



# PLAN UPRAVLJANJA DESTINACIJOM 2026.-2030.



**BISER ZAGORJA**

**Naručitelj:**

Turistička zajednica Biser Zagorja



**Izvršitelj:**

Projekt jednako razvoj d.o.o.



Zagreb, siječanj 2026.

## Sadržaj

Sažetak.....	8
1. Uvod .....	14
2. Izračun prihvatnog kapaciteta destinacije.....	15
2.1. Zakonska obveza izračuna prihvatnog kapaciteta destinacije.....	15
2.2. Definiranje i zoniranje područja obuhvata.....	15
2.3. Odabir metodologije procjene prihvatnih kapaciteta .....	17
2.4. Analiza razine nosivosti destinacije.....	18
2.5. Procjena dostignute razine prihvatnog kapaciteta .....	110
2.6. Analiza scenarija .....	111
2.7. Zaključci i preporuke.....	113
3. Analiza stanja .....	115
3.1. Profil Turističke zajednice Biser Zagorja.....	115
3.2. Turistički proizvodi i usluge.....	122
4. Resursna osnova .....	140
4.1. Kultura i baština .....	142
4.2. Priroda i okoliš .....	153
4.3. Javna turistička infrastruktura .....	155
4.4. Komunalna infrastruktura.....	157
4.5. Prometna infrastruktura .....	163
4.6. Analiza stanja digitalizacije .....	164
4.7. Analiza stanja pristupačnosti destinacije osobama s invaliditetom .....	166
4.8. Analiza organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji (javne usluge i servisi) .....	167
4.9. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala .....	169
4.10. Analiza komunikacijskih aktivnosti.....	170
4.11. Analiza konkurencije.....	171
4.12. Izvješće o provedenoj analizi .....	172
5. Obvezni pokazatelji održivosti na razini destinacije.....	175
5.1. Zakonska obveza izrade pokazatelja i objave njihovih rezultata .....	175
5.2. Metodološka objašnjenja obveznih pokazatelja .....	175
5.3. Rezultati analize obveznih pokazatelja održivosti .....	180
5.4. Rezultati analize zadovoljstva lokalnog stanovništva turizmom .....	188
5.5. Rezultati analize zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja.....	201
6. Razvojni smjer s mjerama i aktivnostima potrebnim za njegovo ostvarenje.....	218
6.1. SWOT analiza .....	218
6.2. Identificiranje općih načela i ciljeva turizma .....	224
6.3. Oblikovanje strateškog pravca i prioriteta .....	233
6.4. Ciljevi razvoja turizma područja Biser Zagorja .....	234
6.5. Marketinška koncepcija .....	240
6.6. Mjere i aktivnosti .....	242
7. Prijedlog smjernica i preporuka za razvoj ili unaprjeđenje destinacije.....	246
7.1. Smjernice i preporuke za jedinicu lokalne samouprave.....	246
7.2. Smjernice i preporuke za turističku zajednicu .....	249
7.3. Smjernice i preporuke za druge dionike u turizmu i upravljanju turizmom u destinaciji .....	251
8. Popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti na razini destinacije .....	255
9. Popis projekata od posebnog značaja za razvoj destinacije .....	268
10. Mjerenje napretka i izvješće o provedbi .....	271
10.1. Podrška i implementacija Plana upravljanja destinacijom .....	271

10.2. Izvješće o provedbi .....	273
11. Zaključak.....	275
Prilog 1. Zaštićena kulturna i prirodna baština .....	277

## Popis grafikona

Grafikon 1. Stavovi stanovnika destinacije o utjecaju turizma na kvalitetu života na razini zona i destinacije Biser Zagorja .....	21
Grafikon 2. Stanovništvo po spolu u općinama i gradovima područja Biser Zagorja	120
Grafikon 3. Trendovi stanovništva 2021.-2024. godine na području Biser Zagorja..	121
Grafikon 4. Struktura stanovništva prema starosti na području Biser Zagorja .....	122
Grafikon 5. Broj objekata, smještajnih jedinica i kreveta u gradovima i općinama područja Biser Zagorja .....	124
Grafikon 6. Struktura ispitanika prema lokaciji stanovanja (stanovništvo) .....	188
Grafikon 7. Dob ispitanika prema dobnim skupinama (stanovništvo) .....	189
Grafikon 8. Struktura ispitanika prema spolu (stanovništvo).....	189
Grafikon 9. Razina obrazovanja ispitanika (stanovništvo) .....	190
Grafikon 10. Struktura ispitanika prema primanjima (stanovništvo) .....	190
Grafikon 11. Duljina stanovanja u mjestu.....	191
Grafikon 12. Struktura ispitanika prema vrsti izvora prihoda od turizma .....	192
Grafikon 13. Zadovoljstvo razvojem turizma u destinaciji - udio ispitanika s pozitivnim stavom (stanovništvo) .....	192
Grafikon 14. Udio ispitanika koji su zadovoljni životom u destinaciji.....	193
Grafikon 15. Percepcija utjecaja turizma na kvalitetu svakodnevnog života u destinaciji .....	194
Grafikon 16. Percepcija utjecaja turističkog razvoja na autentičnost destinacije...	194
Grafikon 17. Percepcija utjecaja turističkog razvoja na očuvanje tradicije, običaja i kulture .....	195
Grafikon 18. Percepcija utjecaja turističkog razvoja na izgled destinacije po zonama i na razini destinacije Biser Zagorja .....	196
Grafikon 19. Percepcija utjecaja turističkog razvoja na korištenje prostora destinacije na razini zona i destinacije Biser Zagorja .....	197
Grafikon 20. Percepcija utjecaja pretvaranja stanova i kuća u turističke apartmane i kuće za odmor na kvalitetu života tijekom turističke sezone na razini zona i destinacije Biser Zagorja .....	198
Grafikon 21. Percepcija utjecaja buke na kvalitetu života tijekom turističke sezone na razini zona i destinacije Biser Zagorja .....	199
Grafikon 22. Percepcija utjecaja gužve na ulicama i javnim površinama na kvalitetu života tijekom turističke sezone na razini zona i destinacije Biser Zagorja.....	199
Grafikon 23. Percepcija utjecaja gužve u prometu na kvalitetu života tijekom turističke sezone na razini zona i destinacije Biser Zagorja .....	200
Grafikon 24. Percepcija utjecaja neprimjerenog odlaganja otpada na kvalitetu života tijekom turističke sezone na razini zona i destinacije Biser Zagorja .....	201
Grafikon 25. Struktura ispitanika prema zemlji stalnog boravka (gosti i jednodnevni posjetitelji) .....	202
Grafikon 26. Struktura ispitanika prema županiji stalnog boravka .....	202

Grafikon 27. Struktura ispitanika - jednodnevni posjetitelji i višednevni gosti na području Biser Zagorja .....	203
Grafikon 28. Struktura višednevnih gostiju po lokaciji smještaja na području Biser Zagorja.....	203
Grafikon 29. Struktura ispitanika prema vrsti smještajnog objekta u kojem odsjedaju na području Biser Zagorja .....	204
Grafikon 30. Dob ispitanika (turisti i jednodnevni posjetitelji) .....	204
Grafikon 31. Struktura ispitanika prema spolu (turisti i jednodnevni posjetitelji) ...	205
Grafikon 32. Razina obrazovanja ispitanika (turisti i jednodnevni posjetitelji) .....	205
Grafikon 33. Struktura ispitanika prema primanjima (turisti i jednodnevni posjetitelji) .....	206
Grafikon 34. Ukupan planirani broj noćenja u destinaciji (turisti) .....	206
Grafikon 35. Aspekti zadovoljstva boravkom u destinaciji (turisti i jednodnevni posjetitelji) .....	207
Grafikon 36. Spremnost na preporuku destinacije Biser Zagorja .....	208
Grafikon 37. Postotak ponovljenih/stalnih turista u smještajnim objektima destinacije Biser Zagorja .....	209
Grafikon 38. Odabir prijevoznog sredstva do destinacije Biser Zagorja (turisti i jednodnevni posjetitelji) .....	209
Grafikon 39. Informacije o suputnicima do destinacije Biser Zagorja (turisti i jednodnevni posjetitelji) .....	210
Grafikon 40. Zadovoljstvo ljepotom destinacije Biser Zagorja po segmentima turista i posjetitelja .....	211
Grafikon 41. Zadovoljstvo uređenošću destinacije Biser Zagorja po segmentima turista i posjetitelja .....	211
Grafikon 42. Percepcija utjecaja gužve na ulicama i javnim površinama na kvalitetu doživljaja destinacije Biser Zagorja po segmentima turista i posjetitelja .....	212
Grafikon 43. Percepcija utjecaja buke na ulicama i javnim površinama na kvalitetu doživljaja destinacije Biser Zagorja po segmentima turista i posjetitelja .....	213
Grafikon 44. Zadovoljstvo prometom u destinaciji Biser Zagorja prema segmentima turista i posjetitelja .....	213
Grafikon 45. Glavni razlog dolaska u destinaciju Biser Zagorja (turisti i jednodnevni posjetitelji) .....	214
Grafikon 46. Sredstva informiranja i utjecaj na odluku o posjetu destinacije Biser Zagorja.....	215
Grafikon 47. Planirane/provedene aktivnosti u destinaciji Biser Zagorja (turisti i jednodnevni posjetitelji) .....	216
Grafikon 48. Posjet turističkim atrakcijama u destinaciji Biser Zagorja (turisti i jednodnevni posjetitelji) .....	217
Grafikon 49. Emitivna turistička tržišta 2024. godine - Općina Tuhelj* .....	228
Grafikon 50. Emitivna turistička tržišta 2024. godine - Općina Veliko Trgovišće.....	229
Grafikon 51. Emitivna turistička tržišta 2024. godine - Grad Klanjec .....	230

## Popis tablica

Tablica 1. Broj kreveta u komercijalnom smještaju i kućama i stanovima za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam na 100 stalnih stanovnika 2020.-2024. godine .....	25
Tablica 2. Intenzitet stacionarnog turizma 2020.-2024. godine na razini zona i destinacije .....	27
Tablica 3. Omjer broja smještajnih objekata u domaćinstvu te kućama i stanovima za odmor u odnosu na broj stanova za stalno stanovanje .....	29
Tablica 4. Struktura smještajnih kapaciteta izražena u postotnim udjelima po zonama u periodu 2020.-2024. godine.....	35
Tablica 5. Intenzitet stacionarnog turizma 2020.-2024. godine na razini zona i destinacije .....	38
Tablica 6. Udio posjetitelja koji su nezadovoljni radi gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama u destinaciji po segmentima turističke potražnje .....	41
Tablica 7. Koncentracija materijalnih atrakcija po zonama i na razini destinacije Biser Zagorja u 2024. godini .....	43
Tablica 8. Stavovi stanovnika o utjecaju turizma na izgled destinacije na razini zona i destinacije u cjelini .....	51
Tablica 9. Stavovi stanovnika o utjecaju turističkog razvoja na korištenje prostora destinacije .....	53
Tablica 10. Udio ispitanika koji su zadovoljni ljepotom i uređenošću destinacije (kulturni i prirodni aspekti) po segmentima turističke potražnje .....	57
Tablica 11. Percepcija utjecaja buke na kvalitetu života tijekom turističke sezone ..	61
Tablica 12. Udio posjetitelja koji su nezadovoljni radi buke na ulicama, trgovima, atrakcijama u destinaciji po segmentima turističke potražnje .....	64
Tablica 13. Udio stambenih jedinica turističke namjene (komercijalni i nekomercijalni kapaciteti) u ukupnom broju stambenih jedinica na području Biser Zagorja.....	67
Tablica 14. Percepcija utjecaja pretvaranja stanova i kuća u turističke apartmane i kuće za odmor na kvalitetu života tijekom turističke sezone .....	76
Tablica 15. Izračun potrošnje vode po noćenju turista u usporedbi sa potrošnjom vode po stanovniku u 2024. godini na razini zona i destinacije .....	79
Tablica 16. Broj djelatnika na održavanju javnih površina u odnosu na m <sup>2</sup> javnih površina koje se održavaju.....	84
Tablica 17. Kapaciteti (ljudski i tehnološki) za odvoz otpada na razini zona i destinacije u 2024. godini .....	85
Tablica 18. Percepcija utjecaja neprimjerenog odlaganja otpada na kvalitetu života tijekom turističke sezone.....	88
Tablica 19. Procjena kapaciteta prometne infrastrukture u odnosu na volumen prometa na razini zona .....	91
Tablica 20. Procjena kapaciteta i iskorištenosti parkirališta po zonama .....	94
Tablica 21. Percepcija utjecaja gužve u prometu na kvalitetu života tijekom turističke sezone .....	96
Tablica 22. Udio posjetitelja koji su zadovoljni prometom u destinaciji (protočnost prometa, parkirališta) po segmentima turističke potražnje .....	99

Tablica 23. Procjena broja stanovnika na razini zona i destinacije u periodu 2015.-2024. godine.....	102
Tablica 24. Percepcija utjecaja gužve na ulicama i javnim površinama na kvalitetu života tijekom turističke sezone .....	105
Tablica 25. Raspoloživost dodatne radne snage na razini zona i destinacije .....	109
Tablica 26. Usporedba broja stanovnika po JLS 2011.-2021. godine na području Biser Zagorja.....	120
Tablica 27. Dolasci i noćenja domaćih i stranih turista u 2024. godini po općinama i gradovima područja Biser Zagorja .....	123
Tablica 28. Popis ključnih manifestacija u destinaciji Biser Zagorja u 2025. godini	137
Tablica 29. Popis resursne osnove destinacije Biser Zagorja - SWOT radionica .....	140
Tablica 30. Turističke zajednice na području Krapinsko-zagorske županije – broj noćenja u periodu 01.01.-31.12.2024. godine .....	172
Tablica 31. Zadovoljstvo razvojem turizma u destinaciji - udio ispitanika s pozitivnim stavom.....	181
Tablica 32. Prosjek broja zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja i hrane te pripreme i usluživanja hrane u odnosu na ukupan broj zaposlenih tijekom 2024. godine – TZ Biser Zagorja .....	186
Tablica 33. Pregled zaštićenih kulturnih dobara na području Biser Zagorja prema vrsti .....	187
Tablica 34. Popis prirodnih dobara na području Biser Zagorja prema kategoriji zaštite .....	187
Tablica 35. SWOT analiza ugostiteljstva - Biser Zagorja .....	218
Tablica 36. SWOT analiza turističkih atrakcija - Biser Zagorja .....	219
Tablica 37. SWOT analiza manifestacija - Biser Zagorja.....	220
Tablica 38. SWOT analiza infrastrukture - Biser Zagorja.....	221
Tablica 39. SWOT analiza digitalnih tehnologija i promotivnih aktivnosti - Biser Zagorja.....	222
Tablica 40. SWOT analiza ljudskih potencijala, upravljanja i organizacije - Biser Zagorja.....	223
Tablica 41. Popis i vrsta trajno zaštićenih kulturnih dobara na području destinacije Biser Zagorja.....	277
Tablica 42. Popis i vrsta zaštićenih prirodnih područja u destinaciji Biser Zagorja .	278

## Popis slika

Slika 1. Priuštivost stana/apartmana po JLS-ovima u 2022. godini.....	107
Slika 2. Mapa područja Biser Zagorja .....	115
Slika 3. Geografski položaj područja Biser Zagorja .....	117
Slika 4. Prirodna baština Krapinsko-zagorske županije.....	118
Slika 5. Gustoća naseljenosti - Gradovi i Općine Krapinsko-zagorske županije .....	119
Slika 6. Restoran Dvorac Mihanović.....	125
Slika 7. Hotel & Restaurant SE-MI .....	126
Slika 8. Dolina rijeke Sutle .....	127
Slika 9. Termalni izvori u Tuheljskim Toplicama .....	127
Slika 10. Cesarska gora .....	128
Slika 11. Planinarska kuća Cesargrad .....	129

Slika 12. Utvrda Cesargrad, Klanjec.....	130
Slika 13. Sarkofazi obitelji Erdödy, Klanjec .....	131
Slika 14. Rodna kuća dr. Franje Tuđmana, Veliko Trgovišće .....	131
Slika 15. Spomen-područje Hrvatskoj majci u Velikoj Erpenji .....	132
Slika 16. Župna crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije, Tuhelj .....	133
Slika 17. Tematski park „Aleja znanih Zagorki i Zagoraca“, Veliko Trgovišće.....	134
Slika 18. Multimedijски projekt „Zagorske priče“ - Tuhelj, Klanjec, Veliko Trgovišće	134
Slika 19. Vidikovac "Oči Zagorja", Tuhelj .....	135
Slika 20. Park tradicijskih igračaka, Sveti Križ (Tuhelj).....	135
Slika 21. Tematske staze "Kam ideš" - Staza prirode i društva .....	136
Slika 22. Utvrda Cesargrad .....	143
Slika 23. Kompleks dvorca „Novi Dvori Klanječki“ .....	144
Slika 24. Kulturno-povijesna cjelina grada Klanjca .....	144
Slika 25. Kompleks franjevačkog samostana s crkvom Navještenja Blažene Djevice Marije.....	145
Slika 26. Kapela sv. Filipa i Jakova .....	145
Slika 27. Kapela sv. Florijana.....	146
Slika 28. Galerija Antuna Augustinčića .....	147
Slika 29. Spomen-park znamenitih Klanjčana.....	147
Slika 30. Brozova zgrada .....	148
Slika 31. Kapela sv. Josipa .....	149
Slika 32. Crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije i župni dvor .....	149
Slika 33. Kapela sv. Križa .....	150
Slika 34. Kapela sv. Margarete .....	151
Slika 35. Crkva Majke Božje od Sedam žalosti i kurija župnog dvora .....	151
Slika 36. Kapela Blažene Djevice Marije .....	152
Slika 37. Kapela sv. Jurja .....	152
Slika 38. Crkva sv. Tri kralja i kurija župnog dvora.....	153
Slika 39. Staza kroz krošnje Zelenjak .....	154
Slika 40. Virtualni posjet destinaciji Biser Zagorja .....	157

## Sažetak

### Uvod i svrha dokumenta

Pravna osnova za izradu i donošenje Plana upravljanja destinacijom (u daljnjem tekstu: Plan) proizlazi iz Zakona o turizmu (NN 156/23). Plan predstavlja planski dokument za razvoj održive destinacije te se izrađuje za razdoblje od četiri godine, na temelju Pravilnika o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom (NN 112/2024) (u daljnjem tekstu: Pravilnik).

Plan sadrži analizu prihvatnog kapaciteta destinacije, analizu stanja, popis resursne osnove, obvezne pokazatelje održivosti na razini destinacije, razvojni smjer s mjerama i aktivnostima potrebnim za njegovo ostvarenje, prijedlog smjernica i preporuka za razvoj ili unaprjeđenje destinacije, popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti na razini destinacije te popis projekata od posebnog značaja za razvoj destinacije.

### Izračun prihvatnog kapaciteta destinacije

Procjena dostignute razine prihvatnog kapaciteta temelji se na skupu obveznih pokazatelja nosivosti destinacije, pri čemu je analiza provedena za dvije funkcionalne zone: zona Tuhelj i zona Klanjec i Veliko Trgovišće, uz sagledavanje destinacije u cjelini.

Na temelju dostupnih pokazatelja može se procijeniti da destinacija nije dosegla graničnu razinu prihvatnog kapaciteta, ali da postoje jasne razlike među zonama. Zona Tuhelj pokazuje viši intenzitet korištenja prostora i veći udio komercijalnih kapaciteta, dok zona Klanjca i Velikog Trgovišća ima niži intenzitet posjeta, uz izraženije pokazatelje vezane uz smještaj u kućama i stanovima za odmor. U destinaciji kao cjelini preporučljivo je usmjeriti upravljanje prema balansiranju vršnih opterećenja, jačanju doživljaja u zoni Klanjec i Veliko Trgovišće te kontinuiranom praćenju pokazatelja koji su u ovom ciklusu djelomično ograničeni raspoloživim podacima.

Gledano u cjelini, dostignuta razina prihvatnog kapaciteta destinacije Biser Zagorja može se opisati kao faza povišenog, ali još uvijek kontroliranog opterećenja u zoni Tuhelj te razvojne rezerve u zoni Klanjec i Veliko Trgovišće. Ključni strateški odgovor je usmjeravanje razvoja s kvantitativnog na kvalitativni rast, odnosno povećanje vrijednosti po posjetitelju umjesto isključivog povećanja volumena, prostorna i vremenska disperzija posjeta s termalne jezgre prema kulturnim i prirodnim lokalitetima u Klanjcu i Velikom Trgovišću, te paralelna ulaganja u infrastrukturu, standarde kvalitete i ljudske potencijale. Ovakav pristup omogućit će da se postojeća rezerva kapaciteta u destinaciji koristi promišljeno i u skladu s kapacitetom nosivosti destinacije, uz očuvanje kvalitete života stanovnika i temeljnih vrijednosti destinacije do 2029. godine i dalje.

## Analiza postojećeg stanja

### Turistički resursi:

Destinacija se temelji na komplementarnim uporištima koja se u Planu opisuju kao termalna wellness jezgra u Tuheljskim Toplicama, kulturna i umjetnička jezgra (s naglaskom na sadržaje u Klanjcu i Velikom Trgovišću) te krajobrazne vrijednosti i boravak u prirodi. Ovakva struktura resursa omogućuje oblikovanje cjelovitog boravišnog doživljaja koji povezuje opuštanje, doživljaj baštine i aktivan boravak na otvorenom.

### Turistička infrastruktura:

Ključna infrastrukturna snaga destinacije nalazi se u razvijenoj termalnoj ponudi, dok Plan istovremeno prepoznaje važnost kontinuiranog podizanja kvalitete javne i posjetiteljske infrastrukture te usklađivanja informacija i signalizacije u prostoru. U komunikacijskom dijelu naglašava se potreba za jasnijim korisničkim uputama i sadržajima koji olakšavaju planiranje boravka, uz dosljedniju višejezičnost i stabilan sustav mjerenja učinaka komunikacije.

### Turistički promet:

Turistički promet u 2024. godini iznosi 72.341 dolazak i 180.276 noćenja, uz izrazitu prostornu koncentraciju u zoni Tuhelj, koja ostvaruje 71.285 dolazaka i 179.271 noćenje, zona Klanjec i Veliko Trgovišće sudjeluje u znatno manjem opsegu. Ova koncentracija potvrđuje potrebu da se razvoj ponude i upravljanje tokovima posjetitelja usmjeri i prema jačanju sadržaja izvan termalne jezgre.

### SWOT analiza:

U Planu se kao prednosti ističu prepoznatljivost termalne ponude, vrijedna kulturna i prirodna osnova te postojeći društveni kapital i motivacija lokalnih dionika. Kao razvojne teme koje traže dodatnu koordinaciju navode se bolja povezanost i objedinjavanje ponude, ujednačavanje standarda kvalitete, snažnija digitalna prezentacija te sustavnije upravljanje posjećivanjem, osobito u dijelu koji se odnosi na dolaske u kratkim vršnim intervalima.

## Vizija i strateški ciljevi

### Vizija:

Destinacija se prepoznaje kao **zeleni i kulturni biser kontinentalne Hrvatske**, mjesto susreta termalne revitalizacije, umjetničkog nadahnuća i aktivnog boravka u prirodi, a vizija turističkog razvoja destinacije glasi:

***“Biser Zagorja – zeleni i kulturni mozaik koji povezuje termalni wellness, umjetnost i prirodu, stvarajući doživljaje usklađene s ritmom zagorskog života.”***

### Strateški ciljevi:

1. Jačanje integriranog doživljaja destinacije (tematsko povezivanje triju središta) i objedinjavanje ponude;
2. Očuvanje i interpretacija kulturne i prirodne baštine;
3. Povećanje prepoznatljivosti i digitalne prisutnosti destinacije;
4. Razvijanje održivih oblika turizma i praćenje kapaciteta nosivosti destinacije.

## Operativni plan razvoja

### Ključni projekti:

Operativni plan razvoja definira projekte koji su grupirani po predviđenim mjerama, podupiru strateško usmjerenje i odgovaraju na uočene razvojne potrebe destinacije. U Planu su istaknuti sljedeći projekti:

- **Otkrij Biser Zagorja**, usmjeren na razvoj gotovih prijedloga boravka i tematskih itinerara koji povezuju ključne sadržaje destinacije (Mjera 1. Integrirano oblikovanje boravišnog doživljaja i objedinjavanje ponude);
- **Istaknuta (TOP) događanja Bisera Zagorja**, usmjeren na razvoj događanja kao alata za poticanje dolazaka izvan vršne sezone i produljenje boravka (Mjera 1. Integrirano oblikovanje boravišnog doživljaja i objedinjavanje ponude);
- **Galerija, baština i identitet Bisera Zagorja**, usmjeren na interpretaciju kulturnih sadržaja destinacije na način prilagođen posjetitelju (Mjera 2. Očuvanje i interpretacija kulturne i prirodne baštine);
- **Biciklistička staza Biser Zagorja**, usmjeren na razvoj aktivnog boravka u prostoru kroz infrastrukturno povezivanje i sigurnost korištenja (Mjera 3. Razvoj zelene i posjetiteljske infrastrukture);
- **Pedaliraj i uživaj! Biser Zagorja otkriva - Tuhelj bike!**, usmjeren na razvoj aktivnog boravka u prostoru kroz infrastrukturno povezivanje i sigurnost korištenja (Mjera 3. Razvoj zelene i posjetiteljske infrastrukture);
- **Pedaliraj i uživaj! Biser Zagorja otkrivaj - Klanjec bike!**, usmjeren na razvoj aktivnog boravka u prostoru kroz infrastrukturno povezivanje i sigurnost korištenja (Mjera 3. Razvoj zelene i posjetiteljske infrastrukture);
- **Izgradnja nogostupa uz Bolničku ulicu - Tuheljske Toplice**, usmjeren na razvoj aktivnog boravka u prostoru kroz infrastrukturno povezivanje i sigurnost korištenja (Mjera 3. Razvoj zelene i posjetiteljske infrastrukture);
- **Izgradnja nogostupa od D205 do parka tradicijskih igračaka u Svetom Križu - Tuheljske Toplice**, usmjeren na razvoj aktivnog boravka u prostoru kroz infrastrukturno povezivanje i sigurnost korištenja (Mjera 3. Razvoj zelene i posjetiteljske infrastrukture);
- **Održavanje mreže zelenih staza**, usmjeren na kontinuirano održavanje i nadogradnju mreže staza kao destinacijskog resursa (Mjera 3. Razvoj zelene i posjetiteljske infrastrukture);
- **Digitalna ulazna točka destinacije**, usmjeren na objedinjavanje informacija o ponudi i jačanje digitalne dostupnosti sadržaja (Mjera 4. Digitalna vidljivost i komercijalizacija ponude);
- **Program standarda i kompetencija**, usmjeren na podizanje standarda usluge i jačanje kompetencija dionika u turizmu (Mjera 5. Upravljanje ljudskim potencijalima).

