

Učinci obogaćivanja turističke ponude na razvoj turizma županije - istraživanje na primjeru Krapinsko-zagorske županije

Bobek, Maja

Graduate thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Polytechnic of Međimurje in Čakovec / Međimursko veleučilište u Čakovcu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:110:659784>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-23**



Repository / Repozitorij:

[Polytechnic of Međimurje in Čakovec Repository - Polytechnic of Međimurje Undergraduate and Graduate Theses Repository](#)





MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU

STRUČNI DIPLOMSKI STUDIJ MENADŽMENT TURIZMA I SPORTA

Maja Bobek, 0313023386

**Učinci obogaćivanja turističke ponude na razvoj turizma
županije - istraživanje na primjeru Krapinsko-zagorske
županije**

Diplomski rad

Čakovec, rujan 2024.



MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU

STRUČNI DIPLOMSKI STUDIJ MENADŽMENT TURIZMA I SPORTA

Maja Bobek, 0313023386

**Učinci obogaćivanja turističke ponude na razvoj turizma
županije - istraživanje na primjeru Krapinsko-zagorske
županije**

**The impact of the enrichment of the tourist offer on the
development of county tourism - research on the example
of Krapina-Zagorje county**

Diplomski rad

Mentor:

Toni Miljak, univ. spec. oec., nasl. v. pred.

Čakovec, rujan 2024.

Prijava obrane završnog/diplomskog rada

ZAHVALA

Zahvaljujem svome mentoru na oblikovanju teme ovog diplomskog rada te na usmjeravanju i vođenju tijekom pisanja diplomskog rada.

Također, posebno zahvaljujem svojoj obitelji i dečku na podršci tijekom studiranja.

Maja Bobek

Sažetak

Turizam se može definirati kao skup odnosa i pojava koja proizlaze iz boravka posjetitelja nekog mjesta u svrhu ugone, posla ili rekreacije. Najčešće je ograničenog trajanja te se povezuje sa putovanjem izvan zemlje stanovanja no može se odnositi i na putovanje izvan mjesta stanovanja. U radu se definira pojam turizma te njegove vrste kao i oblici, zatim povijesni razvoj turizma u Republici Hrvatskoj te se utvrđuje korelacija turizma i gospodarstva, odnosno utjecaj turizma na gospodarsku aktivnost u državi. Turizam ima veliku važnost u gospodarstvu Krapinsko-zagorske županije. Danas se županija pozicionira kao turistička destinacija za opušajući odmor. Iznesene su osnovne informacije o Krapinsko-zagorskoj županiji te njezina turistička ponuda sa najpoznatijim turističkim destinacijama i znamenitostima. Prikazan je i broj gostiju u Krapinsko-zagorskoj županiji za razdoblje od 2018.-2023. godine i postotna promjena broja gostiju u odnosu na prethodnu godinu. Naglasak je dan na studijama slučaja iz prakse i to na primjeru hotela Villa Magdalena u Krapinskim toplicama te hotel Well u Tuheljskim toplicama. Ujedno, analizirani su i turistički objekti Vuglec Breg i Zagyland. Nastavno na prethodno navedeno, u predmetnim objektima analizirana su uvedena poboljšanja kod pružanja usluga kao i nove usluge. Posebni naglasak dan je na način kako strategije, modernizacija infrastrukture, proširenje ponude i integracija digitalnih tehnologija u turističkim objektima mogu doprinijeti uspjehu u turističkoj industriji te povećanju broja posjetitelja i gostiju te poboljšanju financijskih rezultata na području Krapinsko-zagorske županije.

Ključne riječi: *gospodarstvo, hotel, Krapinsko-zagorska županija, restoran, turizam*

Abstract

Tourism can be defined as a set of relationships and phenomena resulting from the stay of visitors to a place for pleasure, work or recreation. It is most often of limited duration and is associated with a trip outside the country of residence, but it can also refer to a trip outside the place of residence. The paper defines the concept of tourism and its types and forms, then the historical development of tourism in Croatia and determines the correlation between tourism and the economy, i.e. the impact of tourism on economic activity in the country. Tourism has great importance in the economy of Krapina-Zagorje County. Today, the county is positioning itself as a tourist destination for a relaxing holiday. Basic information about the Krapina-Zagorje County and its tourist offer with the most famous tourist destinations and sights are presented. The number of guests in Krapina-Zagorje County for the period from 2018 to 2023 is also shown and year and the percentage change in the number of guests compared to the previous year. Emphasis is placed on case studies from practice, namely the Villa Magdalena hotel in Krapinske toplice and the Well hotel in Tuheljske toplice. At the same time, tourist facilities Vuglec Breg and Zagylant were analyzed. Following on from the above, improvements in the provision of services as well as new services were analyzed in the objects in question. Special emphasis is placed on how strategies, modernization of infrastructure, expansion of offer and integration of digital technologies in tourist facilities can contribute to success in the tourism industry and increase the number of visitors and guests and improve financial results in Krapina-Zagorje County.

Key words: *economy, hotel, Krapina-Zagorje County, restaurant, tourism*

Popis korištenih kratica

BDP Bruto domaći proizvod

KZŽ Krapinsko-zagorska županija

RH Republika Hrvatska

UNWTO United Nations World Tourism Organization

OPG Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo

SADRŽAJ

1. UVOD	5
2. UTJECAJ TURIZMA NA GOSPODARSTVO REPUBLIKE HRVATSKE	7
2.1. Turizam i njegove karakteristike	7
2.2. Vrste i oblici turizma	8
2.3. Povijest hrvatskog turizma	13
2.4. Utjecaj turizma na gospodarstvo	15
3. TURISTIČKA PONUDA KRAPINSKO-ZAGORSKE ŽUPANIJE	17
3.1. Osnovne informacije o Krapinsko-zagorskoj županiji	17
3.2. Turistička ponuda Krapinsko-zagorske županije	20
3.2.1. Krapina	20
3.2.2. Marija Bistrica	21
3.2.3. Gornja Stubica	22
3.2.4. Kumrovec	23
3.2.5. Biser Zagorja - Tuhelj, Klanjec i Veliko Trgovišće	24
3.2.6. Vanjske aktivnosti i ostale znamenitosti	27
4. UTJECAJ OBOGAĆIVANJA PONUDE NA RAZVOJ TURIZMA U KZZŽ	29
4.1. Hotel Villa Magdalena	30
4.2. Hotel Well	35
4.3. Vuglec Breg	40
4.4. Zagyland	44
4.5. Analiza promatranih gospodarskih subjekata	47
5. ZAKLJUČAK	50
LITERATURA	52
Popis ilustracija	55

1.UVOD

Turizam spada u jednu od najbrže rastućih industrija u svijetu i ima veliku ulogu u gospodarstvu i ekonomiji mnogih zemalja. Turizam je prisutan u svim sferama društvenog i gospodarskog razvoja te djeluje i povezan je sa svakidašnjim životom. Globalizacija je omogućila lakšu dostupnost informacija i razmjenu usluga, roba i ideja preko nacionalnih granica, što je zatim omogućilo ljudima da lakše putuju, upoznaju nove i različite kulture te otkrivaju nove destinacije. Važnost turizma se očituje u brojnim aspektima. Turizam generira značajne prihode koji imaju veliki udio u BDP-u Hrvatske. U različitim sektorima otvaraju se nova radna mjesta kao što su ugostiteljstvo, hotelijerstvo, trgovina, transport i zabava. Čovjek ima prirodne ljudske težnje za upoznavanjem nepoznatih područja, običaja, ljudi, vjere te sportske, zdravstvene, istraživačke i pustolovne motive. Pri susretu turista s turističkom destinacijom događa se niz interakcija između istih. Zato turizam ima i socijalni doprinos gdje omogućava čovjeku da upoznaje određene kulturne vrijednosti u destinaciji, potiče kulturnu razmjenu i uči razumjevanje i toleranciju između različitih naroda i kultura. Hrvatska je prepoznata u svijetu kao jedna od najpoželjnijih i najatraktivnijih turističkih destinacija u Europi. Hrvatsku posjeti milijuni turista godišnje. Raznolikim prirodnim i društvenim resursima, poput Jadranskog mora, nacionalnih parkova, povijesnih gradova, festivala, spomenika, Hrvatska privlači turiste za dolazak u turističke destinacije Hrvatske.

Za potrebe ovog rada provodi se istraživanje na temelju sekundarnih podataka kao što su statistički podaci i financijski izvještaji.

Cilj ovog rada je istražiti kako obogaćivanje turističke ponude doprinosi povećanju broja gostiju na području Krapinsko-zagorske županije te poboljšanju financijskih rezultata.

Prema tome se postavljaju sljedeće hipoteze:

H1. Moguće je utvrditi da obogaćivanje turističke ponude doprinosi povećanju broja gostiju na području Krapinsko-zagorske županije.

H2. Moguće je utvrditi da je obogaćivanje turističke ponude doprinijelo poboljšanju financijskih rezultata.

Nakon uvoda, drugo poglavlje definira turizam i njegove osnovne karakteristike te daje pregled vrsta turizma i specifičnih oblika turizma, analizira povijest turizma u RH te tablično prikazuje prihode od turizma, broj gostiju i udio turizma u BDP-u Hrvatske. Treće poglavlje prikazuje najvažnije destinacije i znamenitosti Krapinsko-zagorske županije. Analizirano je kretanje broja posjetitelja u županiji tijekom razdoblja 2018.-2022.g. obzirom da u trenutku pisanja rada nisu dostupni svi podaci za 2023.g. U četvrtom poglavlju na konkretnim

primjerima iz prakse proširenje ponude dovedeno je u korelaciju s pozitivnim učincima na turizam. Na kraju rada nalazi se zaključak te popis literature i ilustracija.

2. UTJECAJ TURIZMA NA GOSPODARSTVO REPUBLIKE HRVATSKE

Općenito, može se reći da turizam za nacionalno gospodarstvo svake države donosi određene benefite, odnosno koristi poput povećanja zapošljavanja, rasta dohotka, poticanja regionalnog razvoja i rasta.

2.1. Turizam i njegove karakteristike

Može se utvrditi da je turizam kompleksan pojam iz čega proizlazi da se ne može stvoriti jednostavna slika o istom. On uključuje putovanja i boravak izvan mjesta stanovanja. Tijekom vremena ljudi su stvorili potrebu za uključenjem u turistička kretanja. U Rječniku turizma nalazimo definiciju turističke potrebe kao skup pojedinačnih potreba koje zajednički zadovoljavaju pojedinca ili skupinu potrošača u njihovoj mjeri da se odmore i rekreiraju na turistički način, a to znači radi obnavljanja svoje psihičke i fizičke kondicije (Vukonić i Čavlek, 2001). Uz turističke potrebe vežu se i pojmovi motiva za turistička putovanja te slobodno vrijeme. Motivi su subjektivni poticaji turista koji ga potiču na putovanja, a neki od motiva su odmor, očuvanje zdravlja, novi doživljaji i kulture te rekreacija. U turistička putovanja mogu se upustiti osobe koje imaju i raspoložu sa slobodnim vremenom. A kako bi razumjeli što je turizam i što on predstavlja, važno je proučiti i analizirati njegove osnovne definicije i komponente, kao i njegove oblike i karakteristike. Od postanka turizma, dakle od prvih približno sličnih oblika turističkih kretanja, do danas, u svijetu je izrađeno i objavljeno oko 80-ak definicija turizma, što podrazumijeva da je taj pojam vrlo teško opisati jednom definicijom (Pirjevec i Kesar, 2002). Jedna od najstarijih definicija turizma je ona koju su osmislili švicarski teoretičari turizma W. Hunziker i K. Krapf 1942. godine i ona glasi: Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetilaca nekog mjesta ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova privredna djelatnost (Čavlek i sur., 2011). U toj je definiciji naglašen prostor izvan mjesta prebivališta, odnosno prostor privremenog boravka turista koji se danas naziva turističkim odredištem ili ,češće, turističkom destinacijom. Danas je u većini zemalja prihvaćena opća definicija turizma koju je predložio UNWTO. Prema UNWTO definicija turizma glasi: „Turizam uključuje aktivnosti proizašle iz putovanja i boravka osoba izvan njihove uobičajene sredine ne dulje od jedne godine radi odmora, poslovnog putovanja i drugih razloga nevezanih uz aktivnosti za koje bi primili ikakvu naknadu u mjestu koje posjećuju“ (<https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>, 26.7.2024.). Ono što se zaključiti iz ove definicije jest da turizma nema bez putovanja i

kretanja ljudi izvan mjesta boravka, da turisti u turističkoj destinaciji ne zarađuju nego troše novce te ima definiran vremenski rok u kojem se turist mora vratiti u domicil. Ono što još definira turizam je duljina boravka turista u turističkoj destinaciji, a minimalan boravak je jedno noćenje, a maksimalan boravak do godine dana. Zbog potreba evidentiranja turista te praćenje statistike o istima Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske dao je definiciju turista. Ona glasi: „ Turist je svaka osoba koja u mjestu izvan svog prebivališta provede najmanje jednu noć u ugostiteljskom ili drugom objektu za smještaj gostiju radi odmora ili rekreacije zdravlja, studija, sporta, religije, obitelji, poslova, javnih misija i skupova. (<https://web.dzs.hr/Hrv/DBHomepages/Turizam/metodologija.htm>, 26.7.2024.).

2.2. Vrste i oblici turizma

Turizam je vrlo kompleksna i slojevita pojava pa ga je moguće analizirati i raščlanjivati po različitim kriterijima. U literaturi je moguće naići na široku i šaroliku podjelu vrsta i oblika turizma po različitim kriterijima po kojima se određuju.

Prema Pirjevec i Kesar (2002), u knjizi Počela turizma, vrste turizma određuju se prema 7 kriterija:

1. Prema trajanju boravka gostiju:

- a) boravišni - vrsta turizma u kojem turist pojedinac ili grupa u jednom smještajnom objektu ostvari najmanje tri uzastopna noćenja;
- b) izletnički - podrazumijeva aktivnost turista prema određenom atraktivnom resursu u trajanju do unutar 24 sata (ova se skupina još dijeli na dnevne i poludnevne izlete);
- c) vikend turizam - odlasci na vikend-turistička putovanja (najčešće obuhvaća aranžmane bazirane na dva noćenja).

2. Prema stupnju mobilnosti turista:

- a) stacionarni - stacionaran boravak turista u određenoj turističkoj destinaciji u kojoj boravi većinu vremena (turist je po broju noćenja registriran za cijelo vrijeme boravka u jednom mjestu);
- b) mobilni - potpuno suprotan od stacionarnog jer podrazumijeva neprekidno kretanje turista i kratko zadržavanje u pojedinim turističkim destinacijama (radi noćenja, obroka, razgledavanja, posjete, izložbi i sl.).

3. Prema nacionalnoj pripadnosti turista:

- a) domaći - odlazak turista u neku turističku destinaciju koja se nalazi unutar granice zemlje domicila (primjerice stanovnici kontinentalnog dijela Hrvatske tijekom ljetne sezone odlaze u primorska mjesta);
- b) međunarodni - podrazumijeva odlazak turista izvan zemlje domicila u destinaciju koja se nalazi u drugoj zemlji (npr. odlazak hrvatskih građana na putovanje po Španjolskoj).

4. Prema prostornom obuhvatu:

- a) lokalni - kretanje turista na lokalnoj razini (najveći broj pripadnika turističke potražnje su ljudi sa prostora jedne lokalne zajednice);
- b) regionalni - putovanja turista zbog atraktivnih resursa na prostoru jedne regije (npr. priobalni prostor-maritimne aktivnosti);
- c) nacionalni - kretanje turista unutar granica jedne zemlje (npr. odlazak na skijanje u Gorski Kotar u zimskoj sezoni);
- d) međunarodni- pojedinci ili grupe turista se kreću prema resursima od međunarodnog značenja, globalnih je razmjera.

5. Prema dobnoj strukturi turista:

- a) dječji - vrsta putovanja za djecu do 14 godina, cjelodnevni aktivni programi za djecu te osiguran kvalitetan prostor i obrazovano osoblje;
- b) omladinski - vrsta putovanja za omladinu od 14 do 18 godina koja uključuje organizaciju širokog izbora aktivnosti i kulturno zabavnih sadržaja;
- c) obiteljski - turisti u dobi između 18 i 60 godina (mogu biti pojedinci, bračni par ili obitelji s djecom), vid turizma koji zahtjeva najširi spektar različitih usluga;
- d) umirovljenički ili „ turizam treće dobi“- prosječni životni vijek se sve više povećava te potrošačke mogućnosti tog segmenta neprestano rastu.

