Atrakcijska osnova turističke destinacije na primjeru Varaždinske županije

Gašparović, Nikola

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **VERN University of Applied Sciences / Veleučilište VERN**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:146:250509

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**



Repository / Repozitorij:

VERN' University Repository





VELEUČILIŠTE VERN'

Zagreb

Studij Turizam

ZAVRŠNI RAD

ATRAKCIJSKA OSNOVA TURISTIČKE DESTINACIJE NA PRIMJERU VARAŽDINSKE ŽUPANIJE

Nikola Gašparović

Zagreb, 2018.

VELEUČILIŠTE VERN

Preddiplomski stručni studij

Studij Turizam

ZAVRŠNI RAD

ATRAKCIJSKA OSNOVA TURISTIČKE DESTINACIJE NA PRIMJERU VARAŽDINSKE ŽUPANIJE

Mentor: dr. sc. Eduard Kušen, prof. v. š. Student: Nikola Gašparović

Zagreb, veljača 2018.

VELEUČILIŠTE VERN'
Zagreb, Trg bana Josipa Jelačića 3
Studij: Turizam

Broj 3110

ZADATAK ZAVRŠNOGA RADA

Student/ica: Nikola Gašparović

Zadatak: Atrakcijska osnova turističke destinacije na primjeru Varaždinske Županije

U radu je potrebno razraditi sljedeće:

- Utvrditi potrebe za izradu turističke atrakcijske osnove za svaku turistički destinaciju
- Odabrati metodologiju njene izrade
- Posebnu pozornost posvetiti klasifikaciji te identifikaciji turističkih atrakcija, onih realnih i potencijalnih
- Vrednovati odabrane turističke atrakcije Varaždinske županije
- Ocijeniti cjelokupnu atrakcijsku osnovu Varaždinske županije

Napomena: *Pri izradi završnoga rada kandidat/kinja ima obvezu pridržavati se i uvažavati primjedbe, sugestije i naputke mentora/ice, koristiti i primjenjivati znanja i umijeća stečena tijekom studija, upotrebljavati informacije i podatke prikupljene vlastitim istraživanjem te spoznaje i činjenice iz odgovarajuće znanstvene i stručne literature uz ispravno navođenje korištenih izvora.*

Zadatak zadan 15.07.2017.
Rok predaje 14.02.2018.

Mentor:
dr.sc. Eduard Kušen, prof.v.š.

REPUBLIKA HRVATSKA 2 ZAGREB VELEUČILIŠTE VERN'

Voditelj/ica studija:
Martina Majić, prof., pred.

SADRŽAJ

	Stranica
SADRŽAJ	**I**
SAŽETAK	**III**
ABSTRACT	**IV**
1. UVOD	**1**
2. PREGLED LITERATURE	**3**
3. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA	**5**
4. TEORIJSKI MODEL IZRADE TURISTIČKE ATRAKCIJSKE OSNOVE	**7**
4.1. Turistički resursi	7
4.2. Određenje i struktura turističkih atrakcija	8
4.3. Funkcionalna klasifikacija turističkih atrakcija	9
4.4. Vrednovanje turističkih atrakcija	12
4.5. Dokumentacija turističkih atrakcija	12
4.6. Turistička destinacija	14
4.7. Primjena operativnog modela za provedbu teorijskog modela	16
5. SLUČAJ VARAŽDINSKE ŽUPANIJE	**18**
5.1. Osnovne značajke Varaždinske županije	18
5.2. Turizam, osnovne značajke	21
5.3. Istraživanje i planiranje turizma Županije	24
5.4. Turistička atrakcijska osnova Županije	25
5.5. Primjer detaljne klasifikacije gastronomskih privlačnosti Županije	30
6. REZULTATI I RASPRAVA	**32**
7. ZAKLJUČAK	**36**

POPIS LITERATURE

POPIS SLIKA I TABLICA

PRILOZI

PRILOG 1. PITANJA ZA INTERVJU

PRILOG 2. POPIS INTERVJUIRANIH OSOBA

PRILOG 3. POPIS TISKOVINA

SAŽETAK

ATRAKCIJSKA OSNOVA TURISTIČKE DESTINACIJE NA PRIMJERU VARAŽDINSKE ŽUPANIJE

Ovaj rad nastao je kao rezultat istraživanja važnosti turističke atrakcijske osnove za razvoj turizma u svakoj turističkoj destinaciji. Utvrđeno je da se turističkim atrakcijama i cjelokupnim turističkim resursima ne poklanja dužna pozornost, kako u teoriji tako i u praksi. Svrha rada je pridonijeti rješavanju ovog problema. Cilj rada je prepoznavanje teorijskog modela turističke atrakcijske osnove i njegovo korištenje u praksi. Na primjeru Varaždinske županije analizirani su problemi koji se javljaju kod primjene teorijskog modela na konkretnu turističku destinaciju. S jedne strane, prikazana je cjelokupna županijska turistička atrakcijska osnova Varaždinske županije iz Strateškog marketinškog plana iz 1997. godine, dok je s druge strane, krajem 2017. godine, provedeno ograničeno ciljano anketiranje stručnjaka na temu gastronomske privlačnosti ove županije. Rad nudi gotov model implementacije turističke atrakcijske osnove za svaku turističku destinaciju, ali i upozorava da se turistička atrakcijska osnova ne može realizirati odjednom, nego da ovaj dokumentacijski sustav valja graditi osmišljeno, na dulji rok. Preporuča se u obrazovnom procesu turističkih stručnjaka posvetiti veća pozornost turističkim privlačnostima.

Ključne riječi: turističke atrakcije, klasifikacija, Varaždinska županija.

ABSTRACT

TOURISM ATTRACTION SYSTEM USING THE EXAMPLE OF VARAŽDIN COUNTY

This graduate thesis is a result of research made into the importance of tourism attraction system used to develop tourism in each tourist destination. It was established that sufficient attention was not paid to tourist attractions and all tourist resources, both in theory and in practice. The purpose of the thesis is to help solve this problem and recognise the theoretical model of tourism attraction system and its use in practice. The example of Varaždin County analyses the problems that arise from the application of the theoretical model to a specific tourist destination. On one hand, the entire tourism attraction system of Varaždin County was presented in the Strategic Marketing Plan of 1997, while on the other, at the end of 2017, a limited targeted survey was conducted on the topic of the Country's gastronomic attractions. The thesis offers a ready-made model for the implementation of a tourism attraction system for each tourist destination, but also warns that tourism attractions system cannot be realised at once, rather that this documentation system should be designed to be implemented over a longer period of time. It is recommended that more attention should be paid to touristic attractions as part of the educational process of tourist experts.

Keywords: tourist attractions, classification and Varaždin Country.

1. UVOD

Ovaj rad, *Atrakcijska osnova turističke destinacije na primjeru Varaždinske županije*, bavi se metodološkim pitanjem modela izrade turističke atrakcijske osnove različitih tipova turističkih destinacija, čije rezultate provjerava na primjeru područja Varaždinske županije. Takav pristup određuje da se cijelo istraživanje obavlja na dvije paralelne razine, na teorijskoj i praktičnoj. Za planiranje razvoja svake turističke destinacije od ključne su važnosti njezine potencijalne i realne turističke atrakcije, njezini temeljni turistički resursi, jer turisti upravo zbog njih posjećuju tu turističku destinaciju. Stoga, već na početku izrade dugoročnih planova razvoja turizma valja osigurati odgovarajuće *podatke o atrakcijskoj osnovi turističke destinacije*. Nažalost, praksa je bila drugačija, poglavito stoga što je sustavno istraživanje fenomena turističkih privlačnosti bilo dugotrajno zapostavljeno i prepušteno inicijativi pojedinaca.

Prikupljanje, sistematiziranje i vođenje podataka o turističkim atrakcijama suvremena je pretpostavka razvoja turizma u svakoj turističkoj destinaciji. Samo se na taj način može vrednovati njezina turistička atrakcijska osnova i kreirati optimalan destinacijski turistički proizvod. Svrha je ovog rada ukazati na važnost prikupljanja i vođenja podataka o turističkim atrakcijama i osnivanju cjelokupne atrakcijske osnove svake turističke destinacije, obavijestiti o značajkama aktualnog teorijskog okvira izrade turističke atrakcijske osnove, kao i o konkretnom slučaju njegove primjene na području Varaždinske županije te zainteresiranima približiti ključne alate za izradu atrakcijske osnove, osobito *funkcionalnu klasifikaciju turističkih atrakcija*, *klasifikaciju ukupnih turističkih resursa* te *katastar (registar)* i *atlas* turističkih atrakcija.

Shodno navedenoj svrsi, naglašavaju se sljedeći ciljevi: utvrditi potrebu za izradom turističke atrakcijske osnove za svaku turističku destinaciju, odabrati optimalan način njezine izrade, posebno naglasiti klasifikaciju potencijalnih i realnih turističkih atrakcija, vrednovati odabrane turističke atrakcije te ocijeniti značajke atrakcijske osnove Varaždinske županije.

U drugom poglavlju navode se ključni izvori, posebno za oblikovanje teorijskog okvira fenomena turističkih atrakcija, a posebno za njegovu primjenu i provjeru toga na slučaju Varaždinske županije. Upozorava se na skroman izbor izvora koji se bave fenomenom turističkih atrakcija, kao i turističkih resursa općenito. Navedeni su pojedini izvori koji oslikavaju stanje u praksi koja se odnosi na prepoznavanje,

korištenje i očuvanje turističkih atrakcija. Detaljnije je opisano nekoliko izvora istog autora na cjelovitu temu sustava turističkih atrakcija. Drugi dio izvora odnosi se poglavito na studije slučaja izrađene u Institutu za turizam u kojima su aplicirani rezultati najnovijih teorijskih istraživanja turističke atrakcijske osnove, s posebnim osvrtom na studije koje obrađuju područje Varaždinske županije.

Sljedeće poglavlje opisuje posebnosti metodologije izrade ovog rada zbog zahtjevnosti odabrane teme. Uglavnom je korištena desk-metoda, koja je jednim dijelom rezultirala modelom izrade turističke atrakcijske osnove, a drugim dijelom prikazom primjene dijela spomenutog modela u slučaju Varaždinske županije. Za ilustraciju *detaljne klasifikacije* osnovne vrste turističkih atrakcija (Kultura života i rada) Varaždinske županije, intervjuirano je deset kompetentnih osoba za područje iz domene gastronomije Varaždinske županije.

Opsežnije četvrto poglavlje namijenjeno je oblikovanju teorijskog modela izrade turističke atrakcijske osnove. Ono sadrži 7 potpoglavlja: turističke resurse, određenje i strukturu, funkcionalnu klasifikaciju, vrednovanje i dokumentaciju turističkih atrakcija, turističku destinaciju i primjenu modela izrade turističke atrakcijske osnove. Unutar modela, posebna se pozornost poklanja identifikaciji, evidenciji i sistematizaciji turističkih atrakcija te njihovu katastru i atlasu.

U sljedećem poglavlju analizira se učinkovitost primjene teorijskog modela na slučaj Varaždinske županije, koja je predstavljena svojim osnovnim značajkama, osnovnim značajkama svojeg turizma, planovima turizma te turističkom osnovom. Na kraju ovog poglavlja dan je primjer *detaljne klasifikacije kulture života i rada* Varaždinske županije za segment regionalne gastronomije. Na kraju, nakon rasprave je zaključeno da je rad ostvario svoj osnovni cilj – pobudio i dokazao *potrebu za izradom turističke atrakcijske osnove za svaku turističku destinaciju, odabrao optimalan način njezine izrade, posebno naglasio funkcionalnu klasifikaciju potencijalnih i realnih turističkih atrakcija te utvrdio probleme pri implementaciji ovih nalaza na slučaj Varaždinske županije.* Rezultati ovog istraživanja mogu imati praktičnu vrijednost za sve nositelje razvoja turizma u turističkoj destinaciji: političke, upravne i osobito stručne. S druge strane, svjedoci smo trenda da se na turistički orijentiranim fakultetima i visokim školama specijalizirani kolegiji turističkih resursa i turističkih atrakcija ukidaju i parcijalno dijele po drugim kolegijima, što bi valjalo posebno istražiti.

2. PREGLED LITERATURE

Tema koja obrađuje atrakcijsku osnovu turističke destinacije sadrži nekoliko ključnih podtema: turističke atrakcije, turističke resurse, razvojno dugoročno planiranje turizma, strukturu turističkih destinacija i konverzijsku funkciju turizma. To su neke od podtema koje su u teoriji i praksi dugo ostavljane po strani ili su obrađivane površno i jednostrano. Turistički resursi i turističke atrakcije uvijek su predstavljani u okviru *osnova turizma,* informativno na razini udžbenika. Primjerice, u knjizi *Osnove turizma*, na str. 60-105, iz 80-ih godina prošlog stoljeća, turističke atrakcije se prikazuju kao atraktivni faktori turističke ponude, s podjelom na prirodne (klima, hidrografski elementi, reljef, flora i fauna) i društvene (kulturno-povijesni spomenici, kulturne ustanove i kulturne priredbe, zabavne, sportske, gospodarske i druge atraktivne priredbe), koji su ilustrirani brojnim primjerima iz Hrvatske i svijeta (Marković, 1987). Manje prostora turističkim atrakcijama posvećeno je u novijoj knjizi *Osnove turizma*, na str. 90-105, s kraja 90-ih godina prošlog stoljeća, svega dva odjeljka: *Važnost i osnovna obilježja turističkih atrakcija* te *Vrste atrakcija i njihova obilježja* (Weber i Mikačić, 1995).