### Promocija i marketing:

Plan polazi od identificirane potrebe da destinacija nastupa kao jedinstvena cjelina, uz jasnu poveznicu između ponude, informacija na terenu i prezentacije. U komunikacijskom dijelu naglašava se uloga mrežne stranice Turističke zajednice Biser Zagorja kao referentnog izvora informacija, uz snažnu ulogu društvenih mreža i

partnerskih kanala, uključujući županijski kanal Visit Zagorje te program Zagorje Card. Uočena je potreba za sadržajima koji posjetitelju olakšavaju planiranje boravka, za dosljednijom višejezičnošću te za redovitim mjerenjem učinaka komunikacije kroz definirane ciljeve i pokazatelje.

## **Plan provedbe i financiranja**

Plan aktivnosti podijeljen je u tri faze:

### **1. Kratkoročno (2026.-2027.)**

U kratkoročnom razdoblju fokus je na postavljanju zajedničke strukture ponude i operativnih temelja za upravljanje destinacijom kao jedinstvenom cjelinom. Pokreće se projekt "Otkrij Biser Zagorja" kroz izradu i standardizaciju itinerara za ključne ciljne skupine, uz izradu komunikacijskih materijala i dogovor minimalnih operativnih standarda na ulaznim točkama itinerara. Paralelno se nastavlja provedba kroz definiranje koncepta i godišnjeg ciklusa projekta "Istaknuta (TOP) događanja Bisera Zagorja". U području baštine uspostavlja se interpretacijski okvir projekta "Galerija, baština i identitet Bisera Zagorja", pripremaju se standardizirani obilasci, signalizacija i digitalni sadržaji. U infrastrukturi se provodi operativno održavanje i nadogradnja postojeće mreže staza kroz projekt "Održavanje mreže zelenih staza", uključujući dopune signalizacije, ujednačavanje prezentacije, pripremu zapisa za navigaciju te redoviti tisak promotivnih materijala, uz nastavak pripreme i početak provedbe projekata "Biciklistička staza Biser Zagorja", „Izgradnja nogostupa uz Bolničku ulicu - Tuheljske Toplice“ i „Izgradnja nogostupa od D205 do parka tradicijskih igračaka u Svetom Križu - Tuheljske Toplice“. U istom periodu se dovršavaju projekti „Pedaliraj i uživaj! Biser Zagorja otkriva“ u Tuhlju i Klanjcu, čime se komplementarno unaprjeđuje održiva mobilnost u destinaciji. U digitalnom dijelu provodi se sadržajno proširenje mrežne stranice kroz projekt "Digitalna ulazna točka destinacije", uz standardizirani prikaz itinerara i uvođenje vidljivog puta do upita ili rezervacije, te se pokreće projekt "Program standarda i kompetencija" kroz prvi ciklus edukacija i izradu praktičnih smjernica za kvalitetu usluge i lokalno utemeljenu gastronomsku ponudu.

### **2. Srednjoročno (2027.-2028.)**

U srednjoročnom razdoblju aktivnosti prelaze u fazu širenja, stabilizacije i mjerljivog jačanja učinaka kroz ponavljanje godišnjih ciklusa i nadogradnju sadržaja. Itinerari razvijeni u projektu "Otkrij Biser Zagorja" nadopunjuju se dodatnim sadržajima i prilagodbama prema povratnim informacijama posjetitelja i dionika, uz jačanje operativne usklađenosti ulaznih točaka i vidljivije objedinjavanje ponude. Projekt "Istaknuta događanja Bisera Zagorja" provodi se kroz ponovljene godišnje cikluse odabira, pripreme, provedbe i evaluacije, uz postupno jačanje dvodnevnih programskih koncepta i partnerskih aranžmana koji povezuju događanja s dodatnim sadržajima u destinaciji. U segmentu baštine očekuje se redovitija provedba standardiziranih obilazaka i edukativnih programa, uz održavanje i nadopunu signalizacije i digitalnih materijala. Projekt "Održavanje mreže zelenih staza" ulazi u stabilni režim redovite provjere stanja staza i oznaka, otklanjanja oštećenja, dopune informativnih ploča, nadogradnje navigacijskih zapisa i osvježavanja promotivnih materijala, pri čemu se mreža staza koristi kao pouzdan alat za upravljanje tokovima posjetitelja. U infrastrukturnom dijelu završava se provedba projekta "Biciklistička staza Biser Zagorja"

prema planiranim rokovima, nakon čega se staza integrira u komunikaciju i preporučene oblike kretanja, dok se projekti „Izgradnja nogostupa uz Bolničku ulicu - Tuheljske Toplice“ i „Izgradnja nogostupa od D205 do parka tradicijskih igračaka u Svetom Križu - Tuheljske Toplice“ nastavljaju provoditi prema predviđenoj dinamici. Digitalna ulazna točka se nadograđuje kroz kontinuirano ažuriranje kalendara događanja i sezonskih preporuka, uz jače povezivanje sadržaja s upitima i rezervacijama, dok se “Program standarda i kompetencija” provodi u ciklusima uz godišnje nadopune tema sukladno uočenim potrebama.

### **3. Dugoročno (2029.-2030.)**

U dugoročnom razdoblju naglasak je na konsolidaciji sustava, održavanju postignute razine kvalitete i daljnjem finom podešavanju modela upravljanja rastom potražnje. Itinerari, događanja i interpretacijski programi nastavljaju se provoditi kao standardizirani proizvodi destinacije, uz redovita ažuriranja sadržaja i operativnih elemenata kako bi ponuda ostala razumljiva, izvediva i tržišno jasna. Održavanje mreže zelenih staza ostaje kontinuirana obveza kroz redovitu provjeru označavanja i sigurnosti, dopune signalizacije, ažuriranja navigacijskih zapisa i obnovu promotivnih materijala, pri čemu se mreža staza koristi i za ravnomjernije prostorno usmjeravanje posjećivanja. Digitalna ulazna točka se koristi kao središnji izvor istinitih i ažurnih informacija, s naglaskom na korisničko iskustvo planiranja boravka i jasnu putanju do upita ili rezervacije, te na dosljednu provedbu komunikacijskog plana. “Program standarda i kompetencija” prelazi u ustaljeni model cjeloživotnog osnaživanja dionika kroz ponavljajuće edukacijske cikluse i praktične smjernice, kako bi se zadržala ujednačenost kvalitete usluge i podržao planirani prijelaz prema kraćem boravku s višom vrijednosti po posjetitelju. U ovoj fazi posebno je važno da se sve mjere vode kao zajednički proces destinacije, uz redovito praćenje napretka i prilagodbe koje proizlaze iz obveznih pokazatelja održivosti destinacije i pokazatelja prihvatnog kapaciteta destinacije.

#### **Izvori financiranja:**

Proračuni uključenih JLS, TZ Biser Zagorja, sredstva Krapinsko-zagorske županije, HTZ-a, Ministarstva turizma i sporta te EU fondova (Fond za zaštitu okoliša i energetsku učinkovitost, ITU, Interreg i sl.).

#### **Indikatori praćenja i evaluacija**

Za mjerenje uspješnosti implementacije Plana predviđeni su indikatori:

- Broj turističkih noćenja na 100 stanovnika u vrhu sezone (ZL-1)
- Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom (ZL-2)
- Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom turista i posjetitelja u destinaciji (ZT-1)
- Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim opterećenjem (TP-1)
- Prosječna duljina boravka turista u destinaciji (TP-2)
- Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom (PD-1)

Plan upravljanja destinacijom Biser Zagorja postavlja okvir za upravljanje razvojem turizma u razdoblju od 2026. do 2030. godine, uz naglasak na integriranom doživljaju, kvaliteti usluge, jačanju vidljivosti i upravljanju posjećivanjem. Ugrađeni mehanizmi praćenja, uključujući analizu prihvatnog kapaciteta, omogućuju donošenje odluka na

temelju podataka te prilagodbu provedbe u skladu s razvojnim potrebama destinacije i očekivanjima njezinih dionika.

## 1. Uvod

Pravna osnova za izradu i donošenje Plana proizlazi iz Zakona o turizmu (NN 156/23). Plan predstavlja planski dokument za razvoj održive destinacije te se izrađuje za razdoblje od četiri godine, na temelju Pravilnika.

Svrha je Planom odrediti smjer razvoja destinacije u skladu s aktima strateškog planiranja, prostornim planovima, planom upravljanja kulturnim dobrima i drugim važećim planovima i propisima s ciljem postizanja konkurentnosti, otpornosti i održivosti destinacije. Integrirano upravljanje destinacijom na temelju plana upravljanja je upravljanje svim elementima destinacije kroz procese vođenja, utjecaja i koordinacije koji pridonose razvoju turizma u smjeru održivosti pri čemu se uzimaju u obzir ekonomski, društveni, prostorni i ekološki utjecaji, priroda i okoliš, potrebe turista, lokalnog stanovništva i poduzetnika.

Plan sadrži analizu prihvatnog kapaciteta destinacije, analizu stanja, popis resursne osnove, obvezne pokazatelje održivosti na razini destinacije, razvojni smjer s mjerama i aktivnostima potrebnim za njegovo ostvarenje, prijedlog smjernica i preporuka za razvoj ili unaprjeđenje destinacije, popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti na razini destinacije te popis projekata od posebnog značaja za razvoj destinacije.

Plan se izrađuje u sljedećim fazama:

- pokretanje izrade Plana,
- izrada prijedloga Plana,
- javno savjetovanje o prijedlogu Plana,
- donošenje odluke turističke zajednice o upućivanju prijedloga Plana na usvajanje predstavničkom tijelu,
- usvajanje Plana na predstavničkom tijelu jedinice lokalne odnosno područne (regionalne) samouprave,
- objava Plana u službenom glasilu jedinice lokalne odnosno područne (regionalne) samouprave i na mrežnim stranicama turističke zajednice,
- dostava popisa projekata tijelu državne uprave nadležnom za turizam.

## 2. Izračun prihvatnog kapaciteta destinacije

### 2.1. Zakonska obveza izračuna prihvatnog kapaciteta destinacije

Prema Zakonu o turizmu (NN 156/23), izračun prihvatnog kapaciteta destinacije izrađuju turističke zajednice na razini destinacije u svrhu upravljanja turističkim tokovima u suradnji s drugim dionicima u sustavu turizma, a osobito u svrhu podrške lokalnoj i područnoj (regionalnoj) samoupravi za upravljanje destinacijom.

U smislu Zakona, prihvatni kapacitet destinacije je broj turista koji mogu posjetiti turističku destinaciju u isto vrijeme, ne uzrokujući pritom neprihvatljive poremećaje fizičke, gospodarske i sociokulturne okoline te smanjenje u zadovoljstvu posjetitelja, izrađen prema propisanoj metodologiji izračuna.

Izračun prihvatnog kapaciteta mora izrađivati turistička zajednica koja je djelomično ili u cijelosti osnovana na području jedinice lokalne samouprave koja je prema indeksu turističke razvijenosti razvrstana u kategoriju I. ili II.

Izračun prihvatnog kapaciteta destinacije predstavlja stručnu podlogu pri prostornom planiranju jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave za koju se izrađuje.

Faze provedbe izračuna prihvatnog kapaciteta definirane su Pravilnikom o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta (NN 112/2024):

- Definiranje i zoniranje područja obuhvata
- Odabir metodologije procjene prihvatnog kapaciteta
- Analiza razine nosivosti destinacije
- Procjena dostignute razine prihvatnog kapaciteta
- Analiza scenarija
- Zaključci i preporuke

### 2.2. Definiranje i zoniranje područja obuhvata

Analiza prihvatnog kapaciteta izrađuje se za područje Turističke zajednice Biser Zagorja, koje obuhvaća Općinu Tuhelj, Grad Klanjec i Općinu Veliko Trgovišće. Područje obuhvata definirano je u skladu s administrativnim granicama jedinica lokalne samouprave koje su udružene u turističku zajednicu te u skladu s prostornim i funkcionalnim karakteristikama turističke ponude. Takav pristup omogućuje da se prihvatni kapacitet razmatra na razini destinacije kao cjeline, ali i diferencirano, kroz prostorno-funkcionalne zone u kojima je intenzitet turističke aktivnosti i opterećenje prostora različito.

Polazište za definiranje područja obuhvata jest prepoznata identitetska struktura destinacije Biser Zagorja koja počiva na termalnom i *wellness* turizmu u Tuheljskim Toplicama, kulturnoj i umjetničkoj jezgri u Klanjcu te ruralnom, pejzažnom i obiteljskom okruženju s rastućim brojem kuća za odmor na području Velikog Trgovišća. U sklopu

ovoga dokumenta cjelina se tretira kao jedna funkcionalna destinacija, pri čemu je naglasak na razumijevanju kako turistička aktivnost utječe na prostor, komunalne sustave i lokalnu zajednicu u različitim dijelovima područja.

Zoniranje se provodi kako bi se uočile razlike u intenzitetu korištenja prostora, tipu turističkog proizvoda, razini infrastrukturne opremljenosti te osjetljivosti okoliša i zajednice na turističke pritiske. Kriteriji zoniranja uključuju administrativne granice, prostorne cjeline prepoznate u prostorno-planskoj dokumentaciji, koncentraciju smještajnih i uslužnih kapaciteta, obrasce turističke potražnje te očekivane razvojne pravce. Primjena ovih kriterija u slučaju destinacije Biser Zagorja dovela je do zaključka da je za prvu iteraciju izračuna prihvatnog kapaciteta optimalno definirati dvije prostorno-funkcionalne zone koje su unutar sebe dovoljno homogeno opterećene turizmom, a međusobno jasno različite.

Prva zona obuhvaća područje Općine Tuhelj i čini termalnu jezgru destinacije. U ovoj zoni nalaze se Terme Tuhelj sa smještajnim kapacitetima u hotelu, kampu i povezanim objektima, glavnina bazenskih, *wellness* i spa sadržaja te prateća ugostiteljska i uslužna ponuda. Ovdje se ostvaruje dominantan udio noćenja i dolazaka u destinaciji, a prisutan je i znatan volumen jednodnevnih posjeta. Posljedično, najveći dio pritiska na komunalnu infrastrukturu (vodoopskrba, odvodnja, gospodarenje otpadom), prometni sustav (prilazne ceste, parkirališta) i javne površine koncentriran je upravo u ovoj zoni. Zbog takve koncentracije aktivnosti, zona Tuheljskih Toplica predstavlja ključnu referentnu točku za analizu dosegnute razine nosivosti, procjenu rizika preopterećenja i planiranje infrastrukturnih i organizacijskih intervencija.

Izuzev zone Tuhlja koja obuhvaća Općinu Tuhelj, destinacija Biser Zagorja uključuje drugu zonu koja obuhvaća Grad Klanjec i područje Općine Veliko Trgovišće kao međusobno povezanu kulturnu, ruralnu i pejzažnu cjelinu. U Klanjcu se nalaze ključni kulturni i memorijalni sadržaji (umjetnička i sakralna baština, muzejsko-galerijske ustanove), dok se u Velikom Trgovišću prepoznaje rastući broj kuća za odmor, manjih smještajnih jedinica i lokalnih ugostiteljskih objekata. Prostor ove zone uključuje i vrijedne krajobrazne cjeline i rekreacijske koridore koji se postupno stavljaju u funkciju aktivnosti na otvorenom. Turistička aktivnost u zoni Klanjca i Velikog Trgovišća prostorno je disperzirana te je, u usporedbi s termalnom jezgrom, intenzitet opterećenja prostora i komunalnih sustava niži. Međutim, riječ je o području s izraženim razvojnim potencijalom, osobito u segmentu kulturnog, edukativnog i ruralnog turizma te boravka u kućama za odmor, zbog čega je nužno pravodobno pratiti učinke rasta na kvalitetu života stanovnika, promet, izgled prostora i dostupnost stanovanja.

Ovakvo zoniranje omogućuje da se obvezni pokazatelji prihvatnog kapaciteta i odabrani dodatni pokazatelji izračunaju i interpretiraju na način koji odražava stvarne razlike između termalne jezgre i preostalog dijela destinacije. U zoni Tuhlja naglasak će biti na pokazateljima vezanima uz smještajne kapacitete, intenzitet turističke potražnje, opterećenje komunalne i prometne infrastrukture te percepciju gužvi i opterećenja od strane stanovnika i posjetitelja. U zoni Klanjca i Velikog Trgovišća prioritet će biti praćenje razvoja raspršenih smještajnih kapaciteta, korištenja kulturnih i prirodnih lokaliteta, opterećenja lokalne prometne mreže i vizualno–krajobraznih utjecaja.

Istodobno se zadržava mogućnost da se u sljedećim ciklusima mjerenja zoniranje dodatno precizira, primjerice kroz izdvajanje zasebne *outdoor* podzone s naglašenim rekreacijskim i krajobraznim funkcijama. U ovoj fazi, dvije definirane zone predstavljaju funkcionalno i metodološki uravnotežen okvir koji je dovoljno detaljan da otkrije ključne razvojne napetosti, a dovoljno jednostavan da se na osnovi dostupnih podataka mogu provesti svi propisani izračuni.

Definiranjem područja obuhvata i zoniranjem destinacije postavljen je temelj za izračun pokazatelja prihvatnog kapaciteta, procjenu dostignute razine nosivosti i izradu razvojnih scenarija. Ovaj korak osigurava da će daljnje analize, zaključci i preporuke biti usmjereni na stvarne prostorne cjeline i konkretne obrasce opterećenja, čime se analitički dio izračuna izravno povezuje s upravljačkim i planskim odlukama na razini Turističke zajednice Biser Zagorja i nadležnih jedinica lokalne samouprave.

### 2.3. Odabir metodologije procjene prihvatnih kapaciteta

Metodologija procjene prihvatnih kapaciteta destinacije Biser Zagorja utemeljena je na važećem nacionalnom normativnom okviru, odnosno Pravilnikom o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta (NN 112/2024) i pripadajućim Smjernicama za izračun obaveznih pokazatelja prihvatnog kapaciteta destinacije (MINTS, 2025.), uz prilagodbu specifičnostima destinacije i razini dostupnih podataka. Polazište je obveza obuhvaćanja svih propisanih pokazatelja prihvatnog kapaciteta i razine nosivosti te njihova interpretacija u kontekstu prepoznate identitetske strukture destinacije (*wellness*, kultura, priroda) i definiranih zona Tuheljske Toplice te Klanjec i Veliko Trgovišće. Metodološki pristup stoga kombinira standardizirani, kvantitativni izračun pokazatelja s kvalitativnim uvidima dobivenima izravno od stanovnika i posjetitelja, kako bi se bročane vrijednosti dopunile razumijevanjem stvarnog doživljaja opterećenja prostora i kvalitete života.

Kao osnovni izvor kvantitativnih podataka korišteni su sekundarni izvori: službena turistička statistika, podatci eVisitor sustava, dostupni statistički podatci za područje jedinica lokalne samouprave koje čine destinaciju, podatci komunalnih i drugih javnih sustava (vodoopskrba, odvodnja, otpad, promet) te postojeća prostorno-planska i strateška dokumentacija. Na temelju tih izvora izrađene su serije podataka za ključne obvezne pokazatelje, poput broja dolazaka i noćenja, smještajnih kapaciteta, intenziteta turizma u odnosu na broj stanovnika, opterećenja pojedinih infrastrukturnih sustava, korištenja prostora i osnovnih okolišnih pritisaka. Svaki pokazatelj, gdje je to bilo moguće, izračunat je zasebno za zonu Tuheljskih Toplica te za zonu Klanjca i Velikog Trgovišća, a zatim interpretiran i na razini destinacije u cjelini u vremenskom horizontu od pet godina. U slučajevima u kojima podatci nisu bili dostupni na razini zone, izračuni su provedeni za područje obuhvata, uz jasno navođenje ograničenja i preporuku za unapređenje evidencije u sljedećem ciklusu. U nekim slučajevima, poput potrošnje struje, podatke nije bilo moguće ishoditi od nadležnih službi, te u ovom trenutku za dio pokazatelja nije bilo moguće napraviti izračun.

Kvantitativni pristup nadopunjen je primarnim istraživanjem stavova stanovnika te turista i jednodnevnih posjetitelja provedenim putem anketnih upitnika. Upitnici za stanovništvo usmjereni su na percepciju utjecaja turizma na kvalitetu života, infrastrukturu, javni prostor, okoliš, promet i opći doživljaj razvoja destinacije, dok su upitnici za posjetitelje obuhvatili zadovoljstvo boravkom, doživljaj gužvi i opterećenja, percepciju uređenosti i sigurnosti i sl. Ovi kvalitativni uvidi uključeni su u analizu kao ključan korektiv brojčanim pokazateljima. Primjerice, razina formalno izračunanog opterećenja određenog sustava uspoređivala se s percepcijom stanovnika o tome smatraju li da je taj sustav preopterećen, dok se podatci o broju posjetitelja i noćenja uspoređuju sa subjektivnim doživljajem gužvi i pritiska na javne prostore.

Odabir kombiniranog pristupa – sekundarni kvantitativni podatci i primarni kvalitativni uvidi – omogućuje da analiza prihvatnih kapaciteta ne ostane na razini čisto tehničkog izračuna, nego da u najvećoj mogućoj mjeri reflektira stvarnu situaciju na terenu. Numerički pokazatelji daju temeljnu sliku opterećenja resursa, infrastrukture i prostora, dok anketni uvidi pomažu razumjeti gdje lokalna zajednica i posjetitelji već sada percipiraju granice prihvatljivosti. Ovakva metodologija posebno je važna u prvoj iteraciji izrade analize prihvatnih kapaciteta, u kojoj dio podataka još nije dostupan u idealnoj prostornoj i vremenskoj razlučivosti. Time se omogućuje da se i u uvjetima ograničenih podataka donesu utemeljeni zaključci o prioritetnim područjima rizika i da se paralelno s primjenom metodologije postave zahtjevi za unapređenjem sustava prikupljanja podataka u budućnosti.

Konačno, metodologija procjene prihvatnih kapaciteta u destinaciji Biser Zagorja osmišljena je kao proces koji se može ponavljati i nadograđivati. U ovoj fazi ona osigurava usklađenost s propisanim obveznim pokazateljima, razlikovanje dviju funkcionalnih zona i integraciju percepcije ključnih dionika u analizu. U idućim ciklusima, kako se budu poboljšavali administrativni i statistički izvori podataka te sustavno provodila anketna ispitivanja, očekuje se dodatno finije zoniranje, uključivanje većeg broja trendovskih serija i preciznije određivanje pragova prihvatljivosti za pojedine sustave. Na taj način odabrana metodologija ne predstavlja samo jednokratni analitički alat, nego i okvir za kontinuirano upravljanje nosivim kapacitetom destinacije.

Metodološka objašnjenja izračuna obveznih pokazatelja nosivosti destinacije temelje se na Smjernicama za izračun obaveznih pokazatelja prihvatnog kapaciteta destinacije (MINTS, 2025.), te su izložena u okviru analize razine nosivosti destinacije.

## 2.4. Analiza razine nosivosti destinacije

Analiza razine nosivosti destinacije predstavlja središnji analitički dio Plana upravljanja destinacijom, u kojem se, na temelju definirane metodologije i dostupnih podataka, provodi izračun obveznih pokazatelja prihvatnog kapaciteta za područje TZ Biser Zagorja. U ovoj fazi pokazatelji se, gdje god je to podatkovno moguće, izračunavaju odvojeno za zonu Tuheljskih Toplica te za zonu Klanjca i Velikog Trgovišća, a zatim se interpretiraju na razini destinacije u cjelini. Kroz kvantitativne pokazatelje obuhvaćaju se ključni aspekti opterećenja prostora, infrastrukture, okoliša i lokalne zajednice turizmom, dok se

njihova tumačenja nadovezuju na kvalitativne uvide dobivene anketiranjem stanovnika i posjetitelja. Cilj analize nije samo utvrditi trenutačnu razinu iskorištenosti kapaciteta, nego i prepoznati zone i sustave koji su blizu granice prihvatljivosti ili u kojima postoje rizici daljnjeg rasta opterećenja, kako bi buduće upravljačke mjere bile pravodobne, usmjerene i utemeljene na dokazima.

