

Strategija razvoja turizma Varaždinske županije 2015. - 2025.



Varaždinska
županija

institutzaturizam 

Zagreb, listopad 2015.

Projekt:	Strategija razvoja turizma Varaždinske županije 2015. – 2025.
Naručitelj:	Varaždinska županija Varaždin, Franjevački trg 7
Izvršitelj:	Institut za turizam, Zagreb, Vrhovec 5
Voditelj projekta:	dr. sc. Neven Ivandić
Dokument:	završni dokument
Autori:	dr. sc. Neven Ivandić dr. sc. Ivo Kunst mr. sc. Neda Telišman-Košuta dr. sc. Izidora Marković
Recenzija:	dr. sc. Eduard Kušen
Lektura:	Gnosis
Mjesto i datum:	Zagreb, srpanj 2015. godine

Sadržaj

1. Uvod.....	5
2. Pristup, ciljevi i metodologija projekta.....	6
2.1. Ciljevi projekta.....	6
2.2. Metodologija izvođenja projekta	6
2.3. Struktura dokumenta	7
3. Analiza internog okruženja	8
3.1. Opći podaci o Županiji	8
3.2. Gospodarstvo Županije.....	14
3.3. Odrednice razvoja turizma u strateškim dokumentima.....	15
4. Razvijenost turističkog sektora Županije	19
4.1. Resursno-atraktivna osnova.....	19
4.2. Turistička suprastruktura	24
4.3. Performanse ugostiteljstva	27
4.4. Novi (planirani) projekti u funkciji razvoja turizma	29
5. Trendovi na međunarodnom turističkom tržištu	32
5.1. Kvantitativni trendovi i prognoze.....	32
5.2. Kvalitativni trendovi od interesa za turizam u Varaždinskoj županiji.....	32
5.3. Proizvodni trendovi: relevantni turistički proizvodi	33
6. Konkurentna pozicija	37
6.1. Konkurentni krug i tržišna pozicija Županije	37
6.2. Ocjena konkurentne pozicije Varaždinske županije	38
7. SWOT i strateška područja djelovanja.....	41
7.1. Jake i slabe strane turizma Varaždinske županije	41
7.2. Prilike i prijetnje razvoja turizma Varaždinske županije	43
7.3. Strateške prednosti i nedostaci te područja djelovanja	44
8. Načela razvoja	46
8.1. Odrednice prostorno-ekološke održivosti	46
8.2. Odrednice društvene održivosti	47
8.3. Odrednice ekonomske održivosti.....	48
9. Scenariji razvoja	49
9.1. Metodološki okvir	49
9.2. Pristup definiranju relevantnih scenarija	49
9.3. Implikacije pojedinih scenarija	51
9.4. Poželjni razvojni scenarij.....	55
10. Vizija, atributi konkurentnog turističkog brend-koncepta i ciljevi razvoja.....	56
10.1. Uvodne napomene.....	56
10.2. Odrednice vrijednosnog sustava kao podloga za viziju	56
10.3. Vizija razvoja turizma Varaždinske županije	57
10.4. Atributi konkurentnog turističkog brend-koncepta i željenog imidža Varaždinske županije kao turističke destinacije	60
10.5. Ciljevi razvoja turizma Varaždinske županije	62

11. Konceptija turističkog razvoja Varaždinske županije	64
11.1. Programsko-proizvodna konceptija razvoja turizma	64
11.2. Strateška prostorna konceptija razvoja turizma	77
12. Kadrovski i organizacijski činitelji ostvarivanja vizije i konceptije razvoja	90
12.1. Kvaliteta ljudskog potencijala	90
12.2. Upravljačko-organizacijski model provedbe strategije	90
13. Implementacijske aktivnosti	92
13.1. Programi u funkciji upravljanja razvojem	92
13.2. Programi unapređenja turističke infrastrukture	97
13.3. Poduzetnički razvojno-investicijski projekti	106
13.4. Programi u funkciji promocije i prodaje	114
13.5. Terminiški plan	116
14. Zaključak	118

1. Uvod

Varaždinska županija, zajedno s hrvatskim kontinentalnim turističkim "perjanicama" kao što su Varaždin, Varaždinske Toplice ili dvorac Trakošćan, sve se intenzivnije orijentira k turizmu. Prepoznajući potrebu postupne transformacije jednog od izletnički najatraktivnijih dijelova kontinentalne Hrvatske prema odredištu koje posjetiteljima može pružiti uvjete za kvalitetan višednevni boravak, tijekom 2014. godine pokrenut je proces izrade *Strategije razvoja turizma Varaždinske županije 2015. – 2025.* Radi se o dokumentu kojim se želi pokrenuti novi razvojni ciklus usmjeren na snažnije pozicioniranje Županije na domaćem i stranom turističkom tržištu. Temeljem provedenog natječaja, izrada dokumenta povjerena je Institutu za turizam, Zagreb.

Predstavljajući okvir efikasnog i odgovornog upravljanja dugoročno održivim turističkim razvojem, *Strategija razvoja turizma Varaždinske županije 2015. – 2025.* ima za svrhu uspostaviti, kroz iterativni i participativni proces osmišljavanja i usuglašavanja, okvir za definiranje i provedbu politike razvoja turizma usmjerene na povećanje konkurentske sposobnosti turističkih gospodarskih subjekata i povećanje blagostanja stanovnika Županije. Temeljem uobičajene međunarodne metodologije izrade strateških razvojnih dokumenata za turističke destinacije, *Strategija* je strukturirana tako da obuhvati tri osnovne tematske cjeline:

- Analizu okruženja
- Strategiju turističkog razvoja
- Akcijski plan implementacijskih aktivnosti.

Polazeći od postojećih značajki resursno-atraksijske osnove i obilježja turizma na području Varaždinske županije te sagledavajući razvojne mogućnosti koje proizlaze iz tržišnih trendova, analiza okruženja predstavlja podlogu za valoriziranje mogućih scenarija razvoja te postavljanje vizije, atributa konkurentnog turističkog brend-koncepta i ciljeva. Oslikavajući željenu budućnost, postavljena strategija razrađena je u programskoj/proizvodnoj i prostornoj koncepciji razvoja turizma. Tako postavljen strateški okvir činio je, potom, osnovicu za definiranje projekta operacionalizacije strateških smjernica u razdoblju do 2025. godine, odnosno prepoznavanje turističkih razvojnih projekata u domeni privatnog i javnog sektora te kreiranje strateškog okvira za privlačenje potencijalnih investitora.

U izradi dokumenta svojim je preporukama, raspravama, komentarima i primjedbama aktivno sudjelovalo Vijeće za praćenje koje je osnovala Varaždinska županija u sastavu: mr. sc. Jelena Zrinski Berger, pročelnica Upravnog odjela za gospodarstvo, regionalni razvoj i europske integracije; mr. sc. Ivan Biškup, pomoćnik pročelnice za gospodarstvo; Marijan Škvarić, dipl. ing., gradonačelnik Lepoglave; Miran Bojanić Morandini, ravnatelj Gradskog muzeja Varaždin; Damir Mihalić, dipl. oec. ravnatelj Specijalne bolnice za medicinsku rehabilitaciju Varaždinske Toplice; Maja Lehman, Agencija za razvoj Varaždinske županije te Elizabeta Dolenc, direktorica Turističkog ureda Turističke zajednice Varaždinske županije.

2. Pristup, ciljevi i metodologija projekta

2.1. Ciljevi projekta

Dokument *Strategija razvoja turizma Varaždinske županije 2015. – 2025. godine* predstavlja stratešku platformu i okvir za koordinaciju aktivnosti različitih institucija javnog sektora, gospodarskih subjekata i svih drugih dionika uključenih u razvoj i podizanje kvalitete integralnog turističkog proizvoda Varaždinske županije. Težeći povećanju blagostanja lokalnog stanovništva i rastu konkurentne sposobnosti turizma Županije, ciljevi Strategije su:

- osiguranje jasnog razvojnog koncepta i dugoročno usuglašene politike razvoja turizma
- stvaranje pretpostavki za uspješno, dugoročno održivo, tržišno pozicioniranje
- definiranje razvojnih prioriteta i njihovih nositelja
- pružanje strateškog okvira za privlačenje potencijalnih investitora
- prepoznavanje razvojnih projekata/programa u domeni privatnog i javnog sektora
- usmjeravanje aktivnosti korištenja sredstava EU fondova/programa.

Uspješno ispunjavanje definiranih ciljeva projekta podrazumijeva:

- potrebu usklađivanja stavova javnog i privatnog sektora oko svih bitnih pitanja dugoročnog razvoja turizma
- potrebu osiguranja ekonomskog napretka zasnovanog na globalno konkurentnoj turističkoj ponudi
- potrebu uvažavanja načela održivosti razvoja te racionalnog korištenja evaluirane turističke resursno-atraksijske osnove.

2.2. Metodologija izvođenja projekta

Metodologija izvođenja *Strategija razvoja turizma Varaždinske županije 2015. – 2025. godine* podrazumijeva fazni pristup te intenzivnu komunikaciju s lokalnim dionicima turističkog razvoja. Izrada Plana uključuje:

Fazni pristup

Plan je izveden u tri međusobno povezane faze koje odgovaraju na pitanja gdje smo danas, kamo želimo ići i kako doći do željenog cilja. Sukladno tome, dokument je podijeljen u tri glavne faze ili tematske cjeline uključujući: 1) Analizu okruženja, 2) Strategiju turističkog razvoja i 3) Akcijski plan implementacijskih aktivnosti. Svaka od faza verificirana je od strane Naručitelja prije započinjanja sljedeće faze.

Obilazak terena

Članovi ekspertnog tima Instituta za turizam u više su navrata boravili na prostoru Županije u cilju što boljeg upoznavanja svih relevantnih značajki projektnog područja. U sklopu obilaska naročita je pažnja posvećena sagledavanju turističke resursno-atraksijske osnove pojedinih destinacija Varaždinske županije, ocjeni turističke infra- i suprastrukture, kao i prikupljanju informacija o eventualnim novim projektima relevantnim za turizam Županije u nastupajućem razdoblju.

Intervjui s lokalnim dionicima

Izvođenje projekta podrazumijevalo je i provođenje većeg broja individualnih intervjua s ključnim dionicima turističkog razvoja Varaždinske županije, kao i određen broj sastanaka s manjim homogenim interesnim skupinama u domeni turističke djelatnosti kako bi se prikupile informacije i stavovi o problemima, izazovima i perspektivama turističkog razvoja Županije.

Strateške radionice s lokalnim dionicima

Rad na projektu zahtijeva provođenje strateških radionica s predstavnicima relevantnih interesnih skupina i dionicima turističkog razvoja Županije kako bi se osigurala transparentnost rada, sudjelovanje relevantnih dionika u osmišljavanju pojedinih faza projekta i njihova verifikacija. Teme radionica su ocjena tržišne pozicije, scenariji, vizija i koncepcija razvoja te akcijski plan.

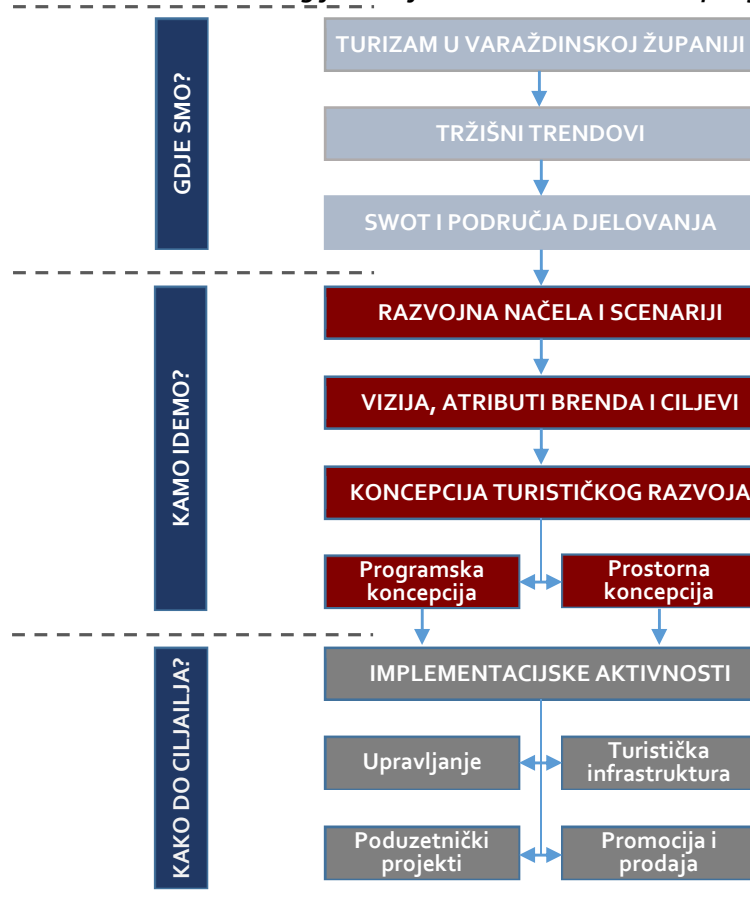
Kabinetsko (desk) istraživanje

Tijekom rada na projektu proveden je i cijeli niz kabinetskih (desk) istraživanja zasnovanih na većem broju različitih sekundarnih izvora informacija, uključujući stručnu literaturu, statističke izvore podataka i internetske portale. Desk istraživanja posebno su se fokusirala na turističko-resursnu osnovu i turističke performanse Županije, te na trendove na turističkom tržištu.

2.3. Struktura dokumenta

Polazeći od postavljenih ciljeva te poštujući metodološki pristup izradi destinacijskog plana razvoja, struktura *Strategija razvoja turizma Varaždinske županije 2015. – 2025.* detaljnije je prikazana u slici 2.1.

Slika 2.1. Struktura *Strategije razvoja turizma Varaždinske županije 2015. – 2025.*



3. Analiza internog okruženja

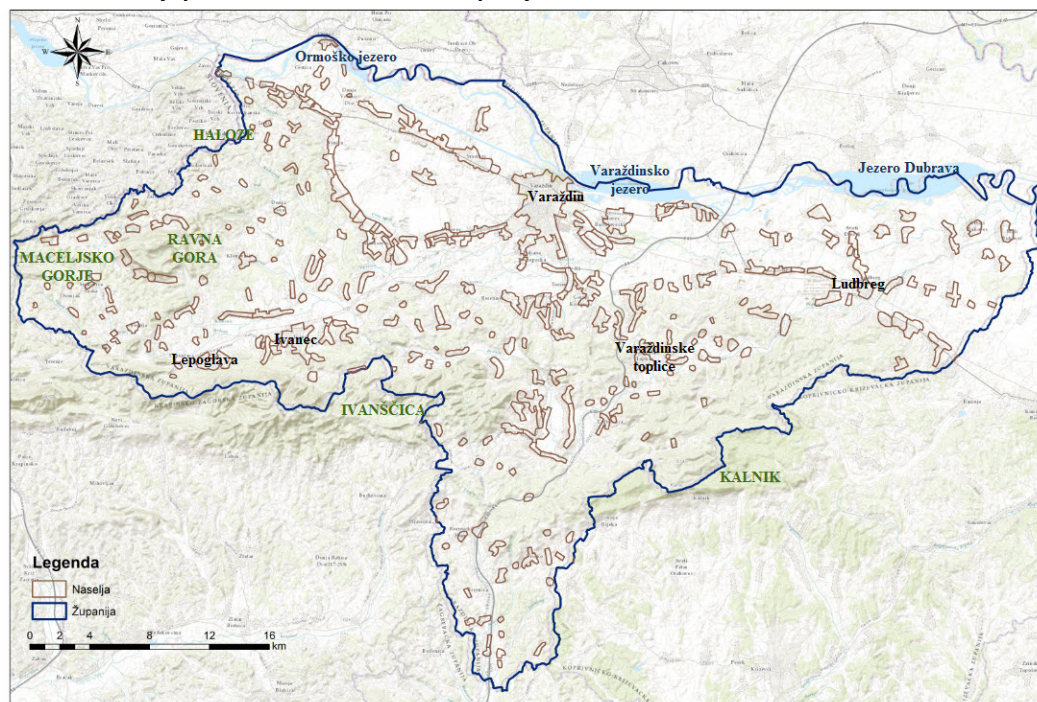
3.1. Opći podaci o Županiji

Zemljopisne značajke, klima i administrativna podjela

Varaždinska županija nalazi se na krajnjem sjevernom dijelu Republike Hrvatske. Na sjeveru Županija graniči s Međimurskom županijom, na jugu s Krapinsko-zagorskom i Zagrebačkom županijom, na zapadu s Republikom Slovenijom, a na istoku s Koprivničko-križevačkom županijom. Varaždin kao županijsko administrativno središte udaljen je manje od 50 kilometara od granica Republike Austrije i Republike Mađarske.

Smještena na rubnom pojasu panonskog područja, Varaždinska županija okružena je rijekom Dravom, Macejskim pobrđem i istočnim Halozama, Kalničkim gorjem te Ivanščicom, a obilježava ju ravničarsko te brežuljkasto reljefno područje s gorskim masivima. Na području Županije nalazi se planina Ivanščica čiji istoimeni vrh dostiže 1.059 m nadmorske visine, a među 55 hrvatskih planina čiji su vrhovi viši od 500 metara je i Ravna gora (Trakošćan) s vrhom na 686 m nadmorske visine (Državni zavod za statistiku, Statistički ljetopis 2013., 2013.).

Slika 3.1. Zemljopisna karta Varaždinske županije



Izvor: Institut za turizam.

Županija je važno hidrografsko čvorište Hrvatske. Na njezinom području nalaze se vodotoci (rijeka i potoci), jezera (akumulacijska jezera, jezera nastala eksploatacijom šljunka i ostala), izvori i podzemne vode u vodonosniku dravskog aluvija i gorskog masiva Ivanščice. Sve tekućice pripadaju slivu rijeke Dunav, rijeke Plitvica i Bednja preko sliva Drave te Lonja preko sliva Save (Varaždinska županija, Izvješće o stanju okoliša Varaždinske županije, 2014.).

Klima na području Varaždinske županije pretežito je umjereno topla kišna klima (tip Cfbwx), s najvećim intenzitetom padalina u zimskom dijelu godine. Najtopliji mjeseci su ljetni mjeseci od

lipnja do kolovoza, dok su najhladniji zimski mjeseci od prosinca do veljače.¹ Godišnji hod količine oborina je kontinentalnog tipa.²

Za Županiju je karakterističan sjeveroistočni vjetar koji najčešće puše u zimskom dijelu godine donoseći hladno i vedro vrijeme. Najvjetrovitije razdoblje godine je proljeće (istočnjak), a najvjetrovitije područje su vrhovi Ivanščice.

Površina Županije je 1.262 km², a u njoj živi ukupno 175.951 stanovnika (u 2011. godini). Izuzevši Grad Zagreb, Varaždinska županija je, kao posljedica dugog kontinuiteta guste naseljenosti, s prosječno 139,4 stanovnika po km² najgušće naseljena županija Hrvatske poslije Međimurske županije (156,1 stanovnika po km²) (Državni zavod za statistiku, 2013.).

Varaždinska županija administrativno je podijeljena na 6 gradova, 22 općine i 302 naselja (DZS 2014). Sjedište Županije je grad Varaždin, a status grada imaju i Ivanec, Lepoglava, Ludbreg, Novi Marof i Varaždinske Toplice. Ivanec je najveći grad Županije prema površini (111,75 km²), i broju naselja (29), dok je najveća općina Bednja (78,01 km²), a najmanja Beretince (12,40 km²).

Slika 3.2. Karta administrativne podjele Varaždinske županije



Izvor: Institut za turizam.

Demografska obilježja

U razdoblju od 1971. do 2011. godine broj stanovnika u Županiji smanjen je za 4,6% (tablica 3.1.), dok je broj kućanstava povećan za 16,9% što je imalo za posljedicu istodobno stalno smanjenje broja stanovnika po kućanstvu s 3,9 osoba u 1971. godini na 3,2 osobe u 2011. godini. U analiziranom razdoblju Županija je najveći broj stanovnika i kućanstava dosegla 1991. godine, nakon čega je uslijedio pad, posebice broja stanovnika za 6,3%.

¹ U 2012. godini su, primjerice, na području Varaždina u razdoblju od lipnja do kolovoza zabilježene srednje mjesečne temperature zraka između 21,4 °C i 22,5 °C, a u razdoblju od prosinca do veljače između -2,4 °C i 2 °C (Državni zavod za statistiku, Statistički ljetopis 2013., 2013.).

² U 2012. godini maksimalne oborine (podaci za Varaždin) zabilježene su u svibnju (127,6 mm) te listopadu i studenom (108,1 – 108,9 mm), a minimalne ožujku (1,4 mm) i kolovozu (9,8 mm) (Državni zavod za statistiku, Statistički ljetopis 2013., 2013.).

Tablica 3.1. Broj stanovnika i kućanstava u Varaždinskoj županiji (prema podacima iz popisa stanovništva)

	1971.	1981.	1991.	2001.	2011.
Broj stanovnika	184.380	187.495	187.853	184.769	175.951
Broj kućanstava	47.452	52.879	56.706	56.095	55.483
Broj stanovnika po kućanstvu	3,9	3,5	3,3	3,3	3,2

Izvor: Državni zavod za statistiku, Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2011.

Broj stanovnika Županije smanjuje se, osim zbog migracija, i uslijed negativnog prirodnog kretanja stanovništva (tablica 3.2.). U 2013. godini Županija je zabilježila negativan prirodni prirast od 635 stanovnika (živorođenih je bilo 1.780, a umrlih 2.280), a približno ista razina negativnog prirasta obilježava i cijelo razdoblje posljednjih desetak godina (u 2002. godini prirodni prirast bio je -641 stanovnika, a u 2007. godini -595 stanovnika).

Tablica 3.2. Prirodno kretanje stanovništva u Varaždinskoj županiji

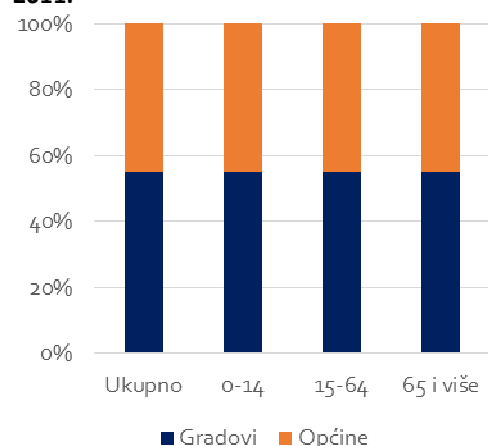
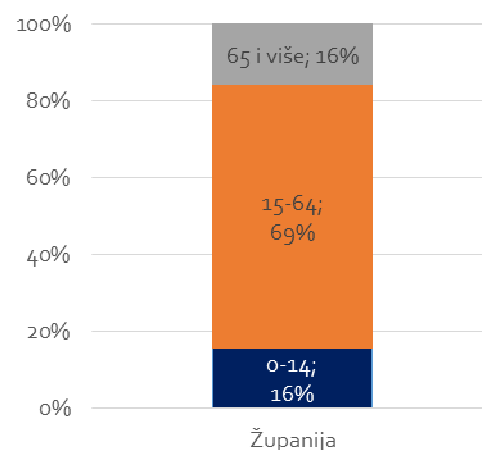
	2002.	2007.	2012.
Živorodeni	1.688	1.721	1.643
Umrli	2.329	2.316	2.251
Prirodni prirast	-641	-595	-608

Izvor: Državni zavod za statistiku, priopćenje Prirodno kretanje stanovništva

U gradovima Županije ukupno živi 97.075 stanovnika (tablica T1, u Prilog I: tablice), a u općinama 78.876 stanovnika (stanje prema popisu stanovnika iz 2011. godine). Prema kriteriju broja stanovnika najveći grad Županije je Varaždin s 46.476 stanovnika, a slijede Ivanec (13.758 stanovnika) te Novi Marof (13.246 stanovnika). Maruševac je općina s najvećim brojem stanovnika (8.381 stanovnika), a prema broju stanovnika slijede Cestica (5.806) i Gornji Kneginec (5.349). Najmanja općina je Breznički Hum u kojoj živi 1.356 stanovnika.

U dobnoj strukturi stanovništva Županije, s udjelom od 69% dominira skupina stanovnika u dobi 15 – 64 godine, dok su udjeli dobnih skupine stanovnika 0 – 14 godina i onih sa 65 i više godina gotovo podjednaki (slika 3.4.)

Udjeli pojedinih dobnih skupina u gradovima i općinama gotovo su jednaki i odgovaraju raspodjeli ukupnog stanovništva između gradova i općina Županije (slika 3.3.).

Slika 3.3. Dobna struktura stanovništva u gradovima i općinama Varaždinske županije u 2011.

Slika 3.4. Dobna struktura stanovništva Varaždinske županije u 2011.


Izvor: Državni zavod za statistiku, Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2011.

Od ukupnog broja stanovnika u 2011. godini (tablica 3.3.) 44% bilo je zaposleno, 7% nezaposleno, dok je gotovo polovica stanovništva ekonomski neaktivna. U odnosu na Hrvatsku, županijska raspodjela stanovnika prema kriteriju ekonomske aktivnosti nešto je povoljnija. Naime, u

Županiji je zaposleno 2,6 postotnih bodova više stanovnika nego u Hrvatskoj, nezaposlenih je 1,1 postotni bod manje, a 1,5 postotnih bodova manje je i ekonomski neaktivnog stanovništva.

Tablica 3.3. Stanovništvo prema trenutnoj aktivnosti u 2011.

	Ukupno	Zaposleni	Nezaposleni	Ekonomski neaktivni i ostali
Varaždinska županija	148.834	65.510	10.219	73.105
	100,0	44,0	6,9	49,1
Hrvatska	3.632.461	1.503.867	292.282	1.836.312
	100,0	41,4	8,0	50,6

Izvor: Državni zavod za statistiku, Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2011.

Stambeni fond i kuće/stanovi za odmor

Gotovo sva kućanstva (95,8%) Županije raspolažu sa stambenom jedinicom u privatnom vlasništvu ili suvlasništvu, za 6 postotnih bodova više nego na razini Hrvatske (tablice P2., P3., P4., P5. u Prilog I: tablice). Pri tome na području Županije ima ukupno 64,2 tisuće stanova za stalno korištenje (1,16 stanova po kućanstvu), od čega je 85% nastanjenih, 11% privremeno nenastanjenih, a 5% napuštenih stanova. Najviše privremeno nenastanjenih stanova je na području Ludbrega (14%) i Varaždina (13%), dok je najviše napuštenih stanova na području Bednje (21%), Novog Marofa (11%) i Lepoglave (11%).

Na području Županije izgrađeno je i 8 tisuća stanova za odmor prosječne veličini 39,7 m² od čega 7,6 tisuća u vikend kućama. Županija raspolaže s 3,2% broja stanova za odmor u Hrvatskoj te 2,1% njihove površine. Najviše stanova za odmor izgrađeno je na području općine Gornji Kneginec (1.000), a slijede Ivanec s 915 i Jalžabet s 826 stanova za odmor i rekreaciju. Na području Županije izgrađeno je i 3,6 tisuća stanova koji se u vrijeme sezonskih radova koriste u poljoprivredi, najviše na području Novog Marofa (1.672 stanova) te Cestice (435) i Vinice (413).

Prometni položaj i dostupnost

Važnost prometnog položaja Varaždinske županije proizlazi iz činjenice da njezinim područjem prolaze važni cestovni i željeznički pravci koji čine sjeverozapadni spoj Hrvatske prema europskim prometnim sustavima.

Cestovni promet Gustoća cestovne mreže Varaždinske županije u 2013. godini dostigla je 929 metara po km², gotovo dvostruko više od prosjeka Hrvatske i najviše među svim hrvatskim županijama. Na području Županije izgrađeno je 45 km autocesta, 198 km državnih cesta, 445 km županijskih te 484 km lokalnih cesta (Državni zavod za statistiku, 2014.).

Prostorom Županije prolazi nekoliko strateških cestovnih pravaca, i to europski koridor Mađarska – Rijeka (A4, DC3) te državni pravac od granice s Republikom Hrvatskom do Osijeka (DC2).

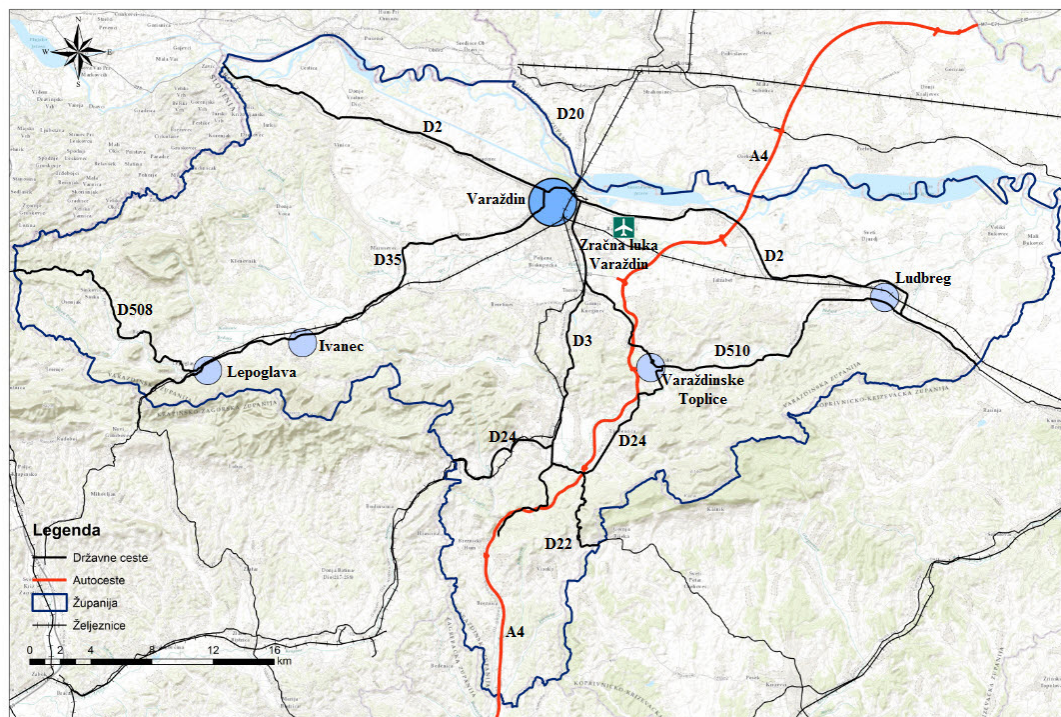
Broj nesreća sa stradalim osobama tijekom 2013. godine povećan je za 9% u odnosu na 2012. godinu, dok je istodobno na razini Hrvatske zabilježeno 5%-tno smanjenje.

Željeznički promet Osnovu željezničkog prometa čini pruga Zagreb – Zaprešić – Zabok – Varaždin – Čakovec – Kotoriba – granica Mađarske/Mursko Središće – Lendava, a na tu prugu nadovezuju se i pruge Zabok – Đurmanec – granica Slovenije, Varaždin – Golubovec, Koprivnica – Varaždin – Osijek.

Na području Županije u 2013. godini ostvareno je 881. tisuću odlaznih putovanja, 7,2% manje nego u 2012. godini. Utovar roba na području Županije u 2013. godini povećan je za 3%, a istovar smanjen za 42% u odnosu na 2012. godinu.

Zračni promet Na području Županije izgrađeno je zračno pristanište (Zračna luka Varaždin, LDVA) koje je trenutno zatvoreno (tijekom 2015. godine grad Varaždin je raspisao natječaj za iskazivanje interesa za uređenje i upravljanje). Staza omogućava slijetanje mlaznih poslovnih zrakoplova svih kategorija te srednjih putničkih turbo-prop ili mlaznih zrakoplova. Operator pristaništa Varaždin Airport d.o.o. ishodio je trajnu svjedodžbu.

Slika 3.5. Karta prometne povezanosti Varaždinske županije



Izvor: Institut za turizam.

Infrastrukturna opremljenost i stanje okoliša

Infrastrukturna opremljenost Varaždinske županije uglavnom je zadovoljavajuća, dok je okoliš još uvijek relativno dobro očuvan (Izvešće o stanju okoliša Varaždinske županije za razdoblje od 2010. do 2013., Varaždinska županija, 2014.):

Vodoopskrba Vodoopskrbu Županije obilježava dobra pokrivenost (83% na području regionalnog vodovoda Varaždin i 90% na području grupnog vodovoda Ivanec). U nekim naseljima Županije vodoopskrba je organizirana samostalno iz lokalnih, dobro protočnih izvora (uz problem praćenja kvalitete).

Kakvoća vode ugrožena je zbog prodora onečišćenja s površine. Voda za piće iz lokalnih vodoopskrbnih objekata uglavnom ne odgovara zahtjevima zakonskih propisa.

Odvodnja Sustav odvodnje obilježava nepovezanost sustava i pročišćavanja otpadnih voda mješovitog tipa. Odvodnja je djelomično riješena u većim naseljima (Varaždin raspolaže jedinstvenom mrežom kolektora i kanala koji prihvaća vode iz kućanstva te industrijske i oborinske vode, dok je na području Ivanca izgrađenost odvodnog sustava mala i nedostatna).

Temeljni problem sustava javne odvodnje i pročišćavanja aglomeracije Varaždin odnosi se na otpadne vode iz industrije koja još uvijek nema izgrađene predtretmane industrijskih otpadnih voda.

Zbog promijenjenog prirodnog vodnog režima do kojeg je došlo nakon izgradnje hidroelektrana, dionice starog korita Drave predstavljaju najosjetljiviji i najnepovoljniji dio rijeke za prihvaćanje otpadnih voda.

Energetski sustav Županiju obilježava dobra pokrivenost energetsom i plinoopskrbnom (pokrivenost 85%) mrežom.

Raspoloživi prirodni potencijal energije vjetra nije znatan (preliminarno su procijenjena na 20-ak MW).

Izvori geotermalne energije rezultat su rasjeda koji presijecaju geološke strukture na kojima se pojavljuju mineralno-termalne vode različitih mineralnih sastava (sumporna, slana) i različite temperature (hladna, mlaka, topla). Izvor u Varaždinskim Toplicama koristi se u zdravstvene svrhe, a potencijal (proizvodnja energije i balneološke svrhe) predstavlja lokacija Lunjkovec (Ludbreg).

Informacijsko-komunikacijska infrastruktura	Pokrivenost pokretnom mrežom je 100%-tna. Koncem 2013. godine na području Županije bilo je 30,9 tisuća širokopojasnih priključaka, odnosno 3,3% svih priključaka u Hrvatskoj. Gustoća širokopojasnih priključaka u Županiji je 17,6%, i za 4 postotna boda je niža u odnosu na prosjek Hrvatske (HAKOM, 2014).
Gospodarenje otpadom	U svim županijskim gradovima i općinama organizirano se skuplja i odvozi otpad, a dio domaćinstava u brdskim dijelovima Županije nije obuhvaćen sustavom. Skupljeni komunalni i neopasni proizvodni otpad odlaže se na četiri odlagališta, a razvrstavanje i odvojeno skupljanje otpada na mjestu nastanka provodi se u jedinicama lokalne samouprave. Uspostava sustava reciklažnih dvorišta za gospodarenje komunalnim i građevinskim otpadom različita je po gradovima i općinama.
Zrak	Mjerenja emisija u zrak ukazuju na zadovoljavajuću kakvoću zraka bez većih onečišćenja. Najveće onečišćenje prisutno je u gradu Varaždinu kao kolektivnom onečišćivaču (promet, industrija, ložišta), dok je u ruralnim područjima kakvoća zraka zadovoljavajuća.
Tlo i poljoprivredna proizvodnja	Obradive površine se smanjuju, i to posebice livade i pašnjaci, a rastu građevinska područja. Nizinsko područje vodonosnika u Dravskoj dolini proglašeno je područjem ranjivim na nitrata (potrebno provođenje mjera dobre poljoprivredne prakse generira povećane troškove poljoprivredne proizvodnje).
Šume	Stanje šuma i šumskih ekosustava je stabilno, pri čemu je uslijed pada razine podzemnih voda zbog izgradnje akumulacijskih jezera uz Dravu zamijećeno propadanje šuma (šume stavljene u stanje mirovanja).

Zaštićena područja

Na području Varaždinske županije nalazi se 30 zaštićenih prirodnih vrijednosti. Najznačajnije je područje Regionalnog parka Mura-Drava, koji je ujedno i dio prekograničnog UNESCO-vog rezervata biosfere Mura-Drava-Dunav (udio područja Regionalnog parka u Varaždinskoj županiji iznosi 11.23% ili 9.809.81 ha).³ U Županiji su zaštićene i dvije park-šume (Park-šuma Trakošćan, Dravska park-šuma), jedan značajni krajobraz (područje Kalnika), pet spomenika prirode (pećina Vindija, Belina lipa, Mačkova špilja, Gaveznicca, skupina stabala bijelih topola) te 21 spomenik parkovne arhitekture (Upisnik zaštićenih područja, Ministarstvo zaštite okoliša i prirode).

Na području Županije nalazi se i 315 zaštićenih, pokretnih i nepokretnih materijalnih te nematerijalnih kulturnih dobara (Ministarstvo kulture, ažurirano 23. 2. 2015., <http://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=6212>), pri čemu posebno valja izdvojiti šest kulturnih dobara od nacionalnog interesa⁴, kao i pet⁵ zaštićenih nematerijalnih kulturnih dobara od kojih je Lepoglavska čipka pod UNESCO-vom zaštitom.⁶ U nematerijalnu baštinu s UNESCO-vom zaštitom od 2010. godine uključen je i medicarski obrt s područja sjeverozapadne Hrvatske, a kojim se bave u Klenovniku.

³ Svrha zaštite ekosustava Regionalnog parka Mura-Drava je očuvanje prirodnih tipova staništa ugroženih na državnoj i europskoj razini, svih svojti koje na njima obitavaju, očuvanje izuzetnih krajobraznih vrijednosti, geološke baštine te kulturno-tradicijske baštine.

⁴ Lepoglava: crkva bezgrešnog začeca Blažene Djevice Marije, bivši pavlinski samostan i Gostinjac (nepokretno kulturno dobro – pojedinačno); Lepoglava: crkva sv. Jurja (nepokretno kulturno dobro – pojedinačno); Trakošćan: dvorac Drašković s perivojem (nepokretno kulturno dobro – pojedinačno); Varaždin: crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije (nepokretno kulturno dobro – pojedinačno); Varaždin: Palača Patačić, Franjevački trg 5 (nepokretno kulturno dobro – pojedinačno); Varaždin: Stari Grad, Strossmayerovo šetalište (nepokretno kulturno dobro – pojedinačno). Lista ažurirana 22.2.2015. (<http://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=6212>)

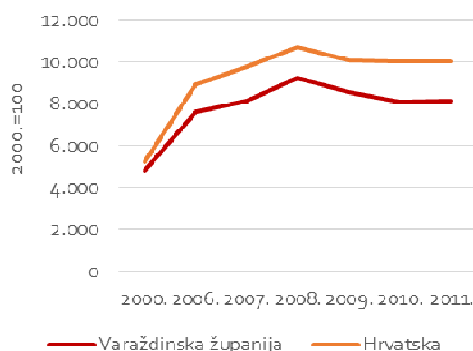
⁵ Bednjanski govor; Lepoglavska čipka; Priprema blagdanske pogače lucišćak; Priprema blagdanskog božićnog kruha koledo iz Plemšćine; Jurjevski običaji na području sjeverozapadne Hrvatske. Lista ažurirana 22.2.2015. (<http://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=6212>).

⁶ Na tentativnoj listi (pristupni popis) svjetske baštine UNESCO-a (popis onih područja koji se nalaze na teritoriji zemalja članica za koje se smatra da su relevantne za upis na Listu svjetske baštine) od 2005. godine nalazi se i Varaždin (povijesna jezgra i Stari grad).

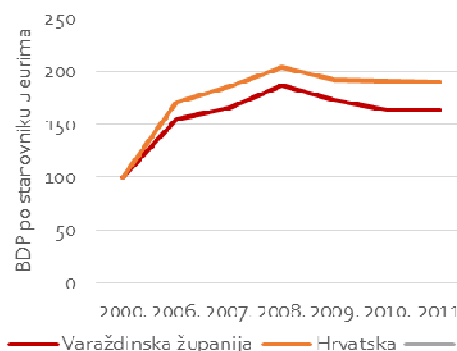
3.2. Gospodarstvo Županije

Bruto domaći proizvod Varaždinske županije u razdoblju od 2000. do 2011. godine rastao je sporije od bruto domaćeg proizvoda Hrvatske, uz snažnije izražene negativne utjecaje financijske krize s kraja prošlog desetljeća, (slika 3.6.). U razdoblju od 2000. do 2011. godine bruto domaći proizvod Županije povećan je za 63%, a na razini Hrvatske za 90%, dok je u razdoblju od 2008. (godina najveće ostvarene razine bruto domaćeg proizvoda) do 2011. godine Županija zabilježila 13%-tno smanjenje bruto domaćeg proizvoda u odnosu na 7%-tno smanjenje na razini Hrvatske. Valja naglasiti da, unatoč nastavku negativnih kretanja na razini Hrvatske, gospodarstvo Županije u 2011. godini bilježi blagi oporavak.

Slika 3.6. Kretanje bruto domaćeg proizvoda (2000. = 100) u Varaždinskoj županiji i Hrvatskoj, u tekućim cijenama (euri)



Slika 3.7. Kretanje bruto domaćeg proizvoda po stanovniku u Varaždinskoj županiji i Hrvatskoj, u tekućim cijenama (euri)



Izvor: Državni zavod za statistiku, priopćenje Bruto domaći proizvod za Republiku Hrvatsku, NKPJS – 2. razina i županije u 2011.

Gospodarska snaga Županije mjerena bruto domaćim proizvodom po stanovniku pokazuje da se Županija nalazi među razvijenijim županijama Hrvatske (Državni zavod za statistiku, Bruto domaći proizvod za Republiku Hrvatsku NKPJS – 2. razina i županije u 2011., 2014). U 2011. godini bruto domaći proizvod po stanovniku (prema popisu iz 2011. godine) bio je 8.285 eura, za 19,8% manji od prosjeka Hrvatske, ali i treći najveći među kontinentalnim županijama (bez Grada Zagreba). Prateći brži oporavak u odnosu na prosjek Hrvatske, županijski bruto domaći proizvod po stanovniku (slika 3.7.) u 2011. godini povećan je za 0,3%, dok je istodobno na razini Hrvatske smanjen za 0,2%. Indeks razvijenosti (Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije, izračun od 27.12.2013.), kao sintetički pokazatelj razvijenosti županija je 86,34%, što upućuje da se Varaždinska županija nalazi na približno istoj razini razvijenosti kao Šibensko-kninska te Splitsko-dalmatinska županija (II skupina razvijenosti) te da sedam županija ostvaruje višu razinu razvijenosti.

Gospodarsku strukturu Županije (tablica T6. u Prilog I: tablice) obilježava dominantna i rastuća uloga prerađivačke industrije, rudarstva i vađenja te ostalih industrija. U 2011. godini bruto domaća vrijednost ostvarena u toj djelatnosti činila je 35,4% bruto domaće vrijednosti cijele Županije, za 2,7 postotnih bodova više nego u 2000. godini. Prema važnosti slijede trgovina na veliko i na malo, prijevoz i skladištenje, smještaj, priprema i usluživanje hrane (udio 14,4% u 2011. godini)⁸, a potom poslovanje s nekretninama (9,2%). U odnosu na 2008. godinu, odnosno razdoblje prije posljednje financijske krize, relativno najveći gubitak važnosti zabilježile su djelatnosti graditeljstva (smanjenje udjela za 3,4 postotna boda) te poljoprivrede, šumarstva i ribarstva (smanjenje udjela za 3 postotna boda). Uz prerađivačku industriju kao nositelja

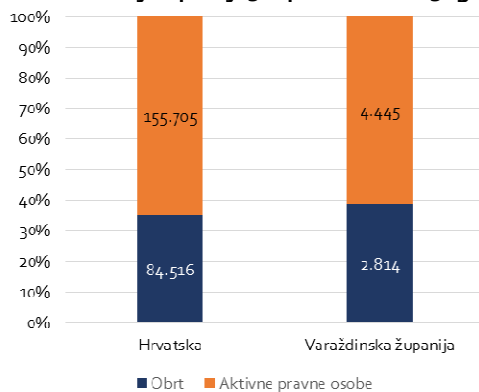
⁷ Indeks razvijenost ponderirani je prosjek vrijednosti standardiziranih pokazatelja prosječnog dohotka *per capita*, prosječnih izvornih prihoda *per capita*, prosječne stope nezaposlenosti, kretanja stanovništva i udjela obrazovnog stanovništva u stanovništvu od 16 do 65 godina.

⁸ Raspoloživi podaci službene statistike ne pružaju mogućnost uvida u bruto dodanu vrijednost ostvarenu u Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane jer je ta djelatnost obuhvaćena skupinom Ostale uslužne djelatnosti (u 2011. godini ta je skupina generirala 1,8% dodane vrijednosti županije).

gospodarske aktivnosti, Županija bilježi i rastuću pozitivnu bilancu robne razmjene s inozemstvom (tablica T7. u Prilog I: tablice).

Koncem 2013. godine na području županije djelovalo je 4.445 aktivnih pravnih osoba te 2.814 obrta. U odnosu na strukturu poslovnih subjekata na području Hrvatske, Županiju obilježava za 3,6 postotnih bodova veća važnost obrta (slika 3.8.).

Slika 3.8. Broj poslovnih subjekata u Hrvatskoj i Varaždinskoj županiji 31. prosinca 2013. godine



Izvor: Državni zavod za statistiku RH, priopćenje Broj i struktura poslovnih subjekata po županijama

pravnim osobama te 8,4 tisuće osoba u obrtu i slobodnim zanimanjima (tablica T9. u Prilog I: tablice), dok je 11,0 tisuća bilo nezaposleno (Hrvatski zavod za zapošljavanje) iz čega slijedi da je stopa nezaposlenosti u 2013. dostigla 16,2%. Na moguću veću (latentnu) nezaposlenost upućuje činjenica da gotovo polovica stanovnika Županije ulazi u skupinu ekonomski neaktivnog stanovništva.

Prerađivačka industrija zapošljava 40,5% zaposlenih u pravnim osobama, a prema važnosti slijede djelatnosti trgovine (11,9%) te obrazovanja (8,6%). Prerađivačka industrija zapošljava i najveći broj zaposlenih u obrtu, a važnije djelatnosti su trgovina (14,1%) te prijevoz i skladištenje (12,5%). U djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane radi 2,8% ukupno zaposlenih u Županiji, od čega 41,3% u pravnim osobama te 58,7% u obrtu.⁹

U strukturi aktivnih pravnih osoba koncem 2013. godine (tablica T8. u Prilog I: tablice) dominira djelatnost trgovine na koju otpada 23,5% ukupnog broja subjekata, a po važnosti slijedi prerađivačka industrija (12,8% aktivnih pravnih osoba), stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti (10,8%) te građevinarstvo (10,1%). U skupini ostalih djelatnosti je 32,2% svih aktivnih pravnih osoba. U djelatnosti hotela i restorani (Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane) djeluje 4,3% pravnih osoba.

U 2013. godini u Županiji je bilo zaposleno 48,5 tisuća osoba u

3.3. Odrednice razvoja turizma u strateškim dokumentima

U ovom se dijelu prikazuju osnovne značajke ključnih strateških dokumenata Varaždinske županije te se daje pregled strateških planova razvoja turizma pojedinih gradova i općina.

Polazeći od odrednica prostornog plana Varaždinske županije i Županijske razvojne strategije kao dokumenata koji uspostavljaju strateški okvir za razvoj turizma na razini Županije, ali i prostornih planova pojedinih gradova i općina te strateških planova njihovog gospodarskog i turističkog razvoja, moguće je ustvrditi da, ocjenjujući da Županija ima komparativne prednosti za razvoj turizma, brojni gradovi i općine turizam vide kao važan pokretač gospodarske aktivnosti.¹⁰ Pri tome se kroz međudnos postavljenih ciljeva i mjera planiraju aktivnosti podizanja konkurentne sposobnosti turizma zasnovane na podizanju znanja i vještina lokalnog stanovništva, odnosno

⁹ Ocijenjeno je (Strategija razvoja ljudskih potencijala Varaždinske županije) da postojeća razina ljudskih potencijala Županije zahtijeva podizanje razine kvalitete i umreženosti formalnog i neformalnog obrazovnog sustava i gospodarstva, stvaranje okruženja koje promovira vrijednost rada i motiviranost radne snage te senzibiliziranje društva za socijalnu inkluziju i korištenje radnih potencijala i sposobnosti marginaliziranih skupina na tržištu rada.

¹⁰ Kao oblik lokalnih partnerstava i lokalne akcijske grupe (LAG) imaju zadatak izrade lokalnih razvojnih strategija te usmjeravanje i praćenje njihove provedbe uključujući i korištenje sredstava potpore. Tri LAG-a pokrivaju područje županije: LAG Priznag, LAG Sjeverozapad, LAG Izvor (Hrvatska mreža za ruralni razvoj). S obzirom na definiranu misiju lokalnih akcijskih grupa, njihove razvojne strategije (više u Prilogu II: Odrednice razvoja turizma u strateškim dokumentima jedinica lokalne samouprave) sasvim sigurno čine važnu komponentu sagledavanja značajki županijske/regionalne orijentacije na turizam, orijentirajući se posebno u provedbenim aktivnostima na razvoj ruralnog turizma, razvoj turističke infra- i suprastrukture, održivo korištenje resursne baštine te promociju i povezivanje dionika.

općenito razvoja ljudskih resursa, uspostavljanju komunalne i turističke infrastrukture, transparentnom definiranju uvjeta pokretanja turističkih projekata, odnosno uklanjanju ograničenja u prostorno planskoj dokumentaciji za pokretanje različitih oblika obiteljskog turističkog poduzetništva, kao i na razvoju proizvoda i usluga. Imajući na umu potrebu budućeg konkurentnog usuglašavanja planiranih aktivnosti razvoja turizma između pojedinih gradova i općina Županije, moguće je ustvrditi da postojeći razvojno-planski okvir ne predstavlja ograničenje daljnjeg razvoja turizma.

U tom smislu, ova Strategija razvoja turizma Varaždinske županije 2015. – 2025. polazi od razvojnih i prostorno planskih dokumenata Varaždinske županije te pojedinih gradova¹¹ i općina¹², i to posebno:

Varaždinska županija

Prostorni plan Varaždinske županije s izmjenama

Plan utvrđuje da je industrijalizacija temelj razvoja Županije, uz razvoj djelatnosti koje imaju komparativne prednosti (poljoprivreda, usluge - prije svega promet, termalna lječilišta, zdravstveni i lovni turizam). U sferi razvoja turizma, sporta i rekreacije, nositelji razvitka su: Varaždin (1. kategorija), Varaždinske Toplice, Trakošćan i Ludbreg (2. kategorija) te Ivanec, Lepoglava i Novi Marof (3. kategorija).

Planom je određeno da se turizmu iz perspektive gospodarskog korištenja prostora pristupi tako da se:

- osigura konkurentna sposobnost turističke (kontinentalne) ponude utemeljene na prirodnim uvjetima (šume, jezera, vodotoci, termalni izvori, graditeljska baština, lovna područja)
- turizam integrira u ukupnu strukturu prostora/naselja, uz samo iznimno formiranje izdvojenih kompleksa
- sport i rekreacija, uz uključivanje poljoprivrede i tradicije, sagledavaju kao novi aspekti turizma
- prioritet da revitalizaciji zapuštenih građevina/naselja
- novu izgradnju usmjeri prema područjima na kojima je potrebna sanacija terena
- potencira izgradnja golfskih igrališta
- izradi nova generacija prostornih planova kao pretpostavka realizaciji novih turističkih zona.

