

ANALIZA POTENCIJALA RAZVOJA TURIZMA OPĆINE KLENOVNIK

Šprem, Tajana

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2021

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:110:855706>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-04**



Repository / Repozitorij:

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



MEDIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU

SPECIJALISTIČKI DIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ MENADŽMENT TURIZMA I
SPORTA

TAJANA ŠPREM

ANALIZA POTENCIJALA RAZVOJA TURIZMA OPĆINE KLENOVNIK
ZAVRŠNI RAD

ČAKOVEC, 2021.

MEDIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU

SPECIJALISTIČKI DIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ MENADŽMENT TURIZMA I
SPORTA

TAJANA ŠPREM

ANALIZA POTENCIJALA RAZVOJA TURIZMA OPĆINE KLENOVNIK
ANALYSIS OF DEVELOPMENT AND POTENTIAL FOR TOURISM IN THE
AREA OF KLENOVNIK

ZAVRŠNI RAD

Mentor:

doc. dr. sc. Marina Gregorić, v. pred.

ČAKOVEC, 2021.

SAŽETAK

U radu se prikazuju resursi kojima raspolaže područje Općine Klenovnik, u Hrvatskom zagorju. Uz teorijski dio, kojim se definiraju turistički pojmovi poput turistička ponuda, turistička potražnja i turističko tržište, navedeni su i potencijalni turistički resursi koje nalazimo na području šest naselja u općini.

Turističke resurse dijelimo u tri kategorije, a to su prirodni turistički resursi, povijesni i kulturni turistički resursi i socijalno-ekonomski ili infrastrukturni resursi. Kombinacijom svih triju kategorija resursa možemo doprijeti do opsežnog turističkog tržišta koje ima kvalitetnu ponudu i odgovarajuću potražnju. Resursi su robe i usluge, odnosno materijalno dobro ili nematerijalna imovina, koje možemo valorizirati aktivnim uključivanjem čovjeka u njihovo oblikovanje. Općina Klenovnik posjeduje prirodne resurse poput perivoja dvorca Drašković (koji spada u kategoriju spomenika parkovne arhitekture), Mačkovu špilju, Ciglarovu špilju i jezero Bitoševje. Za valorizaciju prirodnih resursa potrebna su novčana sredstva kao i obrazovani kadar za realizaciju projekata obnove i promocije turističkih potencijala. Područje općine bogato je povijesno-kulturnom baštinom, a posebice se izdvajaju kapela svetog Wolfganga u Vukovaju, crkva Presvetog Trojstva i kip svetog Ivana Nepomuka u Klenovniku te Marijanski hodočasnički put uz postaje, koje datiraju još iz 17. stoljeća. Temeljem prikupljenih sekundarnih podataka o postojećem stanju turizma i resursima u Općini Klenovnik, provedeno je istraživanje s analizom potencijala razvoja turizma općine. Provedenim intervjuima s nositeljima turističke ponude i nositeljima lokalne vlasti, utvrdilo se stanje odnosno odnos između ovih subjekata. Analizom primarnih i sekundarnih podataka dobila se stvarna slika stanja turizma u Općini Klenovnik. Uz velik broj potencijalnih turističkih resursa, nedostaje interes vlasti za pokretanjem razvoja turizma u općini, pomoći potencijalnim nositeljima turističke djelatnosti, razvijanju sektora turizma. Uz nedostatak interesa, problem je i manjak financijskih sredstava te sukladno tome i manjak stručnog kadra. Postojeći nositelji turističke ponude nezadovoljni su trenutnim stanjem te svatko od njih ističe želju za razvojem, edukacijom, suradnjom i promocijom svojih djelatnosti, a time i (njihove) Općine Klenovnik.

Ključne riječi: *Općina Klenovnik, ruralni turizam, turizam, turistička ponuda, turistička potražnja, vjerski turizam.*

Sadržaj

1. UVOD	6
1.1 Predmet rada	6

1.2 Ciljevi rada.....	7
1.3 Metodologija.....	7
1.4 Struktura rada.....	7
2. Teorijski pregled.....	8
2.1 Turistički resursi.....	10
2.2 Turistička ponuda.....	11
2.3 Turistička potražnja.....	11
2.4 Turističko tržište.....	11
3. Prirodna i kulturna baština.....	12
3.1 Kulturna baština.....	12
3.2 Prirodna baština.....	14
3.2.1 Perivoj dvorca Klenovnik.....	16
4. Vjerski turizam.....	16
4.1 Kapela sv. Wolfganga.....	17
5. Ruralni turizam.....	18
5.1 Seoski turizam „Grešna pilnica“.....	19
5.2 Jezero Bitoševje.....	21
5.3 Usporedba Općina Klenovnik - Općina Štrigova.....	22
6. Razvoj cikoturizma.....	23
7. Društveni život u općini.....	25
8. ISTRAŽIVANJE.....	27
8.1 PESTEL analiza.....	28
8.2 SWOT analiza.....	29
8.3 OPG DARIO Žmegač-Bunić.....	30
8.4 Svjećarsko-medičarski obrt Slavica.....	32
8.5 Vinogradi Čardak.....	33

8.6 Lokalna vlast.....	35
8.7 Rasprava.....	38
9. Zaključak.....	39
POPIS LITERATURE.....	42
Popis slika.....	45
PRILOZI.....	46
Prilog 1. Pitanja za intervju, Sanda Golub, Sanja Kolenko.	46
Prilog 2. Pitanja za intervju, Igor Cerovčec.	48
Prilog 3. Pitanja za intervju, Dario Žmegač-Bunić.....	49
Prilog 4. Pitanja za intervju, Valentina Gladović-Nedić.....	50

1. UVOD

Općina Klenovnik (u daljnjem tekstu Općina) jedna je od manjih općina u Varaždinskoj županiji s 26,55km², što čini tek nešto više od 2% ukupnog teritorija županije. Geografski, općina se nalazi u Hrvatskom zagorju. „Naziv područja Hrvatsko zagorje, koji označuje čarobno lijep krajolik isprepleten gorama, prigorjima i dolinama, proširio je postupno omeđeni obuhvat svoje regije od izvornog užeg srednjovjekovnog opsega do današnjeg širokog shvaćanja toga naziva za sveukupno područje sjeverozapadnog dijela Hrvatske okvirno omeđeno segmentom toka rijeke Drave na sjeveru, rijekom Sutlom i Maceljskom gorom na zapadu, dijelom toka rijeke Save i gorom Medvednicom na jugu te gorom Kalnik na istoku“ (Mohorovičić i sur., 1995: 7). Klenovnik je smješten u mikroregiji planinskog niza Macelj-Ravna gora (Feldbauer, 2004).

Općinu administrativno dijelimo na šest naselja. Najveće naselje je Klenovnik, gdje je i sjedište lokalne uprave dok je najmanje naselje Plemenščina. Okružena je većim gradovima Varaždinom, Ivancem i Lepoglavom. Prema popisu stanovništva iz 2011. godine, općina je brojala 2.022 stanovnika, što je 1,15% ukupnog stanovništva Varaždinske županije (u daljnjem tekstu Županija) (175.951). Najveće naselje je Klenovnik, a najmanje Goranec. Gustoća naseljenosti iznosi 78,80 st/km², što je manje od gustoće u županiji koja iznosi 139,50 st/km² (Strategija razvoja općine Klenovnik za razdoblje 2015.-2020., 2016: 6). Iako je općina površinom i brojem stanovnika mala, na njezinom području nalaze se prirodni, umjetni i socijalni resursi. Općinu krasi dugogodišnja tradicija još iz 18. stoljeća te njezino gastronomsko i kulturološko nasljeđe. Sukladno resursima, najviše prostora za razvoj turizma možemo pronaći u specifičnim oblicima turizma kao što su vjerski i ruralni turizam, eko turizam, cikloturizam, tranzitni turizam, etno turizam, izletnički turizam te lovni i ribolovni turizam.

1.1 Predmet rada

Predmet ovog završnog rada je analiza potencijala razvoja turizma Općine Klenovnik, koja se smjestila u brežuljkastom području Hrvatskog zagorja. Prema geografskom smještaju pripada ruralnome području u čemu je i potencijal razvoja ruralnog turizma. Ruralni turizam nedovoljno je zastupljen na turističkom tržištu i nudi malu turističku ponudu. U radu su prikazani nositelji ruralnog turizma u Klenovniku poput seoskog gospodarstva Grešna pilnica, a nude se i prijedlozi za daljni razvoj takvog turizma u

općini. Tijekom analize razvoja turizma korištene su dvije vrste analiza – SWOT analiza i PESTEL analiza.

1.2 Ciljevi rada

Ovaj završni rad ima dva cilja postavljena na samom početku istraživanja. Prvi cilj rada je istražiti postojanje prirodnih i kulturnih resursa općine na kojima bi se temeljile turističke aktivnosti. Uz njega je postavljena prva hipoteza te ona glasi: „*U Općini Klenovnik nema dovoljno turističkih resursa za razvoj turizma.*“. Kroz teorijski pregled ovaj rad će definirati ključne turističke pojmove te sukladno njima istražiti i utvrditi postojeće turističke resurse kojima općina Klenovnik raspolaže.

Drugi cilj rada je utvrditi stupanj suradnje između nositelja turističke ponude i nositelja lokalne vlasti. Sukladno ciljevima rada provedeno je opisno (deskriptivno) istraživanje. Uz njega je postavljena druga hipoteza te ona glasi: „*Općina Klenovnik ne ulaže dovoljno sredstava (materijalnih, novčanih i kadrovskih) u postojeće turističke resurse.*“.

1.3 Metodologija

Nakon teorijskog pristupa području turizma i njegovim specifičnim oblicima, prikupljeni su primarni podaci za navedeno područje. Primarni podaci prikupljeni su u suradnji s Osnovnom školom grofa Janka Draškovića u Klenovniku, koja je omogućila pristup velikom broju knjiga, časopisa i članaka u kojima se spominje područje Klenovnika. Teorijski pregled u području turističkih pojmova sadrži podatke iz knjiga u području turizma kao i radove iz baze časopisa s otvorenim pristupom iz šest znanstvenih područja, na Portalu Hrvatskih znanstvenih časopisa – Hrčak. Nakon primarnog prikupljanja podataka i primarnog istraživanja, izabran je kvalitativni metodološki pristup. S obzirom na postavljene ciljeve iz prethodnog poglavlja, provedeno je opisno (deskriptivno) istraživanje i empirijsko istraživanje, čime su se pojave i činjenice spoznale vlastitim iskustvom, tj. provedbom primarnog istraživanja. U kvalitativnom istraživanju sudjelovalo je pet osoba koje su nositelji određenih pojava i djelatnosti. Istraživanje je prema učestalosti provedbe jednokratno. Naglasak je na ispitivanju sadašnjeg stanja, u stvarnom vremenu u kojem se nalazimo, a prema obuhvatu pripada mikroistraživanju.

1.4 Struktura rada

Rad je podijeljen na devet poglavlja, a polazi se od općih informacija o području na kojem se nalazi Općina Klenovnik. Potom, definiraju se ključni pojmovi za razumijevanje

turističkih djelatnosti i aktivnosti o kojima se kasnije detaljnije govori u radu. Definirani su predmet i ciljevi rada te metodologija istraživanja. U trećem poglavlju rada tema su (potencijalni) turistički resursi i ostali potencijali Općine Klenovnik. Izrađena je SWOT i PESTEL analiza koje su pomogle u donošenju zaključka na kraju istraživanja i rada. Nakon prikaza svi turističkih potencijala u tri najznačajnija čimbenika turizma u općini (vjerski turizam, ruralni turizam i cikloturizam), dolazimo do najvažnijeg dijela rada, a to je istraživanje. Prikazano je kvalitativno istraživanje kroz pet provedenih intervjua (licem u lice). Naposljetku, dati su prijedlozi za poboljšanje stanja turizma na području općine i komentari autora rada o samom istraživanju.

2. Teorijski pregled

Prema Blažević i Vuković (2001), turizam je uslužna djelatnost koja zadnjih desetljeća uslijed otvaranja granica, globalizacije tržišta, povećanja slobodnog vremena, razvoja tehnologije bilježi značajan rast na svjetskoj razini. Samim time, i u Hrvatskoj je turizam sektor koji može značajno doprinijeti bržem gospodarskom razvoju. Turizam je najbrži rastući ekonomski sektor i glavni izvor zapošljavanja i investicija u današnjem modernom svijetu. U razvijenim zemljama razvoj tog područja događa se paralelno s povećanjem slobodnog vremena, raspoloživog dohotka, povećane mobilnosti, tehnološkog napretka u komunikacijama i transportu, demografskih promjena i postaje čimbenikom promjene u suvremenom svijetu (Dujmović, 2019).

Ruralni turizam, unatoč suradnji brojnih svjetskih stručnjaka iz područja turizma, još uvijek nije čvrsto definiran na globalnoj razini. Ruralni prostor obilježavaju izražene različitosti koje proizlaze iz njegovih klimatskih obilježja, konfiguracije terena, geomorfoloških obilježja i vegetacijskog pokrova kao ključnih prirodnih čimbenika te brojnih specifičnih društvenih obilježja. Stoga, ruralni se turizam, u odnosu na ostale vrste turizma, počeo proučavati puno kasnije (Bartoluci i sur., 2015). U svojem je radu *Mogućnosti održivog razvoja ruralnog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj*, Bartoluci sa suradnicima napravio analizu ruralnog turizma u Hrvatskoj na području 13 kontinentalnih županija koje su po svom karakteru pretežno ruralne. Hipoteza istraživanja Bartolucija i sur. (2015) glasila je „da se dugoročni održivi razvoj ruralnog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj može osigurati samo integriranom turističkom ponudom različitih specifičnih oblika turizma“. Provedenim primarnim istraživanjem s on-line anketnim upitnikom, autor zaključuje da u područjima kontinentalne Hrvatske ne postoji razvijena inozemna ni domaća turistička potražnja. Povećanje konkurentnosti

turizma u kontinentalnom dijelu Hrvatske ubuduće će ovisiti o atraktivnosti i konkurentnosti turističke ponude u ruralnom turizmu, a primarni čimbenici tog razvoja bit će posebni oblici turizma koji se mogu potpunije vrednovati integriranom turističkom ponudom ruralnog turizma (Bartoluci i sur., 2015). Kako ruralni turizam nije strogo definiran oblik, u javnosti dolazi do miješanja pojmova *agroturizam* i *ruralni turizam*. U svojem radu *Inovativni turistički proizvodi kao model razvoja ruralnoga turizma u Kontinentalnoj Hrvatskoj* Hajdaš Dončić i sur. (2007), navode da je ruralni turizam širi pojam od agroturizma koji „označava svaku turističku aktivnost unutar ruralnih područja, odnosno obuhvaća različite vidove turizma (lovni, ribolovni, turizam u parkovima prirode, zimski, seoski, ekoturizam, zdravstveni, kulturni te ne mora stvarati dodatan prihod, već može biti i profesionalna djelatnost“. Nadalje, spomenuti autori smatraju da „ruralni turizam mora kreirati strukturne promjene koje imaju stabilnu i balansiranu stopu promjene koja će biti koherentna sa socioekonomskim, kulturnim, edukacijskim, organizacijskim i okolišnim oblicima regije (destinacije)“ (Hajdaš Dončić i sur., 2007). Cilj njihovog rada je razviti model koji će izračunavati utjecaj inovativno-aplikativnih turističkih projekata u ruralnom prostoru. Postavljena hipoteza rada glasila je: „Inovativno-aplikativni strateški turistički projekti u ruralnom turizmu utječu na porast BDP-a na razini županija, a donekle se razlikuju ovisno o vrsti turističkog projekta“ (Hajdaš Dončić i sur., 2007). Provedenim istraživanjem zaključuju da kod financiranja definiranih projekata nastaju rezerve koje bi se mogle prenamijeniti za financiranje ostalih aktivnosti s ciljem bržeg razvoja ruralnog turizma. Pod ostalim aktivnostima naveden je trener ruralnog turizma, subvencija arhitektonskih rješenja za izgradnju ili adaptaciju postojećih tradicijskih objekata i sl.