## 2.4.1. Institucionalni i strateški okvir

### 2.4.1.1. Stav o turizmu kao faktoru povećanja blagostanja stanovnika

Pokazatelj	Stav o turizmu kao faktoru povećanja blagostanja stanovnika	
<b>Povezanost pokazatelja sa sustavima</b>	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	ETIS: Utjecaj turizma na kvalitetu života u destinaciji UNWTO – MST: Percepcija o negativnom i pozitivnom doprinosu turizma dobrobiti lokalnog stanovništva OECD: Indeks boljeg života
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 6. stavak 1. – dionici u sustavu turizma (lokalno stanovništvo) Članak 12. stavak 1. – razvoj turizma u smjeru održivosti te unaprjeđenja uvjeta života lokalnog stanovništva
	Povezanost sa SDG	Cilj 8 – Uključiv i održiv ekonomski rast, puna i produktivna zaposlenost te dostojanstveni rad za sve Cilj 11 – Održivi gradovi i zajednice
	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu; Konkurentan i inovativan turizam Poseban cilj 3. Smanjenje negativnog utjecaja turizma na sastavnice okoliša, prirodu i prostor Posebni cilj 5. Jačanje ljudskih potencijala u turizmu
<b>Obilježja pokazatelja</b>	Definicija	Pokazatelj predstavlja procjenu udjela (%) lokalnih stanovnika s pozitivnom percepcijom cjelokupnih učinaka turizma na kvalitetu života u destinaciji.
	Opis	Prema teoriji društvene razmjene, kao dominantnom teorijskom modelu podrške razvoju turizma, lokalno stanovništvo procjenjuje koristi (npr. ekonomski rast, poboljšanje infrastrukture) i troškove (npr. povećanje troškova života, gubitak kulturnog identiteta) turizma. Percepcija da su koristi veće od troškova povećava vjerojatnost pozitivnog stava prema turizmu. U suprotnom, povećava se vjerojatnost negativnog stava prema turizmu. Stoga praćenje percepcije cjelokupnih učinaka turizma na život u destinaciji predstavlja osnovicu za održivo planiranje i upravljanje

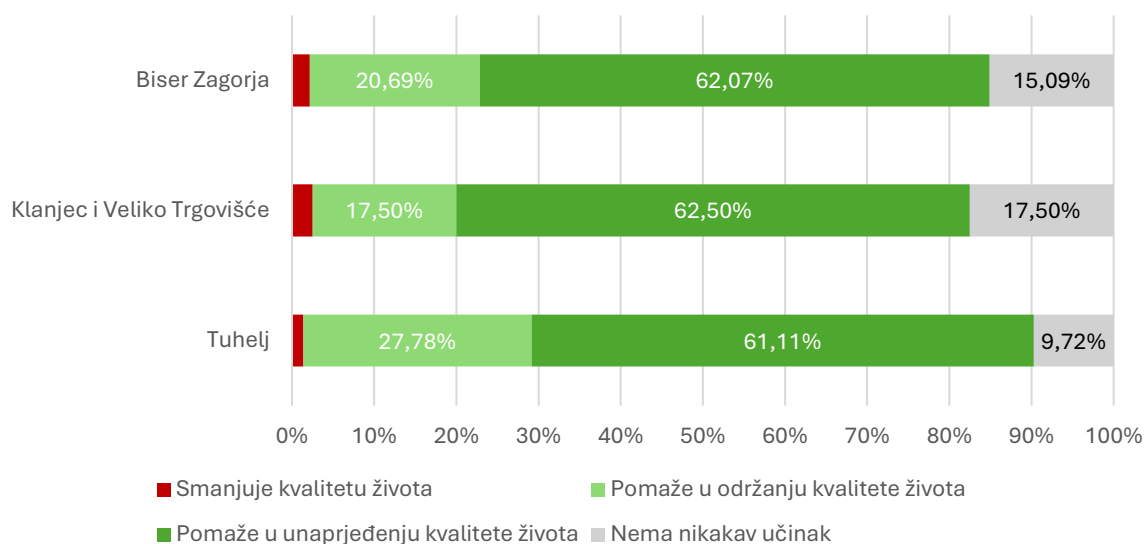
		turizmom.
<b>Podatci</b>	Naziv podataka	Percepcija cjelokupnih učinaka turizma na kvalitetu života u destinaciji.
	Mjerna jedinica	Udio (%) lokalnih stanovnika s pozitivnom percepcijom cjelokupnih učinaka turizma na kvalitetu života u destinaciji
	Izvor podataka/potencijalni izvor	Anketa lokalnog stanovništva
	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	Podatak nije dostupan, nužno je prikupljanje podataka primarnim istraživanjem
	Periodičnost prikupljanja podataka	Svake četiri godine
<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>	<p>Udio (%) lokalnih stanovnika s pozitivnom percepcijom cjelokupnih učinaka turizma na život u destinaciji procjenjuje se sljedećim pitanjem:</p> <p><i>PH1. Razmislite kako sve turizam utječe na svakodnevni život u Vašem mjestu – na lokalno gospodarstvo, okoliš, dostupnost javnih sadržaja, sigurnost u mjestu, društveni život, cijene i slično. Uzimajući u obzir i dobre i loše strane turizma, smatrate li da je život u Vašem mjestu:</i></p> <p><i>Označite samo jedan odgovor!</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><i>1) Smanjuje kvalitetu života</i></li> <li><i>2) Pomaže u održanju kvalitete života</i></li> <li><i>3) Pomaže u unaprijeđenu kvalitete života</i></li> <li><i>4) Nema nikakav učinak</i></li> </ol> <p>Udio lokalnog stanovništva s pozitivnom percepcijom utjecaja turizma na kvalitetu života u destinaciji računa se kao omjer broja ispitanika koji smatraju da turizam pomaže u održanju ili unapređenju kvalitete života u mjestu i ukupnog broja ispitanika.</p> $\% \text{ stanovnika s pozitivnom percepcijom utjecaja turizma na kvalitetu života} = \frac{\text{broj ispitanika koji su odgovorili 2 ili 3 na pitanje PH1}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH1}} \times 100$	

<b>Učestalost mjerenja</b>	Svake četiri godine
<b>Zoniranje</b>	Izračun za cijelu destinaciju, izračun po unaprijed utvrđenim zonama
<b>Ograničenja i perspektive pokazatelja</b>	

Sukladno podacima dobivenima kroz analizu anketnog upitnika za stanovništvo, koji je popunilo ukupno 232 stanovnika destinacije, njih 192 odnosno 82,76% smatra kako turizam pozitivno utječe na kvalitetu svakodnevnog života u destinaciji (odgovori *Pomaže u održanju kvalitete života* i *Pomaže u unaprijeđenju kvalitete života*). Podatci su prikazani na narednom grafikonu:

Grafikon 1. Stavovi stanovnika destinacije o utjecaju turizma na kvalitetu života na razini zona i destinacije Biser Zagorja

### Percepcija utjecaja turizma na kvalitetu svakodnevnog života u destinaciji



Izvor: Anketno ispitivanje stavova lokalnog stanovništva o turizmu (2025.)

Gledano po zonama, ispitanici iz zone Tuhlja u nešto većoj mjeri smatraju kako turizam pozitivno utječe na kvalitetu svakodnevnog života u destinaciji (88,89%) od ukupnog uzorka, dok ispitanici iz zone Klanjca i Velikog Trgovišća u nešto manjoj mjeri smatraju kako turizam pozitivno utječe na kvalitetu svakodnevnog života u destinaciji (80,00%) od ukupnog uzorka. Kako bilo, s obzirom da je i na razini analiziranih zona i na razini cjelokupne destinacije promatrana vrijednost visoka bez značajnih razlika, zaključuje se kako stanovnici destinacije imaju pozitivan stav o turizmu kao faktoru povećanja blagostanja stanovnika, bez obzira na lokaciju stanovanja u destinaciji.

Na razini obje analizirane zone, rezultati anketnog ispitivanja pokazuju da stanovnici pretežno doživljavaju turizam kao važan čimbenik podizanja kvalitete života i lokalnog blagostanja, pri čemu je potpora turizmu nešto izraženija u zoni Tuheljske Toplice, gdje su učinci turizma vidljiviji kroz zapošljavanje i javne prihode. U zoni Klanjec i Veliko

Trgovišće turistička aktivnost je manjeg intenziteta, ali se jednako prepoznaje njezin razvojni potencijal i mogućnost dodatne zarade kroz privatni smještaj i uključivanje u turističku ponudu. Na razini destinacije u cjelini može se zaključiti da je društvena nosivost za daljnji razvoj turizma povoljna: većina stanovnika podržava turizam, ne percipira ga kao dominantan izvor problema te ga vidi kao poželjan smjer budućeg gospodarskog razvoja, uz očekivanje da se rast odvija koordinirano i uz poštovanje lokalnih interesa.

## 2.4.2. Smještajni kapaciteti

### 2.4.2.1. Omjer broja kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor u odnosu na 100 stanovnika

Pokazatelj		Omjer broja kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor u odnosu na 100 stanovnika
<b>Povezanost pokazatelja sa sustavima</b>	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	UNWTO – MST/ETIS (prilagodba) - Broj turističkih kreveta na 100 stanovnika
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. - zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom/održivo upravljanje prostorom
	Povezanost sa SDG-ovima	Cilj 11 – Održivi gradovi i zajednice Cilj 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja
	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu Posebni cilj: Smanjenje negativnog utjecaja turizma na sastavnice okoliša, prirodu i prostor
<b>Obilježja pokazatelja</b>	Definicija	Pokazateljem se definira omjer ukupnog broja kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam (kuće i stanove za odmor iz podataka Porezne uprave umanjene za kuće i stanove za odmor s rješenjem o pružanju komercijalnih usluga smještaja) u destinaciji/zoni, u odnosu na stotinu stalnih stanovnika.
	Opis	Ovim pokazateljem se procjenjuje intenzitet turizma, odnosno razina objektivnog opterećenja koju turizam u periodu glavne turističke sezone (mjerene mjesecom s najvećim ostvarenim brojem noćenja u godini) stvara po lokalno stanovništvo, ali i na prostor te infrastrukturu.

<b>Podatci</b>	Naziv podataka	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Broj turističkih kreveta u komercijalnim smještajnim kapacitetima u destinaciji u mjesecu s najvećim ostvarenim brojem noćenja</li> <li>2. Procijenjeni broj turističkih kreveta u kućama i stanovima za odmor u destinaciji koji se ne koriste za kratkoročni najam (kuće i stanove za odmor iz podataka Porezne uprave umanjene za kuće i stanove za odmor s rješenjem o pružanju komercijalnih usluga smještaja) u mjesecu s najvećim ostvarenim brojem noćenja</li> <li>3. Broj stanovnika destinacije</li> </ol>
	Mjerna jedinica	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Krevet</li> <li>2. Krevet</li> <li>3. Stanovnik</li> </ol>
	Izvor podataka/potencijalni izvor	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. eVisitor,</li> <li>2. eVisitor / podatci JLS o broju stambenih objekata koji se koriste za odmor, podatci institucija (npr. Porezna uprava) koje provode naplatu poreza na kuće za odmor</li> <li>3. Državni zavod za statistiku, baza „Gradovi u statistici“- Procjena stanovništva, stanje na dan 31. prosinca (<a href="https://podatci.dzs.hr/media/bz5hplcj/gradovi-u-statistici.xlsx">https://podatci.dzs.hr/media/bz5hplcj/gradovi-u-statistici.xlsx</a>)</li> </ol>
	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Podatci su dostupni</li> <li>2. Podatci su djelomično dostupni</li> <li>3. Podatci su dostupni</li> </ol>
	Periodičnost prikupljanja podataka	Jednom godišnje
<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>		<p><i>broj kreveta u komercijalnom smještaju i kućama i stanovima za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam na 100 stalnih stanovnika</i></p> $= \frac{K_{KK} + K_{KO}}{S} \times 100$ <p>gdje je</p> <p><math>K_{KK}</math> – broj turističkih kreveta u komercijalnim smještajnim kapacitetima u destinaciji u mjesecu s najvećim ostvarenim brojem noćenja,</p> <p><math>K_{KO}</math> – procijenjeni broj kreveta u kućama i stanovima za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam u destinaciji,</p> <p><math>S</math> – broj stalnih stanovnika u destinaciji,</p>

	<p>pri čemu se <math>K_{KO}</math> procjenjuje kao umnožak broja kuća i stanova za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam, <math>ON</math>, i prosječnog broja kreveta u objektima koji su u sustavu eVisitor registrirani kao Izvorna stara obiteljska kuća (vikendica), Kuća za odmor (vikendica) ili Stan za odmor (vikendica), <math>\Phi K_{KO}</math>,</p> <p style="text-align: center;"><i>broj kreveta u objektima koji su u sustavu eVisitor registrirani kao Izvorna stara obiteljska kuća (vikendica), Kuća za odmor (vikendica) ili Stan za odmor (vikendica)</i></p> <p><math>\Phi K_{KO} =</math> _____</p> <p style="text-align: center;"><i>broj objekata koji su u sustavu eVisitor registrirani kao Izvorna stara obiteljska kuća (vikendica), Kuća za odmor (vikendica) ili Stan za odmor (vikendica)</i></p> <p style="text-align: center;"><math>K_{KO} = ON \times \Phi K_{KO}</math></p>
<b>Učestalost mjerenja</b>	Svake četiri godine
<b>Zoniranje</b>	izračun po unaprijed utvrđenim zonama
<b>Ograničenja pokazatelja i perspektive</b>	Ograničenje je činjenica da je broj kreveta utemeljen na procjeni. Ukoliko se zona ne poklapa s destinacijom JLS, tada je potrebna dodatna obrada podataka iz eVisitora i Porezne uprave u svrhu izračuna $K_{KO}$ .

Sukladno metodologiji izračuna, za izračun predmetnog pokazatelja potrebni su sljedeći podatci:

1. Broj turističkih kreveta u komercijalnim smještajnim kapacitetima u destinaciji u mjesecu s najvećim ostvarenim brojem noćenja
2. Procijenjeni broj turističkih kreveta u kućama i stanovima za odmor u destinaciji koji se ne koriste za kratkoročni najam (kuće i stanove za odmor iz podataka Porezne uprave umanjene za kuće i stanove za odmor s rješenjem o pružanju komercijalnih usluga smještaja) u mjesecu s najvećim ostvarenim brojem noćenja
3. Broj stanovnika destinacije.

Kako podatak o procijenjenom broju turističkih kreveta u kućama i stanovima za odmor u destinaciji koji se ne koriste za kratkoročni najam nije na raspolaganju na razini uključenih JLS, te isti na zahtjev nisu dostavljeni od strane Porezne uprave, za izračun pokazatelja napravljena je procjena na temelju podataka iz sustava eVisitor. Rezultati su izloženi u tablici u nastavku:

Tablica 1. Broj kreveta u komercijalnom smještaju i kućama i stanovima za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam na 100 stalnih stanovnika 2020.-2024. godine

Broj kreveta u komercijalnom smještaju i kućama i stanovima za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam na 100 stalnih stanovnika	2020	2021	2022	2023	2024
Tuhelj	35,68	35,28	35,25	34,36	34,01
Klanjec i Veliko Trgovišće	15,90	16,13	16,45	16,62	16,81
Biser Zagorja	20,35	20,48	20,84	20,83	20,94

Izvori: eVisitor, Državni zavod za statistiku, baza „Gradovi u statistici“ - Procjena stanovništva, stanje na dan 31. prosinca

Kako je vidljivo iz navedenih podataka, u promatranom vremenskom horizontu na razini zone Klanjec i Veliko Trgovišće intenzitet turizma u kontekstu broja kreveta u komercijalnom smještaju i kućama i stanovima za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam na 100 stalnih stanovnika je u blagom porastu, no zadržava se na relativno niskim razinama. S druge strane, na razini zone Tuhlja intenzitet turizma u ovom kontekstu je na umjerenj razini, te je uočen blagi trend pada vrijednosti pokazatelja u periodu 2020.-2024. godine. Na razini destinacije intenzitet je u blagom porastu u promatranom periodu, te se zadržava na relativno niskim razinama. Iz navedenog je vidljivo kako je intenzitet turizma u kontekstu broja kreveta u komercijalnom smještaju i kućama i stanovima za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam na 100 stalnih stanovnika na razini destinacije, odnosno zone Klanjec i Veliko Trgovišće, relativno nizak s tendencijom blagog rasta, dok je na razini destinacije Tuhelj na umjerenj razini s tendencijom blagog pada. Zaključuje se kako razina objektivnog opterećenja koju turizam u periodu glavne turističke sezone (mjerene mjesecom s najvećim ostvarenim brojem noćenja u godini) stvara po lokalno stanovništvo, ali i na prostor te infrastrukturu u ovom kontekstu nije značajna.

#### 2.4.2.2. Omjer broja kreveta u nekomercijalnom smještaju u odnosu na 100 stanovnika

Pokazatelj	Omjer broja kreveta u nekomercijalnom smještaju u odnosu na 100 stanovnika
<b>Povezanost pokazatelja sa sustavima</b>	
Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	UNWTO – MST/ETIS (prilagodba) - Broj turističkih kreveta na 100 stanovnika
Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. – zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom/održivo upravljanje prostorom
Povezanost sa SDG-ovima	Cilj 11 – Održivi gradovi i zajednice Cilj 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja
Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu Posebni cilj: Smanjenje negativnog utjecaja turizma na sastavnice okoliša, prirodu i prostor

<b>Obilježja pokazatelja</b>	Definicija	Pokazateljem se definira omjer broja kreveta u nekomercijalnom smještaju (kućama i stanovima za odmor) u destinaciji u odnosu na stotinu stalnih stanovnika.
	Opis	Ovim pokazateljem se procjenjuje intenzitet turizma, odnosno razina objektivnog opterećenja koju turizam u periodu glavne turističke sezone stvara po lokalno stanovništvo, ali i na prostor te infrastrukturu.
<b>Podatci</b>	Naziv podataka	1. Broj turističkih kreveta u nekomercijalnom smještaju 2. Broj stanovnika destinacije
	Mjerna jedinica	1. Krevet 2. Stanovnik
	Izvor podataka/potencijalni izvor	1. eVisitor 2. Državni zavod za statistiku, baza „Gradovi u statistici“ - Procjena stanovništva, stanje na dan 31. prosinca ( <a href="https://podatci.dzs.hr/media/bz5hplcj/gradovi-u-statistici.xlsx">https://podatci.dzs.hr/media/bz5hplcj/gradovi-u-statistici.xlsx</a> )
	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	1. Podatak je dostupan 2. Podatak je dostupan
	Periodičnost prikupljanja podataka	Jednom godišnje
<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>		$\text{broj kreveta u nekomercijalnom smještaju na } \frac{K_{NO}}{S} \times 100$ <p style="text-align: center;"><i>100 stalnih stanovnika</i></p> <p>gdje su  <math>K_{NO}</math> – broj kreveta u nekomercijalnom smještaju  <math>S</math> – broj stalnih stanovnika u destinaciji</p>
<b>Učestalost mjerenja</b>		Svake četiri godine
<b>Zoniranje</b>		izračun po unaprijed utvrđenim zonama
<b>Ograničenja pokazatelja i perspektive</b>		

Sukladno definiranoj metodologiji, napravljen je izračun omjera broja kreveta u nekomercijalnom smještaju u odnosu na 100 stanovnika u periodu 2020.-2024. godine te su rezultati prikazani u tablici u nastavku:

Tablica 2. Intenzitet stacionarnog turizma 2020.-2024. godine na razini zona i destinacije

Omjer broja kreveta u nekomercijalnom smještaju u odnosu na 100 stanovnika	2020	2021	2022	2023	2024
Tuhelj	0,83	0,83	0,81	0,79	0,78
Klanjec i Veliko Trgovišće	10,45	10,50	10,61	10,63	10,69
Biser Zagorja	8,28	8,30	8,32	8,29	8,31

Izvori: eVisitor, Državni zavod za statistiku, baza „Gradovi u statistici“ - Procjena stanovništva, stanje na dan 31. prosinca

Kako je vidljivo iz navedenih podataka, u promatranom vremenskom horizontu na razini zone Klanjec i Veliko Trgovišće intenzitet turizma u kontekstu broja kreveta u nekomercijalnom smještaju je u blagom porastu i zadržava se na relativno visokim razinama. S druge strane, na razini zone Tuhlja intenzitet turizma u kontekstu broja kreveta u nekomercijalnom smještaju je na niskoj razini, te je uočen blagi trend pada vrijednosti pokazatelja u periodu 2020-2024. godine. Na razini destinacije intenzitet je u stagnaciji u promatranom periodu, te se zadržava na relativno visokim razinama. Iz navedenog se zaključuje kako je intenzitet turizma u kontekstu broja kreveta u nekomercijalnom smještaju na razini destinacije, odnosno zone Klanjec i Veliko Trgovišće, relativno visok, dok je na razini destinacije Tuhelj nizak.

#### 2.4.2.3. Omjer broja smještajnih objekata u domaćinstvu te kućama i stanovima za odmor u odnosu na broj stanova za stalno stanovanje

Pokazatelj		Omjer broja smještajnih objekata u domaćinstvu te kućama i stanovima za odmor u odnosu na broj stanova za stalno stanovanje
<b>Povezanost pokazatelja sa sustavima</b>	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	ETIS - Broj kuća i stanova za odmor na 100 objekata za stalno stanovanje (prilagođeno)
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. – održivo upravljanje destinacijom, održivo upravljanje prostorom
	Povezanost sa SDG-ovima	Cilj 11 – Održivi gradovi i zajednice
	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam; Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu Poseban cilj: 1. Razvoj vremenski i prostorno ravnomjernije raspoređenog turističkog prometa; 3. Smanjenje negativnog utjecaja turizma na sastavnice okoliša prirodu i prostor

<b>Obilježja pokazatelja</b>	Definicija	Pokazateljem se definira odnos broja smještajnih objekata za iznajmljivanje u domaćinstvu te kuća/stanova za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam prema broju stanova za stalno stanovanje u destinaciji
	Opis i svrha	Veliki broj nekretnina koji služe kao smještajni objekti u domaćinstvu, te kuće i stanovi za odmor mogu promijeniti prirodu destinacije, naročito kada broj kuća i stanova za odmor preraste broj objekata za stalno stanovanje. Zbog toga ovaj pokazatelj može pomoći prepoznavanju tog fenomena prije nego što postane problem.
<b>Podatci</b>	Naziv podataka	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Broj komercijalnih smještajnih objekata registriranih u eVisitoru kao podvrste Objekti u domaćinstvu, Apartman, Kuća za odmor, Sobe za iznajmljivanje i Studio apartman.</li> <li>2. Broj kuća i stanova za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam</li> <li>3. Broj stanova za stalno stanovanje</li> </ol>
	Mjerna jedinica	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Broj smještajni objekata</li> <li>2. Broj objekata</li> <li>3. Broj stanova</li> </ol>
	Izvor podataka/ potencijalni izvor	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. eVisitor</li> <li>2. eVisitor/ podatci JLS o broju stambenih objekata koji se koriste za odmor, podatci nadležnog poreznog tijela koje je člankom 2. stavkom 1. Zakona o lokalnim porezima definirano kao porezno tijelo JLP(R)S u čijem su djelokrugu poslovi utvrđivanja, nadzora i naplate poreza ili ispostava Porezne uprave.</li> <li>3. Podatci JLS.</li> </ol>
	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	1.-3. Dostupno
	Periodičnost prikupljanja podataka	1.-3. Jednom godišnje
<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>	<p><i>Broj smještajnih objekata u domaćinstvu te kuća i stanova za odmor na broj stanova za stalno stanovanje</i>, <math display="block">= \frac{O_{SD} + O_N}{O_{SS}}</math></p> <p>Gdje su:</p> <p><math>O_{SD}</math> – broj komercijalnih smještajnih objekata registriranih u eVisitoru kao podvrste Objekti u</p>	

	<p>domaćinstvu, Apartman, Kuća za odmor, Sobe za iznajmljivanje i Studio apartman.</p> <p><math>O_N</math> – broj kuća i stanova za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam</p> <p><math>O_{SS}</math> – broj objekata koji se koriste za stalno stanovanje</p>
<b>Učestalost mjerenja</b>	Svake četiri godine
<b>Zoniranje</b>	Izračun po unaprijed utvrđenim zonama
<b>Ograničenja pokazatelja i perspektive</b>	Poželjno u budućnosti razmatrati izračun pokazatelja na temelju površine objekata.

Sukladno metodologiji izračuna, za izračun predmetnog pokazatelja potrebni su sljedeći podatci:

1. Broj komercijalnih smještajnih objekata registriranih u eVisitoru kao podvrste Objekti u domaćinstvu, Apartman, Kuća za odmor, Sobe za iznajmljivanje i Studio apartman;
2. Broj kuća i stanova za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam;
3. Broj stanova za stalno stanovanje.

Kako podatak o broju stanova za stalno stanovanje na razini uključenih nije raspoloživ od strane uključenih JLS, korišteni su podatci iz popisa stanovništva 2021. godine. Izračun pokazatelja napravljen je za period 2020.-2024. godine, pod pretpostavkom da broj stanova za stalno stanovanje na razini uključenih zona nije značajno varirao u promatranom periodu. Rezultati su izloženi u tablici u nastavku:

*Tablica 3. Omjer broja smještajnih objekata u domaćinstvu te kućama i stanovima za odmor u odnosu na broj stanova za stalno stanovanje*

<b>Omjer broja smještajnih objekata u domaćinstvu te kućama i stanovima za odmor u odnosu na broj stanova za stalno stanovanje</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
Tuhelj	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05
Klanjec i Veliko Trgovišće	0,17	0,17	0,17	0,17	0,17
Biser Zagorja	0,14	0,14	0,14	0,14	0,15

Izvori: eVisitor, Popisa stanovništva 2021. godine

Kako je vidljivo iz navedenih podataka, u promatranom vremenskom horizontu na razini zone Klanjec i Veliko Trgovišće intenzitet turizma u kontekstu omjera broja smještajnih objekata u domaćinstvu te kućama i stanovima za odmor u odnosu na broj stanova za stalno stanovanje stagnira i zadržava se na relativno niskim razinama. Također, na razini zone Tuhlja kao i na razini destinacije intenzitet turizma u ovom kontekstu stagnira, te se zadržava na relativno niskoj razini. Iz navedenog se zaključuje kako je intenzitet turizma u kontekstu omjera broja smještajnih objekata u domaćinstvu te kućama i stanovima za odmor u odnosu na broj stanova za stalno stanovanje na razini destinacije, odnosno

promatranih zona, relativno nizak, te ne postoji tendencija da broj kuća i stanova za odmor preraste broj objekata za stalno stanovanje.