Ni drugi izvori, domaći ni inozemni, nisu se odmicali od spomenutog pristupa. U klasifikaciji turističkih atrakcija čvrsto su se držali formalne podjele turističkih atrakcija na prirodne i društvene. Pravu su rijetkost predstavljala u to vrijeme dva inozemna autora – Lew (1987) i Lepier (1990). Prvi, u svom radu *A framework of tourist attraction research*, na osnovi analize radova tridesetak autora, konstatira da su potencijalne i realne turističke atrakcije temeljni turistički resursi na kojima se razvio turizam, međutim, bez konačne sinteze ovaj rad ostaje tek okvir zanimljivih stavova o fenomenu turističkih atrakcija. Drugi, u svom radu *Tourism attraction systems of tourism research*, svoj sustav turističkih atrakcija gradi isključivo na realnim turističkim atrakcijama, tj. na turistički dostupnim atrakcijama, pa je izrazito usmjeren prema marketinškom turističkom planiranju.

Istraživanja fenomena turističkih atrakcija Eduarda Kušena, započeta 90-ih godina prošlog stoljeća, rezultirala su s nekoliko radova, koji se razlikuju od drugih na istu temu, poglavito po svojoj cjelovitosti i kompleksnosti pristupa i rješenja. Prva je 1999. godine bila doktorska disertacija *Metodologija prostorne valorizacije turističkih privlačnosti*. Slijedila je znanstvena knjiga *Turistička atrakcijska osnova* 2002. godine, pa 2009. godine *Trodimenzionalni tablični prikaz turističkih atrakcija*, kao registriran

industrijski dizajn. Sljedeće, 2010. godine objavljen je članak *Sustav turističkih atrakcija*, da bi 2017. godine poglavlje Tourism Attraction System u knjizi *Evolution of Destination Planning and Strategy, The Rise Tourism in Croatia* zaokružilo istraživanje ovog fenomena. Ovaj posljednji izvor ispunio je i uvjet da nije stariji od pet godina.

Navedeni izvori čine zaokruženu cjelinu na koju se oslanja teorijski okvir ovog rada. Posebnu grupu izvora sačinjavaju studije slučaja, uglavnom izrađene u Institutu za turizam, u kojima se propitivalo navedene teorijske pretpostavke. Tu se izdvajaju dvije studije slučaja – Strateški marketinški plan turizma Varaždinske županije (1997.) i Strategija razvoja turizma Varaždinske županije 2015. – 2025. (2015.), koje su za Varaždinsku županiju izrađene u Institutu za turizam. Paralelno s ovim studijama prije ili poslije njih, nastale su dvije knjige namijenjene brendiranju Županije – *Let iznad vremena* i *Leteći vremeplov*, koje su od velike važnosti za procjenjivanje cjelovitosti i dugovječnosti Varaždinske županije, ali i zbog doživljaja iznimne turističke privlačnosti turističkih atrakcija Županije. Osim toga, korišten je velik broj podataka s interneta, poglavito za provjeru načina primjene koncepta turističke atrakcijske osnove u razvojnim planovima turizma Varaždinske županije u 5. poglavlju.

Iz pregleda literature proizlazi da je Kušenov koncept turističke atrakcijske osnove vjerodostojan i zaokružen znanstveni i stručni oslonac za kreiranje teorijskog modela izrade turističke atrakcijske osnove.

3. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Zbog posebnosti teme, ovdje se nisu mogle u cijelosti primijeniti metode istraživanja uobičajene za završne radove na ovom studiju. Gotovo cijeli rad pretežitim se dijelom oslanja na desk-istraživanje, tek je manji dio rada proveden na terenu, kada je na području Varaždinske županije intervjuirano 10 kompetentnih osoba za pitanja regionalne gastronomije. Glavninu izvora čine pisani izvori za potrebe oblikovanja teorijskog modela izrade turističke atrakcijske osnove, za što se koristila dostupna znanstvena i stručna literatura. Putem specifične literature o Varaždinskoj županiji, prikupljeni su podaci koji se odnose na način uključivanja županijskih turističkih atrakcija u planove razvoja turizma Varaždinske županije. Dakako, za ostvarivanje ciljeva ovog rada korištene su i druge odgovarajuće metode.

U prvoj fazi, analizirani su odgovarajući izvori vezani za fenomenologiju turističkih resursa i turističkih atrakcija, poslije čega je zaključeno da Kušenov koncept turističke atrakcijske osnove sadrži sve bitne aspekte od važnosti za ovaj završni rad. Nakon toga se pristupilo izradi poglavlja 4., Teorijski model izrade turističke atrakcijske osnove, u kojem je obrađeno nekoliko ključnih sastavnica: turistički resursi, određenje i struktura turističkih atrakcija, funkcionalna klasifikacija turističkih atrakcija, vrednovanje turističkih atrakcija, dokumentacija turističkih atrakcija, turistička destinacija te primjena modela izrade turističke atrakcijske osnove.

U drugoj fazi prikupljeni su osnovni podaci o Varaždinskoj županiji. Potom je teorijski model izrade turističke atrakcijske osnove valjalo primijeniti na slučaj Varaždinske županije. U doslovnom smislu, izradom županijske turističke atrakcijske osnove to bi bilo nemoguće. Stoga je ta zadaća podijeljena na dvije cjeline: na kritičko propitivanje postojećih turističkih planova i dokumenata Varaždinske županije te na izravnu realizaciju malog detalja modela, na detaljnu turističku klasifikaciju kulture života i rada Varaždinske županije za segment 8.6. Gastronomija.

Prvo je analiziran Strateški marketinški plan turizma Varaždinske županije (1997.). Za ovu zadaću dobro su proučene i vrednovane privlačne mogućnosti međunarodnih, nacionalnih i regionalnih turističkih atrakcija s područja Županije. Pritom su od velike pomoći bili slikovni prikazi iz istog plana: *dio tematske karte Turistička resursna osnova Varaždinske županije, prikaz strukture valoriziranih turističkih resursa Varaždinske županije i dio tematske karte Turističke atrakcije*

Varaždinske županije. Utvrđeno je da je plan anticipirao u izradi spomenute knjige *Turistička atrakcijska osnova*.

Zatim je provedeno ciljano intervjuiranje sugovornika kompetentnih za pitanja gastronomije, na osnovi čega je izrađena tablica koja sadrži četiri stavke – dvije stavke iz Kušenove znanstvene knjige *Turistička atrakcijska osnova*, 8.6.1. *Specijaliteti* i 8.6.2. *Regionalna gastronomska osnova*, dok su u Tablici 5.7. dodane dvije nove stavke: 8.6.3. *Poluproizvodi* i 8.6.4. *Novi specijaliteti*. Identificirana su 23 specijaliteta, 16 sastavnica regionalne gastronomske osnove, 12 poluproizvoda i 14 novih specijaliteta. Osnovni podaci o provođenju intervjua nalaze se u prilogu ovog rada.

Na kraju su, u okviru dobivenih rezultata i rasprave te zaključka, prikazani dobiveni rezultati.

4. TEORIJSKI MODEL IZRADE TURISTIČKE ATRAKCIJSKE OSNOVE

Oblikovanje modela izrade turističke atrakcijske osnove za bilo koju turističku destinaciju predstavlja stvaranje važnog alata za dugoročno planiranje razvoja turizma na tom području. Riječ je o funkcionalnom sustavu niza teorijskih i praktičnih znanja i iskustava, koji mogu poslužiti obavljanju rutinskih zadaća. Za odabir takvog modela potrebno je poznavati njegove neophodne konstitutivne sastavnice. U ovom slučaju, to su *izravna terminologija turističkih atrakcija, njihova definicija, klasifikacija, vrednovanje, dokumentacija te zaštita*, njihove osnovne pretpostavke: *klasifikacija i definicija turističkih potreba, motiva i aktivnosti*, njihova neuobičajena posebnost kroz *turistički sustav, osnovnu turističku destinaciju i konverzijsku funkciju turizma*. Ovakav pristup sveden je na sedam osnovnih tema, to su: *turistički resursi, određenje i struktura turističkih atrakcija, funkcionalna klasifikacija turističkih atrakcija, vrednovanje turističkih atrakcija, dokumentacija turističkih atrakcija, turistička destinacija i prijedlog modela izrade turističke atrakcijske osnove*.

Za razumijevanje biti ove zadaće i turizma u cjelini, potrebno je poći od krovnog stava da postoji *turistički sustav* koji objašnjava sve pojave u turizmu. Turistički sustav obuhvaća četiri ključne sastavnice: *tržište, putovanje, turističku destinaciju i marketing,* koje međusobno povezuju kupnja putovanja, oblikovanje turističke potražnje, prodaja putovanja i usmjerenost na tržište (Mill i Morrisson, 1985). *Sustav turističkih atrakcija* je podsustav navedenog turističkog sustava. Isto tako, turističke atrakcije su posebna vrsta turističkih resursa.

4.1. Turistički resursi

Parafrazirajuću definiciju da su resursi opći naziv za prirodne i proizvedene stvari, kao i ljudsko znanje i sposobnosti kojima se može koristiti kao sredstvima za zadovoljavanje potreba neposredno u potrošnji ili posredno u proizvodnji, zapravo sva sredstva koja se mogu privesti korisnoj svrsi (Ekonomski leksikon, 1995), turistički resursi mogu se definirati kao sva sredstva koja se mogu koristiti u turizmu nekog područja. Turistički resursi razvrstavaju se temeljem funkcionalne klasifikacije turističkih resursa, koja se sastoji od *temeljnih* turističkih resursa, *ostalih izravnih* turističkih resursa i *neizravnih* turističkih resursa. Daljnja njihova podjela prikazana je u Tablici 4.1.

Tablica 4.1. Funkcionalna struktura turističke resursne osnove

A. TEMELJNI TURISTIČKI RESURSI (TURISTIČKA ATRAKCIJSKA OSNOVA)
1. Potencijalne i realne turističke atrakcije destinacije
B. OSTALI IZRAVNI TURISTIČKI RESURSI
1. Turističko-ugostiteljski objekti 2. Prateći turistički sadržaji 3. Turistički kadrovi 4. Turističke zone 5. Turistička mjesta 6. Turističke destinacije 7. Turističke agencije 8. Turistička organiziranost (turističke zajednice i sl.) 9. Turističke informacije i promidžbeni materijali 10. Sustav turističkog informiranja 11. Turistička educiranost lokalnog stanovništva 12. Turistička atraktivnost susjednih destinacija
C. NEIZRAVNI TURISTIČKI RESURSI
1. Očuvani okoliš 2. Geoprometni položaj 3. Prometna povezanost 4. Komunalna infrastruktura 5. Kvaliteta prostorne organizacije 6. Oblikovanje objekata, vanjskih uređaja i zelenih površina 7. Mirnodopsko stanje i politička stabilnost 8. Ostali resursi

Izvor: Turistička atrakcijska osnova (Kušen, E., 2002, str. 17)

Za turističku atrakcijsku osnovu od posebne su važnosti *temeljni turistički resursi*, koji obuhvaćaju sve potencijalne i realne turističke atrakcije. Za turističku atrakcijsku osnovu bitno je razlikovati turističke atrakcije od ostalih izravnih i neizravnih turističkih resursa.

4.2. Određenje i struktura turističkih atrakcija

Riječ *atrakcija* definira se kao privlačnost ili privlačna snaga, isto tako, *turistička atrakcija* je privlačnost koja može privući turiste da vide (dvorac, izložbu, park, manifestaciju), čuju (koncert) ili da u njoj provode druge turističke aktivnosti (toplice, skijališta) koje mogu pobuditi različite turističke doživljaje kojih će se kasnije prisjećati ili pričati o njima (Vukonić i Čavlek, 2001).

„Turističke atrakcije su temeljni turistički resursi svake turističke destinacije, koji određuju i uvjetuju njezinu turističku ponudu te razvoj turizma uopće. Njihova bit određena je turističkim potrebama, motivima i aktivnostima. Sve turističke atrakcije snažno su prostorno obilježene, bez obzira da li su same dio prostora ili je njihova pojavnost strogo prostorno određena. Razvoj novog turizma, na tragu održivog turizma ovisi o cjelovitoj identifikaciji, vrednovanju i zaštiti svih potencijalnih i realnih

turističkih atrakcija, u postojećoj ili potencijalnoj turističkoj destinaciji“ (Kušen, 2002, str. 26).

Između ostalog, turističke atrakcije dijele se na potencijalne i realne turističke atrakcije. *Realne* su one koje su turistički dostupne što podrazumijeva da ih turist može koristiti kao gotov turistički proizvod ili uslugu, dok *potencijalne* još nisu turistički dostupne, odnosno nisu još u uporabi kao atrakcije, pa ih kao takve treba turistički razviti i staviti na turističko tržište (Kušen, 2002).

4.3. Funkcionalna klasifikacija turističkih atrakcija

Utvrđivanje turističke atrakcijske osnove određene turističke destinacije je neprovedivo bez prethodno utvrđenog modela funkcionalne klasifikacije turističkih atrakcija. Dosadašnja podjela na prirodne i od čovjeka stvorene atrakcije ne omogućava osmišljeno vođenje dokumentacije turističkih atrakcija, njihovo vrednovanje i korištenje u turističke svrhe. U nastavku, u Tablici 4.2., navodi se najnovija verzija prikaza osnovne funkcionalne klasifikacije turističkih atrakcija (Kušen, 2017).

