežava očuvanje okoliša, posebno s povećanjem broja posjetitelja</p> <p>otežan pristup udaljenijim dijelovima destinacije, zbog loše kvalitete lokalnih cesta, može utjecati na sigurnost i smanjiti pristupačnost pojedinim atrakcijama.</p> |
| | <p>PRILIKE</p> <p>povećanje ulaganja u održive tehnologije (implementacija solarnih panela i modernizacija mreža mogu poboljšati energetska neovisnost destinacije i smanjiti troškove za lokalno stanovništvo i turističke djelatnosti)</p> <p>integracija pametnih sustava za upravljanje vodom i energijom: Primjena senzorske tehnologije i</p> | <p>PRIJETNJE</p> <p>visoki troškovi održavanja moderne infrastrukture, posebno za ruralna područja s ograničenim proračunima, čime se povećava rizik od pada kvalitete usluga</p> <p>utjecaj klimatskih promjena, ekstremnih vremenskih prilika mogu negativno utjecati na dostupnost resursa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zagađenje okoliša zbog nepravilnog zbrinjavanja otpada: Ako se sustavi za upravljanje |

| | | |
|--|--|---|
| | <p>pametnih mreža može optimizirati korištenje resursa, smanjiti gubitke i povećati učinkovitost</p> <p>potencijal za ekološko zbrinjavanje otpada (kompostiranje i recikliranje organskih materijala)</p> <p>poticanje lokalne zajednice na održivo upravljanje resursima:</p> <p>edukacija stanovništva o održivom zbrinjavanju otpada:</p> <p>suradnja lokalne zajednice, javnog sektora i privatnih investitora može ubrzati razvoj komunalne infrastrukture i poboljšati kvalitetu života u destinaciji</p> | <p>otpadom ne unaprijede, postoji rizik da neodgovorno zbrinjavanje otpada dovede do zagađenja prirodnog okoliša i negativno utječe na atraktivnost destinacije.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Demografski i tržišni rizici: <ul style="list-style-type: none"> • Odljev stanovništva: Smanjenje broja mladih i radno sposobnih osoba u ruralnim dijelovima može smanjiti dostupnost radne snage za održavanje i razvoj komunalne infrastrukture. • Povećani zahtjevi turista: S rastom turizma raste i potreba za komunalnim uslugama, što može dovesti do preopterećenja infrastrukture ako se kapaciteti ne prilagode na vrijeme. |
|--|--|---|

Tablica 24. Swot analiza prometne infrastrukture destinacije

| PROMETNA INFRASTRUKTURA | PREDNOSTI | SLABOSTI |
|-------------------------|---|---|
| | <p>blizina glavnih prometnih pravaca i urbanih središta omogućuje dobar pristup destinaciji te potiče jednodnevne izlete i turizam vikendom</p> <p>blizina granice s drugim državama omogućuje lak pristup međunarodnim posjetiteljima (Mađarska, Slovenija)</p> <p>razvijene i označene biciklističke i pješačke staze, čine destinaciju primamljivom za ljubitelje aktivnog turizma</p> <p>održavanje prometne signalizacije i dodatna ulaganja u sigurnosne mjere povećavaju</p> | <p>neusklađenost voznog reda s potrebama turista: Javni prijevoz često nema fleksibilne vozne redove koji bi odgovarali posjetiteljima, posebno tijekom vikenda i turističke sezone.</p> <p>ograničeni kapaciteti parkirališta</p> <p>nedovoljno informativnih znakova za posjetitelje smanjuje jednostavnost orijentacije i može otežati pronalazak atrakcija.</p> |

| | | |
|--|--|--|
| | sigurnost lokalnih i turističkih korisnika prometne infrastrukture | |
| | <p>PRILIKE</p> <p>poboljšanje lokalnih prometnica</p> <p>razvoj pametnih prometnih rješenja (sustavi za kontrolu prometa)</p> <p>električni bicikli i punionice za e-vozila</p> <p>promicanje održivih oblika prijevoza</p> <p>edukativne kampanje za sigurno kretanje biciklističkim i pješačkim stazama može poboljšati sigurnost i povećati atraktivnost destinacije za ljubitelje biciklizma i pješačenja.</p> | <p>PRIJETNJE</p> <p>rastući troškovi održavanja: Troškovi redovitog održavanja i sanacije prometnica mogu nadmašiti kapacitete lokalnih proračuna, što bi moglo smanjiti kvalitetu infrastrukture</p> <p>opasnost od prekomjerne urbanizacije, razvoja i širenja prometnica, što može utjecati na prirodnu ljepotu i autentičnost destinacije</p> <p>povećana konkurencija drugih turističkih destinacija s boljom prometnom infrastrukturom</p> |

Tablica 25. Swot analiza digitalne pristupačnosti destinacije

| DIGITALNA PRISTUPAČNOST | PREDNOSTI | SLABOSTI |
|-------------------------|---|---|
| | <p>prisutnost na društvenim mrežama</p> <p>web stranice i osnovne informacije</p> <p>digitalni vodiči i interaktivne karte olakšavaju snalaženje po destinaciji</p> <p>QR kodovi kod atrakcija i značajnih točaka omogućava</p> | <p>slabija internet pokrivenost u pojedinim ruralnim dijelovima Varaždinskih brega, što otežava korištenje mobilnih aplikacija i digitalnih vodiča te može frustrirati posjetitelje</p> <p>nedovoljno razvijeni digitalni sadržaji poput virtualnih tura, proširene stvarnosti ili personaliziranih vodiča mogu ograničiti interaktivnost i privlačnost destinacije</p> <p>nedostatak jedinstvene digitalne platforme</p> |

| | | |
|--|---|--|
| | <p>turistima jednostavan pristup informacijama o povijesti, kulturi i prirodi, poboljšavajući korisničko iskustvo</p> <p>mogućnost rezervacije smještaja putem online platformi omogućuje posjetiteljima jednostavnije i sigurnije planiranje dolaska, što je ključno za atraktivnost destinacije.</p> | <p>za područje županije</p> <p>nedostupnost sadržaja za osobe s invaliditetom, čime se smanjuje pristupačnost destinacije za sve posjetitelje</p> |
| | <p>PRILIKE</p> <p>uvođenje mobilne aplikacije koja objedinjuje sve ključne informacije o destinaciji i nudi interaktivne sadržaje može povećati privlačnost destinacije</p> <p>virtualne ture i proširena stvarnost</p> <p>suradnja s lokalnim smještajnim i ugostiteljskim objektima kroz digitalne platforme čime se potiče promocija i povećava vidljivost lokalnih poduzetnika</p> <p>promocija kulturnih događanja i manifestacija putem digitalnih kanala</p> <p>mogućnost povlačenja sredstava za digitalne projekte</p> <p>programi edukacije lokalnog stanovništva može unaprijediti kvalitetu i dostupnost digitalnih turističkih usluga</p> | <p>PRIJETNJE</p> <p>tehnološko zaostajanje, ako se digitalna infrastruktura destinacije ne modernizira na vrijeme</p> <p>promjena navika korisnika mogu zahtijevati stalna prilagođavanja i ažuriranja digitalne prisutnosti.</p> <p>povećani sigurnosni rizici i zaštita privatnosti što je posebno važno s obzirom na korištenje digitalnih alata i prikupljanje osobnih podataka.</p> <p>destinacije koje su naprednije u digitalnom turizmu mogu privući veći broj posjetitelja zbog većeg izbora digitalnih sadržaja i dostupnosti naprednih usluga</p> <p>destinacije s inovativnim digitalnim sadržajima i aplikacijama lakše privlače međunarodne turiste, što može umanjiti konkurentnost Varaždinskih brega ako se digitalna prisutnost ne poboljša</p> |