Plan navodi sljedeće lokacije i sadržaje namijenjene turističkom korištenju:

- šire područje Trakošćana (turističko-ugostiteljski i izletničko-rekreacijsko-sportski sadržaji, hotel, teniska igrališta, golfsko igralište manjeg opsega ili vježbalište i drugo)
- zdravstveno-lječilišni kompleks u Varaždinskim Toplicama

¹¹ Varaždin: Strateški plan razvoja turizma Grada Varaždina do 2020.; Varaždinske Toplice: Strategija razvoja Grada Varaždinskih Toplica 2014. – 2020. i Strategija razvoja Specijalne bolnice za medicinsku rehabilitaciju Varaždinske Toplice i turističke destinacije Varaždinske Toplice; Ludbreg: Strateški plan razvoja turizma destinacije Ludbreg; Lepoglava: odrednice Razvojne strategije Grada Lepoglave za razdoblje od 2014. do 2020. godine; Novi Marof: Plan ukupnog razvoja Grada Novog Marofa za razdoblje od 2008. do 2013. godine i odrednica Strategija razvoja Grada Novog Marofa za razdoblje od 2014. do 2020. godine; Ivanec: Strategija razvoja grada Ivanca 2014. – 2020.;

¹² Strategija razvoja Općine Gornji Knežinec do 2020.; Strategija razvoja Općine Beretinec od 2014. do 2020.; Bednja – Program ukupnog razvoja; Strategija razvoja ruralnog turizma Općine Vidovec za razdoblje 2014. – 2020. godine; Cestica, Donja Voća, Maruševec, Vinica: Projekt ukupnoga razvoja; Izjava o misiji, viziji i strateškim ciljevima Općine Breznički Hum; Strategija gospodarskog razvitka Općine Visoko, Prostorni plan uređenja Općine Jalžabet; Prostorni plan uređenja Općine Klenovnik; Prostorni plan uređenja Općine Breznica; Prostorni plan uređenja Općine Cestica, Prostorni plan uređenja Općine Petrijanec, Prostorni plan uređenja Općine Sračinec, Prostorni plan uređenja Općine Sveti Ilija, Prostorni plan uređenja Općine Trnovec Bartolovečki, Prostorni plan uređenja Općine Ljubešćica, Prostorni plan uređenja Općine Martijanec, Prostorni plan uređenja Općine Mali Bukovec, Prostorni plan uređenja Općine Sveti Đurđ, Prostorni plan uređenja Općine Veliki Bukovec (izvor za prostorne planove uređenja: www.varazdinska-zupanija.hr/zupanijska-tijela/upravna-tijela/upravni-odjel-za-prostorno-uređenje-i-graditeljstvo/prostorni-planovi/).

- kulturno-povijesne lokalitete na području cijele Županije s centralnim sadržajima u Varaždinu (graditeljska i kulturno-povijesna baština, glazba)
- vjerski turizam s naglaskom na razvoj u Ludbregu (zavjetna kapela Hrvatskog državnog sabora, kapela Svetog Križa u dvorcu Batthany, programi i hodočašća uz blagdan Svete Nedjelje i dr.)
- lovna područja sa središtem u Zelendvoru
- seoski turizam: ruralna područja prema interesu privatnih poduzetnika
- izletišta/sportsko-rekreacijski kapaciteti: Ivanščica (obnova skijališta i žičare); sportsko-rekreacijski centar Aquacity (kupalište, rekreacija na vodi, tenis igrališta, golf i minigolf s vježbalištem, klizalište, hotel/motel, ugostiteljstvo na otvorenom i sl.); sportsko-rekreacijska cjelina/područje zapadno od Varaždina (konjički sport i golfsko igralište); sportsko-rekreacijski centar Hrastovljan, Donji Martijanec (kupalište, sportovi na vodi, sportski ribolov); izletničko-rekreacijsko-ribolovni kompleks na rijeci Dravi kod Hrzenice (kampiranje, ugostiteljska ponuda, ekološka revitalizacija područja); izletničko-rekreacijsko-ribolovni centar kod Ivanca (umjetne jezerske površine za rekreacijski i sportski ribolov, piknik i ugostiteljski sadržaji na otvorenom); rekreacijski centar s lovnim turizmom oko kompleksa dvorca Maruševac (tenisko igralište, golf, rekreacijska šetnja crnogoričnom šumom); izletničko-rekreacijsko-ribolovni centar kod Brodarevca; izletničko-rekreacijsko-ribolovni centar na Varaždinbregu (hotel, kamp); višenamjenski rekreacijski centar Lunjkovec (geotermalni izvori); izletničko-rekreacijski centar s kupalištem na Dravi kod Varaždina; sportsko-rekreacijski centar Topličica.

Regionalni operativni program Varaždinske županije 2006. – 2013.

Vizija Varaždinske županije je uravnotežena životna sredina koja stvara konkurentne prednosti dugoročnim ulaganjem u obrazovanje, inovativnosti i praktičnu primjenu znanja svakog pojedinca, tvrtke i institucije. Dokument utvrđuje da su strateški ciljevi stvaranje policentričnog uravnoteženog konkurentnog gospodarstva, poboljšanje kvalitete života i razvoj ljudskih resursa te zaštita okoliša, racionalno gospodarenje prostorom i razvoj infrastrukture.

U sferi razvoja turizma izravno je definirana jedna mjera (umrežavanje institucija vezanih za turizam), a turizam se sagledava i kao oblik održivog korištenja prirodnih resursa za razvoj (ekoturizam).

Županijska razvojna strategija Varaždinske županije 2011. – 2013.

Strategija prepoznaje neiskorištene potencijale za razvoj kulturnog, lječilišnog, vjerskog, lovnog i ribolovnog, sportskog i izletničkog turizma, kao i drugih oblika turizma.

Cilj strategije je unaprijeđeno i razvijeno gospodarstvo koje se temelji na razvoju turizma i poduzetništva. Prioriteti su, između ostalog, razvoj turističke ponude, kao i ruralni razvoj na temelju održivih oblika poljoprivrede, šumarstva i ruralnog turizma.

Županija je pokrenula proces izrade Županijske razvojne strategije za razdoblje od 2014. do 2020. godine, a do sada je izrađena osnovna analiza resursne osnove i stanja zaštite okoliša, infrastrukture, gospodarstva, društvenih djelatnosti i civilnog društva.

Varaždin

Strateški plan razvoja turizma Grada Varaždina do 2020.

Prepoznajući partnerstvo, „osjećaj za mjesto“, ekološku odgovornost, inovativnost i kulturu kvalitete kao načela razvoja turizma grada Varaždina, Plan uspostavlja viziju koja počiva na održivosti, sadržajnosti, kreativnosti i ambijentalnoj vrijednosti. Polazeći od ispreplitanja kreativnosti i ugone, brend-koncept Varaždina određuje okvir za izgradnju imidža Varaždina kao malog i ugodnog kulturno-povijesnog grada izuzetne kreativnosti.

Marketinška koncepcija bazirana je na proširenju ciljnih potrošačkih segmenata (demografski segmenti i interesni segmenti) te uspostavljanju miksa turističkih proizvoda koji uključuje kulturni turizam, obrazovni turizam, cikloturizam, poslovni turizam, kratke boravke. Koncepcija definira i povijesnu jezgru te područje rijeke Drave kao ključne zone razvoja turizma.

Plan razrađuje 20 projekata unapređenja konkurentnosti turizma grada na području atrakcija, turističke infra i suprastrukture, ljudskih potencijala i tržišne komunikacije.

Varaždinske Toplice

Strategija razvoja Specijalne bolnice za medicinsku rehabilitaciju Varaždinske Toplice i turističke destinacije Varaždinske Toplice

Polazeći od vizije destinacije kao regionalnog odredišta zdravstvenog i *wellness*-turizma, odmora i rekreacije koja svoj razvoj zasniva na resursnim potencijalima i razvoju gospodarstva, strategija utvrđuje sljedeće strateške ciljeve:

- razvoj regionalnog odredišta zdravstvenog i *wellness*-turizma što će se realizirati kroz unapređenje turističke i potporne infrastrukture
- razvoj proizvoda i usluga
- razvoj ljudskih resursa u turizmu i zdravstvu
- stvaranje imidža destinacije.

Plan definira 14 mjera realizacije postavljenih ciljeva.

Ludbreg

Strateški plan razvoja turizma destinacije Ludbreg

Vizija razvoja zasniva se na transformaciji Ludbrega iz grada svetišta u vjersko-turističku destinaciju sa spletom sadržaja koji zadovoljavaju sve segmente vjerskih turista, kao i posjetitelje motivirane kulturom. Dokumentom je utvrđen proizvodni portfelj grada koji obuhvaća: (i) glavne proizvode (vjerski turizam, turizam baštine, suvremena kulturna produkcija, manifestacije i događanja te duhovna i holistička putovanja), te (ii) dodatne proizvode (turizam vina, ruralni turizam, sportsko-ribolovni turizam, planinarenje, cikloturizam i moto turizam). Plan sadrži i programsku koncepciju turističkog razvoja u kojoj su razrađeni sadržajno-organizacijski elementi ludbreške ponude hodočasničkog, vjerskog i kulturnog turizma.

4. Razvijenost turističkog sektora Županije

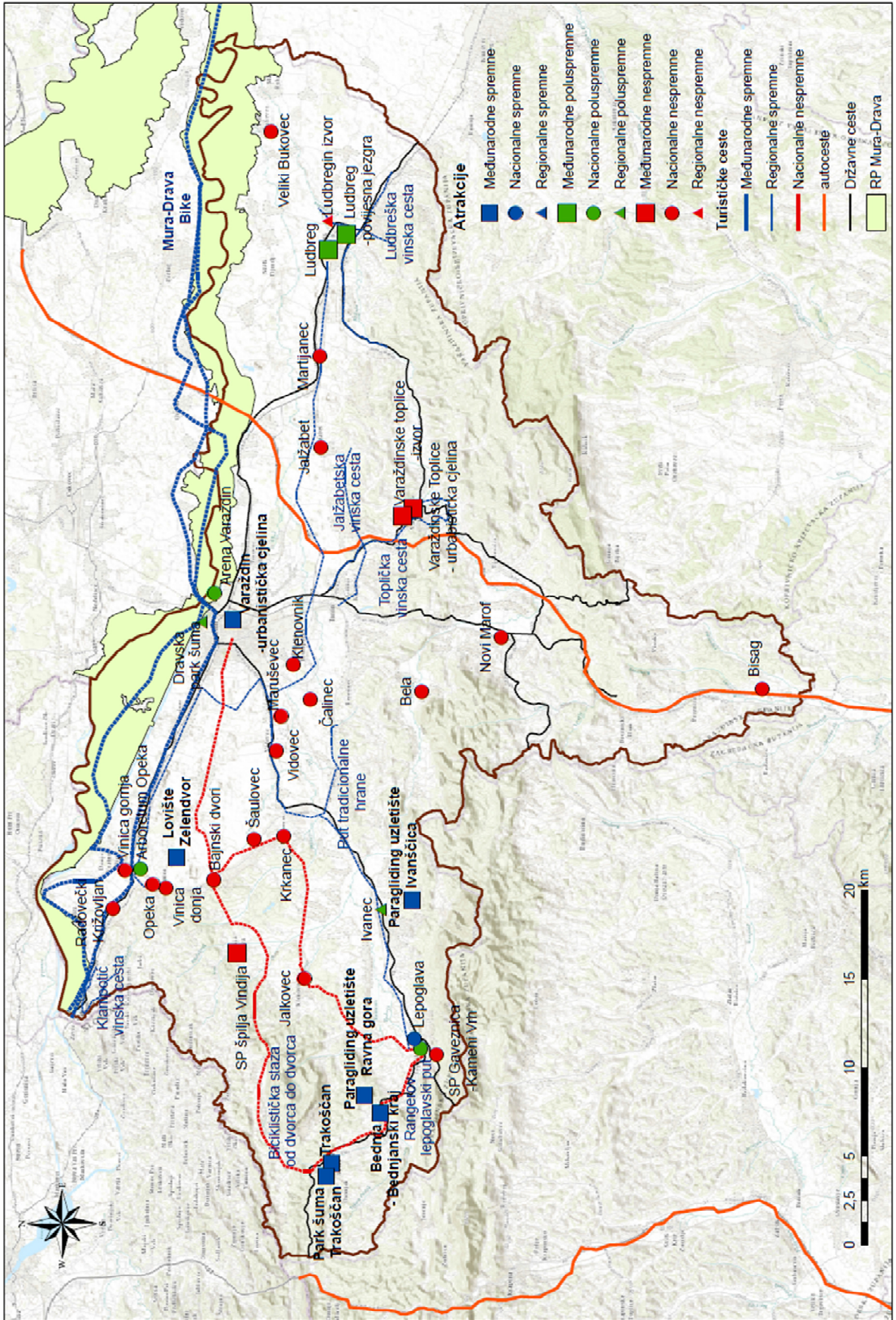
4.1. Resursno-atraksijska osnova

Turistička resursno-atraksijska osnova¹³ Varaždinske županije u nastavku se valorizira prema kriteriju važnosti (međunarodna, nacionalna, regionalna i lokalna) za turizam Županije te razine tržišne spremnosti (spremna, poluspremna i nespremna). Ocjene važnosti dobivene su na temelju ekspertne procjene tima Instituta za turizam, a ocjene tržišne spremnosti na osnovi analize turističke opremljenosti pojedinih atrakcijskih točaka.

Atrakcija	Kategorija važnosti / Tržišna spremnost
Planine i gorja	
Ravna gora (686 m) – Više planinarskih staza (5) – Dio Zagorskog planinarskog puta (ZPP) – Registrirano polazište za <i>paragliding</i> ; dva <i>paragliding</i> -kluba (Ivanec i Trakošćan)	Regionalna / Spremna
Ivanščica (1061 m) – Više planinarskih staza (5) – Dio Zagorskog planinarskog puta (ZPP)	Regionalna / Spremna
Kalnik (643 m) – Mreža planinarskih, šumskih i makadamskih putova – Poučna staza Kalnik – Dio Zagorskog planinarskog puta (ZPP) – Tri registrirana polazišta za <i>paragliding</i>	Regionalna / Spremna
Rijeke	
Drava – Regionalni park Mura-Drava, također dio UNESCO-a Rezervata biosfere Mura-Drava-Dunav i dio mreže NATURA 2000 – Mura-Drava Bike – Ribolov – Arena Varaždin – Varaždin Paintball centar	Međunarodna / Poluspremna
Bednja – Ribolov – Legenda o zmaju Pozoju koji živi u dolini rijeke	Regionalna / Spremna
Plitvica – Ribolov	Lokalna / Spremna
Jezera	
Akumulacijska jezera na Dravi – Ormoško – ribolov i staništa ptica – Varaždinsko – 10 km ² , ribolov, biciklističke i staze za hodanje – Motičnjak – rekreacija (Aquacity), ribolov, staništa ptica – Dubravsko – 17 km ² , ribolov, staze	Regionalna / Spremna
Zaštićena prirodna baština	
Regionalni park Mura-Drava – Biciklistička staza Mura-Drava Bike – Ribolov – Staništa migracijskih ptica	Međunarodna / Poluspremna
Dravska park šuma, Varaždin – Staze za pješaćenje i trčanje, biciklističke staze, poučne staze – Ribolov	Regionalna / Poluspremna

¹³ Detaljan opis resursno atrakcijske osnove nalazi se u Prilogu III: Resursno-atraksijska osnova

Slika 4.1. Resursno –atrakcijska osnova Varaždinske županije međunarodne nacionalne i regionalne važnosti



Atrakcija	Kategorija važnosti / Tržišna spremnost
Zaštićena prirodna baština	
Park šuma Trakošćan – Dvorac Trakošćan – Poučna staza uz Trakošćansko jezero – Šumske staze	Međunarodna / Spremna
Značajni krajobraz područje Kalnika – Sustav planinarskih, šumskih i makadamskih putova – Poučna staza Kalnik – Zagorski planinarski put (ZPP)	Regionalna / Spremna
Spomenik prirode špilja Vindija	Međunarodna / Nespremna
Spomenik prirode Mačkova špilja	Regionalna / Nespremna
Spomenik prirode Gaveznicica - Kameni Vrh, Lepoglava – Poučna staza	Nacionalna / Nespremna
Arboretum Opeka, Vinica – Dvorac Opeka – Srednja škola „Arboretum Opeka“	Nacionalna / Poluspremna
Zaštićena kulturno-povijesna baština	
Varaždin – urbanistička cjelina naselja i povijesna jezgra grada – Stari grad – Gradska vijećnica – Sakralna baština – Palače plemićkih obitelji – Više muzejskih postava – HNK Varaždinu – Varaždinsko groblje – Židovsko groblje – Industrijska baština	Međunarodna / Spremna
Ludbreg – povijesna jezgra – Župna crkva Presvetog Trojstva – Svetište Predragocjene Krvi Isusove – Dvorac Batthyany s kapelicom Sv. Križa – Centar svijeta – Antička lovia	Međunarodna / Poluspremna
Varaždinske Toplice – urbanistička cjelina – Stari grad – Župna crkva – Kupelji – Antički lokalitet Aqua lasae	Međunarodna / Nespremna
Novi Marof – Dvorac Erdody – Grebengrad – Mađarevo – Utvrda Paka – Lokalitet Bela – Bisag – Ključ – Topličica	Regionalna / Poluspremna
Lepoglava – Pavlinski kompleks – Kaznionica – Lepoglavska čipka – Nekoliko zbirki – Galerija Jamnić; Etnozbirka Štefanek; Galerija lepoglavske čipke	Nacionalna / Poluspremna
Bednja – Bednjanski kraj – Dvorac Trakošćan – Etnozbirke – Mravlinčić, Podsečki	Međunarodna / Spremna

Atrakcija	Kategorija važnosti / Tržišna spremnost
Vinica – urbanistička cjelina naselja – Središte Općine Vinica – Arboretum Opeka (u blizini) – Dvorci Opeka i Vinica (u blizini)	Regionalna / Poluspremna
Dvorci – Trakošćan – muzej – Radovečki Križovljan – privatno vlasništvo; nije otvoren za posjet – Vinica donja – prazan; nije otvoren za posjet – Vinica gornja – prazan; nije otvoren za posjet – Opeka – u derutnom stanju; nije otvoren za posjet – Bajnski dvori – vlasništvo obitelji Bonjeković; nije otvoren za posjet – Klenovnik – Bolnica za plućne bolesti i TBC; nije otvoren za posjet – Čalinac – socijalni stanovi; nije otvoren za posjet – Maruševac – u postupku povrata obitelji; nije otvoren za posjet – Vidovec – socijalni stanovi; nije otvoren za posjet – Krkanec – socijalni stanovi; nije otvoren za posjet – Šaulovec – privatno vlasništvo; nije otvoren za posjet – Jalkovec – privatno vlasništvo; nije otvoren za posjet – Ludbreg – Hrvatski restauratorski zavod; otvoren za posjet u posebnim prilikama – Veliki Bukovec – vlasništvo obitelji Drašković; nije otvoren za posjet – Martijanec – privatno vlasništvo; nije otvoren za posjet – Jalžabet – Dom za psihički bolesne odrasle osobe; nije otvoren za posjet – Novi Marof – Specijalna bolnica za kronične bolesti; nije otvoren za posjet – Bela I i II – Bela I oglašen za prodaju (u zapuštenom stanju), Bela II u privatnom vlasništvu (djelomično obnovljen), nisu otvoreni za posjet – Bisag – ruševina; nije otvoren za posjet	- Trakošćan Međunarodna / Spremnna - Ludbreg Međunarodna / Poluspremna - Svi ostali dvorci Međunarodna-Nacionalna / Nespremni
Važnije manifestacije	
Varaždin – Varaždinske barokne večeri – Sjani bal – Špancirfest – Festival dobrih emocija – Dani performansa – Trash Film Festival – VAFI – Dani suvremenog plesa – Ulična glazba – Purgari – IMPUT MOP – Varaždinska novogodišnja utrka – Međunarodni sajam lov, ribolov, priroda, turizam – Sejem zdrave i izvorne hrane – CRO Eco Energy Expo	Međunarodna – Nacionalna / Spremnna
Ludbreg – Ludbreška Sveta Nedjelja – Ludbreški fašnjak – Dan centra svijeta (1.4.) – Ludbreška biciklijada – Međunarodni sajam cvijeća u Centru svijeta	Međunarodna – Nacionalna / Spremnna
Varaždinske Toplice – Aqua fest	Regionalna / Spremnna

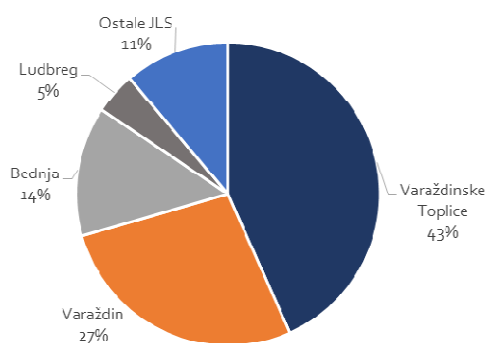
Atrakcija	Kategorija važnosti / Tržišna spremnost
<ul style="list-style-type: none"> – Anin bal – Toplička biciklijada – Kukuljevićevi dani – Kajkavijada 	
Novi Marof <ul style="list-style-type: none"> – Fašnik v Marofu – Međunarodna izložba cvijeća – Dan pere – Dani vrganja u Paki 	Regionalna / Spremna
Ivanec <ul style="list-style-type: none"> – Ivonjski fašnik – Seoske igre u Salinovcu – Međunarodna brdska utrka Ivanščica – Draga domača rieč – Ivanščica diše za cijeli svijet – Ivanečki rudarski dani 	Regionalna / Spremna
Lepoglava <ul style="list-style-type: none"> – Međunarodni festival čipke – Jailhouse festival 	Međunarodna / Spremna
Bednja - Bednjanski kraj <ul style="list-style-type: none"> – Etno festival Cvetlin – Slobodni let 	Regionalna / Spremna
Vinica <ul style="list-style-type: none"> – Vinička jesen 	Lokalna / Spremna
Prirodna lječilišta i termalni izvori	
Ludbreg Izvor ljekovite vode „Ludbergin izvor“ („voda koja qori“)	Regionalna / Nespremna
Varaždinske Toplice SB za medicinsku rehabilitaciju	
<ul style="list-style-type: none"> – Prirodni ljekoviti činitelji – mineralna hipertermalna voda na 58°C; ljekoviti peloidi – Specijalizacija – ozljede loko-motornog sustava 	Međunarodna / Nespremna
Važniji sportsko-rekreacijski objekti/lokaliteti	
Varaždin <ul style="list-style-type: none"> – Gradska sportska dvorana-Arena Varaždin – Stadion Varteks s pratećom sportskom infrastrukturom – Gradski bazeni Varaždin – Atletski stadion Sloboda – Sportska dvorana Graberje – TTS sportski centar – Aquacity – Bazeni na Dravskoj špici (zapušteni) – Paintball centar 	Nacionalna - Regionalna / Poluspremna
Varaždinske Toplice <ul style="list-style-type: none"> – Sportsko-rekreacijski kompleks Hotela Minerva 	Lokalna / Spremna
Novi Marof <ul style="list-style-type: none"> – Kupalište Topličica 	Lokalna / Spremna
Ivanec <ul style="list-style-type: none"> – <i>Paragliding</i>-uzletište, Ivanščica 	Međunarodna / Spremna
Bednja – Bednjanski kraj <ul style="list-style-type: none"> – <i>Paragliding</i> uzletište, Ravna gora 	Međunarodna / Spremna
Vinica i okolica <ul style="list-style-type: none"> – Lovište Zelendvor 	Međunarodna / Spremna
Lov <ul style="list-style-type: none"> – Na području Varaždinske županije nalaze se 32 lovišta smještena u svim dijelovima županije 	Regionalna / Spremna
Ribolov <ul style="list-style-type: none"> – Ribolov je rasprostranjen na svim rijekama i jezerima na cijelom području Varaždinske županije 	Regionalna / Spremna

Atrakcija	Kategorija važnosti / Tržišna spremnost
Turističke staze, putovi i ceste	
Planinarske staze – Zagorski planinarski put (ZPP) – Ravna gora - više (5) planinarskih staza – Ivanščica – više (6) planinarskih staza – Kalnik – dio ZPP-a; mreže planinarskih, šumskih i makadamskih putova; Poučna staza Kalnik	Regionalna / Spremna
Biciklističke staze – Mura-Drava Bike – Od dvorca do dvorca	- Mura-Drava Bike Međunarodna / Spremna - Od dvorca do dvorca – (ruta u izradi) Nacionalna / Nespremna
Vinske ceste – Toplička – Klampotić – Jalžabetska – Ludbreg	Regionalna / Spremna
Put tradicionalne hrane Put „spaja“ proizvođače autohtonih prehrambenih proizvoda certificirane u proizvodnji na tradicionalan način	Regionalna / Spremna

4.2. Turistička suprastruktura

Komercijalni smještajni kapaciteti

Slika 4.2. Struktura raspoloživih komercijalnih smještajnih kapaciteta (ležaji) prema gradovima i općinama Varaždinske županije u 2013. godine (stanje u kolovozu)



Izvor: tablica T10. Prilog I: tablice

Struktura ukupnih raspoloživih smještajnih kapaciteta Županije (ležaji) pokazuje da su Varaždinske Toplice s ukupno 43% raspoloživog kapaciteta i Varaždin s 27% glavna turistička odredišta Županije, a prema važnosti slijede Bednja te Ludbreg (slika 4.2.).

Prema podacima službene statistike u Varaždinskoj županiji je koncem 2013. godine bilo registrirano 2.026 ležaja u osam hotela (782 ležaja)¹⁴, tri lječilišta (492 ležaja), šest nekategoriziranih objekata (572 ležaja), pet pansiona i prenoćišta (108 ležaja) te u jednom lovačkom domu (20 ležaja), kao i u 12 kućanstava koje pružaju usluge obiteljskog/privatnog smještaja (22 ležaja). Zbog sezonskog poslovanja, najveći smještajni kapacitet registriran je pak u kolovozu 2013. godine kad je usluge komercijalnog smještaja pružalo 30 različitih kolektivnih smještajnih objekata te 15 kućanstava.¹⁵

¹⁴ U 2014. godini na području Županije posluje devet hotela, a u ponudi dominiraju hoteli s 3* (dva hotela u Varaždinu, dva u Ludbregu te po jedan u Ivancu i Knežincu Gornjem), dva hotela imaju 4* (po jedan u Varaždinu i Trakošćanu), a jedan hotel 2* (Ludbreg). U Varaždinu posluje i dva pansiona, jedan pansion djeluje u Novom Marofu, dok je po jedno prenoćište organizirano u Lepoglavi (vezano u kaznionicu) te Sračincu (podaci TZ Varaždinske županije).

¹⁵ Najveće razlike u registriranom smještajnom kapacitetu između kolovoza i prosinca 2013. godine odnose se na omladinski hotel/hostel (studentski dom koji tijekom ljeta funkcionira kao hostel) s 261. registriranim ležajem, dva planinarska doma ukupnog smještajnog kapaciteta od 60 ležaja, potom dva nekategorizirana objekta ukupnog kapaciteta 21 ležaj te jedno prenoćište sa sedam ležaja i obiteljska domaćinstva s 57 ležaja.

U razdoblju od 2001. do 2013. godine (slika 4.3.) smještajni kapacitet Županije mjeren stalnim ležajima povećan je za 44%. Osim skupine pansiona, hostela i sličnih kapaciteta u kojoj je kapacitet višestruko povećan (početkom korištenja studentskog doma kao omladinskog hotela u 2010. godini), najveće povećanje broja stalnih ležaja zabilježeno je u skupini lječilišta (152 ležaja odnosno 45%) te hotela (121 ležaj odnosno 21%). Relativno je pak najviše povećan kapacitet obiteljskog smještaja (181%).

Županijski lideri na području

hotelske ponude su Bednja (udio 4,2% u ukupnih hotelskim kapacitetima Županije) i Varaždin. Svi kapaciteti u lječilištima nalaze se u Varaždinskim Toplicama, a u istoj destinaciji locirano je i 85% županijskih nekategoriziranih kapaciteta. Varaždinske Toplice lider su i u ponudi obiteljskog smještaja (62% županijskog kapaciteta), dok je u skupini ostalih kolektivnih kapaciteta¹⁶ više od 70% županijskih kapaciteta smješteno u Varaždinu (tablica T12. Prilog I: tablice). Valja naglasiti da na području Županije nema ni jednog registriranog objekta iz skupine kampova.

Ugostiteljstvo

Restoranska ponuda Varaždinske županije, uz sadržaje hrane i pića u smještajnim objektima, uključuje četrdesetak samostalnih objekata različitih profila,¹⁷ od onih jednostavnije prehrane (primjerice *pizze*, sitna jela ili brza hrana) do klasičnih restorana usmjerenih kako na modernu i kreativnu kuhinju tako i na tradicionalnu podravsku i zagorsku kuhinju.

Kuhari s područja Županije višestruko su nagrađivani na domaćim i međunarodnim natjecanjima, a na razvijenost gastro ponude ukazuje i činjenica da se na popisu 40 najboljih restorana središnje Hrvatske u 2014. godini (www.dobri-restorani.hr) nalazi sedam restorana s područja Županije.

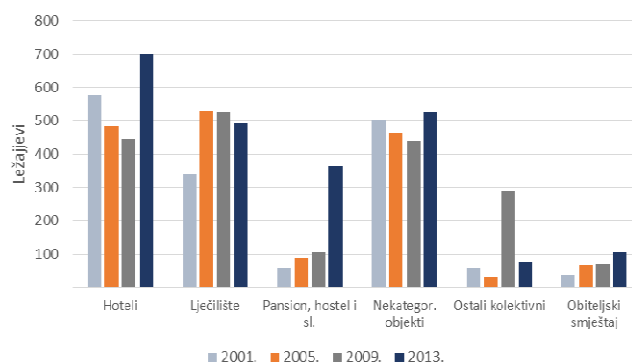
Na području županije, posebice u Varaždinu i Varaždinskim Toplicama, njeguje se tradicija kavana i *caffea* koji su često smješteni na visoko atraktivnim lokacijama (gradski trgovi, parkovi, ambijent povijesne jezgre) što bitno pridonosi i njihovoj privlačnosti.

U 2010. godini, kao posljednjoj godini za koju postoje službeni statistički podaci¹⁸, u Varaždinskoj je županiji poslovalo 526 ugostiteljskih poslovnih jedinica koje su zapošljavale ukupno 1.812 osoba i ostvarile promet od 268 milijuna kuna (107 milijuna za usluge posluživanja alkoholnih i bezalkoholnih pića, 112 milijuna kuna za usluge posluživanja hrane i napitaka, 48 milijuna kuna za usluge smještaja te 16 milijuna kuna za ostale usluge). Pravne osobe u 2010. godini ostvarile su 53% (89 poslovnih jedinica i 738 zaposlenih), a obrtnici 47% prometa. U strukturi prihoda pravnih osoba na usluge smještaja 30% se realizira pružanjem usluga smještaja te 44% pružanjem usluga hrane i napitaka.

Konferencijske dvorane

Iako više ugostiteljskih objekata, kao i muzeji/galerije te slični posebni prostori (primjerice Gradski muzej Varaždin raspolaže s jednom multimedijском dvoranom kapaciteta do 100 osoba), imaju mogućnost organiziranja manjih poslovnih skupova, na području Varaždinske županije tržišno su profilirane četiri lokacije za organizaciju poslovnih skupova (<http://www.poslovniturizam.com>):

Slika 4.3. Struktura raspoloživih komercijalnih smještajnih kapaciteta (ležaji) prema gradovima i općinama Varaždinske županije (stanje u kolovozu)



Izvor: tablica T11. Prilog I: tablice

¹⁶ U ovu skupinu svrstani su objekti kao što su pansioni, prenoćišta, lovačke kuće i planinarski domovi.

¹⁷ Na mrežnoj stranici TZ-a Varaždinske županije izdvojeno je 39 restorana.

¹⁸ Državni zavod za statistiku, 1435 Ugostiteljstvo u 2010., Statistička izvješća, 2011.

- hotel Trakošćan, Bednja, dvorana kapaciteta 300 osoba s mogućnošću podjele na 3 sekcije
- hotel Turist, Varaždin, osam dvorana kapaciteta 20 do 240 osoba
- hotel Minerva, Varaždinske Toplice, dvije dvorane kapaciteta 15 do 400 osoba
- hotel Varaždin, Varaždin, jedna dvorana kapaciteta 60 osoba.

Lječilišna ponuda

Varaždinske Toplice, s modernom tradicijom s početka 19. stoljeća, ali i poviješću koja seže do starijeg kamenog doba, najveća su turistička destinacija Varaždinske županije prema kriteriju raspoloživog smještajnog kapaciteta, a i najveće hrvatsko odredište lječilišnog turizma čiju ponudu nosi Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju Varaždinske Toplice. Bolnica nudi smještaj u pet objekata: Minerva (441 ležaj), Terme (214 ležaja), Lovrina kupelj (117 ležaja), Konstantinov dom (195 ležaja) te Stari grad (6 ležaja), a u poslovanju je dominantno umjerena na sustav javnog zdravstva.¹⁹

Bolnica nudi širok spektar zdravstvenih programa, dijagnostike, medicinskih procedura i fizikalnih postupaka, kao i laboratorijskih pretraga te sportsko-rekreacijskih aktivnosti. Stručni tim čine liječnici specijalisti fizikalne medicine i rehabilitacije, neurologije i medicine rada te medicinske sestre, fizioterapeuti i radni terapeuti, psiholozi, logopedi, defektolog i nemedicinsko osoblje raznih struka. U lječilišnim se tretmanima kao prirodni činitelj koristi sumporna hipertermalna voda.

U širem smislu, u županijsku ponudu zdravstvenog turizma moguće je uključiti i više manjih *spa/beauty* centara, od koji je jedan ušao među 10 top spa centara u Hrvatskoj (<http://www.varazdinski-obrtnicki-portal.com>).

Seoska domaćinstva, kušaonice i vinske ceste

Na području Županije (<http://www.turizam-vzz.hr>) djeluje desetak seoskih domaćinstava koja pružaju usluge stacionarnog ili izletničkog turizma u ruralnom okruženju, a dominantno su orijentirana na pružanje usluga hrane (restorani). Dio domaćinstava nudi i usluge lovnog turizma.

Na području Županije djeluju i brojna obiteljska domaćinstva koja plasman proizvoda djelomično usmjeravaju i prema turističkoj potražnji. Uz samostalan/pojedinačan tržišni nastup, proizvođači su organizirali cestu meda (Slatki put) koja objedinjuje ponudu šest medara te cestu tradicionalne hrane (Put tradicionalne hrane) koja prezentira ponudu devet proizvođača autohtonih proizvoda s područja Županije (zelje, bučino ulje, med, sir, voćna vina/rakije, tradicionalna jela). Dvadesetak domaćinstva odnosno vinarija/kušaonica usmjerilo se na usluge vinskog turizma organiziravši četiri vinske ceste (Toplička vinska cesta, Vinska cesta Klampotic, Cestica, Vinska cesta Jalžabet, Vinska cesta Ludbreg).

Turističke agencije i ponuda incoming programa

U Županiji djeluje (podaci TZ Varaždinske županije, <http://www.turizam-vzz.hr>) 13 turističkih agencija, 11 na području Varaždina te po jedna u Varaždinskim Toplicama i Ludbregu. Turistička agencija Lily Tours imenovana je službenom receptivnom agencijom Varaždinske županije, a još je jedna agencija s područja Varaždina fokusirana na receptivne aktivnosti. Agencije su dominantno orijentirane na *outgoing* programe, a kad je riječ o *incoming* programima pretežito se radi o kraćim turama koje kombiniraju obilazak Varaždina i njegove okolice (uključujući i različite radionice), Županije te sjeverne Hrvatske.

¹⁹ Od ukupno raspoloživih ležaja, Bolnica je preko HZZO-a izravno u 2013. godini ugovorila korištenje 53%, dok je preostalih 47% usmjereno na tržište (koje uključuje i korisnike koji preko HZZO-a plaćaju samo tretmane). U strukturi noćenja, Toplice ostvaruju 81% noćenja preko HZZO-a, 18% uz uputnicu HZZO-a i individualno plaćanje smještaja, dok se tek 1% noćenja ostvaruje na (čistim) tržišnim osnovama (podaci ankete Hrvatske gospodarske komore).

4.3. Performanse ugostiteljstva

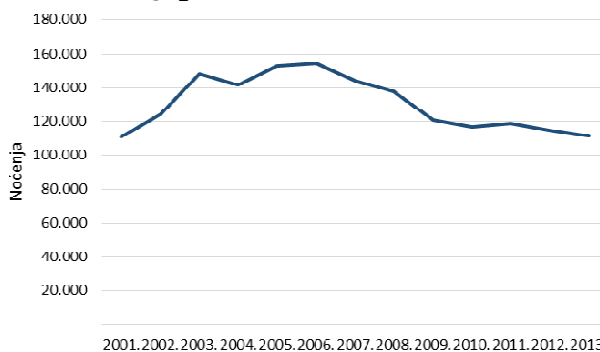
Nemonetarna obilježja poslovanja

U 2013. godini u Županiji je ostvareno 111,5 tisuća noćenja, za 3% manje nego godinu dana ranije. Iako u odnosu na 2001. godinu broj noćenja stagnira, unutar tog razdoblja zabilježene su značajne promjene intenziteta turističke aktivnosti (slika 4.4.).²⁰

Najviše razine ostvarenih noćenja ostvarivale su se između 2003. i 2008. godine, ponajviše uslijed prometa u Varaždinskim Toplicama koje su u tom razdoblju ostvarivale između 70 i 80 tisuća noćenja. Broj noćenja u Varaždinskim Toplicama u 2013. godini smanjen je na razinu od 33,5 tisuća noćenja.

Varaždin je u 2013. godini preuzeo lidersku poziciju unutar Županije s 42,3 tisuće noćenja, 1,4% manje nego u 2012. godini. U 2013. godini najbrži rast (64%) postigla je Bednja, a slijedi Lepoglava s 57%-tnim povećanjem (tablica 4.1.).

Slika 4.4. Kretanje broja noćenja u komercijalnim smještajnim kapacitetima u Varaždinskoj županiji od 2001. do 2013. godine



Izvor: tablica T17. Prilog I: tablice

Tablica 4.1. Kretanje broja noćenja u komercijalnim smještajnim kapacitetima u gradovima i općinama Varaždinske županije

	2001.	2005.	2011.	2012.	2013.
Varaždin	32.099	42.604	43.496	42.861	42.250
Varaždinske Toplice	59.152	85.401	57.843	44.335	33.546
Ludbreg	2.927	4.059	6.844	6.815	7.507
Lepoglava	254	841	945	946	1.487
Bednja	10.142	13.352	0	11.246	18.478
Gornji Knežinec	5.441	5.723	4.732	4.892	4.106
Ivanec	94	0	2.802	2.527	2.726
ostali	718	488	1.935	1.386	1.449

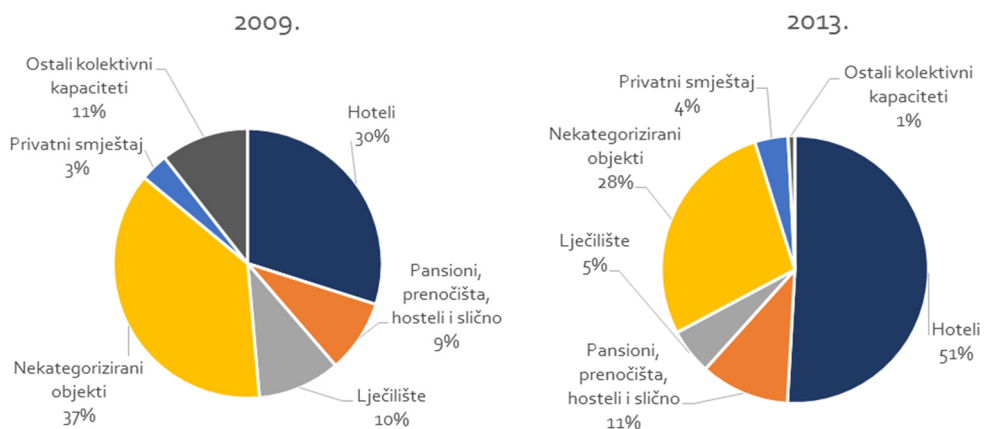
Izvor: tablica T17. Prilog I: tablice

U hotelima se ostvaruje više od polovice županijskih noćenja, a prema važnosti slijedi skupina nekategoriziranih objekata (dominantno se ovi objekti odnose na smještajne objekte u Varaždinskim Toplicama,) koji generiraju 28% noćenja. Skupina objekata kao što su pansioni, prenoćišta, hosteli i slični kapaciteti čini 11% županijskih noćenja (slika 4.5.).

Struktura ostvarenih noćenja prema vrsti kapaciteta u 2013. godini u odnosu na 2009. godinu ukazuje na značajan rast važnosti hotela (povećanje udjela za 21 postotni bod) te smanjenje udjela nekategoriziranih objekata za 9 postotnih bodova. Značajno je smanjen i udio skupine ostalih kolektivnih kapaciteta te lječilišta.

²⁰ Analiza je provedena na osnovi službenih statističkih podataka zbog osiguranog kontinuiteta i usporedivosti. Valja naglasiti da je TZ Varaždinske županije osigurala i podatke o ostvarenim noćenjima iz baze HTZ-a. Valja pri tome ukazati na značajne razlike u prikupljenim podacima za pojedine vrste kapaciteta i gradove/općine u bazi Državnog zavoda za statistiku RH i HTZ-a. Pri tome, podaci HTZ-a ipak za 6% procjenjuju manje noćenja nego Državni zavod za statistiku što je bio i ključni razlog za korištenje podataka službene statistike.

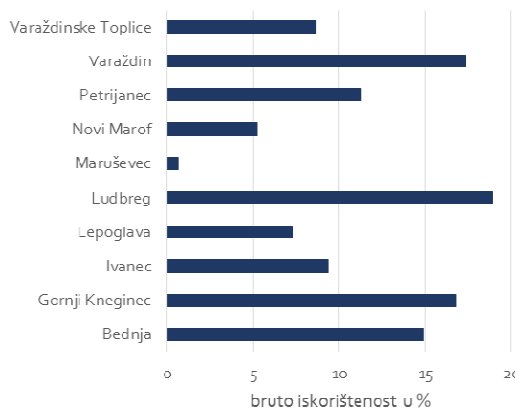
Slika 4.5. Struktura ostvarenih noćenja u Varaždinskoj županiji u 2009. i 2013. godini prema vrsti kapaciteta



Izvor: Tablica T17. Prilog I: tablice

Ukupno ostvarena noćenja obilježava sezonalnost potražnje. Maksimalna razina potražnje u 2013. godini ostvarena je tijekom srpnja te kolovoza, kada je ostvareno više od četvrtine svih godišnjih noćenja. Sličnu dinamiku slijede i noćenja ostvarena u hotelima kao najvažnijem smještajnom kapacitetu, dok se u nekategoriziranim objektima najviša razina potražnje bilježi u siječnju (zimskim mjesecima) te kolovozu. Veljača i ožujak mjeseci su najniže razine potražnje.

Slika 4.6. Bruto (godišnja) iskorištenost smještajnih kapaciteta u gradovima i općinama Varaždinske županije u 2013. godini



Izvor: tablice T12 i T17. Prilog I: tablice

ostvarenih jednodnevnih putovanja, 45% posjetitelja dolazi s područja Zagreba, a 16% sa svih ostalih područja (najviše s područja Like, Korduna i Banije).

U 2013. godini najvišu razinu iskorištenosti kapaciteta ostvarili su Ludbreg, a potom Varaždin i Gornji Knežinec. No bez obzira na značajne oscilacije iskorištenosti u pojedinim gradovima i općinama moguće je zaključiti da bruto iskorištenost kapaciteta ne zadovoljava (slika 4.6.).

Procjene prometa jednodnevnih posjetitelja nisu raspoložive za Varaždinsku županiju²¹, no rezultati istraživanja Turistička aktivnost domaćeg stanovništva u 2013., Institut za turizam (www.dzs.hr) mogu biti indikativni. Istraživanje, naime, pokazuje da je na području sjeverne Hrvatske u 2013. godini realizirano 1,4 milijuna privatnih jednodnevnih putovanja, odnosno 18% ukupnog broja domaćih privatnih jednodnevnih putovanja, pri čemu intraregionalna putovanja čine 39%

²¹ Na kretanje jednodnevnih posjetitelja može, iako samo donekle, upućivati broj posjetitelja pojedinih atrakcija na području Županije. Tako je u 2014. godini Gradski muzej Varaždin posjetilo 54,7 tisuća posjetitelja (od čega posjetitelja stalnog postava i izložbi 35,1 tisuću i ostalih programa 19,6 tisuća) i 2,8% više u odnosu na 2013. godinu (Izvešće o radu i poslovanju Gradskog muzeja Varaždin u 2013. i 2014. godini). Zavičajni muzej Varaždinske Toplice u 2012. posjetilo je 8.000 posjetitelja, dok za ludbrešku zavičajnu zbirku nema podataka, tj. zbirka nije dostupna javnosti (Muzejski dokumentacijski centar, Izvešća hrvatskih muzeja za 2013. i 2012. godinu). Dvor Trakošćan u 2013. godini posjetilo je 57,6 tisuća posjetitelja, od čega stranih 28,4%. U odnosu na 2012. godinu broj posjetitelja smanjen je za 9,1% (Dvor Trakošćan, Izvešće o radu za 2013. i 2012. godinu). Konačno, u 2012. godini profesionalna kazališta Varaždinske županije ostvarila su 58,0 tisuća posjetitelja, a orkestri i ansamblji 4,2 tisuće posjetitelja (Statističko izvješće Kultura i umjetnost u 2013., Državni zavod za statistiku RH). Kada je pak riječ o Špancirfestu, jednom od najboljih hrvatskih festivala, procjene pokazuju da festival posjeti između 150 i 200 tisuća ljudi (<http://www.radio-varazdin.hr/index.php?content=novosti&id=7249>).

Financijska obilježja poslovanja

Tijekom 2013. godine u djelatnosti smještaja (NKD 2007., odjeljak 55) 18 gospodarskih subjekata ostvarilo je ukupan prihod od 58,4 milijuna kuna (7% manje nego u 2012. godini), uz povećanje neto dobiti s 419 tisuća kuna u 2012. godini na 1,7 milijuna kuna u 2013. godini (tablica T13. Prilog I: tablice). Na području Varaždina registrirano je osam gospodarskih subjekata koji su ostvarili ukupan prihod od 44,9 milijuna kuna, odnosno 77% ukupnog prihoda djelatnosti Županije, uz neto dobit od 804 tisuće kuna. Prema veličini ukupnog prihoda slijede poduzetnici s područja Ludbrega koji su generirali 5,7 milijuna kuna ukupnog prihoda te potom Ivanca (4,2 milijuna kuna) i Gornjeg Kneginca (3,4 milijuna kuna).²²

U bazi FINA Godišnjih financijskih izvještaja u djelatnosti NKD 2007. 56 – Djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pića u 2013. godini prikupljeni su izvještaji za 110 gospodarskih subjekata s područja Županije (od toga 63% s područja Varaždina²³) koji su u 2013. godini ostvarili poslovni prihod od 94 milijuna kuna, 47% više nego u 2012. godini (tablica T15. Prilog I: tablice)²⁴. Porast poslovnog prihoda proizlazi dominantno iz povećanja prihoda ostvarenog u Varaždinu, pri čemu gospodarski subjekti u gotovo svim jedinicama lokalne samouprave ostvaruju rast. Deset najvećih pružatelja usluga pripreme i usluživanja hrane i pića u Županiji u 2013. godini prema kriteriju ukupnog prihoda ostvarilo je dobit u poslovanju uz ukupan prihod od 57 milijuna kuna (tablica T16. Prilog I: tablice). Gospodarski subjekti u djelatnosti restorana i ostalih objekata za pripremu i služenje hrane ostvarili su 36% poslovnog prihoda te 37% neto dobiti.

4.4. Novi (planirani) projekti u funkciji razvoja turizma

Lokalna i regionalna samouprava u procesu je planiranja, pripreme i izvedbe niza projekata s područja turizma koji imaju potencijal pridonijeti povećanju tržišne prepoznatljivosti Županije te kvaliteti njezine turističke ponude i diversifikaciji proizvoda. Pregled projekata daje se u nastavku²⁵:

Varaždinska županija	Projekti realizirani u 2013. godini: organizacija/sufinanciranje gospodarsko-turističke manifestacije i revitalizacija dvorca Opeka (vrijednost investicije 60 tisuća eura).
	Planirani projekti za 2014. godinu: organizacija/sufinanciranje gospodarsko-turističkih manifestacija, izrada plana razvoja turizma, izgradnja prometne i društvene infrastrukture (vrijednost investicija 67 tisuća eura).
	Javna ustanova za upravljanje zaštićenim prirodnim vrijednostima na području Varaždinske županije posebno je izdvojila sljedeće projekte: (i) revitalizacija i obnova spomenika parkovne arhitekture Arboretum Opeka, (ii) projekt uspostave promatranja ptica na području regionalnog parka Mura-Drava na području Varaždinske županije, (iii) postava informativno-edukativnih odmorišta u natura područjima, (iv) projekt info točke i poučne staze u Trakošćanu, (v) nastavak aktivnosti na uređenju i prezentaciji geološkog spomenika prirode Gaveznicna-Kameni Vrh u Lepoglavi, (vi)

²² Gospodarski subjekti na području Novog Marofa svrstani u djelatnost smještaja ostvarili su ukupan prihod od 301 tisuću kuna, a oni u Varaždinskim toplicama od 3 tisuće kuna. U 2013. godini neto gubitak ostvaren je samo na području Novog Marofa. Od deset najvećih gospodarskih subjekata registriranih u djelatnosti smještaja, pet ima središte na području Varaždina (četiri u djelatnosti hoteli i sličan smještaj, jedan u djelatnosti odmarališta i slični objekti za kraći odmor), dva na području naselja Turčin, Gornji Kneginec (jedan u djelatnosti hoteli i sličan smještaj i jedan u djelatnosti kampovi i prostori za kampiranje), dva na području Ludbreg (hotel i sličan smještaj) te jedan u Klenovniku (hotel i sličan smještaj). Navedeni subjekti zapošljavaju ukupno 233 djelatnika i ostvaruju ukupan prihod od 59 milijuna kuna te neto dobit od 1,3 milijuna kuna (udio neto dobiti u ukupnom prihodu 2,1%). Osam gospodarskih subjekata ostvarilo je u 2013. godini dobit, a dva gubitak.

²³ Varaždin kao destinacija u kojoj je registrirano najviše subjekata generirao je 78% županijskog prihoda ove djelatnosti, a prema važnosti slijede Ludbreg (3%), Trnovec Bartolovečki (3%), Novi Marof (3%), Gornji Kneginec (3%).

²⁴ Gospodarski subjekti u djelatnosti restorana i ostalih objekata za pripremu i služenje hrane ostvarili su 36% poslovnog prihoda te 37% neto dobiti.

²⁵ Popis je načinjen kao odgovor gradova i općina na zahtjev koji je Županija uputila 7. 11. 2014. u sklopu priprema za izradu ovog dokumenta.

projekt uređenja izletišta Drava u Varaždinu – "Dravska špica", (vii) projekti uređenja i obnove zaštićenih spomenika parkovne arhitekture u Varaždinskoj županiji (Vidovec, Križovljangrad...).

Varaždin Projekti realizirani u 2013. godini: izgradnja Kapucinskog trga (vrijednost investicije 2,0 milijuna eura).

Planirani projekti za 2014. godinu: uređenje restorana na tržnici, izgradnja Kuće leptira i njezino povezivanje s entomološkom zbirkom (priprema projektne dokumentacije za Centar Franjo Košćec), obnova sinagoge u Galerijski centar, uređenje centra za posjetitelje – Varaždinska kuća, postavljanje ploča s QR kodovima o turističkoj ponudi, izgradnja rotora na križanju Gospodarske ulice i Ulice braće Radić (vrijednost investicija 7,8 milijuna eura). Priprema projekta za natječaj programa COSME "Olakšavanje protoka transnacionalnog turizma za stare i mlade osobe u predsezoni i posezoni".