U susjednoj, Međimurskoj županiji, tijekom 2017. i 2018. godine provedeno je istraživanje kojem je cilj bio „istražiti stavove izletnika, turista i direktora međimurskih turističkih zajednica o valorizaciji kulturne baštine u turizmu Međimurja, ali i pokazati koji su njihovi prijedlozi za uspješnije korištenje baštinskih objekata te koji kulturno-baštinski objekti mogu biti osnova razvoja međimurskoga turizma u budućnosti“ (Slunjski, 2018). Slunjski (2018) je svoje istraživanje započeo postavljanjem tri hipoteze: „H1. Turisti nisu dovoljno upoznati s kulturnom baštinom Međimurja. H2. Kulturna baština Međimurja ima dobar turistički potencijal koji nije dovoljno iskorišten. H3. Najvažnije je kulturno-baštinsko dobro Međimurja Stari grad Čakovec“. U istraživanju je korišten anketni upitnik i dubinski intervju, a zaključak anketnog dijela istraživanja je da turisti nisu u dovoljnoj mjeri upoznati s kulturnom baštinom na

području Međimurja, uz njezin veliki turistički potencijal. Rezultati dubinskih intervjua koji su provedeni s voditeljima turističkih zajednica na području Međimurja su pozitivni u smislu osviještenosti voditelja o vrijednosti i potencijalu kulturne baštine na području Međimurja, no isto tako i o nedovoljnoj uključenosti kulturne baštine u turističku promociju tog područja. Glavni razlozi za to su, prema Slunjskom (2018), veći interes turista za prirodne atrakтивности, većoj prisutnosti prirodne baštine u promotivnim materijalima koje izrađuju oni sami te u boljoj povezanosti prirodne baštine sa sportsko-rekreacijskom i eno-gastronomskom ponudom, koja je razvijena na zaista visokoj razini.

Kako bismo razumjeli odnose u turističkoj destinaciji/mjestu (kojim se bavilo istraživanje u nastavku rada), potrebno je definirati ključne pojmove vezane uz turizam. Bez turističkih resursa ne može postojati turistička ponuda, a uz koju se nadovezuje turistička potražnja. Sva tri spomenuta pojma čine turističko tržište.

2.1 Turistički resursi

Pojam resurs označava materijalno dobro ili nematerijalnu imovinu koja se može valorizirati aktivnim uključivanjem čovjeka u njegovo oblikovanje i iskorištavanje. Prema poljskom ekonomistu M. Truasu turističke resurse možemo podijeliti u tri kategorije: prirodni turistički resursi, povijesni i kulturni turistički resursi te socijalno-ekonomski ili infrastrukturni resursi.

U prirodne turističke resurse spadaju prirodni spomenici kao i zaštićena područja, zatim klima, reljef, krajolici, hidrološki objekti, šume, parkovi i područja plaže. U povijesne i kulturne resurse ubrajamo arhitektonske građevine, palače i utvrde, muzeje, umjetnička djela, kiparske spomenike itd. (Vojnović, 2017). Uz nabrojene resurse koji se mogu valorizirati, nezaobilazan segment su infrastrukturni resursi koji pridonose razvoju turističkog mjesta. U socijalno-ekonomske (infrastrukturne resurse) spadaju kafići, restorani, hoteli, moteli, kampovi, zabavni parkovi, adrenalinski parkovi, sportsko-rekreacijski sadržaji i slično.

U općini nalazimo sve tri kategorije turističkih resursa, ali manje zastupljene nego u većim razvijenim sredinama. Općina obiluje prirodnim resursima od kojih se ističe jezero Bitoševlje, vidikovac Tri žaklja, zaštićen park dvorca Drašković i vinogradarsko područje Čardak dok nekoliko kafića, kuća za odmor Bitoševlje i sportska igrališta za rekreativce osiguravaju ugodniji boravak gostima u općini.

2.2 Turistička ponuda

Turistička ponuda je ukupna količina roba i usluga koje se nude turistima na određenom mjestu, odnosno u destinaciji, u određenom vremenu i po određenoj cijeni. Ponuda uključuje prirodna dobra o kojima ovisi stupanj privlačnosti prostora i mogućnost valorizacije u turističke svrhe, prometnu infrastrukturu koja povezuje određenu destinaciju s potencijalnim tržištima te ugostiteljsku ponudu koju čine restorani, barovi, hoteli, wellness centri, centri za zabavu i rekreaciju. Na turističkom tržištu ne mogu se proizvesti zalihe turističkog proizvoda i nije ga moguće skladištiti za buduća poslovanja (Čavlek i sur., 2011). Posljednjih godina turizam je jedna od najviše rastućih ekonomija svijeta te se subjekti turističke ponude neprestano trude nadopuniti svoju ponudu i sadržaje koje pružaju jer turistima prioritet nije više samo „sunce, more i pijesak“. Današnji turist teži aktivnim odmorima, raznim adrenalinskim sadržajima, kvalitetnoj ugostiteljskoj ponudi koja ima povoljan omjer cijene i kvalitete te cjelodnevnim animacijama radi kvalitetnog ispunjenja slobodnog vremena i povećanja valorizacije doživljaja.

2.3 Turistička potražnja

Turističku potražnju možemo definirati kao „količina roba i usluga koje je moguće plasirati na nekom tržištu i u nekom vremenu uz određenu razinu cijena. Turistička potražnja predstavlja skupinu potencijalnih turista–potrošača koja svojim stavovima, navikama, željama i mogućnostima određuje količine, kvalitetu i cijenu pojedinih roba i usluga na turističkom tržištu“ (Senečić i Vukonić, 1997). U literaturi pronalazimo četiri vrste turističke potražnje. To su redom: idealna (obuhvaća sve stanovnike neke zemlje), potencijalna (uključuje one kod kojih je prisutna potreba i mogućnost da zadovolje svoje potrebe), realna (čine ju osobe koje su donijele odluku da sva ili dio sredstava i vremena potroše na zadovoljavanje turističkih potreba) i efektivna potražnja (dio realne, sa aspekta različitih razina turističke ponude koristi se uslugama upravo u toj destinaciji, odnosno kod točno određenog pružatelja usluge) (Čavlek i sur. 2011., prema Vukonić i Čavlek, 2001:392).

2.4 Turističko tržište

Turističko tržište čini „skup odnosa ponude i potražnje u području usluga i dobara što služe za podmirenje turističkih potreba na određenom prostoru, odnosa ponude i potražnje koji nastaju pod utjecajem turističkih kretanja“ (Čavlek i sur.2011). Prema Franciskoviću

(1999) delikatnost turističkog tržišta dokazuje činjenica da nijedna turistička agencija ne može pružiti turistu kompletnu uslugu, ponajprije prirodnu ljepotu, novu spoznaju i novu zabavu.

3. Prirodna i kulturna baština

Na području Varaždinske županije nalazi se 315 zaštićenih pokretnih i nepokretnih materijalnih i nematerijalnih kulturnih dobara, od kojih će neka s područja općine biti opisana u nastavku rada (Strategija razvoja općine Klenovnik za razdoblje 2015.-2020., 2016).

3.1 Kulturna baština

Kultura i turizam dva su neodvojiva pojma. Kad ne bi bilo kulture, ne bi bilo ni turizma. Samim time, ona postaje važan motiv turističkih putovanja. Prema Pančić Kombol (2000) turističke destinacije su više orijentirane na kulturni turizam. U tom vidu turizma radi se o manjem tržišnom segmentu te nema velikih dolazaka, turisti više troše i pristupaju sa simpatijama upoznavanju lokalnog stanovništva i njihovim kulturama.

Prema Registru kulturnih dobara Republike Hrvatske (2021), na području općine različita nepokretna i pokretna dobra čine vrijednu kulturnu baštinu. Neka od njih nalaze se u općini ili u njezinoj neposrednoj blizini poput bednjanskog govora, lepoglavske čipke, pripreme blagdanske pogače *lucišćak*, pripreme blagdanskog božićnog kruha *koleda* te Jurjevski običaji. Prepoznatljiv tradicijski kruh *koleda* karakterističan je za naselje Plemenščina te se priprema za vrijeme božićnih blagdana. Spomenuti kruh izložen je u muzeju grada Zagreba, a izrađen u obitelji Bunić iz Plemenščine još 2004./2005. godine. Kruh se priprema od domaćih namirnica, a kao „kruna“ na njega stavlja se pet cijelih plodova oraha koji se postavljaju tako da čine križ te se potom peče u krušnoj peći. Još jedan tradicijski kruh je *lucinščak* koji se priprema na blagdan sv. Lucije, 13. prosinca, kada se sadi pšenica i darivaju djeca. U graditeljsku baštinu na području općine spadaju arheološki lokalitet Mačkova špilja ili Velika pećina u Gorancu, zaštićen dvorac obitelji Drašković u Klenovniku, zaštićen pil Sv. Ivana Nepomuka u Klenovniku, zaštićena župna crkva Sv. Trojstva u Klenovniku, arheološki lokalitet burg Klenovnik, arheološki lokalitet Segari selo (tumul) u Klenovniku, zaštićena kapla Sv. Vuka u Vukovoju, ruralna cjelina u zaselcima Oreški i Kolareki u Vukovoju (Turistička zona, 2007). Značajan dio potencijalne turističke ponude pripada arhitektonskom i kulturološkom nasljeđu koje datira još iz 13. stoljeća (kada se Klenovnik i prvi puta spominje u povijesti).

Na malom prostoru Hrvatskog zagorja sagrađena su remek djela neprocjenjive nacionalne vrijednosti te je prema gustoći graditeljstva jedno od najbogatijih spomeničkih područja u Hrvatskoj i Jugoslaviji (Obad-Šćitaroci, 1990). Gradnja dvoraca u Hrvatskom zagorju javlja se početkom 17. stoljeća, a primarna svrha dvorca obitelji Drašković u Klenovniku bila je stambenog karaktera. Danas je on spomenik nulte kategorije te pripada najvećim i najreprezentativnijim spomenicima kontinentalne Hrvatske. Prema Obad-Šćitaroci (1990) dvorac je podigao hrvatski ban Ivan II. Drašković godine 1616., s unutarnjim dvorištem, devedeset soba i 365 prozora. Konačan izgled kakav je danas, dvorac je poprimio nakon nadogradnje i restauracija u 18. stoljeću. Poznata je činjenica da su u ovome dvorcu održavani i hrvatski sabori, između 1640. i 1646. godine. Posljednji vlasnik Klenovnika iz obitelji Drašković prodaje dvorac u Klenovniku i tim novcem obnavlja dvorac u Trakošćanu. Nakon mnogobrojnih prodaja, 1925. godine dvorac iz privatizacije dolazi u „državne ruke“ „Središnjem uredu za osiguranje radnika“ te ga oni preuređuju u bolnicu za tuberkulozu pluća, koja se i danas nalazi u Klenovniku pod upravom Opće bolnica Varaždin. Vrt koji se nalazi u dvorištu dvorca sagrađen je također u 17. stoljeću kao i dvorac, a u sredini je imao najvjerojatnije i bunar. Iako vrt potječe iz 17. stoljeća, zadržao je obilježja srednjovjekovnih vrtova.

Slika 1. Dvorište dvorca obitelji Drašković, danas bolnica



Izvor: <https://www.rtl.hr/zivotistil/edukacija/3637651/najveci-dvorac-u-hrvatskoj/>
(31.08.2021.)