#### 2.4.2.4. Broj kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor na 100 m<sup>2</sup> građevinskog područja naselja

<b>Pokazatelj</b>		<b>Broj kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor na 100 m<sup>2</sup> građevinskog područja naselja</b>
<b>Povezanost pokazatelja sa sustavima</b>	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	UNWTO – MST (prilagodba) - Broj kreveta po hektaru građevinskog područja
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. - održivo upravljanje prostorom
	Povezanost sa SDG-ovima	Cilj 11 – Održivi gradovi i zajednice Cilj 15 – Očuvanje života na zemlji
	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam Posebni cilj: Razvoj vremenski i prostorno ravnomjernije raspoređenog turističkog prometa
<b>Obilježja pokazatelja</b>	Definicija	Pokazateljem se definira ukupan broj registriranih stalnih kreveta u komercijalnom smještaju i kućama i stanovima za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam po izgrađenih 100 m <sup>2</sup> građevinskog područja naselja.
	Opis	S obzirom da se komercijalna i nekomercijalna turistička aktivnost može odvijati u zonama stanovanja i zonama mješovite namjene, sve druge građevinske zone nisu uključene u analizu. Nadalje, pritisak koji proizlazi iz korištenja prostora za turističku namjenu može se isključivo evidentirati kao pritisak na već izgrađena područja, te stoga u izračun ne ulaze planirana (neizgrađena) područja.
<b>Podatci</b>	Naziv podataka	1. Broj turističkih kreveta u komercijalnim smještajnim kapacitetima u destinaciji u mjesecu s najvećim ostvarenim brojem noćenja – $K_{KK}$ 2. Procijenjeni broj turističkih kreveta u kućama i stanovima za odmor u destinaciji koji se ne koriste za kratkoročni najam (kuće i stanove za odmor iz podataka nadležnog poreznog tijela umanjene za kuće i stanove za odmor s rješenjem o pružanju komercijalnih usluga smještaja) u mjesecu s najvećim ostvarenim brojem noćenja - $K_{KO}$ 3. Površina izgrađenog dijela zona stambene i mješovite namjene JLS (Ps)

Mjerna jedinica	1. Krevet 2. Krevet 3. m <sup>2</sup>
Izvor podataka/potencijalni izvor	1. eVisitor 2. JLS/nadležno porezno tijelo/druge ekspertne procjene 3. JLS + PPUG/O (prostorni planovi uređenja Gradova/ Općina)
Dostupnost podataka i podatkovni jaz	1. Podatak je dostupan 2. Podatak je djelomično dostupan 3. Podatak je dostupan uz posebnu obradu
Periodičnost prikupljanja podataka	1.-3. Jednom godišnje
<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>	<p><i>broj turističkih kreveta u komercijalnom smještaju i kućama i stanovima za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam na 100 m<sup>2</sup> građevinskog područja naselja</i></p> $= \frac{K_{KK} + K_{KO}}{P_S} \times 100$ <p>gdje je</p> <p><math>K_{KK}</math> – broj turističkih kreveta u komercijalnim smještajnim kapacitetima u destinaciji u mjesecu s najvećim ostvarenim brojem noćenja,</p> <p><math>K_{KO}</math> – procijenjeni broj kreveta u kućama i stanovima za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam u destinaciji,</p> <p><math>P_S</math> – površina izgrađenog građevinskog zemljišta u zonama stanovanja i mješovite namjene (m<sup>2</sup>).</p> <p>Brojevi <math>K_{KK}</math> i <math>K_{KO}</math> preuzimaju se iz pokazatelja 2.1.</p>
<b>Učestalost mjerenja</b>	Svake četiri godine
<b>Zoniranje</b>	Izračun po unaprijed utvrđenim zonama
<b>Ograničenja pokazatelja i perspektive</b>	<p>Pokazateljem nije obuhvaćen pritisak koji na prostor kreiraju turisti u nekomercijalnom smještaju, te jednodnevni posjetitelji. Stoga, pokazatelj ima nešto manju relevantnost za destinacije izletničkog turizma, jer se ne sagledava taj utjecaj na prostor.</p> <p>Nadalje, u većim urbanim cjelinama (posebice površinski većima) zbog velike površine stambene namjene, pokazatelj će imati manje vrijednosti, te bi bilo poželjno da se pritisak razmatra isključivo u zonama intenzivnijeg turističkog posjećivanja.</p> <p>Ukoliko se zona ne poklapa s JLS, tada je potrebna dodatna obrada podataka iz eVisitora i Porezne uprave u svrhu izračuna <math>K_{KO}</math>.</p>

Sukladno metodologiji izračuna, za izračun predmetnog pokazatelja potrebni su sljedeći podatci:

1. Broj turističkih kreveta u komercijalnim smještajnim kapacitetima u destinaciji u mjesecu s najvećim ostvarenim brojem noćenja
2. Procijenjeni broj turističkih kreveta u kućama i stanovima za odmor u destinaciji koji se ne koriste za kratkoročni najam (kuće i stanove za odmor iz podataka nadležnog poreznog tijela umanjene za kuće i stanove za odmor s rješenjem o pružanju komercijalnih usluga smještaja) u mjesecu s najvećim ostvarenim brojem noćenja
3. Površina izgrađenog dijela zona stambene i mješovite namjene

Iako je podatak o broju turističkih kreveta u komercijalnim smještajnim kapacitetima u destinaciji u mjesecu s najvećim ostvarenim brojem noćenja raspoloživ putem sustava eVisitor, kao i procjena broja turističkih kreveta u kućama i stanovima za odmor u destinaciji koji se ne koriste za kratkoročni najam, podatak o površini izgrađenog dijela zona stambene i mješovite namjene samo je djelomično dostupan i nepouzdan na razini uključenih JLS, te predmetni pokazatelj u ovom trenutku nije bilo moguće izračunati radi nedostatka relevantnih podataka.

#### 2.4.2.5. Struktura smještajnih kapaciteta izražena u postotnim udjelima

Pokazatelj	Struktura smještajnih kapaciteta izražena u postotnim udjelima	
<b>Povezanost pokazatelja sa sustavima</b>	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	ETIS- Stopa popunjenosti u komercijalnim smještajnim kapacitetima po mjesecu i prosjek za godinu (prilagođeno)
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. – turistički promet
	Povezanost sa SDG	Cilj 11 – Održivi gradovi i zajednice Cilj 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja
	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam Poseban cilj: 2. Repozicioniranje Hrvatske kao cjelogodišnje autentične destinacije održivog turizma
<b>Obilježja pokazatelja</b>	Definicija	Pokazatelj predstavlja postotne udjele stalnih kreveta po vrstama komercijalnih smještajnih objekata iz eVisitora (hoteli, kampovi, objekti u domaćinstvu i ostalo) te kuće i stanovi za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam ( $K_{KO}$ iz pokazatelja 2.1) u ukupnoj brojci raspoloživih stalnih kreveta u destinaciji.

	Opis	Ovim pokazateljem se nastoji prikazati stanje strukture ukupnog smještajnog kapaciteta u destinaciji što ustvari ukazuje na stupanj razvijenosti smještajne ponude, ali i tendencije u razvoju turizma na području destinacije.
<b>Podatci</b>	Naziv podataka	1. Broj kreveta u hotelima 2. Broj kreveta u kampovima 3. Broj kreveta u objektima u domaćinstvu 4. Broj kreveta u ostalom komercijalnom smještaju 5. Procijenjeni broj kreveta u kućama i stanovima za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam destinaciji ( $K_{KO}$ )
	Mjerna jedinica	1.-5. Broj kreveta
	Izvor podataka/potencijalni izvor	1.-4. eVisitor 5. Pokazatelj 2.1
	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	Podatak je kontinuirano dostupan
	Periodičnost prikupljanja podataka	1.-4. Jednom godišnje
<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>		<p>Pokazatelj se izračunava za zonu za svaku godinu.  HOT – broj kreveta u hotelima  KMP – broj kreveta u kampovima  DOM – broj kreveta u objektima u domaćinstvu  PKS – broj kreveta u preostalom komercijalnom smještaju  <math>K_{KO}</math> – procijenjeni broj kreveta u kućama i stanovima za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam (preuzima se iz pokazatelja 2.1.)</p> <p><i>Udio smještajnog kapaciteta u HOT</i></p> $= \frac{HOT}{HOT + KMP + DOM + PKS + K_{KO}} \times 100$ <p><i>Udio smještajnog kapaciteta u KMP</i></p> $= \frac{KMP}{HOT + KMP + DOM + PKS + K_{KO}} \times 100$ <p><i>Udio smještajnog kapaciteta u DOM</i></p> $= \frac{DOM}{HOT + KMP + DOM + PKS + K_{KO}} \times 100$ <p><i>Udio smještajnog kapaciteta u PKS</i></p> $= \frac{PKS}{HOT + KMP + DOM + PKS + K_{KO}} \times 100$

	<p><i>Udio smještajnog kapaciteta u <math>K_{KO}</math></i></p> $= \frac{K_{KO}}{HOT + KMP + DOM + PKS + K_{KO}} \times 100$
<b>Zoniranje</b>	Izračun po unaprijed utvrđenim zonama
<b>Ograničenja pokazatelja i perspektive</b>	Broj kreveta u kućama i stanovima za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam je utemeljen na procjeni. Ukoliko se zona ne poklapa s destinacijom JLS, tada je potrebna dodatna obrada podataka iz eVisitora i Porezne uprave u svrhu izračuna $K_{KO}$ .

Sukladno metodologiji izračuna, za izračun predmetnog pokazatelja korišteni su sljedeći podatci:

1. Broj kreveta u hotelima
2. Broj kreveta u kampovima
3. Broj kreveta u objektima u domaćinstvu
4. Broj kreveta u ostalom komercijalnom smještaju
5. Procijenjeni broj kreveta u kućama i stanovima za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam destinaciji (KKO).

Rezultati su izloženi u tablici u nastavku:

Tablica 4. Struktura smještajnih kapaciteta izražena u postotnim udjelima po zonama u periodu 2020.-2024. godine

Struktura smještajnih kapaciteta izražena u postotnim udjelima	Kategorija	2020	2021	2022	2023	2024
Tuhelj	Udio smještajnih kapaciteta u HOT	45,66	45,88	45,13	45,48	45,17
	Udio smještajnih kapaciteta u KMP	37,46	37,65	37,03	37,32	37,07
	Udio smještajnih kapaciteta u DOM	13,76	13,33	14,18	13,41	13,71
	Udio smještajnih kapaciteta u PKS	1,46	1,47	2,03	2,14	2,41
	Udio smještajnih kapaciteta u KKO	1,66	1,67	1,64	1,65	1,64
Klanjec i Veliko Trgovišće	Udio smještajnih kapaciteta u HOT	4,11	4,08	4,03	3,98	3,91
	Udio smještajnih kapaciteta u KMP	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Udio smještajnih kapaciteta u DOM	6,77	7,67	8,29	9,37	10,24
	Udio smještajnih kapaciteta u PKS	0,00	0,24	0,71	0,70	0,92
	Udio smještajnih kapaciteta u KKO	89,12	88,01	86,97	85,95	84,93
Biser Zagorja	Udio smještajnih kapaciteta u HOT	27,11	27,08	26,69	26,66	26,35
	Udio smještajnih kapaciteta u KMP	20,73	20,71	20,41	20,39	20,16
	Udio smještajnih kapaciteta u DOM	10,64	10,79	11,54	11,58	12,13
	Udio smještajnih kapaciteta u PKS	0,81	0,92	1,44	1,49	1,73
	Udio smještajnih kapaciteta u KKO	40,71	40,51	39,93	39,88	39,63

Izvor: eVisitor.

Kako je vidljivo iz navedenih podataka, u promatranom vremenskom horizontu na razini zone Tuhelj najveći je udio smještajnih kapaciteta u hotelima (45,17%) s blagom tendencijom pada, te u kampovima (37,46%) također s blagom tendencijom pada, dok udio smještajnih kapaciteta u ostalom komercijalnom smještaju ima tendenciju blagog rasta, iako je i dalje na niskim razinama (2,41%). U obzir je potrebno uzeti i podatak o otvaranju novih hotelskih kapaciteta u 2025. godini, čime su isti povećani za 16%.

Na razini zone Klanjec i Veliko Trgovišće struktura smještajnih kapaciteta je značajno drugačija – iako s tendencijom blagog pada u promatranom periodu, daleko najveći udio predstavlja udio u kućama i stanovima za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam u destinaciji (84,93%), te u objektima u domaćinstvu gdje je vidljiva tendencija rasta kroz promatrani period (10,24%).

Gledano na razini destinacije, najveći udio u smještajnim kapacitetima imaju kreveti u kućama i stanovima za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam u destinaciji (39,63%) te zatim kreveti u hotelskom smještaju (26,35%) i kampovima (20,16%).

Iz navedenog se zaključuje kako je struktura smještajnih kapaciteta na razini Tuhlja posebno razvijena u segmentu turističke ponude hotela i kampova, s rastućim udjelom smještajnih kapaciteta u ostalom komercijalnom smještaju, dok je na razini Klanjca i Velikog Trgovišća struktura smještajnih kapaciteta posebno razvijena u segmentu turističke ponude kuća i stanova za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam u destinaciji, s rastućim udjelom smještajnih kapaciteta u objektima u domaćinstvu. Gledano u cjelini, zaključuje se kako su postojeći smještajni kapaciteti na razini cjelokupne destinacije uravnoteženi u promatranim segmentima ali su različito disperzirani po promatranim zonama, s najvećim kapacitetom u krevetima u kućama i stanovima za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam u destinaciji, koji slijede kreveti u hotelima i kampovima.

U zoni Tuhelj broj kreveta u komercijalnom smještaju raste, ali se u petogodišnjem razdoblju zadržava ispod referentne vrijednosti od približno 25 kreveta na sto stanovnika, što upućuje da stambeni i prostorni kapacitet nisu preopterećeni turizmom. U zoni Klanjec i Veliko Trgovišće intenzitet stacionarnog turizma mjeri se osjetno nižim vrijednostima, pri čemu kuće za odmor i privatni smještaj tek postupno dobivaju na značaju, a odnos turističkih kreveta i stalnih stanovnika ostaje vrlo umjeren. Na razini destinacije u cjelini smještajni kapaciteti koncentrirani su oko termalnog kompleksa, ali još uvijek ne dosežu razine koje bi upućivale na strukturno preopterećenje prostora ili istiskivanje stanovanja. Ključan izazov nije kvantiteta kapaciteta, nego njihova struktura i prostorna distribucija. Nužno je pažljivo upravljati daljnjim rastom kuća za odmor, poticati kvalitetu i kategorizaciju te istodobno dodatno razvijati ponudu u zoni Klanjec i Veliko Trgovišće kako bi se rasteretila termalna jezgra i bolje iskoristili resursi destinacije.

### 2.4.3. Turistička potražnja

#### 2.4.3.1. Intenzitet stacionarnog, komercijalnog i nekomercijalnog, turizma kao omjer prosječnog broja turista po stanovniku u vršnim danima turističke sezone

<b>Pokazatelj</b>	<b>Intenzitet stacionarnog, komercijalnog i nekomercijalnog, turizma kao omjer prosječnog broja turista po stanovniku u vršnim danima turističke sezone</b>	
<b>Povezanost pokazatelja sa sustavima</b>	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	ETIS- Stopa popunjenosti u komercijalnim smještajnim kapacitetima po mjesecu i prosjek za godinu (prilagođeno)
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. – turistički promet
	Povezanost sa SDG	Cilj 11 – Održivi gradovi i zajednice Cilj 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja

	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam Poseban cilj: 2. Repozicioniranje Hrvatske kao cjelogodišnje autentične destinacije održivog turizma
<b>Obilježja pokazatelja</b>	Definicija	Pokazateljem se definira prosječan dnevni broj turista u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju u odnosu na ukupan broj stalnih stanovnika i to u vršnim danima turističke sezone.
	Opis	Ovim pokazateljem se nastoji procijeniti intenzitet tzv. stacionarnog turizma koji ne uključuje jednodnevne posjetitelje i nautiku. Ustvari se pokazateljem nastoji procijeniti razina objektivnog opterećenja koju stacionarni turizam u periodu glavne turističke sezone stvara po lokalno stanovništvo, ali i prostor te infrastrukturu.
<b>Podatci</b>	Naziv podataka	1. Prosječan dnevni broj turista 2. Stalni stanovnik destinacije
	Mjerna jedinica	1. Prosječni dnevni broj turista 2. Stalni stanovnik destinacije
	Izvor podataka /potencijalni izvor	1. eVisitor 2. Procjena stanovništva - gradovi u statistici, DZS
	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	1.-2. Podatci su dostupni
	Periodičnost prikupljanja podataka	1.-2. Jednom godišnje
<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>	<p>Pokazatelj se izračunava za JLS i zonu za svaku godinu, a ukoliko destinaciju čini više JLS onda i za svaku JLS.</p> <p>Formula za izračun prosječnog broja turista u 5 dana turističke sezone (PBT):</p> <p><math>NT_i</math> – broj noćenja turista u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju u i-tom danu</p> $PBT_i = \frac{1}{5} \sum_{i}^{i+4} NT_i$ <p>pri čemu <math>i</math> poprima vrijednosti od 1. siječnja do 27. prosinca</p>	

	<p>Formula za izračun pokazatelja:</p> $\text{Intenzitet stacionarnog turizma} = \frac{\text{Najveća vrijednost PBT}_i \text{ tijekom godine}}{\text{Ukupan broj stanovnika u destinaciji}}$
<b>Zoniranje</b>	Izračun po unaprijed utvrđenim zonama
<b>Ograničenja pokazatelja i perspektive</b>	

Sukladno definiranoj metodologiji, napravljen je izračun intenziteta stacionarnog turizma u periodu 2020.-2024. godine te su rezultati prikazani u tablici u nastavku:

Tablica 5. Intenzitet stacionarnog turizma 2020.-2024. godine na razini zona i destinacije

Intenzitet stacionarnog turizma	2020	2021	2022	2023	2024
Klanjec i Veliko Trgovišće	0,005	0,006	0,007	0,007	0,008
Tuhelj	0,391	0,445	0,481	0,493	0,474
Biser Zagorja	0,090	0,104	0,116	0,120	0,118

Izvori: eVisitor, Državni zavod za statistiku: Procjena stanovništva - gradovi u statistici

Kako je vidljivo iz navedenih podataka, u promatranom vremenskom horizontu na razini zone Klanjec i Veliko Trgovišće intenzitet stacionarnog turizma je u blagom porastu, no ostaje na niskim razinama. S druge strane, na razini zone Tuhlja intenzitet stacionarnog turizma je na visokoj razini, s koncentracijom na području Tuheljskih Toplica. Iako je uočen blagi pad 2024. godine u odnosu na 2023. godinu, predviđeno otvaranje novih kapaciteta u destinaciji ukazuje na stabilan trend dolazaka i noćenja u destinaciji. Na razini destinacije intenzitet je također u blagom padu 2024. godine u odnosu na 2023. godinu, te je u promatranom periodu relativno nizak. Međutim, podatci za 2025. godinu potvrđuju tendenciju rasta, jer je ostvareno preko 215.000 noćenja. Iz navedenog se zaključuje kako je intenzitet stacionarnog turizma na razini destinacije, odnosno zone Klanjec i Veliko Trgovišće, relativno nizak, dok je na razini destinacije Tuhelj visok.

#### 2.4.3.2. Nezadovoljstvo radi gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama

Pokazatelj	Nezadovoljstvo radi gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama	
<b>Povezanost pokazatelja sa sustavima</b>	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	UN TOURISM – MST: Ukupno zadovoljstvo posjetitelja s destinacijom ETIS A.2.1: Udio posjetitelja koji su zadovoljni svojim cjelokupnim iskustvom u destinaciji
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. - zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom
	Povezanost sa SDG	Cilj 8 - Uključiv i održiv gospodarski rast, puna zaposlenost i dostojanstven rad za sve Cilj 12 - Održiva potrošnja i proizvodnja

	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam Posebni cilj: Razvoj vremenski i prostorno ravnomjernije raspoređenog turističkog prometa
<b>Obilježja pokazatelja</b>	Definicija	Procjena udjela (%) turista koji borave u komercijalnim smještajnim objektima i nekomercijalnom smještaju te jednodnevnih posjetitelja koji su nezadovoljni gužvama na ulicama, trgovima i atrakcijama (javnim prostorima) u mjestu u kojem borave.
	Opis	Zadovoljni posjetitelji učinkovit su alat privlačenja novih gostiju te time i stvaranja novih radnih mjesta u destinaciji, a uz to često i dulje borave te generiraju veći prihod u odnosu na posjetitelje koji nisu zadovoljni svojim boravkom u destinaciji. Nadalje, praćenjem zadovoljstva posjetitelja mjere se i prate učinci aktivnosti na unapređenju turističkog proizvoda destinacije. Za učinkovito upravljanje turističkom destinacijom, osim ukupnog zadovoljstva posjetitelja i zadovoljstva određenim elementima turističke ponude destinacije, važno je pratiti i eventualne negativne utjecaje na doživljaj boravka gostiju u našim destinacijama. Ovim se pokazateljem prati udio posjetitelja koje je zasmetala gužva na javnim prostorima u destinaciji i tako negativno utjecala na njihov boravak.
<b>Podatci</b>	Naziv podataka	Nezadovoljstvo radi gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama u destinaciji
	Mjerna jedinica	Udio (%) nezadovoljnih posjetitelja (turista u komercijalnim smještajnim objektima, turista u nekomercijalnom smještaju, jednodnevnih posjetitelja)
	Izvor podataka/ potencijalni izvor	Anketa turista i jednodnevnih posjetitelja
	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	Podatak nije dostupan, nužno je prikupljanje podataka primarnim istraživanjem
	Periodičnost prikupljanja podataka	Svake četiri godine

<p><b>Metodologija izračuna pokazatelja</b></p>	<p>Udio posjetitelja nezadovoljnih radi gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama u destinaciji mjeri se pomoću sljedeće varijable/pitanja:</p> <p><i>PH1. U kojoj Vam mjeri gužva na ulicama/trgovima/atrakcijama predstavlja problem tijekom Vašeg boravka u destinaciji? Odgovorite na ljestvici od 1 - 'uopće nije problem' do 7- 'jako ozbiljan problem'.</i></p> <p>Sažeti prikaz varijable:</p> <table border="1" data-bbox="689 600 1378 842"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Varijabla (pitanje)</th> <th colspan="2">Označavanje krajnjih točaka mjerne ljestvice</th> </tr> <tr> <th>1</th> <th>7</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nezadovoljstvo radi gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama u destinaciji (PH1)</td> <td>Uopće nije problem</td> <td>Jako ozbiljan problem</td> </tr> </tbody> </table> <p>Udio posjetitelja koji su nezadovoljni radi gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama u destinaciji računa se kao omjer broja ispitanika s ocjenom 6 ili 7 i ukupnog broja ispitanika koji su odgovorili na to pitanje:</p> $\% \text{ posjetitelja nezadovoljnih radi gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama u destinaciji (R1)} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 6 ili 7 na pitanju PH1}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH1}} \times 100$ <p>Pokazatelj se računa zasebno za tri glavna segmenta turističke potražnje: turiste u komercijalnim smještajnim objektima, turiste u nekomercijalnom smještaju i jednodnevne posjetitelje.</p>	Varijabla (pitanje)	Označavanje krajnjih točaka mjerne ljestvice		1	7	Nezadovoljstvo radi gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama u destinaciji (PH1)	Uopće nije problem	Jako ozbiljan problem
Varijabla (pitanje)	Označavanje krajnjih točaka mjerne ljestvice								
	1	7							
Nezadovoljstvo radi gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama u destinaciji (PH1)	Uopće nije problem	Jako ozbiljan problem							
<p><b>Učestalost mjerenja</b></p>	<p>Svake četiri godine</p>								
<p><b>Zoniranje</b></p>	<p>Izračun za cijelu destinaciju</p>								

Izračun pokazatelja načinjen je na temelju provedenog upitnika turista i posjetitelja destinacije TZ Biser Zagorja, zasebno za predviđene segmente turista: turiste u komercijalnim smještajnim objektima, turiste u nekomercijalnom smještaju i jednodnevne posjetitelje. Rezultati su izloženi u narednoj tablici:

Tablica 6. Udio posjetitelja koji su nezadovoljni radi gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama u destinaciji po segmentima turističke potražnje

Nezadovoljstvo radi gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama u destinaciji	Udio posjetitelja koji su nezadovoljni radi gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama u destinaciji (%)
Turisti u komercijalnim smještajnim objektima	11,81%
Turisti u nekomercijalnom smještaju	0,00%
Jednodnevni posjetitelji	21,06%

Izvor: Anketno ispitivanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja (2025.)

Na temelju izloženih podataka vidljivo je kako među posjetiteljima i turistima u destinaciji Biser Zagorja od svih segmenata turističke potražnje jednodnevni posjetitelji u najvećoj mjeri izražavaju nezadovoljstvo radi gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama u destinaciji (21,06%), turisti u komercijalnom smještaju u nešto manjoj mjeri (11,81%) dok turisti u nekomercijalnom smještaju gužvu ne smatraju problemom. Slijedi zaključak da, iako je u promatranim segmentima u određenoj mjeri prisutno nezadovoljstvo gužvama, ono je niskog intenziteta i nema negativan utjecaj na njihov boravak.