6. Prema prostoru na kojem se odvija turističko putovanje:

- a) primorski - turističke destinacije locirane su na samom priobalju s korištenjem mora kao osnovnog prirodnog resursa (osim mora, glavna obilježja ove vrste turizma su temperatura zraka, insolacija, klimatske prilike i sl.);
- b) planinski - turizam koji se odvija u turističkim destinacijama lociranim uz ili na velikim planinskim masivima, ima snježni pokrivač dovoljan za višemjesečni boravak turista te aktivnosti koje se provode su skijanje, planinarenje i razgledavanje prirodnih ljepota;

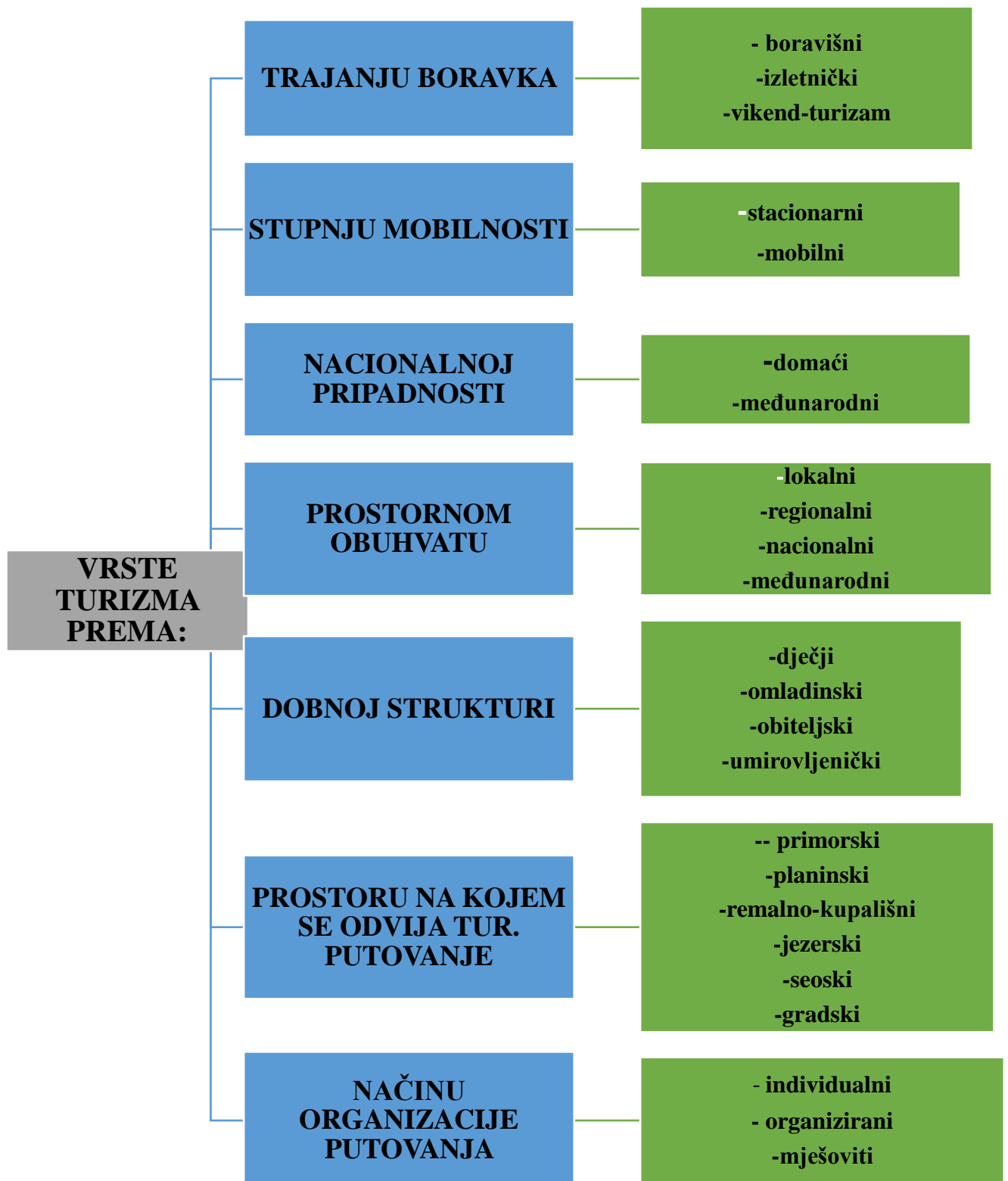
- c) termalno - kupališni - odvija se na prostorima uz termalne izvore, pogodan za širok spektar aktivnosti vezanih uz liječenje;
- d) jezerski - jezera su atraktivna vrsta turističkih odredišta bez obzira koje je godišnje doba, nude mogućnost provođenja aktivnog odmora i uživanje u lijepim prirodnim pejzažima;
- e) seoski - vrsta turizma koja okuplja najviše turiste iz velikih gradova te je aktivna gotovo cijele godine, karakteriziraju ga običaji i tradicije ruralnih krajeva, prirodni okoliš, zdrava hrana i čist zrak;
- f) gradski - obuhvaća sve aktivnosti koje se odvijaju u gradskim sredinama, zadovoljava različite potrebe od kulture, zabave, sporta do šopinga.

7. Prema načinu organizacije putovanja:

- a) individualni - turisti na putovanje kreću u vlastitom aranžmanu bez ikakve posredničke pomoći;
- b) organizirani - turisti su organizaciju svog putovanja prepustili turističkom posredniku;
- c) mješoviti - pojedinac ili grupa turista putuje u vlastitom aranžmanu, ali i koristi informacije putničke agencije ili prepušta organizaciju jednog dijela svog putovanja putničkoj agenciji.

Na sljedećoj stranici grafički je prikazana podjela turizma po vrstama.

Slika 1. Grafički prikaz podjele vrsta turizma



Izvor: Pirjevec, B. i Kesar, O. (2002). Počela turizma. Zagreb. Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.

Osim vrsta turizma, suvremeni turistički pokret razvio je i nekoliko selektivnih oblika turizma te svaki od njih ima posebna obilježja (Pirjevec i Kesar, 2002). U današnje vrijeme sve više turista odlučuje se za ne klasičan odmor na koji bi većina osoba pomislila prilikom riječi godišnji odmor kao što su sunce, more i plaža. Selektivnim oblicima turizma želi se smanjiti masovni turizam u kojem je zastupljen velik broj turista koji putuju organizirano, najčešće u paket-putovanjima ili aranžmana u organizaciji turističke agencije ili turoperatora (Vukonić i Čavlek, 2001). Selektivni oblici turizma razvili su se kada se u fokus interesa stavilo motive koji pokreću ljude na turistička putovanja te strategiju masovnosti, koja se bazirala na jednostavnom i jeftinom proizvodu, zamijenila strategija diverzifikacije proizvoda gdje je proizvod prilagođen određenom segmentu potrošača i njegovim specifičnim željama i očekivanjima (Čavlek i sur., 2011). Selektivni oblici turizma razvijaju se u svrhu raznolikosti turističke ponude (Čavlek, 1997). Sve više turista traži odlazak u destinaciju za odmor koja će biti povezana sa njegovim hobijima, željama i potrebama. Na taj se način razvijaju novi oblici turizma gdje svaki turist svoj odmor te slobodno vrijeme provodi u skladu sa svojim hobijima i željama. Prilikom razvijanja novih vrsta turizma želi se individualno zadovoljiti svakog turista te podići kvalitetu proizvoda ili usluge. Svaki oblik turizma ima svoje značajke i razlikuje se od drugoga, ali ono što čini njihov zajednički cilj jest da turističke destinacije svojim turistima maksimalno pružaju svoje mogućnosti. Specifični oblici turizma predstavljaju suprotnost masovnom turizmu te ih se može definirati kao oblike turizma koji se temelje na specifičnim interesima turista za sadržajima i aktivnostima u određenoj turističkoj destinaciji (Bartoluci i Škorić, 2009). Selektivne oblike turizma moguće je definirati i kao posebnu skupinu turističkih kretanja koja su uvjetovana određenim turističkim motivom koji turističkog potrošača pokreće na putovanje u destinaciju čija je turistička ponuda sadržajima prilagođena u stvaranju doživljaja vezanih uz dominantan interes tog potrošača (Čavlek i sur., 2011). Moguće ih je razvrstati u 2 osnovne skupine:

1. specifični oblici turizma zasnovani na prirodnim resursima te
2. specifični oblici turizma zasnovani na društvenim resursima.

U specifične oblike turizma zasnovane na prirodnim resursima spada zdravstveni turizam, sportski turizam, nautički turizam, eko turizam, seoski turizam, lovni i ribolovni turizam, naturizam, robinzonski turizam i drugi.

U specifične oblike turizma koji su zasnovani na društvenim resursima spadaju kongresni turizam, kulturni turizam, gastronomski i eno filmski turizam, turizam događanja, vjerski turizam i drugi.

2.3. Povijest hrvatskog turizma

O povijesti turizma mnogo se pisalo. Tražili su se izvori o nastanku turizma, o uzrocima, karakteristikama, vremenskim razdobljima, utjecajima i posljedicama. Poznato je da je turizam započeo sa prvim migracijama čovječanstva. Neki traže početke turizma u pojavama vezanim za prisustvovanje velikog broja posjetitelja na različitim sportskim događajima kao što su antičke Olimpijske igre, viteške igre ili pak putovanja iz religioznih pobuda raznim svetištima. Od vremena starih Rimljana spominju se putovanja i boravci bogatih osoba iz slojeva privilegiranih klasa zbog zabave i razonode u mjestima s termalnom vodom, Alpama i primorskim mjestima (Pirjevec i Kesar, 2002).

Periodizacijom razvoja turizma bavilo se više teoretičara turizma. Većina njih nije radila nikakve razlike u fazama u razvoju turizma u svijetu i u Hrvatskoj. Vukonić (2005) u knjizi Povijest hrvatskog turizma smatra cijelu povijest hrvatskog turizma orijentirati isključivo prema ratovima te predlaže periodizaciju razvoja turizma u Hrvatskoj u šest faza (Čavlek i sur., 2011).

1.prva faza - razdoblje preteča turističkog razvoja ili pojava sličnih turizmu. Mnogo pojava u svjetskoj povijesti bismo mogli danas u teoriji turizma označiti pretečama turizma. Mnoge od tih pojava povijest je zabilježila i na hrvatskim prostorima. 14. stoljeće mogli bismo označiti kao početak pojava sličnih turizmu na hrvatskom tlu. U to je vrijeme dubrovački Senat donio odluku da se u palači Sponza uredi hospicij, preteča kasnijih gostionica i svratišta, za strance. Hvala.. U Dubrovniku se sve do 1543. godine subvencioniraju gostionice u kojima je osiguran smještaj za goste putnike. Prvi hospicij na Hvaru spominje se 1543. godine, te 1561. godine kao konačište gospođe Goje Kličinović. U 18. stoljeću spominju se termalni izvori koji se koriste već desetljećima i da je njihova ljekovitost odavno poznata još od Stari Rimljana koji su se koristili ljekovitim svojstvima mineralnih vrela za liječenje odmor i razonodu (Vukonić,2005).

2.druga faza - kraj 19. stoljeća, odnosno faza znatiželje. Druga faza je faza u kojoj dominira tek probuđena znatiželja. Polovinom devetnaestoga stoljeća čovječanstvo počinje pokazivati znakove znatiželje, a kasnije se javlja i prava eksplozija zanimanja. Javlja se znatiželja i zanimanje za krajolike, velike prirodne atrakcije, povijesno i kulturno nasljeđe i razne kulturne događaje u susjednim zemljama i prostorima. Tako su uz plovidbu morem vezani prvi oblici preteča turističkih putovanja. 1818. godine Jadranom je počeo ploviti prvi parobrod, a 9 godina kasnije organizirano je prvo zabavno putovanje parobrodom od Trsta do Pule. 1868. godine u Hvaru je donesen proglas o osnivanju Higijeničkog društva. U pravilniku društva jasno je zacrtana koncepcija budućeg razvoja turizma na Hvaru. Iste je godine otvoren i prvu hotel u

Hvaru s vlastitim restoranom i 30 jednokrevetnih soba s grijanjem. Jedno od obilježja ove faze je dolazak stranog kapitala. Nedostatak domaćih financijski izvora iskoristili su strani investitori. Takvim kapitalom izgrađen je prvi istinski turistički hotel u Hrvatskoj, hotel Kvarner u Opatiji 1884. godine. Pojedina uža područja uz jadransku obalu jasno su se izdvojila kao izrazito turistička. U hrvatskom primorju to je Crikvenica s užim pojasom, već poznatim kao „Crikvenička rivijera“, na srednjem Jadranu „Kaštelanska rivijera“, a na krajnjem jugu Dubrovnik sa Cavtatom. U kontinentalnom dijelu hrvatske postojao je jedan pravi motiv za turistička putovanja, a to je odlazak u toplice. Također, u ovom razdoblju dolazi do buđenja svijesti o koristima koje strane gosti donose turističkim mjestima te počeci državnog intervencionizma u području turizma (Vukonić,2005).

3.faza - od početka dvadesetog stoljeća do kraja Prvoga svjetskog rata. Ovo je razdoblje u kojem porast turističkih posjeta Hrvatskoj počinje dobivati obilježja pojave o kojoj je država počela voditi računa negdje na prijelazu iz 19. Stoljeća. Gospodarske prilike u kojima je Hrvatska ušla u dvadeseto stoljeće nisu mnogo obećavale. Većinu posjeta hrvatskim turističkim središtima prekinuo je Prvi svjetski rat. 1906. godine donosi se Zakon o zdravstvu te se osnivaju lječilišna povjerenstva. Osnivaju se tijela koja će se posvetiti unapređenju lječilišta kao preteča kasnijeg razvoja zdravstvenog turizma. U tom su se razdoblju afirmirali zdravstveno-turistički centri na Jadranu, kao što su Opatija, Crikvenica i Novi Vinodolski. Neka su mjesta odredila namjeru da svoje opći razvoj u budućnosti vide prvenstveno kroz razvoj turizma Kao što su, na primjer Brijuni, Opatija, Crikvenica, Selce, Mali Lošinj, Rab, Brač, Hvar, Dubrovnik (Vukonić,2005).

4. faza - razdoblje između dva svjetska rata. U ovom razdoblju turizam postaje prepoznatljiv dio ukupne državne gospodarske strukture i neposredno pred rat doživljava svoj do sada najveći rast. Turističke posjete, osim već, afirmiranih i većih turističkih središta počinju bilježiti i mnogo manja mjesta, posebno na jadranskoj obali. Razdoblje između dva svjetska rata obilježio je rast turističkog prometa, otvaranje novih smještajnih kapaciteta i unapređenje pravne regulative kao preduvjet za poticanje razvoja turizma, a inozemni turistički promet nadmašuje rezultate ostvarenog domaćeg turističkog prometa. Više od 80% inozemnog prometa odnosi se na posjete turista iz samo 6 europskih zemalja: Austrija, Njemačka, Italija, Engleska, Čehoslovačka i Mađarska. I u ovom razdoblju također dominira strani kapital u vlasništvu i izgradnji, naročito hotelskih objekata (Vukonić,2005).

5. faza - razdoblje nakon drugog svjetskog rata. Nakon drugog svjetskog rata Hrvatska je zabilježila najbolje ikada ostvarene rezultate u razvoju turizma u 3 elementa: broju kapaciteta, noćenjima i broju posjetitelja. Ovo razdoblje obilježilo je vrlo intenzivan razvoj turizma u

Hrvatskoj. To se razdoblje može podijeliti dvije etape. U prvoj etapi mijenja se način upravljanja gospodarstvom, potiče se industrijalizacija zemlje, a turizam nije u prvom planu. No zatim nakon 1965. godine Hrvatska ulazi u drugu etapu intenzivnog razvoja koju Vukonić označava „zlatnim dobom hrvatskog turizma“ i koje traje do 197. godine (Čavlek i sur., 2011). Država počinje uočavati brojne ekonomske koristi koje turizam donosi gospodarstvu, pa turizam dobiva status strateškog pravca razvoja. Bitno obilježje ove razvojne faze turizma ogleda se u ekspanziji izgradnje smještajnih kapaciteta (95,000 hotelskih postelja i 275,000 komplementarnih smještajnih kapaciteta u kampovima, sobama i apartmanima privatnih iznajmljivača). Svoju kulminaciju razvoja hrvatski turizam dosegnuo je u razdoblju od 1986. do 1988. godine. Naime, tada je turistička statistika zabilježila da je 1986. godine Hrvatska ostvarila najveći broj turističkih noćenja u svojoj povijesti dosegnuvši više od 68 milijuna noćenja (Čavlek i sur., 2011). 1981. godine Hrvatska je dobila svoj prvi turoperator koji je bio orijentiran na dovođenje stranih turista u Hrvatsku (Vukonić, 2005).

6. faza - od 1991 do kraja dvadesetog stoljeća (razdoblje samostalnosti Hrvatske države). U Hrvatskoj se od 1991. do 1995.g. vodi Domovinski rat te su sva razmišljanja usmjerena na sustav obrane teritorija, zbrinjavanje stanovništva i sanaciju ratnih šteta. Povratak turizmu počinje nakon 1996. godine. U ovom razdoblju dolazi do velikog odljeva visoko kvalitetnih obrazovanih ljudi na privremeni rad u inozemstvu. Time Hrvatska višestruko gubi i u budućnosti će biti prisiljena na uvoz radne snage (Vukonić, 2005). Osnovni problem razvoja turizma i dalje ostaje nedefinirana vizija njegova budućeg razvoja koja bi omogućila kreiranje strategije razvoja turizma na nacionalnoj razini (Čavlek i sur., 2011).

2.4. Utjecaj turizma na gospodarstvo

Zbog mnogo ekonomskih vrijednosti koje proizlaze iz njegovog razvoja, turizam s opravdanjem stekao status iznimno važne komponente nacionalnih gospodarstava mnogih zemalja. Turizam u širem smislu obuhvaća sve i svakog te je vrlo teško naći neku ljudsku aktivnost koja se na neki način ne može povezati sa turističkom aktivnošću. U užem smislu turizam promatramo kroz dvije gospodarske grane: ugostiteljska djelatnost i turističko posredništvo. Ugostiteljstvo je temelj na kojem se gradi turistička djelatnost jer turist ponajprije treba usluge smještaja, prehrane i pića te mora zadovoljiti svoje primarne potrebe (Pirjevec i Kesar, 2002). Turizam ima sposobnosti u povezivanju međusobno različitih komponenti gospodarstva koje ,da nema turizma, ne bi bile u mogućnosti ostvarivati dodatne ekonomske i druge učinke. U Hrvatskoj je razvoj turizma od visoke socioekonomske važnosti pa se s razlogom sve češće svrstava u skupinu strateških ciljeva gospodarskog razvoja. Razvoj turizma

na određenom prostoru ima brojne koristi svim tržišnim sudionicima- privatnom, javnom, neprofitnom sektoru i lokalnom stanovništvu (Čavlek i sur., 2011). U tablici 1 prikazani su prihodi od turizma, broj gostiju i udio turizma u BDP-u za razdoblje od 2018. do 2022. godine. U 2018. godini ostvareno je 18,7 milijuna dolazaka što je u odnosu na 2017. godinu porast dolazaka turista za 7,1%. Sukladno porastu broja gostiju veći su i prihodi od turizma. U 2019. godini opet je zabilježen porast broja gostiju kada je ostvareno 19,6 milijuna dolazaka, a to je u odnosu na 2018. porast dolazaka turista za 4,8%. Zatim dolazimo do 2020. godine u kojoj je Hrvatsku, a i ostale zemlje svijeta pogodila pandemija COVID-a 19. Zbog pandemije uzrokovanom koronavirusom ostvareno je 64,2% manje dolazaka, tek 7 milijuna. Ograničenja u putovanjima, zatvaranje granica, propisi o karanteni i donošenje epidemioloških mjera i u Hrvatskoj i svijetu, kako bi se spriječilo širenje zaraze, izravno su utjecali na pad dolazaka turista te noćenja za 55,3%. To je dovelo i do drastičnog pada prihoda od turizma koji su u toj godini iznosili tek 4,8 milijuna, a udio turizma u BDP-u smanjio se na 9,6%. U prva dva mjeseca 2021. dolasci i noćenja turista u pali su u odnosu na prva dva mjeseca 2020., ali od ožujka do prosinca 2021. ostvaren je porast dolazaka i noćenja turista u odnosu na isto razdoblje 2020. jer su uz postojeće epidemiološke mjere i preporuke usmjerene na prevenciju širenja bolesti COVID-19 turisti sigurnije i slobodnije putovali. 2021. godina bilježila je porast broja gostiju, prihoda od turizma te udio turizma u BDP-u u odnosu na 2020. U 2022. ostvareno je 17,8 milijuna dolazaka što je u odnosu na 2021. ostvaren porast dolazaka turista za 39,1%. , također vidljiv je i porast prihoda od turizma te udio u BDP-u. Ako bi uspoređivali s podacima iz pretpandemijske 2019. godine, ostvareno je za 9,2% manje dolazaka. (<https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/turizam/dolasci-i-nocenja-turista/>, 8.8.2024.).