3.2 Prirodna baština

„Pojam *prirodna baština* važno je ne shvaćati u užem smislu turističke atrakcije – koja uključuje samo jedinstvene, posebno vrijedne i najčešće u današnje vrijeme i formalno zaštićene i posebno upravljane dijelove prirode“ (Carić i Škunca, 2016: 39). Iako je na nacionalnoj razini zaštićeno mnogo dijelova prirode, velik dio atraktivne prirodne baštine obuhvaća ostale vrijedne i značajne atraktivnosti kao što su autohtona vegetacija, svježina, miris, hlad, životinjski svijet. „Prirodna baština, odnosno priroda, prožima područje u kojima se događa turizam i u cijelom području čini važan dio kvalitete, atraktivnosti, zadovoljstva boravka i razloga odabira destinacije. Tradicijske vrste i pasmine dio su cjeline i autentičnosti gastronomske ponude, a često i uvjet za očuvanje tradicionalnog poljoprivrednog kulturnog krajobraza, koji je ključni element prepoznatljivosti i identiteta destinacije“ (Carić i Škunca, 2016: 39). Turistička zona (2007) spominje park u Klenovniku i stanište crnkaste sase na Vukovoju kao botanički spomenik prirode. „Krajobraz i prirodne vrijednosti Općine Klenovnik su prostori koji su planirani za zaštitu u sklopu budućeg Parka prirode „Hrvatsko zagorje (Trakošćan)“. Moguće je na osnovu vrednovanja pokrenuti postupak zaštite u kategoriji regionalni park ili park prirode. Kako bi se ova prostorna cjelina u što većoj mjeri sačuvala u sadašnjem stanju i zadržala svojstva zbog kojih je planirana za zaštitu, za izgradnju i uređenje prostora primjenit će se posebne odredbe iz Prostornog plana uređenja Općine Klenovnik“ (Strategija razvoja općine Klenovnik za razdoblje 2015.-2020., 2016: 9). Nedaleko perivoja dvorca Klenovnik, u naselju Goranec, nalazi se geološko-paleontološki zaštićeni spomenik prirode Mačkova špilja. Istraživanja na tom području

pokazuju da je čovjek na ovim prostorima živio prije više od 40.000 godina. Vrsta koja je ovdje dokazano živjela je *Homo sapiens neandertalensis*. Prema strategiji razvoja Općine Klenovnik za razdoblje 2015.-2020. (2016) radi se o vrlo važnom prehistorijskom i paleontološkom nalazištu Hrvatske, ali i ovog dijela Europe. Špilja je širine otvora oko 12 m, dubine 26 m, a visine 1,30-4,00 m. Za buduće radove koji se planiraju obavljati unutar špilje ili u njezinoj blizini (30m), potrebno je ishoditi odobrenja i dozvole nadležnog tijela. Dvadesetak minuta laganog hoda od Mačkove špilje nalazi se i prirodni vidikovac, Tri žaklja. Ovaj vidikovac nalazi se na granici općine Klenovnik i Donje Višnjice, a pruža prekrasan pogled na naselje Donja Višnjica kao i na Dravu i prekogranični grad Ptuj (Slovenija). Za njega zna lokalno stanovništvo i posjete se preporučuju usmenim putem ili objavama fotografija na društvenim mrežama. Za sada je neiskorišten potencijal nadomak ruke stanovnicima Klenovnika i Donje Višnjice (Grad Lepoglava).

Uz Mačkovu špilju, ostale prirodne znamenitosti su Ciglarova špilja i kanjon Male Sutinske. Pod područje posebnih uvjeta korištenja označeni su evidentirani geomorfološki fenomeni prirode: špilja Zdenec kod zaseoka Ciglari i špilja Repnjak kod zaseoka Čardak, staništa ugroženih i zaštićenih biljnih vrsta i šišmiša koji obitavaju u Jami Cinkovica (Strategija razvoja Općine Klenovnik za razdoblje 2015. – 2020., 2016). Zaštićene lokalitete i ostale prirodne znamenitosti potrebno je adekvatno održavati i uređivati, međutim u Općini ne postoje ljudi, udruženja ili udruge koje bi se bavile time. Općina jednom u godinu dana organizira čišćenje okoliša, ali ne na spomenutim resursima za potencijalni razvoj turizma. Na području općine nalaze se značajna područja Ekološke mreže NATURA 2000¹. U spomenuta značajna područja spada Vršni dio Ravne gore, Cerjanska špilja i Zdenec pri Ciglaru. To su područja koja su značajna za vrste i stanišne tipove. Vršni dio Ravne gore značajan je za očuvanje žutog mukača (*Bombinavariegata*), gorskog potočara, jelenka, tise, crnkaste sase, ljiljana zlatana, orhideja kokice, bljedolikog kaćuna, grimiznog kaćuna, mirisavog dvolista te špilja i jama

¹ „Prostorna baza koja sadrži podatke o područjima Ekološke mreže Natura 2000 u RH. Državni zavod za zaštitu prirode pripremio je prijedlog ekološke mreže NATURA 2000 za Hrvatsku temeljem obrade prikupljenih podataka o rasprostranjenosti NATURA 2000 vrsta i stanišnih tipova u Hrvatskoj te ga nadopunio u 2015. godini temeljem zaključaka Biogeografskog seminara u RH. Ekološka mreža Natura 2000 službeno je proglašena Uredbom o ekološkoj mreži (NN 124/13) te dopunjena Uredbom o izmjenama Uredbe o ekološkoj mreži (NN 105/15)“ (<http://www.haop.hr/hr/baze-i-portali/ekoloska-mreza-natura-2000>, 20.08.2021).

zatvorenih za javnost (Cerjanska špilja i Zdenec pri Ciglaru ubrajaju se među špilje i jame zatvorene za javnost).

3.2.1 Perivoj dvorca Klenovnik

Veliku vrijednost ima perivoj uz dvorac Klenovnik koji se nalazi na popisu zaštićene baštine. Točnije, spada u kategoriju spomenika parkovne arhitekture – perivoj. Sadrži mnoštvo domaćih i egzotičnih vrsta drveća (koloradska jela, duglazija, čuga, močvarni taksodij, kriptomerija, crveni i grimizni hrast, tulipanovac i katalpa) čija se pojedinačna starost procjenjuje i preko 700 godina. Prema Obad-Šćitaroci (1990) na južnoj i istočnoj padini brežuljka s kojeg dominira dvorac, na površini od 5,72 ha sagrađen je engleski perivoj, vjerojatno potkraj 18. i početkom 19. stoljeća. U istočnom dijelu perivoja nekada se nalazilo jezero veličine 1,58ha.

Svake se godine u mjesecu lipnju u dvorištu nekadašnjeg najvećeg plemićkog dvorca (današnje bolnice) održava Antunovsko proštenje, gdje mještani i župljani župe Presvetog Trojstva slave blagdan sv. Antuna Padovanskog. Žamor brojnih posjetitelja oživljava plato ispod gradskih zidina i bedema koji su mirovali u svom višestoljetnom snu. „Poznata napitnica Đure Prejca «Peharček moj» vjerojatno najbolje opisuje sve želje organizatora: «Zvlekelsem te iz prašine, gde si dugo prazenstal, ti si svedok nam starine, kak Hrvat je piti znal. Praznili su te junaki, dragoj domovini v čast, al je od njih znal i vsaki, rad za domovinu past»“(Varaždinska biskupija, 18.08.2021).

Slika 2. Dvorac Klenovnik i perivoj



Izvor: <https://priroda-vz.hr/katalog-informacija/> (18.08.2021)

4. Vjerski turizam

Vjerski ili hodočasnički turizam je specifičan oblik turizma kojim turisti zadovoljavaju svoje religijske i duhovne potrebe, pohodeći svetišta. Vjerski turizam uz duhovnu,

kulturnu, sociopsihološku pa i političku stranu, ima izraženo ekonomsko značenje (Vizjak, 1993). Evidentiranih i sistematiziranih podataka o vjerskom turizmu u Republici Hrvatskoj nema. Ministarstvo turizma i hrvatska turistička zajednica do danas nisu uspjeli sastaviti strategiju razvoja vjerskog turizma Republike Hrvatske. Vjerski turizam u Republici Hrvatskoj pretežno je okrenut domaćim turistima. Osim neprepoznatljivosti, vjerski se turizam bori s problemima loše infrastrukture te nedovoljnim brojem smještajnih kapaciteta u blizini svetišta. Iako ovi problemi imaju rješenja, strategija i planova za njihovo provođenje nedostaje.

Potencijal za vjerski turizam datira iz davne prošlosti čemu svjedoče crkva, kapelice, raspela, Marijanski hodočasnički put i vjerski spomenici. Zaštićenu pokretnu kulturno-povijesnu (materijalnu) baštinu čine petnaest kamenih postaja Ružarija u kapeli sv. Wolfganga, inventar crkve Presvetog Trojstva, inventar kapele dvorca Drašković, orgulje u kapeli sv. Antuna u dvorcu te inventar crkve sv. Wolfganga. Župa Presvetog Trojstva utemeljena je 1789. godine, a u njezinoj blizini nalazi se i kip sv. Ivana Nepomuka. Crkva u Klenovniku je župna crkva (Crkva Presvetog Trojstva) općine. Župna crkva izgrađena je 1738. i posvećena 1821. godine. Danas se u njoj nalaze propovjedaonica i oltari (glavni oltar iz 1733.) s grbom Draškovića. Osim zaštićenom baštinom, općina obiluje i nezaštićenom kulturno-povijesnom baštinom koje su važne za vjerski turizam, a to su kapela sv. Ane, kapela sv. Vinka i kapela sv. Antuna Padovanskog. Također, evidentirani su sljedeći arheološki lokaliteti za koje će nakon provedenih arheoloških i konzervatorskih istraživanja biti pokrenut postupak stavljanja pod zaštitu temeljem Zakona o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara² - tumul uz zaseok Evačići (prapovijesni grob, nije istraživan) i brdo Kukulj (višeslojni arheološki lokalitet od kasnog brončanog doba do antike) (Strategija razvoja općine Klenovnik za razdoblje 2015. – 2020., 2016).

4.1 Kapela sv. Wolfganga

U zaseoku Vukovoj nalazi se jedina filijalna kapela, kapela sv. Vuka/Wolfganga (Općina Klenovnik, 1995). Prema Hojsaku (2004) 1508. godine Ivan Gylayja dao je sagraditi kapelicu koja je jedina kapela u Hrvatskoj posvećena tom regensburškom svecu, zaštitniku rudara, šumskih radnika, padavičara i bolesnika očiju. Ova kapela jedna je od najzanimljivijih djela sakralne arhitekture u sjeverozapadnoj Hrvatskoj (Općina

²(NN 69/99, 151/03, 157/03, 100/04, 87/09, 88/10, 61/11, 25/12, 136/12, 157/13, 152/14, 98/15, 44/17, 90/18, 32/20, 62/20)

Klenovnik, 2021). Starija je i od kapele sv. Antuna Padovanskog, koja se nalazi u dvorcu obitelji Drašković (danas bolnica za plućne bolesti i TBC Klenovnik).

Slika 3. **Kapela sv. Wolfganga, Vukovoj**



Izvor: <http://klenovnik.hr/Home/Znamenitosti> (27.08.2021)

Putem od središta Klenovnika do kapele sv. Wolfganga proteže se Marijanski hodočasnički put koji se održava svake godine dva puta. U mjesecu svibnju, povodom svibanjskih pobožnosti održava se Marijin put, a hodočasnici se okupljaju ispred kipa sv. Ivana Nepomuka kod župne crkve. Drugi marijanski put, s hodočašćem i svetom misom, održava se 31. listopada, uoči svetkovine Svih svetih. Postaje ovog hodočasničkog puta datiraju još iz 17. stoljeća, kada ih je grof Ivan IV. Drašković dao naručiti i postaviti. Posljednjih desetak godina Općina i Crkva potpomogle su konzervatorsku obnovu marijanskih postaja i oltara u kapelici sv. Vuka.

5. Ruralni turizam

„Ruralni turizam u Republici Hrvatskoj kao posebna vrsta turizma operativno se i organizirano počeo razvijati devedesetih godina prošlog stoljeća“ (Bartoluci i sur., 2018: 63). U ukupnom prihodu od turizma u Republici Hrvatskoj, ruralni turizam sudjeluje s 1% prihoda. Ako uzmemo u obzir geografski položaj i reljef na kojem se nalazi Hrvatska, dolazimo do zaključka kako je postotak premali za zemlju u kojoj je polovica teritorija poljoprivredno iskoristiva. Prema Bartoluciju i sur. (2018) ruralni turizam obilježavaju prirodni i kulturni resursi koji se nalaze na određenom području, a upravo ti resursi predstavljaju bazu za razvoj ruralnog područja. Stoga, autori smatraju kako je turizam na

ruralnom prostoru jedna od najperspektivnijih dopunskih gospodarskih djelatnosti u kojima treba kontinuirano i planski težiti njegovom održivom razvoju.

Ruralni turizam obuhvaća sve aktivnosti koje se odvijaju na prirodnom, poljoprivrednom, zelenom području, a neki od njegovih uobičajenih i prepoznatljivih naziva su seoski, seljački, agroturizam, eko turizam, prirodni turizam. Ruralni turizam karakteriziraju mirna sredina, očuvana i uređena priroda, tišina, komunikacija s domaćinima te upoznavanje s aktivnostima karakterističnima za ruralne sredine poput pješaćenja, jahanja, folklorne grupe, poljoprivredni radovi, radionice poput kuhanja rakije, slikanja, priprema vina, žetve i slično. Ruralni turizam u Hrvatskoj definirao se kasnije u odnosu na europske zemlje. Godine 1996. ministar turizma donio je *Pravilnik o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu* i time uspostavio pravni okvir za djelovanje unutar novog sektora turizma. Dvije godine od donošenja Pravilnika bile su potrebne kako bi se registrirala prva turistička seljačka obiteljska gospodarstva. „Program ruralnog razvoja Republike Hrvatske 2014. - 2020. odobren je u svibnju 2015. godine. Prema programu, čitava Hrvatska je ruralno područje, osim područja gradova Zagreba, Rijeke, Osijeka i Splita. Prema istraživanjima, ruralni turizam u Hrvatskoj je nerazvijen, ponajviše zahvaljujući orijentaciji na primorski turizam te nedovoljnoj afirmaciji domaće gastronomije i vinarstva“ (Cimerfraj, 2015).

Autori koji poučavaju turizam i njegove specifične oblike, smatraju da prednosti koje donosi ruralni turizam su brojne, a ogledaju se kroz „očuvanje naseljenosti ruralnog prostora, stvaranju većih površina seoskog gospodarstva, poticanje i osposobljavanje seoskog stanovništva na samostalan rad, oživljavanje starih zanata i očuvanje izvornih običaja, proširenje postojeće turističke ponude Hrvatske, ublažavanje sezonskog karaktera turističkog poslovanja i dr.“(Bartoluci i sur., 2018: 66).

Dakle, općina posjeduje veliki potencijal, a koji se na nacionalnoj razini klasificira kao nedostatak. Bogata gastronomija od predaka i povoljan geografski položaj koji daje prostora za razvoj vinogradarstva samo su neki čimbenici razvoja ruralnog turizma općine pa čak i vinskog turizma (kao specifičnog oblika turizma).

5.1 Seoski turizam „Grešna pilnica“

Jedini nositelj turističke i ugostiteljske ponude u općini, u području ruralnog turizma, je *Grešna pilnica*. Registrirana je kao seosko domaćinstvo „Grešna pilnica“, a u ponudi imaju tradicionalna jela i pića, tematske prezentacije i radionice starih zanata (tkalački

stan, lončarsko kolo, dane kruha) i izložbu etno zbirke. Domaćinstvo aktivno sudjeluje u organizaciji školskih izleta, a posjetiteljima iz daljih mjesta nudi smještaj. Izletišta i obiteljsko gospodarstvo "Grešna pilnica" dobilo je Zlatnu povelju "Suncokret ruralnog turizma Hrvatske" za 2014. godinu te je nosioc brenda "Okusi" - Hrvatska tradicijska kuhinja.