Tablica 4.2. Osnovna funkcionalna klasifikacija turističkih atrakcija

LINKOVI	Šifra	OSNOVNE VRSTE TURISTIČKIH ATRAKCIJA	GRUPE ATRAKCIJA			
	1.	GEOLOŠKE ZNAČAJKE PROSTORA	PRIRODNE	IZVORNE	PRETEŽITO DOKOLIČARSKE	MATERIJALNE
	2.	KLIMA				
	3.	VODA				
	4.	BILJNI SVIJET				
	5.	ŽIVOTINJSKI SVIJET				
	6.	ZAŠTIĆENA PRIRODNA BAŠTINA				
	7.	ZAŠTIĆENA KULTURNO-POVIJESNA BAŠTINA	STVORENE			NEMATERIJALNE
	8.	KULTURA ŽIVOTA I RADA				
	9.	ZNAMENITE OSOBE I POVIJESNI DOGAĐAJI				
	10.	MANIFESTACIJE		DORAĐENE		
	11.	KULTURNE I VJERSKE USTANOVE				MATERIJALNE
	12.	PRIRODNA LJEČILIŠTA				
	13.	SPORTSKO-REKREACIJSKE GRAĐEVINE I TERENI				
	14.	TURISTIČKE STAZE, PUTOVI, CESTE I RUTE				
	15.	ATRAKCIJE ZBOG ATRAKCIJA				
	16.	TURISTIČKE PARAATRAKCIJE			ND*	

* NEDOKOLIČARSKE

Izvor: Evolution of Destination Planning and Strategy, The Rise Tourism in Croatia (Dwyer, L., Tomljenović, R., Čorak, S., 2017), Chapter 6 : Tourism Attraction System (Kušen, E., 2017, str. 126.).

Osnovna klasifikacija turističkih atrakcija podijeljena na 16 osnovnih vrsta prikazana u Tablici 4.2. predstavlja najnoviju verziju prve klasifikacije iz 2002. godine. Podjela na 16 vrsta provedena je prema približnom povijesnom redoslijedu njihova nastajanja. Prvih šest vrsta: *geološke značajke prostora, klima, voda, biljni svijet, životinjski svijet i zaštićena prirodna baština* spadaju u prirodne, dok je preostalih deset vrsta – *zaštićena kulturno-povijesna baština, kultura života i rada, znamenite osobe i povijesni događaji, manifestacije, kulturne i vjerske ustanove, prirodna lječilišta, sportsko-rekreacijske građevine i tereni, turističke staze, putovi, ceste i rute, atrakcije zbog atrakcija* i *turističke paraatrakcije*, stvorio čovjek. Tablica pokazuje da se spomenute osnovne vrste turističkih atrakcija, osim na *prirodne i artificijelne*, mogu grupirati i po nekim drugim svojstvima, primjerice, kao *izvorne i dorađene, pretežito dokoličarske i nedokoličarske,* te *materijalne i nematerijalne*. Također, osnovna vrsta turističkih atrakcija – (6) Zaštićena prirodna baština – participira u dijelovima drugih vrsta (1-5), a osnovna vrsta, (7) Zaštićena kulturno-povijesna baština, na isti način participira u nekim drugim dijelovima drugih vrsta (8-11) kao i osnovna vrsta – (14) Turističke staze, putovi, ceste i rute, koja participira u čak 13 drugih vrsta (1-13).

Svaka od navedenih osnovnih vrsta turističkih atrakcija dalje se dijeli u manje funkcionalne skupine po posebnim pravilima u posebnoj, *detaljnoj funkcionalnoj klasifikaciji turističkih atrakcija.* Za ilustraciju se navodi primjer na temu gastronomije kao dio priloga detaljnoj turističkoj klasifikaciji atrakcije (8) Kultura života i rada, prikazanoj u Tablici 4.3.

Budući da se u Tablici 4.3. radi o prilogu detaljnoj klasifikaciji turističkih atrakcija*,* valja naglasiti da je njezin sadržaj kod primjene u praksi otvoren za daljnju razradu. Zajedno, osnovna i detaljna funkcionalna klasifikacija turističkih atrakcija omogućavaju prikupljanje i sistematizaciju podataka o turističkim atrakcijama, njihovo vrednovanje i u konačnici izradu turističke atrakcijske osnove. Obje razine klasifikacije su okosnica modela za praktičnu izradu turističke atrakcijske osnove bilo koje turističke destinacije.

Tablica 4.3. Prilog detaljnoj klasifikaciji turističkih atrakcija, Kultura života i rada (8)

ATRAKCIJA	MOTIV / AKTIVNOST
8. KULTURA ŽIVOTA I RADA	• DOKOLIČARSKA EDUKACIJA • ZADOVOLJSTVO • NEDOKOLIČARSKI MOTIVI*
8.1. Folklor	• promatranje • slušanje • fotografiranje • stručno-znanstvena edukacija
8.1.1. Narodni melos	
8.1.2. Narodni plesovi	
8.1.3. Običaji	
8.1.4. Legende	
8.1.5. Urbane legende	
8.1.6. "UFO legende"	
8.2. Rukotvorstvo	• promatranje • fotografiranje • stručno-znanstvena edukacija
8.2.1. Narodne nošnje	
8.2.2. Proizvodi od kože	
8.2.3. Obrada lana i konoplje	
8.2.4. Obrada vune	
8.2.5. Lončarski proizvodi	
8.2.6. Proizvodi od drveta	
8.2.7. Košaraški proizvodi	
8.2.8. Proizvodi od slame i rogoza	
8.2.9. Ostali proizvodi	
8.3. Tradicijsko građenje i uređenje vrtova	• promatranje • fotografiranje • stručno-znanstvena edukacija
8.3.1. Ruralna arhitektura	
8.3.2. Tradicijski vrtovi	
8.4. Tradicijski obrti	• promatranje • dokoličarska kupovina • stručno-znanstvena edukacija
8.4.1. Medičari - licitari	
8.4.2. Zlatari	
8.4.3. Draguljari	
8.4.4. Kitničari	
8.4.5. Klobučari	
8.4.6. Remenari	
8.4.7. Kišobranari	
8.4.8. Urari	
8.4.9. Drugi obrti	
8.5. Vinarstvo i gastroenologija	• "hedonističko" konzumiranje vina • promatranje
8.5.1. Vinogradarsko područje	
8.5.2. Sortno vino	
8.5.3. Vinorodni kraj	
8.6. Gastronomija	• "hedonističko" konzumiranje jela • promatranje
8.6.1. Specijaliteti	
8.6.2. Regionalna osnova	
8.7. Ugostiteljska tradicija	• "hedonističko" konzumiranje
8.7.1. Turistička destinacija	
8.7.2. Ugostiteljski objekti	
8.7.3. Kućna radinost	
8.8. Suvremena proizvodnja	• razgledavanje • stručno-znanstvena edukacija
8.8.1. Kulturna produkcija	
8.8.2. Industrijska produkcija	
8.8.3. Ostala produkcija	
8.9. Ostalo	• razgledavanje
8.9.1. Filatelija	
8.9.2. Numizmatika	

Izvor: Turistička atrakcijska osnova (Kušen, E., 2002, str. 103)

4.4. Vrednovanje turističkih atrakcija

Identifikacijom svake nove turističke atrakcije na terenu ili u drugim izvorima, započinje proces prikupljanja podataka o toj atrakciji. Početno ono može biti nesustavno (bilješke, fotografije, dokumenti, artefakti) da bi tijekom vremena preraslo u osmišljeno istraživanje nove turističke privlačnosti. *Vrednovanje turističkih atrakcija* jedan je od aspekata takvog istraživanja novih atrakcija, ali često je potrebno vrednovati i poznate ali nedovoljno istražene turističke atrakcije. Naime, ranije se ni dobro poznate turističke atrakcije nisu sustavno vrednovale. Stoga su novija, kompleksna istraživanja fenomenologije turističkih atrakcija posvećena upravo njihovu *vrednovanju*.

Vrednovanje turističkih atrakcija predstavlja *procjenu* njihova turističkoga kapaciteta, njihove kvalitete i posebnih značajki, ponekad djelomično *poduprtu posebnim izračunima.* Ovakve procjene mogu izrađivati samo posebno educirani stručnjaci. Vrednovanje se dijeli na razvojno i marketinško. *Razvojno vrednovanje* obuhvaća procjenu *kategorije* turističke atrakcije (međunarodna, nacionalna, regionalna i lokalna), *sezonalnosti* (cjelogodišnja ili sezonska), *boravišno-izletničkih značajki* (stacionarna, izletnička ili mješovita), *nosivoga kapaciteta* (istodobno, tijekom jednog sata ili dnevno) i *šireg sustava turističkih atrakcija. Marketinško vrednovanje* obuhvaća *turističku dostupnost* (fizičku, javnu i informativnu, oznake, tiskani materijali, specifična oprema) i *stupanj turističkoga korištenja* turističke atrakcije (100 %, 50 %, 25 %), (Kušen, 2002).

4.5. Dokumentacija turističkih atrakcija

Turizam spada među rijetke sektore koji ne vode gotovo nikakvu dokumentaciju o svojim „sirovinama“, o temeljnim turističkim resursima. Nije to slučajno, jer pretežiti dio svojih temeljnih turističkih resursa turizam mora dijeliti s drugim sektorima, koji su već ranije dobili ekskluzivno pravo upravljanja njima. Na gospodarenje tim resursima turizam nema gotovo nikakvog utjecaja. Međutim, pokazalo se da je to u konačnici nepovoljno za sam turizam. Stoga su istraživanja fenomena turističkih atrakcija jednim dijelom okrenuta i pitanju vođenja dokumentacije o turističkim atrakcijama. Pokazalo se da bi dokumentacija turističkih atrakcija trebala osigurati međusobnu komparabilnost svih turističkih atrakcija, što bi vodilo ujednačavanju podataka među turističkim atrakcijama, kako bi mogli biti međusobno komparabilni. Takvim bi

pristupom *funkcionalna klasifikacija turističkih atrakcija i funkcionalno vođenje dokumentacije o njima* mogli zajedno u *računalnoj obradi podataka* ostvariti **dodanu vrijednost**. To upućuje na primjenu dvaju spregnutih sustava njihova vođenja – pisani, **katastar** (registar) i grafički, **atlas**.

Tablica 4.4. Nacrt lista katastra (registra) turističkih atrakcija s primjenom unesenih podataka za Cerovačke pećine

	Redni broj	1
1.4.1.	**Šifra**	2
Spilja	**Vrsta**	3
Cerovačke pećine	**Naziv atrakcije**	4
Gornja pećina, prohodna 1200 m i Donja pećina, prohodna 2500 m, bogate su spiljskim uresima, a na ulaznim dijelovima paleontološkim i arheološkim nalazima	**Kratak funkcionalni opis**	5
Sjeverna strana Južnog Velebita, 4 km jugoistočno od Gračaca, uz cestu Gračac-Knin	**Lokacija**	6
II. kategorija - nacionalna važnost (N)	**Kategorija**	7
Cjelogodišnja (1)	**Sezonalnost**	8
Pretežito izletnička (4)	**Boravišno-izletničke značajke**	9
Do 900 posjetitelja na dan. Spajanjem završetaka spilja i izgradnjom kosog lifta do 1400 posjetitelja na dan (3)	**Prihvatni kapacitet**	10
Park prirode Velebit	**Širi sustav atrakcija**	11
Dostupnost: dobra, postoji cesta; unutrašnjost spilje: staze, elektrificirano	**Turistička dostupnost**	12
Iskorištenost 33% (C)	**Stupanj turističkog korištenja**	13
	Nadnevci upisa i dopuna	15
(Teorijska pretpostavka)	**Približna vrijednost**	16

Napomena: Brojke u zagradama su oznake za razvojnu valorizaciju te oznake za marketinšku valorizaciju.

Izvor: Turistička atrakcijska osnova (Kušen, E., 2002, str. 177)

Pisani podaci, čiji je obrazac prikazani u Tablici 4.4., zajedno predstavljaju pisanu jedinicu (list) katastra (registra) turističkih atrakcija koja omogućava optimalan broj podataka. To je živa jedinica koja će se popunjavati prema dotoku informacija. Ona se vodi na tradicijski način (analogno), kao zapis na papiru, ali može i u digitalnom

obliku. Predviđeni podaci podijeljeni su u tri skupine koje su važne za izradu turističke atrakcijske osnove (Kušen, 2002):

a) podaci koji se mehanički preuzimaju iz dostupnih izvora
b) podaci koje treba prikupiti i urediti
c) podaci koji sadrže procjene specijalističkih stručnjaka (vrednovanje).

Atlas turističkih atrakcija je zbirka tematskih karata s grafičkim prikazom prostornog razmještaja, veličine i oblika turističkih atrakcija, zabilježenih u katastru istog područja. Turističke atrakcije se u atlasu pojavljuju u tri osnovna oblika:

a) točkasto (crkva, vidikovac, slap, muzej)
b) linearno (morska obala, rijeka, ulica, špilja)
c) površinski (dijelovi mora, zaštićena priroda, područje iznad određene nadmorske visine).