Tablica 1. Tablični prikaz prihoda od turizma, broj gostiju i udio turizma u BDP-u za razdoblje 2018.-2022.

	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.
BROJ GOSTIJU(u mil.)	18 666	19 566	7 001	12 776	17 775
PRIHODI OD TURIZMA(u mil EUR)	10.096,5	10.539,1	4.813,5	9.134,4	13.113,8
UDIO TURIZMA U BDP-u(u %)	19,6	19,5	9,6	15,7	19,5

Izvor: Autorica prema podacima Državnog zavoda za statistiku

(<https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/turizam/dolasci-i-nocenja-turista/>, 8.8.2024.)

3. TURISTIČKA PONUDA KRAPINSKO-ZAGORSKE ŽUPANIJE

Turizam ima veliku važnost u gospodarstvu Krapinsko-zagorske županije. Danas se razvoj turizma temelji na valorizaciji prirodnih resursa kao što su termalni izvori i prirodne osnove te materijalna i nematerijalna kulturna baština. Sloganom „Zagorje – Bajka na dlanu“, županija se pozicionira kao turistička destinacija za opuštajući odmor.

3.1. Osnovne informacije o Krapinsko-zagorskoj županiji

Krapinsko-zagorska županija jedna je od 21 županija u Republici Hrvatskoj. Županija se nalazi u sjeverozapadnom dijelu Republike Hrvatske i pripada prostoru središnje Hrvatske. Zasebna je geografska cjelina te se pruža od vrhova Macelja i Ivančice na sjeveru do Medvednice na jugoistoku. Zapadna granica, ujedno i državna sa Republikom Slovenijom, je rijeka Sutla, a istočna granica je vododijelnica porječja Krapine i Lonje. Krapinsko-zagorska županija obuhvaća 25 općina i 7 gradova. Središte županije je Krapina kao političko, upravno i kulturno središte županije te ujedno i najveći grad Hrvatskog Zagorja. Reljef je većinom brežuljkast, a naselja imaju seoska obilježja. Županija se nalazi blizu grada Zagreba i grada Varaždina te je dobro prometno povezana što stanovnicima omogućuje lakše putovanje na posao ili u školu. Stanovništvo se bavi poljoprivrednim djelatnostima i poznata je po domaćim proizvodima lokalnih OPG-ova. Također, stanovništvo se bavi stočarstvom, peradarstvom, voćarstvom, šumarstvom, vinogradarstvom te mnogim drugim djelatnostima. Štrukli, purica, licitarsko srce i zagorski mlinci jedni su od najvažnijih simbola Hrvatskog Zagorja. Krapinsko-zagorska županija svrstala je razvoj turizma među svoje prioritetne aktivnosti. Osim izravnih potpora turističkim subjektima, jedan od glavnih ciljeva je promijeniti tradicionalni pristup promoviranja individualnih destinacija. Stvaranjem zajedničkih turističkih promotivnih materijala u kojima su zastupljeni svi relevantni dionici s područja Krapinsko-zagorske županije i ujednačenom vizualnom komunikacijom žele predstaviti Krapinsko-zagorsku županiju kao jedinstvenu turističku destinaciju. Županija je kreirala njen vizualni identitet i logotip koji povezuje nekoliko prepoznatljivih elemenata Zagorja u cjelinu koja označava prekrasan krajolik, toplinu i gostoljubivost ljudi i čarobni, bajkovit dojam koji ovaj kraj ostavlja svojim izgledom i emocijom te je zbog tih elemenata osmišljen i slogan „Bajka na dlanu. Županija se u zadnjih par godina počela sve više okretati turizmu, ali i ulagati u njega te je tako turizam postao jedna od njezinih glavnih aktivnosti. Pružaju se potpore turističkim subjektima, a županiju se želi prikazati

kao jedinstvenu turističku destinaciju koja bi mogla privući brojne ciljne skupine od domaćih do inozemnih turista pa i do novih investitora (<https://kzz.hr/aktivnosti-krapinsko-zagorske-zupanije-iz-podrucja-turizma/>, 11.8.2024.).

Slika 2. Logo Hrvatskog Zagorja



Izvor: <https://kzz.hr/> (11.8.2024)

Nakon Grada Zagreba i Karlovačke županije, Zagorje je slijedeća kontinentalna regija u potpunosti spremna za prihvata sve većeg broja turista. Predispozicije za navedeno su kvalitetni smještajni kapaciteti u različitim vrstama smještajnih objekata (kvalitetom i cijenom prihvatljivim različitim skupinama), bogatom eno-gastro ponudom te različitim sadržajima (od prirodne baštine, muzeja, dvoraca...). Upravo su ti resursi razlog značajnog rasta koje zagorski turizam bilježi posljednjih godina. Prirodni resursi županije su termalni izvori te izvori pitke vode. Termalni izvori se koriste u terapijske i turističko rekreacijske svrhe. Kulturna i prirodna baština također je jedna od značajnih karakteristika prostora županije koja, unatoč svojoj vrijednosti i značenju, nije dovoljno iskorištena, a u većoj mjeri je i zapuštena i nedovoljno zaštićena. Relativno očuvani prirodni i kultivirani krajolik potrebno je štititi kao izuzetan prostorni potencijal te ga uz prirodnu i kulturnu baštinu bolje koristiti za razvoj turizma. Krapinsko-zagorska županija posjeduje kvalitetnu osnovu za razvoj onih oblika turističke djelatnosti koji odgovaraju njezinim prirodno-geografskim i kulturno-povijesnim uvjetima. Najzastupljeniji su toplički turizam, vjerski turizam, zdravstveni turizam, kulturni turizam te seoski turizam (<https://www.kzz.hr/master-plan-razvoja-turizma>, 11.8.2024).

Tablica u nastavku prikazuje broj gostiju u županiji tijekom proteklih nekoliko godina, kao i postotnu promjenu broja gostiju u odnosu na prethodnu godinu omogućavajući nam uvid u dolaske posjetitelja županiji, ističući razdoblja rasta ili pada broja gostiju.

Tablica 2. Broj gostiju u Krapinsko- zagorskoj županiji za razdoblje od 2018.-2023. i postotna promjena broja gostiju u odnosu na prethodnu godinu

GODINA	„2018.“	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.
BROJ GOSTIJU	159 191	176 610	90 022	150 665	175 920	190 456
POSTOTNA PROMJENA BROJA GOSTIJU	+12,27%	+ 10,97%	- 49,09%	+ 67,36%	+16,76%	+ 8,26%

Izvor: Visit Zagorje (<https://visitzagorje.hr/dokumenti/>, 9.8.2024.)

2018. godine zamijećen je rast u dolascima u Krapinsko-zagorskoj županiji za 12,27%. Porastao je broj posjetitelja kupalištima, a pao je broj posjetitelja nacionalnom svetištu u Mariji Bistrici te posjet muzejima u županiji. U odnosu na 2017. godinu Krapinsko-zagorska županija nalazi se odmah poslije Karlovačke sa najvećim porastom broja gostiju. Slijedeće godine, 2019., ostvareno je 176.610 dolazaka što je u usporedbi sa istim razdobljem prošle godine rast od 10,97%. Pojačanim oglašavanjima na emitivnim tržištima, 2019. godine vidljiv je rast stranih gostiju koji tada ostvaruju udio od 49,4% u dolascima. Nakon Grada Zagreba i Karlovačke županije, sada već prepoznatih kontinentalnih destinacija, Zagorje je slijedeća regija u potpunosti spremna za prihvat sve većeg broja turista. Predispozicije su sve tu: kvalitetni smještajni kapaciteti u različitim vrstama smještajnih objekata (kvalitetom i cijenom prihvatljivim različitim skupinama), bogatom eno-gastro ponudom te različitim sadržajima (od prirodne baštine, muzeja, dvoraca, do atrakcija poput Heli centra – simulatora leta ili Parka znanosti). Upravo su ti resursi razlog odličnog rasta koje zagorski turizam bilježi posljednjih godina. No nakon izvrsne 2019. godine u kojoj je u Krapinsko-zagorskoj županiji ostvareno 176.610 dolazaka te ostvaren rast od 10,97% u Zagorju 2020. godine dolazi do pada uslijed pandemije COVID - 19. Tako je u 2020. godini ostvareno 90.022 dolazaka i 205.125 noćenja. U usporedbi sa istim razdobljem prošle godine ovo predstavlja pad od 49,09% u dolascima. Vidljiv je i pad stranih gostiju uslijed pandemije COVID - 19, koji sada ostvaruju udio od 36,3% u dolascima. Izvrstan rezultat ostvaren je u 2021. godini kad je ostvaren porast od 67,36% u dolascima. Uslijed pandemije COVID - 19, 2021. godine vidljiv je rast domaćih gostiju koji ostvaruju udio 63,60% u dolascima, naspram stranih gostiju (36,40%). 2022. godina također ima pozitivan rezultat kada je ostvareno 175.920 dolazaka što predstavlja porast od 16,76% u dolascima. Tijekom 2023. godine bilo je 190.456 dolazaka te postotna promjena broja gostiju u odnosu na prethodnu godinu iznosi 8,26%. Nadalje, vidljiv je i rast stranih gostiju koji te godine imaju udio od 51,06% u dolascima. Nadalje, u 2022. godini omjer je bio 52,70% u

dolascima domaćih gostiju naspram 47,30% u dolascima stranih gostiju (<https://visitzagorje.hr/dokumenti/>, 9.8.2024.).

3.2. Turistička ponuda Krapinsko-zagorske županije

Osim odmora za sva osjetila, Zagorje nudi i obilje povijesnih i kulturnih znamenitosti. Zagorski brežuljci kriju razna mjesta, građevine, spomenike ili predmete oko kojih se isprepleću razne priče i legende. Krapinsko-zagorska županija je smještena u srcu Hrvatskog Zagorja te raspolaže resursima koji privlače posjetitelje iz svih krajeva. U nastavku su navedene najvažnije destinacije i aktivnosti koje čine ovu županiju omiljenom među turistima.

3.2.1. Krapina

Krapina je danas kulturno, političko i upravno središte Krapinsko-zagorske županije. Posjete turista Krapini datiraju od prošlog stoljeća, po završetku izgradnje željezničke pruge kada su subotom i nedjeljom Zagrepčani odlazili na izlete u Zagorje. U Krapini je 1895. došlo do otkrića krapinskog pračovjeka. U pećini na Hušnjakovom pronađeni su ostaci raznih kostiju četrdesetak individua, a kosti pripadaju uglavnom praljudima neandertalskog tipa. Danas ovdje možete posjetiti Muzej krapinskih neandertalca koji se smatra jednim od najmodernijih muzeja na svijetu. Očekuje Vas zanimljiva priča o životu i kulturi neandertalskog čovjeka u Krapini, mnoštvo multimedijских i drugih sadržaja, te nadasve posebna arhitektura. Novi muzej povezan je uređenim pješačkim stazama sa samim nalazištem krapinskog pračovjeka na brdu Hušnjakovo. U blizini parka nalaze se novoizgrađena parkirna mjesta za autobuse i automobile. Osim Muzeja neandertalaca u Krapini se nalazi i Muzej oldtimera Presečki. Jedinstveni objekt specijaliziran za automobilsko nasljeđe i prezentaciju povijesti automobilizma i motociklizma. Tu je smješteno preko dvadeset automobila i više od šezdeset motocikala. U ovom središtu tijekom godine odvijaju se razna događanja. Jedna od najistaknutijih su Ljeto u Krapini, Noć krapinskog pračovjeka, Krapinske špelancije te Tjedan kajkavske kulture. Ljeto u Krapini događaj je sa nizom zabavnih sadržaja, koncerata, predstava, izložbi, noćnim usponom na Strahinjčicu i još mnogo sadržaja. Besplatan ulaz u Muzej neandertalaca dostupan je u Noći krapinskog pračovjeka, a od dodatnih sadržaja tu su radionice za djecu, programi za djecu, predstave, modne revije itd. 1996. godine grupa zaljubljenika u „kaj“ i kajkavsku popevku osnovala je Festival kajkavskih popevki da se u naletu novog vremena i života ne izgubi ono izvorno što Zagorju daje kulturnu samosvojnost. Svake godine u ranu jesen započinje Tjedan kajkavske kulture koji mnoštvom priredaba i samim Festivalom veliča ono starinsko, zagorsko (<https://www.tzg-krapina.hr/>, 10.8.2024.).

Slika 3. Muzej neandertalaca u Krapini



Izvor: <https://www.tzg-krapina.hr/muzej-neandertalaca/> (10.8.2024.)

3.2.2. Marija Bistrica

Vjerski turizam postao je važan izvor potrošnje turista. Smatra se važnom granom turizma iz koje proizlazi zadovoljstvo pojedinih turista koji posjećuju takva mjesta zbog duhovnog i religijskog zadovoljenja. Vjerski turizam u Hrvatskoj najpoznatiji je po marijanskim svetištima, a jedno od najpoznatijih je ono u Mariji Bistrici. Svetište u Mariji Bistrici postalo je nacionalno svetište još 1715. godine, kada je Hrvatski sabor podigao veliki zavjetni oltar. Godišnje svetište u Mariji Bistrici posjeti više od 950 000 posjetitelja što je pozitivno za razvoj turizma u Krapinsko-zagorskoj županiji (<https://www.tz-marija-bistrica.hr/detalji/svetiste-majke-bozje-bistricke>, 10.8.2024.). Jedan od razloga za posjet ovoj destinaciji u Zagorju su manifestacije koje se održavaju u općini. Neke od manifestacija su Ljeto u Mariji Bistrici te Advent u Mariji Bistrici. Ljeto u Mariji Bistrici je manifestacija koja ima različite kulturne, duhovne, sportske i ostale zabavne sadržaje tijekom ljeta s naglaskom na proslavi 13. srpnja, Blagdane Majke Božje Bistričke, Dana Općine i Župe Marija Bistrica. Advent se obilježava prigodnim kulturno-umjetničkim programom, božićnom sajmenom ponudom te brojnim radionicama za djecu i odrasle. Advent u nacionalnom svetištu poseban je i svojim ozračjem naglašava duhovnost, obiteljske, kulturne i tradicijske vrijednosti (<https://www.tz-marija-bistrica.hr/marija-bistrica>, 10.8.2024.). Prepoznatljiv turistički proizvod ovog kraja su drvene igračke i licitari. To su tradicijski proizvodi Hrvatskoga zagorja s dugom poviješću. Izrada je počela u 19. stoljeću i zadržala se do današnjih dana. Postoji više vrsta igračaka poput drvenih frula – žvegle, klepetaljki – ptica s kotačićima koja se gura na štapu, tamburice...Umijeće izrade drvenih tradicijskih dječjih igračaka s područja Hrvatskog zagorja prepoznato je te uvršteno na

UNESCO-vu listu nematerijalne baštine čovječanstva 2009. godine, te je na Listi zaštićenih dobara nematerijalne baštine u Registru kulturnih dobara Republike Hrvatske. Licitari su šareno ukrašeni kolačići od medenoga tijesta čija povijest seže čak do 13. stoljeća. Tradicionalno su žarko crvene boje, a proizvode se u različitim oblicima i veličinama. U Mariji Bistrici možete posjetiti etno zbirku licitarskog obrta te upoznati povijest licitarstva, alate koji su se upotrebljavali i stare tehnike ručne proizvodnje (<https://visitzagorje.hr/drvene-igracke-licitari/>, 10.8.2024.).

Slika 4. Licitar



Izvor: <https://visitzagorje.hr/drvene-igracke-licitari/> (10.8.2024.)

3.2.3. Gornja Stubica

Općina Gornja Stubica s površinom od 50 km² prostire se južnim rubom Krapinsko-zagorske županije. U ovoj općini ima niz znamenitosti. Jedna od njih je 400 godina stara Gupčeva lipa, jedini živi svjedok Seljačke bune, ustanka seljaka protiv plemića 1573. godine. Danas lipa predstavlja prirodnu rijetkost i od 1957.g. proglašena je spomenikom prirode te je zaštićeni spomenik kulture. Uz ovaj kraj veže se ime Matija Gubec, vođa seljačke bune i narodni junak u Hrvata te simbol borbe za potlačene, kojem je i u Gornjoj Stubici napravljen spomenik. Također, otvoren je i Muzej seljačke bune povodom obilježavanja 400. godišnjice velike Seljačke bune. Muzej je smješten u baroknom dvorcu obitelji Oršić iz 18. stoljeća. Dvorac Oršić je barokni dvorac kojeg je 1756. godine podigao grof Krsto Oršić. Krajem šezdesetih i početkom sedamdesetih godina 20. stoljeća dvorac je potpuno obnovljen i u njegove prostore smješten je Muzej seljačkih buna. Bliža okolica dvorca oblikovana je kao dekorativni vrt. Širi okolni prostor je šezdesetih godina uređen kao pejzažni perivoj s domaćim i egzotičnim biljnim vrstama u koji je smješten i spomenik Seljačkoj buni i Matiji Gupcu. Osim, kulturnih i

povijesnih znamenitosti u ovom kraju postoje i razne mogućnosti za aktivno provođenje vremena. Kroz Gornju Stubicu prolazi mnoštvo biciklističkih ruta, a Putovima seljačke bune te Ljepotama parka prirode Medvednica i brežuljcima stubičkog kraja samo su neke od. U Zagorju se nalazi 5 termalnih izvora, a jedan od njih se nalazi u Gornjoj Stubici. Terme Jezerčica ostvaruju u prosjeku 19000 noćenja u svojim hotelima. Županija, a i sama općina Gornja Stubica ima predispozicije za razvoj zdravstvenog turizma (<https://www.gupcevkraj.hr/hr/stubica/>, 12.8.2024.).