Tablica 26. Swot analiza o pristupačnosti destinacije osobama s posebnim potrebama

| | | |
|---------------|-----------|----------|
| PRISTUPAČNOST | PREDNOSTI | SLABOSTI |
|---------------|-----------|----------|

| | | |
|---|---|--|
| <p>DESTINACIJE OSOBAMA S POSEBNIM POTREBAMA</p> | <p>postojanje osnovne infrastrukture prilagođene osobama s invaliditetom</p> <p>(dio javnih prostora i turističkih objekata već ima osnovne prilagodbe kao što su rampe, prilagođeni toaleti i široki hodnici, što olakšava pristup osobama s tjelesnim poteškoćama)</p> <p>blizina medicinskih ustanova</p> <p>pristup prirodnim atrakcijama i manjim turističkim mjestima:</p> <p>lokalna zajednica često pokazuje podršku inkluziji i razumijevanje važnosti dostupnosti turističkih sadržaja osobama s posebnim potrebama</p> | <p>nedostatak specijaliziranih smještajnih objekata: većina smještajnih kapaciteta nema prilagodbe za osobe s invaliditetom, što otežava boravak i smanjuje privlačnost destinacije za ovu grupu posjetitelja.</p> <p>manjak parkirališta za osobe s invaliditetom</p> <p>ograničeni pristup prirodnim i kulturnim atrakcijama:</p> <p>nedostatak digitalnih i taktilnih pomagala:</p> |
| | <p>PRILIKE</p> <p>ulaganja u povećanje kapaciteta prilagođenih smještajnih objekata</p> <p>povećanje svijesti i edukacija pružatelja usluga o inkluzivnom turizmu i specifičnim potrebama osoba s invaliditetom</p> <p>razvoj digitalnih vodiča i prilagodba informacija (primjerice, audiovodiča ili aplikacija sa sadržajima na znakovnom jeziku)</p> <p>promocija destinacije kao inkluzivne destinacije:</p> <p>razvoj pristupačnih manifestacija i događanja prilagođenih osobama s</p> | <p>PRIJETNJE</p> <p>visoki troškovi prilagodbe</p> <p>konkurencija drugih pristupačnih destinacija</p> <p>odljev posjetitelja prema destinacijama s boljom prilagodbom</p> |

| | | |
|--|---------------|--|
| | invaliditetom | |
|--|---------------|--|

Tablica 27. Swot analiza o dostupnosti javnih usluga i servisa

| | | |
|---|---|---|
| DOSTUPNOST JAVNIH USLUGA I SERVISA | PREDNOSTI | SLABOSTI |
| | <p>blizina većih zdravstvenih ustanova u Varaždinu pružaju osnovne usluge potrebne lokalnom stanovništvu i turistima u hitnim situacijama</p> <p>informativne točke u sklopu centra destinacije omogućuju turistima lakše snalaženje i pristup ključnim informacijama o smještaju, atrakcijama i događanjima</p> <p>lokalna podrška i suradnja s institucijama i udrugama (podrška tur. inicijativama, dostupnost specifičnih turističkih usluga)</p> <p>pozitivna interakcija sa stanovništvom (jačanje veza između stanovnika i turista.</p> <p>blizina većih centara s kvalitetnim javnim uslugama</p> | <p>nedostatna povezanost i učestalost linija</p> <p>neusklađenost s potrebama turista</p> <p>manjak kulturnih objekata: ograničena dostupnost kulturnih ustanova, što smanjuje mogućnosti dodatnih aktivnosti za posjetitelje (etno kuća, muzej, kulturni centar)</p> <p>nedostatak socijalnih usluga prilagođenih osobama s posebnim potrebama</p> <p>nedostatak digitalne integracije javnih usluga (mobilne aplikacije za raspored javnog prijevoza ili online karata)</p> |
| | PRILIKE | PRIJETNJE |
| | <p>unaprjeđenje infrastrukture i proširenje javnih usluga kroz fondove (EU, HTZ, Ministarstvo turizma i sporta)</p> <p>razvoj javnog prijevoza i alternativnih opcija (proširenje</p> | <p>ovisnost o vanjskim izvorima financiranja</p> <p>visoki troškovi održavanja infrastrukture</p> <p>depopulacija i smanjenje lokalne radne snage</p> <p>intenzivna konkurencija od strane susjednih</p> |

| | | |
|--|--|--------------------------------|
| | <p>linija javnog prijevoza, biciklističke staze ili sustav dijeljenja bicikala)</p> <p>digitalizacija javnih servisa (uvođenje digitalnih vodiča i aplikacija: o radnom vremenu, turističkim atrakcijama i dostupnosti servisa može olakšati turistima pristup informacijama i smanjiti ovisnost o fizičkim informativnim točkama)</p> <p>online sustavi rezervacija i planiranja putovanja: Digitalni sustavi koji omogućuju online rezervacije za turističke ture, javni prijevoz i druge usluge mogu povećati efikasnost i unaprijediti iskustvo posjetitelja.</p> <p>edukacija o važnosti gostoprimstva i poznavanja stranih jezika</p> <p>senzibilizacija prema inkluzivnom turizmu</p> | <p>turističkih destinacija</p> |
|--|--|--------------------------------|

Tablica 28. Swot analiza o karakteristikama ljudskih potencijala destinacije

| LJUDSKI POTENCIJALI | PREDNOSTI | SLABOSTI |
|---------------------|---|--|
| | <p>tradicionalna gostoljubivost lokalnog stanovništva</p> <p>lokalno poznavanje kulturne i prirodne baštine</p> <p>potencijal za razvoj obiteljskog turizma (povezanost obiteljskog</p> | <p>odljev mladih i nedostatak radne snage</p> <p>starenje lokalnog stanovništva</p> <p>nedostatak obrazovanja i stručne obuke u turizmu</p> <p>nedostatak prilika za profesionalni razvoj i usavršavanje</p> |

| | |
|--|-----------|
| naslijeđa i turizma) dostupnost rada u ugostiteljstvu i malim poslovima kvalificirana radna snaga s iskustvom u ugostiteljstvu | |
| PRILIKE | PRIJETNJE |

Tablica 29. Swot analiza o karakteristikama komunikacijskih aktivnosti destinacije

| | | |
|------------------------------|---|---|
| KOMUNIKACIJSKE AKTIVNOSTI | <p>PREDNOSTI</p> <p>razvijena lokalna turistička promocija (suradnja s lokalnim medijima)</p> <p>promocija putem tradicionalnih kanala: plakati, letak, turistički vodiči - promocija među posjetiteljima i lokalnim stanovništvom, osobito među starijom populacijom koja preferira takve oblike informiranja</p> <p>motivacija lokalnih udruga i lokalnog stanovništva:</p> <p>angažiranost lokalne turističke zajednice u podupiranju lokalnih manifestacija kroz komunikacijske aktivnosti</p> <p>suradnja i promocija kroz šire turističke mreže i zajedničke kampanje s destinacijama iz okolice povećava vidljivost destinacije</p> | <p>SLABOSTI</p> <p>nedostatna digitalna prisutnost na pojedinim društvenim mrežama</p> <p>nedovoljno razvijen imidž destinacije</p> <p>nedostatak jedinstvene promocijske strategije na regionalnoj razini</p> |
| | PRILIKE | PRIJETNJE |

| | | |
|--|--|---|
| | <p>povećanje prisutnosti na platformama koje koriste osobito mlađe generacije i međunarodne turiste</p> <p>digitalni marketing i oglašavanje putem specijaliziranih web stranicama radi povećanja vidljivosti</p> <p>suradnja s obrazovnim institucijama, udrugama i lokalnim stanovništvom</p> <p>edukacija lokalnog stanovništva i drugih dionika u turizmu o važnosti turizma u destinaciji</p> <p>zajedničke kampanje s dionicima u turizmu</p> <p>povećanje promocije specijaliziranih turističkih ponuda (avanturistički, wellness, gastro turizam, aktivni odmor)</p> <p>Povećanje promocije lokalnih gastronomskih</p> | <p>konkurencija od strane razvijenijih turističkih destinacija</p> <p>ograničeni financijski resursi za promociju</p> <p>negativni utjecaji loših recenzija i percepcija posjetitelja</p> <p>ovisnost o sezonskim događanjima i rizik da destinacija bude percipirana kao sezonska, umjesto cjelogodišnje destinacije</p> |
|--|--|---|

Tablica 30. Swot analiza konkurencije

| KONKURENCIJA | PREDNOSTI | SLABOSTI |
|--------------|--|---|
| | <p>veća ulaganja u infrastrukturu i promociju</p> <p>prepoznatljiviji i jak brend</p> <p>raznovrsnija ponuda atrakcija</p> | <p>veći troškovi i prenapučenost</p> <p>manjak autentičnosti i lokalne tradicije (veće destinacije često imaju komercijalniju ponudu koja može izgubiti lokalni karakter i zanemariti lokalne resurse)</p> <p>veće destinacije (obalna i planinska)</p> |

| | | |
|--|---|---|
| | razvijenija prometna povezanost | područja), snažno ovise o sezoni, što može značiti smanjenu posjećenost izvan glavne turističke sezone visoki troškovi održavanja tijekom izvansezonskog perioda |
| | <p>PRILIKE</p> <p>širenje ponude prema novim trendovima</p> <p>povećanje online prisutnosti i promocije</p> <p>suradnja s lokalnim i međunarodnim partnerima (zajedničke kampanje i partnerstva s konkurentskim destinacijama)</p> | <p>PRIJETNJE</p> <p>intenzivna konkurencija i brza promjena trendova</p> <p>rizici uslijed degradacija prirodnih i kulturnih resursa</p> <p>rizici uslijed pandemija i klimatskih promjena</p> |

6.2. Identificiranje općih načela i ciljeva turizma

Identificiranje općih načela i ciljeva turizma za destinaciju TZ područja Varaždinski bregi može pomoći u stvaranju dugoročne strategije koja promovira održivost, očuvanje kulturne baštine i prirodnih resursa te potiče ekonomski razvoj. U nastavku su opća načela i ključni ciljevi za razvoj turizma na području destinacije TZ Varaždinski bregi.