Sva događanja moraju se najaviti unaprijed, a restoran nije otvoren za posjetitelje svakodnevno. Domaćinstvo je u obiteljskom privatnom vlasništvu gospodina Izidora Gladović (licencirani somelier i Vitez vina i strastveni sakupljač starina) te općina nema nikakve direktne i indirektno financijske veze s domaćinstvom. Imanje se sastoji od voćnjaka, dvije drvene kuće, drvene staje i drvenog štaglja, a obnovljeno je na tradicijski način i stavljeno u funkciju izletničkog turizma kao etno baština. Kao dio ponude Grešne pilnice je razgled muzejskog prostora, ponuda izvornih tradicionalnih jela i pića, organizacija svadbi i proslava na starinski način, smještaj za 12 osoba.

Slika 4. Seosko domaćinstvo "Grešna pilnica"



Izvor:<https://www.okusi.hr/okusi-varazdinskog-kraja/partneri/item/119-seosko-domacinstvo-gresna-pelnica.html#galleryafad95ffd9-2/> (27.08.2021)

U sklopu razvoja seoskog turizma na području Općine razvijaju se različiti sadržaji. Označene su i obilježene biciklističke staze, omogućen obilazak prirode kočijama i konjskim zapregama, obilazak špilja, izvora i drugih prirodnih vrijednosti. Uređene su šetnice u privatnom vlasništvu. Prezentiraju se stari zanati i obrtništvo karakteristično za klenovnički kraj (medičarstvo, lončarstvo, stolarija, bačvarstvo, pletarstvo i dr.), etno selo, etno muzej, tradicijske kuće. Sukladno spomenutim resursima, općina ima potencijal za razvijanje kao turistička destinacija pogodna za cikloturizam, tranzitni turizam, ruralni

i etno-turizam, eko-turizam, izletnički, vjerski, zdravstveni/lječilišni te lovni i ribolovni turizam. Planova za budućnost im ne nedostaje stoga se i potiču na razvoj dopunskih sadržaja za turiste kako bi se upotpunila turistička ponuda, proizvodnju eko hrane koja je danas sve više tražena te ubiranje i plasman ljekovitog i aromatičnog bilja.

5.2 Jezero Bitoševje

Neiskorišten turistički potencijal općine je jezero Bitoševlje koje se nalazi u blizini otvorenog odjela (zatvora Lepoglave) Bitoševje. Nekada se na jezeru uživalo u izletima, finoj domaćoj hrani i piću na terasi te su djeci na raspolaganju bili Njofra i Suzi (dva konja niskog rasta) kao i pedaline koje su se iznajmljivale za vožnju po jezeru. Od tri jezera, danas je samo jedno puno jezerske vode, koja navire iz izvora u blizini. Na tom jezeru nalazi se i mala kućica za kratki odmor s terasom koja je nekada služila kao vikend ugostiteljski objekt. Krug oko jezera traje svega dvadesetak minuta laganog hoda preko drvenih mostića. Na ulazu ispred jezera, s desne strane nalazi se travnata površina koja je služila kao nogometno igralište za rekreativce željne igre. Danas je i ono zapušteno, iako okolna drveća pružaju hladovinu za gledatelje tokom sunčanih dana, uz drvene klupice postavljene/usječene u brdo pokraj improviziranog igrališta. Ova prirodna oaza mira potencijalni je resurs za razvoj ribolovnog turizma, uz ograničenja ulova zbog veličine jezera. Nadalje, postoji i prostor za organiziranje događanja i okupljanje strastvenih ribiča u koji se može uklopiti i gastronomska ponuda ovog kraja, kao dodatna promidžba. Uz vraćanje ugostiteljskog objekta i uređenje okoliša te uvođenjem aktivnosti, ovaj potencijalni turistički resurs mogao bi biti jedan od glavnih motiva turističkih dolazaka i odmora.

Slika 5. Jezero Bitoševje



Izvor: Privatna arhiva autora (24.08.2021)

5.3 Usporedba Općina Klenovnik - Općina Štrigova

Uz sve nabrojene prirodne i kulturne resurse, jedna od sličnih destinacija, a koja je uspjela razviti turizam te je primjer dobre prakse, je Općina Štrigova u susjednoj Međimurskoj županiji. Nalazi se u brežuljkastom dijelu Međimurja na sjeveru Hrvatske i obiluje prirodnim ljepotama. Najpoznatija je po vinogradarstvu za što je primila i brojne nagrade na nacionalnoj i svjetskoj razini. Osim središta Općine u Štrigovi, prepoznatljiva je po Železnoj Gori koja je pravi vinski raj. U tom kraju smjestio se poznati restoran Terbotz, osnovan 2002. godine. Na obiteljskom imanju Jakopić od davnina njeguje se vinova loza i stvaranje izvrsnih vina. Kako bi obitelj uz vinariju proširila svoju ugostiteljsku ponudu, pridružili su joj tradicionalna međimurska jela. Pogled iz restorana pruža se na prekrasne redove vinove loze i u predvečerje zalazak sunca. Mjesto uvelike podsjeća na Vinogorje Čardak, iz kojeg se pruža vrlo sličan pogled na vinograde, s vrha brežuljka. Iako je Čardak turistički neiskorišten resurs, praksa iz Međimurja i poveznica s Terbotzom pokazuje kako se u ruralnoj sredini razvija oblik turizma za koji su resursi postojeći. Nije samo imanje obitelji Jakopić poznato po vinskom turizmu u Općini Štrigova, našlo se tu i naselje Sveti Urban. Svake godine u mjesecu kolovozu organizira se manifestacija poznatog naziva *Urbanovo*. Ideja su otvorena vrata podruma vinarija, od kojih možemo izdvojiti vinariju Kocijan, vinariju Cmrečnjak, vinariju DK Dvanajščak-Kozol, vinariju Knehtl-Medenjak i vinariju Štampar. Godine 2021. odvijalo se poznato *Urbanovo*, pod osmišljenim programom projekta GO! V Gorice. Spomenuti vinari osmislili su projekt

oživljavanja Vinske ceste. Svaka vinarija osmislila je jedinstven program vođenih degustacija i uživanja u hrani i vinu. Iako na području Općine Klenovnik nema veći broj vinarija, osmišljeni projekti u susjednoj županiji pokazali su se vrlo pozitivni. Jedna od prednosti Općine Štrigova je i Mađerkin breg, vidikovac na kojem se organiziraju druženja, degustacije hrane i vina te različiti oblici zabave. Općina Klenovnik također ima neiskorišten vidikovac Tri žaklja, koji se može valorizirati na sličan način. Uz tradicionalnu proizvodnju vina, Međimurje povezuje i hrana (Terbotz, Međimurski dvori, LeBatatHealthyDining). Ugostiteljska ponuda na području Općine Klenovnik gotovo da i ne postoji, a upravo se tu javlja ogroman prostor za njezin razvoj, uz vinograde Čardak. Blizina urbanim središtima jedna je od prednosti Klenovnika te se nalazi na mnogim relacijama kojima turisti prolaze (npr. Varaždin-Trakošćan). Bogata kulturna baština i vjerski turizam su potencijalni nositelji turizma. Općina Štrigova iz svojih je resursa, aktivnog stava lokalnog stanovništva i sufinanciranja programa ostvarila zavidan status na turističkoj karti te se nametnula kao vrlo poželjna destinacija turistima i izletnicima. Zbog boljeg geografskog položaja, uz svoje resurse i povećane aktivnosti za razvoj, Općina Klenovnik mogla bi parirati bliskoj Štrigovi. Već aktivno seosko domaćinstvo Grešna pilnica pozitivan je pokazatelj da se Klenovnik može razvijati u turističkom smjeru te da zainteresiranih posjetitelja uvijek ima, uz dobru marketinšku promociju destinacije i samog objekta.

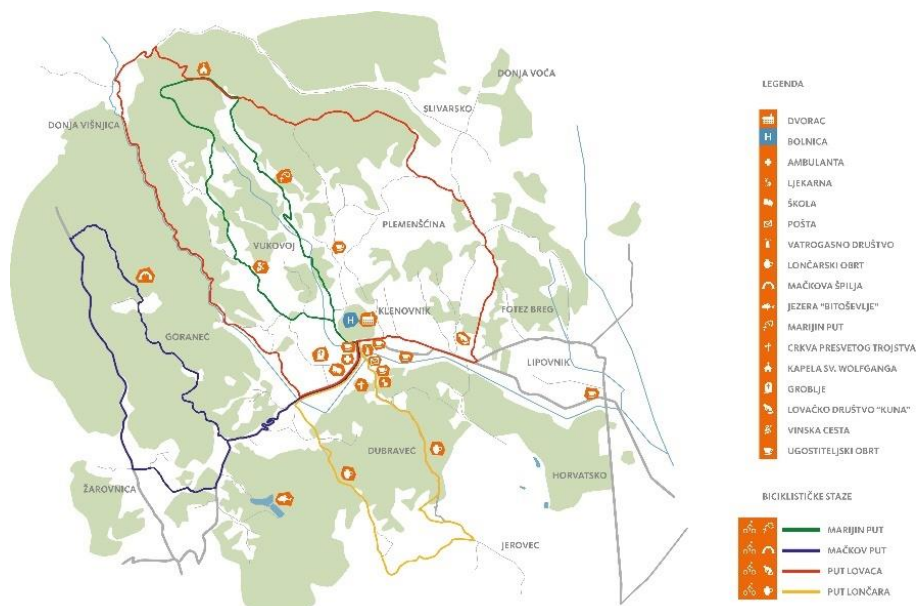
6. Razvoj cikoturizma

Zbog sve veće svijesti čovječanstva o zagađivanju okoliša te utjecaja pojedinca na njegovu zaštitu, prema procjenama do 2025. godine na europskom teritoriju (od 2015. godine) vožnja bicikla kao glavna aktivnost (ili bicikl kao glavno prijevozno sredstvo) porast će za 10%. Sukladno ovoj procjeni proizlazi da cikloturizam danas predstavlja turistički proizvod s najvećom perspektivom razvoja. Prema Klariću i sur.(2015), cikloturizam i ostali oblici korištenja bicikla u turizmu spadaju u rastuće oblike turističkih aktivnosti. Biciklističkim udrugama, turističkim zajednicama i turističkim agencijama, cikloturizam je u središtu interesa. Biciklističke udruge su primarni subjekti za planiranje, kreiranje i provjeru kvalitete biciklističkih ruta, vođenje informacijske baze o rutama i podršku u izradi cikloturističkih karata. Međutim, udruge ne postoje u svakoj turističkoj destinaciji da bi mogle dati dovoljan doprinos za razvoj ove vrste turizma. Prema Klariću i sur. (2015: 3) „glavna prepreka snažnijem razvoju cikloturizma i korištenju bicikala za prijevoz i rekreaciju u Hrvatskoj je nepostojanje osnovne prometne infrastrukture

(Nacionalne mreže cikloturističkih putova), mali broj posebno izgrađenih biciklističkih staza i traka, loše održavanje i trasiranje postojećih ruta te nepovezanost cikloturističkih ruta uslijed nedostatka veza pogodnih za bicikliste između pojedinih dijelova Hrvatske.“

Potencijal za razvoj cikloturizma, osim geografsko-reljefnih predispozicija, ogleda se i u brojnim pripremljenim projektima koje je Općina pripremila za natječaje za dodjeljivanje sredstava iz Europskih fondova. Staze za vožnju, kao i odmarališni punktovi, putokazi, ploče i table samo su neke od ideja s postojećih projekata. Međutim, naišlo se na neočekivane prepreke. Imovinsko-pravni odnosi zemljišnih parcela nisu razriješeni i pravno uređeni, a problemi seže u daleku prošlost. Potomci vlasnika iselili su iz općine, pa čak iz države te je njihovo okupljanje dugotrajan proces, a možda i nemoguć. No, interes Općine postoji, kao i potencijalnih korisnika biciklističkih staza. Napredak i razvoj cikloturizma možemo očekivati samo i ako se razriješe sva imovinsko-pravna pitanja. Područje općine prostire se na 25,66 km² što je sasvim dovoljno za planirane rute uz sve dodatne potencijalne turističke resurse kako bi se bicikliste i rekreativce upoznao s ponudom i sadržajima koje nudi lokalna zajednica. U spomenutom obliku turizma pruža se i mogućnost izrade paket aranžmana u dogovoru s nositeljima turističke ponude za cjelodnevni izlete i „ture po zagorskim bregima“.

Slika 6. Planirane rute biciklističkih staza za razvoj cikloturizma



Izvor: Arhiva Općine Klenovnik iz dokumentacije (18.08.2021)

Udruga koja djeluje na području općine, UMOK (Udruga mladih općine Klenovnik), pokazuje inicijativu za okupljanjem zaljubljenika u dva kotača i svake godine u mjesecu

Slika 7. Plakat klenovničke biciklijade 2021. godine



Izvor: Udruga mladih Općine Klenovnik (18.08.2021)

7. Društveni život u općini

Iako općina Klenovnik nakon posljednjeg popisa stanovništva iz 2011. godine broji samo 2.022 stanovnika, ima nekoliko udruga i udruženja u kojima se okuplja lokalno stanovništvo. Prethodno spomenuta udruga UMOK svake godina priprema druženja različitih oblika za sumještane i posjetitelje. Osim spomenute biciklijade, možemo izdvojiti kino na otvorenom pod zvijezdama, koje se organizira u mjesecu kolovozu. Za božićne i uskršne blagdane priprema se darivanje za najmlađe sumještane u dječjem vrtiću *Latica*, kao i za najstarije sumještane, umirovljenike slabijeg imovinskog statusa, kojima se spremaju simbolični paketi s kućnim i prehrambenim potrepštinama. Osim humanitarnih akcija, odvijaju se i edukacije o zdravoj prehrani u suradnji s nutricionistima, sajam knjiga, sudjelovanje u maškaradama i slično. U kulturno-obrazovnom sektoru djeluje nekoliko sekcija. To su KUD³ Klenovnik u kojem djeluju sekcija pjevačkog zbora te folklorni ansambl. Da se stari običaji, gastronomija i vrijednosti ne zaborave, o tome brine sekcija KUD-a, Društvo za njegovanje starih običaja. Povodom obilježavanja Dana kruha u općini, Dana općine Klenovnik i sličnih proslava na kojima se okuplja veći broj posjetitelja, članovi društva pripremaju domaće

³ Kulturno umjetničko društvo

prehrambene i neprehrambene proizvode koji se izlažu i dijele posjetiteljima. Nadalje, iako je ovaj kraj poznat po lončarstvu, bačvarstvu i pletarstvu, danas nije ostalo mnogo potomaka koji su naslijedili zanat svojih obitelji i održali tradiciju izrade.