Grad Varaždin će u razdoblju 2015. - 2025. na temelju dokumenta „Program uređenja povijesne gradske jezgre za razdoblje 2015.- 2025. i njezina integracija u razvoj turizma Grada Varaždina" („Službeni vjesnik Grada Varaždina" broj 6115) razvijati niz projekata uređenja Povijesne gradske jezgre kao najvažnijeg resursa za razvoj turizma. U skladu s navedenim programom, dio projekata se planira realizirati samostalno, a dio kroz prijavu na natječaje za sufinanciranje iz dostupnih EU fondova. Projekti koje će Grad Varaždin provoditi samostalno su: Uređenje Trga slobode; Uređenje ulica u povijesnoj gradskoj jezgri (Habelićeva, Pavlinska, Ankice Opolski); Osvjetljavanje povijesne gradske jezgre, Šetalište Vatroslava Jagića, Obnova palače Oršić, Uređenje Trga bana J. J. Jelačića; Obnova i dovršenje bivšeg kina u ulici Ivana Kukuljevića; Obnova dvorišta i veža; Proširenje pješačke zone u povijesnoj gradskoj jezgri na Stepinčevu, Kukuljevićevu i Šenoinu ulicu. Grad Varaždin je, temeljem navedenog programa, razvio i integrirani projekt stavljanja kulturne baštine u funkciju razvoja turizma „INCULTOUR" koji uključuje: Obnovu, dogradnju i prenamjenu sinagoge u Galerijski centar Varaždin; Varaždinsku kuću; Palaču Sermage; Gradsko groblje u Varaždinu - obnovu i proširenje; Tematski park: Svijet kukaca. Projekt će se u navedenom razdoblju kandidirati za sufinanciranje kroz dostupne fondove EU. Za sufinanciranje kroz fondove EU samostalno će se kandidirati i projekti obnove i uređenja Gradske vijećnice te Starog grada.

Varaždinske Toplice U 2013. godini realizirani su projekti uređenja grada u iznosu od 87 tisuća eura (adaptacija kulturnog centra, opremanje dječjih igrališta, uređenje i opremanje parkirališta, rekonstrukcija i izgradnja javne rasvjete).

Planirani projekti za 2014. godinu uključuju tri projekta u sferi turističke infra i suprastrukture u ukupnom iznosu od 191 tisuću eura (I faza prostorne i projektne dokumentacije za golf projekt, izložbeno-galerijski i prezentacijski centar, identifikacija i obilježavanje pješačkih i biciklističkih staza) te šest projekata uređenja grada u iznosu od 453 tisuće eura (rekonstrukcija prometnica, trga i autobusnog kolodvora, adaptacija kulturnog centra, opremanje dječjih igrališta, uređenje i opremanje parkirališta, rekonstrukcija javne rasprave, adaptacija društvenog doma u Lovrentovcu).

Novi Marof Obnova i prezentacija utvrde Grebengrad, sanacija i stabilizacija zida kapele sv. Stjepana kao pretpostavke za arheološka istraživanje i stavljanje u turističku funkciju utvrde (1,4 milijuna kuna dobivena sredstva od Ministarstva kulture RH za realizaciju).

- Renoviranje starinskih zagorskih "hiža" u Planinarskom naselju na Grebengradu. Obnova triju kuća počela, u dvije kuće bi se smjestila etnografska zbirka, u trećem objektu se planira organizacija turističko-edukativnih sadržaja (radionice i sl.).
- Poučna staza kroz Park Erdody, stavljanje u funkciju kompletne vrijednosti parka i dvorca Erdody, privlačenje domicilnog stanovništva te obogaćivanje boravka turistima.
- Ludbreg** Projekti realizirani u 2013. godini: izgradnja arheološkog parka IOVIA (vrijednost investicije 40 tisuća eura).
- Planirani projekti za 2014. godinu: dovršetak izgradnje arheološkog parka IOVIA (vrijednost investicije 40 tisuća eura).
- Lepoglava** Centar bioraznolikosti Zagorski Bregi (regionalni par prirode Hrvatsko zagorje), izrađeno idejno rješenje, projekt prijavljen za tehničku pomoć MRRFEU.
- Ekomuzej čipke i čipkarstva, projekt pokrenut 2008. godine kad je izrađen koncept idejnog rješenja muzeja kao dinamične institucije koja valorizira i interpretira baštinu i način života lokalne zajednice.
- Centar za posjetitelje "Centar pavlina", nadogradnja projekta Ekomuzeja proširenom ponudom prirodne i kulturne baštine Lepoglave i okolice; u 2014. i 2015. godini planirana izrada projektne dokumentacije.
- Cestica** Projekti realizirani u 2013. godini: izrada studije za izgradnju ribičkog kampa u Babincu, provedba IPRAD programa (rekonstrukcija nerazvrstanih cesta šest dionica), asfaltiranje nerazvrstanih cesta, sanacija odlagališta otpada (vrijednost investicija 654 tisuće eura).
- Planirani projekti za 2014. godinu: izrada dokumentacije za izgradnju kulturno-poslovno-turističkog centra, provedba mjera energetske učinkovitosti na zgradi Općine, izgradnja infrastrukture, IPARD 301 rekonstrukcija nerazvrstanih cesta i izgradnja kanalizacijskog sustava (vrijednost investicija 574 tisuće eura).
- Beretinec** Izgradnja biciklističke staze XC Beretinec.
- Gornji Knežinec** Izgradnja zabavnog parka Varaždin Breg (Banjščina).
- Maruševec** Izgradnja sportsko-rekreacijskog centra Donje Ladanje, a projekt uključuje izgradnju sportskih terena te višenamjenske zgrade s pomoćnim prostorijama za sportaše (izgrađena površina 3,3 tisuće m²), za projekt je ishođena potvrda glavnog projekta.
- Sračinec** Izrađeno idejno rješenje adrenalinskog parka "Komarica", u planu uređenje parka "Velika graba".
- Sveti Ilija** Prijavljen projekt za dodjelu sredstava Fonda za razvoj turizma – razvoj turističke infrastrukture i zaštite turističke resursne osnove.
- Trnovec Barlolovečki** Realizacija projekta Tragom života i stvaranja ljudi našeg kraja, koji obuhvaća aktivnosti u cilju očuvanja kulturne materijalne i nematerijalne baštine. U okviru projekta od RH zatraženo darovanje nekretnine u kojoj bi se realizirao program.
- Vinica** Planirani projekti za 2014. godinu: obnova turističke atrakcije Kurije Patačić kao objekta javne turističke infrastrukture, izrada turističke i smeđe signalizacije, mreža pješačko-biciklističkih staza "Putevima Bombellesa" (vrijednost investicija 1,72 milijuna eura).

5. Trendovi na međunarodnom turističkom tržištu

Događaji, promjene ili kretanja u širem, vanjskom okruženju bitno utječu na uvjete razvoja turističkih destinacija generirajući prilike i ograničenja koja je nužno imati na umu u procesu strateškog planiranja razvoja. U nastavku se iznosi kratak pregled kvantitativnih, kvalitativnih i proizvodnih trendova relevantnih za dugoročno strateško planiranje razvoja turizma Varaždinske županije.

5.1. Kvantitativni trendovi i prognoze²⁶

Prema podacima Svjetske turističke organizacije (UNWTO) turizam se ubraja među najveće i najbrže rastuće gospodarske aktivnosti na svijetu te se u razdoblju 2010. – 2030. predviđa njegov daljnji rast po prosječnoj godišnjoj stopi od 3,3%. Tijekom 2013. godine međunarodni dolasci rasti, dok su primjerice noćenja u 28 zemalja Europske unije u 2013. godini povećana za 2,2% (podaci Eurostata).

Očekuje se da će Europa zadržati status najznačajnije receptivne makroregije svijeta s udjelom od 52%, a Južna Europa/Mediterran s godišnjim rastom od 2% poziciju vodeće svjetske turističke mikroregije s udjelom od 18% međunarodnih dolazaka. Pri tome su ostvarena noćenja u nekim od važnijih turističkih destinacija Europske unije (podaci Eurostata) u 2013. godini rasla znatno iznad regionalnog prosjeka (Grčka 17,6%, Malta 8,5%, Bugarska 6,7%, Portugal 6,6%, Hrvatska 3,6%)²⁷. U 2012. također dolazi do značajne promjene u strukturi svjetskih emitivnih tržišta te Kina od Njemačke preuzima vodeću poziciju. Rang-lista najvećih potrošača u turizmu uključuje i SAD, Veliku Britaniju te Rusiju.

Europski gradovi najotporniji su segment turističke ponude i smatraju se pokretačkom snagom europskog turizma te, u skladu s istraživanjima koja ukazuju na prosječan godišnji rast gradskih noćenja od 6%, nerijetko bilježe stope rasta bitno više od nacionalnih prosjeka. Struktura gostiju u europskim gradovima također je više internacionalna nego što je to slučaj na nacionalnoj razini, a vodeća emitivna tržišta uključuju SAD, Njemačku, Italiju, Veliku Britaniju, Francusku i Španjolsku, a najviše stope rasta u 2011. ostvaruju Rusija (33%) i Kina (22%).

5.2. Kvalitativni trendovi od interesa za turizam u Varaždinskoj županiji²⁸

Kontinuiran rast turističke aktivnosti praćen je nizom promjena u političkom, gospodarskom i, posebice, u društvenom i tehnološkom okruženju mijenjajući turizam. Promijenjeno okruženje, od rastuće globalne nesigurnosti uzrokovane regionalnim konfliktima i globaliziranog gospodarstva, do sve većih pritisaka na okoliš, razvoja tehnologije i tranzicije razvijenih zemalja k post materijalističkim vrijednostima ekonomije doživljaja, oblikuje nove obrasce ponašanja u turizmu.

Tako u "novom" turizmu u prvi plan dolazi izrazita segmentacija tržišta te pojava "novog" turista koji je sve iskusniji, ima potrebu za samodiferencijacijom, cijeni autentičnost i lokalni identitet, aktivnosti i iskustva, što će pridonijeti učenju i njegovom osobnom razvoju. Uza sve to, on je i

²⁶ Izvori: (1) UNWTO (2014), *Tourism Highlights 2014 Edition*, Madrid; (2) UNWTO (2014), *World Tourism Barometer*, Vol. 12, Madrid, June 2014;

²⁷ Primjerice, noćenja u komercijalnim smještajnim kapacitetima u 2013. godini u Austriji su povećana za 1%, u Španjolskoj za 1,7% te u Francuskoj za 0,8%, dok su u Italiji smanjena za 1,1%.

²⁸ Izvori: (1) Ivandić, N. et al. (2011), *Glavni plan i strategija razvoja turizma RH – Izvještaj 2. Globalni kvantitativni i kvalitativni trendovi na turističkom tržištu i tržišne prilike*, Institut za turizam, Zagreb; (2) UNWTO (2011), *Tourism Toward 2030 – Global Overview*, Madrid; (3) Wilson, K., Adams, E., Poon, A. (2012), *The Paradigm Shift in Travel and Tourism*, Tourism Intelligence International.

izrazito ekološki, a sve više i društveno osviješten te aktivan korisnik novih komunikacijskih tehnologija.

Slika 5.1. Kvalitativne promjene turističkog tržišta



Izvor: Prilog IV: Kvalitativni trendovi na turističkom tržištu

Prilagođavajući se tim promjenama, mijenjaju se i uvriježeni modeli upravljanja i marketinga u turizmu. Ključna obilježja suvremenog, konkurentnog turističkog sektora su orijentiranost na potrebe kupaca, fleksibilnost, integritet, ponuda doživljaja, ekološka osjetljivost, upotreba novih tehnologija u svim fazama turističkog ciklusa i brendiranje turističkih destinacija.

Navedene promjene u okruženju i dominantni trendovi u turizmu otvaraju prilike za razvoj turističkih destinacija Varaždinske županije, kako kroz širenje portfelja proizvoda, njihovo prilagođavanje potrebama i očekivanjima različitih segmenata posjetitelja tako i kroz razvoj destinacijskog lanca vrijednosti te usmjereniju komunikaciju.

5.3. Proizvodni trendovi: relevantni turistički proizvodi

Diversifikacija i segmentacija usporedni su procesi koji otvaraju nove prilike za razvoj i inoviranje destinacija. U nastavku se daje kratak pregled ključnih odrednica turističkih proizvoda koji danas, uslijed brzog rasta, predstavljaju nezaobilazan dio ukupne ponude destinacija, a koji s obzirom na postojeću strukturu proizvoda, razvojne planove i raspoloživu resursnu osnovu čine okvir razvojnog potencijala Županije:

Zdravstveni turizam (medicinski turizam, lječilišni, wellness)

- Obilježja potražnje (segmenti): sve heterogenija populacija, uz pretežit udio starijih od 45 godina i žena, te rast mladih i parova; kupce obilježava briga za vlastito zdravlje, ekološka orijentacija, interes za učenje te očekivanje uravnoteženog odnosa kvalitete i cijene; putovanja se pretežito odvijaju tijekom proljeća, jeseni i zime.
- Ključni faktori uspjeha destinacije: atraktivnost destinacije i očuvanost prirodne baštine, kvaliteta prirodnih činitelja, opremljenost i uređenost *wellness* i medicinskih centara, stručnost osoblja, kvaliteta smještaja (hoteli 4* i 5*); sadržajnost destinacijske ponude.
- Očekivana kretanja: široko prisutan interes za "zdravim životom", kao i rastuća orijentacija k zdravstvenoj prevenciji (pojedinaca, ali i osiguravajućih društava, tvrtki) upućuju na snažan daljnji rast zdravstvenog turizma. Paralelno valja očekivati i razvoj jeftinije, brze *budget* ponude, ali i pomak k sofisticiranim aranžmanima s "pričom". Jasno su vidljive orijentacije ka konceptima poput "autentično", "zeleno" i "holističko". U tom

smislu, okolišno odgovorno poslovanje postat će norma, naglašavat će se tretmani u kojima se koriste lokalni sastojci i koji su inspirirani "lokalnom" tradicijom, a posebno ubrzano će se razvijati tretmani koji djeluju na tijelo i duh. Educirajući korisnike o različitim oblicima vježbanja, pravilnoj prehrani ili disanju, te koristeći saznanja i metode zapadne, istočnjačke i alternativne medicine, razvijat će se ponuda primarno orijentirana na zdravstvenu prevenciju.

Sport i avanturizam (biciklizam, hodanje/trekking, adrenalinski sportovi)

- Obilježja potražnje (segmenti): pretežito obrazovani, urbani pojedinci, profesionalnih zanimanja i više platežne moći; ekološki visoko osviješteni, posvećuju veliku pažnju vlastitom zdravlju; rast potražnje žena i parova, često kao dio grupa/klubova; podsegmenti: „rekreativci“ (više zainteresirani za ukupnu ponudu destinacije, udobniji smještaj) i „pasionirani korisnici“ (fokusrani na sportsku aktivnost, ostalo sekundarno); cjelogodišnja (izvanzimska) putovanja.
- Ključni faktori uspjeha destinacije: atraktivnost, očuvanost, raznolikost i posebnost prirodnog krajolika; opremljenost i sigurnost staza/lokaliteta (npr. signalizacija, odmorišta, vidikovci; precizne karte i prateće informacije; mjere i službe sigurnosti); ponuda usluga vezanih uz aktivnosti kao i različite vrste (prilagođenih) smještajnih objekata; širina ponude destinacije (posebice enogastroponuda i zabava) te okolišna odgovornost svih u proizvodnom lancu vrijednosti.
- Očekivana kretanja: daljnji rast potražnje, rast važnosti inovativnih kombinacija ponude/aktivnosti te očekivana pojava novih (pot)proizvoda namijenjenih nišnim segmentima.

Kulturni turizam (gradski turizam, festivali i manifestacije, „kultura života“)

- Obilježja potražnje (segmenti): izrazito heterogena potražnja koja se odvija tijekom cijele godine pri čemu su glavni segmenti ipak zrela / treća životna dob (50+) te mladi zaposleni samci (25 – 35 godina); kupci su na putovanju skloni iznadprosječnoj potrošnji.
- Ključni faktori uspjeha destinacije: povijesne, tradicijske, urbanističke i arhitektonske značajke te uređenost destinacije; inovativnost prezentacije, posebice njezina sposobnost da educira i zabavi te angažira i iznenadi; kvalitetna i višjezična interpretacija i vođenje; ponuda različitih oblika smještaja karakterizirana ugodom i šarmom; kvaliteta ugostiteljske ponude i raspoloživost/mogućnost kupnje lokalnih proizvoda/suvenira (prehrambeni, vina i pića, lokalno izrađeni umjetnički i uporabni predmeti).
- Očekivana kretanja: očekuje se stabilan – demografskom strukturom uvjetovan – rast, uz jačanje „kreativnog turizma“ i segmentaciju.

Vjerski turizam

- Obilježja potražnje: izrazita segmentacija i brojne tržišne niše (hodočašća, klasična odmorišna putovanja, izolacija, avanturistička putovanja, volonterska putovanja, putovanja mladih na školovanju u vjerskim obrazovnim institucijama, obiteljska putovanja); važan segment su i duhovna (potraga za unutarnjim mirom i duhovnim razvojem) te holistička (ravnoteža i blagostanje uma, duha i tijela) putovanja koja su značajnim dijelom povezana uz segment profesionalaca sa stresnim zanimanjem.
- Ključni faktori uspjeha destinacije: ponuda kulturne baštine, pri čemu je uočljivo smanjenje sakralne važnosti kulturno-povijesnog lokaliteta; ponuda fizičkih aktivnosti važnih za fizičku i duhovnu obnovu u rasponu od laganih šetnji u prirodi do zahtjevnih avanturističkih sportova; ponuda različitih radionica, predavanja i seminara.
- Očekivana kretanja: nastavak rasta vezan uz sveukupno povećanje broja putovanja te okretanje ljudi različitim (iako ne i nužno institucionalnim) oblicima vjere.

Poslovni turizam (sastanci, skupovi, team-building, incentive putovanja)

- Obilježja potražnje: urbani pojedinci/profesionalci više platežne moći i sklonosti iznadprosječnoj potrošnji; zainteresirani su i za destinacijske atrakcije (gastronomija, zabava, rekreacija i *wellness*); poslovna putovanja odvijaju se pretežito tijekom proljeća i jeseni (*incentive* i tijekom ljeta); cjenovno osjetljivi uslijed postrecesijske kulture štednje.
- Ključni faktori uspjeha destinacije: atraktivnost i imidž destinacije, raspoloživost multifunkcionalnih kapaciteta za održavanje sastanaka i organizacijske podrške; izbor smještajnih kapaciteta (hotela) više kategorije s poslovnim sadržajima pretežito razine kvalitete 3* i 4*; dostupnost destinacije; raspoloživost (besplatnog) interneta; raznolikost i kvaliteta destinacijske ponude; okolišna odgovornost.
- Očekivana kretanja: oporavak potražnje nakon recesije, uz skraćivanje boravaka i biranje bližih destinacija.

Lov i ribolov

- Obilježja potražnje: samostalna organizacija putovanja (uz pomoć prijatelja i prema preporukama), ali za udaljene ili nepoznate destinacije koriste se *all-inclusive* paketi; želja za iskušavanjem novog te uživanje u promatranju prirode (uživanje u prirodi primarni je motiv ribolovaca), odmoru i druženju; preferiraju boravak u lovačkim kućama, smještaj u seoskim domaćinstvima te malim obiteljskih hotelima i pansionima; demografski profil lovaca i ribolovaca općenito uključuje mušku populaciju stariju od 40 godina.
- Ključni faktori uspjeha destinacije: faktori za lov u odabiru destinacije su vrste divljači, atraktivnost okoliša i vjerojatnost uspješnog lova; opremljenost destinacija/objekata za specifične potrebe lovaca (cjelovitost destinacijske usluge koja objedinjuje usluge vodiča, *cateringa* i osvježenja, mogućnosti čuvanja oružja i prostora za pse, različitih opcija smještaja, zabave) i ribolovaca (primjerice usluge najma čamaca i opreme, molovi i platforme, signalizacija i slično).
- Očekivana kretanja: stabilni proizvodi koji imaju vjerne kupce.

Enogastroturizam

- Obilježja potražnje: proizvodi vina i hrane povezuju se s odmorom i opuštanjem pri čemu hrana postaje element kulturne ponude tako se putovanja vezana uz enogastroponudu dijele na dvije skupine, putovanja čiji je primarni motiv vezan uz hranu i piće (procjenjuje se na 600 tisuća europskih putovanja godišnje) te putovanja koja kao sekundarni motiv imaju konzumaciju hrane i pića (procjenjuje se na 20 milijuna europskih putovanja); individualizam, demografske promjene, potraga za osjećajem činenja dobrog za sebe. Multikulturalnost i rast medijske prisutnosti poznatih kuhara važni su elementi koji određuju obilježja potražnje koja je dominantno vezana uz mlade parove te parove u zreloj dobi.
- Ključni faktori uspjeha destinacije: izgradnja reputacije destinacije kao mjesta u kojem je poželjno eksperimentirati s kvalitetom lokalnih proizvoda, opuštanje i zabava doživljaja tijekom gastronomskog posjeta; atmosfera (svečana) destinacije; mogućnost društvene interakcije s ljudima sličnih interesa, atraktivnost hrane i okruženja, kvaliteta usluga.
- Očekivana kretanja: očekivani rast između 7% i 12% godišnje, posebno očekivani rast posjetitelja zainteresiranih za kulinarske destinacije.

Turizam na seoskim gospodarstvima

- Obilježja potražnje: heterogena potražnja za proizvodom koji se zasniva na "prirodnim resursima, ruralnom nasljeđu, ruralnom načinu života i aktivnostima primjerenim za ruralni prostor", a uključuje obiteljski orijentirane turiste, turiste u potrazi za opuštanjem te aktivne turiste, dok se tek četvrtina potražnje odnosi na turiste koji su primarno u potrazi za ruralnim načinom života ili one koji žele samo smještaj u ruralnom području;

turisti su dominantno dobro obrazovane osobe mlađe ili srednje dobi te samostalno organiziraju putovanje.

- Ključni faktori uspjeha destinacije: blizina i dostupnost destinacije; raspoloživost i kvaliteta različitih fizičkih aktivnosti na otvorenom izvan smještajnih objekata; kvalitetna ponuda smještaja malih razmjera u ruralnim kućama; mogućnost korištenja interneta kao i mogućnost rezervacije internetom; cijena odnosno vrijednost za novac; kvaliteta hrane i mogućnost kušanja lokalnih proizvoda kao i mogućnost kontakta s lokalnom kulturom i stanovnicima.
- Očekivana kretanja: globalni rast potražnje, no budući da najveću potražnju za ruralnim turizmom generira domaće urbano stanovništvo, očekuje se stagnacija potražnje.

Golf

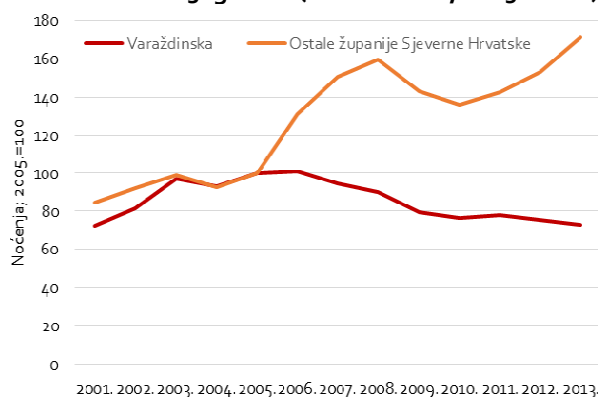
- Obilježja potražnje: golf može biti samostalan motiv i/ili važan sadržaj putovanja koji uključuju više motiva (npr. odmor, zdravlje, posao), igrači su pretežito muškarci u dobi između 40 i 65 godina te iznadprosječnog obrazovanja i platežnih mogućnost, a uobičajeno imaju i širok raspon drugih interesa, uključujući gastronomiju i enologiju; važni izvori informacija za odluku o destinaciju su preporuke, koriste se i društvenim mrežama te općenito informacijama s interneta; prema broju igrača dominantna tržišta Europe su Engleska, Njemačka, Švedska, Nizozemska i Španjolska, pri čemu broj korisnika u Engleskoj i Švedskoj tijekom proteklih nekoliko godina pada.
- Ključni faktori uspjeha destinacije: atraktivnost destinacije (prepoznatljivost, očuvanost prirodnih i društvenih značajki lokacije te ponude sadržaja u destinaciji); atraktivnost i prepoznatljivost golfskih igrališta; kvaliteta smještaja uz mogućnost različitih vrsta i standarda kvalitete, kvaliteta ugostiteljske ponude, raspon kulturnih, zabavnih, sportskih i trgovačkih sadržaja u destinaciji te učinkovitost prodaje.
- Očekivana kretanja: stabilna potražnja s tržišta Europe i Sjeverne Amerike te ubrzani rast s udaljenijih azijskih tržišta bit će, u uvjetima viška kapaciteta, popraćeni izuzetnim naporima golf-industrije da privuče nove korisnike i popularizira golf.

6. Konkurentna pozicija

6.1. Konkurentni krug i tržišna pozicija Županije

U odnosu na najbliže konkurentno okruženje koje čine županije sjeverne Hrvatske, Varaždinska županija u 2013. godini generirala je 22,3% ukupnog broja noćenja. Uz lidera Krapinsko-zagorsku županiju s 35,5% noćenja, Varaždinska županija druga je po važnosti županija sjeverne Hrvatske, a slijede Međimurska županija (19,8% noćenja), Zagrebačka županija (16,7% noćenja) te Koprivničko-križevačka županija s 5,7% noćenja.

Slika 6.1. Kretanje noćenja u Varaždinskoj županiji i ostalim županijama sjeverne Hrvatske u razdoblju od 2001. do 2013. godine (bazni indeks, 2005. = 100)



Izvor: *Online* informacijski sustav Instituta za turizam (BIST), izvorni podaci DZS-a.

Među županijama sjeverne Hrvatske, Varaždinska županija ostvarila je u razdoblju od 2001. do 2013. godine najmanji rast noćenja što je rezultiralo značajnim smanjenjem njezinog tržišnog udjela (slika 6.1.). Od 2003. do 2006. godine Varaždinska županija bila je lider prema broju noćenja te je, primjerice u 2005. godini, ostvarivala 40% svih noćenja sjeverne Hrvatske. Rastom potražnje u županijama u okruženju, ali i smanjenjem vlastitih noćenja (Varaždinske Toplice), udio Županije smanjuje se na razinu od oko 27% u razdoblju od 2008. do 2010. godine, a potom i konstantno padajući do 2013. godine.

Županija sudjeluje u hotelskim noćenjima sjeverne Hrvatske s 19,7% (2,5 postotna boda više od Međimurske županije, 7,9 postotnih bodova više od Zagrebačke te 11,6 postotnih bodova više od Koprivničko-križevačke županije). Lider na hotelskom tržištu je Krapinsko-zagorska županija (slika 6.2.).

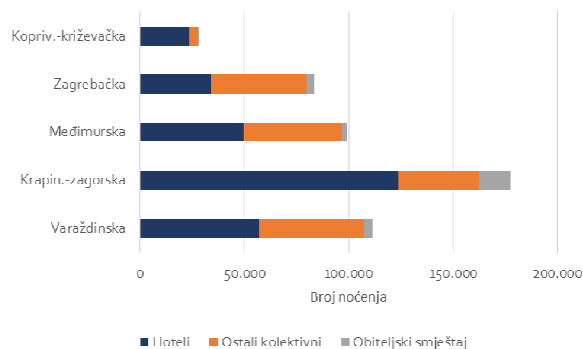
Najveći udio Varaždinska županija ostvaruje u skupini ostalih kolektivnih kapaciteta (27% noćenja skupine), a slijede Međimurska županija s udjelom 25% te Zagrebačka s udjelom 24,7%.

Krapinsko-zagorska županija lider je i u segmentu obiteljskog (privatnog) smještaja privlačeći 58,3% noćenja, a po važnosti slijedi Varaždinska županija s udjelom od 17,3%.

Varaždinska županija raspolaže s 29,9% ukupnog smještajnog kapaciteta mjereno brojem ukupnih ležajeva sjeverne Hrvatske, najviše među svim županijama. Dominacija proizlazi iz 36%-tnog udjela u ostalim kolektivnim kapacitetima, dok u hotelskom smještaju

Županija ima udio od 23,7%, a u obiteljskom (privatnom) smještaju 21,1% (slika 6.3.).

Slika 6.2. Broj ostvarenih noćenja prema vrsti kapaciteta županija sjeverne Hrvatske u 2013. godini



Izvor: *Online* informacijski sustav Instituta za turizam (BIST), izvorni podaci DZS-a.

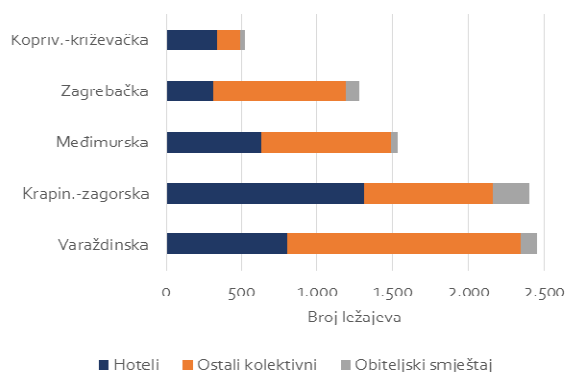
Krapinsko-zagorska županija lider je u hotelskom smještaju (38,7%), a njezina pozicija još je izraženija u skupini obiteljskog smještaja gdje čini gotovo polovicu (47,3%) svih smještajnih kapaciteta sjeverne Hrvatske.

Veličinom smještajnog kapaciteta u hotelima, Varaždinska županija druga je po veličini županija sjeverne Hrvatske, slijedi Međimurska županija s udjelom od 18,6%, dok i Zagrebačka i Koprivničko-križevačka županija imaju značajno manje hotelskih kapaciteta od Varaždinske županije. Hoteli Zagrebačke županije ostvaruju najveću razinu bruto iskorištenosti ležaja (30%), a prema uspješnosti slijede hoteli Krapinsko-zagorske županije (26%) te Međimurske županije (22%). Najnižu razinu iskorištenosti hotelskih kapaciteta bilježe Varaždinska i Koprivničko-križevačka županija (slika 6.4.).

Skupina ostalih kolektivnih kapaciteta (uključujući i apartmane, pansionere, ali i nekategorizirane objekte) najvišu razinu iskorištenosti bilježi u Međimurskoj županiji kao odraz poslovanja apartmanskih objekata u Svetom Martinu na Muri. U 2013. godini ostali kolektivni kapaciteti u Međimurskoj županiji ostvarili su 15%-tnu prosječnu bruto godišnju popunjenost ležaja, a prema uspješnosti slijede Zagrebačka županija (14%) te Krapinsko-zagorska županija (12%). I u ovoj kategoriji Varaždinska (9%), a potom i Koprivničko-križevačka županija (7%) ostvaruju najmanju razinu iskorištenosti.

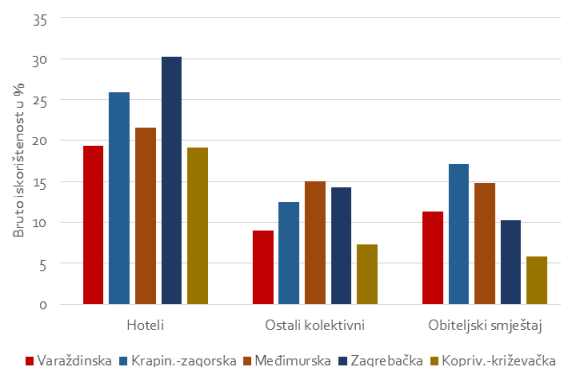
Najviša razina fizičkog korištenja kapaciteta obiteljskog smještaja ostvaruje se u Krapinsko-zagorskoj te Međimurskoj županiji, a najniža u Koprivničko-križevačkoj županiji.

Slika 6.3. Veličina i struktura smještajnog kapaciteta (ukupan broj ležaja) županija sjeverne Hrvatske u 2013. godini



Izvor: Online informacijski sustav Instituta za turizam (BIST), izvorni podaci DZS-a.

Slika 6.4. Bruto iskorištenost kapaciteta (ležaji) u % prema vrsti kapaciteta u županijama sjeverne Hrvatske u 2013. godini



Izvor: Online informacijski sustav Instituta za turizam (BIST), izvorni podaci DZS-a.

6.2. Ocjena konkurentne pozicije Varaždinske županije

Obilježja šireg tržišnog okruženja predstavljaju okvir za ocjenu konkurentnosti Varaždinske županije kao turističke destinacije. Polazeći od tog referentnog konteksta, metodom ekspertne ocjene pojedinih obilježja županijske turističke ponude izvodi se ocjena konkurentne pozicije Varaždinske županije na turističkom tržištu.²⁹

²⁹ Metodološki okvir procjene podrazumijeva dvije razine procjene pojedinih elemenata konkurentnosti. U prvom koraku 50 definiranih pokazatelja ocijenio je ekspertni tim Instituta za turizam, dok su u drugom koraku ocjene provjerene/korigirane na radionici s dionicima turističkog razvoja Županije. Svaki destinacijski atribut ocjenjuje se na skali od 1 (jako loše) do 6 (izvrsno), a na osnovi dobivenih ocjena pojedinog parametra izvode se, kao srednje vrijednosti pojedinih pokazatelja, ocjene za pojedinu skupinu pokazatelja konkurentnosti i Županiju u cjelini.

Tablica 6.1. Konkurentnost Varaždinske županije na međunarodnom tržištu

Elementi konkurentnosti		Jako loše = 1, izvrsno = 6					
A.	Dostupnost i infrastruktura	1	2	3	4	5	6
1	Kvaliteta cestovne dostupnosti Županije						■
2	Intražupanijska kvaliteta cestovne dostupnosti					■	
3	Raspoloživost javnog prijevoza			■			
4	Raspoloživost/blizina međunarodnih zračnih luka						■
5	Stanje zaštite okoliša				■		
6	Infrastrukturna opremljenost				■		
B.	Resursno-atraksijska osnova	1	2	3	4	5	6
7	Raspoloživost i kvaliteta prirodne baštine					■	
8	Raspoloživost i kvaliteta kulturne baštine						■
9	Turistifikacija prirodne baštine			■			
10	Turistifikacija kulturne baštine				■		
11	Privlačnost krajolika						■
12	Kvaliteta prirodnih faktora					■	
13	Uređenost naselja			■			
C.	Smještajni kapaciteti	1	2	3	4	5	6
14	Raspoloživost smještajnih objekata			■			
15	Kvaliteta smještaja – hoteli i slično		■				
16	Kvaliteta smještaja – seoska domaćinstva				■		
D.	Objekti hrane i pića	1	2	3	4	5	6
17	Raspoloživost objekata hrane i pića za turizam			■			
18	Raznolikost i originalnost ponude			■			
19	Kvaliteta hrane				■		
20	Korištenje lokalno proizvedene hrane, autentičnost			■			
E.	Ostale usluge	1	2	3	4	5	6
21	Prisustvo <i>touropatora</i>		■				
22	Prisustvo DMC-a			■			
23	Raspoloživost vinskih i gastrocesta				■		
24	Raspoloživost ponude zabave				■		
25	Raspoloživost ponude kulturnih sadržaja					■	
26	Raznolikost kulturnih manifestacija i događanja						■
27	Raspoloživost kongresnih sadržaja			■			
28	Raspoloživost sportsko-rekreacijskih sadržaja			■			
29	Raspoloživost biciklističkih staza			■			
30	Raspoloživost pješačkih staza				■		
31	Raspoloživost sadržaja za sportove na vodi			■			
32	Raspoloživost sadržaja ruralnog/agroturizma				■		
33	Raspoloživost trgovačke ponuda			■			
F.	Promocija i sustav informiranja turista	1	2	3	4	5	6
34	Raznolikost i kvaliteta promocijskih materijala				■		
35	Raspoloživost informacijskih centara		■				
36	Kvaliteta turističke signalizacije			■			
37	Kvaliteta interpretacije atrakcijske osnove				■		
38	Kvaliteta informacija na internetu				■		
G.	Ljudski potencijali	1	2	3	4	5	6
39	Gostoljubivost lokalne populacije				■		
40	Raspoloživost radne snage			■			
41	Raspoloživost menadžment kadra				■		
42	Osposobljenosti zaposlenih u turizmu				■		
H.	Poslovno okruženje	1	2	3	4	5	6
43	Prilagođenost ponude međunarodnim standardima		■				
44	Kooperacija javnog i privatnog sektora (JPP)			■			
45	Umreženost turizma i ostalog gospodarstva			■			
46	Posvećenost lokalne/regionalne samouprave turizmu				■		
47	Interes lokalnih poduzetnika za turizam				■		
48	Tolerancije stanovništva prema turistima				■		
49	Tolerancija stanovništva prema promjenama života				■		
50	Osobna sigurnost						■

Ocjena konkurentnosti dobivena je kao agregatna ocjena raskoraka između postojeće i željene/potrebne razvijenosti 50 županijskih obilježja turističke ponude.

Rezultati provedene analize ukazuju da su resursno-atraksijska osnova (srednja vrijednost 4,4) te dostupnost (srednja vrijednost 4,0) područja najviše konkurentnosti Županije. Takvoj ocjeni naročito pridonose pojedinačni elementi ponude kao što su raspoloživost i kvaliteta prirodne i kulturne baštine, privlačnost krajolika i, specifično, kvaliteta prirodnih činitelja, ali i dobra interžupanijska i intražupanijska cestovna povezanost. Ukupnu konkurentnost Varaždinske županije kao turističke destinacije podižu i neki drugi pojedinačni elementi ponude iz drugih domena kao što su raznolikost kulturnih manifestacija i događanja te osobna sigurnost. S druge strane, turističku konkurentnost Županije narušavaju segmenti ostalih usluga (3,5) i smještajnih kapaciteta (3,0). Posebnu pozornost valja posvetiti i atributima kao što su internetska promocija, raznolikost i originalnost ponude hrane i pića ili pak prisustvo DMC-ova.

Gotovo prosječna ocjena ukupne županijske konkurentnosti (3,6) otvara značajan prostor za unapređenje ponude i konkurentske sposobnosti, a time i za bolje korištenje raspoloživog razvojnog potencijala.

Pregled ocjena 50 pokazatelja konkurentnosti pojedinih atributa ponude Varaždinske županije prikazan je u tablici 6.1.

7. SWOT i strateška područja djelovanja

SWOT analiza omogućava jezgrovit uvid u interne "snage" i "slabosti" odnosno eksterne "prilike" i "prijetnje" koje određuju poziciju Županije na turističkom tržištu, ali koje i usmjeravaju njezin razvoj kao turističke destinacije u budućnosti. U cilju jasnijeg sagledavanja potencijalno relevantnih činitelja i/ili ograničenja budućeg županijskog turističkog razvoja, analiza jakih i slabih strane te prilika i prijetnji prikazana je u pet međuovisnih područja. To su:

- prostor, društvo, gospodarstvo, infrastruktura i okoliš: ocjena stanja različitih obilježja destinacije koja utječu na razvoj turizma
- turističke atrakcije: ocjena stanja i relevantnosti postojećih turističkih atrakcija s aspekta njihove privlačne moći, razine turističke opremljenosti i prilagođenosti potrebama posjetitelja
- turistička suprastruktura: ocjena faktora koji izravno određuju razvijenost turističke ponude
- upravljanje destinacijom: ocjena faktora koji određuju sposobnost upravljanja destinacijom
- ljudski potencijali: ocjena znanja i vještina raspoloživog ljudskog kapitala u turizmu.

Povezujući segmente provedene SWOT analize, u nastavku se definiraju potrebna područja djelovanja kako u smjeru neutraliziranja prijetnji iz okruženja tako i korištenja prilika kao pretpostavke za utvrđivanje načela razvoja, vrednovanje mogućih scenarija razvoja te osmišljavanja vizije, ciljeva i koncepcije razvoja turizma Varaždinske županije do 2025. godine.

7.1. Jake i slabe strane turizma Varaždinske županije

U nastavku se iznose snage i slabosti, prilike i ograničenja Varaždinske županije kao turističke destinacije:

	Snage	Slabosti
Prostor, društvo, gospodarstvo, infrastruktura i okoliš	<ul style="list-style-type: none"> – visoka prometna dostupnost – tranzitni tokovi – razvijena gospodarska osnova – jasna razvojna usmjerenja i prepoznata uloga turizma u ključnim strateškim dokumentima – ulaganja u diversifikaciju gospodarstva kroz nove tehnologije i kreativne industrije – bogatstvo zaštićenih i očuvanih prostora – raspoloživ prostor za nove razvojne projekte – raspoloživ "sekundarni" stambeni prostor koji je moguće, uz adekvatan sustav potpora, prenamijeniti za turističke svrhe – infrastrukturna opremljenost – razvijen sustav i mehanizmi upravljanja prostorom – jake kulturne i obrazovne institucije – razvijena mreža udruga 	<ul style="list-style-type: none"> – iseljavanje i negativni trendovi rasta stanovništva – neriješeni vlasnički odnosi u lječilišnom turizmu i ograničen razvojni kapital – nedostatan poduzetnički interes i snaga za ulaganje u turizam – stagnacija gospodarske aktivnosti – infrastrukturni nedostaci vezani uz kvalitetu vode i tretiranje odlagališta otpada – nedovoljna povezanost različitih gospodarskih sektora u pružanju kvalitetnog turističkog lanca vrijednosti – nedostatak javno-privatnih partnerstva

	Snage	Slabosti
Turističke atrakcije	<ul style="list-style-type: none"> – aktivne razvojne agencije – izuzetna prirodna i kulturno-spomenička vrijednost resursne osnove – dvorci – Arboretum Opeka – špilja Vindija – nacionalno/regionalno prepoznatljive etablirane manifestacije, festivali i događanja – tradicija urbane i ruralne kulture – očuvan prirodni tok Drave i izuzetna bioraznolikost – UNESCO Rezervat biosfere Mura-Drava dijelom lociran na području Županije – prepoznatljive lokacije vjerskog turizma – raspoloživost osnovnih sportsko-rekreacijski kapaciteta – raznolikost, sadržajnost, slikovitost ruralnog prostora Županije 	<ul style="list-style-type: none"> – zapuštenost i neuređenost dijelova urbanih prostora – turistički nedovoljno valorizirane obrazovne institucije – zapuštenost, neuređenost i nedovoljna turistička valorizacija većih područja uz rijeke Županije – nedovoljna valorizacija turističkog potencijala ruralnog prostora Županije – nedovoljno razumijevanje procesa strateškog upravljanja – nedovoljno razumijevanje trendova na turističkom tržištu
	<ul style="list-style-type: none"> – dominacija smještajne ponude iz vrste "Hoteli" (hoteli, pansioni) – novi i/ili renovirani smještajni kapaciteti – kvaliteta ponude hrane – kvaliteta ugostiteljske usluge – postojanje <i>incoming</i> agencija – inicijative za razvoj ruralnog turizma 	<ul style="list-style-type: none"> – zastarjela i tržišno neusklađena ponuda (zdravstveni turizam, ruralni turizam, aktivni, lovni/ribolovni turizam) – nedostatak smještajnih kapaciteta više kategorije (4*) – nedostatak tematiziranja ponude – veliki udio (važnost) "nekategoriziranih" smještajnih kapaciteta – nedostatak kamping-ponude – neinventivna/ uniformna smještajna ponuda – neinventivna/ uniformna ugostiteljska ponuda – ograničena kongresna ponuda – pretežito neinventivna <i>incoming</i> agencijska ponuda – ekonomska snaga <i>incoming</i> agencija – nedovoljno razumijevanje trendova na turističkom tržištu – nedostatak pratećih sadržaja šopinga (autohtoni proizvodi, proizvodi namijenjeni turistima) – nejasan koncept razvoja lječilišnog turizma u Županiji

	Snage	Slabosti
Upravljanje destinacijom	<ul style="list-style-type: none"> – pozitivna orijentacija Županije prema turizmu – uvažavanje i usmjeravanje turizma u ključnim razvojnim dokumentima – uspostavljen sustav TZ-ova koji raspolaže potencijalom preuzimanja funkcija destinacijskog menadžmenta – razvijen, prepoznatljiv i pozitivan imidž pojedinih destinacija – postojanje institucija pripravnih za apliciranje za EU financiranje 	<ul style="list-style-type: none"> – nedovoljno razvijen proces strateškog upravljanja destinacijom utemeljenog na monitoringu učinkovitosti mjera turističke politike – nedovoljno razvijena praksa suradnje i umrežavanja dionika – potkapacitiranost kadrova izravno odgovornih za razvoj i upravljanje turizmom – nedovoljno diferencirajuće konkurentno brendiranje Županije kao turističke destinacije – raspoloživost financijskih sredstava za pokretanje većih destinacijskih projekata
Ljudski potencijali	<ul style="list-style-type: none"> – gostoljubivost – tradicija kulinarske izvrsnosti (npr. nagrađivani kuhari, restorani) – tradicija obrtništva i malog poduzetništva 	<ul style="list-style-type: none"> – nedovoljno razumijevanje suvremenih trendova u turizmu – nedovoljno uspostavljen proces destinacijskog menadžmenta

7.2. Prilike i prijetnje razvoja turizma Varaždinske županije

	Prilike	Prijetnje
Prostor, društvo, gospodarstvo, infrastruktura i okoliš	<ul style="list-style-type: none"> – gustoća naseljenosti šire regije i blizina većih gradskih centara – jačanje gospodarske snage i kupovne moći u regiji – interes <i>low cost</i> aviokompanija za sekundarne zračne luke – strateški i razvojni trendovi koji valoriziraju inovativnost, kreativnost, okolišnu osjetljivost i održivost (Europa 2020) – rast "kreativnih industrija" (glazba, primijenjena umjetnost, dizajn, arhitektura, mediji, i sl.) – rast turističke potražnje u okruženju – novi izvori EU financiranja 	<ul style="list-style-type: none"> – gospodarska kriza – nepovoljna investicijska klima u Hrvatskoj – interes trgovačkih lanaca usmjeren na "masovne" proizvode – nedostatak institucionalne i stručne podrške u poduzetničkom pristupanju izvorima financiranja kod ulaganja u turizam
Turističke atrakcije	<ul style="list-style-type: none"> – stalno prisutan interes za "novim" – preferencija "novih" turista prema okolišno očuvanim i identitetski profiliranim destinacijama/atrakcijama – EU fondovi/programi za ruralni/regionalni razvoj 	<ul style="list-style-type: none"> – nedovoljna snaga jedinica lokalne samouprave da pokrenu turistifikaciju resursa – nedovoljna raspoloživost tržišno održivih i inovativnih programa za proces aktiviranja turistifikacije resursa – nedovoljno poticanje/ edukacija potencijalnih

	Prilike	Prijetnje
Turistička suprastruktura	<ul style="list-style-type: none"> – iznadprosječan rast interesa za gradskim destinacijama – segmentacija tržišta – razvoj ekonomije kreativnosti i doživljaja – unapređenje imidža i rastuća atraktivnost Hrvatske – unapređenje investicijskih i razvojnih modela u Hrvatskoj – EU fondovi/programi za poticanjem malog i srednjeg poduzetništva 	<ul style="list-style-type: none"> – poduzetnika na transformaciju resursa u atrakcije – gospodarska kriza – nepovoljna investicijska klima u Hrvatskoj – nedostatak institucionalne i stručne podrške u pristupanju izvorima financiranja – brži razvoj konkurentne ponude u okruženju – nedostatak interesa "većih" investitora u hotelijerstvu/turizmu – nejasan koncept razvoja zdravstvenog turizma u Hrvatskoj
Upravljanje destinacijom	<ul style="list-style-type: none"> – obavezna i uvriježena praksa strateškog planiranja i umreženog djelovanja u EU – praksa profesionalnog upravljanja i prodaje konferencijskih i manifestacijskih sadržaja – očekivana zakonska regulativa i/ili definiranje sustava destinacijskog menadžmenta u Hrvatskoj – razvoj proizvodnih brendova – destinacijsko brendiranje 	<ul style="list-style-type: none"> – nejasne funkcije i odgovornost za destinacijski menadžment zbog nedovoljno jasno definiranog sustava i modela upravljanja destinacijama u Hrvatskoj – mala prepoznatljivost Županije izvan nacionalnog okvira
Ljudski potencijali	<ul style="list-style-type: none"> – rastuća ponuda obrazovnih programa u turizmu – rastuće mogućnosti financiranja specijalističkih programa – fleksibilnost radne snage u EU 	<ul style="list-style-type: none"> – nedovoljna usmjerenost na suvremene obrazovne potrebe u turizmu na razini nacionalnih institucija – negativan imidž i pad interesa za poslove u turizmu i ugostiteljstvu – nedovoljno razvijeni programi podizanja svijesti lokalnog stanovništva o turizmu

7.3. Strateške prednosti i nedostaci te područja djelovanja

Temeljem postavljene SWOT analize izvode se zaključci o kritičnim faktorima razvoja Županije kao turističke destinacije. Sagledavajući/sažimajući njezine "snage" i "slabosti" u kontekstu promjena u okruženju, moguće je identificirati "strateške prednosti" na kojima valja temeljiti izgradnju buduće pozicije Varaždinske županije na turističkom tržištu, odnosno "strateške nedostatke" koje u cilju jačanja njezine buduće konkurentnosti kao turističke destinacije valja minimizirati ili eliminirati (tablica 7.1.).

U tom je kontekstu evidentno da jedan od ključnih razvojnih izazova koji se nameće pred nositelje županijske turističke politike proizlazi iz odnosa prirodne/kulturne resursne osnove pogodne za proizvodnu diferencijaciju i nedovoljne financijske snage i projektne spremnosti jedinica lokalne samouprave da pokrenu veće destinacijske projekte koji mogu osigurati transformaciju resursa u kvalitetnu atrakcijsku/poslovnu osnovu.

Tablica 7.1. Kritični faktori turističkog razvoja Varaždinske županije

Strateške prednosti	Strateški nedostaci
<ul style="list-style-type: none"> – izuzetno vrijedna prirodna i kulturna resursna osnova pogodna za proizvodnu diferencijaciju u turizmu – kvaliteta prirodnih činitelja za razvoj zdravstvenog turizma – otvorenost i orijentacija k inovativnosti i kreativnosti – otvorenost prema turizmu i turističkom razvoju na strateško-planskoj razini 	<ul style="list-style-type: none"> – financijska snaga i projektna spremnost jedinica lokalne samouprave za pokretanje većih destinacijskih projekata – nedovoljno proaktivan odnos prema resursnoj i atrakcijskoj osnovi – zastarjelost turističke ponude i sustava turističkih doživljaja – ograničenost percepcije Varaždinske županije – nedovoljno razvijena funkcija destinacijskog menadžmenta – konceptualna lutanja vezana uz ključne odrednice turističkog razvoja Županije i njezinih glavnih proizvoda – vlasnički status specijalnih bolnica i neprilagođenost potreba turističkog tržišta

Izvor: Institut za turizam, Zagreb

Jednako tako, nameće se i problem pokretanja procesa podizanja kvalitete turističke ponude i njezinog približavanja očekivanjima i potrebama novog "kupca" odnosno osiguranja preduvjeta da u taj proces uđu novi poduzetnici stvaranjem nove i/ili restrukturiranjem postojeće turističke supstrukture. Taj proces zahtijevat će rješavanje brojnih konceptualnih problema, uključujući i oživotvorenje funkcije destinacijskog menadžmenta, ne samo na razini Županije već i na razini jedinica lokalne samouprave. No, nedvojbeno se radi i o procesu koji je određen i odrednicama nacionalne gospodarske/turističke politike.

Tablica 7.2. Područja strateškog djelovanja na turistički razvoj Varaždinske županije

	Jake strane	Slabe strane
Prilike	Razvoj i unapređenje lepeze turističkih proizvoda Županije Međusektorsko povezivanje i jačanje destinacijskog lanca vrijednosti	Restrukturiranje postojeće turističke ponude Sustavna primjena suvremenih promocijskih instrumenata
Prijetnje	Uspostavljanje županijskog/ destinacijskog sustava poticanja Uspostava modela privlačenja investitora i partnerstva, posebice u zdravstvenom turizmu	Povećanje kompetencija zaposlenih u turizmu i povezanim djelatnostima Jačanje lokalne percepcije o važnosti turizma

Izvor: Institut za turizam, Zagreb

Polazeći od utvrđenih ključnih odrednica postojeće i buduće pozicije Varaždinske županije na tržištu, metodološki okvir SWOT analize omogućava prepoznavanje četiri skupine područja djelovanja koje: (i) valoriziraju jake strane Županije i prilike iz ograničenja; (ii) sagledavaju potrebne korekcije slabih strana ponude Županije u kontekstu prilika koje proizlaze iz okruženja; (iii) definiraju područja djelovanja koja na osnovi jakih strana ponude Županije mogu neutralizirati prijetnje iz okruženja; te konačno (iv) utvrđuju područja djelovanja koja polazeći od korekcije slabih strana ponude imaju potencijal umanjiti utjecaj prijetnji iz okruženja. Područja djelovanja prikazana su u tablici 7.2., a kao ključni i međusobno povezani/uvjetovani, smjerovi nameću se unapređenje lepeze turističkih proizvoda, restrukturiranje postojeće ponude, međusektorsko povezivanje te primjena suvremenih promocijskih instrumenata. Kao jednako važni smjerovi djelovanja prepoznati su i uspostavljanje sustava poticanja investitora/poduzetništva, povećanje kompetencija zaposlenih te podizanje lokalne percepcije o važnosti turizma.