Opća načela turizma za TZ područje Varaždinskih brega

Održivost:

- prioritet je zaštita prirodnih resursa i kulturne baštine te poticanje održivih praksi u turističkoj industriji te ostalim gospodarskim granama te aktivnostima dionika u turizmu
- održivi razvoj uključuje smanjenje utjecaja turizma na okoliš, primjenu ekološki prihvatljivih rješenja i educiranje posjetitelja o važnosti očuvanja prirode i lokalne kulture.

Kvaliteta

- pružanje visokokvalitetnih usluga u turizmu, uključujući infrastrukturu, sigurnosne standarde i gostoprimstvo
- poticanje razvoja kvalitetne ponude koja dopunjuje prirodne resurse, kao što su tematske šetnje, biciklističke ture, posjete vinarijama i ruralnim gospodarstvima

- razvoj različitih oblika turizma na kvalitetan način (npr. ekoturizam, kulturni turizam, eno-gastronomski turizam) kako bi se privukli turisti različitih profila i interesa
- visokokvalitetna promocija lokalnih tradicija, običaja i kulturnih atrakcija kako bi se posjetiteljima omogućilo autentično iskustvo i upoznavanje s lokalnim nasljeđem

Pristupačnost

- fokus na osiguranje pristupačnosti i kvalitetnog iskustva za sve posjetitelje, uključujući one s posebnim potrebama

Zadovoljstvo:

- aktivno uključivanje lokalnog stanovništva u razvoj turizma kako bi zajednica imala ekonomske koristi te razvila osjećaj ponosa i odgovornosti za očuvanje destinacije i na taj način bila zadovoljan dio razvoja turizma u destinaciji
- aktivno uključivanje ostalih dionika u turizmu u kreiranje turističke ponude koja će tematski i sadržajno pratiti resursnu osnovu i atrakcije u destinaciji

Sigurnost:

- prometna sigurnost (cestovna infrastruktura, signalizacija i oznake za turiste – osobito na lok. prometnicama i stazama)
- održavanje cesta i pješačkih staza (osobito zimi)
- dostupnost sigurnih opcija javnog prijevoza i organiziranih tura može dodatno poboljšati sigurnost posjetitelja, smanjujući potrebu za individualnim vožnjama po ruralnim cestama
- sigurnost smještajnih kapaciteta i turističkih objekata (sustavi zaštite od požara, sigurnosni izlazi, osiguranje)
- osposobljenost turističkog osoblja za hitne situacije (prva pomoć, protupožarni postupci)
- pristupačnost za osobe s posebnim potrebama
- dostupnost medicinske pomoći (pristup lokalnim zdravstvenim ustanovama i postojanje hitne medicinske pomoći)
- brza reakcija na epidemije
- edukacija i informiranje posjetitelja: Posjetiteljima treba omogućiti pristup informacijama o zdravstvenim uslugama i mjerama za zaštitu zdravlja
- zaštita okoliša i prirodne sigurnosti (održavanje i programi informiranja o sigurnom boravku u prirodi)
- krizni planovi i brza komunikacija za prirodnih nepogoda (poplave, oluje) i njihovo koordinirano provođenje u suradnji s lokalnim vlastima i službama
- uvođenje digitalnih kanala i mobilnih aplikacija za informiranje posjetitelja u stvarnom vremenu o vremenskim uvjetima, zatvorenim stazama ili eventualnim rizicima pomaže u izbjegavanju kriznih situacija
- sigurnost hrane i vode (kontrola kvalitete i provjera zdravstvenih standarda)
- sigurnost u zaštiti osobnih podataka i drugih sigurnosnih prijetnji

Identificiranje ciljeva razvoja turizma za TZ područja Varaždinski bregi

Ekonomski ciljevi:

- povećanje prihoda od turizma- stabilan rast prihoda kroz razvoj raznovrsne turističke ponude koja privlači posjetitelje različitih profila i povećava prosječnu potrošnju po posjetitelju

- poticanje zapošljavanja lokalnog stanovništva u turizmu i povezanim sektorima (ugostiteljstvo, prijevoz, vodičke usluge)
- potpora lokalnim poduzetnicima s posebnim naglaskom na tradicionalne obrte, eno-gastro ponudu i ekoturizam
- razvoj cjelogodišnjih aktivnosti i atrakcija, uključujući kulturne manifestacije, zimski turizam i sezonske festivale, kako bi se smanjila sezonalnost turizma

Kulturološki ciljevi

- očuvanje i promocija kulturne baštine kroz organizaciju manifestacija i edukativnih tura
- podizanje svijesti o lokalnoj kulturi te promoviranje lokalne kulture i umjetnosti
- podrška kulturnim manifestacijama poput festivala, sajмова, umjetničkih kolonija i glazbenih manifestacija
- edukacija lokalnog stanovništva o važnosti kulture u turizmu s ciljem stvaranja pozitivnog odnosa prema turistima i očuvanja kulturnih resursa

Ekološki ciljevi

- očuvanje prirodnih resursa i krajobraza kroz primjenu ekoloških praksi kako bi se očuvala prirodna ljepota destinacije i smanjio utjecaj turizma na okoliš
- razvoj ekoturizma: promocija prirodnih ljepota destinacije kroz aktivnosti poput planinarenja, biciklizma i promatranja flore i faune, koje su usklađene s načelima održivog turizma
- primjena ekoloških standarda u turističkim objektima te poticanje na recikliranje, korištenje obnovljivih izvora energije i smanjenje potrošnje plastike
- edukacija posjetitelja o važnosti zaštite okoliša: kampanje kojima se potiče odgovorno ponašanje prema prirodi među turistima i lokalnim stanovništvom

Socijalni ciljevi

- poboljšanje kvalitete života lokalne zajednice
- poticanje stanovništva da sudjeluje u razvoju turizma kao vodiči, obrtnici, vlasnici smještaja i organizatori događanja, čime se stvara osjećaj pripadnosti i uključenosti
- unaprjeđenje društvenih objekata i prostora (igrališta, trgova i sl.) koje koriste i lokalni stanovnici i posjetitelji, s ciljem povećanja kvalitete zajedničkog prostora
- osiguravanje dostupnosti svih turističkih atrakcija, smještajnih kapaciteta i infrastrukture za osobe s invaliditetom, starije posjetitelje i obitelji s malom djecom

Infrastrukturni ciljevi

- unaprjeđenje prometne infrastrukture: poboljšanje cestovnih veza, postavljanjem prometnih znakova i povećanjem dostupnosti javnog prijevoza, uključujući i ekološki prihvatljive oblike prijevoza
- poticanje razvoja održivih smještajnih kapaciteta
- unaprjeđenje digitalne mreže i internetske infrastrukture u cilju lakšeg pristupa informacijama za posjetitelje (npr. turističke aplikacije, digitalni vodiči) te pružanja sigurnosti i povezanosti
- razvoj i unaprjeđenje biciklističkih i pješačkih staza, parkova i rekreativnih prostora za sportske aktivnosti u prirodi, čime se povećava atraktivnost destinacije

6.3. Oblikovanje strateškog pravca i prioriteta

Strateško oblikovanje pravca i prioriteta razvoja turizma za destinaciju TZ Varaždinski bregi zahtijeva usmjerenje na održivi rast, očuvanje autentičnosti i podizanje kvalitete turističkog iskustva. Uspješan razvoj

temelji se na aktivnoj uključenosti lokalne zajednice, očuvanju prirodnih i kulturnih resursa te prilagođavanju ponude rastućim očekivanjima posjetitelja.

6.3.1. Strateški pravci razvoja turizma

1. Održivi razvoj kao temelj turističke strategije
 - fokus na ekoturizam, aktivni turizam i kulturni turizam koji minimiziraju utjecaj na okoliš
 - razvoj planova i kapaciteta za eko-certificiranje smještajnih objekata, lokalnih proizvoda i atrakcija
 - suradnja s dionicima iz lokalnih sredina te o važnosti resursa te njihov smještaj u turistički kontekst zaštite
2. Diversifikacija turističke ponude
 - razvoj raznovrsnih turističkih proizvoda (aktivni turizam, eno-gastro, kulturni turizam) kako bi se privukli turisti različitih profila i produžila sezona
 - stvaranje ponude za različite oblike turizma koji konzumiraju različite skupine turista (obiteljski turizam, avanturistički turizam te sadržaji koji će zadovoljiti potrebe domaćih i međunarodnih posjetitelja)
3. Povećanje konkurentnosti i prepoznatljivosti destinacije
 - jačanje jedinstvenog brenda destinacije TZ Varaždinski bregi koji ističe autentičnost destinacije
 - provedba ciljanih marketinških kampanja, usmjerenih na ključna tržišta i segmente kao što su ljubitelji prirode, obitelji i turisti s interesom za kulturno-povijesne znamenitosti
 - aktivna promocija na digitalnim platformama, društvenim mrežama
4. Infrastrukturni razvoj i digitalizacija destinacije
 - unaprjeđenje prometne i komunalne infrastrukture kako bi se olakšao pristup i mobilnost unutar destinacije.
 - razvoj digitalne infrastrukture kroz instalaciju aplikacija za turističke informacije te digitalnih vodiča i karata
 - poticanje lokalnih poduzetnika na digitalizaciju usluga i povezivanje s turističkim platformama za online rezervacije i plaćanja
5. Razvoj ljudskih resursa i uključivanje lokalne zajednice
 - organizacija edukacija i stručnih obuka za rad u turizmu s naglaskom na gostoljubivost, vođenje tura i strane jezike
 - aktivno uključivanje lokalne zajednice u oblikovanje turističkih proizvoda i manifestacija kako bi se osigurao autentičan i angažiran pristup turizmu