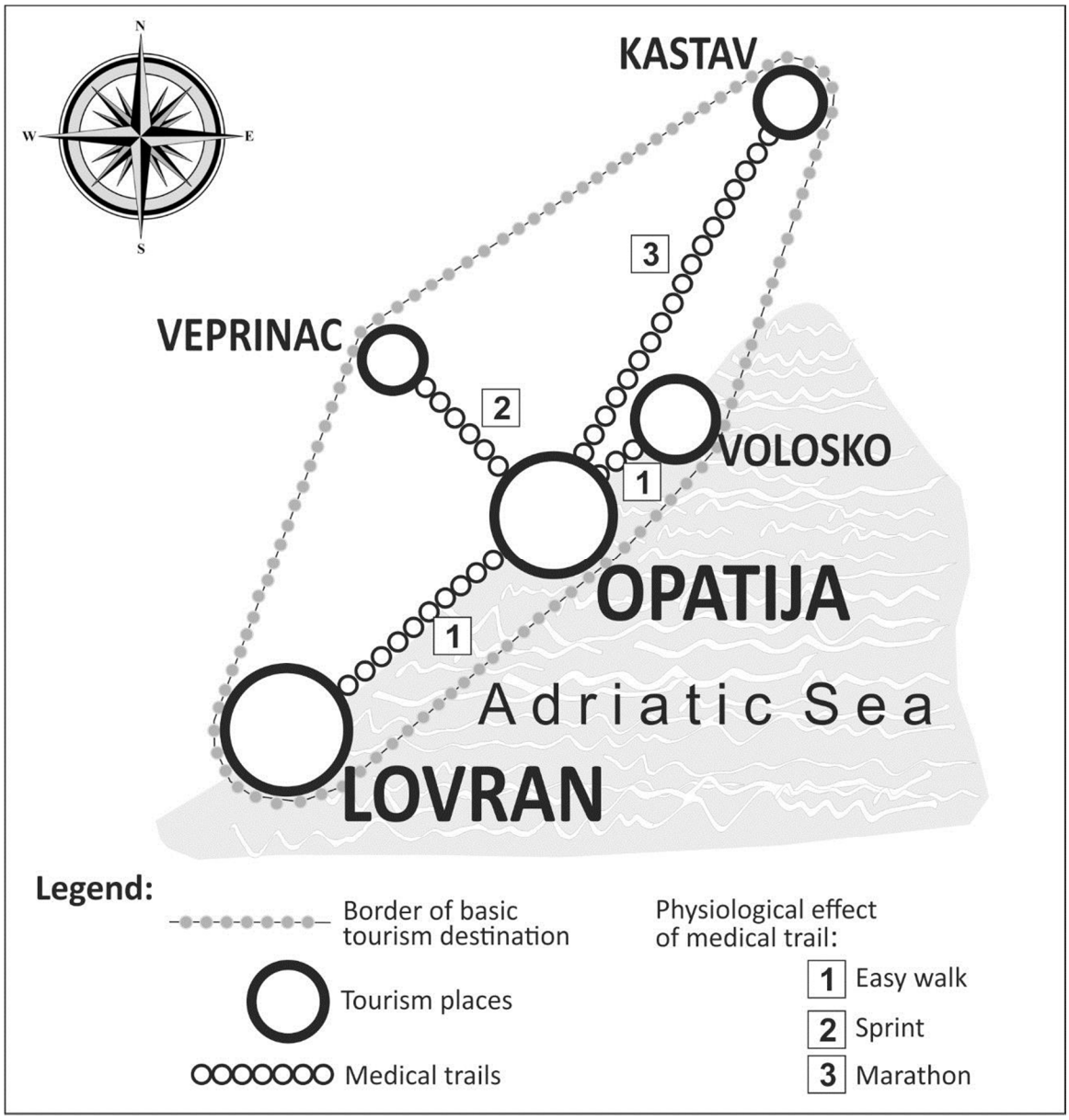
4.6. Turistička destinacija

Termin *destinacija* označava krajnje odredište ili cilj određenog putovanja. *Turistička destinacija*, *kao tehnički naziv (terminus tenicus)*, je prošireni pojam destinacije, tj. odredišta, a obuhvaća okolni *funkcionalni prostor jednog ili više turističkih mjesta* s njihovim turističkim sadržajima. Koncept turističke destinacije nastao je kao racionalni odgovor na pojedine nedaće koje je počeo donositi masovni turizam (Kušen, 2002). Radi očuvanja turizma određuju se pravila ponašanja turista, poglavito glede odnosa broja turista i veličine (površine) konkretne destinacije. U međuvremenu je ***turistička destinacija*** postala dragocjeni alat za djelotvorno turističko gospodarenje prostorom. Koncept turističke destinacije doprinosi uređenju turističke destinacije kroz povećanu prepoznatljivost, racionalnost u korištenju prostora, razotkrivanju njenih potencijalnih turističkih atrakcija i mogućnosti za različite turističke aktivnosti.

Turističke destinacije može se podijeliti na *osnovne turističke destinacije* i na *turističke destinacije višeg reda.* U osnovnim turističkim destinacijama odvijaju se istinski metabolički turistički procesi na nekom području, kako je to prikazano na Slici 4.5. Granice osnovne turističke destinacije Opatijske rivijere bile su prostorno i funkcionalno određene prije više od stotinu godina, kada su liječnici iz tamošnjih talasoterapija sudionicima zdravstvenog turizma *propisivali* tri vrste pješačkih putova za različite težine fizičkog opterećenja. Šetnica, popularno nazvana Lungomare,

Volovsko – Opatija – Lovran, zahtijevala je najmanji napor i bila je pogodna za šetnje, po dijelovima ili po cijeloj dužini. Kraći ali strmi put od Opatije do Veprinca zahtijevao je najveći napor s efektom *sprinta*. Vrlo dugi put, od Opatije do Kastva, zahtijevao je izdržljivost s efektom *maratona*. Niti jedan od navedena tri puta nije se mogao urediti samo na području jednog turističkog mjesta te su većim dijelom morali prolaziti slobodnim prostorom između turističkih mjesta. Ti su putovi koristili funkcionalni turistički prostor spomenutih turističkih mjesta i već tada odredili granice osnovne turističke destinacije, predodređenog naziva Opatijska rivijera (Kušen, 2017).

Slika 4.5. Opatijska rivijera kao primjer osnovne turističke destinacije



Izvor: Kušen, E., 2017, op.cit. str. 131.

Osnovne turističke destinacije mogu se, ali i ne moraju poklapati s granicama gradova ili općina, dok se granice turističkih destinacija višeg reda obavezno poklapaju s granicama županija odnosno države, pa i kontinenta. Turistička atrakcijska osnova izrađuje se za područje osnovne turističke destinacije odnosno županije ili područja posebne namjene jasno određenih granica.

4.7. Primjena operativnog modela za provedbu teorijskog modela

„Model je uzorak po kojem se izrađuju neki proizvodi“ (Anić, 1991, str. 345). Oblikovanje operativnog modela za primjenu teorijskog modela izrade turističke atrakcijske osnove predstavlja stvaranje uzorka po kojem će se osnivati i održavati dokumentacija podataka turističkih atrakcija za određenu turističku destinaciju. Kako je naprijed navedeno, po svome podrijetlu, ovi se podaci dijele u tri skupine, na one koji se u dokumentaciju unose *direktno* iz raspoloživih izvora, oni koje je prethodno potrebno *obraditi i urediti*, te one koje mogu *procjenjivati* samo specijalizirani stručnjaci.

Osim toga, izrada turističke atrakcijske osnove može se izvoditi na dva načina, osnivanjem posebne službe za vođenje dokumentacije turističkih atrakcija ili pak *ad hoc*, u okviru izrade sektorskih studija, strategija ili drugih dokumenata. U prvom slučaju ona se pretvara u trajnu aktivnost, u kojoj se dugoročno pribavljaju, a po potrebi i revidiraju sve vrste podataka o turističkim atrakcijama na području turističke destinacije, dok se u drugom slučaju, za isto područje, prikupljaju i sistematiziraju samo podaci koji se u predmetne dokumente unose izravno iz raspoložive dokumentacije ili oni koje tek treba ciljano pribaviti i obraditi.

Pisani podaci o turističkim atrakcijama i njihovi *grafički* prikazi ravnopravni su dijelovi ove dokumentacije i čine zajedničku cjelinu te su međusobno funkcionalno spregnuti. Uporište ovih naputaka već je sadržano u rezultatima istraživanja prethodnog dijela ovog poglavlja.

Identifikacija, evidencija i sistematizacija turističkih atrakcija

Identifikacija i evidencija podataka o turističkim atrakcijama opsežan je i dugotrajan posao, osobito kada se radi o potencijalnim turističkim atrakcijama ili atrakcijama od lokalne važnosti. Stoga je bitno organizirati tematski parcijalno prikupljanje podataka, kako po osnovnoj tako detaljnoj klasifikaciji, ali i po važnosti pojedine turističke atrakcije (lokalna, regionalna, nacionalna ili međunarodna). Prikupljanje podataka o

turističkim atrakcijama, njihova obrada i stavljanje na korištenje, zahtjevan je i dugotrajan posao koji iziskuje veliku strpljivost i turističko znanje.

Relevantne podatke o turističkim atrakcijama rijetko je moguće susreti doslovno na terenu. Oni su razasuti u brojnim monografskim publikacijama i drugoj građi, udžbenicima, tisku, sivoj literaturi, internetu. Ipak, najznačajnija građa za dokumentaciju turističkih atrakcija krije se u dokumentacijskim centrima sektora s kojima turizam dijeli svoje resurse. Za opće karakteristike turističke destinacije posebno se izdvajaju monografije, enciklopedije, turistički vodiči te povremeni izvještaji lokalnih vlasti (UNEP, 1997, Guidelines for carrying capacity).

Evidencija pisanih podataka

Pisani podaci unose se na listove katastra, po redu kako to određuju *Osnovna (Tablica 4.2.) i Detaljna (Tablica 4.3.) funkcionalna klasifikacija turističkih atrakcija*, a na način kako to određuje *Nacrt lista katastra* ovisno o opsegu i načinu prikupljanja podataka (Tablica 4.4.).

Tematske karte

Grafički podaci o turističkim atrakcijama unose se u tematske karte atlasa, posebno za točkaste, linijske i površinske turističke atrakcije.

Primjena operativnog modela

Operativni model izrade turističke atrakcijske osnove nemoguće je odjednom u cijelosti primijeniti na odabranu turističku destinaciju. Čak ni onda kada se osniva posebna služba za trajno vođenje dokumentacije turističkih atrakcija, dok je u *ad hoc* situacijama taj domet još znatno manji. Usprkos tome, svako evidentiranje turističkih atrakcija u destinaciji po usporedivoj klasifikaciji obogaćuje njezinu turističku atrakcijsku osnovu. Stoga će se u nastavku, s obzirom na posebnosti Varaždinske županije, povijesne, prirodne, društvene, ekonomske i druge, odabrati i prikazati neki karakteristični segmenti stvaranja turističke atrakcijske osnove ove županije.

5. SLUČAJ VARAŽDINSKE ŽUPANIJE

U nastavku se prikazuje praktična primjena modela izrade turističke atrakcijske osnove na primjeru Varaždinske županije. Kao područje, Varaždinska županija smatra se turističkom destinacijom višeg reda, koja objedinjava sve osnovne turističke destinacije na svom području. Na razini županijske turističke destinacije, dokumentacija turističkih atrakcija trebala bi se voditi samo za turističke atrakcije od *međunarodne*, *nacionalne* i *regionalne* važnosti. Na primjeru Varaždinske županije, već se tijekom 90-ih godina prošlog stoljeća ispitivao naprijed opisan teorijski model valorizacije turističkih resursa (Strateški marketinški plan Varaždinske županije, 1997, str.12). Varaždinska županija ima svoju dugu povijest i svoju prepoznatljivost, svoj turizam i svoje posebne turističke potencijale, koji još uvijek nisu do kraja evidentirani i vrednovani.

5.1. Osnovne značajke Varaždinske županije

Povijest

Povijesni izvor županije seže u prošlost, a prvi pisani dokument potječe iz 1181. godine. Tako se u *Povelji hrvatsko-ugarskog kralja Bele III* spominje Varaždinska županija kao plemenska župa koja se nadalje u vrijeme hrvatskih kraljeva razvija kao politički, vjerski i sudski oblik vlasti, te crkvena zajednica, na čelu sa županom koji zastupa župu pred kraljem i Hrvatskim saborom.

Godine 1102. župa doživljava razvojne promjene budući da Hrvatska ulazi u zajedničku državu s Mađarskom, pa se župe spajaju u jednu upravno-teritorijalnu jedinicu s utvrdom, tj. gradom i naziva se županija, a ime dobiva po gradu u kojem je sjedište županije. Tako se po gradu Varaždinu županija naziva Varaždinska županija. Poslije 1848. godine, ukidanjem feudalizma, županija prolazi novo teritorijalno-političko ustrojstvo osnivanjem kotara kao sudbeno-upravne vlasti.

Osnivanjem kraljevine SHS 1918. godine ukidaju se županije u Hrvatskoj, pa tako i tisućljetna tradicija županijske samouprave u Hrvatskoj. Od tada će proći mnogo desetljeća do povratka županija u politički sustav države Hrvatske. Posljednji pokušaj njihova povratka bila je banovina Hrvatska, koja je postojala od 1939. godine do 1941. godine.

Proglašenjem neovisne i suverene Republike Hrvatske, županije su, a tako i Varaždinska, vraćene u politički sustav nove države kao jedinice lokalne uprave i

samouprave. Stoga se može danas županije definirati kao suvremene jedinice lokalne uprave i samouprave, u kojoj se obavljaju poslovi državne uprave (poslovi za državu) i poslovi samouprave u kojima kod donošenja odluka sudjeluju građani putem svojih predstavnika. Nastankom nove države Republike Hrvatske, Varaždinska županija utemeljena je 1993. godine.

Varaždinska županija je jedinstvena gospodarska, prometna i društvena cjelina. Jedna je od dvadeset županija u Hrvatskoj u kojoj je ustrojeno šest gradova (Varaždin, Varaždinske Toplice, Lepoglava, Ivanec, Ludbreg i Novi Marof) i dvadeset i dvije općine (Bednja, Breznica, Breznički Hum, Beretinec, Cestica, Donja Voća, Donji Martijanec, Gornji Kneginec, Jalžabet, Klenovnik, Ljubešćica, Mali Bukovec, Maruševec, Petrijanec, Sračinec, Sveti Đurđ, Sveti Ilija, Trnovec Bartolovečki, Veliki Bukovec, Vidovec, Vinica i Visoko) kao jedinice lokalne samouprave. Sjedište županije je u baroknom gradu Varaždinu kao gospodarskom, kulturnom i administrativnom centru sjeverozapadne Hrvatske.