8. Načela razvoja

Povećanje blagostanja lokalne zajednice osnovna je svrha svakog društveno-ekonomskog razvoja. Iz perspektive razvoja turizma Varaždinske županije, povećanje blagostanja lokalne zajednice podrazumijeva dobro osmišljeno i međusobno koordinirano gospodarsko/turističko aktiviranje cjelokupne raspoložive materijalne i nematerijalne resursne osnove kojom Županija raspolaže. To uključuje i raspoloživi razvojni prostor, ne samo u danas već snažno turistički valoriziranim destinacijama Županije kao što su Varaždin, Varaždinske Toplice i Trakošćan, ili pak Ludbreg i Lepoglava kao destinacijama značajnog tržišnog potencijala, već i u nekim drugim još uvijek turistički nedovoljno valoriziranim dijelovima Županije. Tek će se, naime, postupnim turističkim pokretanjem relativno slabo komercijaliziranog ruralnog krajobraza, bogatog prirodnim i kulturnom resursno atrakcijskom osnovom, omogućiti diversifikacija turističkog miksa Županije, ali i turističkoj ponudi pružiti nova kvaliteta i sadržaj kroz povezivanje s različitim "neturističkim" aktivnostima kao što su poljoprivreda, prehrambena industrija, kreativna industrija i slično.

U uvjetima globalnog jačanja svijesti o negativnim posljedicama fizički i socijalno devastiranog prostora te značajnih promjena obilježja kupaca i konkurencije, rast i razvoj turističke aktivnosti na području Županije pretpostavlja, u okvirima stvaranja "dinamične ekonomije koja se temelji na znanju, informacijskim i komunikacijskih tehnologijama, modernoj industriji, ali i razvoju turizma te očuvanju tradicijskih proizvoda, usluga i obrta"³⁰, upravljanje turističkim i gospodarskim rastom i razvojem na principima dugoročne ekonomske, socijalne i ekološke održivosti.

Tablica 8.1. Sustav načela razvoja turizma Varaždinske županije

Prostorno ekološka održivost	Društvena održivost	Ekonomska održivost
Odgovornost Nosivost Zaštita	Partnerstvo Planiranje Očuvanje duha mjesta	Umreženost Uravnoteženost Koordinacija

Izvor: Institut za turizam, Zagreb

Prihvaćajući kao ideje vodilje koncepte koji gospodarski, pa tako i turistički razvoj opisuju kao razvoj koji "zadovoljava potrebe sadašnjih stanovnika Županije, ali i razvoj koji osigurava budućnost sljedećih generacija" ili koji "u okviru prihvatnog kapaciteta eko i društvenog sustava unapređuje kvalitetu života stanovnika Županije", nameće se potreba vezivanja strategije razvoja turizma s ostvarivanjem uvjeta za očuvanje prirodne baštine i bioraznolikosti te materijalnog, kulturnog i socijalnog naslijeđa, ali i uvjeta za održivo tržišno poslovanje gospodarskih subjekata.

U tom smislu, strategiju razvoja potrebno je usuglasiti s odrednicama prostorno-ekološke održivosti, društvene održivosti te ekonomske održivosti koje je moguće pretočiti u sustav devet međusobno povezanih načela (tablica 8.1.) koja podrazumijevaju kontinuirano usuglašavanje/usklađivanje interesa svih dionika turističkog razvoja, uključujući i lokalno stanovništvo, oko ključnih aktivnosti kako u sferi javnog tako i privatnog sektora.

8.1. Odrednice prostorno-ekološke održivosti

Odrednice prostorno-ekološke održivosti osnovica su za valorizaciju i definiranje razvojnih projekata javnog i privatnog sektora te utvrđivanje njihove maksimalno prihvatljive veličine i kapaciteta, ali i aktivnosti u sferi zaštite prostora i bioraznolikosti te upravljanja otpadom, energijom, vodom, bukom te rasvjetom, kao nezaobilaznih faktora kvalitete života lokalnog

³⁰ Prema Županijskoj razvojnoj strategiji Varaždinske županije 2011. – 2013.

stanovništva i uspješnog turističkog privređivanja. Temeljni kriteriji za promišljanje razvoja turizma koji podržava prostorno-ekološku održivost mogu se sažeto iskazati kroz:

- **Načelo odgovornosti** koje podrazumijeva ekološki odgovorno djelovanje svih nositelja gospodarskog/turističkog razvoja Županije kroz primjenu suvremenih tehničko-tehnoloških rješenja i okolišno odgovornu praksu u izgradnji i/ili opremanju turističkih sadržaja/objekata te dnevno-operativnom vođenju poslovnih procesa i/ili obavljanju javno-komunalnih usluga. Načelo odgovornosti obvezuje na primjereno ponašanje ne samo gospodarske subjekte već i lokalno stanovništvo te posjetitelje/turiste koji dolaze na prostor Županije.
- **Načelo zaštite** koje uspostavlja okvir za promišljanje kriterija/mehanizama zaštite prirodnih činitelja, prostora i ostalih resursa Županije, a osobito ključnih sastavnica njezine prirodne baštine ponajviše kroz (dokumentirano i utemeljeno) utvrđivanje i praćenje stanja/odlika relevantnih prirodnih činitelja, ali i svih drugih bitnih sastavnica županijske resursno-atraktivne osnove. To nadalje podrazumijeva i uspostavljanje mehanizma pravodobnog korektivnog djelovanja u slučajevima njihove potencijalne degradacije.
- **Načelo nosivosti** zasniva se na potrebi usklađivanja postojećeg i potencijalnog gospodarskog intenziteta i namjene korištenja prostora u cilju utvrđivanja prihvatljive razine utjecaja gospodarskih/turističkih aktivnosti na fizička i socijalna obilježja okruženja. Počivajući na usklađenom i transparentnom sustavu planiranja upotrebe prostora, načelo se vezuje uz turističke i neturističke poduzetničke aktivnosti, ali i javne funkcije Županije uključujući, primjerice, raspon aktivnosti od osiguranja kvalitetne vodoopskrbe do prometa uz ključne turističke atrakcije.

8.2. Odrednice društvene održivosti

Odrednice društvene održivosti odnosno društvenog prihvatnog kapaciteta osnovica su valorizacije aktivnosti usmjerenih na očuvanje identitetskih obilježja lokalne zajednice te raspoloživost ljudskog potencijala. Pozornost se pri tome usmjerava na sposobnost prihvata pojedinih razvojnih projekata, aktivnosti usmjerenih na očuvanje materijalne i nematerijalne kulturne baštine te zaštitu i razvijanje svijesti lokalne populacije o ljudskim pravima, pravu na rad i jednakosti svih socijalnih skupina i/ili manjina. Načela koja podupiru odrednice društvene održivosti Varaždinske županije sažeta su kroz:

- **Načelo partnerstva** koje podrazumijeva suradnju dionika razvoja turizma, uključujući javni, privatni i civilni sektor u sferi odnosa gospodarskog/turističkog razvoja kako bi se uspostavila poticajna društvena klima i povećavao stupanj kohezije. Primjenom ovog tzv. principa *community based planninga* uspostavljaju se preduvjeti za usuglašavanje turističkih razvojnih prioriteta Županije, ali i za podizanje razine međusobnog povjerenja i osjećaja "uključenosti" stanovnika u različite razvojne odluke koje, u nekim destinacijama, mogu i značajno utjecati na prevladavajući način/stil života i navike lokalne zajednice.
- **Načelo planiranja** kao odraza dobrovoljne, ali i nedobrovoljne razmjene troškova/koristi gospodarskih i društvenih subjekata te lokalnog stanovništva i posjetitelja općenito, a posebno na područjima koja obilježava visoki stupanj turističke aktivnosti. U uvjetima osmišljavanja/uspostavljanja dugoročno konkurentne gospodarske strukture s turizmom kao sinergijski važnom komplementarnom aktivnošću, nameće se potreba sustavnog promišljanja prioritarnih aktivnosti, njihovih nositelja i rokova izvršenja.
- **Načelo očuvanja duha mjesta** nalaže poštivanje specifične "slike" prostora i "duha" lokalne zajednice u oblikovanju prostora te društvenog života stanovništva, a onda i kreiranja sadržaja suvremene turističke ponude. Prepoznajući dinamiku karakterističnih i jedinstvenih obilježja urbanih i ruralnih prostora Varaždinske županije iskazanih u kombinaciji nematerijalne i materijalne baštine, načelo pruža okvir za razumijevanje i prezentiranje života lokalne zajednice te sagledavanje utjecaja novih razvojnih projekata.

8.3. Odrednice ekonomske održivosti

Odrednice ekonomske održivosti temelj su za osiguranje tržišne perspektive poduzetničkih projekata te sagledavanje njihovih očekivanih ekonomskih utjecaja na okruženje. S obzirom na specifičnosti planiranja gospodarskog razvitka na županijskoj razini, odrednice ekonomske održivosti Varaždinske županije podrazumijevaju sagledavanje učinaka pojedinih aktivnosti/projekata u kontekstu njihove mikroopravdanosti, ali prije svega u kontekstu ostvarivanja koristi (troškova) za lokalnu zajednicu/Županiju. Odrednice ekonomske održivosti iskazuju se kroz:

- **Načelo umrežavanja** – uspostavlja kontekst poticanja tržišno održivih turističkih poduhvata koji multiplikativnim učincima pokreću aktivnosti i drugih subjekata na području pojedine lokalne zajednice odnosno Županije u cjelini, kako u sferi dodatnog zapošljavanja tako i aktiviranja neiskorištene resursne osnove.
- **Načelo uravnoteženja** – odnosi se na smanjivanje današnje razine izloženosti turističkog gospodarstva Županije utjecaju jednostranih odluka dobavljača, kupaca i/ili drugih interesnih skupina, širenjem sustava doživljaja, ali i jačanjem potpornih, ne-turističkih gospodarskih aktivnosti koje mogu neizravno sudjelovati u generiranju turističkih proizvoda.
- **Načelo koordinacije** – predstavlja javno usklađivanje i/ili usmjeravanje različitih javnih ili privatnih razvojnih projekata prema realizaciji razvojne vizije i ciljeva turističkog razvoja Varaždinske županije. To podrazumijeva transparentno i fokusirano usmjeravanja sredstava proračuna Županije i jedinica lokalne samouprave na poticanje manjeg broja tržišno, socijalno i prostorno-ekološki održivih projekata veće multiplikativne snage. No jednako tako, načelo nalaže i jačanje funkcije "vođenja/usmjeravanja" onih projekata koji zahtijevaju učinkovito usklađivanje brojnih parcijalnih, ponekad i konfliktnih, interesa većeg broja razvojnih dionika, kao i stvaranje uvjeta za realizaciju projektno-orijentiranih javno-javnih, javno-privatnih i/ili privatno-privatnih partnerstva.

9. Scenariji razvoja

9.1. Metodološki okvir

Za razliku od prognoza, koje su ekstrapolacija prošlih događanja i/ili danas uočenih trendova u budućnosti, te koje se baziraju ponajviše na pretpostavci da će budućnost, u svojim ključnim odrednicama, uvelike nalikovati sadašnjosti, analiza scenarija polazi od pretpostavke da će relevantni uvjeti u gospodarsko-političkom, resursno-okolišnom, pravno-regulativnom, sociokulturnom i/ili tehničko-tehnološkom okružju u budućnosti biti bitno drukčiji ne samo od onih u prošlosti već i od onih koji karakteriziraju postojeće stanje. Kako je budućnost sve neizvjesnija, ponajviše kao rezultat sve veće kompleksnosti u raznim sferama života i mogućnosti dostupa sve većem broju informacija, korištenjem analize scenarija pokušavaju se sagledati različite alternativne budućnosti. U skladu s tim analiza scenarija zasniva se na hipotezi da budućnost nije unaprijed predodređena, već da postoje različite alternative budućnosti koje se, unatoč neizvjesnim raspletima, mogu na konzistentan, logičan i metodološki utemeljen način (pokušati) sagledati. Budući da omogućava sagledavanje i kritičko propitivanje mogućih alternativnih raspleta, analiza scenarija donositeljima odluka omogućava ne samo adekvatnu pripremu za različite budućnosti već i proaktivno djelovanje u funkciji ostvarivanja željene budućnosti.

Da bi bili relevantni, koherentni, vjerojatni i prihvatljivi, scenariji pretpostavljaju timski rad i zastupljenost osoba različitih struka kako bi se problem sagledao iz različitih perspektiva. Scenariji trebaju imati uporišta kako u prošlim događajima tako i u sadašnjosti. Polazeći od prepoznavanja relevantnih trendova u okružju, analizom se identificiraju glavni činitelji, ali i neizvjesnosti koje bi u budućnosti mogle znatno utjecati na strateške odluke i/ili razvojna usmjerenja gospodarskih entiteta i/ili nositelja javne vlasti.

9.2. Pristup definiranju relevantnih scenarija

Polazeći od naznaka metodološkog okvira analize scenarija te imajući na umu dugoročno povoljne trendove na strani potražnje, za kvalitetu i/ili dinamiku turističkog razvoja Varaždinske županije posebno su važni sljedeći činitelji:

- kvaliteta resursno-atraksijske osnove
- razvijenost gospodarstva i turističkog sektora
- razvijenost infrastrukture (komunalne i turističke)
- investicijska klima i sustav poticaja razvoja
- stupanj usuglašenosti razvojnih dionika (javni i privatni sektor te lokalno stanovništvo) oko ključnih razvojnih pitanja
- dostupnost sredstava EU programa/fondova
- sklonost poduzetništvu
- kvaliteta ljudskih potencijala
- percepcija lokalnog stanovništva o turizmu.

Svi navedeni činitelji, neposredno ili posredno, izvedenica su gospodarskog okruženja, ali i stupnja spremnosti/mogućnosti razvojnih dionika da ga svojim aktivnostima usmjeravaju u skladu sa svojim potrebama. Drugim riječima, polazeći od mogućih suprotstavljenih značajki gospodarskog okruženja (poticajno ili nepoticažno) te stupnju spremnosti županijskih razvojnih dionika da iniciraju/utječu na promjene u prevladavajućem načinu djelovanja nositelja javne vlasti (visoka ili niska sklonost/mogućnost), moguće je definirati četiri različita scenarija turističkog razvoja Županije:

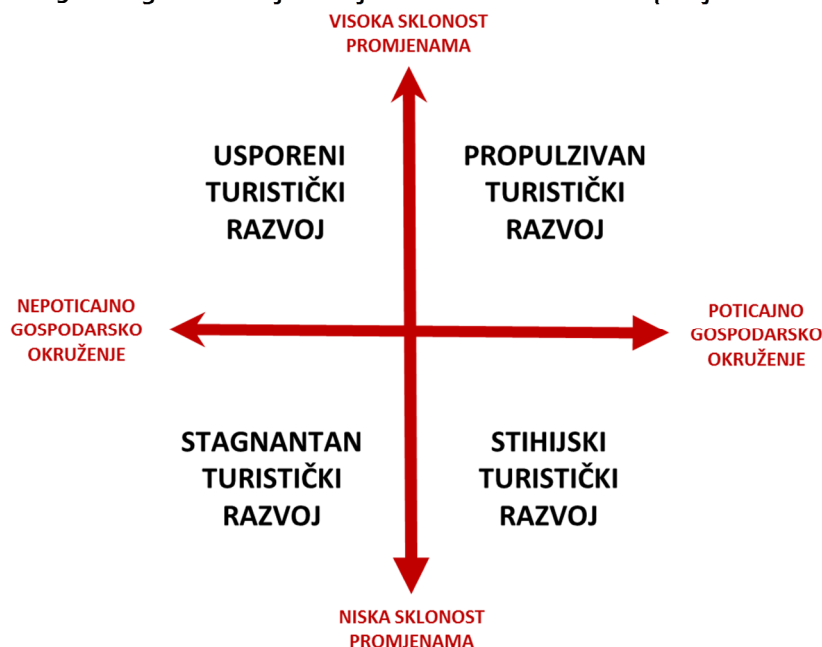
- **Scenarij propulzivnog turističkog razvoja** podrazumijeva poticajno gospodarsko okruženje (turistička politika aktivno potiče razvoj turizma na kontinentu kroz instrumente fiskalne i financijske politike te kroz zakonsku deregulaciju/prilagodbu),

kao i visoku sklonost županijskih dionika da sustavno potiču poduzetništvo i uklanjaju razvojne barijere sukladno dogovorenim strateškim ciljevima.

- **Scenarij stihijskog turističkog razvoja** temelji se na pretpostavci o niskoj sklonosti promjenama ustaljenog ponašanja većine županijskih razvojnih dionika javnog i privatnog sektora (strah od promjena/neizvjesnosti, nemogućnost usklađivanja razvojnih interesa i sl.) u uvjetima poticajnog gospodarskog okruženja (turistička politika aktivno potiče razvoj turizma na kontinentu kroz instrumente fiskalne i financijske politike te kroz zakonsku deregulaciju/prilagodbu).
- **Scenarij stagnantnog turističkog razvoja** propituje mogućnost turističkog razvoja u uvjetima nepoticajnog gospodarskog okruženja, ali i niske sklonosti promjenama od strane većine županijskih razvojnih dionika (javni i privatni sektor).
- **Scenarij usporenog turističkog razvoja** sagledava turistički razvoj Županije u uvjetima nepoticajnog gospodarskog okruženja, ali i visoke usuglašenosti županijskih razvojnih dionika o potrebi dubokih promjena i zaokreta od dosadašnje turističke razvojne politike.

Svaki od navedenih scenarija, uključujući i njihove ključne odrednice, prikazan je na slici 9.1..

Slika 9.1. Mogući scenariji razvoja turizma Varaždinske županije



Izvor: Institut za turizam

Konačno, polazeći od utvrđenih ključnih faktora razvoja te strateških smjerova djelovanja (Poglavlje 7.3.), obilježja/implikacije svakog od scenarija mogućeg turističkog razvoja Varaždinske županije sagledavaju se kroz sljedeće dimenzije:

- turistički proizvodi, uključujući strukturu portfelja i obilježja pojedinih proizvoda, sposobnosti međusektorskog povezivanja te iskustva/doživljaja posjetitelja
- stanje ponude, uključujući turističku infra- i suprastrukturu, valorizaciju resursa te vlasničko-upravlački status dionika
- investicijska klima i sustav poticanja, uključujući faktore kao što su usuglašenost razvojnih dionika, percepcija turizma, sklonost poduzetništvu te financijski i nefinancijski poticaji
- znanje i kompetencije, uključujući apsorpcijski kapacitet EU fondova/programa te kvalitetu/raspoloživost ljudskih potencijala
- imidž županije, uključujući razvoj i implementaciju brenda.

9.3. Implikacije pojedinih scenarija

U skladu s prethodno navedenim metodološkim pristupom, u nastavku se obrazlažu ključna obilježja i očekivane implikacije svakog od identificiranih scenarija.

Scenarij propulzivnog turističkog razvoja

Ključne odrednice	U uvjetima poticajnog gospodarskog okruženja i visoke sklonosti razvojnih dionika javnog i privatnog sektora prema maksimiranju razvojnog potencijala turizma, Varaždinska županija uspješno privlači sve veći broj domaćih i stranih investitora, a što rezultira ne samo uspješnom turistifikacijom svih dijelova Županije već i razvojem kompatibilnih turističkih proizvoda, klsterskom suradnjom i vertikalnim povezivanjem poduzetnika.
Turistički proizvodi	Uz kulturna događanja kao dosad najprepoznatljiviji turistički proizvod, Županija uspješno razvija ponajviše izletnički i zdravstveni turizam (osobito lječilišni i <i>wellness</i>), ali i vjerski turizam, enogastroturizam te različite oblike turizma posebnih interesa uobičajenih za ruralno okruženje (agroturizam, lov, ribolov, planinarenje, cikloturizam, golf i sl.).
Stanje ponude	Uspješno provedeno vlasničko/organizacijsko restrukturiranje specijalnih bolnica (Varaždinske Toplice i Novi Marof) omogućilo je ne samo osuvremenjivanje njegove zdravstvene i smještajno-ugostiteljske ponude već i razvoj nekoliko potpuno novih objekata zdravstveno-turističke ponude, osobito u sferi medicinskog <i>wellnessa</i> . Prisustvo sve većeg broja stacionarnih turista na području Županije rezultiralo je povećanjem kvalitete usluživanja u postojećim smještajnim objektima, ali i brzim rastom sve kvalitetnije i raznovrsnije izvansmještajne ponude, i to kako u segmentu hrane i pića tako i u segmentu sporta i rekreacije, trgovine, kulture i specijaliziranih (turističkih) usluga. U takvim uvjetima, na cijelom području Županije otvoren je veći broj malih, tematiziranih, obiteljski vođenih pansiona, B&B hotela i/ili agroturističkih objekata. Konačno, uz raspoloživost dva/tri golfska igrališta (zemljišta u državnom vlasništvu na širem području Trakošćana i Varaždinskih Toplica) cijeli teritorij Županije "prošaran" je atraktivnim sustavom biciklističkih, pješačko-planinarskih i/ili poučnih staza.
Investicijska klima i sustav poticanja	U uvjetima sve veće orijentacije na turizam kao jednog od bitnih činitelja gospodarskog razvoja zemlje/Županije, sve se veći broj projekata turističke/komunalne infrastrukture financira sredstvima EU fondova/programa, dok potencijalnim privatnim investitorima stoje na raspolaganju različiti instrumenti fiskalnog i financijskog, ali i nefinancijskog poticanja.
Znanje i kompetencije	Povoljno gospodarsko ozračje, razvojni optimizam i sve veća raspoloživost za to namijenjenih EU programa/fondova pogoduje stalnom jačanju znanja i kompetencija na svim razinama. Rezultat tog procesa pozitivno se odražava na selekciju kadrova, zaposlenost i odljev mozgova. Sve to, u konačnici, stimulira inovativnost i kreativnost u zadovoljavanju sve diversificiranih turističkih potreba.
Imidž	Varaždinska županija međunarodno je percipirana kao poželjna, ekološki očuvana i resursno zanimljiva turistička destinacija, osobito u sferi zdravstvenog, kulturnog i enogastroturizma, ali i kao prostor zadovoljnih, vrijednih i kreativnih ljudi.

Scenarij stihijskog turističkog razvoja

Ključne odrednice	U uvjetima poticajnog gospodarskog okruženja, ali i nespremnosti razvojnih dionika javnog i privatnog sektora na promjene dosadašnjeg načina ponašanja, razvoj turizma na prostoru Županije odvija se uglavnom stihijski i "točkasto", pri čemu se raspoloživi razvojni prostor najčešće ne koristi primjereno i na održiv način. Takvo stanje rezultat je ponajviše nespremnosti i/ili nezainteresiranosti nositelja županijske turističke politike da se sustavno i fokusirano bave problematikom turističkog razvoja, uslijed čega se prirodna resursno-atraktivna osnova postupno degradira. U nedostatku jasno iskazanih prioriteta, potencijalni interes domaćih i stranih investitora kanalizira se uglavnom na <i>ad hoc</i> osnovi i sa suboptimalnim učincima.
Turistički proizvodi	Uz kulturna događanja (grad Varaždin) kao najznačajnijim turističkim proizvodom, Županija je prepoznatljiva ponajviše domaćoj potražnji i to temeljem nekoliko izdvojenih lokaliteta/sadržaja ponude, osobito u sferi zdravstvenog i vjerskog, a donekle i izletničkog te enogastroturizma, ali i turizma posebnih interesa (agroturizam, lov, ribolov, planinarenje, cikloturizam i sl.). Neovisno o postojanju pojedinih turističkih lokaliteta koji privlače potražnju, Županija nije uspjela cjelovito razviti/osuvremeniti praktički nijedan turistički proizvod na način koji bi omogućavao sustavnu tržišnu komercijalizaciju, odnosno koji bi u značajnijoj mjeri mogao pridonijeti pozitivnom turističkom imidžu Županije.
Stanje ponude	Usprkos pozitivnim pomacima u zakonodavstvu, osobito u sferi institucionalizacije zdravstvenog turizma, vlasničko i/ili organizacijsko restrukturiranje SB Varaždinske Toplice još uvijek nije provedeno, ponajviše zbog nemogućnosti usuglašavanja stavova ključnih razvojnih dionika. Samim time nisu stvoreni potrebni preduvjeti za osuvremenjivanje zdravstvene i smještajno-ugostiteljske ponude same SB ograničavajući razvoj drugih zdravstveno-turističkih sadržaja u njezinom okruženju. U takvim uvjetima, a imajući na umu i nedovoljno dinamičan razvoj županijske turističke/komunalne infrastrukture, broj stacionarnih turista na području Županije slijedi dosadašnju dinamiku razvoja, unatoč činjenici da je uspješno realiziran određen broj (više ili manje kvalitetnih) poduzetničkih poduhvata, osobito u sferi obiteljske smještajne i izvansmjestajne ponude.
Investicijska klima i sustav poticanja	Neovisno o sve većoj svijesti o potrebi razvoja turizma na kontinentu i usvojenoj razvojnoj viziji na razini Županije, zbog nedovoljne usuglašenosti interesa pojedinih razvojnih dionika, nedostatka adekvatnih provedbenih mehanizama i/ili nedovoljne koordinacije nositelja turističke politike Županije, privatni poduzetnici prepušteni su sami sebi u pripremi i realizaciji investicijskih poduhvata, osobito u kontekstu osiguravanja poticajnih sredstava kako iz domaćih izvora (državni proračun, proračun jedinica lokalne i regionalne samouprave) tako i kroz sufinanciranje iz programa/fondova EU.
Znanje i kompetencije	Povoljno gospodarsko ozračje i sve veća raspoloživost EU programa/fondova za povećanje znanja i kompetencija pogoduje stalnom rastu kvalitete ljudskog kapitala. Neovisno o tome raspoloživa se sredstva slabo koriste na razini Županije, uslijed čega se kvaliteta ljudskog potencijala bitno ne popravlja. To, kao i činjenica da nije pokrenut novi razvojni ciklus, i dalje rezultira visokom stopom nezaposlenosti i nastavkom "odljeva mozgova". Takvo stanje stvari negativno se odražava i na turistički sektor.
Imidž	Varaždinska županija i dalje se od strane potražnje u regiji percipira ponajviše po kvaliteti kulturno-turističkih događanja u Varaždinu, a samo iznimno i po kvaliteti svoje kulturne baštine, tradiciji zdravstveno-turističke ponude i enogastroponudi u tematiziranim obiteljskim ugostiteljskim objektima.

Scenarij stagnantnog turističkog razvoja

Ključne odrednice	U uvjetima izrazito nepoticajnog gospodarskog okruženja te, s tim povezane, niske sklonosti razvojnih dionika javnog i privatnog sektora prema bilo kakvim razvojno-investicijskim aktivnostima, razvojni potencijal turizma u Županiji i dalje je neiskorišten. Usprkos povremenim pojedinačnim naporima nekolicine lokalnih poduzetnika, osobito u sferi obogaćivanja ponude ruralnog turizma i/ili diversifikacije lokalne enogastroponude, razina/dinamika turističkog prometa (stacionarnog i izletničkog) ne mijenja se značajnije u odnosu na današnje stanje. U takvom okruženju županijski turistički proizvod sve više gubi na konkurentnosti.
Turistički proizvodi	U nedostatku razvojnih inicijativa i javnog novca, nemogućnosti ne samo ulaganja već i kvalitetnog održavanja javne turističke infrastrukture, a što se osobito odnosi na sadržaje ponude u sklopu SB Varaždinske Toplice, turistički proizvod Županije praktički je sveden na (samo) sve manji broj kulturno-turističkih događanja, postupni gubitak vjerodostojnosti zdravstvenog turizma te relativno stagnantnu poziciju vjerskog, lovnog i agroturizma, gotovo isključivo na domaćem tržištu. U takvim uvjetima, a povezano s rastućom razinom poslovnih rizika, pojedinačni razvojni iskoraci malih obiteljskih poduzetnika u turizmu sve su rjeđi.
Stanje ponude	U uvjetima neriješenog vlasničko-pravnog statusa zdravstveno-turističkih ustanova na području Županije, nije moguće osigurati njihovu dokapitalizaciju (privatni i/ili javni kapital), a tako ni njihovo osuvremenjivanje, niti pojačanu tržišnu orijentaciju. Postupni gubitak kvalitete zdravstveno-turističke usluge, praćen i sve lošijim stanjem županijske komunalne i/ili turističke infrastrukture, destimulira i bilo kakva tržišno verificirana ulaganja privatnih poduzetnika ne samo u zdravstveno-turističke sadržaje Županije već i u cjelokupnu turističku ponudu. To je i temeljni razlog zašto se razina/dinamika turističkih noćenja na prostoru Županije ne povećava u odnosu na današnje stanje, usprkos dugoročno povoljnim kretanjima na globalnom turističkom tržištu.
Investicijska klima i sustav poticanja	Usprkos raspoloživosti sredstava iz EU fondova/programa, negativna investicijska klima, nedostatak povjerenja u institucije vlasti kako na nacionalnoj tako i na regionalnoj razini, te nedostatak nacionalnog sustava poticanja razvoja turizma na kontinentu, uvjetovali su posvemašnju nezainteresiranost manjih lokalnih, a osobito većih privatnih investitora za ulaganjima u turistički sektor Županije.
Znanje i kompetencije	U uvjetima nestimulativnog gospodarskog ozračja, čak i uza sve veću raspoloživost EU programa/fondova za povećanje znanja i kompetencija, kvaliteta ljudskog potencijala bitno se ne popravlja, osobito uslijed sve veće apatije, inercije i/ili nezainteresiranosti kako potencijalnih turističkih poduzetnika tako i zaposlenih u zdravstveno-turističkim ustanovama javnog sektora.
Imidž	Varaždinska županija postupno gubi svoj teško stjecani imidž turističke destinacije te se sve više utapa u sivilu, bezličnosti i sadržajne/proizvodne neprofiliranosti kontinentalnog turizma.

Scenarij usporenog turističkog razvoja

Ključne odrednice	Usprkos nepoticajnom gospodarskom okruženju, visoka sklonost županijskih razvojnih dionika javnog i privatnog sektora prema maksimiranju razvojnog potencijala turizma rezultirala je uspostavom efikasnog županijskog sustava poticanja turističkih razvojno-investicijskih projekata, osobito lokalnih poduzetnika, ali i postupnim unapređenjem javne komunalne i turističke infrastrukture na cijelom prostoru Županije. U takvim uvjetima Županiju karakterizira dinamičan rast izletničkog turističkog prometa. S druge strane, temeljem izvršenog vlasničkog restrukturiranja, omogućena je postupna dokapitalizacija i tržišno repozicioniranje SB Varaždinske Toplice, a što se pozitivno odražava i na interes većih domaćih i stranih investitora ne samo za ulaganja u zdravstveno-turističku smještajnu ponudu već i za ulaganja u cilju obogaćivanja cjelokupnog županijskog lanca vrijednosti.
Turistički proizvodi	Uz kulturna događanja, zdravstveni i enogastroturizam, Županija svoj turistički rast temelji ponajviše na potražnji izletnika, ali i sve široj paleti za tržište spremnih proizvoda posebnih interesa kao što su, primjerice, agroturizam, lov/ribolov, cikloturizam i sl.
Stanje ponude	Uspješno provedeno vlasničko/organizacijsko restrukturiranje SB Varaždinske Toplice pokrenulo je osuvremenjivanje ponajviše njene zdravstvene ponude, ali i komunalno uređivanje cijelog mjesta. Osim toga, započet je i proces osuvremenjivanja postojeće i/ili izgradnje nove smještajne i druge uslužne ponude, a što se pozitivno odražava i na imidž županije, osobito u funkciji njenog pozicioniranja kao suvremene zdravstveno-turističke destinacije. U tom smislu, nadalje, a kao rezultat postupnog jačanja interesa turističke potražnje za dolaskom/boravkom na prostoru Županije, ali i pojačanog ulaganja u javnu infrastrukturu, sve veći broj lokalnih/regionalnih poduzetnika ulazi u realizaciju manjih obiteljski vođenih turističkih projekata čime se znatno proširuje/obogaćuje županijski turistički proizvod. To se posebno odnosi na ponudu hrane i pića, objekte agroturizma, kao i na sportsko-rekreacijske i trgovačke sadržaje.
Investicijska klima i sustav poticanja	U uvjetima sve veće raspoloživosti EU fondova/programa namijenjenih financiranju modernizaciji/izgradnji deficitarnih sadržaja turističke/komunalne infrastrukture, agilni nositelji izvršne vlasti u jedinicama lokalne i regionalne samouprave, osim poticanja poduzetničkih projekata na teret vlastitih proračuna, uspijevaju pripremiti/kanalizirati kvalitetne projekte te sustavno povlačiti EU sredstva namijenjena podizanju turističke konkurentnosti.
Znanje i kompetencije	Usprkos i dalje nepovoljnom gospodarskom ozračju, razvojni optimizam i entuzijizam županijskih dionika turističkog razvoja, i to kako javnog tako i privatnog sektora, rezultira pojačanim korištenjem dostupnih vlastitih, nacionalnih i/ili europskih izvora za sustavno podizanje stručnih znanja i kompetencija na svim razinama. Rezultat tog procesa pozitivno se odražava na motiviranost osoblja/zaposlenih i selekciju kadrova, a time i na razinu zaposlenosti u turističkom sektoru.
Imidž	Varaždinska županija sve se više percipira od strane domaće, ali i međunarodne turističke/investicijske potražnje kao poželjna, razvojno perspektivna i dugoročno održiva turistička destinacija s puno prostora za razvoj cijelog niza tržišno konkurentnih, međusobno komplementarnih turističkih proizvoda.

9.4. Poželjni razvojni scenarij

Polazeći od značajki, ali i razvojnih implikacija svakog od prethodno specificiranih scenarija razvoja turizma na području Varaždinske županije, scenarij propulzivnog razvoja pruža najpoželjniju razvojnu trajektoriju. Iako je riječ o razvojnom scenariju koji predstavlja optimalan okvir djelovanja, njegov temeljni problem proizlazi iz činjenice da je velikim dijelom eksterno uvjetovan. Naime, dionici turističkog razvoja Županije ne mogu svojim akcijama utjecati na cijeli niz razvojnih činitelja koji se odnose na stvaranje (poticajnog) gospodarskog okruženja.

S druge strane, pod pretpostavkom da su županijski dionici turističkog razvoja spremni aktivno djelovati kako bi se uklonila razvojna ograničenja koja su u njihovoj ingerenciji, moguće je ubrzati i usmjeriti turistički razvoj Županije u željenom pravcu čak i u djelomično nepoticaјnom razvojnom okruženju. Na tu mogućnost ukazuje scenarij usporenog razvoja. U tom smislu je dakle riječ o scenariju koji bi trebao predstavljati minimum razvojnih aspiracija nositelja turističke politike Varaždinske županije. Isto tako, u mjeri u kojoj će se cjelokupno gospodarsko okruženje u zemlji postupno unapređivati, ova bi minimalistička razvojna "priča" trebala poprimati i sve više značajki scenarija propulzivnog razvoja.

Konačno, jasno je da scenarije stihijskog ili stagnantnog rasta koji nose "gen" razvoja bez jasne koncepcije i/ili ambicije treba nastojati izbjeći pod svaku cijenu budući da podrazumijevaju "događanje turizma" s brojnim negativnim posljedicama na korištenje raspoloživog prostora i resursa, valorizaciju ljudskog potencijala te konkurentnost proizvoda i performanse turizma.

10. Vizija, atributi konkurentnog turističkog brend-koncepta i ciljevi razvoja

10.1. Uvodne napomene

Vizija turističkog razvoja nekog zaokruženog administrativno-teritorijalnog područja predstavlja željenu sliku o tome kako bi taj prostor trebao izgledati u budućnosti. Drugim riječima, radi se o poželjnoj slici budućnosti koja je podjednako prihvatljiva kako nositeljima izvršne vlasti tako i različitim razvojnim dionicima i/ili interesnim skupinama te cjelokupnoj populaciji. Vizija je, stoga, zaokruženi i cjeloviti iskaz onoga što određeno područje uistinu želi postići u kontekstu budućeg turističkog razvoja.

Definiranje razvojne vizije turizma Varaždinske županije važno je zbog dva razloga. Prvi proizlazi iz samog procesa njezinog definiranja tijekom kojeg pripadnici različitih interesnih skupina i/ili razvojnih dionika dolaze u poziciju da, polazeći od vlastitih načela i sustava vrijednosti, ali i realnog sagledavanja snaga i slabosti dosadašnjeg razvojnog puta, zajednički promišljaju kakvu budućnost žele. Drugi razlog odnosi se na iskaz vizije kao svojevrsnog "vodiča" u valorizaciji razvojnih alternativa, odnosno njezinu ulogu pri propitivanju svrsishodnosti različitih mogućnosti, pravaca i/ili aktivnosti koji određuju budućnost zajednice.

Osmišljavanje i kasnije operativno provođenje aktivnosti u funkciji ostvarivanja razvojne vizije međusobno povezuje razvojne dionike, mobilizira ih i usmjerava njihove pojedinačne aktivnosti prema ispunjavanju zacrtanog zajedničkog "sna". Ispunjavanje odrednica jednom usvojene vizije zahtijeva ne samo neposredno uključivanje već i prihvaćanje, poistovjećivanje i koordinirano djelovanje lokalne i regionalne samouprave, različitih institucija javnog sektora, privatnih poduzetnika, različitih građanskih udruga i/ili pojedinaca. U tom smislu izuzetno je važno da se u proces definiranja/prihvaćanja razvojne vizije uključe svi relevantni razvojni dionici i/ili interesne skupine.

Kako bi se osiguralo da nositelji turističke aktivnosti Varaždinske županije prihvate novu razvojnu viziju kao svoju vlastitu sudbinu te da se s njom poistovjete, bilo je potrebno utvrditi ključne odrednice njihovog vrijednosnog sustava.

10.2. Odrednice vrijednosnog sustava kao podloga za viziju

Odrednice vrijednosnog sustava Varaždinske županije trebaju ocrtavati kulturno-povijesni identitet, način života ljudi, kao i intelektualne dosege istaknutih žitelja ovog prostora. Dobro polazište za prepoznavanje ključnih odrednica vrijednosnog sustava Županije predstavlja knjiga *Leteći vremeplov, Identitetske osnove u krojenju brenda Varaždinske županije* (2013.). Polazeći od niza činitelja koji utječu na identitet Varaždinske županije kao što su primjerice povijest i kultura, maštanje i kreativnost te poduzetništvo i inovativnost, proveden je konzultativni proces u kojem su sudjelovali dionici razvoja turizma Županije. Traženjem odgovora na tri bitna pitanja:

- što čini srž atrakcijskog miksa Varaždinske županije
- što bi trebale biti ključne odrednice dugoročno poželjnog turističkog razvoja Županije, te
- koji su ključni preduvjeti željenog turističkog razvoja Županije

dionici konzultativnog procesa definirali su sustav vrijednosti na kojem valja graditi viziju razvoja turizma Varaždinske županije. Riječ je o sustavu vrijednosti koji ne samo da odražava potrebu zaštite kvalitete životnog prostora i blagostanja lokalne populacije već i ukazuje na razvojne aspiracije i prioritete (tablica 10.1.).

Tablica 10.1. Sustav vrijednosti na kojem valja graditi turističku viziju Varaždinske županije

Što čini srž atrakcijskog miksa Varaždinske županije?	povijesna jezgra grada Varaždina Varaždinske Toplice sa svojom zdravstveno-turističkom ponudom kulturne i vjerske manifestacije (Varaždin, Ludbreg, Lepoglava...) Trakošćan Arboretum Opeka rekreativni potencijal očuvanog/ruralnog krajolika neandertalska kultura
Što bi trebale biti ključne odrednice poželjnog turističkog razvoja Varaždinske županije?	ekološka, socijalna i gospodarska održivost raznolikost, intenzitet i autentičnost doživljaja konkurentnost sadržaja ponude umreženost s drugim gospodarskim sektorima uključenost što većeg broja lokalnih poduzetnika
Koji su ključni preuvjeti željenog turističkog razvoja Varaždinske županije?	preuzimanje inicijative razvojni koncept (jasni prioriteti) uspostava ključnih (nosećih) atrakcija uvođenje efikasnog sustava poticaja privlačenje privatnih investitora efikasno korištenje sredstava EU fondova znanje, inovativnost i kreativnost

Izvor: Institut za turizam, Zagreb

10.3. Vizija razvoja turizma Varaždinske županije

Polazeći od prethodno definiranog sustava vrijednosti, osmišljavanje poželjne vizije razvoja turizma pretpostavlja traženje zadovoljavajućih odgovora na sljedeća tri pitanja:

Kakav bi trebao biti turizam na području Varaždinske županije? Drugim riječima, što su naši ključni razlikovni elementi?

Čime će Varaždinska županija privlačiti kupce (turiste/posjetitelje)? Drugim riječima, koje ćemo turističke proizvode razvijati?

Kako bi u Varaždinskoj županiji valjalo upravljati turizmom? Drugim riječima, kako ćemo potaknuti interes investitora te osigurati kompatibilnost aktivnosti i razvojnu održivost?

Odgovori do kojih se došlo temeljem konzultativnog procesa s dionicima turističkog razvoja Županije, analize potencijala njene resursno-atrakcijske osnove, kao i uvažavanja relevantnih trendova na globalnom turističkom tržištu sažeto su prezentirani u tablici 10.2.

Tablica 10.2. Ključne odrednice/načela razvojne vizije Varaždinske županije

Kakav bi trebao biti turizam na području Varaždinske županije?	Čime će Varaždinska županija privlačiti kupce (turiste/posjetitelje)?	Kako bi u Varaždinskoj županiji valjalo upravljati turizmom?
međunarodno prepoznatljiv	kreativnim kulturnim sadržajima/manifestacijama	odgovorno i transparentno
orijentiran na ključne proizvode	suvremenom i inovativnom zdravstveno-turističkom ponudom	poticanjem suradnje javnog i privatnog sektora
usklađen s tržišnim trendovima	ambijentom pitomih brega i gorica	u skladu s utvrđenim prioritetima
usklađen s aspiracijama razvojnih dionika	autentičnom enogastronomijom	maksimirajući potencijal resursno-atrakcijske osnove
ravnomjerno regionalno disperziran	zaštićenom prirodnom baštinom	na bazi <i>community based</i> planiranja

Izvor: Institut za turizam, Zagreb

Odgovarajući na postavljena pitanja o tome kakav turizam treba biti prema sebi i prema posjetiteljima, postavljene odrednice vizije čine mozaik specifičnih slika koje zajedno oslikavaju sliku željene budućnosti turizma Varaždinske županije:

Odrednice/načela	"Slika"
Kakav bi trebao biti turizam na području Varaždinske županije?	
Međunarodno prepoznatljiv	Jedna od vodećih srednjoeuropskih kontinentalnih destinacija s konkurentnom ponudom diferenciranih proizvoda uklopljena u okruženje bliskih hrvatskih županija te Slovenije, Austrije i Mađarske.
Orijentiran na ključne proizvode	Tržišno etabliran proizvodni miks turističkih doživljaja utemeljen na kulturi, događanjima, zdravlju i uživanju u prirodi koji i pojedinačno i u cjelini odražavaju kreativnost i inovativnost kao ključne županijske identitetske konstante.
Usklađen s tržišnim trendovima	Uspostavljena nišna tematska ponuda suvremenih turističkih usluga koja u svim elementima vertikalno i horizontalno integrirane ponude podržava identitet, autentičnost, <i>genius loci</i> mjesta/okruženja te okolišno odgovorno ponašanje.
Usklađen s aspiracijama razvojnih dionika	Razvijen bogat i dubok lanac destinacijskih turističkih proizvoda zasnovan na: <ul style="list-style-type: none"> • poticajnom, odgovornom i transparentnom gospodarskom okruženju, te • lokalnom malom i srednjem poduzetništvu u sferi ugostiteljstva, proizvodnje hrane, turističkom posredovanju te kulturi i rekreaciji.
Ravnomjerno regionalno disperziran	Turističko aktiviranje cijelog područja županije koje, osim Varaždina, Varaždinskih Toplica i Trakošćana, sukladno snazi ključnih resursa i atrakcija posebno uključuje ruralno područje s goricama i prepoznatljivim turističkim destinacijama/ lokalitetima (Opeka, Ludbreg, Lepoglava, špilje neandertalaca) te (rubno) područje rekreacije u očuvanoj prirodi (gorja, Drava s jezerima).
Čime će Varaždinska županija privlačiti turiste/posjetitelje?	
Kreativnim kulturnim sadržajima/manifestacijama	Osiguravajući opremljenost kulturnih sadržaja te inovaciju i interaktivnost u njihovoj edukativnoj i zabavnoj prezentaciji, Varaždinska županija jedna je od "top 5" hrvatskih destinacija kulturnog turizma koja se tržištu predstavlja vibrantnom, suvremenom i kreativnom kulturnom scenom te mrežom zaštićenih, uređenih i prezentiranih povijesnih znamenitosti i duhovnih sadržaja.
Suvremenom i inovativnom zdravstveno-turističkom ponudom	Kombinirajući razvoj destinacija i kvalitetu specijaliziranih centara, Županija dostiže vrh zdravstveno-turističke ponude Hrvatske, ostvarujući pri tome lidersku poziciju u prevenciji i rehabilitaciji ozljeda lokomotornog sustava uz <i>life style</i> holističke programe zdravih životnih navika za što se posebno specijaliziraju Varaždinske Toplice. Također ostvaruje lidersku poziciju u pružanju širokog spektra usluga namijenjenih osiguranju aktivnog i kvalitetnog života posjetitelja treće dobi, za što se posebice specijalizira Novi Marof.

Odrednice/načela	"Slika"
Ambijentom pitomih brega i gorica	Brdsko područje ugodne klime, slikovitog krajolika, očuvanog i uređenog prostora koji u svim razvojnim poduhvatima ocrtava "osjećaj za mjesto", bogat "lokalni lanac vrijednosti", uključujući zabavno-edukativnu enološku i gastroponudu, rekreacijske sadržaje, kulturne atrakcije i događanja te mogućnost kupnje lokalnih proizvoda povezanih tematskim rutama/stazama. Razvijen sustav atrakcija omogućava Županiji pozicioniranje kao jedne od najpoželjnijih destinacija zelenog odmora u regiji.
Autentičnom enogastronomijom	Razvivši raznolik i inovativnu ugostiteljsku ponudu u odnosu na tipove objekata, vrste kuhinja, sadržaj menija i uređenje interijera, kao i kulturu kvalitete u odnosu na korištenje namirnica i usluživanje, Županija postaje jedna od vodećih enogastro destinacija kontinentalne Hrvatske čija je ponuda zasnovana na kombinaciji "marker" restorana, jednostavnijih gradskih bistroa, restorana uz dvorce te OPG-a i klijeti u ruralnom okruženju.
Zaštićenom prirodnom baštinom	Sustavno zaštićena prirodna baština obuhvaćena ne samo regionalnim parkom Mura-Drava, ekološkom mrežom Natura 2000 te ostalim županijskim zaštićenim prirodnim vrijednostima, već i sustavnom zaštitom krajolika od svakovrsnog, pa i vizualnog, zagađenja, okvir je koji, uz razvoj sportske/rekreacijske infrastrukture te komplementarnih sadržaja, Varaždinsku županiju stavlja među poželjnije "adrenalinske" destinacije u Hrvatskoj.
Kako bi u Varaždinskoj županiji valjalo upravljati turizmom?	
Odgovorno i transparentno	Uspostavljena djelotvorna, stranački neovisna organizacijska struktura odgovorna za nadzornu/korektivnu funkciju upravljanja turizmom te uspostavljen sustav izvještavanja javnosti/dionika o mjerama/akcijama u sferi turističke politike te efikasnog monitoringa i kontrole njihovih učinaka.
Poticanjem suradnje javnog i privatnog sektora	Osigurano razumijevanje involviranih dionika društvenog, gospodarskog i političkog života o važnosti aktivnog angažmana, uspostavljanja partnerskih odnosa i povjerenja na svim razinama te posvećenog projektnog <i>leadershipa</i> .
U skladu s utvrđenim prioritetima	Uspostavljena efikasna profesionalna organizacijska struktura pri Županiji odgovorna za provedbenu/operativnu funkciju upravljanja turizmom i koordinacijsku/komunikacijsku funkciju prema gradovima i općinama podržana dinamičkim konsensusom nositelja izvršene vlasti u jedinicama lokalne samouprave na području Županije o viziji, ciljevima i koncepciji razvoja te donošenje odluka o mjerama/akcijama u sferi turističke politike sukladno uspostavljenim prioritetima.
Maksimirajući potencijal resursno-atraksijske osnove	Kreirajući kulturnu mrežu atrakcija i proizvoda kao temeljni atribut konkurentnog identiteta turizma, turizam županije zasnovan je na sposobnosti korištenja jedinstvenih prostorno-geografskih, povijesnih, kulturnih, prirodnih i ljudskih resursa u stvaranju turističkih proizvoda prilagođenih potrebama i očekivanjima kupaca.

Odrednice/načela

"Slika"

Na bazi *community based* planiranja

Osigurana uključenost informiranog i educiranog lokalnog stanovništva u donošenje bitnih razvojnih odluka od zajedničkog interesa za razvoj turizma

Budući da osmišljavanje, a potom i kasnije operativno provođenje aktivnosti ostvarivanja vizije, mobilizira i usmjerava pojedinačne aktivnosti lokalnih razvojnih dionika i/ili interesnih skupina prema ispunjavanju zacrtanog zajedničkog "sna", vizija turističkog razvoja Varaždinske županije zasnovana je na specifičnom međuodnosu četiriju "stupova" koji omeđuju zajedničku platformu djelovanja razvojnih dionika. To su:

- inicijativnost u uspostavi i održavanju poticajnog poslovnog ozračja i odgovornost nositelja turističke politike za transparentno ponašanje usuglašeno s utvrđenim razvojnim prioritetima te podržano participativnom ulogom informiranog i educiranog lokalnog stanovništva
- zaštita resursnog potencijala i njegovo dugoročno održivo društveno i tržišno korištenje u stvaranju turističkih iskustava namijenjenih suvremenim posjetiteljima
- resursno zasnovana proizvodna raznovrsnost temeljena na spletu suvremenih, vertikalno i horizontalno, integriranih turističkih usluga koji podržavaju identitet, autentičnost te *genius loci* mjesta/okruženja
- proizvodna komplementarnost i konvergencija "mreže" turističkih doživljaja povezanih kulturom, događanjima, zdravljem i uživanjem u prirodi koji i pojedinačno i u cjelini odražavaju kreativnost i inovativnost kao ključne županijske identitetske konstante.

Imajući na umu kako definirani sustav vrijednosti tako i ključne odrednice koje u nj valja ugraditi, definirana je nova vizija razvoja turizma Varaždinske županije. Ona glasi:

Gradeći na bogatoj tisućljetnoj povijesti te slojevitosti kulturne mreže, ali i vibrantnosti događanja te mirnoći gorica, Varaždinska županija će u 2025. godini prerasti u jednu od vodećih srednjoeuropskih kontinentalnih destinacija s prostorno disperziranom ponudom visokokvalitetnih kreativnih turističkih doživljaja naslonjenih na kulturu, zdravlje, događanja i aktivno uživanje u prirodi.

Maksimalno se posvećujući osiguranju dugoročne razvojne održivosti, upravljanje turističkim razvojem Županije zasnivat će se na visokoj razini znanja, inovativnoj valorizaciji potencijala resursno atrakcijske osnove te transparentnosti donošenja odluka koji će rezultirati poticajnim poslovnim ozračjem, uspješnom suradnjom javnog i privatnog sektora te fokusiranim destinacijskim menadžmentom.