6.3.2. Prioriteti razvoja turizma

1. Održivi turizam i zaštita okoliša
 - provedba mjera za smanjenje utjecaja turizma na prirodne resurse kroz regulaciju otpada, energetske učinkovite smještajne kapacitete i očuvanje lokalne flore i faune.
 - promicanje odgovornog ponašanja među posjetiteljima, uz naglasak na očuvanje okoliša i poštovanje prema prirodi.
2. Inovativni turistički proizvodi i kulturna ponuda
 - razvoj tematskih tura koje uključuju prirodne atrakcije, nematerijalno naslijeđe, kulturne spomenike, vinske rute i gastronomske manifestacije
 - organizacija novih kulturnih manifestacija i festivala koji će doprinijeti očuvanju i promociji lokalne baštine te omogućiti posjetiteljima autentičan doživljaj destinacije
3. Podizanje kvalitete smještajnih i ugostiteljskih kapaciteta
 - poticanje ulaganja u adaptaciju i modernizaciju smještajnih objekata prema standardima održivosti i visokokvalitetne usluge.

- poticanje certificiranja objekata, usluga i proizvoda prema definiranim standardima
- 4. Digitalna transformacija i pristupačnost informacija
 - razvoj mreže informativnih punktova koji će posjetiteljima pružati brzi pristup informacijama o atrakcijama, smještajima i događanjima u stvarnom vremenu
 - uvođenje turističkih aplikacija i online vodiča s lokalnim sadržajima, virtualnim turama i personaliziranim informacijama koje odgovaraju interesima posjetitelja
- 5. Poticanje investiranja i partnerstva
 - poticanje partnerstava u projektima koji podržavaju održivost i inovaciju
 - poticanje partnerstava s lokalnim poduzetnicima, obrazovnim institucijama i udrugama kako bi se stvorila sinergija i osigurao kontinuirani razvoj destinacije

6.4. Identificiranje ciljeva

Razvojni smjer i ciljevi razvoja destinacije definirani su aktima strateškog planiranja. Svaka JLS obuhvaćena destinacijom TZ područja Varaždinski bregi ima svoje specifične ciljeve koji su povezani sa strateškim prioritetima te se odnose na jasne rezultate.

6.5. Mjere i aktivnosti

Razvojni smjer turističke destinacije obuhvaća strateško planiranje s ciljem unapređenja konkurentnosti, održivosti i atraktivnosti destinacije. Uspješan razvojni smjer uključuje nekoliko ključnih elemenata: održivi razvoj, poboljšanje infrastrukture, učinkoviti marketing, obrazovanje i usavršavanje kadrova te suradnju s lokalnom zajednicom.

Održivi razvoj

Cilj: Postizanje ravnoteže između turističkog razvoja i očuvanja prirodnih i kulturnih resursa.

- Mjere:
 - implementacija ekoloških standarda u turizmu.
 - razvoj zelenih turističkih proizvoda i usluga.
 - edukacija posjetitelja i lokalne zajednice o važnosti održivosti.
- Aktivnosti:
 - organizacija ekoloških radionica i kampanja.
 - promocija biciklističkih i pješačkih staza.
 - poticaji za korištenje obnovljivih izvora energije u turističkim objektima.

Poboljšanje infrastrukture

Cilj: Osigurati kvalitetnu i pristupačnu infrastrukturu koja zadovoljava potrebe turista i lokalnog stanovništva.

- Mjere:
 - modernizacija prometne infrastrukture.
 - razvoj smještajnih kapaciteta.
 - poboljšanje komunalne infrastrukture.
- Aktivnosti:
 - izgradnja novih i obnova postojećih prometnica.
 - ulaganje u hotelske i druge smještajne objekte.

- razvoj infrastrukture za sport i rekreaciju.
- učinkoviti marketing i promocija

Cilj: Povećati vidljivost i atraktivnost destinacije na domaćem i međunarodnom tržištu.

- **Mjere:**
 - kreiranje prepoznatljivog brenda destinacije.
 - korištenje digitalnih kanala za promociju.
 - organizacija promotivnih događanja.
- **Aktivnosti:**
 - izrada promotivnih materijala (brošure, video sadržaji).
 - aktivno vođenje društvenih mreža i web stranice destinacije.
 - sudjelovanje na turističkim sajmovima i manifestacijama.

Edukacija i usavršavanje kadrova

Cilj: Osigurati visokokvalificirano osoblje koje može pružiti vrhunsku uslugu turistima.

- **Mjere:**
 - uvođenje programa stalnog usavršavanja.
 - poticaji za učenje stranih jezika.
 - suradnja s obrazovnim institucijama.
- **Aktivnosti:**
 - organizacija tečajeva i seminara za turističke radnike.
 - stipendiranje studenata u području turizma.
 - sudjelovanje u programima razmjene znanja i iskustava.

Suradnja s lokalnom zajednicom

Cilj: Uključiti lokalnu zajednicu u turistički razvoj i osigurati da koristi od turizma ostaju u lokalnoj ekonomiji.

- **Mjere:**
 - aktivno uključivanje lokalnog stanovništva u planiranje i provedbu turističkih projekata.
 - promocija lokalne kulture i tradicije.
 - poticanje lokalnog poduzetništva.
- **Aktivnosti:**
 - organizacija sajmova lokalnih proizvoda.
 - razvoj seoskog i kulturnog turizma.
 - uspostava lokalnih turističkih udruga i odbora.

Marketing i promocija

Cilj: Povećati prepoznatljivost destinacije na domaćem i međunarodnom tržištu.

- **Mjere:**
 - razviti brendiranje destinacije koje odražava njene jedinstvene karakteristike.
 - povećati prisutnost na društvenim mrežama i digitalnim platformama.
 - sudjelovati na međunarodnim turističkim sajmovima.
- **Aktivnosti:**
 - kreirati promotivne video materijale i foto galerije.
 - organizirati press ture za novinare i influencere.

- ponuditi posebne promotivne pakete za različite ciljne skupine (obitelji, parovi, avanturisti).

Razvojni smjer turističke destinacije mora biti pažljivo planiran i usmjeren na održivost, kvalitetu usluge i uključivanje lokalne zajednice. Implementacija navedenih mjera i aktivnosti omogućit će razvoj konkurentne i atraktivne turističke destinacije koja privlači posjetitelje i doprinosi lokalnom razvoju.

7. Smjernice i preporuke za dionike razvoja

7.1. Smjernice i preporuke za jedinice lokalne samouprave

Opći smjer razvoja

- **strateško planiranje:** razviti dugoročne strategije razvoja koje uključuju ekonomsku, socijalnu i ekološku održivost. Primjerice, usvojiti strateški plan razvoja s fokusom na održivi razvoj, klimatsku otpornost, digitalizaciju i inovacije
- **transparentno odlučivanje:** uključiti lokalnu zajednicu i stručnjake u procese donošenja odluka kroz javne rasprave, ankete i radne skupine
- **digitalizacija usluga:** povećati dostupnost digitalnih usluga, olakšati pristup informacijama, te smanjiti administrativne barijere

Razvoj prometne infrastrukture

- **održivi promet:** promicati korištenje javnog prijevoza, biciklističkih i pješačkih staza kako bi se smanjilo zagađenje zraka i prometne gužve. Razmotriti uvođenje električnih autobusa i e-vozila za javni prijevoz.
- **sigurnost u prometu:** poboljšati prometnu sigurnost kroz postavljanje kamera, pojačavanje kontrole brzine, te prilagođavanje prometa potrebama pješaka, posebno u blizini škola, vrtića i sportskih objekata.
- **„pametni gradovi“:** uvesti tehnologije pametnog prometa, poput senzora za parking, optimizacije prometa u realnom vremenu i pametne rasvjete, čime se doprinosi sigurnijem i ekološki prihvatljivijem prometu.