Analiza pokazuje da je intenzitet turističkog prometa, izražen odnosom dolazaka i noćenja prema broju stanovnika, značajno viši u zoni Tuhelj nego u zoni Klanjec i Veliko Trgovišće. Na razini Tuhlja broj posjetitelja u vršnim mjesecima približava se pragovima koji zahtijevaju pažljivo upravljanje prostornim opterećenjem, osobito u užoj zoni termalnog kompleksa, ali istodobno je riječ o dobro organiziranom sustavu koji već ima razvijenu infrastrukturu i operativne kapacitete za prihvata većeg broja gostiju. U zoni Klanjec i Veliko Trgovišće pritisak posjetitelja na prostor i zajednicu ostaje nizak, a promet se odvija u mjerama koje ne narušavaju svakodnevni život stanovnika. Na razini destinacije u cjelini, ukupni volumen dolazaka i noćenja još uvijek je ispod razine masovnog turizma, dok su rezultati anketnog ispitivanja i kod stanovnika i kod posjetitelja pokazali da nezadovoljstvo gužvama na ulicama, trgovima i atrakcijama ostaje na niskim razinama. Zaključuje se da je pritisak posjetitelja trenutačno veći samo lokalno u termalnoj jezgri, dok je u ostalim dijelovima destinacije prisutna značajna rezerva nosivosti.

## 2.4.4. Resursno atrakcijska osnova

### 2.4.4.1. Koncentracija materijalnih atrakcija na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama

Pokazatelj	Koncentracija materijalnih atrakcija na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama	
Povezanost pokazatelja sa sustavima	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	GSTC – Sustav upravljanja za praćenje, mjerenje i ublažavanje utjecaja turizma na lokalitete i atrakcije
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. - održivo upravljanje prostorom

	Povezanost sa SDG	Cilj 11 (Održivi gradovi i zajednice): Ovaj cilj se fokusira na minimiziranje negativnih učinaka turizma na urbana i ruralna područja, štiteći njihovu održivost i privlačnost. Cilj 12 (Odgovorna potrošnja i proizvodnja): Praćenje i ublažavanje utjecaja turizma pomaže u promicanju održivih praksi u turističkoj industriji.
	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Otporan turizam; Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu Poseban cilj: 9. Uspostavljanje učinkovitog okvira za upravljanje razvojem održivog turizma, 3. Smanjenje negativnog utjecaja turizma na sastavnice okoliša prirodu i prostor
<b>Obilježja pokazatelja</b>	Definicija	Pokazatelj je koncentracija materijalnih atrakcija na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama.
	Opis	Materijalne atrakcije važan su aspekt ukupne turističke ponude destinacije te veća koncentracija atrakcija doprinosi povećanoj prepoznatljivosti destinacije / definiranih zona. No, istodobno, koncentracija atrakcija može biti i generator brojnih negativnih eksternalija iskazanih kroz pritisak turista na neko područje, narušavanje kvalitete života lokalnih stanovnika, ali i narušavanje zaštite atrakcija.
<b>Podatci</b>	Naziv podataka	1. Broj materijalnih atrakcija 2. Površina zone u hektarima (ha).
	Mjerna jedinica	1. Broj atrakcija 2. Ha
	Izvor podataka	1. Popis materijalnih atrakcija destinacije iz Plana upravljanja destinacijom 2. Registar prostornih jedinica Državne geodetske uprave te izračuna u GIS-u: površina zone u hektarima (ha)
	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	1.-2. Podatci su dostupni
	Periodičnost prikupljanja podataka	Svake četiri godine

<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>	<p>Pokazatelj se izračunava kao omjer broja materijalnih atrakcija na području zone i površine zone u hektarima, na sljedeći način, gdje su:</p> <p>KMA: koncentracija materijalnih atrakcija  DMA: materijalne atrakcije u zoni iz Plana upravljanja destinacijom  PZ: površina zone izražena u hektarima</p> $KMA = \frac{DMA}{PZ}$
<b>Učestalost mjerenja</b>	Svake četiri godine
<b>Zoniranje</b>	Izračun po unaprijed utvrđenim zonama.
<b>Ograničenja pokazatelja i perspektive</b>	

Prema evidenciji koju vodi TZ Biser Zagorja, na području destinacije nalazi se ukupno 55 identificiranih atrakcija (lokaliteta) primarne i sekundarne javne turističke infrastrukture, od čega 18 u zoni Tuhlja i 37 u zoni Klanjca i Velikog Trgovišća. U narednoj tablici je prikazan omjer materijalnih atrakcija i površine po zonama i na razini destinacije:

Tablica 7. Koncentracija materijalnih atrakcija po zonama i na razini destinacije Biser Zagorja u 2024. godini

Koncentracija materijalnih atrakcija po zonama i na razini destinacije Biser Zagorja	Površina (ha)	Broj materijalnih atrakcija	Omjer broja materijalnih atrakcija u odnosu na površinu
Tuhelj	2.410	18	0,007
Klanjec i Veliko Trgovišće	7.265	37	0,005
Biser Zagorja	9.675	55	0,006

Izvor: 1. Popis materijalnih atrakcija destinacije iz Plana upravljanja destinacijom.

Iz podataka je vidljivo kako je omjer broja materijalnih atrakcija u odnosu na površinu nešto veći u zoni Tuhelj (0,007) u odnosu na zonu Klanjec i Veliko Trgovišće (0,005), no kako je pokazatelj nizak na razini cijele zone, zaključuje se kako je vjerojatnost generiranja negativnih eksternalija u ovom kontekstu niska te ne narušava kvalitetu života stanovnika u destinaciji.

2.4.4.2. Koncentracija ugostiteljskih sadržaja na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama

Pokazatelj	Koncentracija ugostiteljskih sadržaja na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama	
<b>Povezanost pokazatelja sa sustavima</b>	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	ETIS – Sezonalnost poslovanja turističkih poduzeća
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. – održivo upravljanje destinacijom, poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu
	Povezanost sa SDG	Cilj 11 – Održivi gradovi i zajednice
	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam; Otporan turizam Poseban cilj: 1. Razvoj vremenski i prostorno ravnomjernije raspoređenog turističkog prometa; 10. Repozicioniranje Hrvatske kao cjelogodišnje autentične destinacije održivog turizma
<b>Obilježja pokazatelja</b>	Definicija	Koncentracija ugostiteljskih sadržaja na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama iskazana dnevnim brojem uslužениh osoba po sjedalu u vrijeme vršnih dana turističke sezone
	Opis	Ugostiteljski sadržaji iz djelatnosti restorana te pripreme i usluživanja prehrane, pića i napitaka važan su aspekt ukupne turističke ponude destinacije te njihova veća koncentracija doprinosi povećanoj prepoznatljivosti destinacije/definiranih zona. No, istodobno koncentracija ovih sadržaja (ovisno o obilježjima ponude, radnog vremena i segmenata potražnje) može biti i generator brojnih negativnih eksternalija iskazanih kroz pritisak turista na neko područje, buku i sanitarne uvjete, narušavanje kvalitete života lokalnih stanovnika, ali i narušavanje zaštite spomenika kulture odnosno ukupne resursne osnove.
<b>Podatci</b>	Naziv podataka	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kapaciteti restorana i ostalih objekata za pripremu i usluživanje hrane te objekata za pripremu i usluživanje pića na odabranom području mjereni brojem sjedala na otvorenom i zatvorenom prostoru sukladno važećim rješenjima o obavljanju ugostiteljske djelatnosti</li> <li>2. Broj fiskaliziranih računa u restoranima i ostalim objektima za pripremu i usluživanje hrane te objektima za pripremu i usluživanje pića na odabranom području u danima vršne turističke</li> </ol>

		<p>sezona</p> <p>3. Procijenjeni broj osoba za koje su usluge plaćene u okviru jednog fiskaliziranog računa u restoranima i ostalim objektima za pripremu i usluživanje hrane te objektima za pripremu i usluživanje pića na odabranom području u danima vršne turističke sezone</p>
	Mjerna jedinica	<p>1. Broj sjedala</p> <p>2. Broj fiskaliziranih računa</p> <p>3. Broj osoba</p>
	Izvor podataka	<p>1. TuRegistar (<a href="https://eturizam.gov.hr/turegistar/">https://eturizam.gov.hr/turegistar/</a>)/ nadležna županijska tijela za izdavanje rješenja</p> <p>2. Porezna uprava</p> <p>3. Tomas Hrvatska: prosječan broj osoba na putovanju iz podataka o pratnji na putovanju u županiji/regiji u kojoj se zona/destinacija nalazi</p>
	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	<p>Podatci o broju sjedala i fiskaliziranim računima su raspoloživi.</p> <p>Podatak o prosječnom broju osoba na putovanju je raspoloživ sukladno dinamici provedbe istraživanja TOMAS Hrvatska.</p>
	Periodičnost prikupljanja podataka	Jednom godišnje
<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>		<p>Pokazatelj Iskorištenost sjedala na otvorenom i zatvorenom prostoru u restoranima, ostalim objektima za pripremu i usluživanje hrane te objektima za pripremu i usluživanje pića mjerena brojem uslužениh osoba po sjedalu u danima vršne sezone izračunava se prema formuli:</p> $IS = \frac{\frac{BFR}{5} \times PBO}{BS_R + BS_B}$ <p>gdje su:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- BFR: Broj fiskaliziranih računa izdanih tijekom petodnevog razdoblja na otvorenom i zatvorenom prostoru u restoranima, ostalim objektima za pripremu i usluživanje hrane te objektima za pripremu i usluživanje pića na području zone/destinacije; podatak se dijeli s brojem pet da se dobije prosječan broj fiskaliziranih računa tijekom dana vršne sezone</li> <li>- BSR: Broj sjedala na otvorenom i zatvorenom</li> </ul>

	<p>prostoru u restoranima, ostalim objektima za pripremu i usluživanje hrane</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- BSB: Broj sjedala na otvorenom i zatvorenom prostoru u objektima za pripremu i usluživanje pića</li> <li>- PBO: Prosječan broj osoba na putovanju iz podataka o pratnji na putovanju u županiji/regiji u kojoj se zona/destinacija nalazi iz posljednjeg raspoloživog istraživanja Tomas Hrvatska</li> <li>- IS: Iskorištenost sjedala</li> </ul>
<b>Učestalost mjerenja</b>	Svake četiri godine
<b>Zoniranje</b>	Izračun po unaprijed utvrđenim zonama.
<b>Ograničenja pokazatelja i perspektive</b>	<p>Potrebno osigurati jednak skup objekata za koje se određuje broj sjedala i broj fiskaliziranih računa.</p> <p>Broj osoba po računu procijenjen je na temelju očekivanog broja osoba za koje se pretpostavlja da putuju zajedno, što implicira zajedničko sudjelovanje u konzumaciji te plaćanju usluga. Jednako tako, time se isključuje segment potražnje lokalnih stanovnika. Navedeno metodološko ograničenje moguće je prevladati provođenjem posebnog primarnog istraživanja usmjerenog specifično na (eventualno i ekspertnu) procjenu tzv. obrta stolica u ugostiteljskim objektima i/ili strukturi potražnje i navikama kupaca ugostiteljskih objekata u destinaciji tijekom vršne sezone.</p> <p>Podatak je kontinuirano dostupan, osim podataka iz istraživanja TOMAS Hrvatska koji se periodično provodi</p>

Sukladno metodologiji izračuna, za izračun predmetnog pokazatelja potrebni su podatci o:

1. broju sjedala (kapaciteti restorana i ostalih objekata za pripremu i usluživanje hrane te objekata za pripremu i usluživanje pića na odabranom području mjereni brojem sjedala na otvorenom i zatvorenom prostoru sukladno važećim rješenjima o obavljanju ugostiteljske djelatnosti);
2. broju fiskaliziranih računa (broj fiskaliziranih računa u restoranima i ostalim objektima za pripremu i usluživanje hrane te objektima za pripremu i usluživanje pića na odabranom području u danima vršne turističke sezone);
3. broju osoba (procijenjeni broj osoba za koje su usluge plaćene u okviru jednog fiskaliziranog računa u restoranima i ostalim objektima za pripremu i usluživanje hrane te objektima za pripremu i usluživanje pića na odabranom području u danima vršne turističke sezone).

Dok su podatak o broju sjedala na razini zona / destinacije osigurani od strane uključenih JLS, Porezna uprava na zahtjev nije dostavila podatak o broju fiskaliziranih računa, te je Institut za turizam potvrdio kako nema na raspolaganju podataka o broju osoba, koji nije vidljiv niti putem zadnjeg provedenog istraživanja. S obzirom na navedeno, predmetni pokazatelj u ovom trenutku nije bilo moguće izračunati radi nedostatka relevantnih podataka.

#### 2.4.4.3. Kakvoća zraka na mjernim stanicama na području destinacije tijekom razdoblja lipanj – rujn u odnosu na ostatak godine

Pokazatelj	Kakvoća zraka na mjernim stanicama na području destinacije tijekom razdoblja lipanj – rujn u odnosu na ostatak godine	
<b>Povezanost pokazatelja sa sustavima</b>	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	GSTC: Transport sa smanjenim utjecajem (kombinacija – prilagodba)
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. - održivo upravljanje destinacijom - održivo upravljanje energijom
	Povezanost sa SDG	Cilj 3 – Zdravlje i blagostanje Cilj 11 – Održivi gradovi i zajednice
	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu Posebni cilj: Smanjenje opterećenja iz turizma na sastavnice okoliša i prirodu
<b>Obilježja pokazatelja</b>	Definicija	Pokazatelj je ocjena kvalitete zraka koja daje informaciju o razini onečišćenosti zraka na području jedinica lokalne (regionalne) samouprave (zone/aglomeracije) u cilju zaštite zdravlja ljudi, održivosti destinacije te informiranja javnosti.
	Opis	Prema zakonu kojim se uređuje zaštita zraka, prva (I) kategorija kvalitete zraka je ocjena koja se dodjeljuje za čist ili neznatno onečišćen zrak, dok je druga (II) kategorija kvalitete zraka ocjena koja se dodjeljuje u slučaju onečišćenog zraka. Ocjene se dobivaju temeljem mjerenja onečišćujućih tvari u zraku na mjernim postajama jedinica lokalne odnosno područne (regionalne) samouprave za praćenja kvalitete zraka, prema Programu mjerenja kvalitete zraka. Uredbom kojom se utvrđuje popis mjernih mjesta za praćenje koncentracija pojedinih onečišćujućih tvari u zraku i klasifikacija mjernog mjesta. Popis postaja i ocjena prema pojedinim

		onečišćujućim tvarima dostupan je na: <a href="https://iszz.azo.hr/iskzl/emeta.htm">https://iszz.azo.hr/iskzl/emeta.htm</a> ). Za određivanje kategorije kvalitete zraka uzimaju se u obzir koncentracije svih onečišćujućih tvari u zraku te se na razini zone/aglomeracije preuzima informacija o stupnju kvalitete zraka iz objedinjenih izvješća o kvaliteti zraka Ministarstva zaštite okoliša i zelene tranzicije i Državnog hidrometeorološkog zavoda (MZOZT/DHMZ).
<b>Podatci</b>	Naziv podataka	Kvaliteta zraka: Prva (I) kategorija – čist ili neznatno onečišćen zrak ili Druga (II) kategorija – onečišćen zrak
	Mjerna jedinica	Nema
	Izvor podataka/potencijalni izvor	MZOZT, Godišnje izvješće o praćenju kvalitete zraka na teritoriju Republike Hrvatske: <a href="https://www.haop.hr/hr/godisnja-izvjesca-o-pracenju-kvalitete-zraka-na-podrucju-republike-hrvatske/godisnja-izvjesca-o">https://www.haop.hr/hr/godisnja-izvjesca-o-pracenju-kvalitete-zraka-na-podrucju-republike-hrvatske/godisnja-izvjesca-o</a> i/ili DHMZ
	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	Podatak je dostupan na razini zone ili aglomeracije
	Periodičnost prikupljanja podataka	Jednom godišnje
<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>		Podatak o kvaliteti zraka (I ili II kategorija) preuzima se iz objedinjenog izvješća RH (MZOZT ili DHMZ). Ocjene I i II kategorije kvalitete zraka prikazane su u navedenim izvješćima za zone i aglomeracije, prema Programu mjerenja kvalitete zraka. Napomena: U zonama i aglomeracijama u kojima su zabilježena prekoračenja graničnih i/ili ciljnih vrijednosti onečišćujućih tvari u zraku, nadležna upravna tijela JLS odnosno Grada Zagreba imaju obavezu donošenja Akcijskih planova za poboljšanje kvalitete zraka te osigurati provođenje mjera iz predmetnih planova pa je dodatne podatke moguće pronaći i u tim dokumentima.
<b>Zoniranje</b>		Izračun za cijelu destinaciju/izračun po unaprijed utvrđenim zonama
<b>Ograničenja pokazatelja i perspektive</b>		Kvaliteta zraka se ne mjeri na razini mikrolokacije (zone) od interesa za turizam pa je potrebno preuzeti podatak zone ili aglomeracije u kojoj se mikrolokacija nalazi.

Sukladno podacima Državnog hidrometeorološkog zavoda (DHMZ) za 2024. godinu, kakvoća zraka na mjernim stanicama na području destinacije tijekom razdoblja lipanj – rujan u odnosu na ostatak godine spada u prvu (I) kategoriju – čist ili neznatno onečišćen zrak.

#### 2.4.4.4. Utjecaj turizma na izgled destinacije

Pokazatelj	Utjecaj turizma na izgled destinacije	
<b>Povezanost pokazatelja sa sustavima</b>	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	ETIS: Utjecaj turizma na kvalitetu života u destinaciji UNWTO – MST: Percepcija o negativnom i pozitivnom doprinosu turizma dobrobiti lokalnog stanovništva OECD: Indeks boljeg života
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 6. stavak 1. – dionici u sustavu turizma (lokalno stanovništvo) Članak 12. stavak 1. – razvoj turizma u smjeru održivosti te unaprjeđenja uvjeta života lokalnog stanovništva
	Povezanost sa SDG	Cilj 8 – Uključiv i održiv ekonomski rast, puna i produktivna zaposlenost te dostojanstveni rad za sve Cilj 11 – Održivi gradovi i zajednice
	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu; Konkurentan i inovativan turizam Poseban cilj 3. Smanjenje negativnog utjecaja turizma na sastavnice okoliša, prirodu i prostor Posebni cilj 5. Jačanje ljudskih potencijala u turizmu
<b>Obilježja pokazatelja</b>	Definicija	Pokazatelj predstavlja procjenu udjela (%) stalnih stanovnika koji smatraju da turistički razvoj pozitivno utječe na izgled destinacije u ukupnom broju stalnih stanovnika u destinaciji
	Opis	U turistički razvijenim destinacijama turizam je važan faktor koji utječe na blagostanje lokalnog stanovništva. Održivim upravljanjem učincima turizma, koji se između ostalog mogu ogledati u ekonomskim, društvenim, okolišnim i infrastrukturnim promjenama, moguće je održati i unaprijediti kvalitetu života uslijed intenzivnog turističkog razvoja. Promjene u izgledu destinacije uslijed turističkog razvoja ne utječu samo na percepciju turizma iz perspektive lokalnog stanovništva, već i na atraktivnost destinacije iz perspektive njenih posjetitelja.
<b>Podatci</b>	Naziv podataka	Percepcija utjecaja turizma na izgled destinacije
	Mjerna jedinica	Udio (%) ispitanika s pozitivnom percepcijom utjecaja turizma na izgled destinacije

	Izvor podataka/ potencijalni izvor	Anketa lokalnog stanovništva
	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	Podatak nije dostupan, nužno je prikupljanje podataka primarnim istraživanjem
	Periodičnost prikupljanja podataka	Svake četiri godine
	<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>	<p>Udio (%) lokalnog stanovništva s pozitivnom percepcijom utjecaja turizma na izgled destinacije procjenjuje se sljedećim pitanjem:</p> <p><i>PH2. Kako turistički razvoj utječe na izgled mjesta – postaje li ono uslijed turističkog razvoja ružnije ili ljepše? Odgovorite koristeći ocjene od 1 = 'Puno ružnije' do 5 = 'Puno ljepše', pri čemu je 3 = 'Niti ružnije niti ljepše'.</i></p> <p>Udio lokalnog stanovništva s pozitivnom percepcijom utjecaja turizma na izgled destinacije računa se kao omjer broja ispitanika koji smatraju da uslijed turističkog razvoja destinacija postaje ljepša i ukupnog broja ispitanika:</p> $\% \text{ stanovnika s pozitivnom percepcijom utjecaja turizma na izgled destinacije} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 4 ili 5 na pitanje PH2}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH2}} \times 100$
	<b>Učestalost mjerenja</b>	Svake četiri godine
	<b>Zoniranje</b>	Izračun za cijelu destinaciju/ izračun po unaprijed utvrđenim zonama
	<b>Ograničenja i perspektive pokazatelja</b>	

U sklopu anketnog ispitivanja stanovništva postavljeno je pitanje *Kako turistički razvoj utječe na izgled mjesta – postaje li ono uslijed turističkog razvoja ružnije ili ljepše?*, na koji su ispitanici imali mogućnost odgovoriti koristeći ocjene od 1 = 'Puno ružnije' do 5 = 'Puno ljepše', pri čemu je 3 = 'Niti ružnije niti ljepše'. Od ukupno 232 ispitanika koji su ponudili odgovor na ovo pitanje na razini destinacije, velika većina njih (83,19%) odgovorilo je s 'Nešto ljepše' odnosno 'Puno ljepše'. Rezultati na razini zona i destinacije prikazani su u tablici u nastavku:

Tablica 8. Stavovi stanovnika o utjecaju turizma na izgled destinacije na razini zona i destinacije u cjelini

Stavovi stanovnika o utjecaju turizma na izgled destinacije	Udio ispitanika s pozitivnim stavom (%)
Klanjec i Veliko Trgovišće	82,50
Tuhelj	84,72
Biser Zagorja	83,19

Izvor: Anketno ispitivanje stavova lokalnog stanovništva o turizmu (2025.)

Gledano po zonama, ispitanici iz zone Tuhlja u nešto većoj mjeri smatraju kako turizam pozitivno utječe na izgled destinacije (84,72%) od ukupnog uzorka, dok ispitanici iz zone Klanjca i Velikog Trgovišća u nešto manjoj mjeri smatraju kako turizam pozitivno utječe na izgled destinacije (80,00%) od ukupnog uzorka. Kako bilo, s obzirom da je i na razini analiziranih zona i na razini cjelokupne destinacije promatrana vrijednost visoka bez značajnih razlika, zaključuje se kako lokalno stanovništvo pretežito percipira utjecaj turističkog razvoja na izgled destinacije na pozitivan način, bez značajnih razlika među definiranim zonama, odnosno turistički razvoj ne narušava percepciju turizma iz perspektive lokalnog stanovništva.

#### 2.4.4.5. Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora

Pokazatelj	Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora	
<b>Povezanost pokazatelja sa sustavima</b>	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	ETIS: Utjecaj turizma na kvalitetu života u destinaciji UNWTO – MST: Percepcija o negativnom i pozitivnom doprinosu turizma dobrobiti lokalnog stanovništva OECD: Indeks boljeg života
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 6. stavak 1. – dionici u sustavu turizma (lokalno stanovništvo) Članak 12. stavak 1. – razvoj turizma u smjeru održivosti te unaprjeđenja uvjeta života lokalnog stanovništva
	Povezanost sa SDG	Cilj 8 – Uključiv i održiv ekonomski rast, puna i produktivna zaposlenost te dostojanstveni rad za sve Cilj 11 – Održivi gradovi i zajednice
	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu; Konkurentan i inovativan turizam Poseban cilj 3. Smanjenje negativnog utjecaja turizma na sastavnice okoliša, prirodu i prostor Posebni cilj 5. Jačanje ljudskih potencijala u turizmu
<b>Obilježja pokazatelja</b>	Definicija	Pokazatelj predstavlja procjenu udjela (%) stalnih stanovnika koji smatraju da turistički razvoj pozitivno utječe na korištenje javnog prostora u ukupnom broju stalnih stanovnika u destinaciji.
	Opis	U turistički razvijenim destinacijama turizam je važan faktor koji utječe na blagostanje lokalnog stanovništva. Održivim upravljanjem učincima turizma, koji se između ostalog mogu ogledati u

		ekonomskim, društvenim, okolišnim i infrastrukturnim promjenama, moguće je održati i unaprijediti kvalitetu života uslijed intenzivnog turističkog razvoja. Promjene u korištenju javnog prostora nastale uslijed turističkog razvoja mogu život lokalnog stanovništva učiniti više ili manje ugodnim, signalizirajući potrebu pravodobnih prilagodbi u upravljanju turističkim razvojem kako bi se osigurala njegova održivost i unaprijedilo blagostanje lokalnog stanovništva.
<b>Podatci</b>	Naziv podataka	Percepcija utjecaja turizma na korištenje javnog prostora
	Mjerna jedinica	Udio (%) ispitanika s pozitivnom percepcijom utjecaja turizma na korištenje javnog prostora
	Izvor podataka/ potencijalni izvor	Anketa lokalnog stanovništva
	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	Podatak nije dostupan, nužno je prikupljanje podataka primarnim istraživanjem
	Periodičnost prikupljanja podataka	Svake četiri godine
<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>	<p>Udio (%) lokalnog stanovništva s pozitivnom percepcijom utjecaja turizma na korištenje javnog prostora procjenjuje se sljedećim pitanjem:</p> <p><i>PH3. Što mislite o načinu korištenja javnog prostora u Vašem mjestu, je li turizam javni prostor (rivu, gradske ulice i trgove, zelene površine) učinio manje ili više prikladnim za Vaše potrebe? Odgovorite koristeći ocjene od 1 = 'Puno manje' do 5 = 'Puno više', pri čemu je 3 = 'Niti manje niti više'.</i></p> <p>Udio lokalnog stanovništva s pozitivnom percepcijom utjecaja turizma na korištenje javnog prostora računa se kao omjer broja ispitanika koji smatraju da uslijed turističkog razvoja javni prostor postaje prikladniji za potrebe lokalnog stanovništva i ukupnog broja ispitanika:</p> $\% \text{ stanovnika s pozitivnom percepcijom utjecaja turizma na korištenje javnog prostora} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 4 ili 5 na pitanje PH3}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH3}} \times 100$	

<b>Učestalost mjerenja</b>	Svake četiri godine
<b>Zoniranje</b>	Izračun za cijelu destinaciju/izračun po unaprijed utvrđenim zonama
<b>Ograničenja i perspektive pokazatelja</b>	

U sklopu anketnog ispitivanja stanovništva postavljeno je pitanje *Što mislite o načinu korištenja javnog prostora u Vašem mjestu, je li turizam javni prostor (rivu, gradske ulice i trgove, zelene površine) učinio manje ili više prikladnim za Vaše potrebe?*, na koji su ispitanici imali mogućnost odgovoriti koristeći ocjene od 1 = 'Puno manje' do 5 = 'Puno više', pri čemu je 3 = 'Niti manje niti više'. Od ukupno 232 ispitanika koji su ponudili odgovor na ovo pitanje na razini destinacije, većina njih (61,21%) odgovorilo je s 'Nešto više' odnosno 'Puno više'. Rezultati na razini zona i destinacije prikazani su u tablici u nastavku:

Tablica 9. Stavovi stanovnika o utjecaju turističkog razvoja na korištenje prostora destinacije

<b>Stavovi stanovnika o utjecaju turizma na korištenje prostora destinacije</b>	<b>Udio ispitanika s pozitivnim stavom (%)</b>
Klanjec i Veliko Trgovišće	60,63
Tuhelj	62,50
Biser Zagorja	61,21

Izvor: Anketno ispitivanje stavova lokalnog stanovništva o turizmu (2025.)