10.4. Atributi konkurentnog turističkog brend-koncepta i željenog imidža Varaždinske županije kao turističke destinacije

S obzirom na današnju izuzetno visoku razinu konkurencije među turističkim odredištima, destinacijski brend i imidž postali su ključni faktori diferencijacije, prepoznatljivosti i poželjnosti destinacija, a samim time i preduvjet njihove konkurentnosti. Činjenica je da su neke destinacije same po sebi prepoznatljivi brendovi, slijedom, primjerice, nekih jedinstvenih obilježja, događaja ili velike medijske eksponiranosti, dok je većina turističkih odredišta ipak suočena s potrebom "poduzimanja" turističkog brendiranja kako bi kroz taj proces generirala uvjerljivu i pamtljivu

priču o sebi, s vremenom jačajući svoju prepoznatljivost na tržištu. Pri tome bi, kako bi bili održivi, turistički brendovi trebali biti utemeljeni na stvarnim identitetskim obilježjima destinacije, i to na onima koji su ujedno relevantni ciljnim skupinama posjetitelja i koji mogu motivirati njihov posjet.

Varaždinska županija jedno je od onih mjesta koje ima određenu razinu prepoznatljivosti na turističkom tržištu, iako posredno, kroz prepoznatljivost u prvom redu Grada Varaždina. Naime, vjerojatno najjača prva asocijacija o Varaždinskoj županiji je ona na Grad Varaždin i to, konkretno, na njegovu kulturnu baštinu. U drugoj iteraciji, asocijacije o Varaždinskoj županiji uključuju dodatne sadržaje, također iz domene kulturno-povijesne baštine, poput slika dvorca Trakošćan, lepoglavske čipke, potom eventualno i ludbreškog svetišta ili žrtava povijesnih previranja zatvorenih u lepoglavskom zatvoru. Iako se može argumentirati da su ove slike prepoznatljive uglavnom na domaćem tržištu, odnosno da one Grada Varaždina dopiru i do Slovenije, Mađarske i Austrije, ali ne i dalje, te da imidž blijedi s udaljenošću emitivnih tržišta, činjenica je da određena tržišna prepoznatljivost (i to utemeljena na kulturnom identitetu prostora) već postoji. To predstavlja velik destinacijski "kapital".

Može se, nadalje, ustvrditi da je i u očima vlastite interne javnosti kultura ključni identitetski atribut Varaždinske županije, te da je to tema kojom lokalna zajednica sebe želi predstaviti vanjskom svijetu. Tako županijska turistička imidž-brošura "Put kroz vrijeme" govori o mozaiku povijesnih i prirodnih atrakcija prostora povezanih u splet turističkih proizvoda odmora, kulture, sporta i rekreacije, zdravlja i gastronomije. Stvarajući sliku Županije kao prostora raznolikih iskustava, razvidno je da motiv kulture odnosno relevantnih kulturnih vrijednosti zastupljenih u različitim povijesnim razdobljima dominira i monografskim izdanjem "Let iznad vremena" (Varaždinska županija 2013.), kao i publikacijom "Leteći vremeplov" (Varaždinska županija i Turistička zajednica Varaždinske županije, 2013.). Na aspektima kulturnog identiteta svoje aktualne turistički konkurentne brend-koncepte zasnivaju i dvije destinacije: Varaždin na kreativnosti, a Ludbreg na duhovnosti.³¹

Iz svega rečenoga proizlazi da je kulturni identitet dominirajući element turističkog brend-koncepta Varaždinske županije. Istovremeno je jasno da je kulturni identitet Županije višedimenzionalan te da se u prostoru "čita" više atributa i različitih konotacija koje ovaj brend-koncept može i treba obuhvatiti u budućnosti:

Materijalna kulturno-povijesna baština

Varaždinska županija gusta je mreža povijesnih gradića, antičkih nalazišta, srednjovjekovnih utvrda, feudalnih dvoraca, sakralnih objekata i spomenika te objekata industrijske baštine. To je nepresušan izvor priča (a koje se mogu naći na interpretacijskim tablama, u vodičima, na internetskim stranicama ...).

Kreativna kultura

Počiva na brendu Grada Varaždina kao "kreativnom i ugodnom gradu", odnosno njegovom ulaganju u inkubator za razvoj kreative te usmjeravanju ka kreativnim industrijama poput muzike i dizajna, podržavanju "neobičnih" muzeja kukaca, leptira ili drača, podržavanju "anomalija" u urbanizmu gdje su privatna dvorišta novi javni prostori, gdje je "seljačka tržnica" jedna od fokalnih točaka urbane kulture ili gdje se umjetnost "preselila" na ulicu, kao i u "drugacijem" pristupu gastronomiji, a posebno festivalima koji slave ulične šetače, dobre emocije, moderni ples na tržnici, niskobudžetni film i dječji strip. Kultura u Varaždinu je maštovita, doživljajna i zabavna.

Tradicijska kultura

Veže se uz velik ruralni prostor, a obuhvaća prije svega tradicijsko graditeljstvo, govor, glazbu, pučke običaje i slavlja te enogastronomiju. Upravo su to teme kojima je posvećeno više etnosela i velik broj manifestacija diljem Županije, poput fašnjaka, kajkavskih i glazbenih festivala, gastromanifestacija te bogata ugostiteljska ponuda bazirana na tradicijskim receptima. Tradicijska kultura predstavljena je da budi zanimanje, veselje, a pomalo je nostalgična i romantična.

³¹ Institut za turizam (2013), Strateški plan razvoja turizma destinacije Ludbreg, Zagreb i Institut za turizam (2013), Strateški plan razvoja turizma Grada Varaždina do 2020., Zagreb

Duhovnost	Prisutna prije svega u Ludbregu kao mjestu pojave Presvete Krvi Isusove i važnom hodočasničkom središtu, ali u Lepoglavi kao sjedištu pavlina u Hrvatskoj i mjestu značajne pavlinske baštine.
Kultura zdravlja	Veže se uz klaster Varaždinske Toplice-Novih Marof, odnosno <i>wellness</i> , lječilišne i medicinske programe unapređenja zdravlja i učenja o zdravom životu koji se razvijaju u centrima zdravstvenog turizma i ovim destinacijama u cjelini. Naglasak je na učenju i na poticajnim promjenama stila života.
Ekološka kultura	Počiva na očuvanosti velikih prirodnih prostora na obodima Županije, uključujući Dravu i planinske lance Ravne Gore, Ivanščice i Kalnika koji su dijelovi NATURA 2000 lokaliteta odnosno UNESCO Parka biosfere Mura-Drava-Dunav, te na stručnosti i organizaciji njihove zaštite. Ovdje svi uče o vrijednostima očuvanja okoliša te o vlastitoj ulozi i odgovornosti za prirodu.
Znanje	U Lepoglavi su pavlini osnovali prvu gimnaziju (1503.) i prvo sveučilište (1656.) u Hrvatskoj stavljajući ovaj prostor na europsku "kartu znanja". Danas je Varaždin jedno od prepoznatih mjesta za obrazovanje u glazbi, posebice pjevanju, kao i u informatici i dizajnu. Studentske ljetne škole s interdisciplinarnim programima postale su jedan od "zaštitnih znakova" Grada, jednako kao što je i Županija poznata po svojim ljetnim kampovima za djecu. Znanje je ovdje zabavno.

U tom smislu, prva asocijacija o Varaždinskoj županiji kao turističkoj destinaciji u budućnosti bi mogla ili trebala biti ona o slojevitom kulturnom prostoru ili o "kulturnoj mreži", pri čemu je kultura ovdje prezentirana "po mjeri suvremenog posjetitelja" te je dostupna, doživljajna, interaktivna i zabavna.

10.5. Ciljevi razvoja turizma Varaždinske županije

Ciljevi turističkog razvoja Varaždinske županije trebali bi u najvećoj mogućoj mjeri korespondirati s potrebom uklanjanja većine evidentiranih strateških nedostataka, ali i s kapitaliziranjem na postojećim strateškim prednostima (vidjeti poglavlje 7 – SWOT analiza). Pri tome je važno da ciljevi budu prikladni, odnosno da se uklapaju u viziju, da su prihvatljivi lokalnoj zajednici, da su jednostavni i lako razumljivi te da su fleksibilni, odnosno da se mogu prilagoditi i mijenjati sukladno promjenama okruženja.

U metodološkom smislu, definiranje strateških razvojnih ciljeva izravno je povezano s potrebom svojevrsne dekompozicije vizije na konkretne, detaljnije definirane operativne zadatke koje je moguće delegirati, odnosno čije je ostvarenje moguće mjeriti, nadzirati i/ili poticati. U tom kontekstu riječ je o aktivnostima čijem ostvarenju trebaju težiti svi dionici društveno-ekonomskog razvoja kako bi se ostvarila zacrtana vizija.

Polazeći od analize postojećeg stanja i rezultata SWOT analize, kao i evidentiranih strateških prednosti i nedostataka dostignutog stupnja društveno-ekonomskog razvoja na prostoru Varaždinske županije, glavni cilj razvoja turizma na ovom području u razdoblju od 2015. do 2025. godine je dostizanje prosječne godišnje stope rasta noćenja od 15% uz udvostručenje broja jednodnevnih posjetitelja. To će se postići ponajviše kroz povećanje konkurentnosti integralnog destinacijskog proizvoda putem stvaranja većeg broja za tržište spremnih proizvoda, ali i boljom valorizacijom resursno-atraktivne osnove na principima dugoročne održivosti. U tom smislu, operativni ciljevi turističkog razvoja su:

- Poboljšavanje konkurentnosti ugostiteljske ponude (smještajne i izvansmještajne).** Ostvarenje ovog cilja podrazumijeva djelovanje na:
 - osuvremenjivanje i obogaćivanje ponude zdravstvenog turizma
 - obogaćivanje i tematiziranje ostale smještajne i izvansmještajne ponude.
- Obogaćivanje destinacijskog lanca vrijednosti.** Ostvarenje ovog cilja valja povezivati s potrebom:
 - uspostave novih od čovjeka stvorenih atrakcija

- osuvremenjivanje i obogaćivanje postojeće ne-ugostiteljske turističke ponude (kultura, trgovina, sport i rekreacija, posredovanje, specijalne aktivnosti).
3. **Unapređenje destinacijske turističke infrastrukture.** Ostvarenje ovog cilja implicira:
- uspostavu cjelovitog sustava staza i šetnica
 - osuvremenjivanje sustava informacija i interpretacije
 - povećanje ambijentalnosti turistički interesantnog prostora.
4. **Unapređenje međunarodne turističke prepoznatljivosti.** Ostvarenje ovog cilja podrazumijeva:
- primjenu suvremenih alata tržišne komunikacije
 - razvoj prepoznatljivog turističkog identiteta.

11. Konceptija turističkog razvoja Varaždinske županije

Polazeći od današnje pozicije Varaždinske županije na turističkom tržištu, njezinih orografskih, hidrografskih i prometnih obilježja odnosno prepoznatih razvojnih potencijala te postavljene vizije i razvojnih ciljeva, konceptija daljnjeg turističkog razvoja Županije obuhvaća zoniranje/tematiziranje ukupnog prostora te diversifikaciju portfelja turističkih proizvoda. Kroz uspostavu sadržajne i bogate ponude visokodoživljajnih iskustava, na cijelom prostoru Županije postupno će se izgrađivati cjelovit turistički lanac vrijednosti, što će rezultirati i izgradnjom prepoznatljivog destinacijskog imidža. Imajući pri tome na umu postojeći funkcionalni sustav smještajnih kapaciteta u Županiji koji s jedne strane čine destinacije Varaždin, Varaždinske Toplice i područje Trakošćan, a s druge strane gradovi Ludbreg, Lepoglava i Ivanec, konceptija razvoja Županije temelji se na sljedećim odrednicama:

- grad Varaždin i klaster Varaždinske Toplice - Novi Marof trebali bi predstavljati fokalne točke turističke aktivnosti koje će, slijedom privlačnosti, na tržištu traženih, zdravstveno-turističkih te kulturom i gastronomijom inspiriranih turističkih proizvoda, biti glavni atraktori stacionarne i izletničke turističke potražnje u Županiji
- veliko ruralno, planinsko i dravsko područje Županije s gustom i diversificiranom ponudom različitih turističkih iskustava koji se dominantno razvijaju u/oko Ludbrega, Lepoglave i Ivanca te područja Trakošćana podržanih komplementarnim sadržajima koji obogaćuju destinacijski/županijski lanac vrijednosti, ali su i sami za sebe privlačni važnim, iako manjim segmentima stacionarne ili izletničke potražnje.

U skladu s prethodnim naznakama, u nastavku se detaljnije razrađuju programsko-proizvodna te prostorna konceptija turističkog razvoja Varaždinske županije. Pri tome valja imati na umu potrebu kreiranja međuzupanijskih turističkih proizvoda baziranih na povezanim sustavima zaštićenih područja prirode (npr. Park prirode Hrvatsko zagorje), turističkih staza, cesta i ruta.

11.1. Programsko-proizvodna konceptija razvoja turizma

Valorizirajući ukupnu turističku resursno-atraksijsku osnovu Varaždinske županije u kontekstu suvremenih tržišnih trendova, sagledavajući pri tome i razvojni potencijal nekih još uvijek tržišno nespremnih resursa, prepoznaje se mogućnost stvaranja diversificiranog sustava turističkih proizvoda namijenjenih različitim segmentima posjetitelja. Riječ je o kompleksnom sustavu u sklopu kojeg egzistiraju proizvodi različitog tržišnog potencijala u odnosu na očekivani volumen generirane potražnje. Skup ovih proizvoda, međutim, svojim zajedničkim tržišnim potencijalom osigurava visokosadržajnu ponudu turističkih doživljaja. Sustav turističkih proizvoda koje je na prostoru Varaždinske županije moguće komercijalizirati prikazan je na sljedećoj slici 11.1, a ključni razvojni aspekti pojedinih proizvoda detaljno se opisuju u nastavku.

Slika 11.1. Sustav turističkih proizvoda Varaždinske županije

Turistički proizvodi	Stacionarni turizam	Izletnički turizam
Kulturni turizam	Primarni proizvod	
Gastronomija i enologija	Primarni proizvod	
Vjerski turizam	Primarni proizvod	
Zdravstveni turizam	Primarni proizvod	
Odmor u ruralnom prostoru	Primarni proizvod	
Cikloturizam/Planinarenje i pješčenje	Primarni proizvod	
Lov/Ribolov	Sekundarni proizvod	
Golf	Sekundarni proizvod	
Adrenalinski sportovi	Sekundarni proizvod	
Obrazovni turizam	Tercijarni proizvod	
Poslovni turizam	Tercijarni proizvod	
Tranzitni turizam	Tercijarni proizvod	

Primarni proizvod
 Sekundarni proizvod
 Tercijarni proizvod

Odmor u ruralnom prostoru

Profil posjetitelja	Ponudom odmora u ruralnom, zelenom okruženju Varaždinska županija cilja prije svega na obitelji s djecom te posjetitelje zrele (50 – 65) i treće dobi (66+), i to pretežito iz Hrvatske (Istra, Dalmacija, Zagreb) i Slovenije. Iako je za obitelji zadovoljstvo djece u središtu pažnje, gosti zrele dobi više su posvećeni istraživanju i uživanju, a stariji posjetitelji usmjereni su na mirniji odmor. Ipak, zajednička im je osnovna motivacija za uživanjem u ljepoti očuvanog prirodnog krajolika. Zanimaju ih različiti rekreacijski sadržaji u prirodi, obilazak raznih tradicijskih i drugih kulturnih atrakcija, pri čemu je naročito važna raznolika enogastronomska ponuda, dok su sadržaji <i>wellness</i> /toplica dobrodošli. Dijapazon poželjnog smještaja obuhvaća kampove, OPG-ove, male pansione i hotele, a bitni su "osjećaj za lokalno", šarm, udobnost i zeleno okruženje. Informiraju se temeljem preporuka, iz putopisnog tiska, na internetu. Putuju u proljeće, ljeto i jesen.
Faktori uspjeha proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • ljepota krajolika, očuvanost i uredenost prostora, "osjećaj za mjesto" • kvaliteta smještajne ponude, naročito manji objekti s visokom razinom individualnosti i ambijentalnosti, eko svjesni, infrastrukturno dobro opremljeni • kvaliteta enogastronomske ponude, naročito ambijentalna autentičnost i korištenje lokalnih namirnica • bogat "lokalni lanac vrijednosti", uključujući rekreacijske, sportske i <i>wellness</i> sadržaje, kulturne atrakcije i događanja koji su predstavljeni na zabavno-edukativan i interaktivan način, mogućnost kupnje lokalnih proizvoda, raspoloživost tematskih ruta/staza
Ključne atrakcijske točke i sadržaji	<ul style="list-style-type: none"> • svi ruralni dijelovi Županije, a naročito oni s očuvanim prirodnim prostorom i tradicijskom baštinom (npr. okolica Vinice, Bednjanski kraj, Ivanečka jezera, okolica izletišta Topličica, okolica Varaždin-brega, okolica Ludbrega itd.) • obronci Ravne gore, Ivanščice i Kalnika • vinogradi/gorice i vinske ceste/staze na područjima: od Višnjice do Vinice, južne padine Ravne gore, šire područje Trakošćana, obronci Ivanščice i Kalnika, Varaždinsko-topličko gorje
Atributi pozicioniranja 2025.	<ul style="list-style-type: none"> • kao dio bregovitog hrvatskog sjevera te sličnog šireg prekograničnog područja, Županija je jedna od poželjnijih destinacija zelenog odmora u regiji • zabavni zeleni bregi, s dvorcima i utverdama, vinskim i tradicijskim cestama, biciklističkim i planinarskim stazama, dobrom hranom i feštama • ljepota, romantika, opuštajući duh
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • poticanje daljnjeg uređenja sela s naglašenim osjećajem za lokalni identitet • uređenje "etno seoskih cjelina" revitalizacijom napuštenih lokaliteta, uvođenje turističkih sadržaja; odabir onih lokaliteta koji mogu činiti dio atrakcijskog klastera sastavljenog od više "točaka od interesa" • poticanje razvoja i uređenja ponude smještaja u ruralnim područjima, naročito malih pansiona i smještaja na OPG-ima • poticanje razvoja raznolike i autentične ugostiteljske ponude te njihovo uključivanje u županijsku/regionalnu gastronomsku kvalitete • razvoj programa turističke edukacije za ugostitelje, vinare, OPG i sl. (npr. ugošćivanje turista, domaći meniji, lokalni sastojci, uređenje interijera i sl.) • uspostava županijskog/regionalnog centra za informiranje malih poduzetnika o uvjetima bavljenja ruralnim/seoskim turizmom i za savjetodavnu podršku • razvoj sustava upravljanja vinskim, tradicijskim i sličnim tematskim cestama (npr. kvaliteta i vrsta ponude, signalizacija i interpretacija, dežurstva, radno vrijeme) • prilagođavanje dijela ponude na tematskim cestama i rekreacijskim stazama djeci, odnosno starijim i osobama s posebnim potrebama • unapređenje sadržaja turističke signalizacije i interpretacije u ruralnom prostoru • razvoj županijske/regionalne marke ruralnog odmora (objedinjava OPG-ove, vinare, ruralni smještaj i ugostiteljstvo i sl., standardi, zajednička promocija i prodaja)

Kulturni turizam: gradski turizam, obilazak znamenitosti, upoznavanje kulture života i rada, kulturne manifestacije

Profil posjetitelja	Varaždinska županija usmjerena je na posjetitelje posebno zainteresirane za kulturne sadržaje, ali kojima su također zanimljive i brojne druge aktivnosti u destinaciji. To je širok spektar pojedinaca različitih dobnih skupina, od studenata do treće dobi, uobičajeno iznadprosječno obrazovanih i motiviranih "učanjem". Pretežito dolaze iz Hrvatske, Slovenije, Austrije i Mađarske. Zanima ih upoznavanje povijesnih sadržaja, obilaze znamenitosti, posjetitelji su muzeja, cijene elemente tradicijske kulture. Izrazito im je važna enogastronomska ponuda, ali su također dobrodošli rekreacijski i <i>wellness</i> sadržaji. Kvaliteta smještaja je bitna, no udobnost, osobnost i šarm važniji su od "zvjezdica". Informiraju se putem preporuka, na internetu, iz putopisnog tiska. Putuju tijekom cijele godine.
Faktori uspjeha proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • značaj, uredenost i opremljenost kulturnih sadržaja • inovacija, kreativnost i interaktivnost u edukativnoj i zabavnoj prezentaciji • kvaliteta enogastro ponude, autentičnost i raznolikost, uređenje s duhom • povezivanje atrakcija u rute/itinerere te time povećanje privlačne moći • raspoloživost drugih sadržaja komplementarnih interesima posjetitelja motiviranih kulturom (npr. šarmantan smještaj, rekreacija, izleti, suveniri)
Ključne atrakcijske točke i sadržaji	<ul style="list-style-type: none"> • Varaždin – povijesna jezgra, industrijska baština, kreativna atmosfera • Ludbreg i Lepoglava – povijesne jezgre, sakralna baština (pavlini), "Centar svijeta", papinska bula, Hrvatski restauratorski zavod • Ivanec – vitezovi Ivanovci • dvorci/parkovi – Trakošćan, Maruševac, Stari grad Varaždin, Opeka, Krkanec, Ludbreg i dr.; ruševine srednjovjekovnih utvrda (Grebengrad, Pusta Bela, Paka Vinica i dr.) • antički lokalitet Aqua Isae (Varaždinske Toplice) i Iovia (Ludbreg) • muzeji, kazališta, dvorane – GMV, Galerijski centar Varaždin, M. Stančić, I. Rabuzin, Muzej čipke, HNK Varaždin, Arena Varaždin • "neobični muzeji" – o kukcima (GMV, Tematski park Svijet kukaca), o rijeci (Muzej Drave), o biljkama (Arboretum Opeka), o pračovjeku (Vindija i Mačkova špilja), o Panonskom moru (Breznički Hum), o planinarstvu (Muzej planinarstva u Ivancu u izgradnji), o anđelima (Varaždin), muzej glazbe (Varaždin), muzej tekstila i mode (Varaždin) • spomen-muzeji/izložbe znamenitih osoba – primjerice Belostenec, Ranger, Padovec, Kukuljević Sakcinski i brojni drugi • kulturne rute/panoramske ceste inspirirane dvorcima, feudalnim obiteljima, vjerom, antikom i dr. • kulturne manifestacije – VBV, Špancirfest, Festival čipke i dr.
Atributi pozicioniranja 2025.	<ul style="list-style-type: none"> • Varaždinska županija jedna od "top 5" hrvatskih destinacija kulturnog turizma • grad Varaždin nezaobilazan je biser hrvatske kulturne scene • koncentracija povijesnih znamenitosti, vibrantna suvremena kulturna scena
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • poticanje daljnjeg uređenja gradskih jezgri s naglašenim osjećajem za autentičan lokalni identitet, atmosferičnost, ponudu raznolikih sadržaja, pješački karakter (npr. aktivnosti grada Varaždina na integriranom projektu uređenja povijesne gradske jezgre 2015.-2025. - „INCULTOUR“) • obnova i uređenje dvorca i arboretuma Opeka • organizacija prihvata posjetitelja na značajnim kulturno-povijesnim lokalitetima koji nisu u funkciji turizma (npr. otvaranje dijela objekta, radno vrijeme, sigurnost) • osiguranje edukativne i zabavne prezentacije muzejske građe (npr. interakcija s posjetiteljem, tehnologija koja "oživljava", tematske vođene ture i sl.) • osiguranje edukativne i zabavne prezentacije "kulture života i rada" (npr. radionice za posjetitelje, interakcija s posjetiteljem tijekom prezentacije i sl.) • osiguranje edukativnog i zabavnog sadržaja manifestacija, inovacija sadržaja • razvoj novih kulturnih tematskih ruta i panoramskih cesta s vidikovcima (npr. dvorci, plemićke obitelji, vjera i sl.) • unapređenje sadržaja turističke signalizacije i interpretacije uz atrakcije • uređenje sustava destinacijskih centara za posjetitelje i sustava infopunktova • organizacija tematiziranih itinerera različitog trajanja (vođeni ili samostalni) • poticanje raznolike smještajne i ugostiteljske ponude, s naglašenim elementima autentičnosti, "osjećaja za mjesto" i atmosfere

Gastronomija i enologija

Profil posjetitelja	<p>Svojom enogastronomskom ponudom Varaždinska županija cilja pretežito mlade parove (25 – 35), parove zrele dobi (50 – 65) i obitelji (samo gastronomija), u najvećoj mjeri iz lokalnog i regionalnog (sjeverozapadna Hrvatska, sjeveroistočna Slovenija) okruženja. Dolazak je motiviran obilaskom vinarija i kušanjem vina te ugostiteljskom ponudom, i to naročito, ali ne isključivo, "tipičnom" domaćom kuhinjom. Vrlo mali dio posjetitelja su "pasionirani gastroenolozi" fokusirani samo na hranu i vino, dok većinu zanimaju i drugi kulturni, rekreativni, ali i "hedonistički" sadržaji u destinaciji. Osobnost i šarm smještajnih objekata izrazito su važni. Informiraju se putem preporuka, na internetu, iz putopisnog tiska. Putuju tijekom cijele godine.</p>
Faktori uspjeha proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • atraktivnost ugostiteljske ponude u smislu raznolikosti, kvalitete i posebnosti hrane, uređenja i ambijenta u objektima, vrijednosti za novac • atraktivnost vinskih cesta (i drugih sličnih ruta) u smislu ljepote prirode, organizacije posjeta, kvalitete usluge, edukativne i zabavne prezentacije, vrijednosti za novac • imidž destinacije kao "mjesta dobre hrane", uređenost i atraktivnost javnih površina/sadržaja • raspoloživost drugih sadržaja komplementarnih interesima posjetitelja (npr. ponuda kulture, ponuda rekreacije i <i>wellnessa</i>, suveniri, šarmantan smještaj i sl.)
Ključne atrakcijske točke i sadržaji	<ul style="list-style-type: none"> • Varaždin – povijesna jezgra s koncentracijom raznolikih, atmosferskih objekata • dvorac Trakošćan – s tematiziranim "marker" restoranom u blizini / uz dvorac • vinske ceste – Toplička, Klampotić, Jalžabetska, Ludbreg • enogastro rute - Put tradicionalne hrane, bednjanska domaća hrana i sl. • bednjanski kraj – s ponudom tradicionalne kuhinje, OPG-a • ruralni krajolik – s ponudom ugostiteljstva na OPG-u, u tradicijskim objektima
Atributi pozicioniranja 2025.	<ul style="list-style-type: none"> • Varaždinska županija jedna je od vodećih enogastro destinacija kontinentalne Hrvatske • nekoliko "marker" restorana, atmosferski ruralni OPG-i i klijeti, restorani uz romantične dvorce, šarmantni gradski bistroi u povijesnim jezgrama • autohtoni klipčići, zelje, bućino ulje, štrukli, gibanice i purek
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • poticanje razvoja raznolike i inovativne ugostiteljske ponude u odnosu na tipove objekata, vrste kuhinja, sadržaj menija, uređenje interijera • poticanje razvoja nekoliko "marker" restorana/objekata koji mogu biti motiv dolaska (npr. uz dvorac, na placu, pod vodstvom renomiranog <i>chefa</i>, nagrađivan) • poticanje kulture kvalitete u odnosu na korištene namirnice i usluživanje hrane • razvoj sustava upravljanja vinskim, tradicijskim i sličnim tematskim cestama (npr. kvaliteta i vrsta ponude, signalizacija i interpretacija, dežurstava, radno vrijeme) • razvoj novih županijskih gastroruta s ponudom lokalno proizvedene hrane • razvoj programa turističke edukacije za ugostitelje, vinare, OPG i sl. (npr. ugošćivanje turista, domaći meniji, lokalni sastojci, uređenje interijera i sl.) • poticanje povezivanja lokalnih proizvođača hrane i ugostitelja u Županiji • razvoj/poticanje uključivanja u županijsku/regionalnu gastromarku • organizacija više tematiziranih gastroitinerera različitog trajanja (mogućnost vođenog i/ili samostalnog obilaska) • razvoj prepoznatljive i nacionalno relevantne enogastronomске manifestacije (npr. inspirirane postojećim "Danima pere" posvećenim tradicijskoj kuhinji i/ili "Sejmom zdrave i izvorne hrane" posvećenom proizvodima hrvatskog sela) • uključivanje lokalnih autohtonih prehrambenih proizvoda i vina u trgovačku i ponudu suvenira (npr. pravni i sanitarni aspekti, pakiranje, mjesta prodaje i sl.)

Vjerski turizam: hodočašća, duhovna putovanja, vjerska putovanja

Profil posjetitelja	Uz tradicionalne hodočasnike, Varaždinska se županija obraća i drugim vjernicima iz Hrvatske i Srednje Europe čiji je motiv putovanja duhovna obnova u tzv. „utočistiima“ (<i>retreats</i>) ili u kršćanskim kampovima, ali i onima koji putuju na klasična odmorišna i turing putovanja u sklopu vjerske grupe. Dok su prve dvije skupine posjetitelja usredotočene na vjerske sadržaje, potonja je zainteresirana i za ostalu ponudu destinacije, a prije svega onu u domeni kulture i enogastronomije. Preferencije smještaja mogu varirati od osnovnog do onog visoke kategorije (4*). Informiraju se u okviru vjerske zajednice. Putuju tijekom cijele godine.
Faktori uspjeha proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • vjerski značaj lokaliteta i/ili destinacije • vjerski sadržaji dostupni posjetiteljima • sadržaji i organizacija za prihvata većih grupa (npr. odmorišta, prostor za radionice, sanitarije, parkirališta i sl.) • uređenost destinacije • raspoloživost drugih sadržaja komplementarnih interesima posjetitelja motiviranih vjerom (npr. kultura, rekreacija, ugostiteljstvo, ture i izleti, suvenirni)
Ključne atrakcijske točke i sadržaji	<ul style="list-style-type: none"> • Ludbreg – kapela Sv. Križa, Župna crkva Presvetog Trojstva, Svetište Predragocjene Krvi Isusove (jedino hrvatsko svetište s papinskom bulom); jedno od najvećih proštenja u zemlji • Lepoglava – sjedište pavlina, pavlinski kompleks crkve sv. Marije i samostan; • Varaždin – grad crkava s isusovačkim, franjevačkim, uršulinskim i kapucinskim kompleksima • hodočasnički putevi – „Marijanski hodočasnički put“ (međunarodni put) i „Stepinčev hodočasnički put“ (nacionalni put) • Tematske rute – „Rangerov lepoglavski put“, „Ruta vjere“ koja povezuje Ludbreg, Varaždin, Lepoglavu i druge zanimljive sakralne objekte
Atributi pozicioniranja 2025.	<ul style="list-style-type: none"> • Varaždinska županija jedna je od važnih srednjoeuropskih destinacija vjere • mjesto hodočašća posvećenih pojavi Predragocjene krvi Isusove (Ludbreg) • mjesto duhovne obnove i sadržajnih vjerskih putovanja
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • unapređenje organizacije prihvata individualnih i grupnih posjetitelja u važnim vjerskim objektima (npr. otvaranje cijelog ili dijela objekata za posjet, uspostava radnog vremena) • unapređenje sadržaja turističke signalizacije i interpretacije uz vjerske atrakcije • uređenje pješačkih staza i šetnica s vjerskim sadržajima u Ludbregu i okolici • tematiziranje jedne od ruta u županijskom sustavu temom sakralne baštine (npr. ruta u okolici Ludbrega, ruta(e) koje povezuju Ludbreg, Varaždin i Lepoglavu) • organizacija više tematiziranih itinerera različitog trajanja (mogućnost vođenog i/ili samostalnog obilaska) • izgradnja ili uređenje Centra za duhovnu obnovu (npr. Ludbreg ili Lepoglava) kao mjesta „utočišta“ posvećenog duhovnosti (smještajni kapacitet, ugostiteljski sadržaji, prostori za predavanja, radionice, meditaciju, vježbanje u mirnom, prirodnom okruženju) • poticanje raznolike smještajne i ugostiteljske ponude, s naglašenim elementima autentičnosti, „osjećaja za mjesto“ i atmosfere

Zdravstveni turizam: *wellness*, lječilišni turizam, medicinski turizam

Profil posjetitelja	Varaždinska županija cilja mlade (25 – 30) te pojedince zrele (50 – 65) i treće (65+) dobi usmjerene na unapređenje vlastitog zdravlja i kvalitete života, kao i osobe posebno fokusirane na probleme lokomotornog sustava i to pretežito iz Hrvatske, Slovenije, Austrije, Njemačke i Rusije. To su dobrostojeći, iznadprosječno obrazovani pojedinci zainteresirani za holističke („tijelo i duh“) <i>wellness</i> -programe, uključujući učenje o zdravoj prehrani, kretanju ili o kvalitetnijim životnim stilovima, ali i za tretmane u domeni medicinskog turizma poput estetskih, stomatoloških ili ortopedskih zahvata. Tijekom, uobičajeno, nešto dužeg boravka (4 – 15 dana), to su i korisnici drugih rekreativnih (uključujući golf i meki avanturizam), enogastronomskih i kulturnih sadržaja u destinaciji. Preferiraju smještaj više kategorije (4*), informiraju se temeljem preporuka, specijaliziranih posrednika i na internetu. Putuju tijekom cijele godine.
Faktori uspjeha proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • pozitivan opći imidž zemlje i povjerenje u kvalitetu zdravstvenih usluga u njoj • kvaliteta specijaliziranih centara, stručnost kadra, raspoloživost suvremene opreme, posjedovanje licenci i certifikata, ugodna atmosfera • kompatibilan razvoj destinacije, briga o kvaliteti prirodnih ljekovitih činitelja, ograničavanje zagađivačkih djelatnosti, raspoloživost hitnih intervencija • raspoloživost drugih sadržaja komplementarnih interesima posjetitelja (npr. smještaj više kvalitete, raznoliko ugostiteljstvo, rekreacija, ture i izleti i sl.)
Ključne atrakcijske točke i sadržaji	<ul style="list-style-type: none"> • Varaždinske Toplice – najveći termalni centar za fizikalnu medicinu i rehabilitaciju u Hrvatskoj, specijalizacija za ozljede lokomotornog sustava i holističke programe povezan s izvorom ljekovite sumporno termo-mineralne vode (uvrštena među visokovrijedne prirodne ljekovite činitelje) • Novi Marof – specijalizirani centar za zdravstveni odmor i produljeni boravak osoba treće dobi (unutar sklopa, ali fizički izdvojen od Specijalne bolnice)
Atributi pozicioniranja 2025.	<ul style="list-style-type: none"> • Varaždinska županija je među „top 3“ zdravstveno-turističke destinacije Hrvatske • suvremeni Termalni centar Varaždinske Toplice najveće je i vodeće mjesto u Hrvatskoj za prevenciju i rehabilitaciju ozljeda lokomotornog sustava te jedan od vodećih hrvatskih centara za holističke programe zdravih životnih navika (kretanje, prehrana, uspostava ravnoteže) • Županija je vodeće mjesto u Hrvatskoj specijalizirano za zdravstveno-turistički boravak posjetitelja treće dobi u suvremenom centru Novi Marof
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • razvoj i repozicioniranje zdravstveno-turističke ponude SB Varaždinske Toplice uz specijalizaciju za ozljede lokomotornog sustava i holističke programe zdravih životnih navika (npr. programi kretanja, prehrane, uspostave ravnoteže i sl.) • razvoj zdravstveno-turističkih sadržaja specijaliziranih za posjetitelje treće dobi u Novom Marofu • poticanje razvoja komplementarne ponude medicinskog i <i>wellness</i>-turizma naročito na području klastera Varaždinske Toplice - Novi Marof • poticanje akreditacije i certifikacije objekata ponude zdravstvenog turizma • poticanje uređenja gradske jezgre Varaždinskih Toplica s naglašenim „osjećajem za mjesto“, atmosferski, ponudu raznolikih sadržaja, pješački karakter • poticanje okolišno odgovorne prakse u upravljanju destinacijama i objektima • poticanje razvoja raznolike smještajne ponude više kvalitete (pansioni, <i>bed & breakfast</i>, obiteljski hoteli) na području Varaždinskih Toplica • poticanje razvoja raznolike ugostiteljske ponude, s naglaskom na zdravu, lokalno proizvedenu hranu • tematiziranje staza i šetnica na području klastera Varaždinske Toplice-Novi Marof temom zdravlja i kretanja • provjera potencijala/koncepta najbolje uporabe geotermalnog rekreacijskog centra u Ludbregu (konzervirana naftna bušotina na lokalitetu Lunjkovec s termo-mineralnom vodom temperature oko 100 °C i pod visokim tlakom)

Cikloturizam, planinarenje i pješaćenje, jahanje

Profil posjetitelja	Svojom izdašnom ponudom tematiziranih staza Varaždinska županija cilja širok spektar rekreativnih biciklista, planinara i <i>trekera</i> , ali i jahača, svih dobnih skupina, uključujući i obitelji, i to s područja Hrvatske, Slovenije, Mađarske i Austrije. Uz atraktivne i sigurne staze, posjetiteljima su bitni prijedlozi itinerera i detaljne informacije o stazama kako bi se mogli i samostalno kretati. Osim sportsko-rekreativne ponude (uključujući i meki avanturizam), tipično su zainteresirani i za ostale, a naročito enogastronomske, <i>wellness</i> i kulturne sadržaje destinacije. Traže kvalitetan, udoban smještaj s osobnošću i šarmom. Informiraju se putem preporuka, u klubovima, iz putopisnog tiska, na internetu. Putuju najviše tijekom proljeća, ljeta i jeseni.
Faktori uspjeha proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • atraktivnost, posebnost ili jedinstvenost, očuvanost prirodnog okoliša • kvaliteta sportske infrastrukture poput raznolikosti staza (npr. dužina, težina, više ruta s različitim temama), opremljenosti (npr. signalizacija, interpretacija, odmorišta, vidikovci) i sigurnosti (npr. staze odvojene od prometa, hitna pomoć) • kvaliteta pratećih usluga (najam opreme, vodiči, prijevoz prtljage) • opremljenost smještajnih objekata za prihvata konja • raspoloživost drugih sadržaja komplementarnih interesima posjetitelja (npr. enogastro, tematizirani smještaj, sadržaji kulture, <i>spa/wellness</i> sadržaji)
Ključne atrakcijske točke i sadržaji	Planinarenje i pješaćenje <ul style="list-style-type: none"> • Ravna gora, Ivanščica, Kalnik – veći broj planinarskih i poučnih staza, povezuje ih Zagorski planinarski put (ZPP), dijelovi su uključeni u NATURA 2000 • Regionalni park Mura-Drava – pješačke i poučne staze uz jezera, dio UNESCO rezervata biosfere Mura-Drava-Dunav, dio NATURA 2000 Cikloturizam <ul style="list-style-type: none"> • „Mura-Drava Bike“ – dio međunarodne rute (A, SLO, HR, HU), uključuje dvije „Via Varaždin“ rute (po cestama, 197 km i <i>off road</i>, 210 km) • „Od dvorca do dvorca“ – kružna tura Varaždin – Trakošćan, (po cesti s ograničenjem brzine od 83 km) • Kapilarni sustav kraćih, tematiziranih <i>off road</i> staza u ruralnom krajoliku Jahanje <ul style="list-style-type: none"> • Regionalni park Mura-Drava – jahačke staze uz jezera • Sustav tematiziranih <i>off road</i> staza u ruralnom krajoliku
Atributi pozicioniranja 2025.	<ul style="list-style-type: none"> • Varaždinska je županija, kao dio atraktivne bregovite sjeverne Hrvatske, jedna od najpoželjnijih biciklističkih, planinarskih i <i>trekking</i> destinacija u Hrvatskoj • očuvana priroda UNESCO rezervata biosfere Mura-Drava-Dunav i NATURA 2000 • uređen sustav staza i povezanost s međunarodnim rutama, sadržajan krajolik s brojnim „točkama od interesa“, prilagođen, udoban i šarmantan smještaj
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • unapređenje sadržaja turističke interpretacije na planinarskim stazama (npr. poučne staze, interpretacijske table, odmorišta s vidikovcima) • unapređenje sadržaja turističke interpretacije u Regionalnom parku Mura-Drava (npr. poučne staze, interpretacijske table, odmorišta s vidikovcima) • uređenje točaka za promatranje ptica u Regionalnom parku Mura-Drava • razvoj kapilarne mreže biciklističkih staza kroz ruralni krajolik, a osobito tzv. <i>greenway</i> trasa bez prometa (kad god je to moguće), tematiziranih (npr. tradicijska hrana, obiteljske), opremljenih turističkom interpretacijom (signalizacija, table, GPS sustav, karte) • razvoj specijalističkog infopunkta za bicikliste i/ili planinare u sklopu TIC-eva ili centara za posjetitelje (npr. Ivanec, Lepoglava, Novi Marof, Varaždin) • razvoj <i>cyclers welcome</i> smještaja, enogastro i drugih objekata • turistifikacija ruralnih „točaka od interesa“ (npr. sakralna baština, dvorci, vinarije, proizvođači tradicionalne hrane i sl.)

Lov Ribolov	
Profil posjetitelja	Ponudom lova Varaždinska županija cilja muškarce srednje i zrelije životne dobi (35 – 65) pretežito iz Hrvatske, Slovenije, Italije i Austrije, a ponudom ribolova također se usmjerava na ovu ciljnu skupinu na lokalnoj i regionalnoj razini (sjeverozapadna Hrvatska, sjeveroistočna Slovenija). Iako je riječ o posjetiteljima koji najveći dio putovanja posvećuju lovu odnosno ribolovu, druženje unutar grupe i samonagrađivanje također predstavlja izrazito bitnu komponentu turističkog doživljaja. Zahtijevaju udoban smještaj, vrlo često u lovačkim kućama, zainteresirani su za dobru, ponajviše tradicionalnu enogastro ponudu, u određenoj mjeri i za druge sportove, dok su ostale destinacijske atrakcije u drugom planu. Informiraju se putem preporuka i unutar klubova. Putuju u vrijeme sezone lova/ribolova.
Faktori uspjeha proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • atraktivnost, posebnost ili jedinstvenost, očuvanost prirodnog okoliša • bogatstvo lovnog/ribolovnog fonda • efikasne administrativne procedure (npr. izdavanje lovnih/ribolovnih dozvola) • djelotvorna lovočuvarska služba • kvaliteta pratećih usluga (najam opreme, vodiči, prijevoz prtljage) • blizina smještaja, prilagođenost, udobnost, zajedničke prostorije za druženja • raspoloživost drugih sadržaja komplementarnih interesima posjetitelja (npr. enogastronomija, druge vrste sportske ponude, „važne“ atrakcije i sl.)
Ključne atrakcijske točke i sadržaji	Lov <ul style="list-style-type: none"> • Lovište Zelendvor (8500 ha) – lov na nisku divljač, restoran, smještaj u lovačkoj kući ili u okolici, profesionalna organizacija lova prema najavi • oko 30-ak drugih lovišta; veličinom iznad 5000 ha ističu se lovišta Kalnik, Varaždin, Ludbreg, Šaulovec, Ravna gora i Bednja; organizaciju lova vrše klubovi i specijalizirana trgovačka društva Ribolov <ul style="list-style-type: none"> • rijeke Drava, Plitvica i Bednja, Ormoško, Varaždinsko i jezero Dubrava, Ivanečki bajeri i Jezera, Trakošćansko jezero; ribolovnim vodama gospodare klubovi koji prodaju dnevne i godišnje karte
Atributi pozicioniranja 2025.	<ul style="list-style-type: none"> • Varaždinska županija jedna je od tradicionalnih renomiranih lovačkih i ribolovnih destinacija Hrvatske • očuvana priroda, bogatstvo lovnog fonda • profesionalna organizacija lova, udoban smještaj, dostupnost i povoljne cijene
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • formiranje klasterske ponude „ribičkih izletišta“ na nekoliko odabranih lokacija (npr. uz jezera na Dravi, Ivanečka jezera) s točkama za ribolov (npr. molovi/pristupi, ribičke platforme), uslugama najma opreme i plovila, „školom ribolova“, ponudom ugostiteljstva (uključujući mjesta za roštilj na otvorenom za vlastitu pripremu ulova) i parkiralištima. Neka od njih valjalo bi opremiti i trgovačkim sadržajima i kamp smještajem. • unapređenje infrastrukture za sportski ribolov na dodatnim odabranim lokacijama (npr. molovi/pristupi, ribičke platforme, uređena parkirališta) • prilagođavanje nekoliko smještajnih i ugostiteljskih objekata za prihvata lovaca/ribeča kroz „Welcome“ sheme (npr. zamrzivači za čuvanje ulova, prostor za čuvanje, čišćenje, servisiranje opreme, mogućnost pripreme ulova i sl.) • razvoj prepoznatljivog međunarodnog lovačkog natjecanja i manifestacije te pratećih aktivnosti (npr. stručni skupovi na temu upravljanja lovištima, održavanja lovnog fonda, suradnje s lokalnim zajednicama, ekologije i sl.) • turistifikacija ruralnih „točaka od interesa“ (npr. vinarije, proizvođači tradicionalne hrane i sl.)

Golf	
Profil posjetitelja	Ciljani posjetitelji su golferi rekreativci iz Hrvatske, Slovenije, Italije, Austrije i Mađarske. Riječ je o potražnji koja se samoj igri (golfru) posvećuje samo u jednom dijelu dana, dok ostatak odmora provode istražujući i druge sadržaje destinacije. Tipično ih zanimaju kulturne atrakcije, enogastronomija i <i>wellness</i> . Riječ je o pojedincima više platežne moći i obrazovanja, različitih dobnih skupina, uključujući mlade i parove zrele dobi, kao i osobe treće dobi. Preferiraju smještaj više kvalitete, informiraju se putem preporuka, u klubovima, iz stručnog tiska, putuju u proljeće i jesen.
Faktori uspjeha proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • atraktivnost i poželjan imidž destinacije • atraktivnost golfskih igrališta u odnosu na dizajn terena, opremljenost • raspoloživost više igrališta u sklopu jednog „grozda“ s obzirom na preferenciju golfera za igranjem na više terena tijekom istog boravka (npr. 3 – 5 igrališta u radijusu jednog sata vožnje automobilom) • raspoloživost smještaja više kvalitete (4*), poželjni su posebnost, osobnost i šarm • sadržajnost i kvaliteta ponude u destinaciji, a naročito raspon kulturnih, ugostiteljskih, <i>wellness</i> i rekreacijskih sadržaja
Ključne atrakcijske točke i sadržaji	Golf „grozd“ Varaždinske županije ³² i/ili središnje Hrvatske: <ul style="list-style-type: none"> • okolica dvorca Trakošćan • u sklopu klastera Varaždinske Toplice-Novi Marof
Atributi pozicioniranja 2025.	<ul style="list-style-type: none"> • Varaždinska županija je nova, lako dostupna golfska destinacija u romantičnom okruženju zelenih brega i dvoraca sjeverne Hrvatske • dva vrhunska i okolišno osjetljivo dizajnirana igrališta • Izuzetno sadržajna destinacija s vibrantnim povijesnim Varaždinom i nizom kulturnih, enogastro, <i>wellness</i> i rekreacijskih sadržaja, vrhunski smještaj
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • izgradnja dvaju golfskih igrališta na području Županije, kao i njihovo povezivanje s (postojećim i/ili novim) terenima na području Zagrebe te Zagrebačke, Krapinsko-zagorske i/ili Međimurske županije • osnivanje regionalne golf-akademije (središnja Hrvatska) • organiziranje određenog broja golfskih turnira regionalnog karaktera • prilagođavanje više postojećih smještajnih objekata za prihvata golfera (npr. posebni prostor odlaganje i čuvanje opreme, usluge transfera do igrališta, golf dućan i sl.) • razvoj kvalitetnih većih/manjih objekata <i>spa/wellness</i> ponude u okruženju • turistifikacija ruralnih „točaka od interesa“ (npr. kulturna i sakralna baština, dvorci, vinarije, proizvođači tradicionalne hrane, program suveniru i sl.)

³² U Prostornom planu Varaždinske županije predviđeni su uz navedene i golfski tereni u okolici dvorca Maruševac i Jalkovec, no kako se oba dvorca nalaze u privatnom (obiteljskom) vlasništvu te u njihovoj neposrednoj blizini nisu predviđeni turistički smještajni kapaciteti, potencijal komercijalnog korištenja tih dvoraca čini se ograničen te se oni ne tretiraju u ovoj Strategiji. Iako uspostava „grozda“ od 3 do 5 golfskih igrališta u radijusu od jednog sata vožnje automobilom predstavlja faktor uspjeha proizvoda golfa, igrališta se ne moraju nalaziti isključivo na prostoru Varaždinske županije s obzirom na blizinu mogućih lokacija i u susjednim županijama sjeverne Hrvatske.

Adrenalinski sportovi: *paragliding*, brdski biciklizam, penjanje po stijenama, kajaking, kanuing, jedrenje, veslanje, *paintball*, streličarstvo, let balonom

Profil posjetitelja	Uz vrlo mali segment „pasioniranih“ <i>paraglidera</i> koje Varaždinska županija već privlači, riječ je o ciljanju novih skupina posjetitelja koji se rekreativno bave adrenalinskim sportovima. Ponudom <i>paraglidinga</i> i brdskog biciklizma tako se ciljaju pretežito muškarci mlađe i srednje dobi (18 – 45) iz kruga zemalja koji čine Hrvatska – Slovenija – Mađarska, a kajakarenjem i <i>paintballom</i> širi spektar posjetitelja, uključujući obitelji i žene uglavnom iz uže regije (sjevero-zapadna Hrvatska). Riječ je o segmentima koje zadovoljava jednostavan i udoban smještaj, zainteresirani su za dobru, ponajviše tradicionalnu enogastro ponudu, zanima ih i druga sportsko-rekreativna ponuda te u, određenoj mjeri, <i>wellness</i> sadržaji destinacije. Informiraju se putem preporuka, u klubovima, na internetu. Putuju tijekom proljeća, ljeta i jeseni.
Faktori uspjeha proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • atraktivnost prirodnog krajolika i prirodnih uvjeta (npr. vjetar, vodostaj, brzaci, težina staza, nagib) • kvaliteta sportske infrastrukture • kvaliteta pratećih usluga (npr. najam opreme, raspoloživost vodiča/pratitelja, instrukcije i škole) • mjere sigurnosti (atestirana oprema, hitna pomoć) • raspoloživost udobnog smještaja (manji hoteli/pansioni i kampovi) • raspoloživost drugih sadržaja komplementarnih interesima posjetitelja (npr. enogastronomija, drugi oblici rekreacije, <i>wellness</i>, zabavni sadržaji i sl.)
Ključne atrakcijske točke i sadržaji	<p><i>Paragliding</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Ravna gora (jedno registrirano polazište), Kalnik (tri registrirana polazišta); klubovi nude letove i instrukcije za amatere <p>Brdski biciklizam</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ravna gora <p>Penjanje po stijenama</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kalnik, Ivanščica, Ravna gora <p>Kajaking, kanuing, veslanje, jedrenje</p> <ul style="list-style-type: none"> • Drava, Varaždinsko i jezero Dubrava na Dravi <p>Paintball</p> <ul style="list-style-type: none"> • Drava – <i>paintball</i>-teren (11.000 m²) i usluge profesionalnog <i>paintball</i>-centra <p>Streličarstvo</p> <ul style="list-style-type: none"> • područje Trakošćana, Drave i Varaždina <p>Let balonom</p> <ul style="list-style-type: none"> • područje Trakošćana
Atributi pozicioniranja 2025.	<ul style="list-style-type: none"> • Varaždinska županija jedna je od važnih hrvatskih lokacija za <i>paragliding</i> i brdski biciklizam, sportove na mirnim vodama te letove balonima • profesionalna organizacija, sadržajna destinacija s ponudom niza drugih fizičkih aktivnosti, <i>wellnessom</i>, enogastro, udoban smještaj, visoko dostupna
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • razvoj komplementarne ponude riječnog kanuinga na Dravi • razvoj komplementarne ponude jedrenja na jezerima na Dravi • profesionalizacija usluga riječnog kajakinga i kanuinga na Dravi te veslanja i jedrenja na dravskim jezerima (npr. organizacija kluba, redovno radno vrijeme, ponuda „škole“, pojačani standardi sigurnosti, standardi opreme, standardi okolišne odgovornosti i sl.) • unapređenje postojećeg i/ili formiranje novog „avanturističkog izletišta“ (kajaking, kanuing, streličarstvo, <i>paintball</i>, veslanje, jedrenje i sl.) na Dravi (uređena polazišta, klub, mala marina, najam opreme, malo ugostiteljstvo i trgovina, kamp smještaj) • uređenje lokacija za penjanje po stijenama i mjesta uzleta/slijetanja balona • turistifikacija ruralnih „točaka od interesa“ (npr. vinarije, proizvođači tradicionalne hrane, program suvenira i sl.)