3.2.4. Kumrovec

Kumrovec se prvi put javlja godine 1463. u vlasti Celjskih grofova. Općina je smještena u zapadnom dijelu Krapinsko-zagorske županije i leži uz lijevu obalu rijeke Sutle, koja je ujedno i granica s Republikom Slovenijom (<https://kumrovec.hr/o-opcini/>, 12.8.2024.). Daleko najpoznatija znamenitost u Kumrovcu je Muzej "Staro selo" Kumrovec. On prikazuje očuvanu tradicijsku arhitekturu te prikazuje tradicijske obrte. Muzej ima mnogo sadržaja te njegovu djelatnost može se prepoznati kroz izložbe, interaktivne muzejsko-edukativne programe, suvenire, oglašavanja i manifestacije koje se ostvaruju u suradnji sa ostalim čuvarima nematerijalne baštine (<https://www.mss.mhz.hr/stranica/o-muzeju>, 12.8.2024.). Danas je etno-selo Kumrovec najveći tradicijski uređeni prostor u Hrvatskoj koji posjetiteljima dočarava autentičan izgled zagorskog sela s početka 20. stoljeća i pruža uvid u to kako su živjeli naši stari. Prezentiraju se običaji i svakodnevica seljaka i njegove obitelji s jedne strane, a s druge prikazuju i razne tradicijske obrte kojima su stanovnici zagorskih sela osiguravali egzistenciju svojim obiteljima (<https://kumrovec.hr/muzej-staro-selo/>, 12.8.2024.). Poznata osoba rođena u Kumrovcu u siromašnoj seljačkoj obitelji je Josip Broz Tito čija je kuća središnji dio etno sela te je u njezinu dvorištu postavljen spomenik "Josip Broz Tito". U sklopu Muzeja, iako udaljeni od same jezgre Staroga sela Kumrovec, nalaze se stari mlin smješten na potoku Škrniku te zgrada stare škole. Iznad sela Kumrovec, odvojena posebnim prilazom visokom živicom, smještena je Titova rezidencija s velikim perivojem i ostatci crkve sv. Roka. U ovoj sredini podignut je i spomenik hrvatskoj himni „Lijepa naša domovino“. Događaj koji privlači velik broj posjetitelja u Kumrovec je Svjetsko prvenstvo u reliju. Prvi dolazak ovog događanja bio je 2021. godine. Jedna od većih turističkih atrakcija Zagorja sportskog karaktera održava se na području općine Kumrovec (<https://tz-kumrovec-desinic-zagorskasela.hr/manifestacije/>, 12.8.2024.).

Slika 5. Muzej "Staro selo" Kumrovec



Izvor: <https://www.mss.mhz.hr/stranica/o-muzeju> (12.8.2024.)

3.2.5. Biser Zagorja - Tuhelj, Klanjec i Veliko Trgovišće

Biser Zagorja naziv je za turističku zajednicu koja obuhvaća područja općine Tuhelj, grada Klanjca i općine Veliko Trgovišće. Ovo područje bogato je turističko područje koje obiluje znamenitostima, prirodnim atrakcijama, manifestacijama i aktivnostima na otvorenom. Biser Zagorja smješten je na zapadnom dijelu Krapinsko-zagorske županije. Općina Tuhelj nalazi se uz rijeku Horvatsku, a svoje ime dobila je po staroslavenskoj riječi „tuhl“ što znači udubina. Na granici sa Republikom Slovenijom smjestio se grad Klanjec uz rijeku Sutlu. Klanjec je dobio ime po svojem geografskom položaju pošto se nalazi na ulazu u klanac Zelenjak. Na ulazu u KZŽ iz smjera Zagreba nalazi se općina Veliko Trgovišće te je vrlo dobro prometno povezana s glavnim gradom RH. Općina se nalazi uz rijeku Krapinu. Najvažnija prirodna atrakcija u ovom području su termalni izvori u Tuheljskim Toplicama. Termalni izvori u Tuheljskim toplicama spadaju među pet termalnih izvora u županiji. Voda koja izvire ubraja se u ljekovite mineralne vode iz skupine sumpornih voda te je temperature od 32 – 33 stupnja Celzijevih. Termalna voda može se koristiti u razne svrhe no najčešće se koristi za rehabilitaciju od operativnih zahvata, za olakšavanje i smanjivanje bolova od ozljeda zglobova i kostiju te za reumatske bolesti. Također, na izvoru se nalazi, tj. stvara se, ljekovito blato koje se isto tako može primjenjivati u svrhu terapije i liječenja. Od ostalih prirodnih atrakcija važno je spomenuti i značajni krajobraz Zelenjak – Risvička i Cesarska gora. Zbog mnogih prirodnih i kulturnih vrijednosti dolina Zelenjak zaštićena je 1949. godine kao prirodna rijetkost, a 2011. godine ovo područje proglašeno je značajnim krajobrazom Zelenjak – Risvička i Cesarska gora. Ovaj

značajni krajobraz nije velike površine, ali unutar njega nalazi se velika biološka raznolikost. Značajni krajobraz sadrži ugrožene biljke koje su iz tog razloga i zaštićene. Neke od zaštićenih biljki su hrvatski karanfil, perunika, kranjski ljiljan, kacigasti kaćun i grimizni kaćun. Unutar ovog zaštićenog područja proteže se i eko staza Cesarskom gorom koja je namijenjena ljubiteljima aktivnosti u prirodi. Eko staza je prikladna za sve koji imaju želju i interes za rekreacijom, a usput se mogu educirati o području i zaštićenim vrstama. Stazom su postavljene edukativne table te na taj način posjetitelji mogu podizati svoju ekološku svijest i shvatiti značaj krajobraza. Na samom području Bisera Zagorja ima sedam pješačkih staza uz pomoć kojih posjetitelji mogu upoznati krajolik i prirodne atrakcije. Uz pješačke staze tu su i mnoge obilježene planinarske staze, a za one koji žele upoznati kraj na biciklu područje obiluje biciklističkim stazama. Još jedan važan prirodni resurs i atrakcija Bisera Zagorja je rijeka Sutla. Rijeka Sutla je granična rijeka između Hrvatske i Slovenije. Njezino područje je zaštićeno kao vrijedno područje ekološke mreže. Zaštićeno područje obuhvaća samu rijeku Sutlu i uski pojas uz rijeku. Oko rijeke nalaze se livade, šume, a sama rijeka vrlo je bogata raznim vrstama ribe. Na vrhu Cesarske gore nalazi se Cesarska utvrda koja spada u jedno od kulturno-povijesnih znamenitosti Bisera Zagorja. Utvrda Cesargrad sagrađena je u sredini 14. stoljeća. Tijekom razdoblja Seljačke bune utvrda Cesargrad opljačkana je i zapaljena te napuštena (<https://www.biserzagorja.hr/userfiles/files/strategija-biser-zagorja.pdf>, 4.9.2024.).

U 14. stoljeću razvio se i Klanjec i njegova kulturno-povijesna jezgra. Izgradnja franjevačkog samostana u 17. stoljeću oblikovala je izgled grada tvoreći samostan središte mjesta Klanjec kojeg okružuje gradski trg (<https://www.biserzagorja.hr/zagorje-sto-posjetiti/franjevacki-samostan>, 4.9.2024.). Unutar Franjevačkog samostana u Klanjcu pronađena je grobnica obitelji Erdödy. Skupocjeni sarkofazi iz 17. stoljeća obnovljeni su i smješteni u posebno pripremljenoj kripti samostana koja je uređena za turističke obilaske. Sarkofazi su rad bečkih majstora i izvedeni su u stilu ranobaroknog vremena (<https://www.biserzagorja.hr/userfiles/files/strategija-biser-zagorja.pdf>, 4.9.2024.). U blizini Terma Tuhelj i hotela Well nalazi se dvorac Mihanović. Ime dvorca potječe od Antuna Mihanovića koji je u dvorcu često boravio. Dvorac je sagrađen je u prvoj polovici 19. stoljeća. Danas dvorac Mihanović ima malo drugačiju funkciju. Dvorac Mihanović danas je restoran intimnog tipa i ugođaja u kojem se nalazi nekoliko salona za održavanje večera privatnog tipa i vinoteka dvorskog štihla. U dvorcu se mogu održavati večere, ali i poslovni sastanci, vjenčanja i proslave. Jedna od posebnosti ovog restorana su jela označena simbolom krune. Jela označena simbolom krune pripremaju se prema receptima iz vremena grofa Brigljevića, nekadašnjeg vlasnika dvorca i muža sestre Antuna Mihanovića (<https://www.term>

[tuhelj.hr/hr/dozivljaji/restoran-dvorac-mihanovic](https://www.tuhelj.hr/hr/dozivljaji/restoran-dvorac-mihanovic), 4.9.2024.). Prvi hrvatski predsjednik dr. Franjo Tuđman porijeklom je iz Velikog Trgovišća. Na samom ulazu u Veliko Trgovišće nalazi se njegova rodna kuća. Rodna kuća Franje Tuđmana obnovljena je i postala je turistički resurs županije. Kuća prikazuje život Franje Tuđmana i njegove obitelji u četiri tematski podijeljene cjeline. U njegovu čast, pored kuće nalazi se i bista Franje Tuđmana. U centru Velikog Trgovišća nalazi se i Spomen škola dr. Franje Tuđmana s memorijalnim dijelom i galerijom slika te knjižnicom i čitaonicom (<https://www.biserzagorja.hr/zagorje-sto-posjetiti/rodna-kuca-dr-franje-tudmana>, 4.9.2024.). U gradu Klanjcu nalazi se galerija Antuna Augustinčića. Galerija je osnovana 1970. godine kada je Antun Augustinčić, jedan od najistaknutijih hrvatskih kipara, poklonio svoje kiparske radove gradu Klanjcu. Svojim darovanjem kiparskih radova omogućio je otvaranje galerije koja danas predstavlja jedan od turističkih resursa grada (<https://www.biserzagorja.hr/zagorje-sto-posjetiti/galerija-i-studio-galerije-antuna-augustincica>, 4.9.2024.). Na području turističke zajednice Biser Zagorja organiziraju se i održavaju razne manifestacije koje su također od velikog turističkog značaja. Svake se godine u siječnju obilježava Seljačka buna. Ova manifestacija inspirirana je Seljačkom bunom iz Donje Stubice. Manifestacija započinje okupljanjem “klanječkih kmetova” i noćnog pohoda prema utvrdi Cesargrad, kojim je 1573. godine Seljačka buna i započela (<https://www.biserzagorja.hr/manifestacije-zagorje/pocinje-nocni-pohod-na-cesargrad>, 4.9.2024.). Tuheljska noć i Sajmeni dan jedni su od niza manjih događaja koje povezuje manifestacija Summer Fest Tuhelj u Tuheljskim Toplicama. Summer Fest Tuhelj je manifestacija koja traje mjesec dana te obuhvaća radionice, predstave, gastro show, zabavne sadržaje, koncerte, prezentacije starih zanata i još mnoštvo poučnih i zabavnih sadržaja. Događanje pruža raznovrsne sadržaje za posjetitelje i lokalno stanovništvo. Cilj ove manifestacije je prepoznatljivost i promidžba same destinacije, obogaćivanje ponude destinacije sa sadržajima za populaciju tijekom najviše sezone. Tijekom manifestacije prezentacijama i radionicama predstavljaju se lokalni umjetnici i njihovi radovi, a u ponudu proizvoda uključeni su lokalni vinari koji se predstavljaju sa svojim domaćim proizvodima i vinima (<https://www.biserzagorja.hr/manifestacije-zagorje/summer-fest-tuhelj-2024>, 4.9.2024.).

Na području Biser Zagorja većina smještajnih kapaciteta nalazi se u sklopu Termi Tuhelj, a odnose se na hotel Well i kamp. Ostali smještajni kapaciteti na području su kuće za odmor i apartmani. Biser Zagorja je u 2022. godini imalo 69 smještajnih objekata sa 493 smještajne jedinice i 1.231 raspoloživi krevet. Najveći broj jedinica i kreveta su u sklopu objekata Termi Tuhelj, a kuće za odmor su idući najpopularniji i najrazvijeniji oblik smještajnog objekta na

području Općine Tuhelj. Područje Biser Zagorja 2022. godine ostvarilo je ukupno 68.531 dolazaka što je 39% ukupnog broja dolazaka unutar Krapinsko-zagorske županije (<https://www.biserzagorja.hr/userfiles/files/strategija-biser-zagorja.pdf>, 4.9.2024.). U 2023. godini ovo područje bilježi porast broja gostiju i noćenja. U periodu od 1.1. – 31.12.2023. godine na području Tuhlja, Klanjca i Velikog Trgovišća prijavljeno je ukupno 72.570 gostiju koji su ostvarili ukupno 183.372 noćenja, u odnosu na 2022. godinu kada je zabilježeno 68.531 dolazaka i 171.648 noćenja što je porast od 5,88% u dolascima te 6,83% u noćenjima (<https://www.biserzagorja.hr/userfiles/files/2023-IZVJESCE-IZVRSENJA-RADA.pdf>, 4.9.2024.).

3.2.6. Vanjske aktivnosti i ostale znamenitosti

Ponuda aktivnog turizma u Krapinsko-zagorskoj županiji temelji se na netaknutoj prirodi, brojnim biciklističkim rutama, planinarskim i pješačkim stazama, poučnim stazama, moto stazama i paragliding uzletištima. Brdoviti kraj pogodan je za razne vrste aktivnosti na otvorenom, poput biciklizma, jahanja, i sl. Na planini Ivanščica nalaze se razne staze za planinarenje i penjanje no i dalje je nedovoljno turistički neiskorištena. Brdovit kraj sa mnogo zavoja i prijevoja čini ga pogodnim za organiziranje automobilističkih utrka.

Hrvatsko Zagorje prepuno je brojnih brežuljaka na kojima su smještene stare hiže i drvene kleti koje su prave oaze mira. Umirujuća i netaknuta priroda te silazak sa glavnih prometnica idealni je bijeg od stresne svakodnevnice. Iz tog razloga stvorene su manje ili više zahtjevne biciklističke rute. Neke od najpoznatijih biciklističkih ruta Zagorja su: bicikliranje „Putevima dva izvora“, „Tragom termalnih izvora“, „Erdodyeva ruta-Klanjec“, rekreacijska staza „ZaZaKr“ te „Zagorje Bike“ (<https://www.zagorje.travel/hr>, 13.8.2024.). Za ljubitelje adrenalinskih aktivnosti i sportova tu je quad safari, To je vožnja kroz prirodne predjele i podloge koje nisu asfaltne ceste. Obično su to zemljani i šljunčani tereni. Pošto je teren drugačiji od ravnih asfaltnih podloga, vožnja takvim predjelima omogućuje avanturu koju na cestovnim podlogama nije moguće doživjeti, stoga će sudjelovanjem na quad safariju turist doživjeti neotkrivene prirodne ljepote. Izleti su organizirani uz pratnju vodiča i kombinaciju off-road vožnje na različitim podlogama s obilaskom zanimljivih lokacija Hrvatskog zagorja. Postoje opcije samostalne vožnje (jedna osoba po vozilu) te kombinirana vožnja (dviije osobe po vozilu), sve prema željama turista i preferencijama (<https://zagorje.travel/hr/products/quad-safari-i-ljepote-zagorja>, 13.8.2024.). Ivančica je vrlo popularna za padobransko jedrenje tj. paragliding. Na njezinom vrhu nalazi se uređeno uzletišće. Uzletišće se nalazi na bivšoj skijaškoj

stazi na samom vrhu planine, u blizini televizijskog odašiljača. Usmjeren je na sjeveroistok i istok, a vjetrovi tih smjerova su pogodni za letenje. Sletišta se nalaze u selu Prigorec ili u Ivancu (<https://www.ivanec-turizam.hr/hr/ivanec-i-okolica-hr/planina-ivancica-hr/uzletiste-za-padobransko-jedrenje-paragliding-hr>, 13.8.2024.). Ako gost želi vidjeti Zagorje iz zraka moći će otići na let balonom na vrući zrak. Balon klub Zagreb je mjesto za one koji žele vidjeti Zagorje iz zraka i osjetiti kako je to letjeti u visinama (<https://baloni.hr/o-klubu/>, 13.8.2024.).

Ostale znamenitosti koje su također vrijedne posjeta su dvorac Djalski, dvor Veliki Tabor, mnogo sakralnih objekata diljem županije te pet terma. U Zagorju se nalazi 5 termalnih izvora: Krapinske toplice, Stubičke toplice, Tuheljske toplice, Sutinske toplice i Šemničke toplice. 3 termalna izvora su u funkciji turizma, a to su Krapinske, Tuheljske te Stubičke toplice. Terme Tuhelj poznate su po SPA i wellness turizmu. Tuheljske toplice kao najveće terme ostvaruju u prosjeku 67 000 noćenja u svojim hotelima. Kupališta u Zagorju 2014. godine zabilježile su 400.000 kupaca. Terme su turistička rekreacijska središta na području županije i često nude spoj modernog i prirode (<https://www.kzz.hr/master-plan-razvoja-turizma>, 15.8.2024.). Dvorac Gjalski hotel je pod oznakom kao nepokretno kulturno dobro. To je bio dom književnika i političara Ksavera Šandora Gjalskog. Objekt se nalazi u gradu Zaboku, a prilagodio se ugostiteljskoj namjeni te je očuvan izvorni dio prizemlja i podrumskih prostorija. Danas je hotel i restoran koji nudi usluge smještaja u sobama i apartmanima, održavanja seminara i evenata te ugostiteljske usluge (<https://dvoracgjalski.com/>, 15.8.2024.). Dvor Veliki Tabor značajan je kulturno-povijesni spomenik graditeljstva u Krapinsko-zagorskoj županiji. Veliki Tabor je smješten na vrhu Huma Košničkog, a pogled s Velikog Tabora pruža se na cijelo Hrvatsko Zagorje i Sloveniju. Ovaj spomenik kulture jedan je od najpoznatijih znamenitosti ne samo Hrvatskog zagorja nego i cijele Republike Hrvatske.