Županija temeljem zakona i statuta u okviru samoupravnog djelokruga obavlja poslove gospodarskog i društvenog razvoja općina i gradova, brine se o uvjetima uređenja i zaštite prostora, razvija mrežu odgojnih, prosvjetnih, zdravstvenih, kulturnih i drugih ustanova te obavlja i druge poslove od važnosti za županiju u skladu sa zakonima.[1]

Slika 5.1. Pregledna karta Varaždinske županije



[1] Opće informacije Varaždinske županije, preuzeto s: http://www.varazdinska-zupanija.hr/%C5%BEupanija/opce-informacije/#site_body (17. 7. 2017.)

Izvor: Karta Varaždinske županije, preuzeto s:

https://www.google.hr/search?q=vara%C5%BEdinska+%C5%BEupanija&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjasY7N2NDYAhWEL1AKHQyXDiEQ_AUICigB&biw=1455&bih=731#imgdii=IYF8q9osESEjJM:&imgrc=vvBG-qQyTIsRsM: (7. 12. 2017.)

Prirodne značajke

Varaždinska županija smještena je na sjeverozapadnom dijelu Republike Hrvatske i u zemljopisnom smislu pripada Podravskom pojasu. Sa zapada graniči s Republikom Slovenijom, a s ostalih strana s hrvatskim županijama, na sjeveru s Međimurskom županijom, na jugu s Krapinsko-zagorskom županijom i Zagrebačkom županijom te na istoku s Koprivničko-križevačkom županijom. Varaždinska županija zauzima površinu od 1262 km2 te tako sudjeluje u 2,2 % kopnenog dijela Republike Hrvatske, na kojoj živi 175.951 tisuća stanovnika (podatak iz 2011. godine DZS). Omeđena je planinama i planinskim gorjem koje se proteže sa sjeverozapada prema Sloveniji, dok je s juga omeđena planinom Ivanščicom i Kalnikom. Sjevernu granicu županije određuje tok rijeke Drave. Osnovna prirodna bogatstva su poljoprivredno zemljište, hidroenergetski potencijali rijeke Drave te izvori termomineralnih voda značajnih za razvoj lječilišno-zdravstvenog i rekreacijskog turizma.[2]

Gospodarske značajke

Osnovna značajka gospodarstva u Županiji je poljoprivreda, a prema zastupljenosti može se podijeliti na dva sustava: veliki sustav i seljačka gospodarstva. Veliki sustav podrazumijeva proizvodnju i preradu hrane u velikih gospodarskih subjekata. Seljačka gospodarstva su malena i rascjepkana, ali su važna za život ovoga kraja, tako da postaju nositelji gospodarskog razvoja u industriji proizvodnje i prerade hrane. Na malim seljačkim gospodarstvima razvio se uzgoj žitarica, posebice uzgoj kukuruza i stočne hrane, prerada mlijeka i mesa, voća i povrća što je doprinijelo i razvoju stočarstva.

Značajnu prirodnu osnovu razvoja županije čine šume koje obuhvaćaju petinu ukupne površine, a od toga dvije trećine su u privatnom vlasništvu. Osim što je šumski fond iskoristiv za drvnu industriju, ima i rekreacijsku, lovnu i turističku vrijednost. Na području županije mnoga su nalazišta prirodnih bogatstava kao što su

[2] Prostorni plan Varaždinske županije, preuzeto s: http://www.varazdinska-zupanija.hr/%C5%BEupanija/strateski-dokumenti/prostorni-plan/ (21. 7. 2017.)

nemetali koji su sirovina u industriji građevinskog materijala (glina, lapor, kamen, riječni pijesak i šljunak, kvarc).

Iako prirodno bogatstvo Županije čini poljoprivredno-zemljišni fond, u njezinoj temeljnoj strukturi prevladava industrija, trgovina, graditeljstvo, promet i veze te ostale djelatnosti. Unutar industrije prevladavaju tekstilna industrija, industrija hrane, proizvodnja stočne hrane, drvna, metalna, kože i obuće, industrija građevinskog materijala i drugo. Posebno mjesto pripada obrtničkoj djelatnosti nastaloj na tradicionalnim temeljima. Jedan od nositelja budućeg razvoja županije je *turizam* koji omogućuje vrednovanje bogate kulturno-povijesne baštine, prirodnih ljepota i gospodarstva.[3]

Prometna povezanost

Teritorijalnu povezanost Županije čini cestovni i željeznički promet koji povezuje gradove i mjesta unutar Županije i nju s drugim područjima Hrvatske. Razvoj cestovnog i željezničkog prometa važan je i za povezivanje Županije i Hrvatske s europskim prometnim sustavom. Poseban značaj za razvoj županije i Hrvatske ima izgrađen autocesta Goričan – Zagreb, koja povezuje regiju i državu s Europom i Jadranskim morem te utječe na razvoj gospodarstva i turizma. Značajne su i županijske ceste, a u budućnosti izgradnja nove brze ceste Varaždin – Krapina koja će biti od važnosti za gospodarski razvitak tog područja i povezivanja s glavnim gradom.

5.2. Turizam, osnovne značajke

Potencijali

Planine Ivanščica, Ravna gora i Kalničko gorje pružaju veliku mogućnost razvoja sportsko-rekreacijskog turizma kao što su planinarenje, skijanje, brdski biciklizam, parajedriličarstvo (međunarodno natjecanje), dok su na njihovim obroncima niknule kućice za odmor, nazvane „klijeti“ s vinogradima i voćnjacima. Ovako lijepim krajolikom prolaze vinske ceste, a u zaseocima i selima razvija se autohtoni turistički proizvod – seoski turizam.

U nizinskim predjelima protječu rijeke Drava, Bednja i Lonja, a na sjeveru nalazi se Regionalni park Mura – Drava (od kojeg dio pripada Varaždinskoj županiji), jedan e

[3] Prostorni plan Varaždinske županije, preuzeto s: http://www.varazdinska-zupanija.hr/%C5%BEupanija/strateski-dokumenti/prostorni-plan/ (25. 7. 2017.)

od najvažnijih europskih riječnih ekosustava zaštićen odlukom UNESCO-a kao rezervat biosfere u Europi. Bogatstvo rijeka i voda županije turistički su resursi razvoja ribolova, biciklizma (označene biciklističke staze) i rekreacije uz vodu i na vodi. Nezaobilazne su staze u zaštićenim park-šumama (park-šuma Trakošćan i dravska park-šuma) i arboretum Opeka.

Arheološka nalazišta Mačkova špilja u dolini Velike Sutinske i spilja Vindija kod Donje Voće zaštićeni su spomenici prirode, ali i povijesno svjedočanstvo kamenog doba u kojem su živjeli praljudi (neandertalci) uporabljujući kameno i koštano oruđe.

Na sjeveroistoku županije nailazimo na rimske toplice Aquae Iasae – Varaždinske Toplice i poznato lječilište, koje je otvorilo put razvoju lječilišno-zdravstvenog turizma.

Županija se ponosi i zaštićenim kulturno-povijesnim znamenitostima, poznatim dvorcima kao što su dvorac Trakošćan, Erdödy, Klenovnik i dr., a posebno mjesto ima barokni grad Varaždin sa svojim Starim gradom, Hrvatskim narodnim kazalištem, palačama plemićkih obitelji, crkvama, muzejima, grobljem i kulturnim događajima kao što su Varaždinske barokne večeri i mnogobrojnim kulturnim i zabavnim manifestacijama, primjerice Špancirfestom.

Osim kulturnog turizma, u županiji se razvio i vjerski turizam vezan za ludbreško hodočašće, a važno je spomenuti i nematerijalnu kulturnu baštinu, posebice lepoglavsku čipku (Međunarodni festival lepoglavske čipke) i bednjanski govor. Razvoju turizma u županiji pomažu i obrtnici i seljaci, obrtnici starim tradicijskim zanatima, a seljaci autohtonom preradom hrane i pića u suradnji s turističkim zajednicama.

Statistički pokazatelji

Osnovica statističkih podataka za turizam županije nalazi se u Turističkoj zajednici Varaždinske županije. Vrsta podataka i razdoblje za koje se ti podaci prikupljaju ovise o propisima kojima se to određuje. Za ilustraciju, u nastavku se navode dva tablična prikaza: Tablica 5.2. Kretanje broja dolazaka i noćenja domaćih i stranih turista u Varaždinskoj županiji, 2005. – 2016. i Tablica 5.3. Kretanje broja ležaja u Varaždinskoj županiji, 2012. – 2017.

Za praćenje broja *dolazaka i noćenja* u Varaždinskoj županiji na raspolaganju su podaci za razdoblje od 12 godina. U tome se razdoblju broj turista u županiji povećao za 65 %, a broj noćenja samo za 9 %. Takav trend donekle objašnjava sljedeća

tablica koja, doduše, obuhvaća upola kraće vremensko razdoblje, svega 5 posljednjih godina. Naime, *broj ležaja u hotelima* se 2017. godine smanjio na 1032 ležaja u odnosu na 2012. godinu kada ih je bilo 1184, a *broj ostalih ležaja* se u istom razdoblju povećao s 359 na 1524 ležaja. Dakle, usitnjena ponuda je rezultirala osjetno većim brojem dolazaka u odnosu na broj noćenja. To pokazuje da nije bilo ulaganja u značajnije smještajne kapacitete.

Tablica 5.2. Kretanje broja dolazaka i noćenja domaćih i stranih turista u Varaždinskoj županiji, 2005. – 2016.

Godina	Domaći turisti		Strani turisti		Ukupno	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
2005.	23.066	104.577	10.866	21.086	33.932	125.663
2006.	29.633	114.139	15.586	25.262	45.219	139.401
2007.	29.666	108.410	19.061	32.853	48.727	141.263
2008.	27.965	103.007	17.707	33.427	45.672	136.434
2009.	23.384	89.498	15.231	30.352	38.615	119.850
2010.	19.999	79.743	16.305	32.169	36.304	111.912
2011.	20.691	84.378	16.542	21.639	32.287	106.017
2012.	22.530	75.116	20.745	40.195	43.275	115.311
2013.	22.440	64.362	18.735	40.230	41.175	104.592
2014.	23.303	65.184	21.917	43.241	45.220	108.425
2015.	25.772	70.322	23.170	53.892	48.942	124.214
2016.	27.177	83.532	24.941	54.218	52.118	137.750

Izvor: TZ Varaždinske županije

Tablica 5.3. Kretanje broja ležaja u Varaždinskoj županiji, 2012. – 2017.

Godina	Hoteli	Ostali	Ukupno
2012	1.184	359	1.543
2013	1.184	359	1.543
2014	1.410	359	1.769
2015	1.165	678	1.843
2016	1.032	1.334	2.366
2017	1.032	1.524	2.556

Izvor: TZ Varaždinske županije

5.3. Istraživanje i planiranje turizma Županije

Istraživanje i planiranje razvoja turizma Varaždinske županije kao cjeline relativno je novijeg datuma, kao i sam županijski ustroj Hrvatske. Uz elaborate izravno orijentirane na turizam, bilo je i drugih tema koje mogu biti od životne važnosti za razvoj turizma u Varaždinskoj županiji. U prvu skupinu spadaju dokumenti koji, bez obzira na naslove, imaju dugoročnu razvojnu orijentaciju. To su Strateški marketinški plan turizma Varaždinske županije, koji je 1997. godine izradio Institut za turizam iz Zagreba, i Strategija razvoja turizma Varaždinske županije 2015. – 2025., koju je isti Institut izradio 2015. godine, 16 godina kasnije. Dvije knjige: *Let iznad vremena* i *Letući vremeplov* iz 2013. godine, izvorno namijenjene brendiranju Varaždinske županije, u svom postupku utvrđivanja prepoznatljivosti, tj. turističke privlačnosti glavnih sastavnica Varaždinske županije, nezaobilazan su izvor podataka o turističkim atrakcijama, kao temeljnim turističkim resursima.

Strateški marketinški plan turizma Varaždinske županije

Strateški marketinški plan turizma Varaždinske županije iz 1997. godine jedan je od prvih planova ove vrste po novoj metodologiji koju je za 20 hrvatskih županija pripremio Institut za turizam u Zagrebu. Iako po nazivu marketinški, ovaj plan sadrži podjednako i svoju razvojnu komponentu, bez koje se ne bi mogla zadovoljavajuće riješiti ni sama marketinška zadaća. Turistički razvoj županije temeljen je na svojevrsnoj analizi županijske turističke atrakcijske osnove, koju sadrži ovaj plan. Razvojna vizija Varaždinske županije kao turističke destinacije i njezino tržišno pozicioniranje, ovim su planom predstavljeni trokutom: (1) urbanitet, barok, glazba, umjetnost – (2) zdravlje i oporavak – (3) raznolikost zelenih vizura. Također, novost u pristupu ove nove vrste planiranja predstavlja poglavlje Operacionalizacija marketinške strategije, koja sadrži osnovne podatke za 4 razvojna megaprojekta i 16 prioritetnih programa. Za ovu zadaću dobro su proučene i vrednovane privlačne mogućnosti nacionalnih i regionalnih turističkih atrakcija s područja Varaždinske županije.

Strategija razvoja turizma Varaždinske županije 2015. – 2025.

Ova strategija je, što i samo ime govori, po svojim osnovnim značajkama različita od gotovo 20 godina starijih planova, rađena po drugačijoj metodologiji. Ona ne može biti doslovno komparabilna s planovima, pa se stoga može razumjeti zašto se ona ni

ne referira na Strateški marketinški plan turizma iz 1997. godine, tako da je sudbina svih onih megaprojekata i prioritetnih programa iz 1997. godine ostala nepoznata.