Slika 8. Sekcija KUD-a Klenovnik, folklorni ansambl



Izvor:

<https://www.facebook.com/djakovacki.vezovi/photos/a.1449105142077972/2393589810962829/> (18.08.2021)

Zaljubljenici u lov okupljeni su u lovačkom društvu „KUNA“ sa sjedištem u Lipovniku dok su mlađe generacije potaknute bavljenjem i sudjelovanjem u sportskim aktivnostima pa za njih djeluje nogometni klub Klenovnik koji okuplja pionire, seniore i juniore. Uz nogometni klub i nogometno igralište nalaze se teniski i odbojkaški tereni koji, nažalost, nisu u funkciji. Ovaj sportski kompleks ima velik potencijal, kako za sportsko rekreacijske sadržaje i događaje, tako i za privlačenje izletnika i turista koji traže aktivnosti u vrijeme odmora i dokolice. Problem koji se nameće uz neodržavanje terena su nedostatak infrastrukturnih resursa. Nedostaje izgrađenih sadržaja za garderobe koje bi koristili igrači, odnosno sudionici koji koriste terene, prostorija za osvježenje, dovod pitke vode, potrebne opreme i rekvizita (lopte, reketi, mreže..) Postoje europski natječaji koji dodjeljuju sredstava za obnovu sportsko-rekreacijskih sadržaja, no nedostatak stručnog kadra i interesa ključna su prepreka za obnovu ovih sadržaja. Uz nogometno igralište nalazi se neiskorišten prostor koji trenutno služi kao parking za igrače i posjetitelje tijekom treninga i nogometnih utakmica, a ima potencijal kao dječje zabavno igralište sa spravama, ljuljačkama i ostali igralima. U prilog neiskorištenom prostoru i potrebi ide činjenica da se u njegovoj blizini (500m) nalazi Dječji vrtić „Latica“ i Osnovna škola grofa Janka Draškovića, kao i dvije stambene zgrade. Blizina osigurava potencijalne korisnike prije, za vrijeme, i nakon boravka djece u vrtiću/školi.

Od sportskih aktivnosti tradiciju ima i karate klub Klenovnik koji ima velik broj natjecatelja na regionalnim i državnim razinama. Treninzi i domaća natjecanja odvijaju se u Osnovnoj školi grofa Janka Draškovića u čijem se sklopu nalazi sportska dvorana. Društvo za sport i rekreaciju trenutno je manje aktivno nego prethodnih godina, kada su podupirali i poticali lokalno stanovništvo na bavljenje rekreacijskim i sportskim aktivnostima. Naposljetku, DVD Klenovnik jedno je od većih društava u općini. Čine ga dobrovoljni, lokalni vatrogasci, a 2019. godine Vatrogasni dom i vatrogasna oprema potpuno su obnovljeni.

8. ISTRAŽIVANJE

Cilj istraživačkog dijela rada je istražiti postojanje prirodnih i kulturnih resursa općine na kojima bi se temeljile turističke aktivnosti te utvrditi stupanj suradnje između nositelja turističke ponude i nositelja lokalne vlasti. U odnosu na ciljeve postavljene su dvije hipoteze. Prva hipoteza glasi: „*U Općini Klenovnik nema dovoljno turističkih resursa za razvoj turizma*“. Druga hipoteza glasi: „*Općina Klenovnik ne ulaže dovoljno sredstava (materijalnih, novčanih i kadrovskih) u postojeće turističke resurse*“.

Istraživanje je provedeno u dva koraka. U prvom koraku korištena je sekundarna metoda prikupljanja podataka, odnosno pregled dostupnih materijala u koji ulaze knjige i članci kojima je pristupljeno pretraživanjem ključnih riječi putem internetskih baza i građe dostupne u knjižnici OŠ grofa Janka Draškovića. Za drugi korak istraživanja korišten je kvalitativni pristup. Provedeno je pet individualnih intervjua s nositeljima turističke ponude i nositeljima lokalne vlasti tijekom travnja 2021.godine. Intervjuirani nositelji turističke ponude bili su gospodin Igor Cerovčec kao voditelj podruma Čardak (Vinogorje Čardak), gospodin Dario Žmegač-Bunić kao vlasnik OPG-a⁴ DARIO Žmegač-Bunić i gospođa Valentina Gladović-Nedić, vlasnicom svjećarsko-medičarskog obrta Slavica. S druge strane, strane lokalne vlasti Općine, intervju je proveden s predsjednicom općinskog vijeća, gospođicom Sandom Golub i sa zamjenicom načelnika Općine, gospođicom Sanjom Kolenko.

U nastavku rada prikazane su ključne spoznaje do kojih se došlo provedbom intervjua te su dani prijedlozi za unaprjeđenje ponude Općine i poboljšanja kvalitete suradnje između

⁴ Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo

donositelja odluka i nositelja turističke ponude. Najprije, prikazana je PESTEL i SWOT analiza.

8.1 PESTEL analiza

Uz SWOT analizu često se koristi i PESTEL analiza kako bi se analizirala okolina u kojoj se nalazi poduzeće, u ovom slučaju turistička destinacija. Na ovakav način destinacija ima sumirano sve utjecaje koji utječu ili bi mogli utjecati na njezine strateške planove u budućnosti te se sukladno analizom, razvija i priprema na eventualne rizike. „PESTEL analiza je analitički alat koji se koristi pri strateškom planiranju kako bi se procijenio utjecaj vanjskih faktora na poduzeće, odnosno utjecaj šest skupina čimbenika: političkog, ekonomskog, socijalnog, tehnološkog, ekološkog te pravnog okruženja koje bi moglo značajno utjecati na projekte, poslovanje i djelatnost jednog poduzeća“ (Batista, 2020).

P	E	S	T	E	L
-nedovoljna regulativa u području turizma -visoki porezi u turizmu	-ekonomska kriza koja je nastupila u 2020.godini -pad BDP-a -smanjeni dohodak građana	-povećanje svijesti ljudi o potrebi putovanja -stavlja se sve veći naglasak na autohtonost	-razvijena tehnologija za promociju marketinških aktivnosti -konstantan razvoj tehnoloških inovacija	-razvoj turizma u destinaciji donosi sa sobom problem onečišćenja okoliša	-nedostatak zakona o djelovanju u ruralnom turizmu (Opći zakon o pružanju usluga u turizmu)
-izdvajanje malo finansijskih sredstava za razvoj ruralnog i vjerskog turizma	-povećana nezaposlenost zbog pandemije COVID-19 -povećanje cijena hrane	-velik broj starog stanovništva koje si može priuštiti više putovanja, vremenski duža	-razvijen velik broj alata za izradu promidžbenih materijala (brošura, kataloga, videa)	-sezonalnost turizma ovisi o vremenskim uvjetima koji određuju dolazak i boravak gostiju u destinaciji	-pravno okruženje pokriva opća djelovanja, ne specifična
-korupcija kod pogodovanja na natječajima	-niska prosječna plaća građana -povećanje troškova građana, ali i nositelja turističke ponude	-pad broja stanovništva (iseljavanje) -konzervativno razmišljanje o uključivanju žena u poslovanje -motivi turista za putovanja	-dostupna, ali skupa automatizacija u poljoprivredi koja doprinosi ruralnom razvoju	-nedostatak planske i pravovremene izgradnje komunalne infrastrukture (odvodnja i pročišćavanje otpadnih voda, zbrinjavanje komunalnog otpada)	-nedovoljno definiran Zakon o koncesijama koji bi utjecao na razvoj turizma

8.2 SWOT analiza

Kako bi se sumirali svi prikupljeni podaci, i zaključci koji su se mogli donijeti iz njih, izrađena je SWOT analiza. Jedna je od ključnih alata kod analiza situacija i stanja u kojima se nalaze organizacije, poduzeća ili u ovom slučaju destinacije. Pomoću ove analize možemo analizirati i identificirati četiri aspekta važna za donošenje odluka, planova i strategija u budućnosti. Svako slovo označava jedan aspekta, pa tako slovo *s* označava strengths, odnosno unutarnje snage destinacije. Slovo *w* označava weaknesses odnosno slabosti općine Klenovnik, slovo *o* opportunities prilike, odnosno vanjske čimbenike koji mogu pozitivno utjecati na općinu. Posljednje slovo *t* označava threats, odnosno vanjske prijetnje s kojima se općina može susresti ili se već susreće. Promatranjem svih nabrojanih činjenica u ova četiri aspekta, dolazimo do zaključaka kako bi se lakše izrodile i poduzele mjere i aktivnosti za postizanjem postavljenih ciljeva, ili kako bismo u ovom slučaju definirali stanje u turizmu u općini.

<p style="text-align: center;">SNAGE</p> <ul style="list-style-type: none"> -velik broj mlađe populacije koja se bavi različitim aktivnostima -velik broj udruga -visoko obrazovan velik broj mlađe populacije -brojni očuvani i zaštićeni resursi -gostoljubivost lokalnog stanovništva -tradicionalna gastronomska ponuda -kvaliteta proizvoda 	<p style="text-align: center;">SLABOSTI</p> <ul style="list-style-type: none"> -nedovoljana diferenciranost ponude -nedostatak infrastrukture -nedostatak stručnog kadra u turizmu -slab interes i pasivnost lokalnog stanovništva -nedostatak financijskih sredstava u proračunu Općine -nedovoljna marketinška prezentacija potencijala vjerskog i ruralnog turizma
<p>SWOT analiza</p>	
<p style="text-align: center;">PRILIKE</p> <ul style="list-style-type: none"> -promjene navika i vrijednosti turista koji traže autentičnost -povezivanje nositelja tur. ponude -apliciranje za financijska sredstva na projekte -veća financijska pomoć postojećim nositeljima turističke ponude -nedostatak postojećih aktivnosti ciklo-turizma na ovim prostrima -prepoznavanje potencijala od strane turističkih zajednica 	<p style="text-align: center;">PRIJETNJE</p> <ul style="list-style-type: none"> -ekonomska kriza koja može utjecati na sposobnost građana na putovanja -nedovoljna prepoznatljivost vrijednosti resursa -ograničena financijska sredstva od strane države, EU fondova -jaka konkurencija u okruženju -turistička sezonalnost

8.3 OPG DARIO Žmegač-Bunić

Jedan od aktera razvoja ruralnog turizma u općini je gospodin Dario Žmegač-Bunić koji od 2017.godine vodi vlastiti OPG dok se ideja o osnivanju rodila još 2015.godine. Kako kaže gospodin Dario, mali broj mladih osoba odlučuje se na bavljenje poljoprivredom i stočarstvom u ovo moderno tehnološko doba, no za svoj OPG DARIO Žmegač-Bunić izabrao je stočarstvo kao primarnu djelatnost. U njihovim redovima najbrojnije su dvije vrste goveda, a to su simentalna pasmina (služi za proizvodnju mlijeka, samo za vlastite potrebe) te crveni angus (najkvalitetnija pasmina za proizvodnju mesa i rasplodnog materijala). Brinu o burskim kozama, romanovskim ovcama i zagorskim puranima. Sjedište OPG-a je u Plemenščini, a povod njegovog otvaranja leži u generacijskom nasljeđu bavljenja poljoprivredom. Uz ljubav koju obitelj ima prema životinjama, pomažu poticaji i novčane potpore. Najveću dobit ostvaruju od prodaje mesa i prodaje životinja. Uspostavljeni su kanali prodaje, ali najveća prodaja i reklama idu usmenom predajom. Vlasnik OPG-a radi u ugostiteljstvu u susjednoj Sloveniji te uviđa potencijale

razvoja ruralnog turizma što mu daje ideje o proširenju OPG-a, ali i proširivanju djelatnosti kojima se bave. Kako je u radu OPG-a angažirana cijela obitelj, ne čudi činjenica da su kupci iz cijele Hrvatske, od Splita, Gline, Karlovca itd. Prodaja na regionalnoj i lokalnoj razini održava se marketinškim aktivnostima na društvenim mrežama koje obitelj sama provodi. Financijska sredstva, koja su nezaobilazan segment u ovome poslu, osigurava i Općina koja dodjeljuje oko sedamsto kuna godišnje ovom OPG-u. Varaždinska županija provodi natječaje na koje se vlasnik prijavljuje te planira aplicirati na projekt za 15.000€ bespovratnih sredstava u 2021.godini kako bi se krenulo u postupak nabave novog traktora koji bi uvelike olakšao proces pripreme hrane za životinje. Druga opcija su i državni natječaji koji nude europska sredstva, no za njih se plaća izrada dokumentacije, što predstavlja dodatan trošak za OPG. Uz velik potencijal za razvoj ruralnog turizma i prirodnog prostora, mogućnosti za razvoj ne pomažu općinska tijela. Do sada nije ostvarena suradnja po pitanju organiziranih tura, izleta, radionica, prezentacija seoskog načina života za turiste ili izletnike. Suradnja je ostvarena s Osnovnom školom grofa Janka Draškovića iz Klenovnika koja samoinicijativno dovodi djecu na školu u prirodi. Obitelj pokazuje inicijativu za uključivanjem u turističke djelatnosti kojima mogu pripomoći sa svojim OPG-om u smislu prezentacija pripreme domaće hrane te organiziranjem školskih izleta za djecu. Planovi za buduća poslovanja uključuju povećanje broja ovaca i gradnju hangara za skladištenje hrane. Želje koje su neostvarene su otkup/kupnja zemljišta koje je u posjedu Općine, budući da im nedostaje zemljišta za obrađivanje. Posjećuju ih ljudi koji dolaze u privatnom angažmanu zbog saznanja o životinjama koje imaju, ponajviše s malom djecom. Vlasnici OPG-a smatraju kako općina ima velik potencijal za razvoj ruralnog turizma, a sami iskazuju trud, želju i ljubav za izgradnjom ljepšeg i prosperitetnijeg Klenovnika.

Slika 9. **Burska koza**

Izvor: Arhiva vlasnika OPG-a, Darija Žmegač-Bunić (2020.)