4. UTJECAJ OBOGAĆIVANJA PONUDE NA RAZVOJ TURIZMA U KZZ

Krapinsko-zagorska županija ima bogatu ponudu smještajnih kapaciteta. Hoteli i privatni smještaji čine većinu smještajnih kapaciteta i ponudu ležajeva, no tu su još i hosteli, kampovi, pansioni, seljačka domaćinstva te kuće za odmor. U Tablici 3. prikazano je kretanje brojeva ležajeva u 2022. i 2023. godini. U odnosu na 2022. godinu, broj ležajeva u hotelima, hostelima i kampovima se tijekom 2023. godine smanjio. Ipak, promatrajući ukupan broj ležajeva može se zaključiti da je u 2023. godini zabilježen je porast broja ležaja za 198 ležaja, odnosno za 5,37%.

Tablica 3. Vrste objekata i broj ležajeva u 2022. i 2023. godini

VRSTA OBJEKTA	BROJ LEŽAJEVA 2023.	BROJ LEŽAJEVA 2022.
HOTELI	1.227	1.243
OBJEKTI U DOMAĆINSTVU	858	771
HOSTELI	186	191
KAMPOVI	543	552
PANSIONI	116	113
SMJEŠTAJ NA OPG-U	202	192
KUĆE ZA ODMOR	753	625
UKUPNO	3.885	3.687

Izvor: https://kzz.hr/wp-content/uploads/2024/01/KZZ_turizam_PPT-Final.pdf (15.8.2024.)

Nadalje, u promatranoj županiji nalazi se devet hotela: hotel Well u Tuheljskim Toplicama, hotel Matija Gubec u Stubičkim Toplicama, Terme Jezerčica u Gornjoj Stubici, hotel Zagi u Oroslavju, hotel Kaj u Mariji Bistrici, Villa Magdalena u Krapinskim Toplicama, turistički apartmani "Snježna kraljica" u Stubičkim Toplicama, hotel i restoran Dvorac Gjalski u Zaboku i hotel i restoran "SEMI" u Velikom Trgovišću. U nastavku se daje prikaz broja noćenja te prosječna popunjenost po krevetima na području Krapinsko-zagorske županije u 2023.godini, a iz kojeg prikaza je razvidno da je hotel Well nalazi na prvom mjestu sa 146.237 noćenja te preko 85% popunjenosti po krevetima. Iza njega slijede hotel Matija Gubec te terme Jezerčica također sa visokim postotkom popunjenosti po krevetima, odnosno popunjenosti većom od 80%.

Tablica 4. Broj noćenja i popunjenost po krevetima u hotelima u KZZ u 2023.g.

	OBJEKTI-HOTELI	Broj noćenja	Prosječna popunjenost po krevetima
1.	Hotel Well	146.238	85,61%
2.	Hotel Matija Gubec	46.588	92,25%
3.	Terme Jezerčica	29.873	81,48%
4.	Hotel Zagi	21.215	46,13%
5.	Hotel Kaj	16.663	41,33%
6.	Villa Magdalena	12.847	67,69%
7.	Tur. Apartmani „Snježna kraljica“	6.507	52,05%
8.	Vuglec Breg	6.197	45,17%
9.	Heritage hotel „Dvorac Gjalski“	3.422	24,12%
10.	Hotel „SE-MI“	1.845	40,59%
	UKUPNO:	291.364	57,94%

Izvor: https://kzz.hr/wp-content/uploads/2024/01/KZZ_turizam_PPT-Final.pdf (15.8.2024.)

Obzirom da se u predmetnom poglavlju analiziraju konkretni primjeri iz sektora turizma u Krapinsko-zagorskoj županiji u fokus se stavljaju dva hotela, hotel Villa Magdalena u Krapinskim toplicama i hotel Well u Tuheljskim toplicama, te dva turistička objekta, izletišta Vuglec Breg i Zagylant. Navedeni objekti su predstavljaju uzorak analize teme predmetnog diplomskog rada.

Kroz analizu prikazat će se poboljšanja koja su uvedena u ovim objektima kao i nove usluge ili promjene do kojih je došlo u istima. Ovi objekti pružiti će uvid u strategije koje su primijenjene za unaprjeđenje kvalitete usluge, za povećanje zadovoljstva gostiju te što veću konkurentnost na tržištu. Kroz prethodno navedene objekte pružatelje usluga u turizmu bit će prikazano kako poboljšanja, strategije i noviteti u turističkim objektima mogu doprinijeti uspjehu u turističkoj industriji te povećanju broja posjetitelja i gostiju te poboljšanju financijskih rezultata.

4.1. Hotel Villa Magdalena

Hotel Villa Magdalena smjestio se između zelenih brežuljaka Krapinskim Toplicama. Krapinske Toplice nalaze se 40-ak km od Zagreba, a ovo mjesto je još od davnina poznato kao lječilište, kupalište i izvor zdravlja. Hotel Villa Magdalena je prvi hotel u Hrvatskom Zagorju sa kategorijom četiri zvjezdice. Riječ je o lokaciji koja nudi opuštanje, wellness, izvanredan gastronomski doživljaj i održavanje poslovnih sastanaka, evenata i konferencija. Hotel Villa

Magdalena otvoren je 2009. godine kao obiteljski projekt Ivana Petrovića te je u vlasništvu društva Ivizija.d.o.o. Vrlo brzo prepoznat je od strane gostiju kao odlična wellness i spa te gastro destinacija. Prilikom otvorenja ovaj hotel raspolagao je s devet luksuzno opremljenih smještajnih jedinica, od čega je osam apartmana različitih veličina te jedna dvokrevetna soba. Apartmani su nudili i apsolutan novitet u hrvatskoj turističkoj ponudi. Svaki apartman ima hidromasažnu kadu koja je izravno spojena na ljekovitu, izvorsku termalnu vodu te je postavljena tako da pored opuštanja omogućuje i pogled na zagorski krajolik. Voda Krapinskih Toplica zauzima šesto mjesto na ljestvici europskih termalnih voda zbog svojih izrazito ljekovitih svojstava. U sastavu hotela još su se nalazili bar i restoran s panoramskim pogledom kao i mala multimedijalna sala za sastanke, treninge i seminare. Hotel ima vlastito parkiralište, osobno dizalo, te udovoljava svim modernim tehnološkim zahtjevima hotela današnjice. Gastronomsku ponudu hotela odlikuju suvremeno pripravljena hrvatska jela među kojima domaćini posebno ističu svoje originalne recepte vrhunskih slastica. (<https://www.zagorje.com/clanak/vijesti/otvoren-ekskluzivni-hotel-villa-magdalena-u-krapinskim-toplicama>, 17.8.2024.). Gastronomija ovog hotela vrlo brzo postala je prepoznatljiva te je hotel već 2011. godine ušao u prestižni vodič Gault Millau kao jedan od top restorana u kontinentalnoj Hrvatskoj. Hotel Villa Magdalena proglašen je najboljim malim kontinentalnim hotelom tri godine za redom (2012., 2013. i 2014. godine). Uz to hotel su pratile vrhunske recenzije i nagrade na poznatim booking i review portalima. 2010. godine otvoren je wellness centar u koji je uloženo 100.000 eura. Gostima je tako na raspolaganju postala bio+finska sauna, infrasauna, tuševi, grijana klupa, whirlpool, relax prostor i terasa. Također, hotel je u ponudi imao tematska wellness pakete. Wellness je ,kao i svi apartmani koji sadrže jacuzzi, spojen na ljekovitu, izvorsku termalnu vodu (<https://www.poslovni.hr/domace/villa-magdalena-investirala-100000-eura-156767>, 17.8.2024.). Hotel je od otvaranja svake godine bilježio poraste u poslovanju, što je zatim vlasnike navelo na dodatno investiranje. Tako su se vlasnici odlučili za proširenje, nadogradnju i poboljšanje ponude hotela. 2017. godine završen je projekt vrijedan dva milijuna eura. Ovim projektom hotel se proširio sa 9 na 24 smještajne jedinice. Modernizirali su i proširili restoran. Također se proširio postojeći prostor wellnessa s novim bazenom, novim saunama te fitness prostorijom. Svoju postojeću ponudu proširili su i dvjema prostorijama za kongrese i seminare. Danas, Villa Magdalena raspolaže sa 18 dvokrevetnih soba te 6 apartmana u tri tipa smještajnih jedinica. Prvi tip smještaja je Spa Premium Room koja je namijenjena za dvije do četiri osobe te sadrži bračni krevet u dnevnom boravku, prostranu terasu s panoramskim pogledom na regiju, hidromasažnu kadu u dnevnom boravku s također panoramskim pogledom na krajolik koja je priključena na ljekovitu, izvorsku

termalnu vodu, kupaonicu, televizor u dnevnom boravku, telefon s direktnom linijom. super brzi Internet, sustav inteligentnih soba za jednostavnu i pametnu kontrolu energije, grijanja i hlađenja, minibar te sitne potrošne hotelske dodatke. Cijena ovakvog smještaja varira ovisno o danu u tjednu, razdoblju u godini te broju noćenja. U nastavku je prikazana slika 6. iz čijeg sadržaja se može vidjeti kako se cijena za noćenje sa doručkom kreću od 90- 115 eura, a za polupansion trebali bi izdvojiti između 110 i 135 eura. (<https://www.villa-magdalena.net/>, 17.8.2024.).

Slika 6. Cijene dvokrevetne sobe hotela Villa Magdalena

SPA PREMIUM DVOKREVNATA SOBA

Kombinirani dnevni/spavaći boravak, kupaonica, terasa, hidromasažna kada u dnevnom boravku s termalnom vodom, minibar, SAT TV, radio, telefon, kuhalo za vodu i besplatni čaj, Internet.

1.9. – 20.10.2022.	29.7. – 31.8.2022.
20.11. – 15.12.2022.	21.10 – 19.11.2022.
22.1 – 9.2.2023.	16.12. – 21.1.2023
15.2. – 6.4.2023.	10.2. – 14.2.2023.
16.4. – 27.07.2023.	7.4. – 15.4.2023.
noćenje s doručkom: od 90-105 EUR (678,11-791,12,00 kn)	noćenje s doručkom: od 100-115 EUR (753,45-866,47 kn)
polupansion: od 110-125 EUR (828,80- 941,81 kn)(cijena ovisi o broju noćenja i danu u tjednu)	polupansion: od 120-135 EUR (904,14- 1.017,16 kn)(cijena ovisi o broju noćenja i danu u tjednu)

Izvor: <https://www.villa-magdalena.net/> / (17.8.2024.)

Sljedeći tip smještaja je Spa Luxury Suite. Ovaj smještaj nudi dnevni boravak, odvojenu spavaću sobu, kupaonicu, terasu, hidromasažnu kadu u dnevnom boravku s termalnom vodom, električni ambijentalni kamin, minibar, TV, radio, telefon, kuhalo za vodu s besplatnim čajem, Internet te mnoštvo ostalih sadržaja s kojim je ovaj smještaj opremljen. Cijene za rezervaciju ovog smještaja kreću se od 100-125 eura za noćenje s doručkom, dok bi za polupansion trebali izdvojiti od 120 do 145 eura. Za svaki smještaj iz ponude cijene variraju ovisno o razdoblju u godini, dana u tjednu i broju noćenja. Treći i posljednji tip smještaja je Spa Family Suite u kojem mogu se smjestiti minimalno 3 osobe. Dnevni boravak, dvije odvojene spavaće sobe, kupaonica, dodatni WC,terasa, hidromasažna kada u dnevnom boravku s termalnom vodom, minibar, SAT TV, radio, telefon, kuhalo za vodu s besplatnim čajem, Internet i mnogo više. Cijene ovog apartmana niže su od cijena za rezervaciju Spa Luxury Suitea, a iste su sa cijenama prvog i najmnogobrojnijeg tipa smještaja Spa Premium Room.

Hotel u ponudi ima i wellness i spa. Wellness oaza sadrži zatvoreni grijani bazen, grijani whirlpool s termalnom vodom, finsku, infra i parnu saunu, grijanu klupu, relax zonu s ležaljka i fitness prostoriju. Villa Magdalena samo dvije godine nakon otvaranja već je imala status vrhunskog gastronomskog doživljaja. Gourmet restoran hotela Villa Magdalena bazira svoju ponudu na spoju najboljeg od tradicionalne zagorske kuhinje sa elementima modernih talijanskih i francuskih kuhinja. Restoran hotela Villa Magdalena najnagrađivaniji je restoran regije. Godine 2011. ušao je u prestižni međunarodni gastro vodič kao jedan od 30 najboljih restorana Hrvatske, a prema hrvatskim izborima od 2010. godine se kontinuirano nalazi u samom vrhu odabira restorana (<https://www.villa-magdalena.net/restoran/>, 17.8.2024.). Osim wellnessa i gastronomije u hotelu se nalaze i dvije dvorane koje su opremljene vrhunskim tehničkim sadržajima za održavanje kongresa, treninga i sastanaka kako bi poslovni eventi bili što uspješniji i kreativniji. Za potrebe većih grupa ove dvije dvorane mogu se spojiti u jednu te je tada maksimalan kapacitet organiziranog događanja 70 osoba (<https://www.villa-magdalena.net/kongresi-seminari/>, 17.8.2024.).

Hotel je razvio i svoja tehnološka rješenja za upravljanje hotelom kao odgovor na potrebe gostiju, ali i pandemiju COVIDA-19. Razvio je svoj rezervacijski sustav, vlastiti sustav za upravljanje prodajnim kanalima, beskontaktnu aplikaciju za goste te implementirao u WebBookingPro modul za upravljanje prihodima. Modul za upravljanje prihodima doprinio je rastu prihoda jer funkcionira na način da prema popunjenosti tipa sobe ili hotela, ali i same procjene potražnje za određeni dan, može dizati i spuštati dnevne cijene, što direktno utječe na rast prihoda. Zahvaljujući vlastitom digitalnom rješenju prosječnu cijenu sobe u Villi Magdaleni hotel je podigao za 10 do 20 posto ovisno o razdobljima. Zadatak ovog modula je pametnim automatizacijama stvoriti veće prihode, prodati bolje kad postoji potražnja i osnovano očekivanje veće popunjenosti, prodati s nižom cijenom kad je je lošija potražnja i dobiti rezervaciju koje inače ne bi bilo. Kao i svi hoteli u Hrvatskoj i hotel Villa Magdalena u početku je pandemije gubila goste te joj je padalo poslovanje. No s vremenom situacija se mijenjala i gosti su se vraćali. Hotel se brzo prilagodio te odgovorio na nove trendove i zahtjeve. Kako su ispunili epidemiološke zahtjeve gosti su se vraćali. Još jedno od tehnoloških rješenja je i aplikacija Virtual Concierge, beskontaktna web aplikacija za goste. Aplikacija se pokazala odličnom za vrijeme pandemije COVIDA-19 kada je nakon lockdowna 2020. buffet doručak bio zabranjen te se za goste omogućila posluga u sobu na višoj razini. Gosti hotela aplikaciju koriste tako da dobiju link i koriste QR kodove. Beskontaktnu usluge postale su trend u post-COVID turizmu i sve je više gostiju koji ih koriste i traže. (<https://www.poslovniturizam.com/mice-magazin/intervju/ivan-petrovic-kako-smo-vlastitim->

digitalnim-rjesenjima-dignuli-prihode-hotela-villa-magdalena-za-dvadeset-posto/3937/,

17.8.2024.).

U nastavku je dan prikaz financijskih rezultata poslovanja društva Ivizija d.o.o. za razdoblje od 2018. do 2023. godine te tablica sa postotnim promjenama navedenih financijskih rezultata. Podaci su preuzeti iz Registra godišnjih financijskih izvještaja kod Financijske agencije.

Tablica 5. Financijski pokazatelji društva Ivizija d.o.o. za razdoblje 2018.-2023.

Opis	2018 (u EUR)	2019 (u EUR)	2020 (u EUR)	2021 (u EUR)	2022 (u EUR)	2023 (u EUR)
Ukupni prihodi	1.123.858	1.201.572	916.106	1.374.469	1.479.296	1.556.783,00
Prihodi od prodaje	8.184.301	1.198.369	914.246	1.366.904	1.477.127	1.556.781
Ukupni rashodi	1.112.663	1.185.242	1.026.550	1.311.770	1.472.002	1.546.150
Poslovni rashodi	996.423	1.078.783	937.249	1.251.103	141.768	1.482.427
Dobit prije oporezivanja	11.195	16.329	-110.444	62.699	7.294	10.633

Izvor: Registar godišnjih financijskih izvještaja

Iz prethodne tablice vidljivo je povećanje ukupnih prihoda u 2019.g. u odnosu na 2018. i to za 77.714 EUR dok je u 2020.g. došlo do smanjenja ukupnih prihoda u odnosu na 2019.g. i to za 285.466. Od 2021.g. primjetan je kontinuiran rast ukupnih prihoda. Prihodi od prodaje u 2019.godini u odnosu na 2018. godinu drastično padaju za 6.985.932 EUR te padaju i u 2020. godini. U 2021. godini bilježe rast za 452.658 EUR i kontinuirano rastu u narednim godinama. Ukupni rashodi kao i poslovni rashodi rastu svake godine osim 2020. u kojoj su ukupni prihodi pali za 158.692 EUR, a poslovni rashodi za 141.534 EUR. Dobit prije oporezivanja pozitivna je u godinama 2018. i 2019., a bilježi i rast u 2019. godini u odnosu na prethodnu. U 2020.godini dolazi do značajnog smanjenja dobiti prije oporezivanja te gubitka od 110.444 EUR. Već u slijedećoj godini društvo ostvaruje pozitivnu dobit od 62.699 EUR. U 2022. godini dobit se smanjuje za 55.405 EUR, a u 2023. godini bilježi rast.