Tandem knjige o prepoznatljivosti Varaždinske županije

Dvije spomenute knjige punog naslova *Let iznad vremena – Na crti epoha Varaždinske županije* i *Leteći vremeplov – Identitetske osnove u krojenju brenda Varaždinske županije*, prije svega su, u najširem smislu, dokument o prepoznatljivosti Varaždinske županije iz kojeg se trajno mogu crpsti podaci o privlačnosti i o turističkoj atraktivnosti ove županije. One su već sada dio dokumentacije o atrakcijskoj osnovi Varaždinske županije.

5.4. Turistička atrakcijska osnova Županije

Strateški marketinški plan turizma 1997. je referentan dokument iz kojeg se može isčitati stupanj implementacije teorijskoga koncepta turističke atrakcijske osnove na razvoj turizma Varaždinske županije. Ta se generacija razvojno-marketinških planova metodološki profilirala i na konkretnim primjerima potvrđivala na tom konceptu, koji je izrađivao isti autorski tim. Paralelno su se dovršavali ovi planovi i rukopis doktorske disertacije *Metodologija prostorne valorizacije turističkih privlačnosti* (Kušen), čiji je konačni tekst dovršen 1999., obranjen 2000., a pretočen u znanstvenu knjigu pod naslovom *Turistička atrakcijska osnova* 2002. godine. Stoga je primjer ovog plana (Varaždinska županija) najbolji slučaj na kojem se mogu istraživati mogućnosti primjene u praksi zaokruženog teorijskog modela.

U nastavku će se prikazivati oni dijelovi Strateškog marketinškog plana turizma Varaždinske županije iz 1997. godine u kojima se može prepoznati primjena modela izrade turističke atrakcijske osnove. To je u Planu poglavlje Turistički resursi i atrakcije, s potpoglavljima Turistička resursna osnova i Valorizacija turističkih resursa, slikama Turističke resursne osnove Varaždinske županije i Valorizacijom njenih resursa. S druge strane, u poglavlju Operacionalizacija marketinške strategije, koja se predstavlja kroz 20 razvojnih projekata, vidljivo je da su svi ti projekti utemeljeni na vrednovanju ključnih sastavnica turističke atrakcijske osnove Varaždinske županije.

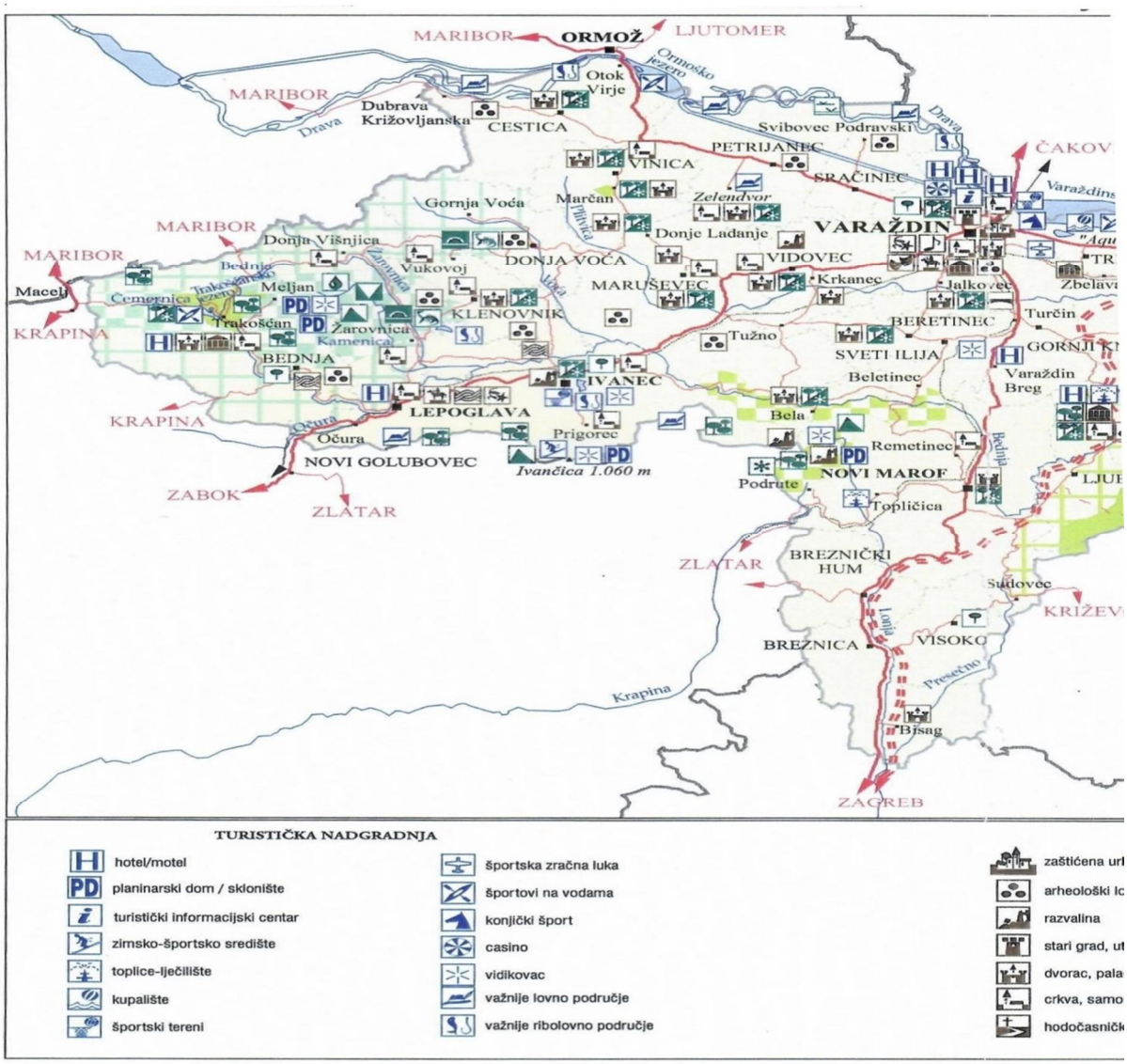
Turistički potencijali – turistički resursi

Na Slici 5.4. prikazana je tematska karta Turistička resursna osnova Varaždinske županije (Strateški marketinški plan, 1997, str. 11.), čiji je sadržaj određen svojom *legendom*, koja osobito sadrži četiri skupine turističkih potencijala:

- promet
- turistička nadogradnja
- kulturna baština
- prirodna baština.

Iako je takva klasifikacija daleko od osnovnih 16 vrsta turističkih atrakcija, ona je kao takva dosljedno provedena kroz cijeli plan.

Slika 5.4. Dio tematske karte Turistička resursna osnova Varaždinske županije



Izvor: Strateški marketinški plan turizma Varaždinske županije (Institut za turizam, 1997, str. 11.)

Vrednovanje turističkih potencijala

Primjer tabličnog prikaza valorizacije turističkih potencijala, prikazan na Slici 5.5., u velikoj je mjeri anticipirao u sadašnjem modelu izrade turističke atrakcijske osnove. Iako je primijenjen formalan, a ne funkcionalan sustav klasifikacije turističkih atrakcija (prirodne, kulturne i ostale), takav je sustav vrednovanja bio zavidan.

- kategorizacija (međunarodna, nacionalna i regionalna)
- stupanj turističke opremljenosti (100 %), (66 %), (33 %), (0 %).

Ovi su rezultati grafički predočeni na sljedećoj tematskoj karti (Slika 5.6.).

Slika 5.5. Prikaz strukture valoriziranih turističkih resursa Varaždinske županije

VAŽNOST	STUPANJ TURISTIČKE OPREMLJENOSTI			
	A (100%)	B (66%)	C (33%)	0 (0%)
I (Međunarodna) ***	• Dvorac Trakošćan • Stari grad Varaždin • Varaždinske barokne večeri	• Varaždinsko groblje • Urbana jezgra Varaždina • Lovište Zelendvor	• Arboretum i dvorac Opeka • Spilja Vindija • Hodočašće predrage krvi Isusove - Ludbreg	
II (Nacionalna) **	• Trakošćansko jezero i park šuma • Lepoglavska čipka • Varaždinske toplice - lječilište	• Ivančica • Značajni krajolik Kalnik • Varaždinske toplice - arheološko nalazište • Pavlinski kompleks u Lepoglavi • Dvorac Batthiany-Ludbreg • Lepoglavski Rangerov put • Drava s umjetnim jezerima • Sajam lova i ribolova Varaždin • "Deset dana Sv. Nedjelje" - Ludbreg	• Planirani park prirode Hrvatsko Zagorje • Mačkova spilja • Dvorac Maruševec • Dvorac Veliki Bukovec • Remetinec - crkva blažene djevice Marije • Lepoglavski dani	• Dvorac Klenovnik • Zatvorski kompleks u Lepoglavi • Dvorac Krkanec • Termalno izvorište Ludbreg
III (Regionalna) *	• Dvorac Šaulovec • Bednjanska svadba	• Ravna gora • Čevo na Ivančici • Grebengrad na Ivančici • Varaždinske Toplice - povijesno središte • "Aqua city" • Termalno kupalište Topličica	• Povijesni kompleks središta Ivanca • Dvorac Vinica Donja • Dvorac Vidovec • Dvorac Jalkovec • Dvorac Donji Martijanec • Bela - dvorci • Ivanička Kamenica - crkve • Dvorac Čalinec • Dvorac Jalžabet • Dvorac Bisag • Lončarstvo Jerovec	• Planirana park šuma Križančija • Dvorac Križovljan grad • Dvorac Bajnski dvori • Dvorac Novi Marof

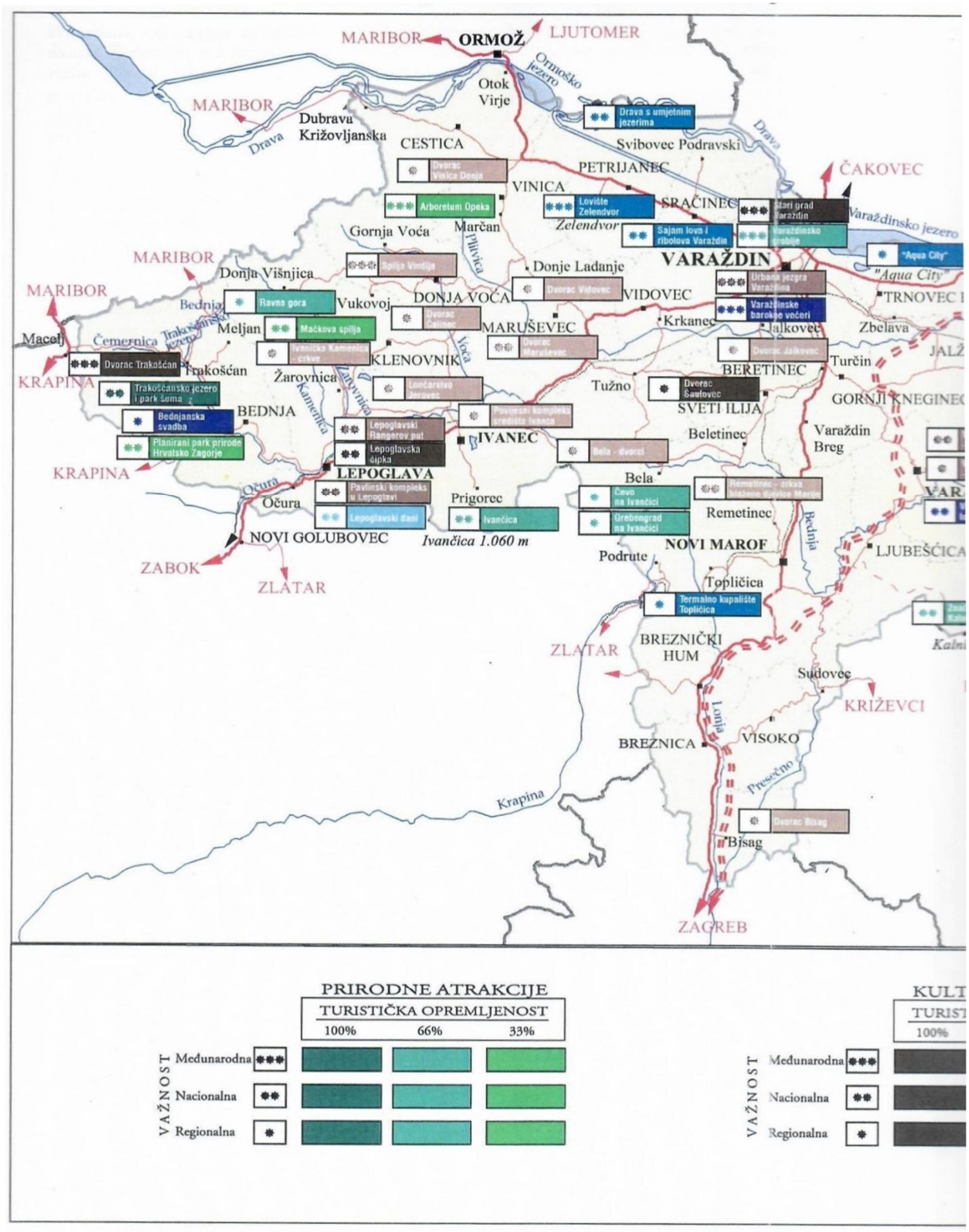
• Prirodna baština
• Kulturna baština

Izvor: Strateški marketinški plan turizma Varaždinske županije (Institut za turizam, 1997, str. 13.)

Turističke atrakcije

Na Slici 5.6. prikazan je dio tematske karte Turističke atrakcije Varaždinske županije.

Slika 5.6. Dio tematske karte Turističke atrakcije Varaždinske županije



Izvor: Strateški marketinški plan turizma Varaždinske županije (Institut za turizam, 1997, str. 14.)