Gledano po zonama, ispitanici iz zone Tuhlja u nešto većoj mjeri smatraju kako turizam pozitivno utječe na korištenje prostora destinacije (62,50%) od ukupnog uzorka, dok ispitanici iz zone Klanjca i Velikog Trgovišća u nešto manjoj mjeri smatraju kako turizam pozitivno utječe na izgled destinacije (60,63%) od ukupnog uzorka. Kako bilo, s obzirom da je i na razini analiziranih zona i na razini cjelokupne destinacije promatrana vrijednost visoka bez značajnih razlika, zaključuje se kako lokalno stanovništvo pretežito percipira utjecaj turizma na korištenje prostora na pozitivan način, bez značajnih razlika među definiranim zonama, odnosno korištenje prostora destinacije ne utječe negativno na blagostanje lokalnog stanovništva.

#### 2.4.4.6. Zadovoljstvo ljepotom i uređenošću mjesta (kulturni i prirodni aspekti) kao i glavnih atrakcija

<b>Pokazatelj</b>	<b>Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja ljepotom i uređenošću mjesta (kulturni i prirodni aspekti) kao i glavnih atrakcija</b>	
<b>Povezanost pokazatelja sa sustavima</b>	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	UN TOURISM – MST: Ukupno zadovoljstvo posjetitelja s destinacijom ETIS A.2.1: Udio posjetitelja koji su zadovoljni svojim cjelokupnim iskustvom u destinaciji
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. - zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom

	Povezanost sa SDG	Cilj 8 - Uključiv i održiv gospodarski rast, puna zaposlenost i dostojanstven rad za sve Cilj 12 - Održiva potrošnja i proizvodnja
	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam Posebni cilj: Razvoj vremenski i prostorno ravnomjernije raspoređenog turističkog prometa
<b>Obilježja pokazatelja</b>	Definicija	Procjena udjela (%) turista koji borave u komercijalnim smještajnim objektima i nekomercijalnom smještaju te jednodnevnih posjetitelja koji su zadovoljni ljepotom i uređenošću mjesta.
	Opis	Zadovoljni posjetitelji učinkovit su alat privlačenja novih gostiju te time i stvaranja novih radnih mjesta u destinaciji, a uz to često i dulje borave te generiraju veći prihod u odnosu na posjetitelje koji nisu zadovoljni svojim boravkom u destinaciji. Nadalje, praćenjem zadovoljstva posjetitelja mjere se i prate učinci aktivnosti na unapređenju turističkog proizvoda destinacije. Za učinkovito upravljanje turističkom destinacijom, osim ukupnog zadovoljstva posjetitelja, važno je pratiti i zadovoljstvo određenim elementima ponude. Ovdje se preporuča praćenje zadovoljstva posjetitelja ljepotom i uređenošću mjesta (kulturni i prirodni aspekti), kao i glavnih atrakcija.
<b>Podatci</b>	Naziv podataka	1. Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja ljepotom mjesta 2. Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja uređenošću mjesta 3. Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja uređenošću glavnih atrakcija
	Mjerna jedinica	1.-3. Udio (%) zadovoljnih posjetitelja (turista u komercijalnim smještajnim objektima, turista u nekomercijalnom smještaju, jednodnevnih posjetitelja)
	Izvor podataka /potencijalni izvor	Anketa turista i jednodnevnih posjetitelja
	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	1.-3. Podatak nije dostupan, nužno je prikupljanje podataka primarnim istraživanjem
	Periodičnost prikupljanja podataka	Svake četiri godine

**Metodologija izračuna pokazatelja**

**Udio zadovoljnih turista i jednodnevnih posjetitelja ljepotom mjesta** mjeri se pomoću sljedeće varijable/pitanja:

*PH2. Koliko ste zadovoljni ljepotom mjesta?  
1 = 'U potpunosti nezadovoljan/na' do 7 = 'U potpunosti zadovoljan/na', pri čemu je 3 – 'Niti zadovoljna niti nezadovoljan'.*

**Udio zadovoljnih turista i jednodnevnih posjetitelja uređenošću mjesta** mjeri se pomoću sljedeće varijable/pitanja:

*PH3. Koliko ste zadovoljni uređenošću mjesta?  
1 = 'U potpunosti nezadovoljan/na' do 7 = 'U potpunosti zadovoljan/na', pri čemu je 3 – 'Niti zadovoljna niti nezadovoljan'.*

**Udio zadovoljnih turista i jednodnevnih posjetitelja uređenošću glavnih atrakcija** u ovoj destinaciji mjeri se pomoću sljedeće varijable/pitanja:

*PH4. Koliko ste zadovoljni uređenošću glavnih atrakcija u ovoj destinaciji?  
1 = 'U potpunosti nezadovoljan/na' do 7 = 'U potpunosti zadovoljan/na', pri čemu je 3 – 'Niti zadovoljna niti nezadovoljan'.*

*Sažeti prikaz varijabli*

Varijabla (pitanje)	Označavanje krajnjih točaka mjerne ljestvice		
	1	3	7
Zadovoljstvo ljepotom mjesta (PH2)	U potpunosti nezadovoljan/na	Niti zadovoljan niti nezadovoljan	U potpunosti zadovoljan/na
Zadovoljstvo uređenošću mjesta (PH3)	U potpunosti nezadovoljan/na	Niti zadovoljan niti nezadovoljan	U potpunosti zadovoljan/na
Zadovoljstvo uređenošću glavnih atrakcija (PH4)	U potpunosti nezadovoljan/na	Niti zadovoljan niti nezadovoljan	U potpunosti zadovoljan/na

	<p>Udjeli zadovoljnih posjetitelja se računaju kao omjer broja ispitanika koji su dali ocjenu 6 ili 7 na pojedinom pitanju i ukupnog broja ispitanika koji su odgovorili na to pitanje:</p> $\% \text{ posjetitelja zadovoljnih ljepotom mjesta} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 6 ili 7 na pitanju PH2}}{\text{koji su odgovorili na pitanje PH2}} \times 100$ $\% \text{ posjetitelja zadovoljnih uređenošću mjesta} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 6 ili 7 na pitanju PH3}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH3}} \times 100$ $\% \text{ posjetitelja zadovoljnih uređenošću u glavnih atrakcija u destinaciji} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 6 ili 7 na pitanju PH4}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH4}} \times 100$ <p>Pokazatelji se računaju zasebno za tri glavna segmenta turističke potražnje: turiste u komercijalnim smještajnim objektima, turiste u nekomercijalnom smještaju i jednodnevne posjetitelje.</p>
<b>Učestalost mjerenja</b>	Svake četiri godine
<b>Zoniranje</b>	Izračun za cijelu destinaciju
<b>Ograničenja pokazatelja i perspektive</b>	

Izračun pokazatelja načinjen je na temelju provedenog upitnika turista i posjetitelja destinacije TZ Biser Zagorja, zasebno za predviđene segmente turista: turiste u komercijalnim smještajnim objektima, turiste u nekomercijalnom smještaju i jednodnevne posjetitelje. Ispitanicima su postavljena tri pitanja:

1. Koliko ste zadovoljni ljepotom mjesta?
2. Koliko ste zadovoljni uređenošću mjesta?
3. Koliko ste zadovoljni uređenošću glavnih atrakcija u ovoj destinaciji?

Na navedena pitanja ispitanici su imali mogućnost odgovoriti na skali od 1 = 'U potpunosti nezadovoljan/na' do 7 = 'U potpunosti zadovoljan/na', pri čemu je 3 – 'Niti zadovoljan/na niti nezadovoljan/na'. Kako su ispitanici ponudili odgovor na pitanja br. 1 i

2, a na pitanje br. 3 nisu ponudili odgovor, izračun pokazatelja je napravljen na temelju ponuđenih odgovora turista i jednodnevnih posjetitelja na pitanja br. 1 i 2, a rezultati su izloženi u narednoj tablici:

Tablica 10. Udio ispitanika koji su zadovoljni ljepotom i uređenošću destinacije (kulturni i prirodni aspekti) po segmentima turističke potražnje

Zadovoljstvo ljepotom i uređenošću destinacije (kulturni i prirodni aspekti) po segmentima turističke potražnje	Udio ispitanika koji su zadovoljni ljepotom destinacije (%)
Turisti u komercijalnim smještajnim objektima	94,83
Turisti u nekomercijalnom smještaju	100,00
Jednodnevni posjetitelji	89,47

Izvor: Anketno ispitivanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja (2025.)

Na temelju izloženih podataka vidljivo je kako su među ispitanicima (posjetiteljima i turistima) u destinaciji Biser Zagorja, na razini promatranih segmenata turističke potražnje, svi ispitanici koji borave u nekomercijalnom smještaju izrazili kako su zadovoljni ljepotom (kulturni i prirodni aspekti) destinacije, dok su ispitanici koji su boravili u komercijalnim smještajnim objektima i jednodnevni posjetitelji također u najvećoj mjeri zadovoljni ljepotom destinacije (94,83% odnosno 89,47%).

U zoni Tuhlja koncentracija materijalnih turističkih atrakcija i pratećih sadržaja po jedinici površine nešto je viša nego u ostatku destinacije, no iz dostupnih pokazatelja i iskaza ispitanika proizlazi da ta koncentracija još uvijek ne ugrožava kvalitetu života stanovnika niti ukupni doživljaj prostora. Atrakcije i ugostiteljski sadržaji organizirani su pretežito unutar jasno definiranog turističkog područja, što omogućuje zadržavanje prometa i gužve u ograničenim zonama. U zoni Klanjec i Veliko Trgovišće razina koncentracije atrakcija, ugostiteljskih objekata i doživljajnih sadržaja nešto je niža. Riječ je o manjim, disperziranim točkama (kulturne ustanove, pojedinačni restorani, kuće za odmor) koje ne stvaraju vidljivo prostorno opterećenje, već naprotiv ukazuju na prostor za daljnji razvoj ponude. Na razini destinacije u cjelini, omjer broja atrakcija, ugostiteljskih sadržaja i površine upućuje da destinacija Biser Zagorja ima još značajnu rezervu nosivosti u pogledu razvoja novih atrakcija i povećanja korištenja postojećih, pod uvjetom da se istodobno vodi računa o uređenosti, održavanju i kvaliteti interpretacije prostora.

## 2.4.5. Okoliš

### 2.4.5.1. Razina buke u danima vršne turističke sezone u odnosu na ostatak godine u zonama mješovite namjene po danu i noći

Pokazatelj	Razina buke u danima vršne turističke sezone u odnosu na ostatak godine u zonama mješovite namjene po danu i noći	
Povezanost pokazatelja sa sustavima	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	GSTC: D12 Svjetlosno onečišćenje i onečišćenje bukom
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. - održivo upravljanje destinacijom
	Povezanost sa SDG	Cilj 3 – Zdravlje i blagostanje Cilj 11 – Održivi gradovi i zajednice
	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu Posebni cilj: Smanjenje opterećenja iz turizma na sastavnice okoliša i prirodu
Obilježja pokazatelja	Definicija	Pokazatelj prati razinu buke u vanjskom prostoru u danima vršne sezone u odnosu na ostatak godine u zonama mješovite namjene koje su od interesa za turizam.
	Opis	<p>Prema zakonu kojim se uređuje zaštita od buke Karte buke čine stručnu podlogu za izradu prostornih planova te su koristan instrument upravljanja bukom okoliša. Omogućavaju izradu akcijskih planova, učinkovitije prostorno planiranje, planiranje zaštite postojećih prostora od izvora buke te provedbu akustičkog planiranja, kao i ocjenjivanja izloženosti stanovništva prekomjernim razinama buke.</p> <p>Zaštitu od buke obvezni su provoditi i osigurati njezino provođenje tijela državne uprave, jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave te pravne i fizičke osobe koje obavljaju registrirane djelatnosti. Primjerice, gospodarski subjekti u djelatnostima ugostiteljstva i trgovine prije ishoda rješenja o ispunjavanju minimalno tehničkih uvjeta (MTU) moraju ishoditi rješenje Ministarstva zdravstva da su ispunjeni uvjeti zaštite od buke. Inspekcijski nadzor nad primjenom navedenog Zakona i propisa donesenih na temelju njega obavljaju sanitarni inspektori Državnog inspektorata.</p>

<b>Podatci</b>	Naziv podataka	1. Lday (indikator dnevne buke) jest indikator buke za vremensko razdoblje 'dan';  2. Lnight (indikator noćne buke) jest indikator buke koja uzrokuje poremećaj sna za vremensko razdoblje 'noć'.
	Mjerna jedinica	dB (decibel)
	Izvor podataka/ potencijalni izvor	1.-2. Jedinice lokalne samouprave
	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	Podatak nije dostupan na razinama svih destinacija
<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>	<p>Sukladno Zakonu kojim se uređuje zaštita od buke i pripadajućem Pravilniku kojim se uređuje najviša dopuštena razina buke, razina buke mjeri se u zonama mješovite namjene od interesa za turizam izračunava prema odabranim indikatorima u 7 uzastopnih dane u vršnom mjesecu turističke sezone i uspoređuje s vrijednostima karte buke i vrijednosti navedenih u Tablici 1 Pravilnika.</p> <p>Mjerenjem se utvrđuje:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lday (indikator dnevne buke) jest indikator buke za vremensko razdoblje 'dan';</li> <li>- Lnight (indikator noćne buke) jest indikator buke koja uzrokuje poremećaj sna za vremensko razdoblje 'noć'.</li> </ul> <p>Dan traje 12 sati, od 7 do 19 sati, večer traje 4 sata, od 19 do 23 sata, a noć traje 8 sati, od 23 do 7 sati.</p> <p>U Tablici 1. Pravilnika iskazane su najviše dopuštene ocjenske razine buke u otvorenome prostoru. Za izradu ovog pokazatelja (u smislu usporedbe izmjerenih vrijednosti i vrijednosti navedenih u Tablici 1.) u obzir se uzimaju Lday i Lnight.</p>	
<b>Zoniranje</b>	Izračun po unaprijed utvrđenim zonama	
<b>Ograničenja pokazatelja i perspektive</b>	Za zone koje nemaju izrađene karte buke moguće je interpretirati rezultate pokazatelja 5.2. i 5.3.	

Kako podatci potrebni za izračun pokazatelja nisu dostupni na razini destinacije niti na razini pojedine zone, interpretacija je sukladno Metodologiji izrađena na temelju rezultata pokazatelja 5.2. i 5.3.

#### 2.4.5.2. Iritacija razinom buke u vrijeme turističke sezone

Pokazatelj	Iritacija razinom buke u vrijeme turističke sezone	
<b>Povezanost pokazatelja sa sustavima</b>	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	ETIS: Utjecaj turizma na kvalitetu života u destinaciji UNWTO – MST: Percepcija o negativnom i pozitivnom doprinosu turizma dobrobiti lokalnog stanovništva OECD: Indeks boljeg života
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 6. stavak 1. – dionici u sustavu turizma (lokalno stanovništvo) Članak 12. stavak 1. – razvoj turizma u smjeru održivosti te unaprjeđenja uvjeta života lokalnog stanovništva
	Povezanost sa SDG	Cilj 8 – Uključiv i održiv ekonomski rast, puna i produktivna zaposlenost te dostojanstveni rad za sve Cilj 11 – Održivi gradovi i zajednice
	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu; Konkurentan i inovativan turizam Poseban cilj 3. Smanjenje negativnog utjecaja turizma na sastavnice okoliša, prirodu i prostor Posebni cilj 5. Jačanje ljudskih potencijala u turizmu
<b>Obilježja pokazatelja</b>	Definicija	Pokazatelj predstavlja procjenu udjela (%) stalnih stanovnika uznemirenih bukom tijekom turističke sezone u ukupnom broju stalnih stanovnika u destinaciji
	Opis	U turistički razvijenim destinacijama turizam je važan faktor koji utječe na blagostanje lokalnog stanovništva. Održivim upravljanjem učincima turizma, koji se između ostalog mogu ogledati u ekonomskim, društvenim, okolišnim i infrastrukturnim promjenama, moguće je održati i unaprijediti kvalitetu života uslijed intenzivnog turističkog razvoja. Buka je faktor iritacije koji doprinosi povećanom stresu u svakodnevnom životu te tako može negativno utjecati na blagostanje lokalnog stanovništva. Znatna zastupljenost iritacije bukom signalizira potrebu pravodobnih prilagodbi u upravljanju turističkim razvojem kako bi se osigurala njegova održivost.
<b>Podatci</b>	Naziv podataka	Iritacija razinom buke tijekom turističke sezone
	Mjerna jedinica	Udio (%) ispitanika kojima buka tijekom turističke sezone predstavlja veliki problem
	Izvor podataka /potencijalni izvor	Anketa lokalnog stanovništva
	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	Podatak nije dostupan, nužno je prikupljanje podataka primarnim istraživanjem
	Periodičnost prikupljanja podataka	Svake četiri godine

<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>	<p>Udio (%) lokalnog stanovništva koji su uznemireni bukom tijekom turističke sezone procjenjuje se sljedećim pitanjem:</p> <p><i>PH4. Kada pomislite na život u svojem mjestu tijekom turističke sezone, predstavlja li buka veliki problem, mali problem ili uopće nije problem?</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><i>1. Veliki problem</i></li> <li><i>2. Mali problem</i></li> <li><i>3. Nije problem</i></li> <li><i>9. Ne znam/ne mogu ocijeniti</i></li> </ol> <p>Udio lokalnog stanovništva uznemiren bukom tijekom turističke sezone računa se kao omjer broja ispitanika koji smatraju da je buka veliki problem i ukupnog broja ispitanika:</p> $\% \text{ stanovnika uznemirenih bukom} = \frac{\text{broj ispitanika s odgovorom 1 na pitanje PH4}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH4}} \times 100$
<b>Učestalost mjerenja</b>	Svake četiri godine
<b>Zoniranje</b>	Izračun za cijelu destinaciju/izračun po unaprijed utvrđenim zonama
<b>Ograničenja i perspektive pokazatelja</b>	

U sklopu anketnog ispitivanja stanovništva postavljeno je pitanje *Kada pomislite na život na području TZ Biser Zagorja tijekom turističke sezone, predstavlja li buka veliki problem, mali problem ili uopće nije problem?*, na koji su ispitanici imali mogućnost odgovoriti koristeći ocjene od 1 = 'Veliki problem' do 4 = 'ne znam / ne mogu procijeniti'. Sukladno podacima dobivenima kroz analizu anketnog upitnika za stanovništvo, koji je popunilo ukupno 232 stanovnika destinacije, njih pet odnosno 2,16% smatra kako buka za vrijeme turističke sezone negativno utječe na kvalitetu svakodnevnog života u destinaciji (odgovor *Veliki problem*). Podatci na razini analiziranih zona i cjelokupne destinacije su izloženi u narednoj tablici:

Tablica 11. Percepcija utjecaja buke na kvalitetu života tijekom turističke sezone

Percepcija utjecaja buke na kvalitetu života tijekom turističke sezone	Udio ispitanika uznemiren bukom (%)
Klanjec i Veliko Trgovišće	1,88
Tuhelj	2,78
Biser Zagorja	2,16

Izvor: Anketno ispitivanje stavova lokalnog stanovništva o turizmu (2025.)

Gledano po zonama, ispitanici iz zone Tuhlja u nešto većoj mjeri vide buku kao velik problem tijekom turističke sezone (2,78%) od ukupnog uzorka, dok ispitanici iz zone Klanjca i Velikog Trgovišća u nešto manjoj mjeri vide buku kao velik problem tijekom turističke sezone (1,88%) od ukupnog uzorka. Kako bilo, s obzirom da je i na razini analiziranih zona i na razini cjelokupne destinacije promatrana vrijednost vrlo niska bez značajnih razlika, zaključuje se kako stanovnici destinacije nisu uznemireni bukom tijekom turističke sezone.

#### 2.4.5.3. Utjecaj buke na kvalitetu boravka

<b>Pokazatelj</b>	<b>Utjecaj buke na kvalitetu boravka</b>	
<b>Povezanost pokazatelja sa sustavima</b>	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	UN TOURISM – MST: Ukupno zadovoljstvo posjetitelja s destinacijom ETIS A.2.1: Udio posjetitelja koji su zadovoljni svojim cjelokupnim iskustvom u destinaciji
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. - zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom
	Povezanost sa SDG	Cilj 8 - Uključiv i održiv gospodarski rast, puna zaposlenost i dostojanstven rad za sve Cilj 12 - Održiva potrošnja i proizvodnja
	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam Posebni cilj: Razvoj vremenski i prostorno ravnomjernije raspoređenog turističkog prometa
<b>Obilježja pokazatelja</b>	Definicija	Procjena udjela (%) turista koji borave u komercijalnim smještajnim objektima i nekomercijalnom smještaju te jednodnevnih posjetitelja koji su nezadovoljni utjecajem buke na kvalitetu boravka u mjestu.
	Opis	Zadovoljni posjetitelji učinkovit su alat privlačenja novih gostiju te time i stvaranja novih radnih mjesta u destinaciji, a uz to često i dulje borave te generiraju veći prihod u odnosu na posjetitelje koji nisu zadovoljni svojim boravkom u destinaciji. Nadalje, praćenjem zadovoljstva posjetitelja mjere se i prate učinci aktivnosti na unapređenju turističkog proizvoda destinacije. Za učinkovito upravljanje turističkom destinacijom, osim ukupnog zadovoljstva posjetitelja i zadovoljstva određenim elementima turističke ponude destinacije, važno je pratiti i eventualne negativne utjecaje na doživljaj boravka gostiju u našim destinacijama. Ovim se pokazateljem prati udio posjetitelja koje je zasmatala buka u mjestu boravka i tako negativno utjecala na njihov boravak.
<b>Podatci</b>	Naziv podataka	Nezadovoljstvo radi buke u destinaciji

Mjerna jedinica	Udio (%) nezadovoljnih posjetitelja (turista u komercijalnim smještajnim objektima, turista u nekomercijalnom smještaju, jednodnevnih posjetitelja)							
Izvor podataka/ potencijalni izvor	Anketa turista i jednodnevnih posjetitelja							
Dostupnost podataka i podatkovni jaz	Podatak nije dostupan, nužno je prikupljanje podataka primarnim istraživanjem							
Periodičnost prikupljanja podataka	Svake četiri godine							
<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>	<p>Udio posjetitelja nezadovoljnih radi utjecaja buke na kvalitetu smještaja mjeri se pomoću sljedeće varijable/pitanja:</p> <p><i>PH5. U kojoj Vam mjeri buka na javnim prostorima (ulicama, trgovima, atrakcijama) predstavlja problem tijekom Vašeg boravka u destinaciji?</i></p> <p><i>Odgovorite na ljestvici od 1 - 'uopće nije problem' do 7 - 'jako ozbiljan problem'.</i></p> <p><i>Sažeti prikaz varijable</i></p> <table border="1" data-bbox="691 1072 1398 1294"> <thead> <tr> <th>Varijabla (pitanje)</th> <th colspan="2">Označavanje krajnjih točaka mjerne ljestvice</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nezadovoljstvo radi utjecaja buke na kvalitetu smještaja (PH5)</td> <td>Uopće nije problem</td> <td>Jako ozbiljan problem</td> </tr> </tbody> </table> <p>Udio posjetitelja koji su nezadovoljni radi buke u destinaciji računa se kao omjer broja ispitanika s ocjenom 6 ili 7 i ukupnog broja ispitanika koji su odgovorili na to pitanje:</p> $\% \text{ posjetitelja nezadovoljnih radi buke} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 6 ili 7 na pitanju PH5}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH5}} \times 100$ <p>Pokazatelj se računa zasebno za tri glavna segmenta turističke potražnje: turiste u komercijalnim smještajnim objektima, turiste u nekomercijalnom smještaju i jednodnevne posjetitelje.</p>		Varijabla (pitanje)	Označavanje krajnjih točaka mjerne ljestvice		Nezadovoljstvo radi utjecaja buke na kvalitetu smještaja (PH5)	Uopće nije problem	Jako ozbiljan problem
Varijabla (pitanje)	Označavanje krajnjih točaka mjerne ljestvice							
Nezadovoljstvo radi utjecaja buke na kvalitetu smještaja (PH5)	Uopće nije problem	Jako ozbiljan problem						
<b>Učestalost mjerenja</b>	Svake četiri godine							
<b>Zoniranje</b>	Izračun za cijelu destinaciju							

<b>Ograničenja pokazatelja i perspektive</b>	
--	--

U sklopu anketnog ispitivanja turista i jednodnevnih posjetitelja postavljeno je pitanje *U kojoj Vam mjeri buka na javnim prostorima (ulicama, trgovima, atrakcijama) predstavlja problem tijekom Vašeg boravka u destinaciji?*, na koji su ispitanici imali mogućnost odgovoriti koristeći ocjene od 1 = 'Uopće nije problem' do 7 = 'jak ozbiljan problem'. Od ukupno 293 ispitanika koji su ponudili odgovor na ovo pitanje na razini destinacije, velika većina njih (75,43%) smatra kako buka na javnim prostorima ne predstavlja problem, dok 12,29% ispitanika smatra kako buka predstavlja problem odnosno jako ozbiljan problem.