Obrazovni turizam: ljetni kampovi i škole u prirodi za djecu/srednjoškolce, ljetne škole za srednjoškolce/studente

Profil posjetitelja	Ciljni segmenti obuhvaćaju školsku djecu (7 – 17) i studente (18 – 24) koji dio svojih ljetnih praznika provode u ljetnim školama i kampovima. Uobičajeno duži boravak (14 – 30 dana) motiviran je učenjem, stjecanjem vještina i zabavom. Studentska populacija, pretežito iz kruga EU zemalja, vrlo je mobilna, važna im je raznolikost sadržaja, a, s obzirom na ograničene budžete, traže prihvatljiv smještaj (npr. hosteli, razmjena stanova, obiteljski smještaj) i hranu. Informiraju se preko studentskih udruga, na internetu, važne su preporuke na društvenim mrežama. Za školsku djecu, pretežito iz Hrvatske, Slovenije i Mađarske, važni su zanimljivi i aktivni programi, zadovoljni su jednostavnim smještajem i ugostiteljskom ponudom. Škole i/ili dječja društva informiraju se temeljem izravnih kontakata i „inspekcijskih“ obilazaka lokacija, a roditelji najčešće temeljem preporuka.
Faktori uspjeha proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • meritornost obrazovnih institucija i razvijenost međunarodne suradnje • privlačnost obrazovnih programa • atraktivnost destinacije, naročito „posebnost“, atmosfera, „osjećaj za mjesto“ • sadržajnost i kvaliteta ponude u destinaciji, uključujući kulturne i prirodne atrakcije, sportsko-rekreativnu ponudu, festivale i zabavu, enogastronomiju • tehnološka opremljenost destinacije, a prije svega rasprostranjena dostupnost širokopojasnog Interneta i besplatnih WiFi zona • raspoloživost cjenovno prihvatljivog smještaja „s duhom“ • sigurnost destinacije u smislu osobne sigurnosti
Ključne atrakcijske točke i sadržaji	Međunarodne ljetne škole za studente <ul style="list-style-type: none"> • više multidisciplinarnih i inovativnih programa u organizaciji FOI/Sveučilišta u Zagrebu, Glazbene škole (Varaždin), Hrvatskog restauratorskog zavoda (Ludbreg) i dr. Ljetni kampovi i škole u prirodi za djecu <ul style="list-style-type: none"> • nekoliko tematskih kampova uz jezera na Dravi, na obroncima Kalnika, Ivanšćice i/ili Ravne gore
Atributi pozicioniranja 2025.	<ul style="list-style-type: none"> • meritorni i inovativni međunarodni obrazovni ljetni programi • najbolji dječji ljetni kampovi u Hrvatskoj • sigurna i sadržajna destinacija s vibrantnim povijesnim Varaždinom, širokom ponudom zabave, kulture, enogastro, šarmantnim i povoljnim smještajem
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • uspostava organizacijske infrastrukture, osmišljavanje i priprema programa ljetnih škola (npr. interdisciplinarni programi koji spajaju ekspertizu FOI-a u informatici i kreativne industrije, muzičke radionice uz mentorstvo renomiranih alumnija i sl.) • uspostava organizacijske infrastrukture, osmišljavanje i priprema programa ljetnih kampova i škola u prirodi za djecu (npr. interaktivni edukativno-rekreativni tematski programi) • razvoj projekta izgradnje dječjih ljetnih kampova (npr. utvrđivanje lokacija, procjena potencijala i ekonomskih učinaka svakog kampa, razvoj upravljačko-vlasničkih modela, proces privlačenja i izbor investitora) • unapređenje tehnološke opremljenosti destinacija (besplatne WiFi zone) • turistifikacija „točaka od interesa“ (npr. dvorci, vinarije, proizvođači tradicionalne hrane, program suvenira i sl.)

Poslovni turizam: skupovi, izložbe i sajmovi, team building, incentive

Profil 'velikih kupaca'/posjetitelja	Kupci proizvoda poslovnog turizma koje Varaždinska županija cilja uključuju poslovne subjekte iz javnog i privatnog sektora (npr. velike tvrtke, institucije) te specijalizirane posrednike (npr. agencije za organizaciju skupova) uglavnom iz Hrvatske i Slovenije, dok su krajnji korisnici poslovni ljudi s vrlo različitim motivima putovanja. U tom smislu, sudionici skupova, izložbi ili sajмова su profesionalci kojima je glavni cilj poslovni uspjeh te visoku pažnju pridaju kvaliteti konferencijskih/izlagačkih prostora, opreme i logistike, kvaliteti ugostiteljske ili <i>catering</i> ponude, kvaliteti smještaja, dostupnosti i općoj atraktivnosti destinacije. Team building sudionici obavezni su sudjelovati u programima profesionalne edukacije te su za njih važni kvaliteta samog programa, raspoloživost različitih sadržaja za slobodno vrijeme, udoban smještaj i atraktivnost destinacije. Incentive gosti borave na nagradnom putovanju koje, po definiciji, podrazumijeva visoku kvalitetu i/ili posebnost kako u odnosu na sadržajnost destinacije tako i u pogledu smještajne, enogastro, rekreacijske ili <i>wellness</i> ponude. Ovi oblici poslovnih putovanja pretežito se odvijaju tijekom jeseni, zime i proljeća.
Faktori uspjeha proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • atraktivnost, posebnost i imidž destinacije • dostupnost, prometna infrastruktura i tehnološka opremljenost destinacije • tehnička opremljenost, polivalentnost objekata za skupove i sajmove • stručnost i profesionalnost lokalne logističke podrške • viša kvaliteta (4*) smještajne ponude, iako posebnost, atmosfera i šarm objekata mogu kompenzirati zvjezdice • atraktivnost ugostiteljske ponude, naročito različiti tipovi restorana i vrste kuhinja, uređenje i ambijent interijera, vinske liste, kvaliteta usluživanja • sadržajan lanac vrijednosti, naročito kulturni, zabavni, trgovački sadržaji
Ključne atrakcijske točke i sadržaji	Skupovi, izložbe i sajmovi <ul style="list-style-type: none"> • Arena Varaždin, FOI kampus, GMV, HNK; dvorci Trakošćan, Opeka, Ludbreg; hoteli u Varaždinu, Trakošćanu i Varaždinskim Toplicama Team building <ul style="list-style-type: none"> • Trakošćan, Varaždinske Toplice, Varaždin (noćenje uz programe u prirodi) Incentive <ul style="list-style-type: none"> • Trakošćan, Varaždin, Varaždinske Toplice (uz izlete po širem prostoru)
Atributi pozicioniranja 2025.	<ul style="list-style-type: none"> • Varaždinska županija alternativna je lokacija za poslovni turizam i sve jači konkurent većim gradskim centrima Hrvatske i Slovenije • visoka dostupnost, visoka kvaliteta tehničke opremljenosti sadržaja za skupove, visoka kvaliteta smještaja • sadržajna destinacija s vibrantnim povijesnim Varaždinom, širokom ponudom kulture, enogastronomije, <i>wellnessa</i> i rekreacije
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • korištenje/prilagođavanje Arene Varaždin prostornim i tehničkim zahtjevima za kongresne i izložbene prostore • osposobljavanje „nenamjenskih“ objekata za poslovne skupove (npr. Gradski muzej Varaždin, Trakošćan i sl.) • unapređenje postojećih ili (do)gradnja novih dvorana za skupove u hotelima • osnivanje kongresnog i event-centra/ureda Varaždin (pokriva prostor Županije) • unapređenje tehnološke opremljenosti destinacija (besplatne WiFi zone) • unapređenje i diversifikacija ponude restorana i <i>cateringa</i> (prioritet Varaždin) • prilagođavanje i unapređenje hotelske ponude (prioritet Varaždin, Trakošćan i Varaždinske Toplice) • razvoj bogatog lanca vrijednosti rekreacijskih, <i>wellness</i> i kulturnih sadržaja

Tranzitni turizam

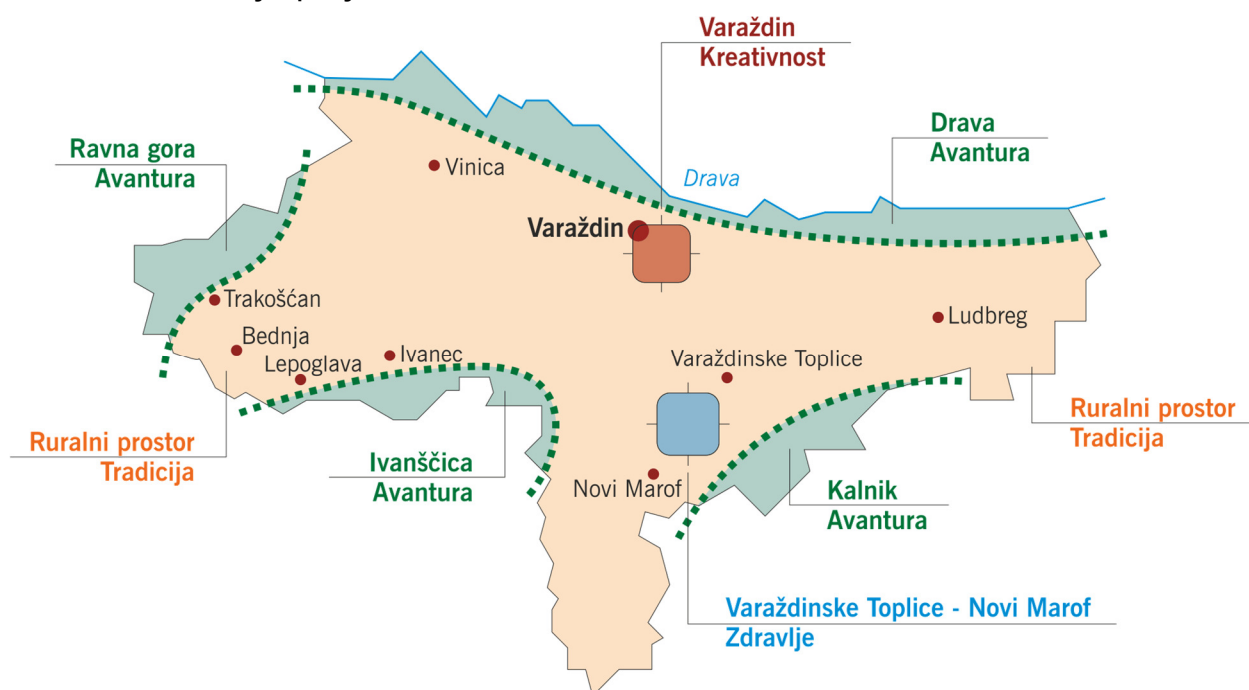
Profil posjetitelja	Ciljani posjetitelji su putnici na autocestama A ₄ i A ₂ , a prije svega oni na putovanju na (ljetni) odmor ili na povratku s odmora. Radi se o osobama širokog spektra interesa i demografskih profila. Ono što im je zajedničko je raspoloživost (relativno) kratkog vremena za zaustavljanje i potreba da se to vrijeme iskoristi za odmor i osvježenje uz (brzi) razgled pojedinačne ili grupe atrakcija. Najveći broj tranzitera realno je očekivati tijekom ljeta.
Faktori uspjeha proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • dostupnost informacija o atrakcijama i sadržajima uz ceste • privlačan imidž destinacije i/ili razlog zaustavljanja i posjete (npr. atrakcija „koja se mora vidjeti“ ili koncentracija atrakcija) • lakoća usputnog razgledavanja (npr. blizina atrakcija autocesti, mogućnost jednostavnog parkiranja, mogućnost obilaska pješice) • raspoloživost i atraktivnost ugostiteljske ponude (naročito u blizini ključnih atrakcija), kvalitetna, autentična brža hrana, ambijentalni interijeri • trgovačka ponuda, naročito program suvenira
Ključne atrakcijske točke i sadržaji	<ul style="list-style-type: none"> • Varaždin – povijesna jezgra • Trakošćan • nekoliko „slikovitih putova“ (između dijelova autoceste), npr.: <ul style="list-style-type: none"> • A₄ – Varaždin – Maruševac – Lepoglava – Bednja – Trakošćan – A₂ (ili obrnuto) • A₂ – Trakošćan – Bednja – Lepoglava – A₂ (Sv. Križ Začretje) • A₄ – Varaždin – Novi Marof – A₄
Atributi pozicioniranja 2025.	<ul style="list-style-type: none"> • Varaždin – povijesni grad kreativne i živahne atmosfere koji se „mora vidjeti“ • romantika dvoraca koja se „mora vidjeti“ • pitoreskni ruralni krajolik zelenih brega i dvoraca koji je zanimljiviji od jednolične autoceste
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • dogovaranje s njemačkim, austrijskim (i drugim) automobilskim klubovima oko diseminacije informacija „o prijedlozima za zaustavljanje“ na njihovim internetskim stranicama i publikacijama (zajedno HAC-om, HTZ-om, odnosno Međimurskom i Krapinsko-zagorskom županijom) • dogovaranje s HAC-om i HTZ-om oko postavljanja informacija „o prijedlozima za zaustavljanje“ na internetske stranice HAC-a i HTZ-a kao poseban izbornik (zajedno s Međimurskom i Krapinsko-zagorskom županijom) • postavljanje informacija o „prijedlozima za zaustavljanje“ na internetske stranice TZVŽ-a i TZGV-a kao poseban izbornik • diseminacija informacija o „prijedlozima za zaustavljanje“ na graničnim prijelazima (Macelj, Goričan) i na usputnim benzinskim crpkama • dogovaranje s odabranim njemačkim i austrijskim autobuserima o zaustavljanju u tranzitu i obilazak • turistifikacija ruralnih „točaka od interesa“ (npr. dvorci, prirodne znamenitosti, proizvođači tradicionalne hrane, program suvenira i sl.) • izrada „brzog“ itinerera obilaska Varaždina za tranzitere • izrada nekoliko ruta „slikovitih putova“ za tranzitere s ishodištima i odredištima na čvorovima autocesta A₂ i A₄

11.2. Strateška prostorna koncepcija razvoja turizma

Valorizirajući ukupne prostorne resurse Varaždinske županije te istovremeno poštujući specifičnosti njezine atrakcijske osnove, u Županiji se prepoznaju četiri snažne, prostorno i tematski međusobno različite zone/klastera turističke aktivnosti. Riječ je o sljedećim turističkim cjelinama (slika 11.2.):

- **Varaždin**, s koncentracijom vrhunskih povijesnih sadržaja i vibrantnom suvremenom kulturnom scenom, glavni je atraktor stacionarne i izletničke turističke potražnje u Županiji
- **Klaster Varaždinske Toplice-Novi Marof**, s dva velika zdravstveno-turistička centra i orijentacijom k zdravlju na području cijelog klastera, fokalna je točka turističke aktivnosti u Županiji
- **Središnji ruralni prostor**, omeđen mjestima Ludbreg, Ivanec, Lepoglava, Bednja i Vinica, izrazito je sadržajan tradicijski prostor premrežen brojnim i raznolikim točkama od interesa, tematskim rutama i stazama koje mogu biti motiv dolaska za sebe ili sačinjavati dio bogatog turističkog lanca vrijednosti Županije
- **Planinski i riječni prostor**, koji u obliku prstena sačinjavaju Ravna gora, Ivanščica, Kalnik i rijeka Drava, kao očuvana i zaštićena mjesta čiste prirode i rekreacije dio su bogatog turističkog lanca vrijednosti Županije.

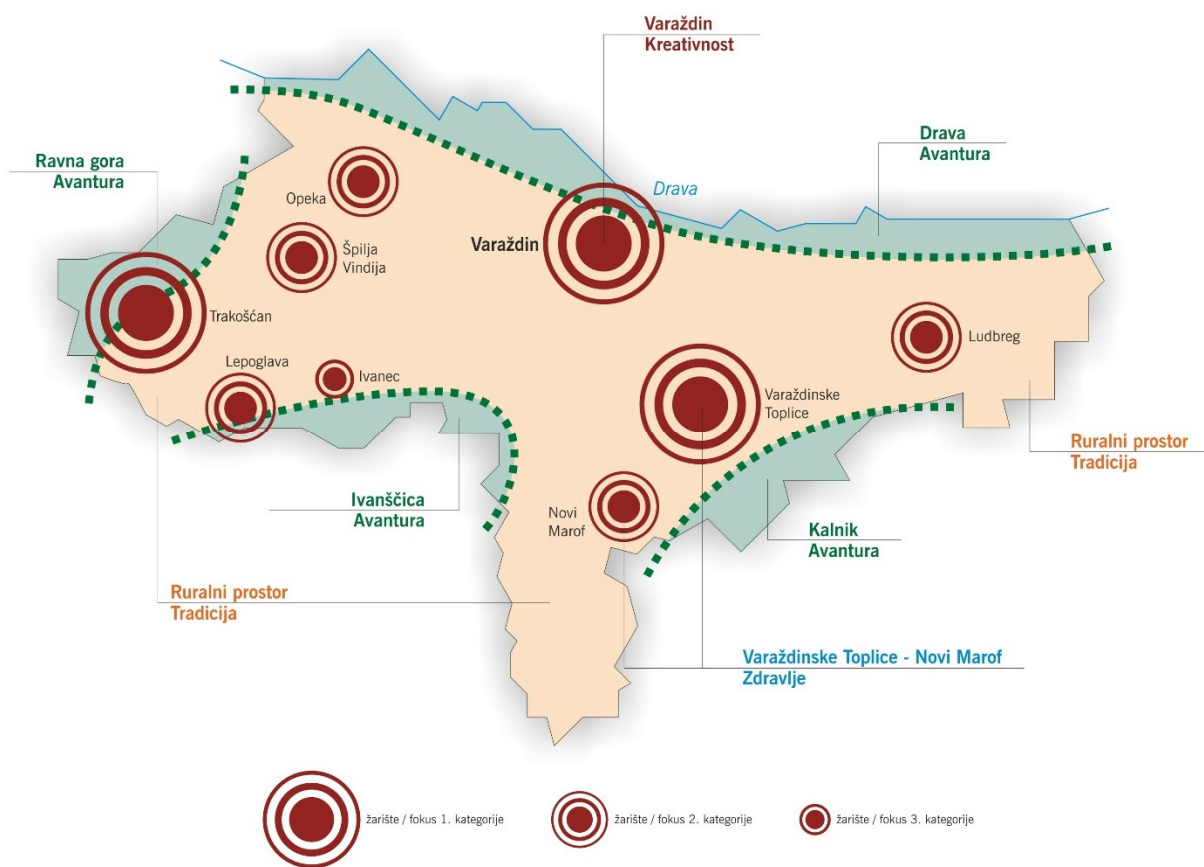
Slika 11.2. Shematski prikaz prostorne koncepcije razvoja turističke aktivnosti u Varaždinskoj županiji – zone/klasteri turističke aktivnosti



Izvor: Institut za turizam

Iako sadržajno i tematski različite, navedene zone/klasteri i njihove noseće destinacije (slika 11.3.) izrazito su komplementarne, međusobno se nadopunjuju i osnažuju tvoreći jedinstveni doživljajni sustav, dodatno jačajući poziciju Varaždinske županije na turističkom tržištu kao cjelini.

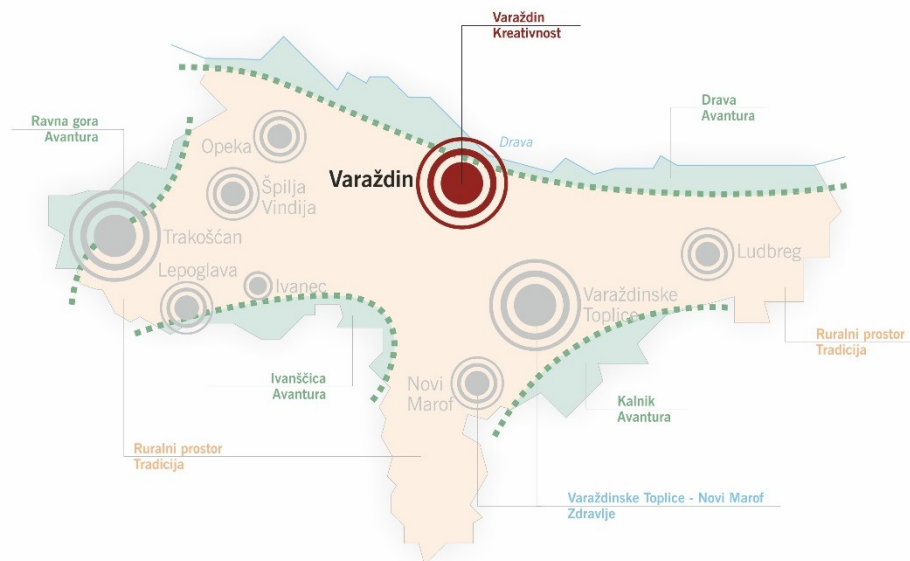
Slika 11.3. Shematski prikaz prostorne koncepcije razvoja turističke aktivnosti u Varaždinskoj županiji – žarišta turističke aktivnosti



Izvor: Institut za turizam

U nastavku se detaljnije opisuju turistički profili, sadržaji i pozicioniranje svake od četiriju tematskih turističkih zona/klastera.

Varaždin – Kreativnost



Varaždin je ugodan srednjoeuropski grad „po mjeri pješaka“, izuzetne kulturno-povijesne baštine i senzibiliteta za kreativnost. Tome svjedoče ne samo razvojna orijentacija Grada ka kreativnim industrijama već i urbanističke, umjetničke i dizajnerske intervencije u prostoru, kulturna scena, manifestacije i gastronomska ponuda. Varaždin je jedna od nezaobilaznih destinacija kulture u Hrvatskoj.

Destinacija	Varaždin je ugodna, kreativna, dinamična i visokosadržajna destinacija koja se različitim segmentima jednodnevnih i višednevnih posjetitelja predstavlja sklopom visokorazvijenih proizvoda kulturnog, obrazovnog, poslovnog te cikloturizma.
Atrakcije i sadržaji	srednjovjekovna jezgra Stari grad varaždinska dvorišta, „umjetnost na otvorenom“ i Tematski park Svijet kukaca GMV, Muzej Drava i brojne galerije industrijska baština Arena Varaždin FOI, Glazbena škola Varaždinske barokne večeri, Festival dobrih emocija – Špancirfest, festival dječjeg animiranog filma, urbani festival suvremenog plesa, festival niskobudžetnih akcijskih filmova i druge manifestacije
Aktivnosti	kulturni turizam gastronomija cikloturizam međunarodne ljetne škole poslovni skupovi i putovanja kratki boravak u tranzitu
Smještaj	hoteli (3* i 4*) difuzni hoteli (4*) hosteli za mlade pansioni kamp ljetni kamp za djecu i mladež

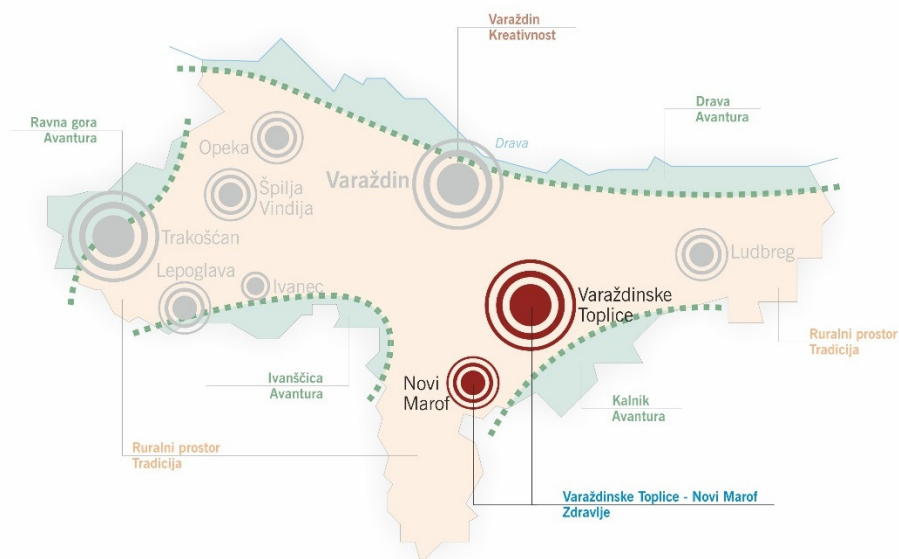
Hrana i piće	tematski restorani urbani bistroi „marker“ restorani „restoran na placu“ <i>cafee</i> i slastičarne						
Ostali sadržaji i usluge	centar za posjetitelje Varaždinska kuća trgovačka ponuda i program suvenira – lokalni prehrambeni proizvodi, rukotvorine, umjetnine, produkt-dizajn, muzika, antikvarijati, nacionalni i međunarodni brendovi tematizirani itinereri za vođeni ili samostalni razgled Grada brzi itinerer obilaska Grada za tranzitere						
	<table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">Projekti županijske važnosti</th> <th style="text-align: center;">Projekti destinacijske važnosti</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;">Prioritetni projekti³³</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Integrirani projekt uređenja povijesne gradske jezgre za razdoblje od 2015. -2025. godine - INCULTOUR (ambijentalno uređenje gradskog središta i Starog grada) • <i>open air</i> muzej Drava (Dravska špica) </td> </tr> </table> </td> <td style="vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> • centar za posjetitelje - Varaždinska kuća • Galerijski centar Varaždin (obnova, dogradnja i prenamjena sinagoge) • Tematski park Svijet kukaca i povezivanje s entomološkom zbirkom • uređenje/turističko aktiviranje područja na Dravi • enogastro ponuda/rute • uspostavljanje kamp ponude </td> </tr> </tbody> </table>	Projekti županijske važnosti	Projekti destinacijske važnosti	<table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;">Prioritetni projekti³³</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Integrirani projekt uređenja povijesne gradske jezgre za razdoblje od 2015. -2025. godine - INCULTOUR (ambijentalno uređenje gradskog središta i Starog grada) • <i>open air</i> muzej Drava (Dravska špica) </td> </tr> </table>	Prioritetni projekti³³	<ul style="list-style-type: none"> • Integrirani projekt uređenja povijesne gradske jezgre za razdoblje od 2015. -2025. godine - INCULTOUR (ambijentalno uređenje gradskog središta i Starog grada) • <i>open air</i> muzej Drava (Dravska špica) 	<ul style="list-style-type: none"> • centar za posjetitelje - Varaždinska kuća • Galerijski centar Varaždin (obnova, dogradnja i prenamjena sinagoge) • Tematski park Svijet kukaca i povezivanje s entomološkom zbirkom • uređenje/turističko aktiviranje područja na Dravi • enogastro ponuda/rute • uspostavljanje kamp ponude
Projekti županijske važnosti	Projekti destinacijske važnosti						
<table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;">Prioritetni projekti³³</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Integrirani projekt uređenja povijesne gradske jezgre za razdoblje od 2015. -2025. godine - INCULTOUR (ambijentalno uređenje gradskog središta i Starog grada) • <i>open air</i> muzej Drava (Dravska špica) </td> </tr> </table>	Prioritetni projekti³³	<ul style="list-style-type: none"> • Integrirani projekt uređenja povijesne gradske jezgre za razdoblje od 2015. -2025. godine - INCULTOUR (ambijentalno uređenje gradskog središta i Starog grada) • <i>open air</i> muzej Drava (Dravska špica) 	<ul style="list-style-type: none"> • centar za posjetitelje - Varaždinska kuća • Galerijski centar Varaždin (obnova, dogradnja i prenamjena sinagoge) • Tematski park Svijet kukaca i povezivanje s entomološkom zbirkom • uređenje/turističko aktiviranje područja na Dravi • enogastro ponuda/rute • uspostavljanje kamp ponude 				
Prioritetni projekti³³	<ul style="list-style-type: none"> • Integrirani projekt uređenja povijesne gradske jezgre za razdoblje od 2015. -2025. godine - INCULTOUR (ambijentalno uređenje gradskog središta i Starog grada) • <i>open air</i> muzej Drava (Dravska špica) 						

Implementacijske aktivnosti (poglavlje 13. ovog dokumenta) koji podražavaju realizaciju razvoja turizma na području klastera Varaždin:

- tehnička pomoć turističkim poduzetnicima/investitorima
- ambijentalno uređenje gradskih središta
- *open air* muzej Drava
- mreža centara za posjetitelje i infopunktova
- biciklističke, konjičke i pješačke staze
- razvoj županijskih enogastro ruta
- razvoj županijskih kulturnih ruta
- izgradnja malih obiteljskih smještajnih kapaciteta
- uspostava objekata kamp ponude
- ljetni kampovi za djecu i mladež

³³ Polazeći od pretpostavke održivosti, prioritetni projekti određeni su s obzirom na važnost projekta za podizanje imidža destinacije/županije, privlačenje nove potražnje te jačanje portfelja turističkih iskustava destinacije/županije. Projekti uključuju aktivnosti predviđene u programima obuhvaćenim u točki 13. ovog dokumenta (Implementacijske aktivnosti), ali i projekte u tijeku koje pripremaju/provide jedinice lokalne samouprave (poglavlje 4.4. ovog dokumenta).

Varaždinske Toplice-Novi Marof – Zdravlje



Klaster Varaždinske Toplice-Novi Marof posvećen je zdravlju i unapređenju kvalitete života. Pri tome se radi ne samo o programima i tretmanima u specijalističkim zdravstveno-turističkim centrima već i o zdravlju posvećenim rekreacijskim stazama i šetnicama, zdravljem inspiriranoj ugostiteljskoj ponudi, pa čak i o ekološkoj orijentaciji cijele zone. Klaster je vodeća zdravstveno-turistička destinacija u Hrvatskoj za tegobe lokomotornog sustava, holističke programe zdravog života i za specijalizirane programe za osobe treće dobi.

Noseće destinacije	<p>Varaždinske Toplice – vodeća hrvatska zdravstveno-turistička destinacija specijalizirana za lokomotorni sustav i holističke programe zdravog života prilagođene potrebama i očekivanjima različitih dobnih segmenata, od <i>life style</i> ponude do lječilišne i medicinske ponude.</p> <p>Novi Marof – zdravstveno-turistička destinacija specijalizirana za odmor i produljeni boravak osoba treće dobi.</p>
Atrakcije i sadržaji	<p>termalni centar Varaždinske Toplice – specijaliziran za lokomotorni sustav i holističke programe zdravog života</p> <p>zdravstveno-turistički centar Novi Marof – specijaliziran za zdravstveni odmor i produljeni boravak osoba treće dobi</p> <p>centar(ri) medicinskog turizma – posebno fizijatrija, ortopedija, stomatologija</p> <p>Varaždinske Toplice – Stari grad, arheološki lokalitet Aquae Iasae</p> <p>Novi Marof – galerija I. Rabuzin</p> <p>Golf centar Varaždinske Toplice (golf grozd Trakošćan, okolne županije, Zagreb)</p> <p>etnoizletišta Mađarevo – Grebengrad – Topličica</p> <p>manifestacije tijekom cijele godine</p> <p>enogastro rute – vinske ceste Toplička i Jalžabetska</p> <p>mreža „zdravih“ biciklističkih staza – „Sagorijevanje kalorija“, „Izazovi“...</p> <p>mreža „zdravih“ šetnica – „Pravilno hodanje“, „Hodaj i vježbaj“...</p> <p>mreža jahačkih staza</p> <p>golfska igrališta Varaždinske Toplice -Trakošćan (okolne županije i Zagreb)</p>
Aktivnosti	<p>zdravstveno-turistički programi</p> <p>enogastronomija</p> <p>cikloturizam</p> <p>jahanje</p> <p>golf</p> <p>poslovni skupovi, <i>team building</i> i <i>incentive</i> putovanja</p>

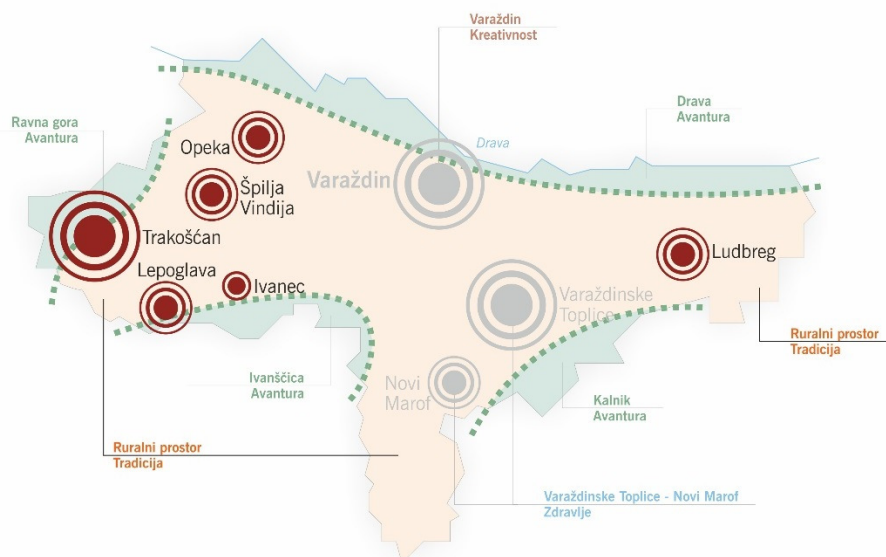
Smještaj	hoteli (4*) obiteljski hoteli (3*, 4*) obiteljski pansioni									
Hrana i piće	tematski restorani (tradicionalna i lokalna kuhinja, zdrava hrana, ...) urbani bistroj caffei i slastičarne OPG-i klijeti i kušaonice vina									
Ostali sadržaji i usluge	infopunktovi ili centar za posjetitelje trgovačka ponuda i program suvenira – lokalni prehrambeni proizvodi, zdrava hrana, oprema/artikli vezani uz zdravlje, farmaceutski proizvodi, rukotvorine									
Prioritetni projekti³⁴	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Projekti županijske važnosti</th> <th>Projekti destinacijske važnosti</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Varaždinske Toplice</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • razrada i realizacija optimalnog transformacijskog modela SB Varaždinske Toplice • golf/sportsko-rekreacijski centar • ambijentalno uređenje grada </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • visitor-info prezentacijski centar s izložbeno galerijskim prostorom • mreža biciklistički staza • mreža šetnica i poučnih staza • enogastro rute • manifestacije </td> </tr> <tr> <td>Novi Marof</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • razrada i realizacija optimalnog transformacijskog modela SB Novi Marof • uspostavljanje zdravstveno-turističkog centra specijaliziranog za zdravstveni odmor i produljeni boravak osoba treći dobi </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • ambijentalno uređenje grada • obnova i turistička prezentacija Grebengrada • etno izletište Mađarevo – Grebengrad – Topličica • mreža biciklistički staza • mreža šetnica i poučnih staza • eno-gastro rute • manifestacije </td> </tr> </tbody> </table>		Projekti županijske važnosti	Projekti destinacijske važnosti	Varaždinske Toplice	<ul style="list-style-type: none"> • razrada i realizacija optimalnog transformacijskog modela SB Varaždinske Toplice • golf/sportsko-rekreacijski centar • ambijentalno uređenje grada 	<ul style="list-style-type: none"> • visitor-info prezentacijski centar s izložbeno galerijskim prostorom • mreža biciklistički staza • mreža šetnica i poučnih staza • enogastro rute • manifestacije 	Novi Marof	<ul style="list-style-type: none"> • razrada i realizacija optimalnog transformacijskog modela SB Novi Marof • uspostavljanje zdravstveno-turističkog centra specijaliziranog za zdravstveni odmor i produljeni boravak osoba treći dobi 	<ul style="list-style-type: none"> • ambijentalno uređenje grada • obnova i turistička prezentacija Grebengrada • etno izletište Mađarevo – Grebengrad – Topličica • mreža biciklistički staza • mreža šetnica i poučnih staza • eno-gastro rute • manifestacije
		Projekti županijske važnosti	Projekti destinacijske važnosti							
Varaždinske Toplice	<ul style="list-style-type: none"> • razrada i realizacija optimalnog transformacijskog modela SB Varaždinske Toplice • golf/sportsko-rekreacijski centar • ambijentalno uređenje grada 	<ul style="list-style-type: none"> • visitor-info prezentacijski centar s izložbeno galerijskim prostorom • mreža biciklistički staza • mreža šetnica i poučnih staza • enogastro rute • manifestacije 								
Novi Marof	<ul style="list-style-type: none"> • razrada i realizacija optimalnog transformacijskog modela SB Novi Marof • uspostavljanje zdravstveno-turističkog centra specijaliziranog za zdravstveni odmor i produljeni boravak osoba treći dobi 	<ul style="list-style-type: none"> • ambijentalno uređenje grada • obnova i turistička prezentacija Grebengrada • etno izletište Mađarevo – Grebengrad – Topličica • mreža biciklistički staza • mreža šetnica i poučnih staza • eno-gastro rute • manifestacije 								

Implementacijske aktivnosti (poglavlje 13. ovog dokumenta) koji podražavaju realizaciju razvoja turizma na području klastera Varaždinske Toplice-Novi Marof:

- vlasničko restrukturiranje SB Varaždinske Toplice i SB Novi Marof
- razvoj suvremene golf-ponude
- tehnička pomoć turističkim poduzetnicima/investitorima
- uspostava regionalnih/proizvodnih poduzetničkih klastera
- ambijentalno uređenje gradskih središta
- mreža centara za posjetitelje i infopunktova
- biciklističke, konjičke i pješačke staze
- razvoj županijskih enogastro ruta
- razvoj županijskih kulturnih ruta
- sustav interpretacije ključnih atrakcija
- ulaganja u postojeće kapacitete zdravstvenog turizma
- izgradnja nove smještajne ponude u zdravstvenom turizmu
- izgradnja malih obiteljskih smještajnih kapaciteta
- uspostava nekoliko objekata kamp-ponude
- proširenje i unapređenje gastroponude

³⁴ Polazeći od pretpostavke održivosti, prioritetni projekti određeni su s obzirom na važnost projekta za podizanje imidža destinacije/županije, privlačenje nove potražnje te jačanje portfelja turističkih iskustava destinacije/županije. Projekti uključuju aktivnosti predviđene u programima obuhvaćenim u točki 13. ovog dokumenta (Implementacijske aktivnosti), ali i projekte u tijeku koje pripremaju/provode jedinice lokalne samouprave (poglavlje 4.4. ovog dokumenta).

Ludbreg – Ivanec – Lepoglava – Bednja – Vinica i povezujući središnji ruralni prostor – Tradicija



Središnji ruralni prostor omeđen nizom gradića i bajkovitim dvorcima Trakošćan, Opeka i Ludbreg mjesto je ispreplitanja tradicije sela i života od zemlje, legenda o zmajevima i vitezovima, povijesti moćnih feudalnih obitelji i vječite snage vjere. Brojnim tematiziranim kulturnim i enogastronomskim rutama, biciklističkim stazama i pojedinačnim atrakcijama, ovi romantični i zabavni brezi jedna su od poželjnijih destinacija opuštajućeg „zelenog“ odmora u Hrvatskoj.

Noseće destinacije

Trakošćan – najromantičnija destinacija kontinentalne Hrvatske koja se tržištu predstavlja spletom povezanih proizvoda odmora, rekreacije, kulture i poslovnog turizma.

Ludbreg – jedno od najvažnijih hrvatskih duhovnih središta koje se tržištu predstavlja kao turističko odredište koje povezuje proizvode vjerskog turizma, kulturnog turizma te duhovnih i holističkih putovanja.

Lepoglava – koljevka obrazovanja i pavlinskog djelovanja u Hrvatskoj i mjesto robijanja brojnih hrvatskih istaknutih ličnosti.

Ivanec – drevno viteško mjesto transformirano u vrata adrenalinskog turizma Hrvatske (okolnog gorja).

Opeka – najveći hrvatski arboretum i oživljeni dvorac kao svjedoci tradicije i snage feudalnog života sjeverne Hrvatske.

Vindija i Mačkova špilja – spomenici prirode kao arheološki lokaliteti i atrakcije međunarodne važnosti.

gorice/ruralno područje – slikovita romantična mreža prirodnog i kulturnog krajolika pretočena u glavno hedonističko odredište sjeverne Hrvatske koje počiva na bajkovitosti povijesti i dvoraca, ali i vrhunskim suvremenim iskazima gostoprimstva koji se ocrtavaju u smještajnoj i gastroenološkoj ponudi, ali i bogatstvu aktivnosti namijenjenih posjetiteljima.

Atrakcije i sadržaji	<p>Ludbreg – sakralna baština, svetište, Centar svijeta i lovia</p> <p>Ivanec – legende o vitezovima, tradicijska baština, „vrata“ Ivanšćice</p> <p>Lepoglava – sakralna baština, Pavlini, Ranger, čipka i Gaveznicica-Kameni Vrh</p> <p>dvorci – Trakošćan s park-šumom, Opeka s arboretumom, (Maruševac, Šaulovec, Jelkovec), Ludbreg</p> <p>uređene etno cjeline – primjerice Bednjanski kraj, okolica Novog Marofa i dr.</p> <p>nalazišta pračovjeka – špilja Vindija i Mačkova špilja</p> <p>lovište Zelendvor</p> <p>golfski centar Trakošćan (golfski grozd Varaždinske Toplice, okolne županije, Zagreb)</p> <p>manifestacije tijekom cijele godine</p> <p>kulturne rute – Ruta dvoraca, Plemićke obitelji, Ruta vjere i nade, Rangerov put, Antička ruta, Bednjanska tradicijska ruta, Ruta srednjovjekovnih gradića...</p> <p>enogastro rute – vinske ceste Ludbreg, Klampotić, Toplička i Jalžabetska, Put tradicionalne hrane, „Bednjanska domaća hrana“...</p> <p>mreža tematiziranih biciklističkih i konjičkih staza – „Od dvorca do dvorca“, Putevima NATURA 2000, „S pozojem uz rijeku Bednju“, Selska ruta, obiteljske staze...</p> <p>lovačka mreža – lovišta Bednja – Zelendvor – Varaždin – Šaulovec – Ludbreg</p> <p>ribolovna mreža – ribička izletišta Bednja – Ivanečka jezera – Plitvica</p>						
Aktivnosti	<p>odmor u ruralnom prostoru</p> <p>kulturni turizam</p> <p>vjerski turizam</p> <p>enogastronomija</p> <p>cikloturizam</p> <p>lov i ribolov</p> <p>golf</p> <p><i>team building</i> i <i>incentive</i> putovanja</p> <p>kratki boravak i/ili proputovanje u tranzitu</p>						
Smještaj	<p>hoteli (4*), obiteljski pansioni</p> <p>OPG, agroturizam</p>						
Hrana i piće	<p>OPG-i i klijeti, kušaonice vina</p> <p>tematski restorani (interpretacije tradicionalne i lokalne kuhinje, „marker“ restoran, krčme)</p>						
Ostali sadržaji i usluge	<p>infopunktovi ili centri za posjetitelje</p> <p>trgovačka ponuda i program suvenira – lokalni prehrambeni proizvodi, ruktovrine, karte staza, vodiči i sl.</p> <p>tematizirani itinereri za vođeni ili samostalni razgled</p> <p>prijedlog više „slikovitih putova“ za tranzitere</p>						
Prioritetni projekti³⁵	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Projekti županijske važnosti</th> <th>Projekti destinacijske važnosti</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Trakošćan</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> golfski centar Trakošćan </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> centar za posjetitelje izgradnja/opremanje izletišta mreža biciklističkih i konjičkih staza mreža šetnica i poučnih staza uređenje lokacija za različite adrenalinske sportove i rekreaciju (let balonom, streličarstvo, ribolov i sl.) </td> </tr> </tbody> </table>		Projekti županijske važnosti	Projekti destinacijske važnosti	Trakošćan	<ul style="list-style-type: none"> golfski centar Trakošćan 	<ul style="list-style-type: none"> centar za posjetitelje izgradnja/opremanje izletišta mreža biciklističkih i konjičkih staza mreža šetnica i poučnih staza uređenje lokacija za različite adrenalinske sportove i rekreaciju (let balonom, streličarstvo, ribolov i sl.)
	Projekti županijske važnosti	Projekti destinacijske važnosti					
Trakošćan	<ul style="list-style-type: none"> golfski centar Trakošćan 	<ul style="list-style-type: none"> centar za posjetitelje izgradnja/opremanje izletišta mreža biciklističkih i konjičkih staza mreža šetnica i poučnih staza uređenje lokacija za različite adrenalinske sportove i rekreaciju (let balonom, streličarstvo, ribolov i sl.) 					

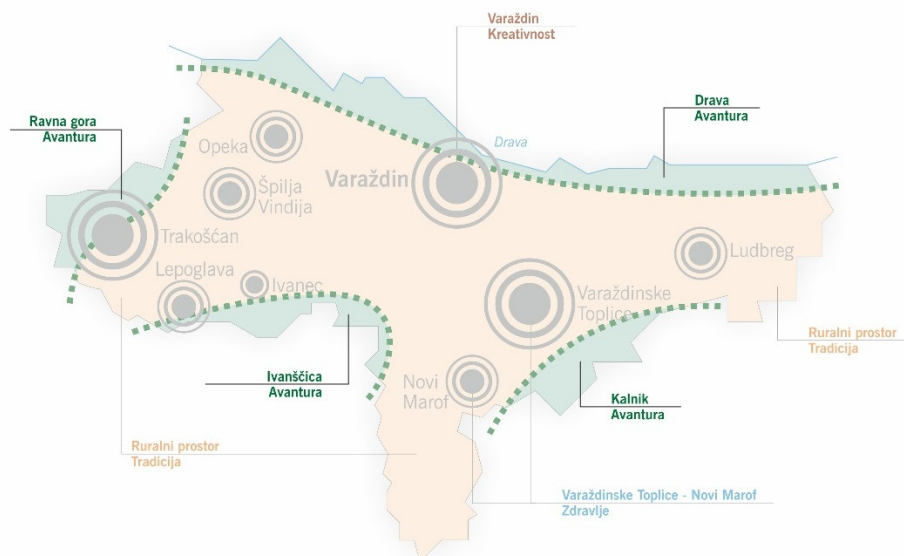
³⁵ Polazeći od pretpostavke održivosti, prioritetni projekti određeni su s obzirom na važnost projekta za podizanje imidža destinacije/županije, privlačenje nove potražnje te jačanje portfelja turističkih iskustava destinacije/županije. Projekti uključuju aktivnosti predviđene u programima obuhvaćenim u točki 13. ovog dokumenta (Implementacijske aktivnosti), ali i projekte u tijeku koje pripremaju/provode jedinice lokalne samouprave (poglavlje 4.4. ovog dokumenta).

Ludbreg	<ul style="list-style-type: none"> aktivnosti uređenja Ludbrega kao vjerskog turističkog odredišta 	<ul style="list-style-type: none"> završetak izgradnje/uređenja i komercijalizacija arheološkog parka Iovia. centar za posjetitelje / infopunkt manifestacije mreža biciklističkih i konjičkih staza mreža šetnica i poučnih staza
Lepoglava	<ul style="list-style-type: none"> Centar pavlina - centar za posjetitelje/infopunkt Ekomuzej čipke i čipkarstva 	<ul style="list-style-type: none"> Višnjica – Centar bioraznolikosti Zagorski bregi uređenje geološkog spomenika prirode Gaveznicica-Kameni Vrh ambijentalno uređenje grada mreža biciklističkih staza mreža šetnica i poučnih staza
Ivanec	<ul style="list-style-type: none"> tematske staze/rute 	<ul style="list-style-type: none"> planinarski muzej i centar za posjetitelje / infopunkt ambijentalno uređenje grada izgradnja/opremanje izletišta mreža biciklistički staza mreža šetnica i poučnih staza međunarodno okupljanje udruga srednjevjekovnih vitezova muzej trgovine
Opeka	<ul style="list-style-type: none"> uređenje dvorca Opeka s arboretumom 	<ul style="list-style-type: none"> signalizacija i uređenje okruženja lokacija signalizacija i uređenje okruženja lokacija
Vindija i Mačkova špilja	<ul style="list-style-type: none"> turističko aktiviranje i interpretacija špilja/arheoloških nalazišta 	<ul style="list-style-type: none"> mreža biciklistički staza mreža šetnica i poučnih staza izgradnja/opremanje izletišta
Gorice/ruralno područje	<ul style="list-style-type: none"> tematske i eno gastro rute 	<ul style="list-style-type: none"> izgradnja/opremanje izletišta mreža biciklistički staza mreža šetnica i poučnih staza izgradnja/opremanje izletišta

Implementacijske aktivnosti (poglavlje 13. ovog dokumenta) koji podražavaju realizaciju razvoja turizma na području klastera Ludbreg – Ivanec – Lepoglava – Bednja – Vinica povezujući središnji ruralni prostor i tradiciju:

- razvoj suvremene golf-ponude
- tehnička pomoć turističkim poduzetnicima/investitorima
- uspostava regionalnih/proizvodnih poduzetničkih klastera
- uređenje dvorca Opeka s arboretumom i obnova zaštićenih spomenika parkovne arhitekture Varaždinske županije
- ambijentalno uređenje gradskih središta
- turističko aktiviranje špilja/arheoloških nalazišta (Vindija i Mačkova špilja)
- mreža centara za posjetitelje i infopunktova
- biciklističke, konjičke i pješačke staze
- razvoj županijskih enogastro ruta
- razvoj županijskih kulturnih ruta
- sustav interpretacije ključnih atrakcija
- izgradnja malih obiteljskih smještajnih kapaciteta
- uspostava objekata kamp ponude
- razvoj ruralno-turističke ponude
- proširenje i unapređenje gastroponude
- izgradnja/opremanje izletišta

Planinski i riječni prostor Ravne gore, Ivanšćice, Kalnika i Drave – Avantura za svakog



Očuvana i zaštićena planinska i riječna područja Ravne gore, Ivanšćice, Kalnika i Drave, sa svojim mrežama planinarskih i biciklističkih staza, lovišta, ribičkih, ali i avanturističkih izletišta te dječjih kampova, mjesta su adrenalina, testiranja sebe, druženja i učenja. Ovdje su najbolji dječji ljetni kampovi u Hrvatskoj. Ovdje su nezaobilazne *paragliding* lokacije u Hrvatskoj. Ovdje su i omiljene planinarske destinacije i rijetko potpun i ispunjen doživljaj rijeke.