8.4 Svjećarsko-medičarski obrt Slavica

Svjećarsko-medičarski obrt Slavica iz Klenovnika jedan je od malobrojnih obrta na sjeveru Hrvatske koji se još uvijek bavi tradicionalnim i zaštićenim zanatom. Taj zanat je u njihovoj obitelji pokrenut davne 1939. godine. Tradicija pravljenja licitara je 2010. godine uvrštena na UNESCO-vu povelju nematerijalne kulturne baštine, a licitar danas predstavlja tradicionalni hrvatski proizvod.

Vlasnica obrta Valentina Gladović-Nedić, zajedno sa svojom obitelji koja sudjeluje u poslovima licitarstva, uredila je Licitarsku hižu, a uređenje cijelog poslovnog dijela novoizgrađenog objekta te opremanje prostora za proizvodnju i održavanje proizvoda, potpomognuto je novčanim sredstvima iz IPARD programa. Tradicija licitarstva pretežito se veže u tradicionalna proštenja u ruralnim dijelovima Republike Hrvatske. Prema riječima gospođe Valentine Gladović-Nedić, tradiciju licitarstva u Klenovniku je započeo njezin djed, Martin Gladović. Davne 1939. godine položio je majstorski ispit i krenuo u osiguravanje boljeg života svojoj obitelji. Tradicija se prenosila s koljena na koljeno pa tako danas i Valentinini potomci pomažu u održavanju ovog zanata, kako za obitelj tako

i za općinu. Promociju svog zanata gospođa Valentina sama odrađuje, a tu joj pomaže i Turistička zajednica Grada Varaždina te Turistička zajednica Grada Ivanca, no ističe kako s Općinom Klenovnik nema nikakvu suradnju. Općina obrtu ne donira nikakva novčana sredstva, kao ni materijalna. Svaki odlazak „licitara“ kao predstavnika tradicije na bilo koju lokaciju, financirano je isključivo iz vlastitih izvora. Na brojnim manifestacijama obitelj plaća najam štanda/kućice ili po domaći rečeno „placovinu“.

Grupe učenika često ugošćuju u svojoj radionici gdje izrađuju proizvode licitara, no to su dolasci grupa na njihovu inicijativu koje ona rado prihvaća. Nedavno je predstavljala svoj kraj na manifestaciji u Ormožu (Slovenija), održavala je radionice studentima Filozofskog fakulteta u Etnografskom muzeju u Zagrebu te surađuje i s Osnovnom školom grofa Janka Draškovića u Klenovniku gdje mališanima prenosi svoje znanje.

Jedina suradnja koju gospođa ostvaruje s Općinom je izrada malih suvenira kada predstavnici Općine odlaze u službene posjete. Najviše je cijene u Zagrebu, gdje im je njihov zanat iznimno zanimljiv i cijenjen. Često je pozivaju kao gosta na mnoge manifestacije, na što se gospođa Valentina rado odaziva. Najdraže su joj pohvale sumještana i zadovoljstvo njezinim proizvodima. Na pitanja o potpori gospođi Valentini, iz Općine dolazi odgovor da nema stručnog kadra ni financijskih sredstava za zapošljavanje osoba koje bi bile posvećene razvoju turizma.

Slika 10. Vlasnica svjećarsko-medičarskog obrta Slavica, Valentina Gladović-Nedić



Izvor: <http://kultnatura.eu/hr/proizvodi/svjecarsko-medicarski-obrt-slavica-2/>

(20.08.2021.)

8.5 Vinogradi Čardak

Na vrhu brijega Čardak, iznad Klenovnika, smjestili su se vinogradi Čardak koji se danas nalaze u vlasništvu poljoprivredne zadruge Ivanec. Primarna djelatnost poljoprivredne

zadruga je proizvodnja vina u vinogradima Čardak te ratarska proizvodnja na području općine Maruševac. Vlast nad vinogradima i podrumom Čardakom podijeljena je na četiri vlasnika.

Tradicija proizvodnje vina vezana je uz povijest obitelji Drašković, a nastavlja se i danas. Prema zapisima, hrvatski ban, grof Ivan III. Drašković, izgradio je podrum 1650 godine., a koji je i danas u uporabi (Poljoprivredno poduzeće Ivanec). Upravitelj podruma je magistar agronomije, gospodin Igor Cerovčec. Podrum se nalazio u sklopu dvorca Klenovnik koji je danas prenamijenjen u bolnicu za plućne bolesti. Prema riječima voditelja podruma, novim investicijama u suvremenu tehnologiju učinjen je napredak u podizanju kvalitete vina što je potvrđeno kroz osvojene medalje na brojnim izložbama vina u što se mogu uvjeriti i posjetitelji. Pristup podrumu uz vinograde i ugostiteljskom objektu iznad podruma, moguće je autobusom ili privatnim automobilima, biciklima, a uz organizirane degustacije i catering, može primiti do 70 gostiju. Široka ponuda izvrsnih vina sastoji se od bijelog Pinota, Rajnskog rizlinga, Muškata žutog, Traminaca, Moslavca, Pinot crnog i Syraha. Najveće uspjehe njihova vina postigla su na natjecanjima u susjednoj Austriji, točnije u Beču. Najplodnija godina koju gospodin Cerovčec pamti bila je 2014., a prosječno svake godine proizvede se oko 16 000 litara vina. U Ivancu u dućanu poljoprivredne zadruge moguće je kupiti vino jer organiziranu prodaju u samim vinogradima nemaju.

Iako se nudi mogućnost posjete turista, njih zapravo gotovo da i nema. Nikakve marketinške aktivnosti se ne odvijaju u sklopu vinograda niti imaju ponudu koju bi prezentirali prema, tvrdi voditelj podruma. Posjeti se moraju prethodno najaviti kako bi se osoblje Čardaka stiglo pripremiti i organizirati, no takvih posjeta je na godišnjoj razini jedva tri. Prostora i potencijala za razvoj vinskog turizma svakako ima, no nema interesa vlasnika da se ovaj turistički potencijal pretvori u pravu vinogradarsku oazu općine. Suradnju s Općinom imaju jedino povodom organiziranja Dana općine Klenovnik, kada Općina naručuje određene količine vina za svečane domjenke i druženja političara i drugih dužnosnika. Nikakav poticaj ni interes do 2021. godine nije postojao od strane Općine. No, kako i bi, kada je podrum u potpunosti privatiziran, a vlasnici ne prebivaju na području Općine.

Konkurencija u okolici im je Međimurje koje ima vrlo razvijenu ovu vrstu turizma kao i ponudu te vinarija Šafram u Krapinsko-zagorskoj županiji. Međutim, s obzirom na to da oni nemaju cijele vinograde (površinski) u Varaždinskoj županiji, Vinogradi Čardak su

najveći proizvođači vina u županiji. Unatoč toj činjenici, ne mogu se uspoređivati s ponudom ni razvojem svoje djelatnosti s konkurencijom.

Slika 11. Pogled na vinogorje Čardak, Klenovnik



Izvor:<http://www.pz-ivanec.hr/PZIVanec.aspx> (18.08.2021.)

8.6 Lokalna vlast

Nakon prikupljanja primarnih i sekundarnih podataka od strane (potencijalnih) nositelja turističke ponude i utvrđivanja količine resursa, provela su se dva intervjua s nositeljima lokalne vlasti. Intervjuirale su se gospođica Sanda Golub, predsjednica općinskog vijeća i Sanja Kolenko, zamjenica načelnika Općine Klenovnik. Tijela koja upravljaju područjem Općine su predstavničko i izvršno tijelo Općine. Predstavničko tijelo je Općinsko vijeće koje donosi odluke i akte u okviru djelokruga Općine, a načelnik i zamjenik načelnika predstavljaju izvršno tijelo Općine. Općinski načelnik (sadašnji načelnik Mladen Blaško) predstavlja i zastupa Općinu i nositelj je izvršne vlasti. Obaveze i zadaće predsjednika Općinskog vijeća definirane su Statutom i Poslovníkom općine. Kako je Općinsko vijeće predstavničko tijelo građana i lokalne samouprave koje donosi odluke i akte, a predsjednik vijeća dolazi iz redova vijećnika, onda je njegova prvenstvena uloga da koordinira radom Vijeća. Predsjednik Općinskog vijeća saziva i predsjedava sjednicama Općinskog vijeća te naravno, surađuje s načelnikom. Osim ovih obaveza i zadaća koje su određene zakonski, kao predsjednica Općinskog vijeća, Sanda Golub sudjeluje u aktivnostima i projektima vezanim uz općinu, uključuje se u sve oblike društvenog i socijalnog života Općine te surađuje s mještanima Općine u svim aspektima u kojima joj njezine kompetencije i mogućnosti dozvoljavaju. Predsjednica Vijeća Sanda Golub i zamjenica načelnika Sanja Kolenko, smatraju kako je turistički potencijal

izuzetno velik, ali izuzetno malo iskorišten. S obzirom na to da se prostorno radi o vrlo velikom području, obogaćenom brojnim prirodnim bogatstvima, određenim ulaganjima bi se mogle iskoristiti prednosti koje općina prirodno posjeduje. Kao najveću turističku atrakciju u Općini obje sugovornice su izdvojile vjerski turizam povezan sa tradicionalnim Marijanskim hodočasničkim putem poznatim u širim krajevima te planinarenje prema Mačkovoju špilji i Tri žaklja u Gorancu. Na pitanje „*Tko je u općini zadužen za neku vrstu reklame/promocije u turističke svrhe?*“ odgovaraju kako Općina nema konkretno razvijenu promociju turizma i turističkih ponuda. Promocija navedenog se ostvaruje jedino kroz promoviranje događaja koji eventualno u svom sadržaju obuhvaćaju neke elemente turizma, ali ne turizam sam kao zasebno područje. Prema riječima zamjenice načelnika, postoje planovi i već gotovi razrađeni programi za razvoj cikloturizma u općini. Nažalost, zbog zakonskih i neriješenih imovinsko-pravnih odnosa, sam projekt usmjeren prema tome već dugo stoji na početnoj točki. Trenutno nema aktivnih projekata koji se odrađuju u Općini, po pitanju razvoja turizma. Na pitanje „*Koristi li općina sredstva EU za poticanje razvoja turizma? Ako da-putem kojih kanala/tijela/fondova?*“ odgovor glasi kako Općina dosada, prema saznanjima predsjednice Vijeća, nije tražila, a time ni ostvarila pravo na korištenje sredstava iz EU koja bi bila utrošena na poticanje razvoja turizma, no nada se da će se to u skorijoj budućnosti promijeniti. Općina svake godine donosi prijedlog proračuna i proračun za sljedeću godinu, no u njemu se do sada nisu našle i stavke koje bi uključivale ulaganja u turizam. Na pitanje „*Jesu li sredstva iz općinskog proračuna utrošena, između ostalog, i na poticanje turističke djelatnosti u općini?*“, dobivamo odgovor kako trenutno u samom proračunu nema planiranih ni osiguranih sredstva koja bi prvenstveno bila usmjerena prema poticanju i razvoju turističke djelatnosti u općini. Postoji samo nekoliko privatnih osoba koje vlastitim sredstvima financiraju vlastitu turističku ponudu, a jedina veza s općinom Klenovnik u tom slučaju je to što se nalaze na njenom prostoru. Za svečane prigode kada Općina priređuje druženja, okupljanja za odabrane goste u različite svrhe, druženja se organiziraju u prostorijama osnovne škole u Klenovniku. Nažalost, općina još uvijek nema poseban prostor koji bi mogla iskoristiti za ovakva događanja. Uređenjem prostorije iznad obnovljenog vatrogasnog doma se dobio jedan takav prostor, koji se danas koristi u svrhu svečanih prigoda, sjednica, domjenaka i slično.

Na pitanje „*Nudi li se gostima upoznavanje lokalne kulture i običaja? Hrana, vina Čardak? Upoznaje li se njih s turističkim posebnostima ovog kraja?*“, slijedi odgovor kako naglasak na druženja koja se održavaju u svečanim prilikama, nije stavljen na

upoznavanje s lokalnom kulturom i običajima tako da se u maloj mjeri spominje navedeno, osim kroz eventualne razgovore lokalnih mještana s gostima. Vina s Čardaka jesu nezaobilazni dio ovakvih događanja, ali samo u smislu konzumacije, ne i u smislu upoznavanja s proizvodnjom i radom vinarije. Na Općini ne postoji osoba koja bi bila konkretno zadužena za prezentiranje posebnosti te bi tu ulogu u takvim situacijama preuzeo netko tko u tom trenutku predstavlja domaćina organiziranog posjeta.

Jedan od važnijih događaja u općini je i svečani bal. Svečani bal se drugu godinu za redom održao u baskoj dvorani dvorca Klenovnik. Bal se 2019. godine održao 14. prosinca, s početkom u 18h. Pokrenut je na inicijativu djelatnika bolnice s ciljem da se prikupe novčana sredstva za obnovu upravo dvorane u kojoj se bal i održava. Godine 2020. i Općina sudjeluje u organizaciji bala kako bi se što više doprinijelo promociji samog događaja. Jedan dio uzvanika je na bal pozvan putem pozivnica, a za drugi dio uzvanika je objavljen javni poziv kroz koji su se na bal mogli odazvati svi koji su željeli u tome sudjelovati, a i ujedno pomoći u prikupljanju potrebnih financijskih sredstava.

Sredstva iz općinskog proračuna se raspoređuju na ona sredstva koja su nužna za normalno funkcioniranje općine u administrativnom smislu, zatim sredstva koja su potrebna za planiranje i realizaciju projekata te sredstva usmjerena za održavanje i razvoj komunalne infrastrukture, sredstva za vatrogastvo i obrazovanje te socijalnu skrb i društvene djelatnosti. Ovo je grubo navedena podjela, a sve je detaljno po pojedinim stavkama i s konkretnim iznosima navedeno u proračunu Općine Klenovnik. Na pitanje „*Ulaže li Općina u razvoj obrazovanja, na koji način doprinosi razvoju obrazovanja svojih mještana? Organizira li se nešto po tom pitanju?*“ odgovor je da Općina financira neke od aktivnosti vezane za osnovnoškolski odgoj i obrazovanje. U to spadaju aktivnosti koje su povezane sa socijalnim statusom učenika i pomaganjem roditeljima učenika u financiranju navedenih aktivnosti, a manje vezano konkretno s razvojem obrazovanja. Nadalje, 2019. godine organizirana je radionica od strane Udruge mladih vezana uz zdravu prehranu i zdrav način života na kojoj su besplatno mogli sudjelovati i bili su pozvani svi zainteresirani mještani općine i šireg područja. Nažalost, unatoč zanimljivoj i aktualnoj temi, odaziv je bio slab. No, svakako se putem Udruge mladih planiraju daljnje aktivnosti usmjerene edukaciji mještana.