Komunalna infrastruktura

- **održavanje i modernizacija infrastrukture:** redovito obnavljati i modernizirati vodovodne, kanalizacijske i energetske mreže kako bi se smanjili gubici i poboljšala energetska učinkovitost
- **upravljanje otpadom:** razviti efikasan sustav razvrstavanja i reciklaže otpada, uvesti “pametne kontejnere” i poticati građane na pravilno odvajanje otpada
- **zelene površine:** povećati broj zelenih površina i urbanih parkova, te razvijati zelenu infrastrukturu poput zelenih krovova i vertikalnih vrtova. To doprinosi boljoj kvaliteti zraka, smanjenju urbanih vrućina i poboljšanju mentalnog zdravlja građana.

Upravljanje kulturnom baštinom

- **zaštita i valorizacija baštine:** mapirati kulturnu baštinu te izraditi plan zaštite i revitalizacije kulturno-povijesnih lokaliteta. Osigurati da projekti obnove u potpunosti poštuju originalnu arhitekturu i povijesnu vrijednost

- **kulturni turizam:** razvijati kulturni turizam u suradnji s lokalnim zajednicama, potičući aktivnosti poput povijesnih ture, radionice rukotvorina i lokalnih festivala. Time se doprinosi ekonomskom razvoju i očuvanju kulturnih vrijednosti.
- **digitalizacija kulturne baštine:** digitalizirati muzejske zbirke, dokumente i umjetničke radove kako bi bili dostupni online te kreirati virtualne ture

Umjetnički i sportski objekti

- **unapređenje sportske infrastrukture:** ulagati u obnovu postojećih i gradnju novih sportskih objekata, vodeći računa o energetske učinkovitosti, održivim materijalima i pristupačnosti za sve građane.
- **kulturni i umjetnički centri:** podržavati lokalne umjetnike, organizirati kulturne događaje i poticati kreativne industrije kroz osnivanje kulturnih centara, galerija i prostora za zajednički rad.
- **sportski programi za sve dobne skupine:** razviti sportske programe koji su prilagođeni svim dobima i potrebama, te promicati zdrav način života kroz besplatne rekreativne aktivnosti i sportske radionice.

Financiranje i održivost projekata

- **povećanje dostupnosti fondova:** prijavljivati se na europske fondove i nacionalne programe koji omogućuju financiranje infrastrukturnih i kulturnih projekata.
- **javno-privatna partnerstva:** poticati javno-privatna partnerstva za realizaciju projekata koji imaju pozitivan utjecaj na lokalnu zajednicu, poput obnovljivih izvora energije, održivog turizma i digitalnih usluga.
- **mjerenje utjecaja projekata:** pratiti uspješnost projekata kroz mjerne pokazatelje (npr. zadovoljstvo građana, ekološki učinci) kako bi se prilagodili planovi za budućnost.

7.2. Smjernice i preporuke za turističke zajednice

Donošenjem ZOT-a i pripadajućih pravilnika, turističke zajednice su dobile novu ključnu ulogu u reformi turizma. S obzirom da su iste u obvezi provođenja novih poslova, potrebno je da su sva tijela turističke zajednice te zaposlenici upoznati i stručno educirani za provođenje zakonskih i podzakonskih akata.

Stoga će Ministarstvo turizma i sporta putem edukacija, seminara, terenskog rada omogućiti svim turističkim zajednicama sudjelovanje i osposobljavanje za implementaciju navedenih propisa.

Također, Ministarstvo turizma i sporta razvija IT sustave za upravljanje turizmom, uključujući aplikativno rješenje za upravljanje destinacijama, kao i aplikativno rješenje za upravljanje turističkim tokovima, koji će biti podrška turističkim zajednicama u održivom upravljanju destinacijom. Koristit će ga lokalne i regionalne samouprave, a intencija je i uspostava sustava

i e-usluga koji će potaknuti digitalnu transformaciju u smjeru razvoja pametne destinacije.

7.3. Smjernice i preporuke za druge dionike u turizmu i upravljanju turizmom u destinaciji

Za razvoj ili unaprjeđenje turističke destinacije u skladu s definiranim ciljevima i razvojnim smjerom, potrebno je postaviti smjernice i preporuke koje će voditi dionike u sustavu turizma i upravljanja turizmom. Ove smjernice obuhvaćaju različite aspekte od održivosti do marketinga, infrastrukture i obrazovanja.

Održivi turizam

- Smjernice:
 - uvesti ekološke certifikate za smještajne kapacitete.
 - promovirati turizam s niskim utjecajem na okoliš.
- Preporuke:
 - suradnja s lokalnim ekološkim udrugama.
 - organizacija ekoloških radionica za turiste i lokalno stanovništvo.

Poboljšanje infrastrukture

- Smjernice:
 - investirati u obnovu i modernizaciju prometne i turističke infrastrukture.
 - osigurati pristupačnost za osobe s invaliditetom.
- Preporuke:
 - uključiti lokalnu zajednicu u planiranje infrastrukture.
 - redovito održavanje i praćenje kvalitete infrastrukture.

Marketing i promocija

- Smjernice:
 - razviti jedinstveni brend destinacije.
 - korištenje digitalnih kanala za promociju.
- Preporuke:
 - aktivno vođenje društvenih mreža i web stranice.
 - sudjelovanje na međunarodnim turističkim sajmovima i događanjima.

Edukacija i usavršavanje kadrova

- Smjernice:
 - kontinuirana edukacija turističkih radnika.
 - poticanje učenja stranih jezika.
- Preporuke:
 - organizacija tečajeva i seminara.
 - suradnja s obrazovnim institucijama za razvoj specijaliziranih programa.

Suradnja s lokalnom zajednicom

- Smjernice:
 - uključiti lokalnu zajednicu u razvojne projekte.
 - promocija lokalnih proizvoda i kulture.
- Preporuke:
 - organizacija sajmova lokalnih proizvoda.
 - razvoj programa koji povezuju turizam i lokalnu zajednicu.

Zaključak

Ove smjernice i preporuke za dionike u sustavu turizma i upravljanja turizmom imaju za cilj poticanje održivog razvoja, zaštitu okoliša i lokalnih zajednica, te stvaranje kvalitetnih i konkurentnih turističkih proizvoda. Uspjeh u turizmu zahtijeva koordiniranu suradnju svih dionika, uz poštivanje principa održivosti i odgovornog poslovanja.

7. Popis projekta

Popis projekata sadrži projekte koji pridonose provedbi mjera potrebnih za ostvarenje razvojnog smjera i pokazatelja održivosti na razini destinacije od kojih su neki projekti od posebnog značaja za razvoj destinacije, u skladu s čl. 15 Pravilnika o metodologiji izrade Plana upravljanja destinacijom,

7.1. Popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti na razini destinacije

7.1.1. Modernizacija javne rasvjete Općine Gornji Kneginec - 1. faza

Opis predmeta i svrhe projekta:

U sklopu predmetnog projekta planira se postojeći sustav javne rasvjete zamijeniti novim učinkovitijim sustavom na području Općine Gornji Kneginec. Na 1.224 trenutnih stupova ugrađeno je ukupno 1.255 svjetiljki. Projektom je planirano zamijeniti 1.138 postojećih svjetiljki javne rasvjete (zamjena 1 za 1) te u drugoj fazi na postojeće stupove ugraditi 557 novih svjetiljki.

Projekt je od posebnog značaja za razvoj destinacije.

Način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti:

Modernizacijom javne rasvjete doprinosi se ostvarenju pokazatelja održivosti:

- održivo upravljanje energijom,
- održivo upravljanje prostorom,
- turistička infrastruktura.

Način doprinosa strateškom/posebnom cilju:

Projekt doprinosi strateško cilju 2. Razvoj turističke infrastrukture iz Strategije razvoja turizma Općine Gornji Kneginec.

Nositelj provedbe:

Općina Gornji Kneginec

Lokacija provedbe projekta:

Gornji Kneginec, Donji Kneginec, Varaždin Breg, Turčin, Lužan Biškupečki

Planirani rokovi početka i završetka provedbe projekta:

listopad 2024. – ožujak 2025. godine

Ključne točke ostvarenja projekta s planiranim rokovima postignuća:

Uklanjanje postojećih rasvjetnih tijela, postavljanje novih rasvjetnih tijela i opreme: ožujak 2025.

Ukupna procijenjena vrijednosti projekta s naznačenim iznosima vlastitog financiranja:

636.469,90 eura (100 % vlastito financiranje)

Status izrade potrebne studije/projekta dokumentacije:

Za predmetnu građevinu izrađena je potrebna projekta dokumentacije i ishođene potrebe suglasnosti.

7.1.2. Općina Gornji Kneginec - Uređenje javnih površina

Opis predmeta i svrhe projekta:

Središnje naselje općine hortikulturno je većim dijelom uređeno i održavano. Uređenje ostalih naselja uglavnom se svodi na održavanje čistoće i urednosti javnih površina.

Ovim bi projektom trebalo potaknuti i uključivanje lokalnih stanovnika kako bi uređenjem svojih okućnica i fasada doprinijeli ukupnom dojmu destinacije i njenoj atraktivnosti.