Izračun pokazatelja načinjen je zasebno za predviđene segmente turista: turiste u komercijalnim smještajnim objektima, turiste u nekomercijalnom smještaju i jednodnevne posjetitelje. Rezultati na razini analiziranih segmenata i destinacije izloženi su u narednoj tablici:

*Tablica 12. Udio posjetitelja koji su nezadovoljni radi buke na ulicama, trgovima, atrakcijama u destinaciji po segmentima turističke potražnje*

<b>Nezadovoljstvo radi buke na ulicama, trgovima, atrakcijama u destinaciji</b>	<b>Udio posjetitelja koji su nezadovoljni radi buke na ulicama, trgovima, atrakcijama u destinaciji (%)</b>
Turisti u komercijalnim smještajnim objektima	11,81
Turisti u nekomercijalnom smještaju	0,00
Jednodnevni posjetitelji	21,05

Izvor: Anketno ispitivanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja (2025.)

Na temelju izloženih podataka vidljivo je kako među posjetiteljima i turistima u destinaciji Biser Zagorja, kao i slučaju gužve na javnim prostorima, od svih segmenata turističke potražnje jednodnevni posjetitelji u najvećoj mjeri izražavaju nezadovoljstvo radi buke na ulicama, trgovima, atrakcijama u destinaciji (21,05%), turisti u komercijalnom smještaju u nešto manjoj mjeri (11,81%) dok turisti u nekomercijalnom smještaju gužvu uopće ne smatraju problemom. Slijedi zaključak da, iako je u promatranim segmentima posjetitelja u određenoj mjeri prisutno nezadovoljstvo bukom, ono je niskog intenziteta te ne ugrožava doživljaj destinacije.

Rezultati analize na razini zone Tuhelj upućuju na to da se buka i zvučno opterećenje povezano s turističkom aktivnošću percipiraju uglavnom u prihvatljivim okvirima. U zoni Klanjec i Veliko Trgovišće buka povezana s turizmom gotovo da nije prepoznata kao problem. Stanovnici češće ističu opću prometnu buku ili pojedinačne situacije, a ne kontinuirano zvučno opterećenje zbog turističkih sadržaja. Na razini destinacije u cjelini zaključuje se da zvučno opterećenje, promatrano kao element prihvatnog kapaciteta, trenutačno ne predstavlja ograničavajući faktor razvoja turizma. Razine buke nisu doživljene kao prepreka ugodnom boravku gostiju niti kao ozbiljan izvor nezadovoljstva stanovnika, uz preporuku da se planiranjem događanja i prometnih rješenja spriječi nastanak lokalnih žarišta prekomjerne buke.

## 2.4.6. Prostor

### 2.4.6.1. Udio stambenih jedinica turističke namjene (komercijalni i nekomercijalni kapaciteti) u ukupnom broju stambenih jedinica

Pokazatelj		Udio (%) stambenih jedinica turističke namjene (komercijalni i nekomercijalni kapaciteti) u ukupnom broju stambenih jedinica
<b>Povezanost pokazatelja sa sustavima</b>	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	ETIS - Broj kuća i stanova za odmor na 100 objekata za stalno stanovanje (prilagođeno)
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. - održivo upravljanje destinacijom, - održivo upravljanje prostorom
	Povezanost sa SDG-ovima	Cilj 11 – Održivi gradovi i zajednice
	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam; Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu Poseban cilj: 1. Razvoj vremenski i prostorno ravnomjernije raspoređenog turističkog prometa; 3. Smanjenje negativnog utjecaja turizma na sastavnice okoliša prirodu i prostor
<b>Obilježja pokazatelja</b>	Definicija	Pokazateljem se definira udio kuća i stanova za odmor u ukupnom broju stambenih objekata u destinaciji.
	Opis i svrha	Veliki broj nekretnina koji služe kao kuće i stanovi za odmor može promijeniti prirodu destinacije, naročito kada broj kuća i stanova za odmor preraste broj objekata za stalno stanovanje. Zbog toga ovaj indikator može pomoći prepoznavanju tog fenomena prije nego što postane problem.
<b>Podatci</b>	Naziv podataka	1. Broj objekata koji su u sustavu eVisitor registrirani unutar podvrste Objekti u domaćinstvu 2. Broj objekata koji su u sustavu eVisitor registrirani unutar podvrsta Izvorna stara obiteljska kuća (vikendica), Kuća za odmor (vikendica) te Stan za odmor (vikendica) kuća, 3. Broj objekata u kojima se stalno živi
	Mjerna jedinica	1.- 3. Broj stambenih objekata
	Izvor podataka/ potencijalni izvor	1. eVisitor 2. eVisitor 3. Podatci JLS. Alternativno se mogu koristiti i podatci DZS-a.

	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	1. – 3 . Podatak je dostupan
	Periodičnost prikupljanja podataka	Jednom godišnje
<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>	<p><i>broj kuća i stanova za odmor na 100 objekata u kojima se stalno živi</i> = <math>\frac{O_{NO} + O_{OD}}{O_{SS}} \times 100</math></p> <p>gdje su:</p> <p><math>O_{NO}</math> – broj objekata koji su u sustavu eVisitor registrirani unutar podvrsta Izvorna stara obiteljska kuća (vikendica), Kuća za odmor (vikendica) te Stan za odmor (vikendica) kuća,</p> <p><math>O_{OD}</math> – broj objekata koji su u sustavu eVisitor registrirani unutar podvrste Objekti u domaćinstvu,</p> <p><math>O_{SS}</math> – broj objekata koji se koriste za stalno stanovanje</p>	
<b>Učestalost mjerenja</b>	Svake četiri godine	
<b>Zoniranje</b>	Izračun za cijelu destinaciju/ izračun po unaprijed utvrđenim zonama	
<b>Ograničenja pokazatelja i perspektive</b>		

Sukladno metodologiji izračuna, za izračun predmetnog pokazatelja potrebni su sljedeći podatci:

1. Broj objekata koji su u sustavu eVisitor registrirani unutar podvrste Objekti u domaćinstvu;
2. Broj objekata koji su u sustavu eVisitor registrirani unutar podvrsta Izvorna stara obiteljska kuća (vikendica), Kuća za odmor (vikendica) te Stan za odmor (vikendica);
3. Broj objekata u kojima se stalno živi.

Dok su podatak broju objekata koji su u sustavu eVisitor registrirani unutar podvrste Objekti u domaćinstvu i broju objekata koji su u sustavu eVisitor registrirani unutar podvrsta Izvorna stara obiteljska kuća (vikendica), Kuća za odmor (vikendica) te Stan za odmor (vikendica) raspoloživi za cijeli promatrani period, s obzirom da su podatci o broju objekata u kojima se stalno živi raspoloživi za 2024. godinu, pokazatelj je izračunat na razini 2024. godine, te su rezultati izloženi u narednoj tablici:

Tablica 13. Udio stambenih jedinica turističke namjene (komercijalni i nekomercijalni kapaciteti) u ukupnom broju stambenih jedinica na području Biser Zagorja

Udio stambenih jedinica turističke namjene (komercijalni i nekomercijalni kapaciteti) u ukupnom broju stambenih jedinica	O <sub>NO</sub>	O <sub>OD</sub>	O <sub>SS</sub>	Broj kuća i stanova za odmor na 100 objekata u kojima se stalno živi
Tuhelj	3	33	720	9,17
Klanjec i Veliko Trgovišće	359	28	2.601	14,88
Biser Zagorja	362	61	3.321	12,74

Izvor: eVisitor, podatci JLS.

Kako je vidljivo iz navedenih podataka, u promatranom vremenskom horizontu na razini zone Klanjec i Veliko Trgovišće pokazatelj ima najvišu vrijednost, no ostaje na relativno niskim razinama. S druge strane, na razini zone Tuhlja pokazatelj je također na niskoj razini. Na razini destinacije indikator je između vrijednosti za promatrane zone, te je u promatranom periodu relativno nizak. Dodatno, vidljivo je da niti na razini promatranih zona niti na razini destinacije broj kuća i stanova za odmor nema tendenciju prerasti broj objekata za stalno stanovanje, te se zaključuje kako udio objekata turističke namjene u destinaciji ne predstavlja problem za destinaciju, odnosno nema tendenciju promijeniti prirodu destinacije na način da broj kuća i stanova za odmor preraste broj objekata za stalno stanovanje.

#### 2.4.6.2. Maksimalni potencijal izgradnje na neizgrađenim i izgrađenim dijelovima građevinskog područja naselja mješovite namjene

Pokazatelj	Maksimalni potencijal izgradnje na neizgrađenim i izgrađenim dijelovima građevinskog područja naselja mješovite namjene	
Povezanost pokazatelja sa sustavima	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	-
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. – održivo upravljanje destinacijom, održivo upravljanje prostorom
	Povezanost sa SDG	Cilj 11 – Održivi gradovi i zajednice

	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam; Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu Poseban cilj: 1. Razvoj vremenski i prostorno ravnomjernije raspoređenog turističkog prometa; 3. Smanjenje negativnog utjecaja turizma na sastavnice okoliša prirodu i prostor
<b>Obilježja pokazatelja</b>	Definicija	Pokazatelj predstavlja najveći mogući broj stambenih jedinica koji se može ostvariti na području građevinskih područja naselja.
	Opis	Pokazatelj ukazuje na najveći mogući broj stambenih jedinica koji se može ostvariti na području građevinskih područja naselja, uključujući gradnju na neizgrađenim dijelovima te rekonstrukciju i prenamjenu.
<b>Podatci</b>	Naziv podataka	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ukupna površina izgrađenog dijela građevinskog područja naselja</li> <li>2. Ukupna površina izgrađenog dijela građevinskih područja naselja stambene i mješovite namjene (stambeno-poslovne i poslovno-stambene).</li> <li>3. Prosječna površina građevne čestice u izgrađenom dijelu građevinskog područja naselja stambene i mješovite namjene (stambeno-poslovne i poslovno-stambene).</li> <li>4. Najveći broj dozvoljenih stambenih jedinica u odnosu na površinu prosječne građevne čestice.</li> <li>5. Mogućnosti nove stambene izgradnje na neizgrađenim površinama mješovite namjene građevinskog područja naselja</li> </ol>
	Mjerna jedinica	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.-3. m<sup>2</sup></li> <li>4.-5. Broj stambenih jedinica</li> </ol>
	Izvor podataka /potencijalni izvor	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Važeći prostorni planovi sukladno zakonu kojim se uređuje prostorno planiranje (DPPR, PPPPO, PPUG/O). Napomena: Ovisno o ekspertnoj procjeni urbanista, ukoliko podatci iz prostornog plana značajno odstupaju od stvarnog stanja izgrađenosti, provodi se analiza stvarne izgrađenosti građevinskih područja naselja na temelju DOF snimka.</li> <li>2. Važeći prostorni planovi niže razine/užeg područja (GUP, UPU (DPU) ili alternativno vizualnim pregledom DOF snimka Napomena: Ekspertnom analizom urbanista na temelju važećih prostornih planova niže razine/užeg područja (GUP, UPU (DPU)). Alternativno, ovisno o ekspertnoj procjeni urbanista, analizira se na temelju vizualnog pregleda DOF snimka.</li> <li>3. Podatci DOF snimka, digitalne katastarske podloge i uvjeta prostornih planova (DPPR, PPPPO, PPUG/O,</li> </ol>

		<p>GUP, UPU).</p> <p>Napomena: Ekspertnom analizom urbanista na temelju DOF snimka, digitalne katastarske podloge i uvjeta prostornih planova (DPPR, PPPPO, PPUG/O, GUP, UPU).</p> <p>4. Važeći prostorni planovi (DPPR, PPPPO, PPUG/O, GUP, UPU).</p> <p>Napomena: Ekspertnom analizom urbanista na temelju uvjeta važećih prostornih planova (DPPR, PPPPO, PPUG/O, GUP, UPU). Ovisno o ekspertnoj procjeni, daje se naznaka ukoliko je vjerojatno da je postojeća izgradnja već veća od najveće moguće prema prostornom planu (npr. veća gustoća izgrađenosti u staro gradskoj jezgri od danas moguće prema uvjetima prostornog plana i/ili ukoliko postojeće građevine većinom imaju najveći dozvoljeni ili veći broj etaža od najvećeg dozvoljenog i sl.)</p> <p>5. Ekspertna analiza urbanista prema metodologiji izračuna za pokazatelj 6.3.</p>
	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	Prostorni planovi, DOF i DKP podloge su javno dostupne za pregled. Potrebna je ekspertna analiza urbanista za utvrđivanje podataka potrebnih za izračun pokazatelja.
	Periodičnost prikupljanja podataka	Svake četiri godine
<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>		$\begin{aligned} & \text{Najveći mogući broj stambenih jedinica koji se može ostvariti na području izgrađenih dijelova građevinskih područja naselja} \\ & = \text{Ukupni broj prosječnih građevinskih čestica u izgrađenom dijelu građevinskog područja naselja} \times \text{Najveći dozvoljeni broj stambenih jedinica na prosječnoj građevnoj čestici} \end{aligned}$ $\begin{aligned} & \text{Ukupni broj prosječnih građevinskih čestica u izgrađenom dijelu građevinskog područja naselja} \\ & = \frac{\text{Površina izgrađenog dijela građevinskih područja naselja stambene i mješovite namjene}}{\text{Prosječna površina građevne čestice u izgrađenom dijelu}} \end{aligned}$ $\begin{aligned} & \text{Maksimalni potencijal izgradnje na neizgrađenim i izgrađenim dijelovima građevinskog područja naselja mješovite namjene} \\ & = \text{Najveći mogući broj stambenih jedinica koji se može ostvariti na području izgrađenih dijelova građevinskih područja naselja} + \text{Mogućnosti nove stambene izgradnje na neizgrađenim površinama mješovite namjene građevinskog područja naselja} \end{aligned}$
	<b>Učestalost mjerenja</b>	Svake četiri godine

<b>Zoniranje</b>	Izračun za cijelu destinaciju/ izračun po unaprijed utvrđenim zonama
<b>Ograničenja pokazatelja i perspektive</b>	<p>Pokazatelj je potrebno usporediti s postojećim brojem stambenih jedinica.</p> <p>Budući da na rekonstrukciju utječu brojni elementi (postojeće udaljenosti od cesta, ruba građevnih čestica, postojeće visine, postojeći parametri koji eventualno nisu zadovoljeni, cijena zahvata rekonstrukcije i sl.) radi se o okvirnoj procjeni te nije vjerojatno da će se ukupni potencijal u potpunosti iskoristiti.</p> <p>U nekim slučajevima može se pokazati da je postojeća izgradnja u izgrađenom dijelu već veća od najveće koja bi bila dozvoljena u izgrađenom dijelu prema važećim prostornim planovima (npr. stariji dijelovi naselja izgrađeni prema manje restriktivnim uvjetima). Stvarna realizacija nove izgradnje ne ovisi samo o prostorno-planskim uvjetima (ovisi i o imovinsko-pravnim odnosima, gospodarskim prilikama, stanju tržišta nekretnina itd.).</p>
	Napomena: ovaj pokazatelj je zbroj pokazatelja 6.3. Mogućnosti nove stambene izgradnje na neizgrađenim površinama mješovite namjene građevinskog područja naselja i dodatnog pokazatelja 15.2. Mogućnost stambene izgradnje kroz rekonstrukciju i prenamjenu postojećih građevina.

Sukladno metodologiji izračuna, za izračun predmetnog pokazatelja potrebni su sljedeći podatci:

4. Ukupna površina izgrađenog dijela građevinskog područja naselja;
5. Ukupna površina izgrađenog dijela građevinskih područja naselja stambene i mješovite namjene (stambeno-poslovne i poslovno-stambene);
6. Prosječna površina građevne čestice u izgrađenom dijelu građevinskog područja naselja stambene i mješovite namjene (stambeno-poslovne i poslovno-stambene);
7. Najveći broj dozvoljenih stambenih jedinica u odnosu na površinu prosječne građevne čestice;
8. Mogućnosti nove stambene izgradnje na neizgrađenim površinama mješovite namjene građevinskog područja naselja.

Kako su navedeni podatci samo djelomično dostupni na razini pojedinih JLS (raspoloživ je samo podatak o ukupnoj površini izgrađenog građevinskog zemljišta), ali ne i uključenih zona odnosno destinacije, predmetni pokazatelj u ovom trenutku nije bilo moguće izračunati radi nedostatka relevantnih podataka.

### 2.4.6.3. Mogućnosti nove stambene izgradnje na neizgrađenim površinama mješovite namjene građevinskog područja naselja

Pokazatelj	<b>Mogućnosti nove stambene izgradnje na neizgrađenim površinama mješovite namjene građevinskog područja naselja</b>	
<b>Povezanost pokazatelja sa sustavima</b>	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	-
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. – održivo upravljanje destinacijom, održivo upravljanje prostorom
	Povezanost sa SDG	Cilj 11 – Održivi gradovi i zajednice
	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženi turizam; Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu Poseban cilj: 1. Razvoj vremenski i prostorno ravnomjernije raspoređenog turističkog prometa; 3. Smanjenje negativnog utjecaja turizma na sastavnice okoliša prirodu i prostor
<b>Obilježja pokazatelja</b>	Definicija	Pokazatelj predstavlja najveći mogući broj stambenih jedinica koji se može ostvariti na području neizgrađenih dijelova građevinskih područja naselja
	Opis	Pokazatelj ukazuje na najveći mogući broj stambenih jedinica koji se može ostvariti na području planiranih neizgrađenih građevinskih područja naselja, a temeljem uvjeta koji su propisani u prostornim planovima
<b>Podatci</b>	Naziv podataka	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Stvarna površina neizgrađenog dijela građevinskih područja naselja</li> <li>2. Površina neizgrađenog dijela građevinskih područja naselja stambene i mješovite namjene (stambeno-poslovne i poslovno-stambene).</li> <li>3. Minimalna površina građevne čestice</li> <li>4. Najveći dozvoljeni broj stambenih jedinica na odabranoj minimalnoj građevnoj čestici</li> </ol>
	Mjerna jedinica	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.-3. m<sup>2</sup></li> <li>4. broj stambenih jedinica</li> </ol>

	Izvor podataka/potencijalni izvor	<ol style="list-style-type: none"> <li data-bbox="722 197 1437 562">1. Važeći prostorni planovi (DPPR, PPPPO, PPUG/O). Napomena: Ekspertnom analizom urbanista na temelju važećih prostornih planova (DPPR, PPPPO, PPUG/O). Ovisno o ekspertnoj procjeni urbanista, ukoliko podatci iz prostornog plana značajno odstupaju od stvarnog stanja izgrađenosti, vrši se analiza stvarne izgrađenosti građevinskih područja naselja na temelju DOF snimka.</li> <li data-bbox="722 568 1437 1144">2. Važeći prostorni planovi niže razine/užeg područja (GUP, UPU (DPU)) Napomena: Ekspertnom analizom urbanista na temelju važećih prostornih planova niže razine/užeg područja (GUP, UPU (DPU)). Alternativno, ovisno o ekspertnoj procjeni urbanista (npr. ukoliko nisu izrađeni prostorni planovi niže razine/užeg područja) može se pristupiti procjeni, u odnosu na postojeću izgradnju i karakteristike naselja (od ukupne stvarne površine neizgrađenog dijela građevinskih područja naselja oduzima se postotak za koji se procjenjuje da će biti namijenjen za druge sadržaje u naselju – promet, rekreacija, zelenilo, gospodarski sadržaji i sl.)</li> <li data-bbox="722 1151 1437 1682">3. Ekspertna analiza urbanista na temelju uvjeta važećih prostornih planova. Napomena: Ovisno o ekspertnoj procjeni urbanista, u odnosu na prostorne karakteristike promatranog područja i prostorno-planske uvjete, može se utvrditi za pojedino naselje ili dio naselja, te ovisno o tipovima građevina koje se mogu graditi (npr. obiteljska kuća, više-obiteljska kuća, višestambena građevina i sl.). Ovisno o ekspertnoj procjeni urbanista, a u odnosu na postojeću izgradnju u okolnom području, odabire se vrsta građevine za koju je najvjerojatnija gradnja te njena propisana minimalna površina građevne čestice.</li> <li data-bbox="722 1688 1437 1921">4. Ekspertna analiza urbanista na temelju uvjeta važećih prostornih planova. Napomena: Utvrđuje se koliki je najveći dozvoljeni (i mogući) broj stambenih jedinica koje se mogu sukladno uvjetima prostornih planova realizirati na odabranoj minimalnoj građevnoj čestici.</li> </ol>
--	-----------------------------------	--

	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	Prostorni planovi, DOF i DKP podloge su javno dostupne za pregled. Potrebna je ekspertna analiza urbanista za utvrđivanje podataka potrebnih za izračun pokazatelja.
	Periodičnost prikupljanja podataka	Svake četiri godine
<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>		$\frac{\text{Broj novih građevnih čestica koje se mogu formirati na neizgrađenom dijelu GP naselja stambene i mješovite namjene}}{\text{Površina neizgrađenog dijela građevinskih područja naselja stambene i mješovite namjene}} = \frac{\text{Minimalna površina građevne čestice}}{\text{Mogućnosti nove stambene izgradnje na neizgrađenim površinama mješovite namjene građevinskog područja naselja}}$ $= \frac{\text{Broj novih građevnih čestica koje se mogu formirati na neizgrađenom dijelu GP naselja stambene i mješovite}}{\text{Najveći dozvoljeni broj stambenih jedinica na odabranoj minimalnoj građevnoj čestici}}$
<b>Učestalost mjerenja</b>		Svake četiri godine
<b>Zoniranje</b>		Izračun za cijelu destinaciju/ izračun po unaprijed utvrđenim zonama
<b>Ograničenja pokazatelja i perspektive</b>		Stvarna realizacija nove izgradnje ne ovisi samo o prostorno- planskim uvjetima (ovisi i o imovinsko-pravnim odnosima, gospodarskim prilikama, stanju tržišta nekretnina itd.)

Sukladno metodologiji izračuna, za izračun predmetnog pokazatelja potrebni su sljedeći podatci:

1. Stvarna površina neizgrađenog dijela građevinskih područja naselja;
2. Površina neizgrađenog dijela građevinskih područja naselja stambene i mješovite namjene (stambeno-poslovne i poslovno-stambene);
3. Minimalna površina građevne čestice;
4. Najveći dozvoljeni broj stambenih jedinica na odabranoj minimalnoj građevnoj čestici.

Kako su navedeni podatci samo djelomično dostupni na razini pojedinih JLS, ali ne i uključenih zona odnosno destinacije, predmetni pokazatelj u ovom trenutku nije bilo moguće izračunati radi nedostatka relevantnih podataka.