Općina ne raspolaže velikim novčanim sredstvima da bi mogla u velikoj mjeri pomoći poduzetnicima početnicima. Svakako se uvijek mogu obratiti za pomoć i potporu Općini te će Općina u skladu sa svojim mogućnostima osigurati ili materijalnu ili stručnu pomoć

kako bi mladi poduzetnici što lakše počeli u svojem poslu. Prema zajedničkom mišljenju sugovornica, razvitku općine doprinosi svaki njezin mještanin. Ne može se navesti jedan pojedinac koji u najvećoj mjeri doprinosi razvoju. Iako općina ima načelnika i Općinsko vijeće, koje u velikoj mjeri usmjeravaju i koordiniraju u tom razvoju, ne znači da su oni i najzaslužniji za taj isti razvoj. Oni samo predstavljaju građane koji su ih izabrali te su u skladu s tim i odgovorni za realizaciju ideja koje dolaze od svih mještana općine. Što je više ljudi uključeno u neki projekt ili aktivnost, veća je količina ideja kao i mogućnosti za daljnji razvoj općine.

8.7 Rasprava

Prikupljanjem sekundarnih podataka iz literature koja je povezana s područjem Hrvatskog zagorja i Općine Klenovnik i pregledom teorijskog okvira u području turizma, možemo zaključiti o prvom cilju istraživanja: *istražiti postojanje prirodnih i kulturnih resursa Općine na kojima bi se temeljile turističke aktivnosti* i uz njega vezanu hipotezu koja je glasila „*U Općini Klenovnik nema dovoljno turističkih resursa za razvoj turizma*“. Istraživanjem se utvrdio velik broj prirodnih i kulturnih resursa koji su još uvijek neiskorišteni. Od definiranih prirodnih resursa ističe se park u Klenovniku (perivoj dvorca Klenovnik) te vidikovac Tri žaklja. Od graditeljske i kulturne baštine izdvaja se arheološki lokalitet Mačkova špilja ili Velika pećina u Gorancu, zaštićen dvorac obitelji Drašković, kapela Sv. Vuka/Wolfganga u Vukovoju, župna crkva Presvetog Trojstva i kip sv. Ivana Nepomuka. Iznimno cijenjena tradicija prepoznata i na svjetskoj razini je tradicija pravljenja licitara koja se do danas održala i u Klenovniku. Osim očuvanja tradicionalnih običaja, mlađa populacija u općini bavi se razvojem stočarstva i poljoprivrede te uz otvaranje vlastitih OPG-ova promoviraju Općinu Klenovnik na regionalnoj i nacionalnoj razini, u kontekstu kvalitetnog uzgoja stoke. Uz bok međimurskim i krapinsko-zagorskim vinima, stoje i vinogradi Čardak koji su najveći proizvođači vina u Varaždinskoj županiji te, iako imaju kapacitete i prirodne resurse za razvoj, nemaju definiranu ugostiteljsku ponudu. Uzimajući u obzir površinu od 26,55km² na kojoj se prostire općina, slijedi zaključak da Općina Klenovnik posjeduje dovoljno turističkih sadržaja za razvoj turizma čime je opovrgnuta postavljena hipoteza.

Drugi cilj istraživanja bio je *utvrditi stupanj suradnje između nositelja turističke ponude i nositelja lokalne vlasti*. Postavljena je hipoteza: „*Općina Klenovnik ne ulaže dovoljno sredstava (materijalnih, novčanih i kadrovskih) u postojeće turističke resurse*“. Provedenim intervjuima s nositeljima lokalne vlasti, predsjednicom Općinskog vijeća

(Sandom Golub) i zamjenicom načelnika (Sanjom Kolenko) dobiven je uvid u funkcioniranje tijela Općine te zadaće koje ona ispunjava. Prema mišljenju sugovornica, Općina ne ulaže sredstva za razvoj turizma jer sredstva za takvu namjenu nisu ni predviđena proračunom Općine. U općinskim redovima nema zaposlenog kadra koji se bavi/bi se bavio turističkim sektorom, promocijom i marketingom te projektima u tom području. Općina ne dodjeljuje potpore u većim financijskim iznosima trenutnim potencijalnim nositeljima turističke ponude, već oni sami financiraju svoja poslovanja iz privatnih izvora ili se prijavljuju na raspisane natječaje za dodjelu bespovratnih sredstava. Time se potvrdila hipoteza postavljena na početku istraživanja da „Općina Klenovnik ne ulaže dovoljno sredstava (materijalnih, novčanih i kadrovskih) u postojeće turističke resurse“.

Kada se sumiraju svi resursi koji se nalaze na području Općine Klenovnik, može se zaključiti da potencijala za razvoj turizma u ovoj općini svakako ima. Uz postojeće resurse ima i veći broj udruga koje aktivno sudjeluju u svakodnevnom životu lokalne zajednice te bi i njihovo angažiranje doprinijelo valorizaciji resursa u turističke svrhe. Uz sve prirodne blagodati koje ima, nema kvalitetno vodstvo na lokalnoj razini koje bi prepoznalo potencijal za razvoj i pokrenulo projekte i događanja u svrhu valorizacije i promocije ovog područja. Otežavajući faktor su malena financijska sredstva u proračunu koja ne dozvoljavaju začetak i napredak u turističkom sektoru. Ipak, nositelji turističke ponude kao i nositelji lokalne vlasti, pokazuju motivaciju, želju i vjeru za napretkom i poboljšanje standarda u Općini Klenovnik.

9. Zaključak

Općina Klenovnik teritorijalno pripada Varaždinskoj županiji te je dio Hrvatskog zagorja. Smještena u geografski-prometno povoljnom položaju uz prepoznatu prirodnu i kulturnu baštinu doprinosi prepoznatljivosti varaždinskog kraja. U radu je naglasak stavljen upravo na turističke potencijale same općine. Analizom dostupne literature prepoznata su sljedeća dobra: perivoj dvorca Drašković, Mačkova špilja, Ciglarova špilja, jezero Bitoševje, Grešna pilnica, kapela sv. Wolfganga u Vukovoju, crkva Presvetog Trojstva, kip svetog Ivana Nepomuka u Klenovniku te Marijanski hodočasnički put.

Detaljniji uvid u stanje turističke ponude dobiven je provedenim istraživanjem. Doprinos ovog rada dat je u sistematičnom pregledu svih potencijalnih turističkih resursa na području Općine Klenovnik, definiranjem trenutnog stanja valorizacije u turističke svrhe,

a za čije se stanje upitalo trenutne nositelje turističke ponude. Izrekli su i svoje želje za unaprjeđenjem vlastitog poslovanja i razvoja turističkih djelatnosti na području općine, a kojoj bi mogli i sami doprinijeti. Doprinos rada dat je i u konkretnim primjerima kako unaprijediti trenutno stanje u kojem se turizam nalazi. U radu su dati prijedlozi za razvoj turističkih djelatnosti i aktivnosti, koji će biti predstavljeni lokalnoj vlasti te se nadamo, uvaženi barem djelomično. Glavni problem je u nedostatku komunikacije između nositelja lokalne vlasti i nositelja ponude, na što im se ukazalo od strane autora rada te ih se pokušalo približiti kroz razgovor za daljnju suradnju. Jedan od glavnih nedostataka istraživanja je nemogućnost provedbe intervjua s glavnom osobom koja vodi općinu, a to je aktualni načelnik Mladen Blaško. Iako je izostao njegov odaziv na sudjelovanje u istraživanju, ostali dionici vlasti su se rado odazvali. Jedna od ideja u istraživanju bila je okupiti za stolom nositelje turističke ponude i nositelje vlasti kako bi konstruktivnim razgovorom došlo do bolje suradnje, za kvalitetnije poslovanje svih. No, ideja nije provedena zbog opsega obaveza svih strana te neodazivanjem načelnika na suradnju u ovom istraživanju. Također, istraživanjem se pokazalo da uz velik broj potencijalnih turističkih resursa, nedostaje interesa od strane vlasti na pokretanje razvoja turizma u općini, pomoći potencijalnim nositeljima turističke djelatnosti, razvitku sektora turizma. Uz nedostatak interesa problem je i nedostatak financijskih sredstava te sukladno tome i nedostatak stručnog kadra. Postojeći nositelji turističke ponude nezadovoljni su trenutnim stanjem te svatko od njih ističe želju za razvojem, edukacijom, suradnjom i promocijom svojih djelatnosti, a time i (njihove) Općine Klenovnik. Autorica rada uviđa prostor za razvoj i napredak turističke djelatnosti. Prijedlog za poboljšanje trenutnog stanja je zapošljavanje ili sklapanje suradnje sa stručnjakom u području turizma ili marketinga koji bi svojim djelovanjem ponudio viziju za razvoj turizma. Tome bi pridonijela izrada promotivnog video materijala, brošura, moderniziranje službenih stranica, izrada profila na društvenim mrežama, održavanje tradicijskih sajмова i običaja kojima bi se direktno pristupilo potencijalnim posjetiteljima. S obzirom na to da je kao jedan od glavnih problema prepoznat nedostatak financijskih sredstava na razini općine, navedene aktivnosti moguće je realizirati uz potporu Varaždinske županije, putem državnih natječaja ili natječaja Europske unije. Sljedeći prijedlog za očuvanje prirodnih resursa je uključivanje radnika zaposlenih na poslovima javnog uređenja, koje financira Općina, na održavanje i čišćenje površina u sklopu prepoznatih resursa kako bi se spriječilo njihovo propadanje. Važan čimbenik razvoja je lokalna zajednica koju možemo uključiti u javne tribine i rasprave s prijedlozima o mogućoj turističkoj ponudi u općini, no prethodno je

potrebno educirati stanovništvo o turističkim potencijalima koje općina ima. Poboľšanjem komunikacije i suradnje nositelja lokalne vlasti i nositelja turističke ponude osigurale bi se brojne pogodnosti za uključene subjekte te bi se doprinijelo većoj prepoznatljivosti Općine. Veći angažman odgovornih subjekata osigurao bi financijske prihode na zadovoljstvo svih uključenih strana. Istraživanje je pokazalo da je trenutno stanje resursa u području turizma nedovoljno valorizirano te se uviđa prostor za daljnja istraživanja, nakon promjene lokalne vlasti. Također, zaključujemo kako bi lokalna vlast trebala biti osviještenija po pitanju razvoja turizma i započeti s prijeko potrebnim radovima i projektima. Analizom stanja u budućnosti i usporedbom s ovim istraživanjem, moguće je uočiti pomak, koji bi mogao biti pozitivan ili negativan. Pomak je prijeko potreban jer će resursi postepeno propadati, a moguća je i devastacija prostora. Stoga, budućim istraživanjima bismo trebali osvijesiti lokalnu vlast, ali i lokalnu zajednicu na očuvanje prirodnih resursa u svrhu razvoja turizma.

POPIS LITERATURE

1. Bartoluci, M., Hendija, Z. i Petračić, M. (2015). Mogućnosti održivog razvoja ruralnog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj. *Acta turistica*, 27 (2), 191-219.
URL: <https://hrcak.srce.hr/154684> (09.09.2021)
2. Bartoluci, M., Starešinić, Z., Franić, D.M. i Bartoluci, F. (2018). Sredstva EU fondova u funkciji razvoja ruralnog turizma u hrvatskoj. *Acta Economica Et Turistica*, 4 (1), 63-78.
URL: <https://hrcak.srce.hr/> (20.08.2021.)
3. Batista, L. (2020). Pestel analiza u hrvatskom tartufarstvu, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli.
4. Blažević, B. i Vuković, T. (2001). Mogućnosti turizma u rješavanju problema nezaposlenosti. *Tourism and hospitality management*, 7 (1-2), 21-36.
URL: <https://doi.org/10.20867/thm.7.1-2.2>
5. Carić, H. i Škunca, O. (2016). Akcijski plan razvoja zelenog turizma. Institut za turizam. Ministarstvo turizma.
6. Cimerfraj. Budućnost ruralnog turizma u Hrvatskoj.
URL: <https://www.cimerfraj.hr/aktualno/ruralni-turizam> (20.08.2021.)
7. Čavlek, N., i sur. (2011). *Turizam-ekonomske osnove i organizacijski sustav*. Zagreb: Školska knjiga.
8. Dujmović, M. (2019). Komercijalizacija kulturne baštine u turizmu. *Socijalna ekologija*, 28 (2), 145-161.
URL: <https://doi.org/10.17234/SocEkol.28.2.3> (31.08.2021)
9. Feldbauer, B. (2004). Leksikon naselja Hrvatske: Prvi svezak. Mozaik knjiga. Zagreb. 345.str.
10. Frančišković, I. (1999). Hrvatski turizam - temeljni činitelj razvoja gospodarstva. *NAŠE MORE*, 46 (3-4), 113-118.
URL: <https://hrcak.srce.hr/209444> (20.08.2021.)
11. HajdašDončić, S., Šmid, I. i Gašparlin, I. (2007). Inovativni turistički proizvodi kao model razvoja ruralnoga turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj. *Acta turistica nova*, 1. (2.), 195-210.
URL: <https://hrcak.srce.hr/39691> (09.09.2021)
12. Hojsak, I. (2004). Rodoslovlje obitelji Drašković. Varaždin, TIVA Varaždin.