Projektom je planirano zasaditi dodatne trajne nasade na javnim površinama, redovito održavati čistoću ulica, postaviti dodatne klupe, postavljanje posuda za cvijeće od prirodnih materijala, uređivanje nadstrešnica na autobusnim stajalištima.

Projekt je od posebnog značaja za razvoj destinacije.

Način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti:

Uređenjem javnih površina doprinosi se ostvarenju pokazatelja održivosti:

- održivo upravljanje prostorom,
- turistička infrastruktura.

Način doprinosa strateškom/posebnom cilju:

Projekt doprinosi strateško cilju 2. Razvoj turističke infrastrukture iz Strategije razvoja turizma Općine Gornji Kneginec.

Nositelj provedbe:

Općina Gornji Kneginec

Lokacija provedbe projekta:

Gornji Kneginec, Donji Kneginec, Varaždin Breg, Turčin, Lužan Biškupečki

Planirani rokovi početka i završetka provedbe projekta:

Projektom se provodi svake godine od 1. siječnja do 31. prosinca

Ključne točke ostvarenja projekta s planirani rokovima postignuća:

1. Sadnja dodatnih trajnih nasada na javnim površinama, redovito održavanje čistoće ulica, postavljanje dodatnih klupa, postavljanje posuda za cvijeće od prirodnih materijala, uređivanje nadstrešnica na autobusnim stajalištima – prosinac 2024.
2. Sadnja dodatnih trajnih nasada na javnim površinama, redovito održavanje čistoće ulica, postavljanje dodatnih klupa, postavljanje posuda za cvijeće od prirodnih materijala, uređivanje nadstrešnica na autobusnim stajalištima – prosinac 2025.
3. Sadnja dodatnih trajnih nasada na javnim površinama, redovito održavanje čistoće ulica, postavljanje dodatnih klupa, postavljanje posuda za cvijeće od prirodnih materijala, uređivanje nadstrešnica na autobusnim stajalištima – prosinac 2026.

Ukupna procijenjena vrijednosti projekta s naznačenim iznosima vlastitog financiranja:

2024. godina - 142.821,00 eura (100 % vlastito financiranje)

2025. godina – 122.821,00 eura (100 % vlastito financiranje)

2026. godina – 122.821,00 eura (100 % vlastito financiranje)

Status izrade potrebne studije/projekte dokumentacije:

Za predmetni projekt nije potrebno izraditi projektnu dokumentaciju i/ili ishoditi dozvole i suglasnosti.

7.1.3. Općina Gornji Knežinec - Uređenje ulice Koradovica u Varaždin Bregu

Opis predmeta i svrhe projekta:

U sklopu predmetnog projekta planira se sanirati postojeća ulegnuća kolnika te zamjena nosivog sloja kolničke konstrukcije nakon čega će cijela dionica u duljini od 1 km biti presvučena završnim slojem asfalta.

Projektom se želi omogućiti razvoj potrebne infrastrukture u cilju da se vlasnicima nekretnina, turistima, ali i svim drugim sudionicima u prometu osigura kvalitetnija prometna infrastruktura.

Projekt je od posebnog značaja za razvoj destinacije.

Način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti:

Izgradnjom kolnika ulice doprinosi se ostvarenju pokazatelja održivosti:

- održivo upravljanje prostorom,
- turistička infrastruktura.

Način doprinosa strateškom/posebnom cilju:

Projekt doprinosi strateško cilju 2. Razvoj turističke infrastrukture iz Strategije razvoja turizma Općine Gornji Kneginec.

Nositelj provedbe:

Općina Gornji Kneginec.

Lokacija provedbe projekta:

Varaždin Breg, Ulica Koradovica

Planirani rokovi početka i završetka provedbe projekta:

listopad 2024. – prosinac 2024. godine

Ključne točke ostvarenja projekta s planirani rokovima postignuća:

Izvođenje radova na sanaciji ulegnuća, zamjeni nosivog sloja kolničke konstrukcije i postava novog asfaltnog sloja: prosinac 2024.

Ukupna procijenjena vrijednosti projekta s naznačenim iznosima vlastitog financiranja:

104.352,59 eura (100 % vlastito financiranje).

Status izrade potrebne studije/projekte dokumentacije:

Za predmeti zahvat nije potrebna projektna dokumentacija.

7.1.4. Općina Sveti Ilija - Nogostup uz državnu cestu DC3 - nastavak izgradnje nogostupa u naseljima Križanec i Seketin

Projektom dokumentacijom dano je rješenje za proširenje postojeće i izgradnju nove pješačke staze, odvodnje i potpornih zidova. Projektiranim rješenjem predviđena je izgradnja pješačke staze sa zapadne strane državne ceste širine 1,60 metara te pripadne oborinske odvodnje i potpornih zidova na mjestima gdje su potrebni zbog veće visinske razlike. Ukupna duljina izgradnje projektirane pješačke staze iznosi 1196 m.

Kčbr: dijelovi 5324/1 i 5324/2 k.o. Sveti Ilija - Zagrebačka ulica

Izrađen izvedbeni projekt (građevinski projekt)

Procijenjena vrijednost radova iznosi **292.500,00 eura**.

Planirani izvori financiranja: Hrvatske ceste + Općina Sveti Ilija

Planirani početak projekta: 2024. (jesen) - 2026.

7.1.5. Općina Sveti Ilija - Nogostup u Vinogradskoj ulici u Svetom Iliji (od raskrižja s Ulicom Augustina Korpara do Ulice Vilima Cecelja)

Projektom dokumentacijom dano je rješenje izgradnje nogostupa sa jugoistočne strane županijske ceste ŽC 2050, širine 1,50 metara i duljine 391 metara, pripadne oborinske odvodnje dužine 384 metara te dva potporna zida (potporni zid 1 dužine 182 metara i potporni zid 2 dužine 18 metara).

Kčbr: dijelovi 5331 i druge u k.o. Sveti Ilija

Procijenjena vrijednost radova iznosi **341.500,00 eura.**

Izrađen izvedbeni projekt (građevinski projekt)

Planirani izvori financiranja: Županijska uprava za ceste Varaždinske županije + Općina Sveti Ilija

Planirani početak projekta: 2025. - 2026.

7.1.6. Općina Sveti Ilija - Izgradnja nogostupa između naselja Sveti Ilija - Beletinec

Projektom je dano rješenje izgradnje nogostupa i oborinske odvodnje uz ŽC 2050 između naselja Sveti Ilija i Beletinec. Projektirano rješenje sastoji se od rigola širine 0,50 m i nogostupa širine 1,50 m, ukupne duljine 1081,51 m. U projektu su predviđeni potporni zidovi duljine 180,0 m, te sanacija ceste na mjestu oštećenja kolnika ŽC 2050 na način da se izvede zamjenska kamena potporna konstrukcija i drenažni sustav odvodnje vode.

Procijenjena vrijednost radova iznosi **578.750,00 eura.**

Izrađen izvedbeni projekt (građevinski projekt)

Planirani izvori financiranja: Županijska uprava za ceste Varaždinske županije + Općina Sveti Ilija

Planirani početak projekta: 2026. - 2028.

7.1.7. Općina Sveti Ilija - Izgradnja nogostupa u Ulici Vladimira Nazora u Seketinu

Projektom je dano rješenje izgradnje nogostupa i oborinske odvodnje uz LC 25121 u Ulici Vladimira Nazora u Seketinu. Projektirano rješenje sastoji se od rigola širine 0,50 m i nogostupa širine 1,50 m (ili manje, ovisno o raspoloživom prostoru do ograda), ukupne duljine 1918,10 m.

Kčbr: 5340/1 i 5340/2 k.o. Sveti Ilija

Procijenjena vrijednost radova iznosi **375.000,00 eura.**

Izrađen izvedbeni projekt (građevinski projekt)

Planirani izvori financiranja: Županijska uprava za ceste Varaždinske županije + Općina Sveti Ilija

Planirani početak projekta: 2025. - 2027.

7.1.8. Općina Sveti Ilija - Rekonstrukcija nerazvrstane ceste NC 1-034 Korenjak-Kočevac

Predmet ovog projekta je rekonstrukcija funkcionalne cjeline nerazvrstane ceste NC 1-034 u naseljima Beletinec i Sveti Ilija, odnosno izvođenje pripremnih i zemljanih radova, oborinske odvodnje, gornjeg postroja, prometne signalizacije, ostalih radova te implementacije pametne javne rasvjete. Ukupna dužina rekonstrukcije iznosi 3.395 m. Predviđena je i implementacija nove pametne i digitalizirane javne rasvjete s LED svjetiljkama, ukupno 45 svjetiljaka. Važno je napomenuti da će ovaj sustav biti potpuno digitaliziran s fleksibilnim upravljanjem, koji će omogućiti dvosmjernu komunikaciju sa svakom svjetiljkom. Ova tehnologija omogućuje preciznije upravljanje rasvjetom na temelju različitih parametara kao što su vrijeme, intenzitet svjetlosti, prisutnost ljudi ili prometna opterećenost. Uz to, bit će uređena i javno dostupna web aplikacija.