Tablica 6. Postotne promjene u financijskim pokazateljima

Opis	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Ukupni prihodi	1.123.858	1.201.572	916.106	1.374.469	1.479.296	1.556.783
%promjena u odnosu na prethodnu godinu	-	6,91%	-23,76%	50,03%	7,63%	5,24%
Prihodi od prodaje (poslovni prihodi)	8.184.301	1.198.369	914.246	1.366.904	1.477.127	1.556.781

<i>%promjena u odnosu na prethodnu godinu</i>	-	-85,36%	-23,71%	49,51%	8,06%	5,39%
Ukupni rashodi	1.112.663	1.185.242	1.026.550	1.311.770	1.472.002	1.546.150
<i>%promjena u odnosu na prethodnu godinu</i>	-	6,52%	-13,39%	27,78%	12,21%	5,04%
Poslovni rashodi	996.423	1.078.783	937.249	1.251.103	141.768	1.482.427
<i>%promjena u odnosu na prethodnu godinu</i>	-	8,27%	-13,12%	33,49%	-88,67%	945,67%
Dobit prije oporezivanja	11.195	16.329	-110.444	62.699	7.294	10.633
<i>%promjena u odnosu na prethodnu godinu</i>	-	45,87%	-776,35%	-156,77%	-88,37%	45,79%

Izvor: Autorica prema podacima iz Registra godišnjih financijskih izvještaja

Kod ukupnih prihoda može se primijetiti povećanje istih u svakoj godini izuzev 2020. godine gdje su se ukupni prihodi smanjili za 23,76% u odnosu na 2019. godinu. Smanjenje ukupnih prihoda 2020. godine uzrokovano je pandemijom COVID-19 zbog mjera sigurnosti i ograničenja kretanja kako bi se spriječilo širenje virusa te zbog smanjenja potražnje i prodaje. Društvo je već slijedeće godine imalo rast ukupnih prihoda u iznosu od 1.374.469 eura, a koji iznos je veći i od ukupno ostvarenih prihoda u 2019. godini, odnosno godini prije pojavljivanja pandemije. Slično kao i kod ukupnih prihoda, prihodi od prodaje pokazuju smanjenje u 2020. godini, dok u preostalom razdoblju (2019.g. te 2021.-2023.g.) rastu. Ukupni rashodi proporcionalno prate ukupne prihode te društvo prilagođava svoje troškove na temelju prihoda koje su ostvarili. Značajno smanjenje prihoda u 2020.g. prati i smanjenje rashoda u istoj godini što je posljedica prilagodbe poslovanja pandemiji. Analizom poslovnih rashoda utvrđeno je značajno smanjenje u 2022.g. od čak za 88,67%, u odnosu na prethodnu godinu. Slijedeće godine poslovni rashodi porasli su za 945,67%. Nakon odbitka svih troškova društvo je u 2019. godini imalo 45,87% veću dobit prije oporezivanja u odnosu na prethodnu godinu. Također, u 2020. godini primjetno je smanjenje dobiti prije oporezivanja s obzirom na pad prihoda. U narednim godinama društvo ostvaruje dobit, iako u 2022. godini značajno manju u odnosu na 2021., dok bi u 2023.g. dobit porasla.

4.2. Hotel Well

Hotel Well nalazi se u Tuheljskim Toplicama koje su u sastavu općine Tuhelj koja je udaljena 50-ak kilometara od Zagreba. Hotel je u vlasništvu Termi Tuhelj d.o.o. koje u svojem vlasništvu imaju sve što je u ponudi, od terma do smještaja. i otvorio se 2012. godine. Moderan je i funkcionalan hotel sa četiri zvjezdice te je iste godine proglašen najuspješnijim arhitektonskim ostvarenjem. Izgradnja novog hotela Well sa 4 zvjezdice koji se nadovezuje na postojeći,

preuređenje dijela postojećeg hotela i hotelskih sadržaja bila je investicija Terma Tuhelj u visini od 12 milijuna eura. Cijele Terme Tuhelj raspolažu sa ukupno 264 sobe koje su raspoređene u 6 zgrada. U samom hotelu se novo izgradilo 126 premium soba, a 138 je preuređenih klasičnih soba. Sobe su opremljene suvremenom opremom: mikroklimatskim uređajem, sefom, LED TV-om, minibarom, sušilom za kosu, modernim namještajem, a i dodatno su oplemenjene „pametnim sustavom“ upravljanja. Hotel je namijenjen poslovnim i wellness gostima više platežne moći te sukladno tome uređen na nivou kategorizacije hotela sa četiri zvjezdice. Kategorizacija objekta na nivo četiri zvjezdice omogućuje novo izgrađeni dio hotela i preuređeni postojeći prostori te zadržavanje položaja na wellness tržištu u Hrvatskoj (<https://www.poslovniturizam.com/mice-magazin/kompanije/otvoren-hotel-well-u-termama-tuhelj/751/>, 17.8.2024.). Hotel nudi devet tipova soba. Od klasične dvokrevetne sobe koja se kreće od 44 eura po noćenju do apartmana kojima je cijena od 65 eura te premium sobe i premium apartmani koji variraju od 75 do 97 eura po noćenju. Cijene smještaja ovise o broju osoba, broju noćenja i tipu smještaja. Hotel osim smještaja nudi i dodatne sadržaje svojim gostima. Jedan od njih je wellness. Svijetmsauna i SPAeVITA centar nude gostima brojne i raznolike tretmane njege i ljepote. Također, nude programe za buđenje osjetila i relaksacije tijela i duha. Gosti se mogu baviti sportom i rekreirati u fitness centru, sportskoj dvorani ili na sportskim terenima i trim stazi. Rekreaciju u prirodi omogućava im pustolovni park sa sportskim terenima te adrenalinski park ako žele rekreaciju, boravak i zabavu u prirodi. Ljeti najveći broj posjetitelja privlači Vodeni planet, kompleks različitih veličina i namjena bazena s termalnom vodom i brojnim atrakcijama te mnogim drugim zabavnim elementima. U sklopu hotela nalaze se i brojni ugostiteljski objekti sa širokom ponudom hrane i pića. Neki od njih su hotelski restoran Lati, a la carte restoran Dvorac Mihanović, restoran Element bar s ponudom pizza i meksičke kuhinje, Terra lounge bar sa ponudom kolača i sladoleda, Infinity bar s atrijem te jedinstven wellness bar u najvećem Svijetu sauna (<https://travel-tourist.com/accommodation/hotel-well-terme-tuhelj-tuhelj>, 17.8.2024.). U hotelu je izgrađen i moderan kongresni centar koji može prihvatiti do 450 osoba. Centar čine dvije dvorane – „Invigo“ za 300 osoba i „Vilina“ za 150 osoba. Obje dvorane mogu biti djeljive u po tri manje dvorane. Izgrađen je amfiteatar za animacijske događaje, koncerte, kazališne predstave i vanjska događanja. U sklopu hotela nalazi se i podzemna garaža sa 70 parkirnih mjesta. Između objekata uređeni su wellness vrtovi s termalnim potokom, što čini posebnu atrakciju za wellness goste gdje se oni mogu opustiti, prošetati i uživati u hortikulturi i prirodi koja okružuje sami objekt (<https://www.zabok.hr/otvoren-hotel-well-novi-zagorski-turisticki-ljepotan/>, 17.8.2024.).

Slika 7. Hotel Well



Izvor: <https://www.terme-tuhelj.hr/hr/smjestaj/hotel-well> (17.8.2024.)

Nakon izgradnje hotela Well u 2012. godini zabilježeno je 50.200 noćenja, a Terme Tuhelj zabilježile su 161.000 kupača, prihod od 5,6 milijuna eura te dobit u iznosu 547 tisuća eura. Već u prvih četiri mjeseca 2013. godine mogao se uočiti porast broja gostiju za čak 71,5% u odnosu na isti period u 2012. godini. Ukupan prihod prva četiri mjeseca iznosi 1,42 milijuna eura što je porast od 29 % od istog razdoblja u 2012. godini. Također, porastao je i postotak dolazaka stranih gostiju. U predstavljanju turističkih rezultata za 2022. godinu Terme Tuhelj predstavile su kako su ostvarile 160.000 tisuća noćenja, manje nego 2019. godine, godine prije pojave pandemije COVIDA-19, ali su sa druge strane povisili broj ulazaka u sauna svijet za 15 %. Isto tako povećali su i broj wellness tretmana kojih je bilo više od 13 tisuća, a to je povećanje od 6% u odnosu na 2019. godinu. Zbog veće potražnje u hotelu 2022. godine mogli su ostvariti više cijene noćenja i pansiona. Iz tog razloga je cijena noćenja u prosjeku bila 13 % viša nego 2019. godine (<https://www.poslovni.hr/hrvatska/ulaganje-u-hotel-well-tuhelju-povecao-prihod-za-29-posto-243924>, 17.8.2024.). U 2023. godini hotel Well je prvi u Krapinsko-zagorskoj županiji po broju noćenja sa 146.237 noćenja te 85% popunjenosti po krevetima. Nadalje, u nastavku tablica 5. prikazuje kretanje financijskih rezultata poslovanja kod društva Terme Tuhelj d.o.o. za razdoblje od 2018. do 2023. godine, dok tablica 6. prikazuje postotne promjene istih.

Tablica 7. Financijski pokazatelji društva Terme Tuhelj

Opis	2018	2019	2020	2021	2022	2023
	(u EUR)	(u EUR)	(u EUR)	(u EUR)	(u EUR)	(u EUR)
Ukupni prihodi	8.742.191	9.810.869	5.929.490	9.298.983	11.752.956	14.052.442
Prihodi od prodaje	8.546.724	9.787.626	5.923.097	9.244.886	11.736.467	14.050.969
Ukupni rashodi	7.948.684	8.748.734	8.881.756	8.744.674	11.175.236	12.047.904
Poslovni rashodi	7.651.681	8.450.993	8.448.004	8.405.366	10.860.030	11.788.631
Dobit prije oporezivanja	793.507	1.062.135	-2.952.267	554.309	577.720	2.004.538

Izvor: Registar godišnjih financijskih izvještaja

Terme Tuhelj u 2019. godini bilježe u odnosu na 2018. godinu porast svih financijskih analiziranih financijskih vrijednosti. Ukupni prihodi povećani su za 1.068.678 EUR, dok su prihodi od prodaje veći za 1.240.902 EUR. Povećanje ukupnih rashoda iznosi 800.050 EUR, a poslovni rashodi povećali su se za neznatno manji iznos, odnosno za 799.312 EUR. Dobit prije oporezivanja 2019. iznosila je 1.062.135 EUR, a koji iznos u odnosu na 2018. godinu predstavlja povećanje za 268.628 EUR. U 2020. godini ukupni prihodi smanjeni su za 3.881.379 EUR u odnosu na prethodnu godinu. U odnosu na 2019. godinu ukupni rashodi u 2020. godini bilježe rast za 133.022 EUR, dok su poslovni rashodi smanjeni 2.989 EUR. Poslovni prihodi u 2020. godini smanjeni su 3.864.529 EUR u odnosu na prethodnu godinu. Također, dobit prije oporezivanja pokazuje značajno smanjenje od 2.952.267 EUR. U narednoj godini dobit prije oporezivanja, ukupni prihodi te poslovni prihodi povećali su se dok su ukupni rashodi i poslovni rashodi smanjeni u odnosu na 2020. godinu. Ukupni rashodi smanjili su se za 137.082 EUR, a poslovni rashodi za 42.638 EUR. U 2022. godini ukupni rashodi povećani su 2.299.486 EUR, dok su se prihodi od prodaje povećali za 2.314.502 EUR. Prije oporezivanja u 2023. godini iznosi 2.004.538 EUR što je najviše ostvarena dobit prije oporezivanja tijekom analiziranog razdoblja.

Tablica 8. Postotne promjene financijskih pokazatelja društva Terme Tuhelj

Opis	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Ukupni prihodi	8.742.191	9.810.869	5.929.490	9.298.983	11.752.956	14.052.442
<i>%promjena u odnosu na prethodnu godinu</i>	-	12,22%	-39,56%	56,83%	26,39%	19,57%
Prihodi od prodaje (poslovni prihodi)	8.546.724	9.787.626	5.923.097	9.244.886	11.736.467	14.050.969
<i>%promjena u odnosu na prethodnu godinu</i>	-	14,52%	-39,48%	56,08%	26,95%	19,72%
Ukupni rashodi	7.948.684	8.748.734	8.881.756	8.744.674	11.175.236	12.047.904
<i>%promjena u odnosu na prethodnu godinu</i>	-	10,07%	1,52%	-1,54%	27,79%	7,81%
Poslovni rashodi	7.651.681	8.450.993	8.448.004	8.405.366	10.860.030	11.788.631
<i>%promjena u odnosu na prethodnu godinu</i>	-	10,45%	-0,04%	-0,50%	29,20%	8,55%
Dobit prije oporezivanja	793.507	1.062.135	-2.952.267	554.309	577.720	2.004.538
<i>%promjena u odnosu na prethodnu godinu</i>	-	33,85%	-377,96%	-118,78%	4,22%	246,97%

Izvor: Autorica prema podacima iz Registra godišnjih financijskih izvještaja

U razdoblju od 2018. do 2019. godine društvo je zabilježilo porast ukupnih prihoda s 8.742.191 EUR na 9.810.869 EUR u 2019. godini, što predstavlja rast od 12,22%. Također, rasli su i prihodi od prodaje sličnim tempom što ukazuje na povećanje potražnje za proizvodima ili uslugama društva. Rashodi su porasli proporcionalno s prihodima, a društvo je zadržalo pozitivnu dobit prije oporezivanja za 33,85% veću od one u 2018. godini. 2020. godina, godina u kojoj se pojavljuje pandemija COVID-19, je godina koja donosi gubitke i izazove za mnoga društva pa tako i za Terme Tuhelj. Smanjenje potražnje se može primijetiti kod ukupnih prihoda koji su drastično pali na 5.929.490 EUR, te je to pad od 39,56% u odnosu na 2019. godinu. Rashodi su ostali donekle stabilni, no smanjenje profitabilnosti društva u ovoj godini može se uočiti po dobiti prije oporezivanja koja je iznosila -2.952.267 EUR. U 2021. godini društvo se polako počinje oporavljati. Također, vidljiv je značajan rast ukupnih prihoda, a koji su porasli za 56,83%, dok su prihodi od prodaje porasli također preko 56%. Rashodi su ostali stabilni, a društvo je vratilo pozitivnu dobit prije oporezivanja. Rast svih pokazatelja nastavlja se i u 2022. godini. U 2023. godini društvo je imalo najbolje rezultate od promatranog razdoblja. Porasli

su prihodi i rashodi, a u ovoj godini društvo je uspjelo ostvariti 246,97% veću dobit prije oporezivanja što je značajan porast u odnosu na prethodnu godinu te se društvo uspjelo oporaviti i povratiti profitabilnost. Ovi rezultati prikazuju da je projekt i investiranje u izgradnju hotela Well i renoviranje dotadašnjeg kompleksa opravdan, jer se bilježe značajni porasti noćenja, broja gostiju, prodaje wellness tretmana i ulazaka u svijet sauna. Također su promijenili odnos dolazaka domaćih i stranih gostiju gdje su izgradnjom novih kapaciteta koji su zatim bili više kvalitete te obnovom dijela hotelskog kompleksa napravili iskorak na strana tržišta i povećali broj stranih gostiju.

4.3. Vuglec Breg

Vuglec Breg je još jedno turističko izletišta u Zagorju. Turističko selo Vuglec Breg nalazi se na temeljima starog zaseoka „Vugleci“. Selo je sagrađeno iz ideje obitelji Vuglec da čuva duh zagorske tradicije, običaja i ostavštine. Odluka o gradnji pala je već 2000. godine, a tri godine kasnije zasadili su se prvi nasadi vinograda te se počelo graditi ovo turističko selo koje je otvoreno 2006. godine (<https://www.poslovni.hr/lifestyle/iz-obiteljskog-biznisa-niknuo-je-turisticki-dragulj-302922>, 19.8.2024.). Vuglec Breg prostire se na 12 hektara površine zemlje gdje se nalaze autohtone zagorske „hiže“, restoran, vinski podrum te dvorana koja je namijenjena za seminare, poslovne sastanke i događaje. Turističko selo gradilo se tako što su obnavljali stare zagorske kuće i gospodarsku zgradu koje su tada već bile u ruševnom stanju, ali uz zadržavanje originalnih elemenata i tradicijskog izgleda „hiža“. Glavni dio ovog imanja i što ga čini posebnim su šest zagorskih „hiža“. „Hiže“ su zadržale svoj prepoznatljiv izgled izvana, dok iznutra pružaju luksuzan komfor svojim gostima. Svaka kućica je različita te je opremljena da zadovolji suvremenim potrebama i komforu koji su u skladu sa standardima današnjeg turizma. „Hiže“ nose starinska zagorska imena, „Lac“, „Mica“, „Dragec“, „Imbra“, „Jana“ i „Jagica“, jer su nekada pripadale ljudima po kojima su nazvane (<https://vuglec-breg.hr/o-nama/>, 19.8.2024.). Sve sobe sadrže: kupaonicu, TV, telefon, sušilo za kosu, WI-FI, individualni sustav grijanja, papuče, mini set prirodne kozmetike i ručnike. Većina soba sadrži terasu i individualni sustav hlađenja. Smještajni kapaciteti Vuglec brega na smještaj mogu primiti 50 osoba. Dvije sobe glase kao wellness sobe zbog mogućnosti dodatnih sadržaja koje pružaju. Jedna kućica nudi vanjsku saunu i hidromasažni bazen, a druga kućica koja je kao apartman također vanjsku saunu te hidromasažni bazen (<https://vuglec-breg.hr/accommodation/>, 19.8.2024.). U sklopu Vuglec Brega nalazi se nagrađivana i poznata vinarija. 2003. godine zasadili su 16.000 trsova na 4 hektara površine i započeli vinogradsku priču. Željeli su nastaviti s višestoljetnom tradicijom vinogradarstva i proizvodnje vina u