Noseće destinacije	<p>Ravna gora, Ivanšćica i Kalnik – očuvano i zaštićeno planinsko i bregovito rubno područje Županije glavno je hrvatsko odredište adrenalinskog turizma namijenjeno jednodnevnim i višednevnim posjetiteljima. Bogato je različitim komplementarnim iskustvima te važnim segmentima ruralno turističke potražnje.</p> <p>Drava i jezera – očuvano i zaštićeno područje Drave i jezera tržištu se predstavlja kao prostor koji uspješno kombinira različita iskustva i očekivanja pasioniranih i rekreativnih posjetitelja u potrazi za mirom, druženjem i učenjem uz vodu i na vodi.</p>
Atraktivnosti i sadržaji	<p>Ravna gora – planinarske staze, <i>paragliding</i>, NATURA 2000 Ivanšćica – planinarske staze, <i>paragliding</i>, NATURA 2000 Kalnik – planinarske i poučne staze, <i>paragliding</i>, NATURA 2000 Drava i jezera – Regionalni park Mura-Drava i UNESCO Rezervat biosfere, NATURA 2000, „Mura-Drava Bike“, ribolov avanturističko izletišta na Dravi – kajaking, kanuing, jedrenje, <i>paintball</i>, streličarstvo utvrde i stari gradovi – Bisag, Stari grad Paka, Grebengrad, Čanjevo mreža planinarskih staza – Zagorski planinarski put Kalnik-Ivanšćica-Ravna gora, Vrhovi NATURA 2000... mreža tematiziranih biciklističkih staza – „Mura-Drava Bike“ cestom ili <i>off-road</i>, Putevima NATURA 2000, „Brdski biciklizam“, adrenalinske staze i sl. ... mreža šetnica – „Uz Dravu“, „Ptice na Dravi“... paragliding grozd – uzletišta Ravna gora, Ivanšćica, Kalnik promatranje ptica – Regionalni park Mura-Drava lovačka mreža – lovišta Ravna gora-Kalnik ribolovna mreža – ribička izletišta na Dravi i dravskim jezerima školska mreža – ljetni kampovi za djecu na Dravi, obroncima Ravne gore, Ivanšćice i Kalnika s temama kao „Ekokamp“, „Planinarski kamp“, „Natura kamp“</p>

Aktivnosti	planinarenje i pješaćenje cikloturizam lov i ribolov adrenalinski sportovi (<i>paragliding</i> , brdski / adrenalinski biciklizam, penjanje po stijenama, kajaking, kanuing, jedrenje, veslanje, <i>paintball</i> , streličarstvo, let balonom) ljetni kampovi i škole u prirodi promatranje ptica
Smještaj	planinarski domovi kampovi obiteljski pansioni OPG-i
Hrana i piće	planinarski domovi OPG-i krčme/gostionice
Ostali sadržaji i usluge	infopunktovi ili centri za posjetitelje trgovačka ponuda i program suvenira – lokalni prehrambeni proizvodi, rukotvorine, karte staza, vodiči i sl. tematizirani itinereri za vođeni ili samostalni razgled
	Projekti županijske važnosti
	Projekti destinacijske važnosti
Prioritetni projekti³⁶	<p>Ravna gora, Ivanščica i Kalnik</p> <ul style="list-style-type: none"> • mreža info punktova te sustav interpretacije, posebice u natura područjima • ljetni kampovi za djecu i mladež <p>Drava i jezera</p> <ul style="list-style-type: none"> • turistifikacija desne obale Drave • ljetni kampovi za djecu i mladež • mreža infopunktova te sustav interpretacije, posebice u NATURA područjima
	<ul style="list-style-type: none"> • izgradnja/opremanje izletišta, uključujući i sportsko-rekreacijske centre te adrenalinske parkove • mreža biciklističkih staza, konjičkih staza te šetnica i poučnih staza • uspostavljanje infrastrukture za avanturističke sportove • gastrorute • izgradnja zavičajnog muzeja te uspostavljanje turističko kulturno-informativnog centra Visoko • adaptacija Deglinovog melina u Kračevcu • izgradnja/opremanje izletišta, uključujući i sportsko-rekreacijske centre te adrenalinske parkove • mreža biciklističkih staza, konjičkih staza te šetnica i poučnih staza • uspostavljanje infrastrukture za avanturističke sportove na kopnu i vodi, uključujući i područja za sportski ribolov • uspostava infrastrukture i organizacijske podrške za aktivnost promatranja ptica • gastrorute

³⁶ Polazeći od pretpostavke održivosti, prioritetni projekti određeni su s obzirom na važnost projekta za podizanje imidža destinacije/županije, privlačenje nove potražnje te jačanje portfelja turističkih iskustava destinacije/županije. Projekti uključuju aktivnosti predviđene u programima obuhvaćenim u točki 13. ovog dokumenta (Implementacijske aktivnosti), ali i projekte u tijeku koje pripremaju/provode jedinice lokalne samouprave (poglavlje 4.4. ovog dokumenta).

Podržavajući programi

- tehnička pomoć turističkim poduzetnicima/investitorima
- uspostava regionalnih/proizvodnih poduzetničkih klastera
- turistifikacija desne obale Drave
- biciklističke, konjičke i pješačke staze
- izgradnja malih obiteljskih smještajnih kapaciteta
- uspostava nekoliko objekata kamp ponude
- ljetni kampovi za djecu i mladež
- izgradnja/opremanje izletišta
- proširenje i unapređenje gastroponude

12. Kadrovski i organizacijski činitelji ostvarivanja vizije i koncepcije razvoja

12.1. Kvaliteta ljudskog potencijala

Ostvarivanje vizije Varaždinske županije uvelike ovisi o raspoloživosti i kvaliteti ljudskog potencijala. Brze i sve intenzivnije promjene u tržišno-poslovnom okruženju i razvoj novih tehnologija zahtijevaju kontinuirano učenje i stjecanje novih znanja, i to kako u sferi dnevno-operativnog poslovanja tako osobito i u sferi upravljanja razvojnim procesima, bilo da je riječ o privatnom ili javnom sektoru. Samim tim, bez primjerene kvalitete ljudskog činitelja, odnosno posjedovanja suvremenih znanja i praktičnih vještina na prostoru Županije neće biti moguće ni dinamizirati poduzetničku aktivnost lokalnih žitelja niti osigurati interes međunarodne investicijske potražnje.

Kako sustav formalnog obrazovanja i cjeloživotnog učenja u Hrvatskoj nije u dovoljnoj mjeri prilagođen potrebama gospodarstva, kontinuirano podizanje kvalitete ljudskog potencijala jedan je ključnih razvojnih prioriteta Županije, pri čemu ga valja razumijevati kao zajedničku odgovornost poslodavaca i nositelja izvršne vlasti. Radi se dugotrajnom procesu koji valja sustavno poticati, ne samo na županijskoj već i na nacionalnoj razini, ponajviše kroz reformu obrazovnog sustava. Osim reforme obrazovnog sustava RH, riječ je o procesu za čiji je uspjeh potrebna ne samo uspostava učinkovite suradnje s etabliranim obrazovnim institucijama nacionalne / međunarodne prepoznatljivosti / kvalitete, već i povremeno angažiranje specijalista za određena područja ekspertize.

Brzina i efikasnost podizanja kvalitete ljudskog potencijala na području Županije ovisit će ponajviše o pokretanju aktivnosti, očekivano financiranih i kroz korištenje sredstava EU fondova/programa, kao što su:

- uvođenje tržišno orijentiranog sustava cjeloživotnog strukovnog obrazovanja u svim gospodarskim subjektima povezanim s turističkim privređivanjem
- uvođenje posebnih programa cjeloživotnog obrazovanja menadžerskog kadra u svim gospodarskim subjektima povezanim s turističkim privređivanjem
- povezivanje s obrazovnim centrima izvrsnosti
- osiguranje stručne prakse i/ili profesionalnog usavršavanja perspektivnog kadra u vodećim gospodarskim subjektima i ustanovama unutar županije, ali i hrvatske/inozemstva
- provođenje sustavne i kontinuirane edukacije potencijalnih malih i srednjih privatnih poduzetnika zainteresiranih za investiranje u različite gospodarske sektore o poslovnim rizicima i načinima njihovog minimiziranja
- provođenje sustavne i kontinuirane edukacije zainteresiranih postojećih i/ili budućih poduzetnika, ali i djelatnika javnih institucija županije o različitim mogućnostima EU financiranja, kao i pripreme projektne dokumentacije
- povećanje znanja i vještina za potrebe efikasnog javnog upravljanja razvojem Županije u skladu s najboljom svjetskom praksom.

Valja naglasiti da razvoj ljudskog potencijala Županije uključuje i realizaciju širokog spektra programa internog marketinga odnosno programa podizanja razine svijesti lokalnog stanovništva o obilježjima turističkog privređivanja te o potrebi aktivnog sudjelovanja u svim fazama implementacije strategije razvoja turizma Varaždinske županije.

12.2. Upravljačko-organizacijski model provedbe strategije

Efikasno upravljanje procesom razvoja turizma, sukladno odrednicama ovog dokumenta, bit će moguće samo ako se istodobno stvore uvjeti za njeno učinkovito i posvećeno provođenje. To podrazumijeva ne samo koncenzus svih nositelja izvršene vlasti u jedinicama lokalne samouprave

na području Županije o viziji, ciljevima i koncepciji razvoja, već i uspostavu jakog i odgovornog projektnog tima zaduženog za operacionalizaciju ključnih provedbenih aktivnosti definiranih ovim dokumentom. Budući da realizacija razvojne vizije turizma podrazumijeva i aktivan angažman i posvećenost različitih interesnih skupina, institucija i/ili poduzetnika, potrebno je potaknuti promjene odnosno osigurati poticajnu investicijsku klimu, transparentnost u donošenju razvojnih odluka te međusobno povjerenje svih relevantnih razvojnih dionika. Sve to, naravno, pretpostavlja razumijevanje involviranih dionika društvenog, gospodarskog i političkog života o važnosti uspostavljanja partnerskih odnosa na svim razinama, ali i posvećenog projektnog *leadershipa*.

Ideja posvećenog projektnog *leadershipa* nalaže i uspostavu formalizirane organizacijske strukture pri Županiji koja treba osigurati provedbenu/operativnu te nadzornu/korektivnu funkciju. Tek će tada biti moguće osigurati sustavnu komunikaciju i „guranje“ nadležnih/odgovornih dionika u jedinicama lokalne samouprave prema provedbi pojedinih aktivnosti.

Osim jakog projektnog *leadershipa*, implementacija strategije podrazumijeva i kredibilitet nositelja izvršne vlasti na području Županije, ali i stvaranje poticajnog razvojnog okruženja. Jedno i drugo nije moguće bez osiguravanja maksimalne transparentnosti u donošenju bitnih razvojnih odluka. Samim time, uspješnost implementacije strategije pretpostavlja:

- aktivno uključivanje predstavnika tzv. civilnog društva u sve implementacijske faze strategije
- aktivno uključivanje lokalnog stanovništva u donošenje bitnih razvojnih odluka od zajedničkog interesa (tzv. *community based planning*)
- osmišljavanje stimulativnih novčanih i nenovčanih programa poticanja poduzetništva na lokalnoj razini.

Konačno, uspješno upravljanje procesom razvoja turizma podrazumijeva i suradnju sa susjednim županijama u cilju ostvarivanja sinergije u provedbi različitih komplementarnih projekata.

13. Implementacijske aktivnosti

Plan podizanja konkurentnosti Varaždinske županije provodit će se kroz konkretne aktivnosti (programe/projekte) svrstane u četiri karakteristična područja:

- upravljanje razvojem
- turistička infrastruktura
- poduzetnički razvojno-investicijski projekti
- promocija i prodaja.

Slika 13.1. Programska područja podizanja konkurentnosti Varaždinske županije



Izvor: Institut za turizam, Zagreb

13.1. Programi u funkciji upravljanja razvojem

Konkretni programi koje bi Varaždinska županija trebala pokrenuti u cilju stvaranja pretpostavki za učinkovitim upravljanjem turističkog razvoja iskazani su u tablici 13.1.

Tablica 13.1. Programi u funkciji uspostave poticajnog društveno-ekonomskog okruženja

1	Vlasničko restrukturiranje SB Varaždinske Toplice i SB Novi Marof
2	Razvoj suvremene golf-ponude
3	Tehnička pomoć turističkim poduzetnicima/investitorima
4	Poticanje/uspostava regionalnih/proizvodnih poduzetničkih klastera
5	Uspostava sustava informacijske osnovice destinacijskog menadžmenta
6	Cjeloživotno obrazovanje

Izvor: Institut za turizam, Zagreb

Detalniji opis svakog od programa iznosi se u nastavku:

Program 1	Vlasničko restrukturiranje SB Varaždinske Toplice i SB Novi Marof
Područje djelovanja	Osvremenjivanje i obogaćivanje ponude zdravstvenog turizma
Cilj programa	Poboljšavanje konkurentnosti smještajne ponude
Opis	Poslovanje specijalnih bolnica za medicinsku rehabilitaciju u RH karakterizira postupno opadanje potražnje HZZO sustava. Samim time dugoročni opstanak ovih institucija podrazumijeva postupno okretanje prema drugim segmentima potražnje, pri čemu zdravstveni turizam predstavlja logičnu poslovnu orijentaciju. U uvjetima zastarjele tehnologije i kapitalne podinvestiranosti, proces okretanja pravom

	<p>tržišnom poslovanju bit će znatno otežan, osobito zbog činjenice da su gotovo sva lječilišta i specijalne bolnice za medicinsku rehabilitaciju u RH još uvijek u javnom vlasništvu (županije). Županijsko vlasništvo naime, u uvjetima ograničenih županijskih proračuna, bitno otežava mogućnost osiguranja novog razvojnog kapitala iz javnih izvora, dok kreditno zaduženje nosi značajne poslovne rizike.</p> <p>Budući da poboljšanje konkurentnosti SB-a na području Varaždinske županije u velikoj mjeri ovisi o priljevu novog razvojnog kapitala te prikladnom tržišnom profiliranju i/ili specijalizaciji, programom se želi inicirati proces vlasničkog restrukturiranja SB-a koje će stvoriti preduvjete za modernizaciju i osuvremenjivanje ponude odnosno daljnji, dugoročno održivi, rast i razvoj.</p>						
Provedbeni koraci	<ul style="list-style-type: none"> • uspostava ekspertne grupe za realizaciju i organizacija radionica s dionicima • utvrđivanje poželjne poslovne prakse • definiranje optimalnog transformacijskog modela • definiranje terminskog plana realizacije programa • početak implementacije • praćenje realizacije programa 						
Područje obuhvata programa	<ul style="list-style-type: none"> • SB Varaždinske Toplice • SB Novi Marof 						
Odgovorna institucija	<ul style="list-style-type: none"> • Varaždinska županija u suradnji sa SB Varaždinske Toplice i SB Novi Marof 						
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> • Grad Varaždinske Toplice • Grad Novi Marof • Ministarstvo zdravlja • razvojne agencije/konzultanti 						
Izvor financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • Varaždinska županija u suradnji s gradovima Varaždinske Toplice i Novi Marof • SB Varaždinske Toplice • SB Novi Marof 						
Dinamika provedbe	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.

Program 2		Razvoj suvremene golf-ponude					
Područje djelovanja	Uspostava novih od čovjeka stvorenih atrakcija						
Cilj programa	Obogaćivanje destinacijskog lanca vrijednosti						
Opis	<p>Golf-ponuda općenito bitno pridonosi atraktivnosti destinacije te povećava njezinu prepoznatljivost i konkurentnost. S druge strane, a budući da je Hrvatska izuzetno deficitarna golfskim terenima, uslijed čega bi ovo bio jedan od pionirskih projekata razvoja ovog tipa ponude u nas, nužno je oprezno i odgovorno pristupiti procjeni potencijala razvoja golf-ponude u Varaždinskoj županiji.</p> <p>Posebno valja voditi računa da se golf-ponuda uobičajeno razvija u grozdovima (minimum tri igrališta na međusobnoj udaljenosti od oko jedan sat vožnje automobilom), odnosno da se golf-grozdovi planiraju na područjima koja su lako dostupna, klimatski povoljna, dobro infrastrukturno opremljena te u blizini većih turističkih i/ili urbanih aglomeracija. Sukladno tome, prikladni/poželjni makrolokaliteti za razvoj golf-ponude su okolica Trakošćana te gravitirajući prostor Varaždinskih Toplica.</p> <p>Uz detaljnu analizu potencijalne potražnje i konkurentnog okruženja, razvoj golfa pretpostavlja raspoloživost zemljišta veličine cca 50 – 60 ha u vlasništvu 1/1, poželjno javnog sektora.</p>						
Provedbeni koraci	<ul style="list-style-type: none"> • uspostava ekspertne grupe za realizaciju programa i organizacija radionica s dionicima • osiguranje prikladnog zemljišta (u većinskom javnom vlasništvu) • rješavanje imovinsko-vlasničke problematike, provedba prostorno planskih usklađenja te izrada provedbene planske dokumentacije • prijedlog koncepta najbolje uporabe lokacije 						

	<ul style="list-style-type: none"> • izračun financijske isplativosti, uključujući i izračun prikladne koncesijske naknade • izrada projektnog zadatka za prikupljanje ponuda potencijalnih investitora • provedba javnog natječaja za odabir najboljeg investitora 							
Područje obuhvata programa	<ul style="list-style-type: none"> • okolica Trakošćana (krug promjera do 40 km) • okolica Varaždinskih Toplica (krug promjera do 40 km) 							
Odgovorna institucija	Varaždinska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave na čijem bi se teritoriju razvijao projekt							
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> • razvojna agencija Varaždinske županije • Zavod za prostorno uređenje Varaždinske županije • Hrvatske vode/Hrvatske šume • DUUDI • konzultanti 							
Izvor financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • županijski proračun • proračun uključenih jedinica lokalne samouprave 							
Dinamika provedbe	<table border="1"> <tr> <td>2015.</td> <td>2016.</td> <td>2017.</td> <td>2018.</td> <td>2019.</td> <td>2020.</td> <td>2021.-2025.</td> </tr> </table>	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.
2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.		

Program 3 Tehnička pomoć turističkim poduzetnicima/investitorima

Područje djelovanja	Upravljanje razvojem							
Cilj programa	Poboljšavanje konkurentnosti turizma Varaždinske županije							
Opis	<p>Nedostatak poduzetničkih vještina i kvalitetnih informacija predstavljaju važno ograničenje ubrzanju turističkog razvoja Varaždinske županije. Poželjno je, stoga, malim i srednjim poduzetnicima osigurati kvalitetnu stručnu podršku u procesu pripreme razvojnih projekata.</p> <p>Pružanje tehničke pomoći valja organizirati kao svojevrsni <i>one stop shop</i>, vjerojatno pri/u sastavu Županije, pri čemu bi usluge ovog „javnog servisa“ bile besplatne. Skup usluga uključivao bi, primjerice: (i) pružanje relevantnih informacija za pripremu projekata, (ii) diseminiranje informacija o mogućnostima financiranja (HBOR, EU fondovi, bespovratna sredstva različitih ministarstava RH i sl.), pravnu problematiku i poreze, (iii) problematiku registracije, (iv) tržišne trendove i najbolju praksu u vođenju poslovanja, marketingu, financijskom kontrolingu itd., ali i (v) osiguranje savjetodavnih usluga poduzetnicima i pojedincima zainteresiranim za prenamjenu imovine (seminari, radionice, <i>ad hoc</i> konzultacije) te (vi) pružanje pomoći u pripremi dokumentacije za razvojne projekte.</p> <p>Poseban segment ovog programa odnosi se na tehničku pomoć privatnom i javnom sektoru u vođenju procesa pripreme projektne dokumentacije za apliciranje na EU programe/fondove.</p>							
Provedbeni koraci	<ul style="list-style-type: none"> • uspostava ekspertne grupe za realizaciju programa i organizacija radionica s dionicima • analiza potreba te razrada programa, materijala i njihove diseminacije kao i osiguravanje financijskih sredstava • uspostava službe ili imenovanje osoba za pružanje tehničke pomoći • kontrola provedbe programa 							
Područje obuhvata programa	<ul style="list-style-type: none"> • cijelo područje Županije 							
Odgovorna institucija	<ul style="list-style-type: none"> • Varaždinska županija 							
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> • razvojna agencija Varaždinske županije 							
Izvor financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • županijski proračun • EU fondovi/programi • državni proračun (Ministarstvo turizma, Ministarstvo poduzetništva i obrta) 							
Dinamika provedbe	<table border="1"> <tr> <td>2015.</td> <td>2016.</td> <td>2017.</td> <td>2018.</td> <td>2019.</td> <td>2020.</td> <td>2021.-2025.</td> </tr> </table>	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.
2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.		

Program 4		Poticanje/uspostava regionalnih/proizvodnih poduzetničkih klastera						
Područje djelovanja	Osvremenjivanje i obogaćivanje postojeće smještajne i izvansmještajne ponude							
Cilj programa	Obogaćivanje destinacijskog lanca vrijednosti							
Opis	<p>Zbog sve veće segmentiranosti turističkog tržišta i sve zahtjevnijih kupaca, suvremeno turističko privređivanje podrazumijeva stvaranje po mjeri krojenih složenih turističkih proizvoda. Tržišna komercijalizacija takvih proizvoda nameće potrebu suradnje/povezivanja većeg broja ponuditelja različitih usluga. U tom smislu, na razini destinacija sve je češća potreba i pojava stvaranja regionalnih i/ili proizvodnih (tematskih) klastera.</p> <p>Svrha klasterskog udruživanja je suradnja (vertikalna/horizontalna integracija, razmjena iskustava, lobiranje, unapređivanje kvalitete proizvoda i/ili usluge kroz standardizaciju, lakši tržišni nastup, povećanje tržišne prepoznatljivosti i sl. Formirani tematski/regionalni klasteri na razini destinacije (Varaždinske županije) trebali bi se povezivati sa sličnim udruženjima na području srednje Europe, ali i šire.</p> <p>U skladu s navedenim, a slijedeći dobru praksu u nekim jedinicama lokalne samouprave Županije (primjerice Lepoglava), programom se želi potaknuti/ubrzati proces podizanja kvalitete županijskog integralnog turističkog proizvoda kroz jačanje procesa udruživanja/povezivanja poduzetnika orijentiranih prema turizmu.</p>							
Provedbeni koraci	<ul style="list-style-type: none"> • uspostava ekspertne grupe za realizaciju programa i organizacija radionica s dionicima • prepoznavanje mogućih tematskih/regionalnih klastera • iniciranje međusobne suradnje i povezivanja zainteresiranih subjekata i usuglašavanje područja djelovanja • definiranje pravnog modela udruživanja (statut, financiranje, zastupanje i sl.) • razmatranje primjerenih scenarija poželjnog tržišnog nastupa te s tim povezanih potrebnih sredstava • analiza financijskih potreba/mogućnosti 							
Područje obuhvata programa	<ul style="list-style-type: none"> • cijelo područje Županije 							
Odgovorna institucija	<ul style="list-style-type: none"> • Varaždinska županija u suradnji s gradovima i općinama 							
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> • razvojna agencija Varaždinske županije • TZ Varaždinske županije 		<ul style="list-style-type: none"> • TZ gradova i općina • zainteresirani privatni poduzetnici 					
Izvor financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • županijski proračun • državni proračun (Ministarstvo turizma, Ministarstvo poduzetništva i obrta) • EU fondovi/programi 							
Dinamika provedbe	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.	

Program 5		Uspostava sustava informacijske osnovece destinacijskog menadžmenta						
Područje djelovanja	Upravljanje razvojem							
Cilj programa	Poboljšavanje konkurentnosti turizma Varaždinske županije							
Opis	<p>Uspostavljanje kvalitetnog upravljanja turizmom na razini Županije i njezinih gradova i općina pretpostavlja, između ostalog, kvalitetnu informacijsku osnovicu vezanu kako uz praćenje kvantitativnih i kvalitativnih obilježja ključnih segmenata turista i jednodnevnih posjetitelja, a posebice njihovog zadovoljstva i potrošnje, tako i podataka o poslovanju gospodarskih subjekata/fizičkih osoba te njihovog povezivanja s fizičkim pokazateljima poslovanja. To je posebno važno kako bi se osiguralo kvalitetno planiranje mjera/aktivnosti turističke politike te praćenje njihove učinkovitosti.</p> <p>Budući da razvoj turističkih proizvoda mora imati uporište u turističkim resursima pri čemu razvoj/inoviranje turističkih proizvoda pretpostavlja</p>							

	<p> mogućnost sagledavanja cjelovite resursne osnove, kako afirmirane tako i neafirmirane, projektom se dodatno uspostavlja i središnja baza podataka (katastar i atlas) županijske resursno-atraksijske osnove, uključujući i napuštene objekte za koje se ocjenjuje da imaju razvojni potencijal u turizmu (primjerice dvorce, kurije, vojni objekti, industrijska baština i sl.). Podatke o resursno-atraksijskoj osnovi moguće je proširiti širokim spektrom informacija o drugim značajkama turističke aktivnosti u Županiji, a koji se mogu koristiti u procesu destinacijskog menadžmenta (npr. podaci o manifestacijama, pružateljima usluga i sl.). </p> <p> Osim definiranja indikatora turističke aktivnosti te ključnih informacija vezanih uz turistički resursni potencijal Županije, kao i utvrđivanja procesa njihovog kontinuiranog prikupljanja, projekt podrazumijeva i razvoj dinamičkog informatičkog sustava koji će razvojnim dionicima omogućiti pristup ažurnim podacima, te proces osposobljavanja djelatnika za vođenje i korištenje baze. </p>						
Provedbeni koraci	<ul style="list-style-type: none"> • uspostava ekspertne grupe za realizaciju programa i organizacija radionica s dionicima • definiranje metodološkog okvira sustava informacijske osnove destinacijskog menadžmenta (sadržaj, pokazatelji, sekundarni izvori, vremenski horizont, primarna istraživanja) • osiguranje sredstava za provedbu programa • izrada pilot-verzije dinamičkog informacijskog sustava • prikupljanje podataka o kvalitativnim i kvantitativnim obilježjima posjetitelja te poslovanju gospodarskih subjekata / fizičkih osoba u karakterističnim turističkim djelatnostima • prikupljanje podataka o turističkom resursnom potencijalu • testiranje pilot-verzije dinamičkog informacijskog sustava • proces osposobljavanja djelatnika za vođenje i korištenje baze • proces osposobljavanja potencijalnih korisnika (razvojnih dionika) za korištenje baze • kontinuirana realizacija projekta i njegova kontrola 						
Područje obuhvata programa	<ul style="list-style-type: none"> • cijelo područje Županije 						
Odgovorna institucija	<ul style="list-style-type: none"> • TZ Varaždinske županije 						
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> • Varaždinska županija • gradovi i općine • TZ gradova i općina • visokoškolske institucije 		<ul style="list-style-type: none"> • specijalizirana učilišta • gospodarski subjekti i privatni poduzetnici • javne ustanove 				
Izvor financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • proračun TZ Varaždinske županije • županijski proračun • proračuni gradova i općina • državni proračun (Ministarstvo turizma, Ministarstvo poduzetništva i obrta) • EU fondovi/programi 						
Dinamika provedbe	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.

Program 6 Cjeloživotno obrazovanje	
Područje djelovanja	Upravljanje razvojem
Cilj programa	Poboljšavanje konkurentnosti turizma Varaždinske županije
Opis	U uvjetima sve veće konkurentne „borbe“ na tržištu turističkih destinacija, bez stalnog inoviranja i/ili unapređivanja razine kvalitete ponude neće biti moguće udovoljiti zahtjevima sve probirljivijih kupaca, a time i osigurati tržišnu opstojnost destinacijskog „proizvoda“. Kvalitetna ponuda sustava turističkih doživljaja podrazumijeva, između ostalog, i konkurentnost ljudskog kapitala, i to kako u privatnom tako i javnom sektoru (vidjeti točku 12.1.).

	U skladu s rečenim, cilj programa je omogućiti kvalitetno cjeloživotno podizanje stručnih znanja i vještina svim postojećim i potencijalnim poduzetnicima te njihovim zaposlenicima, kao i djelatnicima javnog sektora izravno ili neizravno povezanih s turizmom.						
Provedbeni koraci	<ul style="list-style-type: none"> • uspostava ekspertne grupe za realizaciju programa i organizacija radionica s dionicima • definiranje ključnih područja cjeloživotnog učenja • utvrđivanje poželjne poslovne prakse u okruženju (uključujući i procjenu mogućnosti suradnje) • definiranje ključnih područja cjeloživotnog učenja te modela njihovog izvođenja • osiguranje sredstava za provedbu programa • početak implementacije programa • periodične kontrole pružatelja usluga 						
Područje obuhvata programa	• cijelo područje Županije						
Odgovorna institucija	• Varaždinska županija						
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> • gradovi i općine • TZ Varaždinske županije • TZ gradova i općina • visokoškolske institucije 	<ul style="list-style-type: none"> • specijalizirana učilišta • gospodarski subjekti • javne ustanove • zainteresirani privatni poduzetnici/poljoprivrednici 					
Izvor financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • županijski proračun • proračuni gradova i općina • državni proračun (Ministarstvo turizma, Ministarstvo poduzetništva i obrta) • EU fondovi/programi 						
Dinamika provedbe	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.

13.2. Programi unapređenja turističke infrastrukture

Ključni programi unapređenja turističke infrastrukture koje valja realizirati na području Županije, a koji bi joj značajno podigli tržišnu prepoznatljivost i konkurentnost navedeni su u tablici 13.2.

Tablica 13.2: Programi unapređenja turističke infrastrukture

7	Ambijentalno uređenje gradskih središta
8	Turistifikacija desne obale Drave
9	<i>Open air</i> muzej na Dravi
10	Uređenje dvorca Opeka s arboretumom i obnova zaštićenih spomenika parkovne arhitekture Varaždinske županije
11	Turističko aktiviranje špilja/arheoloških nalazišta (Vindija i Mačkova špilja)
12	Mreža centara za posjetitelje i infopunktova
13	Biciklističke, konjičke i pješačke staze
14	Županijske enogastro rute
15	Županijske kulturne rute
16	Sustav interpretacije ključnih atrakcija

Izvor: Institut za turizam, Zagreb

Svaki od navedenih programa detaljnije se elaborira u nastavku:

Program 7		Ambijentalno uređenje gradskih središta						
Područje djelovanja	Povećanje ambijentalnosti turistički interesantnog prostora							
Cilj programa	Obogaćivanje destinacijskog lanca vrijednosti							
Opis	<p>Uređenost, opremljenost i ponuda sadržaja u nekom naselju sastavni je dio njegovog identiteta i imidža koji se projicira prema potencijalnim turistima i/ili posjetiteljima. Istodobno, riječ je o činiteljima koji svakodnevno pridonose kvaliteti života lokalnog stanovništva.</p> <p>Sukladno navedenom, projekt ima za cilj konceptualno razraditi te predložiti strukturu javnih i/ili privatnih sadržaja koji će omogućiti tržišno pozicioniranje ne samo Varaždina (primjer: Integrirani projekt uređenja povijesne gradske jezgre za razdoblje od 2015. -2025. godine - INCULTOUR) već i ostalih pet gradova Županije (Ivanec, Lepoglava, Ludbreg, Novi Marof, Varaždinske Toplice) kao ugodnih mjesta za provođenje slobodnog vremena kako posjetitelja i turista tako i lokalnih žitelja. U tom smislu, sustav iskustava koje valja osmisliti podrazumijeva ponudu različitih sadržaja, od edukativnih do doživljajnih i zabavnih.</p> <p>Projekt predstavlja trajni proces te uključuje provođenje različitih aktivnosti koje imaju za cilj definirati i sadržajno opremiti ključne točke zadržavanja potencijalnih korisnika (ugostiteljski objekti, novi/prenamijenjeni javni sadržaji, trgovi, parkovi, uređenje vrijednih zapuštenih građevina, rasvjeta i sl.) u svakom od izabranih gradova.</p>							
Provedbeni koraci	<ul style="list-style-type: none"> • uspostava ekspertne grupe za realizaciju programa i organizacija radionica s dionicima • inventarizacija raspoloživih javnih kao i nekorištenih privatnih prostora pogodnih za smještaj novih sadržaja uslužne ponude i/ili objekata društvenog standarda • definiranje prikladnih sadržaja prema lokacijama/objektima • procjena troškova povezanih s uređenjem prikladnih lokacija/prostora • definiranje prioriternih lokacija/nekorištenih prostora • zatvaranje financijske konstrukcije za svaki projekt javnog karaktera • definiranje prikladne politike koncesija za projekte u ingerenciji privatnog sektora • uspostava prikladnog sustava poticaja privatnim poduzetnicima koji se žele uključiti u revitalizaciju pojedinih lokaliteta (primjerice oslobađanje dijela komunalne naknade, pokriće dijela troškova kamata, tehnička pomoć u pripremi projektne dokumentacije i sl.) 							
Područje obuhvata programa	<ul style="list-style-type: none"> • uža središta gradova Varaždinske županije 							
Odgovorna institucija	<ul style="list-style-type: none"> • nositelji izvršne vlasti Varaždina, Ivanca, Ludbrega, Novog Marofa, Varaždinskih Toplica, Lepoglave 							
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> • Varaždinska županija • TZ Varaždinske županije 		<ul style="list-style-type: none"> • TZ-i uključenih gradova 					
Izvor financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • proračun uključenih gradova • proračun Varaždinske županije • sredstva TZ Varaždinske županije 		<ul style="list-style-type: none"> • privatni kapital • sredstva EU strukturnih fondova 					
Dinamika provedbe	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.	

Program 8		Turistifikacija desne obale Drave						
Područje djelovanja	Povećanje ambijentalnosti turistički interesantnog prostora							
Cilj programa	Obogaćivanje destinacijskog lanca vrijednosti							
Opis	<p>Čitav tok Drave na području Varaždinske županije je zaštićen (kategorija Regionalnog parka). Neovisno o tome, postojeća upotreba desne obale rijeke, a osobito nekoliko akumulacijskih jezera uključenih u mrežu NATURA 2000 (Ormoško, Varaždinskog i jezera Dubrava), još uvijek nije adekvatno</p>							

	<p>opremljena sadržajima ni javne/komunalne ni turističke infrastrukture iako su očuvani prirodni tokovi rijetkost u Europi.</p> <p>Sukladno tome, uz već postojeće rekreacijske sadržaje (<i>bike</i> staze, prirodne ribolovne zone, kajaking i sl.), projekt se odnosi na uspostavu niza novih, nedostajućih, edukativnih, zabavnih i odmorišno-rekreativnih sadržaja kako bi se povećala ne samo kvaliteta života lokalnog stanovništva već i turistička atraktivnost cijelog ovog područja.</p> <p>Polazeći od obilježja makrolokacije, a uvažavajući i suvremene trendove u uređenju sličnih prostora u širem okruženju, potrebno je izraditi koncept najbolje uporabe cijele zone obuhvata projekta. To uključuje odabir najboljih lokacija za smještaj prikladnih sadržaja ponude (izletišta, kampirališta, rekreativni sadržaji, sadržaji za djecu, ugostiteljska ponuda, adrenalinski parkovi, šetnice/poučne staze, vidikovci, prostor za promatranje ptica i sl.), s posebnim naglaskom na njihovu veličinu te način opremanja (mobilijar).</p>						
Provedbeni koraci	<ul style="list-style-type: none"> • uspostava ekspertne grupe za realizaciju programa i organizacija radionica s dionicima te izrada projektnog zadatka uključujući i poslovno-razvojni model • izrada koncepta najbolje uporabe cijele zone • sagledavanje financijske isplativosti i/ili društveno-ekonomske opravdanosti projekta • prilagođavanje prostorno planskih dokumenata usvojenom konceptu najbolje uporabe • rješenje vlasničkih odnosa nad zemljom • osiguranje financijskih sredstava za realizaciju projekta • realizacija projekta (u fazama) • odabir koncesionara za pojedine lokalitete zone 						
Područje obuhvata programa	<ul style="list-style-type: none"> • desna obala Drave, a osobito akumulacijska jezera na području Županije 						
Odgovorna institucija	<ul style="list-style-type: none"> • Varaždinska županija 						
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> • Hrvatske vode • jedinice lokalne samouprave u kontaktu s Dravom 		<ul style="list-style-type: none"> • JU za upravljanje zaštićenim prirodnim vrijednostima na području Varaždinske županije • razvojne agencije 				
Izvor financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • državni proračun • sredstva JP Hrvatske vode • županijski proračun 		<ul style="list-style-type: none"> • proračuni jedinica lokalne samouprave • EU strukturni fondovi • sponzorstva i sl. 				
Dinamika provedbe	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.

Program 9		Open air muzej na Dravi					
Područje djelovanja	Uspostava novih atrakcija						
Cilj programa	Obogaćivanje destinacijskog lanca vrijednosti						
Opis	<p>Sukladno Strateškom planu razvoja turizma grada Varaždina do 2020. godine, dio toka rijeke Drave (potez Aquacity, Dravska park-šuma, dravska špica) zbog izuzetne atraktivnosti prostora trebalo bi pretvoriti u novi regionalno prepoznatljivi turistički marker kroz uspostavu <i>open air</i> muzeja na Dravi.</p> <p>Uklupljen u Dravsku park-šumu, muzej bi predstavljao potpuno nov i jedinstven koncept prezentacije prirodnog okoliša poznat po sadržajima poput „rasadnika drača“, „prirodnih pročišćivača“, „unutrašnjosti rijeke“ te brojnim interaktivnim sadržajima. S obzirom na postojeću visoku vrijednost prirodnog okoliša, odgovorno upravljanje prostorom postaje ne samo premisa već i tema turističkog razvoja ove edukativno-rekreacijske zone.</p> <p>Sagledavajući obilježja lokacije, suvremene trendove u uređenju sličnih prostora, kao i strukturu ponude rekreacijskih zona u širem okruženju, program se ponajviše odnosi na provjeru društveno-ekonomske opravdanosti izgradnje ovog inovativnog, tehnološki/multimedijalno suvremeno opremljenog muzeja posvećenog rijeci Dravi i njezinom ekosustavu.</p>						

Provedbeni koraci	<ul style="list-style-type: none"> • uspostava ekspertne grupe za realizaciju programa i organizacija radionica s dionicima te izrada koncepta najbolje uporabe uključujući i upravljačko-poslovni model • analiza troškova i koristi projekta • izrada projektnog zadatka i javna rasprava • raspisivanje i provedba natječaja za idejni projekt zone • prilagođavanje prostorno planskih dokumenata odabranom idejnom rješenju, kao i izrada projektne dokumentacije • rješenje vlasničkih odnosa nad zemljom sukladno poslovno-upravljačkom modelu • priprema dokumentacije za apliciranje na EU strukturnih fondova • osiguranje financijskih sredstava za realizaciju projekta iz gradskog i državnog proračuna te sponzorstava 						
Područje obuhvata programa	• područje Varaždina (obala Drave)						
Odgovorna institucija	• Varaždinska županija i Grad Varaždin						
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> • Ministarstvo zaštite okoliša i prirode • Ministarstvo kulture • Javna ustanova za upravljanje zaštićenim prirodnim vrijednostima na području Varaždinske županije 		<ul style="list-style-type: none"> • TZ Varaždinske županije • TZ Grada Varaždina • Razvojna agencija AZRA • Razvojna agencija Sjever - DAN 				
Izvor financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • državni proračun • proračun Varaždinske županije 		<ul style="list-style-type: none"> • proračun grada Varaždina • EU fondovi/programi 				
Dinamika provedbe	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.

Program 10	Uređenje dvorca Opeka s arboretumom i obnova zaštićenih spomenika parkovne arhitekture Varaždinske županije						
Područje djelovanja	Uspostava novih atrakcija						
Cilj programa	Obogaćivanje destinacijskog lanca vrijednosti						
Opis	<p>Dvorac Opeka u Vinici datira iz 17. stoljeća (doba Nikole Keglevića) kada je nastala glavina zidane strukture dvorca. Tijekom 18. i 19. stoljeća dvorac je u posjedu obitelji Drašković i obitelji Bombelles koji su izvršili značajne dogradnje i/ili adaptacije. Dvorac je danas u derutnom stanju. Recentna konzervatorsko-restauratorska istraživanja ukazala su na smjernice poželjne prezentacije dvorca, kao i veličinu i strukturu potrebnih zahvata njegove obnove.</p> <p>Uz dvorac je formiran (perivoj) i najveći hrvatski arboretum (64 ha, 200 biljnih vrsta iz sjeverne hemisfere) koji je, za razliku od samog dvorca, relativno dobro uređen i održavan.</p> <p>Zbog izuzetnog turističkog potencijala ovog lokaliteta, program se odnosi na sustavni pristup postupnoj turistifikaciji dvorca/arboretuma, i to ne samo kroz sagledavanje razvojnih prioriteta (redosljeda aktivnosti) već i kroz sagledavanje mogućih vlasničko-upravljačkih modela, osobito u kontekstu zatvaranja financijske konstrukcije. Projektom se nadalje pripremaju i projekti uređenja i obnove drugih zaštićenih spomenika parkovne arhitekture u Županiji te dodatno jača kadrovski, znanstveni i organizacijski kapacitet srednje škole „Arboretum“ Opeka za aktivno uključivanje u realizaciju cijelog projekta.</p>						
Provedbeni koraci	<ul style="list-style-type: none"> • uspostava ekspertne grupe za realizaciju programa i organizacija radionica s dionicima te izrada koncepta najbolje uporabe uključujući i vlasničko-upravljački i poslovni model uređenja dvorca Opeka s arboretumom te drugih zaštićenih spomenika parkovne arhitekture Varaždinske županije • razrada modela kadrovskog, znanstvenog i organizacijskog kapaciteta srednje škole „Arboretum Opeka“ za aktivno uključivanje u realizaciju 						

	zaštite i obnove zaštićenih spomenika parkovne arhitekture Varaždinske županije <ul style="list-style-type: none"> • analiza troškova i koristi pojedinih projekata • izrada projektnog zadatka i javna rasprava • raspisivanje i provedba natječaja za idejni projekt zone • rješenje vlasničkih odnosa nad zemljom/objektom sukladno poslovno-upravljačkom modelu • priprema dokumentacije za apliciranje na EU strukturne fondove • osiguranje financijskih sredstava za realizaciju projekta iz županijskog i državnog proračuna
Područje obuhvata programa	<ul style="list-style-type: none"> • područje Općine Vinice, širi kompleks dvorca Opeka s arboretumom, područja drugih zaštićenih spomenika parkovne arhitekture Županije
Odgovorna institucija	<ul style="list-style-type: none"> • Varaždinska županija
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> • Ministarstvo zaštite okoliša i prirode • Ministarstvo kulture • Općina Vinica • TZ Varaždinske županije • razvojna agencija Varaždinske županije
Izvor financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • državni proračun • proračun Varaždinske županije • EU fondovi/programi
Dinamika provedbe	2015. 2016. 2017. 2018. 2019. 2020. 2021.-2025.

Program 11	Turističko aktiviranje špilja/arheoloških nalazišta (Vindija i Mačkova špilja)
Područje djelovanja	Uspostava novih atrakcija
Cilj programa	Obogaćivanje destinacijskog lanca vrijednosti
Opis	Na području Varaždinske županije nalaze se dvije špilje (Vindija i Mačkova špilja) koje svjedoče o životu na ovom prostoru već u doba prethistorije (doba neandertalaca). Špilja Vindija (Donja Voća) je zaštićena kao spomenik prirode (dvorana dužine 50 m, širine 30 m, visine 10 m) te su u njoj pronađeni dobro očuvani tragovi neandertalske kulture od prije 30.000 godina. Nešto manja Mačkova špilja (Klenovnik) također je spomenik prirode u kojoj su pronađeni ostaci pračovjeka, kameno i koštano oruđe. Usprkos činjenici da su oba lokaliteta elementarno uređena i označena smeđom signalizacijom, njihov turistički potencijal nije još ni približno valoriziran na adekvatan način. U skladu s rečenim, projekt se odnosi na sustavni pristup postupnoj turistifikaciji obaju lokaliteta na način uobičajen za slične lokalitete u relevantnom konkurentskom okruženju. To podrazumijeva ne samo zaštitu lokaliteta već i uspostavu primjerenog sustava obilaska, opremanja, interpretacije i slično (uključujući i rješenje pristupa, parkiranja, sanitarija, ugostiteljstva i sl.).
Provedbeni koraci	<ul style="list-style-type: none"> • koncept najbolje uporabe uz vlasničko-upravljački i poslovni model • analiza troškova i koristi projekta • izrada projektnog zadatka za obje lokacije i javna rasprava • raspisivanje i provedba natječaja za idejni projekt zona • rješenje vlasničkih odnosa nad zemljom sukladno idejnim projektima i poslovno-upravljačkom modelu • priprema dokumentacije za apliciranje na EU strukturne fondove • osiguranje financijskih sredstava za realizaciju projekta iz županijskog i državnog proračuna
Područje obuhvata programa	<ul style="list-style-type: none"> • špilja Vindija s okruženjem • Mačkova špilja s okruženjem
Odgovorna institucija	<ul style="list-style-type: none"> • Varaždinska županija
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> • Ministarstvo zaštite okoliša i prirode • Ministarstvo kulture • Općina Klenovnik • TZ Varaždinske županije • Razvojna agencija AZRA

	<ul style="list-style-type: none"> Općina Donja Voća 					
Izvor financiranja	<ul style="list-style-type: none"> državni proračun proračun Varaždinske županije 			<ul style="list-style-type: none"> EU fondovi/programi 		
Dinamika provedbe	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020. 2021.-2025.

Program 12 Mreža centara za posjetitelje i infopunktova						
Područje djelovanja	Osvremenjivanje sustava informacija i interpretacije					
Cilj programa	Unapređenje destinacijske turističke infrastrukture					
Opis	<p>Centri za posjetitelje imaju primarnu funkciju iskazivanja dobrodošlice i pružanja preglednih, zanimljivih, lako razumljivih, višejezičnih i interaktivnih informacija posjetiteljima. Nadalje, uobičajeno je da centri u širokom spektru prezentacija različitih interaktivnih edukativnih sadržaja omogućavaju posjetiteljima upoznavanje s vrijednostima područja, ali i odgovaraju na različite potrebe posjetitelja. Centri mogu pružati niz komercijalnih turističko-informativnih te trgovačkih usluga (primjerice usluge rezervacija, vođenja, iznajmljivanja audioopreme za obilazak, najam bicikla, prodaja suvenira i različitih kvalitetnih „memorabilija“ i sl.), ali i nekomercijalnih usluga kao što su pružanje turističkih informacija, multimedijalne prezentacije za posjetitelje, diseminacija promocijskih materijala. Turistički infopunktovi dopunjuju sustav informacija za turiste. U pravilu se smještaju uz atrakcije, i obično su jednostavnije uređeni u rasponu od kioska do panela bez informatora.</p> <p>S obzirom na to da se na području Županije planira izgradnja više gradskih centara za posjetitelje (Varaždin, Lepoglava, Ludbreg, Trakošćan), pri čemu bi trebalo utvrditi razvojne prioritete i međudnos pojedinih centara (središnji/dopunski), program se usredotočuje na optimiziranje mreže visitor centara i infopunktova (pri turističkim zajednicama) kako bi se osigurala dobra pokrivenost svih dijelova Županije (uključujući posebno i natura područja) odnosno svih glavnih turističkih atrakcija. Nadalje, program je posvećen i razvoju prikladnog sustava informacija („svi o svima“) koji će na jednoobrazan i efikasan, ali međusobno usuglašen način, omogućiti svakom posjetitelju Županije brz i kvalitetan pristup svim bitnim informacijama te tako turistički aktivirati i/ili dinamizirati sve dijelove Županije.</p>					
Provedbeni koraci	<ul style="list-style-type: none"> uspostava ekspertne grupe za realizaciju programa i organizacija radionica s dionicima definiranje mreže cjelovitog sustava informiranja turista (lokacije i prioritete / vremenski horizont izgradnje centara za posjetitelje) razrada projektne ideje (jednoobraznog) uređenja središnjeg i „dopunskih“ vizitacijskih centara, kao i infopunktova (definiranje koncepta uređenja, opremanja i poslovanja, dinamika realizacija pojedinih centara) razvoj i uspostavljanje digitalnog sustava destinacijskih/županijskih informacija koji funkcionira na načelu „svi o svima“ definiranje i provedba programa osposobljavanja trajnih i privremenih djelatnika realizacija projekta, uključujući obuku zaposlenika, eventualno davanje dijelova centra u podnajam (natječaj i odabir) te kontrola izvođenja i poslovanja 					
Područje obuhvata programa	<ul style="list-style-type: none"> cijelo područje Varaždinske županije, s naglaskom na veće gradove/primarne atrakcije 					
Odgovorna institucija	<ul style="list-style-type: none"> Varaždinska županija i TZ Varaždinske županije 					
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> gradovi i općine TZ-i gradova i općina 					
Izvor financiranja	<ul style="list-style-type: none"> županijski proračun sredstva županijske/lokalnih TZ 	<ul style="list-style-type: none"> EU fondovi državni proračun (Min. turizma) 				
Dinamika provedbe	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020. 2021.-2025.

Program 13		Biciklističke, konjičke i pješačke staze						
Područje djelovanja	Uspostava cjelovitog sustava biciklističkih, konjičkih i pješačkih staza							
Cilj programa	Unapređenje destinacijske turističke infrastrukture							
Opis	<p>Na području Varaždinske županije postoji više od deset lokalnih planinarskih staza, ponajviše vezanih uz Ivanščicu, Kalnik i Ravnu goru, kao i veći broj više ili manje uređenih biciklističkih staza od kojih posebno valja istaknuti one u sklopu Mura-Drava Bike projekta. Neovisno o tome, Županija još uvijek nije dovoljno dobro iskoristila turistički potencijal resursno-atraktivne osnove za razvoj ciklo, konjičkog i pješačkog turizma. To se odnosi ponajviše na nedostatak cjelovitog sustava biciklističkih staza, a koji bi omogućavao ne samo lagan i siguran (izdvojen iz prometa motornih vozila) pristup Županiji i njezinim središtima već i koji bi pojačano aktivirao interes različitih segmenata cikloturističke potražnje (npr. ljubitelji rekreativnog, brdskog i adrenalinskog biciklizma).</p> <p>U skladu s rečenim, projekt podrazumijeva dogradnju postojećeg sustava pješačkih i biciklističkih staza te povezanih odmorišta kako bi se uspostavila cjelovita mreža „kapilarnih“ ruta naslonjenih na manje prometne lokalne ceste, seoske putove, riječne nasipe i/ili obronke Ivanščice, Kalnika i Ravne gore koji bi se mogli dodatno tematizirati (vino, med, seoski turizam, povijesni lokaliteti, dvorci, izletišta i sl.). Konjičke staze dijelom se poklapaju s prethodno opisanim sustavima. Sve nove, ali i većinu postojećih staza valja što je moguće prije opremiti sukladno primjerima dobre prakse (npr. Mura-Drava Bike). Druga faza razvoja projekta odnosi se na razvoj i unapređenje niza uslužnih djelatnosti i gastroponude, ali i uspostavu prikladne smještajne ponude sukladno preferencijama ciljnih kupaca (primjerice <i>Bed and Bike</i> objekti, kampirališta, agroturistički objekti i sl.).</p> <p>Sustav staza i šetnica mogao bi uključivati i određen broj tematiziranih poučnih staza (moguće teme: špilje i arheološka nalazišta, šumska flora i fauna i sl.).</p>							
Provedbeni koraci	<ul style="list-style-type: none"> • uspostava ekspertne grupe za realizaciju programa i organizacija radionica s dionicima • definiranje sustava kapilarnih tematiziranih pješačkih, konjičkih i cikloturističkih staza i ruta uključujući i izradu terminskog plana realizacije te procjenu troškova i ocjenu društvene opravdanosti • rješavanje vlasničkih pitanja i usuglašavanje projekta s javnim poduzećima, odnosno dobivanje koncesija / prava korištenja na dijelove staza i šetnica koje prolaze područjima u njihovoj nadležnosti • usuglašavanje prostorno planske dokumentacije s prihvaćenim dokumentom, izrada detaljne projekta dokumentacije i dobivanje dozvola • realizacija (fazna) i kontrola provođenja projekta uključujući i odabir najboljeg ponuđača za realizaciju projekta i komunalno opremanje 							
Područje obuhvata programa	<ul style="list-style-type: none"> • cijeli prostor Županije, a osobito: <ul style="list-style-type: none"> • desna obala Drave, • obronci Ivanščice, Ravne Gore i Kalnika, • tematske staze (dvorci, sakralni objekti, prirodne atrakcije i sl.) 							
Odgovorna institucija	<ul style="list-style-type: none"> • Varaždinska županija i jedinice lokalne samouprave 							
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> • TZ Varaždinske županije • TZ-i gradova i općina • Hrvatske vode 		<ul style="list-style-type: none"> • Hrvatske šume • udruge 					
Izvor financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • županijski proračun • TZ Varaždinske županije • proračun gradova/općina 		<ul style="list-style-type: none"> • sredstva lokalnih TZ-ova • EU fondovi/programi 					
Dinamika provedbe	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.	