Izrađen je glavni projekt i ishođena je pravomoćna građevinska dozvola.

Ukupna vrijednost projekta iznosi 871.851,25 EUR s PDV-om.

Projekt se planira financirati iz proračuna Općine Sveti Ilija i EU sredstava (potpora iz intervencije 73.13. (POTPORA JAVNOJ INFRASTRUKTURI U RURALNIM PODRUČJIMA IZ STRATEŠKOG PLANA ZAJEDNIČKE POLJOPRIVREDNE POLITIKE REPUBLIKE HRVATSKE 2023.-2027.)

Nerazvrstana cesta NC 1-034 Korenjak – Kočevac nalazi se unutar postojećih katastarskih čestica k.č.br. 4646/2, 4624, 4647, 4621, 4642, 4643, 4644 i 4625 u k.o. Beletinec te unutar postojećih katastarskih čestica čkbr. 5393, 5394 i 5477 u k.o. Sveti Ilija.

Planirani početak provedbe: 2025. - 2026.

7.1.9. Općina Sveti Ilija - Izgradnja društvenog doma u naselju Žigrovec

Izrađen je glavni projekt te je ishođena pravomoćna građevinska dozvola.

Društveni dom u Žigrovcu svojim će se pravokutnim tlocrtnim oblikom bitno razlikovati od dosad izgrađenih domova na području Općine, a sadržavat će ulazni prostor s hodnikom, višenamjensku dvoranu u sklopu koje će se nalaziti čajna kuhinja, manju prostoriju za sastanke, spremište, sanitarije i natkrivenu terasu. Procijenjena vrijednost izgradnje društvenog doma iznosi **300.000,00 eura**, a početak izvođenja radova planiran je krajem 2024. godine, a planirani rok završetka projekta je sredina 2025. godine.

Lokacija: kčbr: 1929/2 k.o. Sveti Ilija (Ulica Vladimira Nazora).

Izvor financiranje: Proračun Općine Sveti Ilija

7.1.8. Općina Sveti Ilija - Izgradnja društvenog doma u naselju Krušljevec

Izrađen je glavni projekt te je ishođena pravomoćna građevinska dozvola.

Idejno rješenje objekta proizlazi iz pravokutnog tlocrtnog oblika koncipiranog na spajanju forme i funkcije u jedan manji multifunkcionalan društveni dom. Pravokutan tlocrtni oblik, pravilne fasadne plohe te ravan krov blagog nagiba u potpunosti stapaju planirani objekt u ruralan identitet naselja. Isti će sadržavati; ulazni prostor s hodnikom, višenamjensku dvoranu, manju sobu za sastanke, spremište i sanitarije te natkrivenu terasu. Uz društveni dom planiran je i vanjski sportsko - rekreacijski mini kompleks koji će se sastojati od manjeg nogometnog igrališta sa mogućnošću igranja košarke na 1 koš, manjeg dječjeg igrališta te igrališta za „ljudski“ stolni nogomet. Planirani objekt društvenog doma zajedno sa sportsko – rekreacijskim sadržajima nudi niz mogućnosti za

ostvarenja društvenih potreba na jednom mjestu te time omogućava stvaranje novog mini – centra naselja u smislu stvaranja prostora susreta, druženja te odvijanja različitih događanja i manifestacija.

Procijenjena vrijednost projekta: **289.750,00 eura sa PDV-om**

Lokacija: 2808 k.o. Beletinec (Kalnička ulica)

Planirani početak i završetak projekta: 2025. - 2026.

Izvor financiranja: Proračun Općine Sveti Ilija

7.1.9. Općina Sveti Ilija - Rekonstrukcija klupskih prostorija NK "Bednja" Beletinec

Izrađen glavni projekt te je ishodaena pravomoćna građevinska dozvola

Projektom je predviđena dogradnja novih svlačionica, dodatnih prostorija muških i ženskih sanitarija, garderoba suca, garderoba delegata te društvena prostorija, nove pomoćne kuhinje, spremišta alata te natkrivene terase s montažnim šankom i izgradnja dodatnih tribina. Realiziranim projektom bit će u potpunosti izgrađene pomoćne prostorije sportskog kompleksa NK „Bednja”; Beletinec, koji će svojom dogradnjom poboljšati funkcionalno korištenje ove sportske građevine.

Procijenjena vrijednost projekta: **332.295,13 eura**

Planirani početak i završetak projekta: 2024. - 2025.

Izvor financiranja: Proračun Općine Sveti Ilija + državni proračun

7.1.10. Općina Beretinec

Tablica 31. Popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti u općini Beretinec

| Redni broj | Naziv projekta | razdoblje provedbe | ukupna vrijednost projekta u eur | izvori financiranja |
|------------|----------------|--------------------|----------------------------------|---------------------|
| | | | | |

| | | | | |
|---------|---|------------------------------|-----------|---|
| 7.1.10. | Rekonstrukcija nerazvrstane ceste NC 1-019 na dijelu odvojka Ulice braće Radić u Beretincu | srpanj 2024. - kolovoz 2024. | 60.000,00 | Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova EU i proračun Općine Beretinec |
| 7.1.11. | Uređenje Trga hrvatskih branitelja u naselju Beretinec | rujan 2024.- studeni 2024. | 80.000,00 | Ministarstvo prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine i proračun Općine Beretinec |
| 7.1.12. | Izgradnja potpornog zida i staza na mjesnom groblju u naselju Črešnjevo | rujan 2024. | 80.000,00 | proračun Općine Beretinec |
| 7.1.13. | Izvanredno održavanje nerazvrstanih cesta | rujan 2024. | 75.000,00 | proračun Općine Beretinec |
| 7.1.14. | Izrada izmjena i dopuna Prostornog plana uređenja Općine Beretinec | rujan 2024.- rujan 2025. | 30.000,00 | Ministarstvo prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine i proračun Općine Beretinec |
| 7.1.15. | Transformacija UPU PZ Beretinec | rujan 2024.- rujan 2025. | 15.000,00 | Ministarstvo prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine i proračun Općine Beretinec |
| 7.1.16. | Transformacija UPU zona centra i zona mješovite, pretežito stambene namjene u naselju Beretinec | rujan 2024.- rujan 2025. | 15.000,00 | Ministarstvo prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine i proračun Općine Beretinec |

7.2. Projekti značaja za razvoj destinacije posebnog

7.2.1. Općina Gornji Knežinec - Turističko informativni centar

Opis predmeta i svrhe projekta:

U sklopu predmetnog projekta planira se građenje zgrade javne i društvene namjene Turističko informativni centar te opremanje potrebnom opremom.

Projektom se želi obogatiti turistička ponuda destinacije te prezentirati ponuda destinacije na jednom mjestu (kulturna, tradicijska i prirodna baština).

Projekt je od posebnog značaja za razvoj destinacije.

Način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti:

Izgradnjom i opremanjem turističko informativnog centra doprinosi se ostvarenju pokazatelja održivosti:

- zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom,
- turistička infrastruktura.

Način doprinosa strateškom/posebnom cilju:

Projekt doprinosi strateško cilju 2. Razvoj turističke infrastrukture iz Strategije razvoja turizma Općine Gornji Kneginec.

Nositelj provedbe:

Općina Gornji Kneginec.

Lokacija provedbe projekta:

Područje Općine Gornji Kneginec. Točna lokacija još nije određena.

Planirani rokovi početka i završetka provedbe projekta:

siječanj 2025. – prosinac 2026. godine

Ključne točke ostvarenja projekta s planirani rokovima postignuća:

Izrađena projektna dokumentacija i ishodne dozvole za gradnju: kolovoz 2025. godine

Proveden postupak nabave za radove na izgradnji građevine: prosinac 2025. godine

Proveden postupak nabave za opremanje građevine opremom: ožujak 2026. godine

Izgradnja i opremanje građevine: studeni 2026. godine

Ukupna procijenjena vrijednosti projekta s naznačenim iznosima vlastitog financiranja:

550.000,00 eura (80 % vlastito financiranje)

Status izrade potrebne studije/projekte dokumentacije:

Za predmetnu građevinu planirano je izraditi potrebnu projektnu dokumentaciju, izraditi projekt opreme te je ishoditi građevinsku dozvolu.

7.2.2. Općina Gornji Kneginec - Izgradnja ljetne pozornice

Opis predmeta i svrhe projekta:

U sklopu predmetnog projekta planira se građenje građevine javne i društvene namjene Ljetna pozornica te opremanje potrebnom opremom.

Projektom se želi omogućiti razvoj potrebne infrastrukture u cilju obogaćivanja kulturne ponude na području destinacije.

Projekt je od posebnog značaja za razvoj destinacije.

Način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti:

Izgradnjom ljetne pozornice doprinosi se ostvarenju pokazatelja održivosti:

- turistički promet,
- turistička infrastruktura.