Prijedlog 20 razvojnih projekata

Primijenjena formalna klasifikacija turističkih atrakcija (prirodne, kulturne i ostale atrakcije) te dvaju kriterija za njihovo vrednovanje (kategorizacija i turistička dostupnost) osobito su pridonijeli njihovoj vjerodostojnosti.

- Četiri razvojna megaprojekta
    - novi koncept Varaždinskih Toplica kao turističke destinacije
    - Trakošćan – turistička destinacija s 5*
    - revitalizacija urbane jezgre grada Varaždina
    - Zelendvor – razvoj lovnog turizma

- Šesnaest prioritetnih programa
    - uspostavljanje sustava poticajnih mjera za razvoj turizma
    - aspekti prostornog i arhitektonskog umreženja županije
    - uključivanje dvoraca Varaždinske županije u turističku ponudu
    - Ludbreg – novo turističko odredište
    - Lepoglava – aktiviranje turističkih resursa
    - spilja Vindija – valorizacija, uređenje i interpretacija
    - arboretum Opeka
    - osmišljavanje turističkih sadržaja na rijeci Dravi
    - galerije Rabuzin, Stančić i Stolnik
    - vinske ceste Varaždinske županije
    - obilježavanje prilaza županiji
    - obilježavanje prilaza područjima gradova i općina
    - turistička signalizacija „smeđi putokazi“
    - obilježavanje i interpretacija znamenitosti
    - karte i planovi
    - info-punktovi i njihova oprema.

Najveći propust u razvoju turizma Varaždinske županije dogodio se u zanemarivanju prvog megaprojekta *Novi koncept Varaždinskih Toplica kao turističke destinacije*, utvrđenog u ovom planu još 1997. godine. U istom razdoblju susjedne su županije bile učinkovitije, Krapinsko-zagorska županija razvila je Tuheljske i Krapinske toplice, a Međimurska Toplice Sv. Martin.

Dokumentacija turističkih atrakcija

Na razini Varaždinske županije nije ustrojena posebna služba za vođenje dokumentacije turističkih atrakcija, a takva ne postoji ni na nižim razinama, u gradovima i općinama. Postoje samo *ad hoc* prikupljeni podaci o turističkim atrakcijama pojedine turističke destinacije sistematizirani prema različitim klasifikacijama i različitim kriterijima njihova vrednovanja, u pravilu različitih od modela izrade turističke atrakcijske osnove, ali i slučajeva kada se takva dokumentacija prikuplja i sistematizira na tragu ovog modela. Pritom valja zaključiti da je modelu bliži Strateški marketinški plan iz 1997. godine nego Strategija iz 2015. godine.

5.5. Primjer detaljne klasifikacije gastronomskih privlačnosti Županije

Za potrebe ovog rada, autor je u drugoj polovici 2017. godine obavio 10 intervjua s kompetentnim osobama iz područja gastronomije Varaždinske županije. Na temelju ovih razgovora izrađen je tablični prikaz poznatijih tradicionalnih jela županije. Pitanja za intervju, kao i struktura intervjuiranih nalaze se u prilogu rada. Rezultati istraživanja prikazani su u Tablici 5.7. Detaljna turistička klasifikacija kulture života i rada Varaždinske županije za segment 8.6. Gastronomija u četiri stavke.

U odnosu na Tablicu 4.3., prilog detaljnoj klasifikaciji turističkih atrakcija Kulture života i rada (8), koja u rubrici 8.6. Gastronomija, sadrži samo dvije stavke, 8.6.1. Specijaliteti i 8.6.2. Regionalna gastronomska osnova, nova Tablica 5.7 ima dodane dvije nove stavke, 8.6.3. Poluproizvodi i 8.6.4. Novi specijaliteti. Nova tablica je rezultat analize provedenih intervjua i nekoliko publikacija o gastronomskoj ponudi u Varaždinskoj županiji. Identificirana su 23 specijaliteta, 16 sastavnica regionalne gastronomske osnove, 12 poluproizvoda i 14 novih specijaliteta.

Može se zaključiti da Varaždinska županija u biljnoj i životinjskoj proizvodnji ima atraktivnu regionalnu osnovu za oblikovanje prepoznatljivih specijaliteta, kako onih tradicionalnih, tako i onih koji mogu odgovoriti na suvremene gastronomske zahtjeve.

Tablica 5.7. Detaljna turistička klasifikacija kulture i rada Varaždinske županije za segment 8.6. Gastronomija

8.6.1. SPECIJALITETI	8.6.2. REGIONALNA GASTRONOMSKA OSNOVA		8.6.3. POLUPROIZVODI	8.6.4. NOVI SPECIJALITETI	
1. Vidovečka sarma	Varaždinsko zelje	1.	1. Kiselo zelje	Salata Varaždin	1.
2. Purica s mlincima	Buče (tikve)	2.	2. Rasol od kiselog zelja	Mlinci na varaždinski	2.
3. Svinjski lokoti s kiselim zeljem	Hajdina	3.	3. Bučino crno ulje	Punjena patka s hajdinom kašom	3.
4. Ivanečka kotlovina	Repa	4.	4. Hajdina kaša	Pečena guska s voćem, široki rezanci i pirjani kupus	4.
5. Buncek s kiselim zeljem	Kukuruz	5.	5. Kisela repa	Divlji zec s mladim varaždinskim zeljem i pšenicom	5.
6. Krpice sa zeljem	Puran varaždinskoga kraja	6.	6. Kukuruzno brašno	Vepar na lovački, trganci	6.
7. Hajdini žganci	Domaća kokoš	7.	7. Hajdino brašno	Srneći medaljoni s višnjama, valjušci od krumpira	7.
8. Kisela repa s grahom i suhom svinjetinom	Guska	8.	8. Sušena svinjetina	File od jelena u kori od medenjaka, kruške kuhane u malinovu vinu, okruglice od sira	8.
9. Salata od kiselog zelja s bučinim uljem	Patka	9.	9. Krvavice	Paprikaš od prepelica, okruglice od peciva	9.
10. Salata od kuhanog krumpira s bučinim uljem i lukom	Svinja	10.	10. Sirevi	Okruglice od kiselog zelja	10.
11. Vidovečki gibanek	Krava	11.	11. Vrhnje	Kukuruzna zlevka s orasima	11.
12. Štrukli sa sirom i bučom	Srna	12.	12. Jabučni ocat	Pogačica s čvarcima	12.
13. Repnjak, štrukli od sira i repe	Jelen	13.		Štrukli s repom i čvarcima	13.
14. Trnovečki makači	Vepar	14.		Torta od graha	14.
15. Cvetlinska gibanica	Divlji zec	15.			
16. Tarac kolač, biciklin, trempač	Jabuke	16.			
17. Loparnjak					
18. Prgice – sir					
19. Vabučin (namaz od bučinih koštica)					
20. Kokošja juha					
21. Kolinska juha					
22. Zagorska juha					
23. Varaždinski klipič					

Izvor: autorovo istraživanje

6. REZULTATI I RASPRAVA

Odabrana tema, atrakcijska osnova turističke destinacije na primjeru Varaždinske županije, po svom se sadržaju i kompleksnom pristupu znatno udaljava od većine tema koje se obrađuje u završnim radovima. Primjerice, ova tema gotovo da i ne sadrži potrebu, pa ni mogućnost, za primarno istraživanje. S druge strane, zbog istraživanja dviju velikih zasebnih cjelina, (A) Teorijski model izrade turističke atrakcijske osnove te (B) Slučaj Varaždinske županije, bilo je potrebno ove dvije podteme izdvojiti u zasebna poglavlja, poglavlje 4. i 5. Osim toga, odabrana tema naglašeno obuhvaća prostornu problematiku pa je bilo potrebno u rad inkorporirati veći broj slika i tablica.

Što se tiče korištene literature, autor rada je prošao obrnuti put od uobičajenog. Na Zagrebačkoj školi za menadžment – studij turizma i hotelijerstva, kao udžbenik je koristio Kušenovu znanstvenu knjigu *Turistička atrakcijska osnova*. U takvoj situaciji on je trebao istražiti postoji li bolji izvor za odabranu temu, odnosno ima li novih izvora koji donose nove važne činjenice o odabranoj temi. Kada je početkom 2017. godine iz tiska izašla knjiga *Evolution of Destination Planning and Strategy, The Rise Tourism in Croatia* s Kušenovim poglavljem *Tourism Attraction System*, bilo je jasno da za daljnje istraživanje ima dovoljno čvrsto uporište u njegovom konceptu turističke atrakcijske osnove.

U 4. poglavlju ovog rada, autor je pokušao iz pet glavnih izvora istog autora izdvojiti bitne komponente za korpus *teorijskog modela izrade turističke atrakcijske osnove* svake turističke destinacije. To su *Metodologija prostorne valorizacije turističkih privlačnosti*, doktorska disertacija, 1999. godina, *Turistička atrakcijska osnova*, znanstvena knjiga, 2002. godina, *Trodimenzionalni tablični prikaz turističkih atrakcija*, registriran industrijski dizajn, 2009. godina, *Sustav turističkih atrakcija*, znanstveni članak, 2010. godina i već spomenuto poglavlje u knjizi na engleskom jeziku, 2017. godina. Između brojnih tema, koje su se nudile u spomenutim izvorima, autor je odabrao njih sedam.

Turistički resursi su širi okvir za turističke privlačnosti, to su potencijalne i realne turističke atrakcije. Bez njihove sistematizacije i klasifikacije nemoguće je izraditi turističku atrakcijsku osnovu. Funkcionalna struktura turističkih resursa predstavljena je u preuzetoj Tablici 4.1. Funkcionalna struktura turističke resursne osnove.

Određenje i struktura turističkih atrakcija su koncipirani višeslojno, na način da mogu predstaviti zaseban sustav koji čine turističke atrakcije.

Funkcionalna klasifikacija turističkih atrakcija nastoji unaprijediti njihovu uobičajenu formalnu podjelu, na prirodne i artificijelne, sada na njih ukupno 16, dodajući klasifikaciji višeznačna funkcionalna svojstva, što sadrži *Tablica 4.2. Osnovna funkcionalna klasifikacija turističkih atrakcija*, i *Tablica 4.3. Prilog detaljnoj klasifikaciji turističkih atrakcija (8) Kultura života i rada*. Na taj se način olakšava njihova sistematizacija i omogućava analogno i digitalno vođenje dokumentacije turističkih atrakcija.

Vrednovanje turističkih atrakcija je procjena njihova turističkoga kapaciteta, njihove kvalitete i posebnih značajki, ponekad djelomično *poduprta posebnim izračunima*. Sustav vrednovanja je potpuno definiran. *Razvojno vrednovanje* turističkih atrakcija – procjena: *kategorije, sezonalnosti, boravišno-izletničkih značajki, nosivog kapaciteta*, i *šireg sustava turističkih atrakcija. Marketinško vrednovanje* turističkih atrakcija – procjena: *turističke dostupnosti* i *stupanj turističkog korištenja* turističke atrakcije.

Dokumentacija turističkih atrakcija je ključni segment turističke atrakcijske osnove svake destinacije. Turizam spada među rijetke sektore koji ne vode gotovo nikakvu dokumentaciju o svojim „sirovinama“, o temeljnim turističkim resursima. Stoga su istraživanja fenomena turističkih atrakcija velikim dijelom okrenuta pitanju vođenja dokumentacije o turističkim atrakcijama. Ona bi trebala biti jedan od instrumenata održivog planiranja razvoja turizma, trebala bi osigurati međusobnu komparabilnost svih turističkih atrakcija, što je osobito uvjetovano ujednačavanjem podataka o svim turističkim atrakcijama, kako bi mogli biti međusobno komparabilni. Već je testiran model za vođenje takve dokumentacije, to je Tablica 4.4. Nacrt lista katastra (registra) turističkih atrakcija s primjenom unesenih podataka za Cerovačke pećine.

Turistička destinacija je konkretno područje s konkretnim granicama funkcionalno određenim dometom turističkog utjecaja jednog ili više susjednih turističkih mjesta. Turistička atrakcijska osnova može se utvrđivati samo za područje osnovne turističke destinacije ili destinacije višeg reda, jer po prirodi stvari mora biti poznata destinacijska pripadnost svake turističke atrakcije. Tu i nastaje problem jer se termin „turistička destinacija“ vrlo često koristi pogrešno izvan spomenutoga konteksta, ponekad i među stručnjacima. Pojašnjenje nudi Slika 4.5. Opatijska rivijera kao primjer osnovne turističke destinacije.

Način primjene operativnog modela za provedbu teorijskog modela izrade turističke atrakcijske osnove, pokazuje da je ***najveći izazov teorijskog modela njegova implementacija u praksi, za što je izrađen poseban operativni model.*** Pretpostavka koja iz toga proizlazi – da primjena teorijskog modela izrade turističke atrakcijske osnove u praksi *nije moguća odjednom i u cijelosti* – potvrđuje se u 5. poglavlju ovog rada, u slučaju Varaždinske županije. Tome ima više razloga. Vođenje dokumentacije svake vrste ima svoje zakonitosti, pa tako i dokumentacija turističkih atrakcija. Izrada turističke atrakcijske osnove može se izvoditi na dva načina: osnivanjem posebne službe za vođenje dokumentacije turističkih atrakcija, ili pak *ad hoc*, u okviru izrade sektorskih studija, strategija ili drugih dokumenata. U prvom slučaju ona se pretvara u trajnu aktivnost, u kojoj se dugoročno pribavljaju, a po potrebi i revidiraju sve vrste podataka o turističkim atrakcijama na području određene turističke destinacije, dok se u drugom slučaju, za isto područje, prikupljaju i sistematiziraju samo podaci koji se u predmetne dokumente unose izravno iz dostupnih podataka ili onih koje u tom postupku tek treba ciljano pribaviti i obraditi.