Program 14		Županijske enogastro rute						
Područje djelovanja	Osvremenjivanje i obogaćivanje postojeće izvansmještajne ponude							
Cilj programa	Obogaćivanje destinacijskog lanca vrijednosti							
Opis	<p>Polazeći od prepoznatljive gastronomije, ali i sve veće usmjerenosti lokalnih žitelja na proizvodnju vina, bućinog ulja, voća/povrća, meda i drugih poljoprivrednih prerađevina na cijelom prostoru Županije, a povezano i s potrebom revitalizacije zapuštenih/nekorištenih poljoprivrednih površina, razvoj enogastronomskog turizma predstavlja logičnu tržišnu nišu koja će doprinijeti ne samo diversifikaciji današnjeg sustava doživljaja Županije nego će i kultivirati pejzaž, osigurati dodatne izvore prihoda lokalnom življu te omogućiti umrežavanje turizma i poljoprivrede.</p> <p>Drugi riječima, razvoj proizvoda odnosi se na etabliranje određenog broja manjih objekata enogastronomske ponude u autentičnom prirodnom ambijentu kao samostalnih turističkih atrakcija, ali i na postupnu uspostavu cjelovitog sustava enogastronomskih putova Varaždinske županije. Polazeći od tradicije vinarstva (vinske ceste) i sve većeg interesa za autohtonu gastronomiju, projekt ima za cilj sadržajno oblikovati, ustrojiti i komercijalizirati dobro organizirani enogastronomski turistički proizvod koji će uspostaviti postojeću, još uvijek visokofragmentiranu ponudu. To podrazumijeva, između ostalog, podizanje razine svijesti lokalnih žitelja o potrebi uključivanja u turističko privređivanje Županije, ali i razumijevanje malih lokalnih proizvođača i/ili ugostitelja o potrebi adekvatne prezentacije, načina usluživanja i/ili tržišne komunikacije.</p>							
Provedbeni koraci	<ul style="list-style-type: none"> • uspostava ekspertne grupe za realizaciju programa i organizacija radionica s dionicima • uspostava prikladnog sustava poticaja za otvaranje manjih OPG-a i/ili ugostiteljskih objekata orijentiranih na turističku potražnju • uspostava „po mjeri krojenih“ edukacijskih programa udruživanja pojedinačnih ponuđača usluga u tematske klustere • uspostava nekoliko tematskih gastroruta kroz klstersko udruživanje • uspostava prikladnog načina tržišne komunikacije 							
Područje obuhvata programa	<ul style="list-style-type: none"> • cijeli prostor Županije, a osobito: <ul style="list-style-type: none"> • duž „Puti tradicionalne hrane“ (novi objekti) • uz postojeće vinske ceste 							
Odgovorna institucija	<ul style="list-style-type: none"> • Varaždinska županija 							
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> • gradovi i općine • TZ Varaždinske županije • TZ-i gradova/općina • postojeći proizvođači, udruge, klasteri • LAG-ovi 							
Izvor financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • proračun Varaždinske županije • državni proračun (Ministarstvo turizma, Ministarstvo poljoprivrede, Ministarstvo poduzetništva i obrta, Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije) • sredstva LAG-ova 							
Dinamika provedbe	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.	

Program 15		Županijske kulturne rute						
Područje djelovanja	Osvremenjivanje i obogaćivanje postojeće izvansmještajne ponude							
Cilj programa	Obogaćivanje destinacijskog lanca vrijednosti							
Opis	<p>Uspostava (tematiziranih) kulturnih ruta/poučnih staza (dvorci, sakralni objekti, muzeji i sl.) predstavlja ne samo uobičajeni put generiranja dodatnog interesa turističke potražnje već i način efikasnog turističkog aktiviranja određenog broja turistički još nevaloriziranih atrakcija/lokaliteta na prostoru Varaždinske županije.</p> <p>Polazeći od značajki resursno-atraksijske osnove, programom valja utvrditi trase svake tržišno interesantne rute, opremiti ih prikladnom smeđom</p>							

	signalizacijom, interpretacijskim sadržajima, sadržajima turističko-ugostiteljske ponude i infrastrukturom (parkirališta, sanitarije i sl.). Nadalje, atrakcije na ruti valja otvoriti za posjet u za to predviđenom vremenu. U skladu s rečenim, razvoj kulturnih ruta Varaždinske županije implicira definiranje tržišno najspremnijih potencijalnih ruta te njihovu postupnu operacionalizaciju prema kriterijima kao što su, primjerice: <ul style="list-style-type: none"> • ključna tema • atrakcije koje valja obići/posjetiti • trajanje obilaska (ukupno i po atrakciji/lokalitetu) • potrebna ulaganja i sl. Osim kulturnih ruta, program bi trebao uključivati i razradu mješovitih kulturnih itinerera (obilazak kulturnih atrakcija/sadržaja na različitim tematiziranim kulturnim rutama), ali i itinerera koji kombiniraju kulturu, gastronomiju, rekreaciju i sl. U sklopu projekta destinacijskih kulturnih/mješovitih ruta valja razmišljati i o njihovim povezivanju u širi kontekst Hrvatskog zagorja, kontinentalne Hrvatske i sl.						
Područje obuhvata programa	<ul style="list-style-type: none"> • gradske rute: varaždinska ruta, ludbreška ruta, lepoglavsko-ivanečka, ruta Varaždinskih Toplica • tematske rute: dvorci, sakralni objekti/duhovnost 						
Provedbeni koraci	<ul style="list-style-type: none"> • uspostava ekspertne grupe za realizaciju programa i organizacija radionica s dionicima • definiranje prikladnih tema, trasa i atrakcija koje valja uključiti u pojedine kulturne rute • procjena potrebnih ulaganja u opremanje rute • utvrđivanje razvojnih prioriteta • uređenje/opremanje pojedinih ruta/atrakcija • komercijalizacija rute 						
Odgovorna institucija	<ul style="list-style-type: none"> • Varaždinska županija i TZ Varaždinske županije 						
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> • gradovi i općine • TZ-i gradova/općina • udruge • lokalne/županijske ustanove i gospodarski subjekti • pravne/fizičke osobe u posjedu atrakcija 						
Izvor financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • županijski proračun • sredstva županijske/lokalnih TZ-a • EU fondovi 		<ul style="list-style-type: none"> • državni proračun (Ministarstvo turizma, Ministarstvo kulture) • proračun gradova/općina • sredstva fizičkih i pravnih osoba vlasnika atrakcija 				
Dinamika provedbe	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.

Program 16		Sustav interpretacije ključnih atrakcija					
Područje djelovanja	Upravljanje razvojem						
Cilj programa	Poboljšavanje konkurentnosti turizma Varaždinske županije						
Opis	Sustav turističke interpretacije bitno pridonosi doživljaju destinacije, posebice njenih ključnih atrakcija. Velik broj turističkih atrakcija Varaždinske županije (primjerice dvorci, arheološki lokaliteti, sakralna baština, prirodna baština i slično). Postojeće stanje, a time i atraktivnost Varaždinske županije moguće je u relativno kratkom roku i bez većih materijalnih ulaganja povećati kako kroz osuvremenjivanje i/ili nadopunu postojećeg sustava interpretacije tako i kroz uspostavu adekvatnog sustava interpretacije na lokalitetima/atrakcijama gdje takvog sustava još nema. Program obuhvaća ne samo definiranje ključnih atrakcija čiji sustav interpretacije valja unaprijediti i/ili u cijelosti osmisliti već i razradu prepoznatljivog i za županiju karakterističnog interpretacijskog dizajna/standarda, kao i načina te sadržaja prezentacije prilagođenog različitim tržišnim segmentima.						

Provedbeni koraci	<ul style="list-style-type: none"> • uspostava ekspertne grupe za realizaciju programa i organizacija radionica s dionicima • izrada liste lokaliteta/atrakcija koja valja interpretirati • ocjena kvalitete već interpretiranih lokaliteta/atrakcija i sagledavanje potrebnih korekcija • izrada konceptualnog rješenja različitih oblika / tehničkih rješenja interpretacije kulturnih i prirodnih atrakcija te okvirnog sadržaja • utvrđivanje prioriteta (terminski plan) • osiguranje financijskih izvora • realizacija projekta (odabir najpovoljnijeg/ih izvođača), uključujući i osiguranje dugoročnog kvalitetnog održavanja/upravljanja 						
Područje obuhvata programa	<ul style="list-style-type: none"> • gradska središta Županije • primarne atrakcije 						
Odgovorna institucija	• Varaždinska županija						
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> • gradovi i općine na području obuhvata programa • TZ Varaždinske županije 			<ul style="list-style-type: none"> • TZ-i gradova i općina • LAG-ovi 			
Izvor financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • proračun Varaždinske županije • državni proračun (Ministarstvo turizma, Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije) • sredstva LAG-ova 						
Dinamika provedbe	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.

13.3. Poduzetnički razvojno-investicijski projekti

Konkretni razvojno-investicijski projekti/programi u ingerenciji privatnog sektora na području Varaždinske županije, a koji bi uvelike dinamizirali njen gospodarski rast i povećali konkurentnost iskazani su u tablici 13.3.

Tablica 13.3: Razvojno-investicijski projekti privatnog sektora

17	Ulaganja u postojeće kapacitete zdravstvenog turizma
18	Izgradnja nove smještajne ponude u zdravstvenom turizmu
19	Izgradnja malih obiteljskih smještajnih kapaciteta
20	Uspostava nekoliko objekata kamp-ponude
21	Uspostava ljetnih kampova za djecu i mladež
22	Razvoj ruralno-turističke ponude
23	Izgradnja/opremanje izletišta
24	Proširenje i unapređenje gastroponude

Izvor: Institut za turizam, Zagreb

Detaljniji prikaz svakog od navedenih projekata/programa daje se u nastavku:

Program 17 Ulaganja u postojeće kapacitete zdravstvenog turizma	
Područje djelovanja	Osuvođenjivanje i obogaćivanje ponude u zdravstvenom turizmu
Cilj programa	Poboljšavanje konkurentnosti ugostiteljske ponude (smještajne i izvansmještajne)
Opis	U uvjetima konstantnog rasta potražnje za zdravstvenim turizmom na globalnoj razini, poglavito zbog sve izrazitije svijesti o potrebi očuvanja zdravlja kao i uslijed demografskih kretanja (starenje populacije na svim važnim emitivnim područjima), tržišnu budućnost specijalnih bolnica za medicinsku rehabilitaciju/kronične bolesti na području Varaždinske županije valja sve manje vezivati uz HZZO sustav, a sve više dovoditi u kontekst

	pojačane orijentacije na izvanproračunske segmente potražnje, dijelom i međunarodnog karaktera (srednja i jugoistočna Europa). Takva poželjna poslovna orijentacija podrazumijeva ubrzano podizanje kvalitete ne samo postojeće zdravstveno-lječilišne ponude (osobito <i>hardwarea</i>) već i podizanje standarda opremljenosti u segmentu turističko-ugostiteljskih kapaciteta kako bi se moglo uspješno provesti razdvajanje dominantno „bolničkih“ od dominantno „turističkih“ segmenata potražnje. Cijeli ovaj proces najuže je povezan s osiguranjem potrebnog kapitala iz javnih i/ili privatnih izvora. U skladu s navedenim, a pod pretpostavkom provedene vlasničke reorganizacije SB-a, program se odnosi na stvaranje tehničko-tehnoloških i materijalno-funkcionalnih preduvjeta za postupno udaljšavanje SB-a na području Varaždinske županije od HZZO potražnje te pojačano okretanje brzorastućem međunarodnom tržištu zdravstvenog turizma.						
Provedbeni koraci	<ul style="list-style-type: none"> • formiranje ekspertne grupe • sagledavanje tehničko-tehnološke opremljenosti SB-a za medicinsku rehabilitaciju na području Varaždinske županije, osobito u zdravstveno-lječilišnom i turističko-ugostiteljskom segmentu • definiranje visine i strukture potrebnih ulaganja prema objektima ponude • usuglašavanje razvojnih prioriteta prema bolnicama • razmatranje raspoloživog sustava poticaja iz domaćih izvora: <ul style="list-style-type: none"> • koncesije • porezne olakšice i druge povlastice sukladno Zakonu o strateškim investicijama • programi HBOR-a • pružanje tehničke pomoći u izradi dokumentacije/povlačenju EU fondova • priprema projektnih zadataka i/ili projektne dokumentacije za pripremu javnih natječaja i/ili apliciranje na sredstva EU fondova/programa u cilju dokapitalizacije SB • provedba natječaja za izbor najboljeg investitora / apliciranje na sredstva EU fondova/programa 						
Područje obuhvata programa	<ul style="list-style-type: none"> • Varaždinske Toplice • Novi Marof 						
Odgovorna institucija	<ul style="list-style-type: none"> • Varaždinska županija u suradnji sa SB-ima u Varaždinskim Toplicama i Novom Marofu 						
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> • gradovi Varaždinske Toplice i Novi Marof • Ministarstvo zdravlja RH • Ministarstvo turizma 						
Izvor financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • EU fondovi • državni proračun (Ministarstvo zdravlja / Ministarstvo turizma) • privatni investitori 						
Dinamika provedbe	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.

Program 18	Izgradnja nove smještajne ponude u zdravstvenom turizmu
Područje djelovanja	Osvremenjivanje i obogaćivanje ponude u zdravstvenom turizmu
Cilj programa	Poboljšavanje konkurentnosti ugostiteljske ponude (smještajne i izvansmještajne)
Opis	Dugoročno stabilni rast potražnje za zdravstvenim turizmom na globalnoj razini te očekivano vlasničko-organizacijsko, a potom i tržišno restrukturiranje hrvatskih specijalnih bolnica za medicinsku rehabilitaciju otvara brojne mogućnosti za razvoj novih manje bolničkih, a dominantno lječilišno-turističkih sadržaja/kapaciteta ponajviše od strane privatnih poduzetnika. Riječ je o projektima koji pretpostavljaju mogućnost dobivanja vlastitih koncesija na korištenje prirodnih ljekovitih činitelja, kao i mogućnost različitih oblika poslovne suradnje/partnerstva između javnog i privatnog sektora (osobito u slučaju nemogućnosti osiguranja vlastite koncesije na korištenje prirodnog ljekovitog činitelja). Intenzitet i dinamika

	cijelog ovog procesa uvelike će ovisiti o brzini i kvaliteti ulaganja u javnu komunalnu infrastrukturu i cjelokupnu uslužnu ponudu na destinacijskoj razini (zabava, rekreacija, trgovina, kultura i sl.). Sukladno rečenom, a uz očekivano započinjanje procesa osuvremenjivanja ponude specijalnih bolnica na području Županije (kroz njihovu postupnu dokapitalizaciju kroz korištenje EU fondova i/ili privatnog kapitala), programom se želi potaknuti produbljivanje i proširivanje županijskog lanca vrijednosti kroz razvoj nekoliko novih objekata zdravstveno-turističke ponude u privatnom vlasništvu (uključujući i difuzne/integralne hotele), a što će dodatno ojačati turističku prepoznatljivost cijele Županije.						
Provedbeni koraci	<ul style="list-style-type: none"> • uspostava ekspertne grupe za realizaciju programa i organizacija radionica s dionicima • sagledavanje razvojnih mogućnosti kroz analizu prostorno planske dokumentacije gradova Varaždinske Toplice i Novi Marof • definiranje lokacija za mogući novi razvoj zdravstveno-turističke ponude • usuglašavanje razvojnih prioriteta s procesom osuvremenjivanja ponude specijalnih bolnica • izrada konceptata najbolje uporabe prioriteta lokaliteta i priprema projektnog zadatka • razmatranje prikladnog sustava poticaja iz županijskih izvora: <ul style="list-style-type: none"> • (su)financiranje pripreme projektne dokumentacije • bespovratna dodjela dijela potrebnih vlastitih sredstava kod financiranja iz EU izvora • provođenje javnih natječaja za izbor najboljih investitora • pružanje pomoći u izradi projektne dokumentacije za apliciranje na sredstva EU fondova/programa 						
Područje obuhvata programa	<ul style="list-style-type: none"> • Varaždinske Toplice • Novi Marof 						
Odgovorna institucija	<ul style="list-style-type: none"> • Varaždinska županija 						
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> • gradovi Varaždinske Toplice i Novi Marof • privatni poduzetnici 						
Izvor financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • županijski proračun • EU fondovi • državni proračun (Ministarstvo turizma, Ministarstvo poduzetništva i obrta, Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije) • HBOR 						
Dinamika provedbe	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.

Program 19		Izgradnja malih obiteljskih smještajnih kapaciteta					
Područje djelovanja	Obogaćivanje i tematiziranje ostale smještajne i izvansmještajne ponude						
Cilj programa	Poboljšavanje konkurentnosti ugostiteljske ponude (smještajne i izvansmještajne)						
Opis	Iako postojeća smještajna ponuda Varaždinske županije u postojećim tržišnim uvjetima zadovoljava potražnju, moguće je ustvrditi da njezina kvalitativna razina, ali i raznolikost, uz pojedine iznimke, ipak ne može zadovoljiti očekivanja i potrebe ciljnih tržišnih segmenata u budućnosti. Na to ukazuju i rezultati provedene analize konkurentnosti Županije kao turističke destinacije. U skladu s navedenim, program ima za cilj potaknuti izgradnju većeg broja malih (tematiziranih) obiteljskih smještajnih kapaciteta u gradskim središtima, odnosno <i>bed & breakfast</i> pansiona i sličnih objekata u ruralnom okruženju koji bi se, svojim oblikovnim značajkama i izborom materijala, trebali dobro uklopiti u autohtoni ambijent.						

	Projekt uspostave kritične mase malih, obiteljski vođenih smještajnih objekata (uključujući i difuzne/integralne hotele) sadržajno bi obogatio postojeću smještajnu ponudu te omogućio interes za boravkom na području Županije tijekom većeg dijela godine, osobito u vrijeme pred i posezone. U cilju povećanja interesa privatnih poduzetnika, osobito lokalnih, program valja povezati i s potrebom uspostavljanja sustava prikladnih financijskih i nefinancijskih poticaja. U tom smislu, poželjno se nadovezati na preporuke Nacionalnog programa razvoja malog obiteljskog hotelijerstva i Nacionalnog programa unapređenja obiteljskog smještaja (Ministarstvo turizma).						
Provedbeni koraci	<ul style="list-style-type: none"> • uspostava ekspertne grupe za realizaciju programa i organizacija radionica s dionicima • osmišljavanje i uspostavljanje sustava nefinancijskih poticanja izgradnje novih smještajnih kapaciteta: <ul style="list-style-type: none"> • programi internog marketinga • programi obrazovanja poduzetnika • tehnička pomoć u razradi projektne ideje • priprema projektne dokumentacije, osobito u kontekstu apliciranja za sredstva EU fondova/programa • osmišljavanje i uspostavljanje sustava financijskih poticanja, posebice na područjima od posebne važnosti za razvoj turističke aktivnosti (primjerice koncesijska politika, komunalna naknada) • utvrđivanje prioritetnih razvojnih područja • institucionalna podrška investitorima u razvoju projekata (<i>one stop shop</i>): podrška u odnosima s različitim institucijama lokalne i regionalne samouprave, medijatorske usluge u nastupu prema javnim (gradskim i državnim) poduzećima 						
Područje obuhvata programa	<ul style="list-style-type: none"> • gradovi Županije • okolica Trakošćana • obronci Ivanšćice, Ravne Gore i Kalnika • atraktivna ruralna područja Županije (osobito duž enogastro ruta) 						
Odgovorna institucija	<ul style="list-style-type: none"> • Varaždinska županija 						
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> • gradovi i općine na području obuhvata programa • privatni poduzetnici 						
Izvor financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • županijski proračun • EU fondovi • državni proračun (Ministarstvo turizma, Ministarstvo poduzetništva i obrta, Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije) • HBOR 						
Dinamika provedbe	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.

Program 20	Uspostava nekoliko objekata kamp-ponude
Područje djelovanja	Obogaćivanje i tematiziranje ostale smještajne i izvansmještajne ponude
Cilj programa	Poboljšavanje konkurentnosti ugostiteljske ponude (smještajne i izvansmještajne)
Opis	Uz poticanje izgradnje većeg broja malih obiteljskih hotela i <i>bed & breakfast</i> pansiona, obogaćivanje i diversifikacija smještajne ponude na području Varaždinske županije podrazumijeva i izgradnju nekoliko manjih kampova/kampirališta kako uz istaknute (prirodne) atrakcije (npr. jezera, rijeke, izletišta) u ruralnom okružju tako i duž glavnih županijskih prometnih pravaca (kamp odmorišta). U skladu s navedenim, program ima za cilj potaknuti razvoj ekokampova, obiteljskih kampova i kampova na seoskim gospodarstvima i uz/na područjima posebne zaštite (parkovi prirode i sl.).

	Nove kampove valja usmjeravati ponajviše u infrastrukturno opremljene prostore/zone kako bi se smanjio trošak infrastrukturnog opremanja i dugoročno čuvao ukupno raspoloživi, a još neurbanizirani razvojni prostor.						
Provedbeni koraci	<ul style="list-style-type: none"> • uspostava ekspertne grupe za realizaciju programa i organizacija radionica s dionicima • osmišljavanje i uspostavljanje sustava nefinancijskih poticanja izgradnje novih kampova/kampirališta/kamp-odmorišta • programi internog marketinga • programi obrazovanja poduzetnika • tehnička pomoć u razradi projektne ideje • osmišljavanje i uspostavljanje sustava financijskih poticanja, posebice na područjima od posebne važnosti za razvoj turističke aktivnosti: • koncesijska politika • komunalna naknada • utvrđivanje prioritetnih razvojnih lokaliteta (mikrolokacija) • institucionalna podrška investitorima u razvoju projekata (<i>one stop shop</i>): podrška u odnosima s različitim institucijama lokalne i regionalne samouprave, medijatorske usluge u nastupu prema javnim (gradskim i državnim) poduzećima 						
Područje obuhvata programa	<ul style="list-style-type: none"> • područje (okolica) Varaždina • područje (okolica) Trakošćana • područje Novog Marofa (lokalitet Topličica) 						
Odgovorna institucija	<ul style="list-style-type: none"> • Varaždinska županija 						
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> • gradovi/općine na području obuhvata programa • Hrvatske ceste 		<ul style="list-style-type: none"> • Hrvatske vode • privatni poduzetnici 				
Izvor financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • županijski proračun • EU fondovi • državni proračun (Ministarstvo turizma, Ministarstvo poduzetništva i obrta, Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije) • HBOR 						
Dinamika provedbe	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.

Program 21	Uspostava ljetnih kampova za djecu i mladež						
Područje djelovanja	Obogaćivanje i tematiziranje ostale smještajne i izvansmještajne ponude						
Cilj programa	Poboljšavanje konkurentnosti ugostiteljske ponude (smještajne i izvansmještajne)						
Opis	Ljetni kampovi podrazumijevaju kontrolirane/vođene programe za djecu i tinejdžere uobičajeno tijekom ljetnih mjeseci. Izuzetno su popularni u nekim zemljama, a nekoliko ih je već otvoreno i u Hrvatskoj. Riječ je o specifičnom sadržaju ponude namijenjenom jednodnevnom i višednevnom boravku školske populacije (od 7 do 17 godina) u prirodi. Akumulacijska jezera na desnoj obali Drave kao i obronci Ivanšćice, Ravne Gore i/ili Kalnika predstavljaju idealan <i>setting</i> za smještaj jednog ili više „ljetnih kampova za djecu“. U tom smislu, a imajući na umu činjenicu da je riječ o relativno atraktivnom sadržaju ponude koji potencijalnim korisnicima pruža različite oblike zabave i razvoja, osobito kroz njihovu uključenost u brojne aktivnosti (primjerice učenje stranih jezika, jahanje, tenis, sportovi na vodi, astronomija, matematika i sl.), Varaždinska županija mogla bi biti jedan od pionira u razvoju/komercijalizaciji ove vrste ponude na kontinentalnom prostoru RH.						
Provedbeni koraci	<ul style="list-style-type: none"> • uspostava ekspertne grupe za realizaciju programa i organizacija radionica s dionicima • utvrđivanje adekvatnih lokacija za razvoj kampa (polazeći od dostupnosti, sigurnosti i izdvojenosti, mogućnosti za izgradnju prikladnog smještaja te zajedničkih prostora kao što su sanitarni čvorovi, dvorane za prehranu i druženje, prostori za edukaciju i programe kao i različite aktivnosti na otvorenom) 						

	<ul style="list-style-type: none"> određivanje poželjnog tržišnog pozicioniranja, procjena tržišnog potencijala te ekonomskih učinaka poslovanja svakog pojedinog kampa rezervacija prostora za razvoj ljetnih kampova, kao i usklađivanje prostorno planskih dokumenata gradova/općina uspostava prikladnog sustava poticaja privatnim poduzetnicima (primjerice oslobađanje dijela komunalne naknade, pokriće dijela troškova kamata, tehnička pomoć u pripremi projektne dokumentacije i sl.) priprema projektnog zadatka za provedbu natječaja za izbor najboljeg investitora, uključujući i koncesijsku politiku provedba natječaja za izbor investitora 														
Područje obuhvata programa	<ul style="list-style-type: none"> okolica Varaždina (npr. Aquacity) područja općina uz Dravu i akumulacijska jezera (npr. Sveti Đurđ, Donji Martijanec) 														
Odgovorna institucija	<ul style="list-style-type: none"> Varaždinska županija i TZ Varaždinske županije 														
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> gradovi/općine na području obuhvata programa TZ-i gradova i općina Hrvatske vođe Hrvatske šume udruge privatni investitori 														
Izvor financiranja	<ul style="list-style-type: none"> županijski proračun sredstva županijske/lokalnih TZ-a državni proračun (Ministarstvo turizma) proračuni gradova i općina na području obuhvata programa sredstva privatnih investitora HBOR 														
Dinamika provedbe	<table border="1"> <thead> <tr> <th>2015.</th> <th>2016.</th> <th>2017.</th> <th>2018.</th> <th>2019.</th> <th>2020.</th> <th>2021.-2025.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.							
2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.									

Program 22 Razvoj ruralno-turističke ponude	
Područje djelovanja	Uspostave novih od čovjeka stvorenih atrakcija
Cilj programa	Obogaćivanje destinacijskog lanca vrijednosti Varaždinske županije
Opis	<p>Varaždinska županija najvećim je dijelom ruralno područje s brojnim izuzetno slikovitim predjelima. U tom smislu, a želeći potpunije valorizirati potencijal prirodne resursno-atraksijske osnove Županije, ali i disperzirati turistički promet po cijelom njenom teritoriju, projekt ima za cilj potaknuti/unaprijediti razvoj turizma na ruralnim područjima kroz razvoj manjih obiteljskih imanja/gospodarstava orijentiranih na ponudu robe tradicijskih obrta (lončarstvo, čipkarstvo, licitari i sl.) autohtonom ponudom lokalno proizvedenih prehrambenih proizvoda/prerađevina (voće, povrće, med, liker, ljekovito bilje, šumski plodovi i sl.), ali i gospodarstava s manjim prerađivačkim pogonima (sirane, uljare, vinarije, mesnice) i pripadajućim kušaonicama, trgovinama i/ili tematiziranim ugostiteljskim sadržajima.</p> <p>S obzirom na to da interes turističke potražnje za autentičnim i lokalno proizvedenim proizvodima kulture života i rada kontinuirano raste iz godine u godinu, pod pretpostavkom kvalitetne promocije i/ili prezentacije, a eventualno i uspostavom županijske/regionalne marke ruralnog odmora, ovim bi se programom značajno poboljšala mogućnost plasmana autohtonih proizvoda ruralnih područja županije bilo kroz turističko-ugostiteljske objekte, bilo na kućnom pragu.</p> <p>Konačno, uz sustavno promicanje klasterskog udruživanja (tematski i regionalno), program podrazumijeva i uspostavu prikladnog sustava poticanja razvoja agroturističke ponude.</p>
Provedbeni koraci	<ul style="list-style-type: none"> uspostava ekspertne grupe za realizaciju programa i organizacija radionica s dionicima uspostava nefinancijskog sustava poticaja programi internog marketinga programi obrazovanja potencijalnih poduzetnika tehnička pomoć u razradi projektne ideje i/ili dobivanju financijskih sredstava

	<ul style="list-style-type: none"> • uspostava financijskih poticaja (primjerice oslobađanje dijela komunalne naknade, pokriće dijela troškova kamata, tehnička pomoć u pripremi projektne dokumentacije i sl.) • definiranje razvojnih prioriteta (prema stupnju razvijenosti gradova/općina, ali i interesu turističke potražnje) • marketinška podrška provedbi programa (uključujući i eventualnu uspostavu županijske/regionalne marke ruralnog odmora) 														
Područje obuhvata programa	• cijelo ruralno područje Županije, posebno duž enogastro i kulturnih ruta														
Odgovorna institucija	• Varaždinska županija i TZ Varaždinske županije														
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> • gradovi/općine • TZ-i gradova/općina • Ministarstvo turizma • Ministarstvo poljoprivrede 														
Izvor financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • županijski proračun • proračuni gradova i općina na području obuhvata programa • sredstva županijske/lokalnih TZ • EU fondovi • državni proračun (Ministarstvo turizma) • HBOR 														
Dinamika provedbe	<table border="1"> <thead> <tr> <th>2015.</th> <th>2016.</th> <th>2017.</th> <th>2018.</th> <th>2019.</th> <th>2020.</th> <th>2021.-2025.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.							
2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.									

Program 23 Izgradnja/opremanje izletišta	
Područje djelovanja	Uspostava novih atrakcija
Cilj programa	Obogaćivanje destinacijskog lanca vrijednosti Varaždinske županije Intenziviranje turističkog prometa u kontinentalnom prostoru Hrvatske, a to podrazumijeva i prostor Varaždinske županije, podrazumijeva i intenzivnije privlačenje lokalne/regionalne izletničke potražnje. U tom smislu nema sumnje da resursno-atraksijska osnova Županije pogoduje dinamiziranju izletničke potražnje, osobito u kontekstu razvoja nekoliko profiliranih izletišta/izletničkih punktova.
Opis	Polazeći od odrednica prostornog plana, na području Varaždinske županije planirana je uspostava desetak izletišta/rekreacijskih kompleksa veće ili manje kompleksnosti (šljunčara u općini Donji Martijanec, lokalitet u blizini Hrženice na Dravi, šire područje Ivanca, lokalitet kod Brodarevca, lokalitet na Dravi kod Varaždina, izletnički centar Varaždinbreg i sl.). Najveći problem s izgradnjom turističke ponude na navedenim lokalitetima najvećim je dijelom zasigurno povezan s neriješenim imovinsko-vlasničkim odnosima. Neovisno o tome, riječ je o izrazito važnom segmentu integralne destinacijske ponude te bi sukladno tome valjalo pronaći način i ishoditi sredstva za rješavanje imovinsko-vlasničkih pitanja u cilju privođenja svrsi barem tri do četiri navedena mikrolokaliteta.
Provedbeni koraci	<ul style="list-style-type: none"> • uspostava ekspertne grupe za realizaciju programa i organizacija radionica s dionicima • sagledavanje razvojnog potencijala svih zona predviđenih za izletišta, uključujući i adrenalinske te zabavne/tematske parkove • sagledavanje imovinsko-vlasničke problematike pojedinih zona • utvrđivanje prioriteta lokaliteta za izgradnju izletišta i rješavanje pitanja vlasništva do razine izvedivosti projekta • izrada koncepta najbolje uporabe za odabranu lokaciju • uspostava prikladnog sustava poticaja privatnim poduzetnicima (npr. oslobađanje dijela komunalne naknade, pokriće dijela troškova kamata, tehnička pomoć u pripremi projektne dokumentacije i sl.) • priprema projektne zadatka za svako pojedino izletišta • provođenje natječajnog postupka za izbor koncesionara • realizacija (fazna) i kontrola provođenja projekta
Područje obuhvata programa	<ul style="list-style-type: none"> • dravske akumulacije (npr. okolica Varaždina, Brodarevac, Sveti Đurđ, Donji Martijanec) • umjetna jezera (npr. područje Ivanca)

	<ul style="list-style-type: none"> obronci Ivanščice, Ravne Gore i Kalnika specifične lokacije (npr. izgrađena nekoristeni vojni objekti, napušteni industrijski pogoni, dvorci i kurije) 														
Odgovorna institucija	<ul style="list-style-type: none"> Varaždinska županija 														
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> gradovi i općine na području obuhvata programa Hrvatske vode Hrvatske šume udruge privatni investitori 														
Izvor financiranja	<ul style="list-style-type: none"> županijski proračun sredstva županijske/lokalnih TZ-a proračuni gradova i općina na području obuhvata programa HBOR državni proračun (Ministarstvo turizma, Ministarstvo poduzetništva i obrta, Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije) sredstva privatnih investitora 														
Dinamika provedbe	<table border="1"> <thead> <tr> <th>2015.</th> <th>2016.</th> <th>2017.</th> <th>2018.</th> <th>2019.</th> <th>2020.</th> <th>2021.-2025.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.							
2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.									

Program 24 Proširenje i unapređenje gastroponude	
Područje djelovanja	Osvremenjivanje i obogaćivanje županijske izvansmještajne ponude
Cilj programa	Obogaćivanje destinacijskog lanca vrijednosti Varaždinske županije
Opis	<p>Iako se može ocijeniti nešto bolje nego u drugim područjima kontinentalne Hrvatske, ponajviše zbog utjecaja grada Varaždina i njegovih prioriteta turističkog razvoja, kvaliteta i raznovrsnost gastronomske ponude Varaždinske županije još je uvijek na relativno niskoj razini. U tom smislu, a paralelno s potrebom cjelogodišnjeg privlačenja lokalne/regionalne izletničke potražnje na ovaj prostor, produbljivanje i proširivanje ponude hrane i pića, ali i podizanje kvalitativne razine već postojećih objekata predstavlja jedan od bitnih preduvjeta obogaćivanja portfelja turističkih iskustava Varaždinske županije i zadovoljstva posjetitelja boravkom, ali i značajan činitelj povećanja kvalitete života lokalnog stanovništva.</p> <p>U skladu s rečenim, program podrazumijeva sustavno poticanje unapređenja kvalitete i raznovrsnosti enogastronomske ponude Varaždinske županije, a osobito tržišno etabliranje određenog broja autohtonih/tradicijskih, ali i suvremenih, kvalitativno i cjenovno različito tržišno pozicioniranih objekata hrane i pića. Naime, jedino je na taj način moguće na dugoročno održiv način privlačiti sve veći broj sve zahtjevnijih i raznorodnijih tržišnih segmenata s potpuno drugačijim potrebama, željama i/ili sklonostima. Program se u velikoj mjeri odnosi i na vizualno i/ili ambijentalno uređenje objekata hrane i pića sukladno okruženju u kojem djeluju.</p>
Provedbeni koraci	<ul style="list-style-type: none"> uspostava ekspertne grupe za realizaciju programa i organizacija radionica s dionicima definiranje projektnog zadatka (razvojni koncept), programi unapređenja već postojećih (odabranih/zainteresiranih) objekata hrane i pića (na <i>case by case</i> osnovi) utvrđivanje potreba za novim objektima hrane i pića (broj, lokacija, tema, meni, cjenovno pozicioniranje i sl.) uspostava nefinancijskog sustava poticaja programi internog marketinga programi obrazovanja potencijalnih poduzetnika tehnička pomoć u razradi projektne ideje te osiguranju financiranja uspostava financijskih poticaja (oslobađanje dijela komunalne naknade) definiranje razvojnih prioriteta (prema stupnju razvijenosti gradova/općina, ali i interesu turističke potražnje) marketinška podrška provedbi programa
Područje obuhvata programa	<ul style="list-style-type: none"> Varaždin Varaždinske Toplice objekti uz izletišta, enogastro i kulturne rute
Odgovorna institucija	<ul style="list-style-type: none"> Varaždinska županija i TZ Varaždinske županije
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> gradovi/općine na području obuhvata programa

	<ul style="list-style-type: none"> TZ-i gradova/općina Varaždinske županije Ministarstvo turizma, Ministarstvo poljoprivrede 														
Izvor financiranja	<ul style="list-style-type: none"> županijski proračun proračuni gradova i općina na području obuhvata programa sredstva županijske/lokalnih TZ-a EU fondovi državni proračun (Ministarstvo turizma, Ministarstvo poljoprivrede) HBOR 														
Dinamika provedbe	<table border="1"> <thead> <tr> <th>2015.</th> <th>2016.</th> <th>2017.</th> <th>2018.</th> <th>2019.</th> <th>2020.</th> <th>2021.-2025.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.							
2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.									

13.4. Programi u funkciji promocije i prodaje

Što se tiče promocije i prodaje, a povezano s potrebom tržišnog (re)pozicioniranja Županije, te vodeći računa o dinamici provedbe programa kako u funkciji unapređenja turističke infrastrukture tako i poduzetničkih razvojno-investicijskih projekata, potrebno je operacionalizirati konkurentno turističko brendiranje Varaždinske županije. U tom smislu, a s obzirom na razvojni karakter ovog dokumenta, programi podizanja konkurentnosti turizma Županije navedeni su u tablici 13.4.

Tablica 13.4: Programi u funkciji promocije i prodaje turizma Županije

25	Razvoj i operacionalizacija konkurentnog turističkog brenda Varaždinske županije
26	Unapređenje destinacijskog turističkog posredovanja
27	Komunikacija s tržištem (operativni marketing)

Izvor: Institut za turizam, Zagreb

Detaljan prikaz programa daje se u nastavku:

Program 25	Razvoj i operacionalizacija konkurentnog turističkog brenda Varaždinske županije
Područje djelovanja	Razvoj prepoznatljivog identiteta
Cilj programa	Unapređenje međunarodne prepoznatljivosti
Opis	<p>Varaždinska županija danas je nedovoljno turistički prepoznatljiva na nacionalnoj, a posebice međunarodnoj (srednjoeuropskoj) razini. Postupno ostvarivanje razvojne vizije turizma Varaždinske županije te unapređivanje njezine konkurentne sposobnosti stvorit će pretpostavke za postupnu uspostavu zaokruženog destinacijskog identiteta na ciljanim turističkim tržištima. U tom smislu, polazeći od uspostavljenih identitetskih osnova Varaždinske županije obuhvaćenih zajedničkim nazivnikom letećeg vremeplova, valja već danas razmišljati i o izgradnji ključnih odrednica županijskog konkurentnog turističkog brend-koncepta Županije.</p> <p>Razvoj i operacionalizacija konkurentnog turističkog brenda Varaždinske županije podrazumijeva ne samo osmišljavanje (provjeru) vizualnog identiteta, slogana i loga već i osiguravanje preduvjeta koji će osigurati mogućnost ispunjavanja obećanja koje brend nosi kroz sustav, za tržište spremnih i konkurentnih, turističkih doživljaja. U kontekstu uspostavljanja programske-proizvodne koncepcije razvoja turizma Županije, odnosno oživotvorenja postavljenog sustava turističkih doživljaja, poželjno je osigurati operacionalizaciju konkurentnog turističkog brenda Županije do 2017. godine.</p> <p>Konačno, razvoj i operacionalizaciju konkurentnog brend-koncepta Varaždinske županije kao turističke destinacije poželjno je povezati s istim procesom na razini Hrvatskog zagorja i sjeverne Hrvatske, ali i Hrvatske u cjelini.</p>
Provedbeni koraci	<ul style="list-style-type: none"> uspostava ekspertnog tima stručnjaka organizacija radionica s ključnim dionicima turističkog razvoja praćenje/verificiranje percepcije lokalnog stanovništva, stručne javnosti, posjetitelja i okruženja o odrednicama identitetskih osnova

	Varaždinske županije i njihovoj relevantnosti za izgradnju konkurentnog turističkog brenda Županije <ul style="list-style-type: none"> • sinteza <i>inputa</i>, generiranja alternativnih prijedloga konkurentnog turističkog brend-koncepta Županije te testiranje prijedloga • odabir ideje koja najbolje komunicira srž konkurentnog turističkog identiteta • izrada elemenata i testiranje vizualnog identiteta (slogan, logo, boje) na temelju postavljenog konkurentnog turističkog brend-koncepta u suradnji s odabranom reklamnom agencijom (projektni zadatak) • interna komunikacija konkurentnih turističkih brend-konstanti među svim dionicima i pružateljima turističkih usluga u Županiji • implementacija konkurentnog turističkog brend-koncepta kroz prikladne promocijske i komunikacijske aktivnosti • određivanje nekoliko ključnih destinacijskih projekata koji će pridonositi ispunjenju vrijednosti obećanih konkurentnim turističkim brendom • uključivanje tržišno relevantnih turističkih brend-konstanti u turističke proizvode i usluge Županije. 														
Područje obuhvata programa	<ul style="list-style-type: none"> • područje cijele Županije 														
Odgovorna institucija	<ul style="list-style-type: none"> • TZ Varaždinske županije 														
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> • TZ-i gradova i općina • lokalne/županijske ustanove • gospodarski subjekti u turizmu 														
Izvor financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • proračuni Županije i gradova/općina • sredstva županijske/lokalnih TZ-a • sredstva lokalnih/županijskih ustanova • gospodarski subjekti 														
Dinamika provedbe	<table border="1"> <thead> <tr> <th>2015.</th> <th>2016.</th> <th>2017.</th> <th>2018.</th> <th>2019.</th> <th>2020.</th> <th>2021.-2025.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.							
2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.									
Program 26 Unapređenje destinacijskog turističkog posredovanja															
Područje djelovanja	Osvremenjivanje i obogaćivanje postojeće smještajne i izvansmještajne ponude														
Cilj programa	Obogaćivanje destinacijskog lanca vrijednosti														
Opis	<p>Osim djelomično u gradu Varaždinu, cjelokupna turistička ponuda Varaždinske županije još je uvijek nedovoljno razvijena kako s obzirom na raznolikost ponude pojedinih usluga tako i na broj njihovih ponuđača. U uvjetima nedovoljne potražnje i s tim povezanih rizika s kojima se turistički poduzetnici svakodnevno suočavaju, bilo bi potrebno maksimalno poticati vertikalnu integraciju individualnih turističkih ponuđača kroz stvaranje većeg broja složenih turističkih proizvoda.</p> <p>Budući da se radi o poduzetničkoj aktivnosti, vodeću ulogu u stvaranju složenih turističkih proizvoda trebali bi preuzeti veći turistički posrednici kao legitimne destinacijske menadžment kompanije. Složeni turistički proizvodi trebali bi se formirati vodeći računa o potencijalu i tržišnoj spremnosti pojedinih atrakcija, ali i po mjeri i u skladu s potrebama/očekivanjima unaprijed definiranih ciljnih skupina. U cilju postizanja što veće kvalitete ponude te izravnijeg pristupa potražnji i partnerima/posrednicima, poželjna je specijalizacija lokalnih, ali i vanjskih turističkih posrednika.</p> <p>U uvjetima još uvijek relativno niske turističke aktivnosti u Županiji, proces jačanja destinacijskog turističkog posredovanja potrebno je poticati različitim financijskim i nefinancijskim mjerama u ingerenciji županijske, gradske/općinske vlasti.</p>														
Provedbeni koraci	<ul style="list-style-type: none"> • osiguranje stimulativnog sustava poticanja postojećih/novih turističkih posrednika za pokretanje, kreiranje i komercijalizaciju složenih destinacijskih turističkih proizvoda • sufinanciranje marketinga i promidžbe (npr. direktni marketing, promotivni materijali, unapređenje web-portala i sl.) 														

	<ul style="list-style-type: none"> • sustav bonusa, ovisno o realizaciji plana dovođenja ciljnih potrošačkih segmenata • definiranje prioriternih složenih turističkih proizvoda • dogovaranje uvjeta suradnje svih uključenih pravnih/fizičkih osoba • komercijalizacija 							
Područje obuhvata programa	<ul style="list-style-type: none"> • područje cijele Županije 							
Odgovorna institucija	<ul style="list-style-type: none"> • Varaždinska županija i TZ Varaždinske županije 							
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> • gradovi/općine • TZ-i gradova/općina • udruge • lokalne/županijske ustanove i gospodarski subjekti javnog sektora • privatni sektor 							
Izvor financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • županijski proračun • sredstva županijske/lokalnih TZ-a • državni proračun (Ministarstvo turizma) • proračuni gradova i općina • sredstva privatnih investitora 							
Dinamika provedbe	<table border="1"> <thead> <tr> <th>2015.</th> <th>2016.</th> <th>2017.</th> <th>2018.</th> <th>2019.</th> <th>2020.</th> <th>2021.-2025.</th> </tr> </thead> </table>	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.
2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.		

Program 27 Komunikacija s tržištem (operativni marketing)								
Područje djelovanja	Razvoj prepoznatljivog identiteta							
Cilj programa	Unapređenje međunarodne prepoznatljivosti							
Opis	<p>Polazeći od strateških razvojnih odrednica postavljenih ovim dokumentom (točke 10. i 11.), program se odnosi na pripremu i verifikaciju godišnjih operativnih marketinških planova, kao i monitoringa te kontrole njihovog izvršavanja.</p> <p>Marketinške aktivnosti poželjno je povezati s marketinškim aktivnostima županijskih TZ-a u okruženju (sjeverna Hrvatska ili „kaj“ županije).</p>							
Provedbeni koraci	<ul style="list-style-type: none"> • definiranje ključnih nositelja tržišne komunikacije • definiranje prioriternih komunikacijskih aktivnosti • definiranje prikladnih alata tržišne komunikacije prilagođenih ciljnim tržištima/segmentima • monitoring i kontrola provođenja 							
Područje obuhvata programa	<ul style="list-style-type: none"> • područje cijele Županije 							
Odgovorna institucija	<ul style="list-style-type: none"> • TZ Varaždinske županije 							
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> • TZ-i gradova i općina • gospodarski subjekti u turizmu 							
Izvor financiranja	<ul style="list-style-type: none"> • sredstva županijske/lokalnih TZ-a • gospodarski subjekti 							
Dinamika provedbe	<table border="1"> <thead> <tr> <th>2015.</th> <th>2016.</th> <th>2017.</th> <th>2018.</th> <th>2019.</th> <th>2020.</th> <th>2021.-2025.</th> </tr> </thead> </table>	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.
2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.		

13.5. Terminski plan

Prethodno identificiranih 27 programa podizanja konkurentnosti Varaždinske županije moguće je rangirati prema važnosti (prioritetu) na sljedeći način: (i) projekti najveće važnosti (rang I); (ii) projekti izuzetne važnosti (rang II), te (iii) važni projekti (rang III). Nadalje, za svaki od programa predloženo je vrijeme provedbe programa (početak i završetak). Konačno, valja naglasiti potrebu da se nositelji izvršne vlasti Županije koncentriraju ponajviše na iniciranje/realizaciju projekata najveće važnosti. To, međutim, nikako ne znači da bi trebali zanemariti projekte manje važnosti, osobito ako oni nisu povezani sa značajnim financijskim sredstvima i/ili velikom organizacijskom

kompleksnosti. Terminski plan i prioritet realizacije pojedinih programa prezentiran je u tablici 13.5.

Tablica 13.5. Terminski plan provedbe programa podizanja konkurentnosti s prioritetom

Programi prema područjima	Prioritet	Godina						
		2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.
Upravljanje razvojem								
Vlasničko restrukturiranje SB Varaždinske Toplice i SB Novi Marof	I							
Razvoj suvremene golf-ponude	III							
Tehnička pomoć turističkim poduzetnicima / investitorima	I							
Poticanje/uspostava regionalnih/proizvodnih poduzetničkih klastera	II							
Uspostava sustava informacijske osnovice destinacijskog menadžmenta	I							
Cjeloživotno obrazovanje	I							
Turistička infrastruktura								
Ambijentalno uređenje gradskih središta	II							
Turistifikacija desne obale Drave	III							
Open air muzej na Dravi	II							
Uređenje dvorca Opeka s arboretumom i obnova zašt. spomenika parkovne arh.	I							
Turističko aktiviranje špilja / arheoloških nalazišta	I							
Mreža centara za posjetitelje i infopunktova	II							
Biciklističke, konjičke i pješačke staze	II							
Županijske enogastro rute	I							
Županijske kulturne rute	I							
Sustav interpretacije ključnih atrakcija	I							
Poduzetnički razvojno investicijski projekti								
Ulaganja u postojeće kapacitete zdravstvenog turizma	I							
Izgradnja nove smještajne ponude u zdravstvenom turizmu	II							
Izgradnja malih obiteljskih smještajnih kapaciteta	I							
Uspostava nekoliko objekata kamp-ponude	I							
Uspostava ljetnih kampova za djecu i mladež	III							
Razvoj ruralno turističke ponude	I							
Izgradnja/opremanje izletišta	II							
Proširenje i unapređenje gastroponude	I							
Promocija i prodaja								
Razvoj i operacionalizacija konkurentnog turističkog brenda VŽ	II							
Unapređenje destinacijskog turističkog posredovanja	I							
Komunikacija s tržištem (operativni marketing)	I							

Izvor: Institut za turizam

14. Zaključak

Kao pretpostavka koordiniranog i usmjeravanog turističkog razvoja Varaždinske županije, Strategija razvoja turizma Varaždinske županije u razdoblju 2015. – 2025. godine počiva na analizi konkurentne sposobnosti turizma Županije koja predstavlja osnovni *input* za detaljnu analizu internih „snaga“ i „slabosti“ te eksternih „prilika“ i „prijetnji“ koje određuju poziciju Županije na turističkom tržištu. Zaključci o kritičnim faktorima te postavljena načela bili su podloga za razmatranje mogućih scenarija razvoja turizma Županije koji su jasno pokazali da aktivno djelovanje županijskih razvojnih dionika predstavlja ključ ostvarivanja razvojnih aspiracija nositelja turističke politike. Na toj je osnovi, uvažavajući vrijednosni sustav razvojnih dionika Županije i razvoj turističke ponude kao jedan od prioriteta razvojne županijske strategije te polazeći od potrebe zaštite resursno-atraktivne osnove, definirana razvojna vizija, ključni razvojni ciljevi te programska i prostorna koncepcija turističkog razvoja.

Postavljena koncepcija turističkog razvoja temelji se na uspostavi sadržajne i bogate ponude visokodoživljajnih iskustava. Predviđeno je da se cjelovitiji turistički lanac vrijednosti postupno gradi na cijelom prostoru Županije. Pri tome bi grad Varaždin i klaster Varaždinske Toplice-Novi Marof trebali predstavljati fokalne točke turističke aktivnosti koje će, slijedom privlačnosti, na tržištu traženih, zdravstveno-turističkih te kulturom i gastronomijom inspiriranih turističkih proizvoda biti glavni atraktori stacionarne i izletničke turističke potražnje u Županiji. Veliko ruralno, planinsko i dravsko područje Županije s gustom i diversificiranom ponudom različitih turističkih iskustava sagledava se kao dopuna primarnim atraktorima, ali i kao komplementaran sadržaj koji ne samo da obogaćuje sveukupnu ponudu Županije već i sam po sebi privlači važne, ali manje segmente stacionarne ili izletničke potražnje.

U prostornom smislu, u Županiji su prepoznate četiri snažne, prostorno i tematski međusobno različite, ali i komplementarne, zone turističke aktivnosti: Varaždin, klaster Varaždinske Toplice-Novi Marof, središnji ruralni prostor premrežen brojnim i raznolikim točkama od interesa te planinski i riječni prostor kojeg, u obliku prstena, sačinjavaju očuvana i zaštićena mjesta čiste prirode i rekreacije. Ubrzavanje održivog razvoja turizma pri tome pretpostavlja provedbu niza provedbenih aktivnosti/programa u funkciji kako upravljanja razvojem i unapređenja turističke infrastrukture tako i poduzetničkih razvojno-investicijskih projekata te programa u funkciji promocije i prodaje. Razumijevajući ograničenost ljudskih, organizacijskih i financijskih resursa, odnosno potrebu uspostavljanja prioriteta, programi podizanja konkurentnosti rangirani su prema važnosti i usklađeni prema vremenu provođenja.

Naposljetku je potrebno ustvrditi da realizacija postavljene vizije presudno ovisi o dva čimbenika – kvaliteti ljudskog potencijala i učinkovitom modelu provedbe strategije. Podizanje kvalitete ljudskog potencijala pretpostavlja pokretanje različitih aktivnosti uvođenja tržišno orijentiranog sustava cjeloživotnog strukovnog obrazovanja te sustavnog i kontinuiranog podizanja znanja i vještina potencijalnih malih i srednjih privatnih poduzetnika, ali i djelatnika javnih institucija Županije. Ne smiju se, pri tome, ni zanemariti programi podizanja razine svijesti lokalnog stanovništva o obilježjima turističkog privređivanja, ali i o potrebi aktivnog sudjelovanja u svim fazama implementacije strategije razvoja turizma Varaždinske županije. Efikasno upravljanje procesom razvoja turizma Županije podrazumijeva, s druge strane, konsenzus nositelja izvršene vlasti u jedinicama lokalne samouprave o viziji, ciljevima i koncepciji razvoja te uspostavu jakog i odgovornog projektnog tima zaduženog za operacionalizaciju ključnih provedbenih aktivnosti definiranih ovim dokumentom.