zagorskom kraju. Na taj su način upotpunili ponudu Vuglec Brega sa kvalitetnim proizvodima od vina i pjenušcima iz vlastite proizvodnje. Danas je vinograd i vinarija neodvojivi dio turističkog sela koji upotpunjuje cjelokupni izgled turističkog sela. U bilo koje doba godine posjetitelji uživati u obilasku i šetnji kroz vinograd. U sklopu vinarije moguće su i degustacije vina i nagrađivanih pjenušca pod etiketom Vina Vuglec. Domaćini prilikom degustacije proizvoda dijele cijelu povijest nastanka vinarske priče. Sadnjom vinograda potiču nastavak bavljenja vinogradarstvom i tradicionalan način proizvodnje vina, a također vode brigu o okolišu i njeguju prostor (<https://vuglec-breg.hr/vinarija-vuglec/>, 19.8.2024.). Okuse Zagorja možete isprobati u restoranu Vuglec Breg. Kao i cijelo turističko selo, tako i restoran njeguje i čuva tradicionalnu zagorsku izvornu kuhinju. Specijalitete su posebno pravljene po tradicionalnim receptima zagorskih baka koji su se prenosili generacijama. Koliko je kvalitetna njihova gastronomska ponuda govore brojne nagrade, a za izvrsnost gastro ponude u 2018., 2019., 2020., 2021 godini dobili su i priznanje Michelin BiB Gourmand i Gault Millau. Namirnice za svoje specijalitete nabavljaju kod lokanih OPG-ova te potiču njihov posao, razvijaju poznanstva i partnerstva te pokreću lokalnu proizvodnju. Za ponudu dobrog pića zadužena je već njihova poznata vinarija. Restoran ima unutrašnji i vanjski dio. Unutrašnji dio restorana u svoje dvije sale može primiti oko 80 gostiju, a na vanjskoj terasi još 40 gostiju. Ovaj manji prostor idealan je za manje proslave i privatna okupljanja, a veći prostor prigodan je za proslave većeg obujma. Pored samog restorana nalazi se sjenica s ljetnom terasom koja nosi naziv „Pri baki Rozi“ te prima oko 70 gostiju gdje možete uživati od proljeća do jeseni. Još jedan dio restorana je i „Piknik bar“. On se nalazi u podnožju restorana neposredno uz livadu i često ga nazivaju vuglec za opuštanje (<https://vuglec-breg.hr/vuglec-restoran/>, 19.8.2024.). U Vuglec Bregu moguće je i održati sastanke, seminare, radionice, poslovne domjenke, prezentacije novih proizvoda i konferencije za novinare jer turističko selo sadrži jednu dvoranu za seminare te salu za sastanke. Dvorana za seminare ima kapacitet za maksimalno 60 osoba dok sala za sastanke može primiti maksimalno 24 osobe. Dvorane su moderno opremljene sa svom potrebnom tehnologijom te raspolažu sa projektorom, projekcijskim platnom, flipchart setom, bežičnim Internetom, klimatizacijom, razglasom na mikrofonski, laser pokazivačem te bijelom pločom s flomasterima (<https://vuglec-breg.hr/poslovni-turizam/>, 19.8.2024.). Vuglec Breg nudi i mnoštvo dodatnih sadržaja. Osim sauna i hidromasažnih kada u wellness „hižama“ u selu se nalazi i veliki vanjski bazen koji je na raspolaganju svim gostima u smještaju te se gosti mogu naručiti na masaže. Ako svoj odmor želite provesti aktivno u Vuglec Bregu ima mnoštvo zabavnih aktivnosti za rekreaciju. Sama lokacija okružena je šumom te do nje vodi je mnoštvo šumskih, makadamskih i asfaltnih puteva koji su kao stvoreni za biciklizam. Tako dok

se rekreirate i vozite biciklima možete razgledavati i otkrivati ljepote Hrvatskog Zagorja. Možete unajmiti standardne brdske bicikle i električne bicikle, a prije samog polaska djelatnici mogu predložiti i biciklističku rutu prema preferencijama gosta. Od ostatka dodatnih sadržaja tu su dva sportska terena za mali nogomet, tenis i badminton koji su smješteni na sjevernoj strani izletišta namijenjeni onima koji vole aktivni odmor. Osim iznajmljivanja igrališta, nude i uslugu organizacije teniskih i malonogometnih turnira za društva ili organizacije za potrebe team buildinga (<https://vuglec-breg.hr/otkrijte-hrvatsko-zagorje/>, 19.8.2024.). Prema turističkim podacima za 2023. godinu imali su 6.197 noćenja, te 45,17% popunjenosti po krevetima. U slijedećim tablicama prikazani su financijski rezultati poslovanja za društvo Midifar d.o.o. koje upravlja Vuglec Bregom.

Tablica 9. Financijski pokazatelji društva Midifar d.o.o.

Opis	2018 (u EUR)	2019 (u EUR)	2020 (u EUR)	2021 (u EUR)	2022 (u EUR)	2023 (u EUR)
Ukupni prihodi	1.120.553	1.131.079	929.802	1.542.188	1.786.431	2.168.301
Prihodi od prodaje	1.120.333	1.079.873	929.635	1.541.621	1.786.334	2.167.644
Ukupni rashodi	1.084.913	1.087.749	845.410	1.419.067	1.707.563	2.070.835
Poslovni rashodi	1.078.214	1.079.873	840.695	1.412.443	1.701.362	2.059.945
Dobit prije oporezivanja	35.639	43.330	84.393	123.122	78.868	97.466

Izvor: Registar godišnjih financijskih izvještaja

Društvo Midifar d.o.o. je u 2018. godini ostvarilo je ukupne prihode u iznosu od 1.120.553 EUR dok su u 2019. godini ostvareni prihodi bili za 10.526 EUR veći u odnosu na prethodnu godinu, odnosno iznosili su 1.131.079 EUR. U 2020.g. društvo je ostvarilo smanjenje prihoda u odnosu na prethodnu godinu i to za 201.277 EUR, odnosno ukupni iznos ostvarenih prihoda u 2020. godini je 929.802 EUR. U odnosu na 2020 godinu, tijekom 2021. godine ukupni prihodi društva porasli su za 612.386 EUR, a nakon kojeg godine bilježe kontinuirani rast. Tijekom 2019. godine prihodi od prodaje su, za razliku od ukupnih prihoda, smanjeni u odnosu na ostvarene prihode od prodaje u 2018. godini i to za 40.460 EUR. Uslijed posljedica utjecaja pandemije u 2020. godini ukupni prihodi od prodaje nastavljaju se smanjivati te su iznosili

929.635 EUR. U razdoblju od 2021. do 2023. godine, kao i kod ukupnih prihoda, prihodi od prodaje bilježe kontinuirani rast. Ukupni rashodi su u 2019. godini neznatno veći u odnosu na 2018. i to za 2.836 EUR. Uslijed zaustavljanja gospodarske aktivnosti uslijed pandemije koronavirusa tijekom 2020. godine ukupni rashodi su smanjeni u odnosu na prethodnu godinu. Od 2021. godine ukupni rashodi bilježe kontinuirani rast da bi u 2023. godini iznosili 2.070.835 EUR. Kretanje poslovnih rashoda tijekom analiziranog razdoblja vrlo je slično prethodno opisanom kretanju ukupnih rashoda društva. Dobit prije oporezivanja povećavala se svake godine, izuzev 2022. godine kada je iznosila 78.868 EUR. Najviša dobit prije oporezivanja ostvarena je u 2021. godini te je iznosila 123.122 EUR.

Tablica 10. Postotne promjene financijskih pokazatelja u odnosu na prethodnu godinu

Opis	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Ukupni prihodi	1.120.553	1.131.079	929.802	1.542.188	1.786.431	2.168.301
<i>%promjena u odnosu na prethodnu godinu</i>	-	0,94%	-17,80%	65,86%	15,84%	21,38%
Prihodi od prodaje (poslovni prihodi)	1.120.333	1.079.873	929.635	1.541.621	1.786.334	2.167.644
<i>%promjena u odnosu na prethodnu godinu</i>	-	-3,61%	-13,91%	65,83%	15,87%	21,35%
Ukupni rashodi	1.084.913	1.087.749	845.410	1.419.067	1.707.563	2.070.835
<i>%promjena u odnosu na prethodnu godinu</i>	-	0,26%	-22,28%	67,86%	20,33%	21,27%
Poslovni rashodi	1.078.214	1.079.873	840.695	1.412.443	1.701.362	2.059.945
<i>%promjena u odnosu na prethodnu godinu</i>	-	0,15%	-22,15%	68,01%	20,46%	21,08%
Dobit prije oporezivanja	35.639	43.330	84.393	123.122	78.868	97.466
<i>%promjena u odnosu na prethodnu godinu</i>	-	21,58%	94,77%	45,89%	-35,94%	23,58%

Izvor: Autorica prema Registru godišnjih financijskih izvještaja

Iz tablica 7. i 8. može se vidjeti kako ukupni prihodi društva Midifar d.o.o. bilježe kontinuirani rast tijekom analiziranog razdoblja izuzev 2020.g. kada su, u odnosu na prethodnu godinu, bili za 17,80% niži što se kao i kod ostalih društva može pripisati pandemiji COVID-19. U 2021. godini dolazi do značajnijeg oporavka gospodarske aktivnosti te su ukupni prihodi u odnosu na 2020. godinu porasli za 65,86%. Tijekom analiziranog razdoblja prihodi od prodaje

imali su vrlo slične postotne promjene kao i prethodno opisani ukupni rashodi. Ukupni rashodi su u 2020. umanjani za 22,15% u odnosu na 2019. godinu da bi od 2021. godine bilježili kontinuirani rast i to za 67,86% u 2021. godini, 20,33% u 2022. godini te za 21,27% u 2023. godini. Tijekom analiziranog razdoblja ostvarena dobit prije oporezivanja bilježi rast u svakoj poslovnoj godini osim u 2022. godini kada je zabilježeno njeno smanjenje za 35,94% u odnosu na 2021. godinu.

4.4. Zagyland

Zagyland je relativno novi turistički sadržaj koji je niknuo u Hrvatskom Zagorju u općini Konjščina. Zagyland se nalazi u istočnom dijelu Zagorja, u mjestu Konjščina nedaleko od Marije Bistrice najpoznatijeg hrvatskog svetišta. Navedeni sadržaj projekt je društva Leorah d.o.o. te ideja vlasnika Darija Markulina, a od ideje do realizacije hotela bilo je potrebno 3 godine. Brzom završetku i početku rada na put je stala pandemija COVIDA-19. Ovo turističko odredište otvorilo se 2021. godine kada su popustile epidemiološke mjere te je hotel mogao raditi punim kapacitetom. Zagyland u svom sastavu ima raznoliku ponudu i sadržaje. Jedna od njih je ponuda smještaja. Hotel sadrži šest smještajnih jedinica, dvokrevetnih soba i jedan apartman te hotel sveukupno može primiti 20 do 25 gostiju. U ponudi imaju apartman sa dvije odvojene spavaće sobe, obiteljsku sobu s balkonom te dvokrevetnu sobu s balkonom. Cijene se kreću od 100 eura za dvokrevetnu sobu do 185 za apartman sa dvije odvojene sobe. Svaka smještajna jedinica moderno je i suvremeno opremljena. U cijenu noćenja gostima je uključen besplatni parking, wi-fi, jacuzzi, sauna, bazen te doručak. Za goste koji koriste smještaj besplatno je korištenje wellnesa i SPA te korištenje bazena, garderobe, ručnika i ogrtača. SPA se sastoji od finske saune za 4 osobe, jacuzzi za 3 osobe, osvježavajući tuš, ležaljke, otvoreni bazen 8x5 m s protustrujnim plivanjem, 3 plaže. Za vrijeme sezone uz bazen nudi se i posebna usluga hrane i pića. Osim smještaja, u ovom kompleksu nalaze se restoran i kafić koji su otvoreni i za vanjske goste, ne samo za goste hotela. Izgrađeno je i uređeno dječje igralište pa su tako obitelji s djecom i više nego dobrodošla. Djeca mogu uživati u velikom dječjem igralištu s ljuljačkama, toboganima i trampolinima. Unajmiti se mogu i pet natkrivenih sjenica sa osiguranim parkingom i otvorenim grillom. Sjenice su pripremljene s ložištem za grill (drvo i kocka za potpalu, ugljen) te su idealne za rođendanske proslave i intimna druženja uz vatru (<https://zagyland.com/o-nama/>, 19.8.2024.)

Slika 8. Kompleks Zagyland



Izvor: <https://zagylant.com/galerija/> (19.8.2024.)

Za one koji uz opuštanje žele i malo rekreacije u Zagylandu postoje niz sportsko-rekreacijskih aktivnosti. Posjetitelji i gosti mogu se okušati u raznim sportovima popu tenisa, nogomet, košarke ili odbojke na pijesku. Za goste i posjetitelje koji vole i ljubitelji su adrenalina, u Zagylandu mogu probati zip-line i paintball. Gosti mogu zaigrati nogomet na nogometnom igralištu sa umjetnom, ogradom i led-rasvjetom za maksimalno 10 osoba. Od ostalih aktivnosti tu su badminton, stolni tenis i stolni nogomet. U Zagylandu se može organizirati i teambuilding u koji su uključeni paintball, vožnja biciklima te novost u KZZ avanturistička vožnja quadovima zvana Quad Safari. Quad safari je vožnja kroz prirodne predjele i podloge koje nisu asfaltne ceste. Obično su to zemljani i šljunčani tereni. Pošto je teren drugačiji od ravnih asfaltnih podloga, vožnja takvim predjelima omogućuje avanturu koju na cestovnim podlogama nije moguće doživjeti, stoga će sudjelovanjem na quad safariju turist doživjeti neotkrivene prirodne ljepote.

Cijeli kompleks Zagyland se vodi pod isto društvo, a to je društvo Leorah d.o.o. Prema prethodno navedenom, Zagyland je otvoren 2021. godine. Stoga, u ovom radu analizirat će se ostvareni financijski rezultati u razdoblju od 2021. do 2023. godine.

Slijedom navedenog, u nastavku se prikazuju tablice ostvarenih financijskih pokazatelja i njihovim postotnim promjenama.

Tablica 11. Financijski rezultati poslovanja društva Leorah d.o.o.

Opis	2021 (u EUR)	2022 (u EUR)	2023 (u EUR)
Ukupni prihodi	107.430	163.132	221.029
Prihodi od prodaje	107.430	163.116	221.030
Ukupni rashodi	201.835	158.099	219.034
Poslovni rashodi	176.227	154.855	217.259
Dobit prije oporezivanja	-94.405	5.033	1.996

Izvor: Registar godišnjih financijskih izvještaja

Tijekom 2021. godine ostvareni su ukupni prihodi u iznosu od 107.430 EUR, a koji iznos prihoda nakon 2021. godine bilježi kontinuirani rast. Ukupni prihodi u 2022. godini iznosili su 163.132 EUR, a koji iznos je za 55.702 EUR veći od iznosa ukupnih prihoda u prethodnoj godini. Tijekom 2023. godine ukupni prihodi bilježe povećanje za 57.897 EUR, odnosno iznose 221.029 EUR. Ukupni rashodi, kao i ostvareni poslovni rashodi, u 2022. godini bilježe smanjenje u odnosu na prethodnu godinu. Ukupni rashodi u 2022. godini umanjeni su se za 43.736 EUR, dok su poslovni rashodi umanjeni za 21.372 EUR. U 2023. godini sličnu stopu povećanja bilježe ukupni rashodi te poslovni rashodi. Gubitak u prvoj godini poslovanja iznosi 94.405 EUR što je posljedica inicijalno visokih rashoda koji su nastali uslijed pokretanja Zagylanda. Poslovne godine 2022. i 2023. društvo je završilo s ostvarenom dobiti prije oporezivanja.

Tablica 12. Postotne promjene financijskih pokazatelja u odnosu na prethodnu godinu

Opis	2021	2022	2023
Ukupni prihodi	107.430	163.132	221.030
<i>%promjena u odnosu na prethodnu godinu</i>	-	51,85%	35,49%
Prihodi od prodaje (poslovni prihodi)	107.430	163.116	221.030
<i>%promjena u odnosu na prethodnu godinu</i>	-	51,84%	35,50%
Ukupni rashodi	201.835	158.099	219.034
<i>%promjena u odnosu na prethodnu godinu</i>	-	-21,67%	38,54%
Poslovni rashodi	176.227	154.855	217.259

<i>%promjena u odnosu na prethodnu godinu</i>	-	-12,13%	40,30%
Dobit prije oporezivanja	-94.405	5.033	1.996
<i>%promjena u odnosu na prethodnu godinu</i>	-	-105,33%	-60,35%

Izvor: Autorica prema Registar godišnjih financijskih izvještaja

U prvoj godini rada Zagylanda društvo je ostvarilo ukupne prihode u iznosu od 107.430 EUR dok su ukupni rashodi iznosili 201.835 EUR iz čega proizlazi da je društvo ostvarilo gubitak, odnosno dobit prije oporezivanja je negativna. U 2022. godini došlo je do značajnog povećanja ukupnih prihoda i to 51,85% u odnosu na prethodnu godinu. U odnosu na prethodnu godinu, ukupni rashodi u 2023. godini povećali su se a 38,54% dok su poslovni rashodi povećani za 40,30%.

4.5. Analiza promatranih gospodarskih subjekata

Turizam u Krapinsko-zagorskoj županiji pokazuje kontinuirani rast broja posjetitelja. Jedina godina u kojoj se broj posjetitelja smanjio bila je 2020. godina, godina pandemije COVIDA-19. Također, tijekom analiziranih godina evidentan je i kontinuirani porast broja ležajeva i smještajnih kapaciteta. Društva se moraju prilagoditi potrebama i zahtjevima turista i naći inovativna rješenja i sadržaje kojima će obogatiti svoju turističku ponudu. U analiziranim turističkim objektima u Krapinsko-zagorskoj županiji – Villa Magdalena, Hotel Well, Vuglec Breg i Zagyland primjećuje se da unapređenje ponude pridonosi rastu broja gostiju i poboljšanju financijskih rezultata. Analizirani su financijski izvještaji turističkih objekata iz kojih se može zaključiti kako prihodi rastu u većem postotku od troškova.

Hotel Villa Magdalena u Krapinskim Toplicama prepoznatljiv je kao spa i wellness destinacija. Svoju ponudu obogatili su sa apartmanima koji sadrže hidromasažne kade koje su spojene na ljekovitu i izvorsku termalnu vodu. Za one goste koji žele više sadržaja tu je wellness koji je također spojen na ljekovitu, izvorsku termalnu vodu. Hotel je 2017. godine proširio i poboljšao svoju ponudu. Nadogradile su se nove smještajne jedinice, modernizirao i proširio restoran te su u svoju ponudu uveli dvije prostorije za kongrese i seminare. Villa Magdalena na potrebe gostiju odgovorila je sa vlastitim tehnološkim rješenjima. Hotel je razvio svoj rezervacijski sustav, vlastiti sustav za upravljanje prodajnim kanalima, beskontaktnu aplikaciju za goste te implementirao u WebBookingPro modul za upravljanje приходima. Model za upravljanje приходima doprinio je rastu prihoda. Beskontaktna aplikacija omogućila je porast broja gostiju za vrijeme pandemije, ali beskontaktnu uslugu postale su trend i u post-COVID

turizmu i sve je više gostiju koji ih koriste i traže. Prihodi ovog poduzeća bilježe rast u svakoj godini izuzev 2020. godine, kada značajno smanjenje prihoda prati i smanjenje rashoda zbog prilagodbe poslovanja u pandemiji. Rashodi proporcionalno prate prihode.