U 5. poglavlju ovog rada analizirana je Varaždinska županija kao turistička destinacija višeg reda te njezin odnos prema teorijskom modelu izrade turističke atrakcijske osnove i njegovu operativnom modelu. Osnovne značajke županije, povijest, prirodne i gospodarske značajke, turistički potencijali i raspoloživi osnovni turistički statistički pokazatelji za posljednjih 20 godina ne pokazuju značajnije iskorake u razvoju turizma Županije, ni u stvaranju turističke atrakcijske osnove Varaždinske županije.

U tom razdoblju postoje dvije iznimke vezane za pitanje implementacije teorijskog modela izrade turističke atrakcijske osnove na Varaždinsku županiju. To su Strateški marketinški plan turizma Varaždinske županije iz 1997. godine i tandem knjiga o brendu i prepoznatljivosti Varaždinske županije, punog naslova *Let iznad vremena – Na crti epoha Varaždinske županije* i *Leteći vremeplov – Identitetske osnove u krojenju brenda Varaždinske županije* iz 2013. godine. I dok bi dvije spomenute knjige bile od velike pomoći pri cjelovitoj identifikaciji svih važnijih turističkih atrakcija Županije, Strateški marketinški plan, jedan od prvih planova ove vrste po novoj metodologiji koju je za 20 hrvatskih županija pripremio Institut za turizam u Zagrebu, može mnogo više reći o tome zašto se neke razrađene teorijske postavke tako teško ostvaruju u praksi na terenu.

U prvom redu, valja naglasiti da je Varaždinska županija prije dvadeset godina bila puno bliža izradi turističke atrakcijske osnove negoli je to danas. Spomenuti marketinški plan iz 1997. godine velikim se dijelom temeljio na istraživanjima koja su tada bila u tijeku i jednim svojim dijelom definirana 2002. godine u knjizi *Turistička atrakcijska osnova*. Zapravo, u tom Planu nije primijenjena samo nova funkcionalna klasifikacija turističkih atrakcija. Sve je to detaljno obrazloženo u potpoglavlju 5.4. Turistička atrakcijska osnova Županije. To potvrđuju tri slike i prijedlog 20 turističkih razvojnih projekata iz Strateškog marketinškog plana. Slika 5.4. Dio tematske karte Turistička resursna osnova Varaždinske županije, Slika 5.5. Prikaz strukture valoriziranih turističkih resursa Varaždinske županije i Slika 5.6. Dio tematske karte Turističke atrakcije Varaždinske županije. Nakon 20 godina, u najnovijim planovima, strategijama i drugim dokumentima, od koncepta turističke atrakcijske osnove nije ostalo ništa, primjerice, ni od vitalnih dijelova 20 turističkih razvojnih projekata.

Istraživački izlet u detaljnu klasifikaciju turističkih atrakcija za osnovnu vrstu (8) Kultura života i rada, za segment 8.6. Gastronomija Varaždinske županije, metodom intervjua, pokazuje da se obogaćivanjem turističke atrakcijske osnove destinacije može ponekad brzo i lako mnogo postići. Međutim, samo pod jednim uvjetom da je to u prethodno osiguranom okviru i rasteru teorijskog modela izrade turističke osnove, primjerice, Tablica 4.3. Prilog detaljnoj klasifikaciji turističkih atrakcija Kultura života i rada (8).

Na kraju ovaj rad nudi gotov model implementacije za bilo koju turističku destinaciju, ali i upozorava da se turistička atrakcijska osnova ne može realizirati odjednom i u cjelini, da je njezino stvaranje dugotrajno i da iza toga, u perspektivi, mora stajati osmišljen i organiziran sustav vođenja dokumentacije turističkih atrakcija.

7. ZAKLJUČAK

Fenomenologija realnih i potencijalnih turističkih atrakcija više se gotovo ne istražuje ni znanstveno ni stručno. Stoga je doprinos ovog rada važan jer je dotaknuo zanemarenu temu toliko bitnu za razvoj turizma u zemlji koja sve više svoju budućnost polaže na ovaj sektor. Rad je doprinos struci svojim argumentiranim upozorenjem na važnost izrade turističke atrakcijske osnove za svaku turističku destinaciju, nudi druge izvore za ovu temu, ali i konkretan teorijski model izrade turističke atrakcijske osnove s pripadajućim operativnim modelom implementacije, što sve potkrepljuje analizom slučaja Varaždinske županije. Pritom detaljno rasvjetljava i sve dodatne mogućnosti koje pruža *detaljna funkcionalna klasifikacija turističkih atrakcija* svojim primarnim istraživanjem (metoda intervjua) na temu gastronomije u okviru jedne od osnovnih vrsta turističkih atrakcija (8) Kulture života i rada.

Rad je navedenom ocjenom ostvario svoj osnovni cilj – pobudio i dokazao *potrebu za izradom turističke atrakcijske osnove za svaku turističku destinaciju, odabrao optimalan način njezine izrade, posebno naglasio funkcionalnu klasifikaciju potencijalnih i realnih turističkih atrakcija te utvrdio probleme pri implementaciji ovih nalaza na slučaj Varaždinske županije.*

Rezultati ovog istraživanja mogu imati praktičnu vrijednost za sve nositelje razvoja turizma u turističkoj destinaciji: političke, upravne i osobito stručne. Rad nudi gotov model implementacije na bilo koju turističku destinaciju, ali i upozorava da se turistička atrakcijska osnova ne može realizirati odjednom i u cjelini, da je njezino stvaranje dugotrajno i da iza toga, u perspektivi, mora stajati osmišljen i organiziran sustav vođenja dokumentacije turističkih atrakcija.

Na kraju valja zaključiti da su turistički resursi i fenomen turističkih atrakcija slabo istraživana područja i da predstavljaju velik istraživački izazov, međutim, svjedoci smo trenda da se na turistički orijentiranim fakultetima i visokim školama specijalizirani kolegiji turističkih resursa i turističkih atrakcija ukidaju i parcijalno dijele po drugim kolegijima, što bi valjalo posebno istražiti.

POPIS LITERATURE

KNJIGE

1. Anić, V. (1991). Rječnik hrvatskoga jezika. Novi liber: Zagreb.
2. Kušen, E. (2002). *Turistička atrakcijska osnova.* Zagreb: Institut za turizam.
3. Marković, Z. (1987). *Osnove turizma*. Zagreb: Školska knjiga.
4. Mill, R.C. i Morrison, A.M. (1985). *The tourism system.* New Jersey: Prentice Hall.
5. Varaždinska županija. (2013). *Let iznad vremena:Na crti epoha Varaždinske županije*. Varaždin: TZ Varaždinske županije.
6. Varaždinska županija. (2013). *Letići vremeplov: Identitetske osnove u krojenju brenda Varaždinske županije*. Varaždin: TZ Varaždinske županije.
7. Weber, S. i Mikačić V. (1995). *Osnove turizma*. Zagreb: Školska knjiga.

POGLAVLJE U KNJIZI

1. Kušen, E. (2017). *Tourism Attraction System.* U: Dwyer, L., Tomljenović, R., Čorak, S. (ur.), *Evolution of Destination Planning and Strategy: The Rise Tourism in Croatia* (str. 119-148). London: Palgrave Macmilian.

PRIRUČNICI

1. Ekonomski leksikon. (1995). Zagreb: Masmedia.
2. UNEP. (1997). *Guidelines for carrying capacity*. Split: Pap-Rac.
3. Vukonić, B., i Čavlek, N. (2001). *Rječnik turizma.* Zagreb: Masmedia.

ČLANCI

1. Kušen, E. (2010). *Sustav turističkih atrakcija*: Turizam, *58*(4), 409-424
2. Leiper, N. (1990). *Tourism attraction systems of tourism research*: Annals of tourism research, *17*(3), 367-384
3. Lew, A.A. (1987). *A framework of tourist attraction research*: Annals of tourism research, *14*(4), 553-575

INTERNETSKI IZVOR

- Opće informacije Varaždinske županije, preuzeto s: http://www.varazdinska-zupanija.hr/%C5%BEupanija/opce-informacije/#site_body (10. 7. 2017.).
- Prostorni plan Varaždinske županije, preuzeto s : http://www.varazdinska-zupanija.hr/%C5%BEupanija/strateski-dokumenti/prostorni-plan/ (15. 7. 2017.).
- Strategija razvoja turizma Varaždinske županije 2015. – 2025., preuzeto s: http://www.varazdinska-zupanija.hr/repository/public/2015/4-savjetovanje/gospodarstvo/rujan/15-09-strategija-razvoja-turizma.pdf (17.7.2017.).

OSTALI IZVORI

1. Hendija, Z., Ivandić, N., Klarić, Z., Kušen, E., Talisman-Košuta, N. (1997). *Strateški marketinški plan Varaždinske županije*. Zagreb: Institut za turizam.
2. Kušen, E. (1999). *Metodologija prostorne valorizacije turističkih privlačnosti.* Doktorska disertacija. Arhitektonski fakultet, Zagreb.
3. Kušen, E. (2009). *Trodimenzionalni tablični prikaz turističkih atrakcija*. Industrijski dizajn.

POPIS TABLICA I SLIKA

Tablica 4.1. Funkcionalna struktura turističke resursne osnove……...str. 8

Tablica 4.2. Osnovna funkcionalna klasifikacija turističkih atrakcija…… str. 9

Tablica 4.3. Prilog detaljnoj klasifikaciji turističkih atrakcija Kultura života i rada (8)…..……str. 11

Tablica 4.4. Nacrt lista katastra (registra) turističkih atrakcija s primjenom unesenih podataka za Cerovačke pećine…… str. 13

Slika 4.5. Opatijska rivijera kao primjer osnovne turističke destinacije……..…str. 15

Slika 5.1. Pregledna karta Varaždinske županije……. str. 19

Tablica 5.2. Kretanje broja dolazaka i noćenja domaćih i stranih turista u Varaždinskoj županiji, 2005. – 2016 .....str.23

Tablica 5.3. Kretanje broja ležaja u Varaždinskoj županiji, 2012. – 2017……. str. 23

Slika 5.4. Dio tematske karte Turistička resursna osnova Varaždinske županije…….. str. 26

Slika 5.5. Prikaz strukture valoriziranih turističkih resursa Varaždinske županije…….....str. 27

Slika 5.6. Dio tematske karte Turističke atrakcije Varaždinske županije……..str. 28

Tablica 5.7. Detaljna turistička klasifikacija Kulture i rada Varaždinske županije za segment 8.6. Gastronomija…….…….....str. 31

PRILOZI

PRILOG 1. PITANJA ZA INTERVJU

1. Koje bi namirnice biljnog, a koje životinjskog porijekla, izdvojili kao bitne za tradicionalnu i potencijalnu gastronomsku prepoznatljivost Varaždinske županije, i zašto?

2. Koji su uređaji bitni za proizvodnju kvalitetnih namirnica u Varaždinskoj županiji (klaonice, mlinovi, preše i slično)?

3. Koja bi tradicionalna jela izdvojili kao tradicionalno prepoznatljiva u Varaždinskoj županiji i zašto?

4. Koja bi tradicionalna jela, prema Vašem mišljenju, u budućnosti mogla postati prepoznatljiva za Varaždinsku županiju, i pod kojim uvjetima?

5. Postoje li za pripremu spomenutih tradicijskih jela posebni uređaji za njihovu pripremu, koji osiguravaju njihovu gastronomsku izvrsnost?

6. Nabrojite, po Vašem redoslijedu kvalitete, 5 do 10 vina i njihove proizvođače iz Varaždinske županije?

7. Koja bi lokalna vina preporučili uz pojedina, naprijed spomenuta tradicionalna jela?

8. Što je u gastronomskom trendu na području Županije ili određenog grada i okolice?

9. Tko od seoskih domaćinstava, restorana, etno-kuća ima u ponudi ove specijalitete?

10. Koje gastronomske manifestacije se organiziraju na području Županije?

PRILOG 2. POPIS INTERVJUIRANIH OSOBA

1. Voditelj projekta“ Okusi hrvatske tradicije“ destinacijske menadžment kompanije DMK Vall042 d.o.o. sa sjedištem u Varaždinu
2. Vlasnik seoskog domaćinstva Grešna pilnica u Klenovniku
3. Šef kuhinje restorana Minerva u sklopu hotela Minerva u Varaždinskim toplicama
4. Šef kuhinje hotela Trakošćan u Trakošćanu
5. Šef kuhinje restorana Bedem u Varaždinu
6. Direktor ugostiteljstva u hotelu Turist u Varaždinu
7. Voditelj restorana Đurina hiža (OPG Božić) u Varaždinskim toplicama
8. Voditelj odjela hrane i pića u Park Boutique hotelu u Varaždinu
9. Voditelj odjela hrane i pića u hotelu Varaždin u Varaždinu
10. Voditelj hotela La Gus u Turčinu

PRILOG 3. POPIS TISKOVINA

- Brošura: „Okusi varaždinskog kraja, jela Varaždinske županije“, Varaždinska županija.
- Brošura: „Putujmo Hrvatskom, Okusi varaždinskog kraja“ DMK Vall d.o.o., Varaždin.
- Letak: „Dani okusa varaždinskog kraja“ Turistička zajednica Varaždinske županije.

Veleučilište VERN'

IZJAVA

kojom izjavljujem da sam završni rad pod naslovom

ATRAKCIJSKA OSNOVA TURISTIČKE DESTINACIJE NA PRIMJERU VARAŽDINSKE ŽUPANIJE

izradio/la samostalno. Svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, znanstveni ili stručni članci, internetske stranice, propisi i sl. u radu su jasno označeni kao takvi te adekvatno navedeni u popisu literature.

Zagreb, 26.02.2018.

Nikola Gašparović
(ime, prezime)



(potpis)