Način doprinosa strateškom/posebnom cilju:

Projekt doprinosi strateško cilju 2. Razvoj turističke infrastrukture iz Strategije razvoja turizma Općine Gornji Kneginec.

Nositelj provedbe:

Općina Gornji Kneginec.

Lokacija provedbe projekta:

Gornji Kneginec, Ulica učitelja Vjekoslava Kezele 7

Planirani rokovi početka i završetka provedbe projekta:

siječanj 2025. – lipanj 2025. godine

Ključne točke ostvarenja projekta s planiranim rokovima postignuća:

Proveden postupak nabave za radove na izgradnji građevine: prosinac 2024. godine

Izgradnja i opremanje građevine: lipanj 2025

Ukupna procijenjena vrijednosti projekta s naznačenim iznosima vlastitog financiranja:

200.000,00 eura (100 % vlastito financiranje)

Status izrade potrebne studije/projekte dokumentacije:

Za predmetnu građevinu izrađena je potrebna projekta dokumentacije te je ishoda građevinska dozvola.

7.2.3. Općina Gornji Kneginec - Izgradnja sunčane šetnice

Opis predmeta i svrhe projekta:

U sklopu predmetnog projekta planira se izgraditi pješačko biciklistička staza sa javnom rasvjetom.

Projektom se želi omogućiti razvoj potrebne infrastrukture u cilju da se stanovnicima naselja Turčin i Gornji Kneginec omogući bolja povezanost, kao i da se omogući kvalitetnije provođenje

slobodnog vremena pješaćenjem i bicikliranjem novom stazom, a koja je povezana sa drugim stazama na području Turčina i Gornjeg Kneginca. Izgradnjom biciklističke staze omogućiti će se da biciklisti mogu nesmetano i sigurno prometovati državnom cestom koja prolazi kroz naselje Turčin, a što bi trebalo doprinijeti poboljšanju ukupne biciklističke infrastrukture na području destinacije.

Projekt je od posebnog značaja za razvoj destinacije.

Način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti:

Izgradnjom šetnice s javnom rasvjetom doprinosi se ostvarenju pokazatelja održivosti:

- održivo upravljanje energijom,
- održivo upravljanje prostorom,
- turistička infrastruktura.

Način doprinosa strateškom/posebnom cilju:

Projekt doprinosi strateško cilju 2. Razvoj turističke infrastrukture iz Strategije razvoja turizma Općine Gornji Kneginec.

Nositelj provedbe:

Općina Gornji Kneginec.

Lokacija provedbe projekta:

Gornji Kneginec, na postojećim građevinskim česticama č.k.br. 1101/56, 1180/3, 1101/73, 1101/85 u katastarskoj općini Kneginec.

Planirani rokovi početka i završetka provedbe projekta:

siječanj 2025. – prosinac 2025. godine

Ključne točke ostvarenja projekta s planirani rokovima postignuća:

Javna nabava za radove na izgradnji staze s javnom rasvjetom: siječanj 2024.

Izvođenje radova na izgradnji pješačko biciklističke staze s javnom rasvjetom: ožujak – prosinac 2025.

Ukupna procijenjena vrijednosti projekta s naznačenim iznosima vlastitog financiranja:

220.000,00 eura (100 % vlastito financiranje)

Status izrade potrebne studije/projekta dokumentacije:

Za predmeti zahvat ishođena je lokacija dozvola, a nakon rješavanja vlasničkih odnosa izraditi će se glavni projekt i ishoditi građevinska dozvola za ovaj projekt.

7.2.4. Općina Sveti Ilija - Sustav odvodnje naselja Seketin

Tu valja spomenuti i sustav odvodnje naselja Seketin za koji je izrađen glavni projekt te je u tijeku ishođenje građevinske dozvole, procijenjena vrijednost projekta iznosi: 3,1 milijun eura te izgradnju sustava odvodnje naselja Beletinec i Krušljevec sa pročištačem. Za sustav odvodnje je izrađen glavni projekt te se očekuje izdavanje građevinske dozvole, za pročištač je ishođena lokacijska dozvola. Procijenjena vrijednost projekta iznosi 5,3 milijuna eura.

7.2.5. Općina Beretinec – projekti od posebnog značaja

Tablica 32. Projekti od turističkog značaja za općinu Beretinec

| Redni broj | Naziv projekta | razdoblje provedbe | ukupna vrijednost projekta u eur | izvori financiranja |
|------------|-------------------------------------|--------------------|----------------------------------|---------------------------|
| 7.2.5. | Obilježavanje Dana Općine Beretinec | rujan 2024. | 30.000,00 | proračun Općine Beretinec |
| 7.2.6. | Advent u Beretincu | prosinac 2024. | 2.000,00 | proračun Općine Beretinec |

8. Zaključak

Donošenje plana upravljanja destinacijom za TZ područja Varaždinski bregi predstavlja značajan korak u osiguravanju održivog i kontroliranog razvoja turizma u ovom jedinstvenom području. Cilj je očuvati prirodne i kulturne resurse, unaprijediti kvalitetu života lokalnog stanovništva i omogućiti turistima autentična iskustva, sve kroz odgovorno i pažljivo upravljanje. Plan osigurava temelje za pametnu raspodjelu resursa, uvođenje održivih turističkih praksi i zaštitu specifičnih karakteristika ovog kraja, poput prirodnih ljepota i kulturnih znamenitosti.

Plan upravljanja destinacijom za TZ područja Varaždinski bregi ima višestruku svrhu, a ona se može sažeti kroz nekoliko ključnih aspekata: održivi razvoj turizma, zaštitu lokalnog identiteta i kulturne baštine, unapređenje turističke ponude i infrastrukture, povećanje kvalitete života lokalnog stanovništva te učinkovito upravljanje izazovima i rizicima. Stoga, će ovaj planski dokument imati nemjerljivu vrijednost prilikom donošenja odluka značajnih za upravljanje ovom destinacijom.

Popis literature i izvora:

Plan razvoja Općine Gornji Kneginec za razdoblje 2021.-2030. godine

Strategija razvoja turizma općine Gornji Kneginec

Elaborat zaštite okoliša za ocjenu o potrebi procjene utjecaja zahvata na okoliš sunčana elektrana "KNEGINEC" snage 4,4 MW na području Općine Gornji Kneginec, Varaždinska županija

Provedbeni program Općine Gornji Kneginec za razdoblje 2021.- 2024

Detaljni plan uređenja stambene zone Kneginec

VII. Izmjene i dopune prostornog plana Općine Gornji Kneginec

Izvešće o provedbi plana gospodarenja otpadom Općine Gornji Kneginec za 2023.

Program ukupnog razvoja Općine Sveti Ilija 2013.

Izmjene i dopune programa građenja komunalne infrastrukture u Općini Sveti Ilija za 2023. godinu

Prostorni plan uređenja Općine Sveti Ilija, 2.izmjene i dopune

Provedbeni program Općine Sveti Ilija za razdoblje od 2022. do 2025. godine.

Strateški razvojni program Općine Sveti Ilija

Izvešće o provedbi plana gospodarenja otpadom Općine Sveti Ilija od 2016.-2022.

Procjena rizika od velikih nesreća za Općinu Sveti Ilija, 2018.

Provedbeni program Općine Beretinec za razdoblje od 2022. do 2025. godine.

III. Izmjene i dopune PPUO Beretinec

Strategija razvoja Općine Beretinec 2014.-2020.

Izvešće o provedbi plana gospodarenja otpadom Općine Beretinec za 2022. godinu

Zdravstveno-statistički ljetopis Varaždinske županije za 2022. godinu

Izvešće o stanju okoliša Varaždinske županije za razdoblje od 2018.-2022. godine

Analiza turističke atrakcije i uvod u razvoj turističkih proizvoda - URTH

Izrada indikatora održivosti turizma kao podloge novog zakona u turizmu (Element 5)

Smjernice za izradu Plana upravljanja destinacijom

Izvešće o poslovanju i održivosti za 2023. – HEP

Izvešće laboratorija za otpadne vode za 2023. godinu – Varkom, siječanj,2024.

Plan gospodarenja otpadom Varaždinske županije za razdoblje 2024.-2029.

Plan razvoja Varaždinske županije za razdoblje od 2021. do 2027.

DZS – pojedinačna izvješća

Izvešće o provedbi plana gospodarenja otpadom RH i objedinjeno izvješće o provedbi planova gospodarenja otpadom gradova i općina Varaždinske županije u 2023. godini

Izvešće o komunalnom otpadu za 2023. godinu – Ministarstvo zaštite okoliša i zelene tranzicije, Zavod za zaštitu okoliša i prirode

Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj , Tomas, Hrvatska 2022./2023.

Izvešće o poslovanju i održivosti 2023. HEP grupa

<https://dzs.gov.hr/>

<https://registar.kulturnadobra.hr/>

<https://bioportal.hr/gis/>

<https://www.varkom.hr/stranica/kvaliteta-vode-za-pice>