Vuglec Breg je primjer turističkog sela koji želi očuvati tradiciju i običaje. U svojoj ponudi primarno nudi smještaj u autohtonim zagorskim kućicama za ljubitelje seoskog turizma. Ovo turističko selo ponudu smještaja unaprijedio je wellness sadržajima u kućicama. Proizvođači vina i pjenušice u svojoj vinariji upotpunili su svoju ponudu sa domaćim i kvalitetnim proizvodima. Posjetiteljima nude obilazak vinograda i degustaciju vina. Uključivanjem lokalnih proizvođača u poslovanje stvaraju sliku društveno odgovornog poduzeća koje podržava lokalne proizvođače i potiče održivi razvoj. Mogućnost proslava, vjenčanja, teambuildinga, konferencija, poslovnih sastanaka Vuglec Bregu omogućuje povećanje gostiju tijekom cijele godine. Cjelokupna ponuda Vuglec Brega privlači domaće i strane turiste koji žele doživjeti autentično iskustvo zagorskog sela. Poboljšanja turističke ponude Vuglec Brega i uvođenje novih sadržaja popraćeno je povećanjem broja gostiju i kontinuiranim rastom financijskih pokazatelja.

Hotel Well dio je Terma Tuhelj i danas je jedan od najpoznatijih i najuspješnijih hotela u Krapinsko-zagorskoj županiji. Njegovom izgradnjom Terme Tuhelj proširile su svoju ponudu smještaja i time omogućile prihvatanje većeg broja posjetitelja. U 2023. godini hotel Well je prvi u Krapinsko-zagorskoj županiji po broju noćenja sa 146.237 noćenja te 85% popunjenosti po krevetima. Hotel također sadrži wellness i spa, sportsku dvoranu i fitness centar. Opremljen je i sa vanjskim sportskim terenima i trim stazom. U njegovoj neposrednoj blizini nalazi se Vodeni planet, restoran i bar. Ovom ponudom sadržaja Terme Tuhelj privlače različiti profil gostiju. U hotelu je izgrađen moderan kongresni centar koji može prihvatiti do 450 osoba te Terme Tuhelj ostvaruju prihod od organizacije seminara, konferencija i poslovnih događanja. Terme Tuhelj izdvojile su se kao mjesto za poslovni turizam. U kongresnom centru mogu se organizirati i animacijski događaji, koncerti, kazališne predstave i vanjska događanja. Prema financijskim pokazateljima društvo je do 2023. godine ostvarilo rast dobiti prije oporezivanja za 246,97% te pokazalo da je investiranje u hotel Well i renoviranje dotadašnjeg kompleksa opravdan. Bilježe se značajni porasti noćenja, broja gostiju, prodaje wellness tretmana i ulazaka u svijet sauna. Također. Promijenili su odnos dolazaka domaćih i stranih gostiju kada su izgradnjom novih kapaciteta više kvalitete te obnovom dijela hotelskog kompleksa napravili iskorak na strana tržišta i povećali broj stranih gostiju.

Zagyland je novoootvoreni turistički kompleks u Zagorju koji nudi širok spektar sadržaja. U svojoj ponudi gostima nude usluge smještaja, hrane i pića u restoranu i baru koja je dostupna i

vanjskim gostima. Svoju turističku ponudu obogatili su vanjskim sadržajima kao što je iznajmljivanje sjenica za razne proslave i nogometnim igralištem sa umjetnom travom. Zagyland nudi i mogućnost bavljenja sportsko-rekreacijskim aktivnostima za posjetitelje koji žele aktivan odmor. Turistički objekt Zagyland je u prvoj godini poslovanja ostvario prihode od 107.430 EUR, ali uz rashode od 201.835 EUR, što je rezultiralo gubitkom. U 2022. godini prihodi su u odnosu na prethodnu godinu porasli za 51,85%, a poslovne godine 2022. i 2023. društvo je završilo s ostvarenom dobiti prije oporezivanja.

Obogaćivanje turističke ponude analiziranih turističkih objekata, uključujući: izgradnju novih i proširenje postojećih smještajnih kapaciteta, korištenje tehnologija i tehnoloških rješenja, inovativne wellness usluge, unaprjeđenje kvalitete usluge, povećanje zadovoljstva gostiju, doprinosi uspjehu u turističkoj industriji, povećanju broja posjetitelja i gostiju te poboljšanju financijskih rezultata.

Slijedom navedenog može se zaključiti kako su prethodno postavljene hipoteze potvrđene.

5. ZAKLJUČAK

Turizam je kompleksan i raznolik pojam, ali i slojevita pojava koju je moguće analizirati i raščlanjivati po različitim kriterijima. U literaturi je moguće naći raznoliku i široku podjelu vrsta i oblika turizma po različitim kriterijima. Svaki oblik turizma ima svoje značajke te se po nečem razlikuje se od drugoga, no ono što imaju zajedničko jest da turistima maksimalno pružaju svoje mogućnosti. Turizam je započeo sa prvim migracijama čovječanstva, a danas se povijest hrvatskog turizma definira i orijentira prema ratovima te se povijest razvoja turizma u Hrvatskoj definira u šest faza. U Hrvatskoj je razvoj turizma od visoke socioekonomske važnosti i sve češće se svrstava u skupinu strateških ciljeva gospodarskog razvoja. Turizam ima veliki udio u BDP-u RH. Kako bi se broj gostiju u Hrvatskoj povećavao, povećavali bi se i prihodi od turizma. Sve do dolaska pandemije COVIDA-19 koja je dovela do drastičnog pada prihoda od turizma.

Kako je turizam važan za gospodarstvo Hrvatske i za nacionalno gospodarstvo, tako je važan i za Krapinsko-zagorsku županiju. Krapinsko-zagorska županija nalazi se u središnjem prostoru Hrvatske te ima predispozicije za razvoj turizma. Danas se razvoj turizma u KZZ temelji na iskorištavanju prirodnih resursa kao što su termalni izvori i prirodne osnove te materijalna i nematerijalna kulturna baština. Županija se pozicionira kao turistička destinacija za opuštajući odmor. Zagorje je slijedeća kontinentalna regija u potpunosti spremna za prihvatanje sve većeg broja turista nakon Grada Zagreba i Karlovačke županije. Najvažnije turističke destinacije u KZZ su grad Krapina, Marija Bistrica, Gornja Stubica i Kumrovec. Županija nudi i sadržaje za aktivan turizam koji se temelji na netaknutoj prirodi, brojnim biciklističkim rutama, planinarskim i pješačkim stazama, poučnim stazama, moto stazama i paragliding uzletištim. Ovaj kraj pogodan je za aktivnosti na otvorenom, poput biciklizma, jahanja i sl.

U Krapinsko-zagorskoj županiji većinu smještajnih kapaciteta čine privatni smještaji i hoteli no još se mogu pronaći i hosteli, kampovi, pansioni, seljačka domaćinstva te kuće za odmor. Turistički rezultati u posljednjih nekoliko godina pokazuju pozitivan smjer i rast. Analizom poslovanja hotela Villa Magdalena, hotela Well, Vuglec Brega i Zagylanda može se zaključiti da ulaganje u proizvode i usluge, smještajne kapacitete, gastronomiju i gastronomske doživljaje, spa i wellness sadržaje, dvorane i sale za poslovni turizam direktno utječe te doprinosi porastu broja posjetitelja Krapinsko-zagorskoj županiji kao i poboljšanju financijskih pokazatelja u županiji. Svaki turistički objekt obogaćivanjem svoje turističke ponude doprinosi povećanju broja gostiju te financijskih rezultata. Važno je i dalje ulagati te obogaćivati turističku ponudu Krapinsko-zagorske županije kako bi se nastavilo daljnje unaprjeđenje županije te

porast broja posjetitelja i financijskih rezultata. Turistički objekti moraju pratiti trendove te odgovarati potrebama tržišta kako bi zadržali konkurentnost, ali i napredovali u svom poslovanju. Rezultati poslovanja analiziranih poduzeća pokazuju kako ulaganje u obogaćivanje turističke ponude, kao što su unaprjeđenje infrastrukture, osmišljavanje novih sadržaja i modernizacija poslovanja, može doprinijeti rastu broja gostiju i povećanju financijskih pokazatelja, a time i razvoju turizma na području Krapinsko-zagorske županije.

LITERATURA

Knjige:

1. Bartoluci, M. i Škorić, S.(2009). Menadžment nautičkog i sportskog turizma. Karlovac: Veleučilište u Karlovcu.
2. Čavlek N. i sur. (2011). Turizam - ekonomske osnove i organizacijski sustav. Zagreb. Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
3. Pirjevec, B. i Kesar, O. (2002). Počela turizma. Zagreb. Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
4. Vukonić, B. (2005). Povijest hrvatskog turizma. Zagreb. Prometej.
5. Vukonić, B. i Čavlek, N. (2001). Rječnik turizma. Zagreb: Masmmedia.

Mrežni izvori:

1. Aktivnosti Krapinsko-zagorske županije iz područja turizma <https://kzz.hr/aktivnosti-krapinsko-zagorske-zupanije-iz-podrucja-turizma/> (11.8.2024.)
2. Balon klub Zagreb. <https://baloni.hr/o-klubu/> (13.8.2024.)
3. Biser Zagorja. Dokumenti. Izvršenje programa rada 2023. <https://www.biserzagorja.hr/userfiles/files/2023-IZVJESCE-IZVRSENJA-RADA.pdf> (4.9.2024.)
4. Biser Zagorja. Dokumenti. Strategija Biser Zagorja. <https://www.biserzagorja.hr/userfiles/files/strategija-biser-zagorja.pdf> (4.9.2024.)
5. Biser Zagorja. Franjevački samostan. <https://www.biserzagorja.hr/zagorje-sto-posjetiti/franjevacki-samostan> (4.9.2024.)
6. Biser Zagorja. Galerija Antuna Augustinčića. <https://www.biserzagorja.hr/zagorje-sto-posjetiti/galerija-i-studio-galerije-antuna-augustincica> (4.9.2024.)
7. Biser Zagorja. Manifestacije. Noćni pohod na Cesargrad. <https://www.biserzagorja.hr/manifestacije-zagorje/pocinje-nocni-pohod-na-cesargrad> (4.9.2024.)
8. Biser Zagorja. Rodna kuća dr. Franje Tuđmana. <https://www.biserzagorja.hr/zagorje-sto-posjetiti/rodna-kuca-dr-franje-tudmana> (4.9.2024.)
9. Državni zavod za statistiku. Dolasci i noćenja turista. <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/turizam/dolasci-i-nocenja-turista/> (8.8.2024.)
10. Državni zavod za statistiku. Metodologija. <https://web.dzs.hr/Hrv/DBHomepages/Turizam/metodologija.htm> (26.7.2024.)

11. Dvorac Gjalski. <https://dvoracgjalski.com/> (15.8.2024.)
12. Gupčev kraj. Turistička zajednica područja Donja Stubica i Gornja Stubica. <https://www.gupcev-kraj.hr/hr/stubica/> (12.8.2024.)
13. Hrvatska turistička zajednica <https://www.htz.hr/hr-HR/informacije-o-trzistima/analize-s-podrucja-turizma/turizam-u-brojkama> (8.8.2024.)
14. Krapinsko-zagorska županija. <https://kzz.hr/> (11.8.2024)
15. Krapinsko-zagorska županija. KZZ-turizam. https://kzz.hr/wp-content/uploads/2024/01/KZZ_turizam_PPT-Final.pdf (15.8.2024.)
16. Krapinsko-zagorska županija. Master plan razvoja turizma. <https://www.kzz.hr/master-plan-razvoja-turizma> (11.8.2024)
17. Muzej „Staro selo“ Kumrovec. <https://www.mss.mhz.hr/stranica/o-muzeju> (12.8.2024.)
18. Općina Kumrovec. <https://kumrovec.hr/o-opcini/> (12.8.2024.)
19. Općina Kumrovec. Muzej Staro selo. <https://kumrovec.hr/muzej-staro-selo/> (12.8.2024.)
20. Poslovni.hr. Villa Magdalena. <https://www.poslovni.hr/domace/villa-magdalena-investirala-100000-eura-156767> (17.8.2024.)
21. Poslovni.hr. Vuglec Breg. <https://www.poslovni.hr/lifestyle/iz-obiteljskog-biznisa-niknuo-je-turisticki-dragulj-302922> (19.8.2024.)
22. Poslovni turizam. Mice magazin. Intervjui. <https://www.poslovniturizam.com/mice-magazin/intervjui/ivan-petrovic-kako-smo-vlastitim-digitalnim-rjesenjima-dignuli-prihode-hotela-villa-magdalena-za-dvadeset-posto/3937/> (17.8.2024.)
23. Poslovni turizam. Mice magazin. Kompanije. <https://www.poslovniturizam.com/mice-magazin/kompanije/otvoren-hotel-well-u-termama-tuhelj/751/> (17.8.2024.)
24. Terme Tuhelj. Doživljaji. Restoran Dvorac Mihanović <https://www.termetuhelj.hr/hr/dozivljaji/restoran-dvorac-mihanovic> (4.9.2024.)
25. Terme Tuhelj. Smještaj. Hotel Well. <https://www.termetuhelj.hr/hr/smjestaj/hotel-well> (17.8.2024.)
26. Travel tourist. Accommodatio. Hotel Well. <https://travel-tourist.com/accommodation/hotel-well-termetuhelj-tuhelj> (17.8.2024.)
27. Turistička zajednica grada Ivanca. Paragliding na Ivančici. <https://www.ivanec-turizam.hr/hr/ivanec-i-okolica-hr/planina-ivancica-hr/uzletiste-za-padobransko-jedrenje-paragliding-hr> (13.8.2024.)
28. Turistička zajednica grada Krapine. <https://www.tzg-krapina.hr/> (10.8.2024.)

29. Turistička zajednica grada Krapine. Muzej neandertalaca. <https://www.tzg-krapina.hr/muzej-neandertalaca/> (10.8.2024.)
30. Turistička zajednica općine Marija Bistrica. <https://www.tz-marija-bistrica.hr/marija-bistrica> (10.8.2024.)
31. Turistička zajednica općine Marija Bistrica. Svetište Majke Božje Bistričke. <https://www.tz-marija-bistrica.hr/detalji/svetiste-majke-bozje-bistricke> (10.8.2024.)
32. Turistička zajednica područja Kumrovec, Desinić i Zagorska sela. Manifestacije. <https://tz-kumrovec-desinic-zagorskasela.hr/manifestacije/> (12.8.2024.)
33. UNWTO. <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> (26.7.2024.)
34. Veliki Tabor. Povijest. <https://www.veliki-tabor.hr/o-muzeju/pregled/povijest> (15.8.2024.)
35. Villa Magdalena. <https://www.villa-magdalena.net/> (17.8.2024.)
36. Villa Magdalena. Kongresi i seminari. <https://www.villa-magdalena.net/kongresi-seminari/> (17.8.2024.)
37. Villa Magdalena. Restoran. <https://www.villa-magdalena.net/restoran/> (17.8.2024.)
38. Visit Zagorje. <https://visitzagorje.hr/dokumenti/> (9.8.2024.)
39. Visit Zagorje. Drvene igračke i licitari. <https://visitzagorje.hr/drvene-igracke-licitari/> (10.8.2024.)
40. Vuglec Breg. Doživite Zagorje. <https://vuglec-breg.hr/otkrijte-hrvatsko-zagorje/> (19.8.2024.)
41. Vuglec Breg. O nama. <https://vuglec-breg.hr/o-nama/> (19.8.2024.)
42. Vuglec Breg. Poslovni turizam. <https://vuglec-breg.hr/poslovni-turizam/> (19.8.2024.)
43. Vuglec Breg. Restoran. <https://vuglec-breg.hr/vuglec-restoran/> (19.8.2024.)
44. Vuglec Breg. Smještaj. <https://vuglec-breg.hr/accommodation/> (19.8.2024.)
45. Vuglec Breg. Vinarija Vuglec. <https://vuglec-breg.hr/vinarija-vuglec/> (19.8.2024.)
46. Zagorje.com. <https://www.zagorje.com/clanak/vijesti/otvoren-ekskluzivni-hotel-villa-magdalena-u-krapinskim-toplicama> (17.8.2024.)
47. Zagorje Travel. <https://www.zagorje.travel/hr> (13.8.2024.)
48. Zagorje Travel. Proizvodi. <https://zagorje.travel/hr/products/quad-safari-i-ljepote-zagorja> (13.8.2024.)
49. Zagyland. Galerija. <https://zagyland.com/galerija/> (19.8.2024.)
50. Zagyland. O nama. <https://zagyland.com/o-nama/> (19.8.2024.)
51. Zabok.hr <https://www.zabok.hr/otvoren-hotel-well-novi-zagorski-turisticki-ljepotan/> (17.8.2024.)

Popis ilustracija

Slika 1. Grafički prikaz podjele vrsta turizma	11
Slika 2. Logo Hrvatskog Zagorja.....	18
Slika 3. Muzej neandertalaca u Krapini.....	21
Slika 4. Licitar.....	22
Slika 5. Muzej "Staro selo" Kumrovec	24
Slika 6. Cijene dvokrevetne sobe hotela Villa Magdalena	32
Slika 7. Hotel Well.....	37
Slika 8. Kompleks Zagyland.....	45
Tablica 1. Tablični prikaz prihoda od turizma, broj gostiju i udio turizma u BDP-u za razdoblje 2018.-2022.....	16
Tablica 2. Broj gostiju u Krapinsko- zagorskoj županiji za razdoblje od 2018.-2023. i postotna promjena broja gostiju u odnosu na prethodnu godinu	19
Tablica 3. Vrste objekata i broj ležajeva u 2022. i 2023. godini	29
Tablica 4. Broj noćenja i popunjenost po krevetima u hotelima u KZZŽ u 2023.g.	30
Tablica 5. Financijski pokazatelji društva Ivizija d.o.o. za razdoblje 2018.-2023.	34
Tablica 6. Postotne promjene u financijskim pokazateljima	34
Tablica 7. Financijski pokazatelji društva Terme Tuhelj.....	38
Tablica 8. Postotne promjene financijskih pokazatelja društva Terme Tuhelj	39
Tablica 9. Financijski pokazatelji društva Midifar d.o.o.	42
Tablica 10. Postotne promjene financijskih pokazatelja u odnosu na prethodnu godinu.....	43
Tablica 11. Financijski rezultati poslovanja društva Leorah d.o.o.	46
Tablica 12. Postotne promjene financijskih pokazatelja u odnosu na prethodnu godinu.....	46