13. Klarić, Z., Kos G., Krešić D. i Miličević K. (2015). Akcijski plan razvoja cikloturizma. Zagreb. Institut za turizam. Ministarstvo turizma.
14. Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja. Zavod za zaštitu okoliša i prirode.
URL: <http://www.haop.hr/hr> (15.07.2021)
15. Ministarstvo kulture i medija. Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske.
URL: <https://registar.kulturnadobra.hr/#/> (19.07.2021.)
16. Mohorovičić, A., Obad-Šćitaroci, M. i Brezinščak Bagola, B. (1995). Hrvatsko Zagorje i Međimurje. Zagreb, Laurana.
17. Obad-Šćitaroci, M. (1990). Perivoji i dvorci Hrvatskog zagorja. Zagreb. Školska knjiga.
18. Općina Klenovnik. (1995). Klenovnik 750 godina. TIVA-Tiskara Varaždin.
19. Općina Klenovnik. Znamenitosti.
URL: <http://klenovnik.hr/Home/Znamenitosti> (20.08.2021.)
20. Pančić Kombol, T. (2006). Kulturno naslijeđe i turizam. *Radovi Zavoda za znanstveni rad Varaždin*, (16-17), 211-226.
URL: <https://hrcak.srce.hr/8702>
21. Senečić, J. i Vukonić, B. 1997. *Marketing u turizmu*. Zagreb, Mikrorad.
22. Strategija razvoja općine Klenovnik za razdoblje 2015.-2020. (2016). Agencija za razvoj Varaždinske županije - AZRA d.o.o. (15.07.2021.)
23. Turistička zona. (2007). Haloze-Zagorje. Cirkulane. Ptujskatisakara d.o.o.
24. Varaždinska biskupija. Klenovnik proslavio blagdan sv. Antuna Padovanskoga.
URL: <https://www.biskupija-varazdinska.hr/> (20.08.2021.)

25. Vizjak, A. (1993). Vjerski turizam kao novi vid turizma. *Ekonomski vjesnik*, VI (1), 141-148.

URL: <https://hrcak.srce.hr/228129>

26. Vojnović, N. (2017). Prirodna osnova i turizam. Sveučilište Jurja Dobrile u Puli.

Popis slika

Slika 1. Dvorište dvorca obitelji Drašković, danas bolnica.....	13
Slika 2. Dvorac Klenovnik i perivoj.....	16
Slika 3. Kapela sv. Wolfganga, Vukovoj	18
Slika 4. Seosko domaćinstvo "Grešna pilnica"	20
Slika 5. Jezero Bitoševje.....	22
Slika 6. Planirane rute biciklističkih staza za razvoj cikloturizma	24
Slika 7. Plakat klenovničkebiciklijade 2021. godine.....	25
Slika 8. Sekcija KUD-a Klenovnik, folklorni ansambl	26
Slika 9. Burska koza	32
Slika 10. Vlasnica svjećarsko-medičarskog obrta Slavica, Valentina Gladović-Nedić ..	33
Slika 11. Pogled na vinogorje Čardak, Klenovnik	35

PRILOZI

Pitanja za provedene intervjuje za Valentinu Gladović-Nedić, Sandu Golub, Sanju Kolenko, Igora Cerovčec, Daria Žmegač-Bunić.

Prilog 1. Pitanja za intervju, Sanda Golub, Sanja Kolenko.

1. Koje zadaće obavljate kao predsjednica općinskog vijeća?
2. Koje zadaće obavljate kao zamjenica načelnika?
3. U kojoj mjeri surađujete s načelnikom?
4. Prema Vašem mišljenju, koliki je turistički potencijal razvoja općine?
5. Što biste izdvojili kao najveću turističku atrakciju u općini?
6. Tko je u Općini zadužen za neku vrstu reklame/promocije u turističke svrhe?
7. Postoje li kakvi programi, planovi za poticanje razvoja turizma?
8. Ako da, kada se planiraju provoditi ili se možda već provode?
9. Postoje li budući projekti koji su tek u početnim stadijima razvoja, a da bi pomogli razvoju turizma općine?
10. Koristi li općina sredstva EU za poticanje razvoja turizma? Ako da, putem kojih kanala/tijela/fondova?
11. Koliko je sredstava Općina prikupila/dobila putem izrađenih i dobivenih vlastitih projekata?
12. Jesu li sredstva iz općinskog proračuna utrošena, između ostalog, i na poticanje turističke djelatnosti u općini?
13. Zna li kakve turističke potencijale ima područje općine?
 - a. Kakve i koliko prirodnih resursa ima?
 - b. Kakve i koliko materijalnih resursa ima (OPG-ovi, seoska domaćinstva, obrti, udruge i društva)?
14. Što Općina poduzima/može poduzeti kako bi u turističke svrhe iskoristila prirodne resurse koji do sada još nisu iskorišteni?
15. Nadovezujući se na pitanje 14., treba li Općina kakve dozvole/suglasnosti za obavljanje eventualnih radova obnove/uređenja prirodnih resursa? (od države-ministarstva-Županije)
16. Pomaže li Općina novčanim sredstvima postojećoj turističkoj ponudi, primjerice OPG-ovima? Ako da, kako i u kolikoj mjeri? Ako ne, zašto ne?

17. Postoje li natječaji na koje se vlasnici mogu prijaviti kako bi ostvarili potpore?
Kako to funkcionira, tko donosi odluku o tome, koliko variraju iznosi potpora?
18. Jedna od većih turističkih atrakcija u općini je Grešna pilnica, seosko domaćinstvo.
Ima li općina, osim marketinške promocije, bilo kakvih financijskih koristi od ovog turističkog resursa? (budući da je objekt u privatnom vlasništvu)
19. Gdje se odvijaju svečane prigode, druženja, okupljanja za odabrane goste u različite svrhe?
20. Nudi li se gostima upoznavanje lokalne kulture i običaja? Hrana, vina Čardak?
21. Upoznaje li se njih s turističkim posebnostima ovoga kraja?
22. Vodite li goste/posjetitelje prilikom posjeta Općini u obilazak i razgled područja općine? Ako da, gdje? Tko prezentira viđeno?
23. Zašto se održava svečani bal? Gdje? Kada? Tko su uzvanici? Tko sudjeluje u organizaciji?
24. Koliko udruga djeluje/je registrirano na području općine?
25. Pomaže li Općina udrugama novčanim sredstvima? Koliko? Kome?
26. Na što se sve raspoređuju sredstava iz općinskog proračuna?
27. Koja tijela čine Općinu?
28. Tko po vašem mišljenju, svojim radom najviše doprinosi razvitku općine?
29. Koja društvena zajednica/poduzetnik najviše doprinosi turističkoj prepoznatljivosti općine? Postoje li nagrade za to?
30. U koju turističku zajednicu spada Općina Klenovnik? Što ona radi po pitanju razvitka turizma u općini? Može li Općina osnovati svoju lokalnu turističku zajednicu?
31. Jedan od strateških ciljeva je unaprjeđivanje gospodarskog razvoja temeljeno na razvoju ruralnog turizma, ulaganja u poljoprivrednu proizvodnju i jačanju poduzetničke djelatnosti. Što se i kako se provodi ovaj zacrtani cilj?
32. Ulaže li općina u razvoj obrazovanja, na koji način doprinosi razvoju obrazovanja svojih mještana?
33. Jačanje poduzetničke djelatnosti - pruža li Općina kakvu potporu poduzetnicima početnicima? Novčana/materijalna sredstva, stručnu pomoć/savjetovanja, papirologija?
34. Cikloturizam i biciklističke staze? Projekti? Zašto nisu zaživjeli? Koji je najveći problem? Koja su moguća rješenja tih problema? Što bi cikloturizam značio za turistički razvoj općine?

Prilog 2. Pitanja za intervju, Igor Cerovčec.

1. Tko upravlja vinogradima Čardak?
2. Od kada postoji ovaj lokalitet ?
3. Koja mu je primarna djelatnost?
4. Od čega se sastoji Vaša ponuda?
5. Sudjelujete li na kakvim izložbama, natjecanjima u Vašem području djelatnosti?
6. Koja su Vam najznačajnija priznanja?
7. Na koji način provodite marketinške aktivnosti?
8. Imaju li uspjeha?
9. Imate li samostalnu ponudu, o kojoj možete Vi odlučivati u Klenovniku te predstaviti gostima ponudu?
10. Imate li kakvu suradnju s Općinom Klenovnik? Kakvu/zašto ne?
11. Pomaže li Vam Općina u promociji Čardaka ili je potpuno neovisan o njoj?
12. Ulaže li Općina kakva financijska ili materijalna sredstva u obnovu podruma?
13. Ostvarujete li suradnju s nekom drugom udrugom na području općine? Ako da, na koji način, ako ne, zašto ne?
14. Jeste li se javili na kakve natječaje za dodjelu sredstava iz fondova EU, ako su bili raspisani?
15. Organizirate li izložbe vina, domjenke ili nešto slično za posjetitelje?
16. Kada je otvoren podrum za posjetitelje? Dolaze li turisti najavljeno, organizirano?
17. Imate li kakve prihode od turizma?
18. Ima li Općina Klenovnik ikakve direktne ili indirektno koristi od Čardaka?
19. Tijekom Dana općine Klenovnik, ima li podrum kakvu ponudu za posjetitelje? Zašto ne? Zašto se ne otvara za posjetitelje?
20. Koliko su stanovnici Općine upoznati s radom i ponudom podruma?
21. Imate li zaposlenike s općine?
22. Na koji način se obavlja berba (koliko ljudi, koliko dana, koliko traju pripreme, sama berba)?
23. Koliko je vremena potrebno da se dobije kvalitetno vino?
24. Koliko litara trenutno proizvodite?
25. Koja godina vam je bila najbolja, FINANCIJSKI?
26. Koja godina je bila najbolja po kvantiteti?
27. Imate li kakva financijska izdvajanja koja plaćate Općini Klenovnik?

28. Imate li kakve planove za budućnost poslovanja Čardaka?
29. Iznajmljuje li se prostor za određena događanja? Naplaćuje li se?
30. Na koji način biste Vi poboljšali poslovanje i marketing vinograda i podruma?
31. Koji podrumi u okolici su Vam najveća konkurencija?
32. Što ističete kao negativnost u poslovanju/marketingu/održavanju podruma?

Prilog 3. Pitanja za intervju, Dario Žmegač-Bunić.

1. Koja je primarna djelatnost Vašeg OPG-a?
2. Kada ste odlučili otvoriti OPG u Klenovniku, Plemenščini?
3. Koji je bio povod/razlog otvaranja OPG-a?
4. Kojim sredstvima, tj. iz kojih izvora ste financirali troškove otvaranja OPG-a?
5. Iz kojeg segmenta OPG ostvaruje najveći prihod?
6. Je li OPG jedini izvor prihoda Vašoj obitelji ili se bavite još nečime, jeste li zaposleni još negdje?
7. Vodite li sami OPG ili Vam pomaže netko?
8. Tko su Vam kupci?
9. Koliko utjecaja Vaš OPG ima na prepoznatljivost općine Klenovnik?
10. Pomaže li Vam Općina Klenovnik financijskim, materijalnim sredstvima u razvoju Vašeg OPG-a? (Ako ne, bi li Vam to olakšalo poslovanje ukoliko biste primali pomoć u nekom obliku, uolikoj mjeri? Ako da, kako?)
11. Angažira li Vas Općina za neke dječje izlete (školske izlete), za prezentaciju i upoznavanje djece s Vašom djelatnošću?
12. Jeste li surađivali s Općinom po pitanju prezentacije Vašeg OPG-a trećim stranama (posjetiteljima, političarima, ostalim gostima koje je Općina ugostila)?
13. Smatrate li da Općina Klenovnik ima razvijene turističke djelatnosti?
14. Prema Vašem mišljenju, koji su glavni „aduti“ općine za razvoj turizma?
15. Biste li Vaš OPG željeli uklopiti u sektor turizma, kada bi se turizam u općini počeo više razvijati? Ako da, kako zamišljate ulogu Vašeg OPG-a u tom području?
16. Zna li za neke primjere OPG-ova iz drugih sredina gdje Općine potpomažu vlasnike OPG-ova? Na koji način to rade?
17. Kakvi su Vam planovi za budućnost? Planirate li proširenje OPG-a? Ako da, na koji način, čime?

-
18. Imate li posjetitelje koji dolaze zbog životinja, da se djeca upoznaju s njima, da im prezentirate vrste, način prehrane, uzgoja?

Prilog 4. Pitanja za intervju, Valentina Gladović-Nedić

1. Kada i tko je započeo razvoj licitiranja u Vašoj obitelji?
2. Od kuda se javila ideja?
3. Kako je posao tekao u početcima, a kako stoji danas?
4. Što se promijenilo u odnosu na ranije? Ponuda, cijene, priprema proizvoda?
5. Tko je danas vlasnik obrta, a tko pomaže u proizvodnji?
6. Na koji način promovirate obrt kao tradicionalni obrt?
7. Koje biste manifestacije izdvojili na kojima ste sudjelovali?
8. Koje su Vam najdraže nagrade za Vaš proizvod?
9. Koliko je Vaš zanat cijenjen u općini Klenovnik?
10. Imate li potporu od sumještana, novčanu/moralnu?
11. Pomaže li vam Općina Klenovnik financijskim sredstvima u poslovanju?
12. Pomaže li Vam Općina Klenovnik materijalnim sredstvima u poslovanju?
13. Promovira li Općina Vaš obrt tijekom Dana općine, slavlja, proštenja kod crkve sv. Trojstva, proštenja kod kapele sv. Vuka?
14. Jesu li Vas kad angažirali iz Općine da predstavljate Općinu na manifestacijama sa svojim zanatom?
15. Jesu li Vas kad angažirali iz Općine da predstavljate tradiciju licitiranja turistima koji dođu u Klenovnik tijekom događanja, organiziranog izleta i slično?
16. Ostvarujete li suradnju temeljem obrta s nekom udrugom ili zajednicom na području općine? Ako da, na koji način? Ako ne, zašto ne? (Udruga mladih općine Klenovnik, Udruga za njegovanje starih običaja, vrtić, crkva).
17. Prema Vašem mišljenju, jeste li iskoristili potencijal svog zanatstva u turističke svrhe najbolje kako ste mogli? Mislite li da biste mogli imati više koristi od kvalitetnije promocije, ako da, na koji način?
18. Jeste li bili angažirani od strane trističke zajednice Varaždinske županije? Ako da, na koji način, gdje?
19. Jeste li sami inicirali suradnju s turističkim zajednicama?
20. Prilikom predavljanja Vaših proizvoda, plaćate li kakvu naknadu, prostor za izlaganje?

21. U kojem područje Republike Hrvatske smatrate da ste bili najviše cijenjeni s obzirom na svoj zanat?
22. U kojem području Republike Hrvatske smatrate da ste bili najmanje cijenjeni s obzirom na svoj zanat?
23. Zna li koliko se još obrta u Varaždinskoj županiji bavi licitiranjem, uz Vas?
24. Smatrate li da ste svojim trudom pružili maksimum u promociji tradicije općine Klenovnik?
25. Ima li mjesta za napredak u Vašem poslovanju, predavljanju, ponudi obrta? Ako da, nabrojite.