#### 2.4.6.4. Utjecaj pretvaranja stanova u turističke apartmane na kvalitetu života u destinaciji

Pokazatelj	Utjecaj pretvaranja stanova u turističke apartmane na kvalitetu života u destinaciji	
Povezanost pokazatelja sa sustavima	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	ETIS: Utjecaj turizma na kvalitetu života u destinaciji UNWTO – MST: Percepcija o negativnom i pozitivnom doprinosu turizma dobrobiti lokalnog stanovništva OECD: Indeks boljeg života
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 6. stavak 1. – dionici u sustavu turizma (lokalno stanovništvo) Članak 12. stavak 1. – razvoj turizma u smjeru održivosti te unaprjeđenja uvjeta života lokalnog stanovništva
	Povezanost sa SDG	Cilj 8 – Uključiv i održiv ekonomski rast, puna i produktivna zaposlenost te dostojanstveni rad za sve
		Cilj 11 – Održivi gradovi i zajednice
	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu; Konkurentan i inovativan turizam Poseban cilj 3. Smanjenje negativnog utjecaja turizma na sastavnice okoliša, prirodu i prostor Posebni cilj 5. Jačanje ljudskih potencijala u turizmu
Obilježja pokazatelja	Definicija	Pokazatelj predstavlja procjenu udjela (%) stalnih stanovnika s negativnom percepcijom apartmanizacije u ukupnom broju stalnih stanovnika u destinaciji
	Opis	U turistički razvijenim destinacijama turizam je važan faktor koji utječe na blagostanje lokalnog stanovništva. Održivim upravljanjem učincima turizma, koji se između ostalog mogu ogledati u ekonomskim, društvenim, okolišnim i infrastrukturnim promjenama, moguće je održati i unaprijediti kvalitetu života uslijed intenzivnog turističkog razvoja. Pretvaranje stanova u turističke apartmane doprinosi ekonomskim koristima za lokalnu zajednicu, ali može potaknuti niz negativnih učinaka poput ekonomske nejednakosti, nepristupačnosti stanovanja za lokalno stanovništvo (uslijed previsokih cijena i/ili nedovoljne dostupnosti), gentrifikacije i gubitka kulturnog identiteta.
Podatci	Naziv podataka	Percepcija apartmanizacije
	Mjerna jedinica	Udio (%) ispitanika s negativnom percepcijom apartmanizacije
	Izvor podataka /potencijalni izvor	Anketa lokalnog stanovništva

	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	Podatak nije dostupan, nužno je prikupljanje podataka primarnim istraživanjem
	Periodičnost prikupljanja podataka	Svake četiri godine
<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>	<p>Udio (%) lokalnog stanovništva s negativnom percepcijom apartmanizacije procjenjuje se sljedećim pitanjem:</p> <p><i>PH5. Što mislite o pretvaranju stanova i kuća u turističke apartmane i kuće za odmor, postaje li život u mjestu zbog toga lošiji ili bolji? Odgovorite koristeći ocjene od 1 = 'Puno lošiji' do 5 = 'Puno bolji', pri čemu je 3 = 'Niti lošiji niti bolji'.</i></p> <p>Udio lokalnog stanovništva s negativnom percepcijom apartmanizacije računa se kao omjer broja ispitanika koji smatraju da zbog apartmanizacije život u mjestu postaje lošiji i ukupnog broja ispitanika:</p> $\% \text{ stanovnika s negativnom percepcijom apartmanizacije} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 1 ili 2 na pitanje PH5}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH5}} \times 100$	
<b>Učestalost mjerenja</b>	Svake četiri godine	
<b>Zoniranje</b>	Izračun za cijelu destinaciju / izračun po unaprijed utvrđenim zonama	
<b>Ograničenja i perspektive pokazatelja</b>		

U sklopu anketnog ispitivanja stanovništva postavljeno je pitanje *Što mislite o pretvaranju stanova i kuća u turističke apartmane i kuće za odmor, postaje li život u mjestu zbog toga lošiji ili bolji?*, na koji su ispitanici imali mogućnost odgovoriti koristeći ocjene od 1 = 'Puno lošiji' do 5 = 'Puno bolji', pri čemu je 3 = 'Niti lošiji niti bolji'. Sukladno podacima dobivenima kroz analizu anketnog upitnika za stanovništvo, koji je popunilo ukupno 232 stanovnika destinacije, njih 19 odnosno 8,19% smatra kako radi apartmanizacije život u mjestu postaje lošiji. Podatci na razini analiziranih zona i cjelokupne destinacije su izloženi u narednoj tablici:

Tablica 14. Percepcija utjecaja pretvaranja stanova i kuća u turističke apartmane i kuće za odmor na kvalitetu života tijekom turističke sezone

Percepcija utjecaja pretvaranja stanova i kuća u turističke apartmane i kuće za odmor na kvalitetu života tijekom turističke sezone	Udio lokalnog stanovništva s negativnom percepcijom apartmanizacije (%)
Klanjec i Veliko Trgovišće	8,13
Tuhelj	8,33
Biser Zagorja	8,19

Izvor: Anketno ispitivanje stavova lokalnog stanovništva o turizmu (2025.)

Gledano po zonama, ispitanici iz zone Tuhlja u nešto većoj mjeri smatraju kako radi apartmanizacije život u mjestu postaje lošiji (8,33%) od ukupnog uzorka (8,19%), dok ispitanici iz zone Klanjca i Velikog Trgovišća u nešto manjoj mjeri smatraju kako radi apartmanizacije život u mjestu postaje lošiji (8,13%) od ukupnog uzorka. Kako bilo, s obzirom da je i na razini analiziranih zona i na razini cjelokupne destinacije promatrana vrijednost relativno niska bez značajnih razlika, zaključuje se kako stanovnici destinacije ne smatraju kako radi apartmanizacije život u mjestu postaje lošiji, odnosno apartmanizacija ne narušava kvalitetu života lokalnog stanovništva.

U zoni Tuhelj hotelski i kamping kapaciteti i dalje čine najveći dio ponude, te turistička funkcija još uvijek ne dominira nad rezidencijalnom. U zoni Klanjec i Veliko Trgovišće udio kuća za odmor i smještaja u domaćinstvu zasad je manji, ali s trendom rasta, pri čemu postoje naznake da se dio nekretnina stavlja u turističku funkciju izvan jasno definiranih kriterija kvalitete. Unatoč tome, stanovnici nijedne zone ne doživljavaju da ih turizam istiskuje s tržišta stanovanja ili da znatno utječe na dostupnost stambenog prostora. Na razini destinacije u cjelini može se zaključiti da je stambena nosivost i dalje unutar sigurnih granica te da je ključan izazov uspostava kontroliranog i kvalitetom vođenog razvoja kuća za odmor i kratkoročnog najma, kako bi se spriječili budući pritisci na stanovanje i narušavanje socijalne strukture naselja u destinaciji.

## 2.4.7. Komunalna infrastruktura

### 2.4.7.1. Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma (hoteli, komercijalni i nekomercijalni smještaj, ugostiteljski objekti i sl. u vršnom opterećenju) – voda

Pokazatelj	Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma (hoteli, komercijalni i nekomercijalni smještaj, ugostiteljski objekti i sl. u vršnom opterećenju) - voda	
Povezanost pokazatelja sa sustavima	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	ETIS: D5.1. Potrošnja vode po noćenju turista u usporedbi sa potrošnjom vode po stanovniku
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. - upravljanje vodnim resursima

	Povezanost sa SDG	Cilj 3 – Zdravlje i blagostanje Cilj 6 – Čista voda i sanitarni uvjeti Cilj 11 – Održivi gradovi i zajednice
	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu Posebni cilj: Smanjenje opterećenja iz turizma na sastavnice okoliša i prirodu
<b>Obilježja pokazatelja</b>	Definicija	Pokazatelj je procjena udjela turističkih objekata u vršnom opterećenju vodovodne mreže.
	Opis	Ograničavajući čimbenik razvoja turizma u pojedinim destinacijama je dostupnost vode, odnosno njena nepovoljna prostorna i vremenska raspodjela, osobito u Jadranskoj Hrvatskoj te u ljetnim mjesecima, kao i gubici vode u vodoopskrbnom sustavu. Vođenje evidencije o ukupnoj finalnoj potrošnji vode dužno je provoditi i osigurati nadležno tijelo za upravljanje vodnim resursima u jedinicama lokalne i područne (regionalne) samouprave na temelju posebnog zakona kojim se uređuje upravljanje vodama
<b>Podatci</b>	Naziv podataka	1. Ukupna finalna potrošnja vode u kućanstvima i smještajnim objektima u kalendarskom mjesecu s najmanjim brojem noćenja (m <sup>3</sup> ) 2. Ukupna finalna potrošnja vode u kućanstvima i smještajnim objektima u kalendarskom mjesecu s najvećim brojem noćenja (m <sup>3</sup> ) 3. Broj ostvarenih turističkih noćenja u smještaju u destinaciji u kalendarskom mjesecu s najmanjim brojem noćenja 4. Broj ostvarenih turističkih noćenja u smještaju u destinaciji u kalendarskom mjesecu s najvećim brojem noćenja 5. Broj stanovnika u destinaciji koji imaju pristup sigurnoj vodi ili imaju priključak na javnu vodoopskrbu ili imaju mogućnost priključenja na javnu vodoopskrbu u destinaciji
	Mjerna jedinica	1.-2. m <sup>3</sup> 3. - 4. Broj noćenja 5. Broj stanovnika
	Izvor podataka/ potencijalni izvor	1.-2. Javni isporučitelji vodne usluge – Vodovod/komunalno poduzeće, interni izvještaji o mjesečnoj potrošnji vode 3. - 4. eVisitor 5. DZS, Naselja obuhvaćena mrežom javne vodoopskrbe i Statističko izvješće – Stanovništvo RH (godišnje procjene)

Dostupnost podataka i podatkovni jaz	1. -5. Podatak je dostupan
Periodičnost prikupljanja podataka	1.-5. Svake četiri godine
<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>	<p>Pokazatelj se izračunava kao omjer (%) finalne potrošnje vode po noćenju turista (<math>m^3</math>) u smještajnim objektima destinacije i u odnosu na potrošnju vode po stanovniku destinacije (<math>m^3</math>).</p> <p>F1 – ukupna finalna potrošnja vode u kućanstvima i smještajnim objektima u kalendarskom mjesecu s najmanjim brojem noćenja</p> <p>F2 – ukupna finalna potrošnja vode u kućanstvima i smještajnim objektima kalendarskom mjesecu s najvećim brojem noćenja</p> <p>T1 – broj ostvarenih turističkih noćenja u smještajnim objektima u kalendarskom mjesecu s najmanjim brojem noćenja</p> <p>T2 – broj ostvarenih turističkih noćenja u smještajnim objektima u kalendarskom mjesecu s najvećim brojem noćenja</p> <p>N1 – broj dana u mjesecu s najmanjim brojem turističkih noćenja (28/29/30/31)</p> <p>N2 – broj dana u mjesecu s najvećim brojem turističkih noćenja (28/29/30/31)</p> <p>S – broj stanovnika u destinaciji koji imaju pristup instalaciji vodovoda</p> $\text{Potrošnja vode po noćenju turista} = \frac{F2 \times N1 - F1 \times N2}{T2 \times N1 - T1 \times N2}$ $\text{Potrošnja vode po noćenju stanovnika} = \frac{1}{S} \left( \frac{T2 \times F1 - T1 \times F2}{T2 \times N1 - T1 \times N2} \right)$ $\text{Omjer potrošnje vode po noćenju turista i stanovnika} = \frac{\text{potrošnja vode po noćenju turista}}{\text{potrošnja vode po noćenju stanovnika}} \times 100$ <p>Alternativna metoda: Anketa gospodarskih subjekata u turizmu u smještajnim objektima = norma potrošnje</p>

	vode turista po noćenju / potrošnja vode.
<b>Učestalost mjerenja</b>	Svake četiri godine
<b>Zoniranje</b>	Izračun po unaprijed utvrđenim zonama
<b>Ograničenja pokazatelja i perspektive</b>	Količine potrošene vode moguće je dobiti samo za komercijalne smještajne objekte razvrstane u NKD 55 i 56, a za sveukupnu potrošnju vode koja uključuje i komercijalne i nekomercijalne objekte predloženi se izračun temelji na sezonalnosti.

Sukladno definiranoj metodologiji, napravljen je izračun potrošnje vode po noćenju turista u usporedni sa potrošnjom vode po stanovniku u 2024. godini na razini promatranih zona i destinacije te su rezultati prikazani u tablici u nastavku:

*Tablica 15. Izračun potrošnje vode po noćenju turista u usporedbi sa potrošnjom vode po stanovniku u 2024. godini na razini zona i destinacije*

<b>Izračun potrošnje vode po noćenju turista u usporedni sa potrošnjom vode po stanovniku u 2024. godini</b>	Ukupna finalna potrošnja vode (prosinac 2024.)	Ukupna finalna potrošnja vode (kolovoz 2024.)	Broj ostvarenih turističkih noćenja (prosinac 2024.)	Broj ostvarenih turističkih noćenja (kolovoz 2024.)	Broj dana u mjesecu (prosinac 2024.)	Broj dana u mjesecu (kolovoz 2024.)	Broj stanovnika u destinaciji	Potrošnja vode po noćenju turista	Potrošnja vode po noćenju stanovnika	Omjer potrošnje vode po noćenju turista i stanovnika
Biser Zagorja	29588	43361	11640	27338	31	31	9088	0,8773729	0,0687734	1275,75
Tuhelj	9570	16581	11232	26107	31	31	2182	0,4713277	0,0632159	745,58
Klanjec i Veliko Trgovišće	20018	26780	408	1231	31	31	6906	8,2162819	0,0778461	10554,52

Izvori: Javni isporučitelji vodne usluge, eVisitor, Državni zavod za statistiku: Statističko izvješće – Stanovništvo RH (godišnje procjene)

Kako je vidljivo iz navedenih podataka, u promatranom vremenskom horizontu na razini zone Klanjec i Veliko Trgovišće omjer potrošnje vode po noćenju turista i stanovnika (10.554,52) je značajno viši od prosjeka destinacije (1.275,75) i od omjera na razini zone Tuhelj (745,58). Također, na razini zone Klanjec i Veliko Trgovišće potrošnja vode po noćenju turista (8,21) značajno je veća od prosjeka destinacije (0,87) i od potrošnje na razini zone Tuhelj (0,47). Iz navedenog se zaključuje kako turistički objekti odnosno turistički promet značajnije utječu na vršno opterećenje vodovodne mreže na razini zone Klanjec i Veliko Trgovišće nego na razini zone Tuhelj.

2.4.7.2. Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma (hoteli, komercijalni i nekomercijalni smještaj, ugostiteljski objekti i sl. u vršnom opterećenju) - električna energija

Pokazatelj	Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma (hoteli, komercijalni i nekomercijalni smještaj, ugostiteljski objekti i sl. u vršnom opterećenju) – električna energija	
Povezanost pokazatelja sa sustavima	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	ETIS: D5.1. Potrošnja el. energije po noćenju turista u usporedbi s potrošnjom el. energije po stanovniku
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. - održivo upravljanje energijom
	Povezanost sa SDG	Cilj 7. Pristupačna energija iz čistih izvora Cilj 11. Održivi gradovi i zajednice
	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu Posebni cilj: Smanjenje opterećenja iz turizma na sastavnice okoliša i prirodu
Obilježja pokazatelja	Definicija	Pokazatelj je omjer ukupne količine električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije, a temelji se na sezonalnosti potrošnje.
	Opis	Ovaj pokazatelj daje uvid u opterećenje energetske infrastrukture i potrebe implementacije održivih oblika energije. S obzirom na intenzivnu potrebu za energijom tijekom visoke sezone, posebice u Jadranskoj Hrvatskoj, važno je razmotriti stvarno opterećenje.
Podatci	Naziv podataka	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ukupna finalna potrošnja el. energije u destinaciji u kalendarskom mjesecu s najmanje ostvarenim brojem noćenja</li> <li>2. Ukupna finalna potrošnja el. energije u destinaciji u kalendarskom mjesecu s najvećim ostvarenim brojem noćenja</li> <li>3. Broj ostvarenih turističkih noćenja u destinaciji u kalendarskom mjesecu s najmanje ostvarenih noćenja</li> <li>4. Broj ostvarenih turističkih noćenja u destinaciji u kalendarskom mjesecu s najviše ostvarenih noćenja</li> <li>5. Broj stanovnika u destinaciji koji imaju pristup elektroenergetskoj mreži</li> </ol>

	Mjerna jedinica	1.-2. kWh 3.-4. Broj noćenja 5. Broj stanovnika
	Izvor podataka/potencijalni izvor	1.-2. HEP-ODS 3.-4. – eVisitor 5. DZS, Naselja obuhvaćena mrežom javne vodoopskrbe i Statističko izvješće – Stanovništvo RH (godišnje procjene)
	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	1.- 5. Podatak je dostupan
	<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>	<p>Pokazatelj se izračunava kao omjer finalne potrošnje el. energije po noćenju turista (kWh) u smještajnim objektima u odnosu na potrošnju el. energije po stanovniku destinacije (kWh).</p> <p>F1 – ukupna finalna potrošnja el. energije u kućanstvima i smještajnim objektima u destinaciji u kalendarskom mjesecu s najmanje ostvarenim brojem noćenja F2 – ukupna finalna potrošnja el. energije kućanstvima i smještajnim objektima u destinaciji kalendarskom mjesecu s najviše ostvarenih noćenja T1 – broj ostvarenih turističkih noćenja u smještajnim objektima u kalendarskom mjesecu s najmanjim ostvarenim brojem noćenja T2 – broj ostvarenih turističkih noćenja u smještajnim objektima u kalendarskom mjesecu s najvećim ostvarenim brojem noćenja S – broj stanovnika u destinaciji koji imaju pristup priključku električne energije N1 – broj dana u mjesecu s najmanjim brojem turističkih noćenja (28/29/30/31) N2 – broj dana u mjesecu s najvećim brojem turističkih noćenja (28/29/30/31)</p> <p style="text-align: center;"><i>Potrošnja električne energije po noćenju turista</i></p> $= \frac{F2 \times N1 - F1 \times N2}{T2 \times N1 - T1 \times N2}$ <p style="text-align: center;"><i>Potrošnja električne energije po noćenju stanovnika</i></p> $= \frac{1}{S} \left( \frac{T2 \times F1 - T1 \times F2}{T2 \times N1 - T1 \times N2} \right)$ <p style="text-align: center;"><i>Omjer potrošnje električne energije po noćenju turista i stanovnika</i></p> $= \frac{\text{potrošnja el. energije po noćenju turista}}{\text{potrošnja el. energije po noćenju stanovnika}} \times 100$
	<b>Zoniranje</b>	Izračun po unaprijed utvrđenim zonama

<b>Ograničenja pokazatelja i perspektive</b>	Podatke o potrošenoj el. energiji je moguće je dobiti samo za komercijalne smještajne objekte razvrstane u NKD 55 i 56, a za sveukupnu potrošnju el. energije koja uključuje i komercijalne i nekomercijalne objekte predloženi se izračun temelji na sezonalnosti
--	--

Sukladno metodologiji izračuna, za izračun predmetnog pokazatelja potrebni su podatci o:

1. Ukupna finalna potrošnja el. energije u destinaciji u kalendarskom mjesecu s najmanje ostvarenim brojem noćenja;
2. Ukupna finalna potrošnja el. energije u destinaciji u kalendarskom mjesecu s najvećim ostvarenim brojem noćenja;
3. Broj ostvarenih turističkih noćenja u destinaciji u kalendarskom mjesecu s najmanje ostvarenih noćenja;
4. Broj ostvarenih turističkih noćenja u destinaciji u kalendarskom mjesecu s najviše ostvarenih noćenja;
5. Broj stanovnika u destinaciji koji imaju pristup elektroenergetskoj mreži.

Dok su podatci o broju ostvarenih turističkih noćenja dostupni preko sustava eVisitor, a podatci o broju stanovnika u destinaciji putem Državnog zavoda za statistiku, nadležne službe na zahtjev nisu dostavile podatke o ukupnoj finalnoj potrošnji električne energije. S obzirom na navedeno, predmetni pokazatelj nije bilo moguće izračunati radi nedostatka relevantnih podataka.

#### 2.4.7.3. Broj djelatnika na održavanju javnih površina u odnosu na m<sup>2</sup> javnih površina koje se održavaju

Pokazatelj		Broj djelatnika na održavanju javnih površina u odnosu na m <sup>2</sup> javnih površina koje se održavaju
<b>Povezanost pokazatelja sa sustavima</b>	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	GSTC – Održavanje javnih prostora i infrastrukture kao ključni element održivog upravljanja destinacijom
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. - održivo upravljanje destinacijom,
	Povezanost sa SDG-ovima	Cilj 11: Održivi gradovi i zajednice - Održavanje javnih površina doprinosi stvaranju sigurnih, zdravih i održivih zajednica. Cilj 8: Dostojan rad i ekonomski rast - Zapošljavanje radnika na održavanju javnih površina može doprinijeti stvaranju dostojanstvenih radnih mjesta u lokalnoj zajednici. Cilj 12: Održiva potrošnja i proizvodnja - Efikasno upravljanje održavanjem javnih površina smanjuje ekološki otisak kroz održivu infrastrukturu..

	Povezanost sa Strategijom Nacionalnim planom	Strateški cilj: Održiva infrastruktura Posebni cilj: Osigurati učinkovito i održivo održavanje javnih površina kao dijela turističke infrastrukture
<b>Obilježja pokazatelja</b>	Definicija	Pokazatelj prati broj zaposlenih radnika na održavanju javnih površina u odnosu na ukupnu površinu (m <sup>2</sup> ) javnih površina.
	Opis i svrha	Ovaj pokazatelj prati broj zaposlenih radnika na održavanju javnih površina u odnosu na ukupnu površinu (m <sup>2</sup> ), što je jedna od pretpostavki za održavanje čistoće, sigurnosti i estetske privlačnosti destinacije. Površina javne namjene je svaka površina čije je korištenje namijenjeno svima i pod jednakim uvjetima (javne ceste, nerazvrstane ceste, ulice, biciklističke staze, pješačke staze i prolazi, trgovi, tržnice, igrališta, parkirališta, groblja, parkovne i zelene površine u naselju, rekreacijske površine i sl.) – ekspertnom procjenom se utvrđuje koje površine će biti uključene u izračun temeljem njihove uključenosti u turističke tokove
<b>Podatci</b>	Naziv podataka	1. Površina javnih površina u m <sup>2</sup> 2. Broj radnika zaduženih za održavanje javnih površina
	Mjerna jedinica	1. m <sup>2</sup> 2. Broj zaposlenih djelatnika
	Izvor podataka /potencijalni izvor	1. Lokalne uprave i javne službe - ekspertna procjena 2. Lokalne komunalne tvrtke, odjeli za infrastrukturu
	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	1. Podatak je djelomično dostupan 2. Podatak dostupan
	Periodičnost prikupljanja podataka	Jednom godišnje
<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>		$\text{Broj radnika na održavanju javnih površina} = \frac{\text{površina javnih površina}}{\text{broj zaposlenih djelatnika}}$
<b>Učestalost mjerenja</b>		Tri godine
<b>Zoniranje</b>		Izračun po unaprijed utvrđenim zonama
<b>Ograničenja pokazatelja i perspektive</b>		Pokazatelj daje uvid o raspoloživosti radne snage, ali ne pruža detaljan uvid u kvalitetu izvedenih radova, efikasnost radnika ili učestalost održavanja.

Izračun pokazatelja je napravljen sukladno Metodologiji i raspoloživim podacima od strane uključenih JLS, a rezultati su prikazani u tablici u nastavku:

Tablica 16. Broj djelatnika na održavanju javnih površina u odnosu na m<sup>2</sup> javnih površina koje se održavaju

	Održavane javne površine (m <sup>2</sup> )	Broj djelatnika	Broj djelatnika na održavanju javnih površina u odnosu na m <sup>2</sup> javnih površina koje se održavaju
Tuhelj	250.000	3	83.333,33
Klanjec i Veliko Trgovišće	53.692	8	6.711,50
Biser Zagorja	303.692	11	27.608,36

Izvor: Lokalne uprave i javne službe - ekspertna procjena

S obzirom na dobivene rezultate, vidljivo je kako ovaj pokazatelj ima značajno veću vrijednost na razini zone Tuhlja (83.333,33), gdje manji broj djelatnika održava javnu površinu veću od one koja potpada pod zonu Klanjec i Veliko Trgovišće (6.711,50), dok na razini destinacije pokazatelj iznosi 27.608,36. Iz navedenog se zaključuje kako razina zone Tuhlja u perspektivi mora razmišljati o angažmanu dodatnih ljudskih resursa na održavanju javnih površina.

#### 2.4.7.4. Kapaciteti (ljudski i tehnološki) za odvoz otpada

Pokazatelj		Kapaciteti (ljudski i tehnološki) za odvoz otpada
<b>Povezanost pokazatelja sa sustavima</b>	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	GSTC – Održivo upravljanje resursima i ekološkim tokovima kao ključna komponenta održivog upravljanja destinacijom
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. - održivo upravljanje destinacijom,
	Povezanost sa SDG-ovima	Cilj 11: Održivi gradovi i zajednice - Održavanje javnih površina doprinosi stvaranju sigurnih, zdravih i održivih zajednica. Cilj 8: Dostojan rad i ekonomski rast - Zapošljavanje radnika na održavanju javnih površina može doprinijeti stvaranju dostojanstvenih radnih mjesta u lokalnoj zajednici.
	Povezanost sa Strategijom Nacionalnim planom	Strateški cilj: Održiva infrastruktura Posebni cilj: Osigurati učinkovito i održivo održavanje javnih površina kao dijela turističke infrastrukture
<b>Obilježja pokazatelja</b>	Definicija	Pokazatelj prati količinu otpada koju je moguće prikupiti u destinaciji/zoni s raspoloživim ljudskim i tehnološkim kapacitetima.
	Opis i svrha	Mjerenje kapaciteta radne snage i tehničkih resursa za održiv i efikasan odvoz otpada ključno je za očuvanje čistoće, sigurnosti i zdravlja destinacije.
<b>Podatci</b>	Naziv podataka	Procjena količine otpada koji se može dnevno prikupiti u destinaciji/zoni

	Mjerna jedinica	tona
	Izvor podataka/potencijalni izvor	Pravna osoba zadužena za prikupljanje i prijevoz komunalnog otpada u destinaciji/zoni.
	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	Podatak dostupan
	Periodičnost prikupljanja podataka	Jednom godišnje
<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>		Podatak se preuzima od pravne osobe zadužene za prikupljanje i prijevoz komunalnog otpada u destinaciji/zoni
<b>Učestalost mjerenja</b>		Svake četiri godine
<b>Zoniranje</b>		Izračun po unaprijed utvrđenim zonama
<b>Ograničenja pokazatelja i perspektive</b>		

Izračun pokazatelja je napravljen sukladno Metodologiji i raspoloživim podacima od strane uključenih JLS, a rezultati su prikazani u tablici u nastavku:

Tablica 17. Kapaciteti (ljudski i tehnološki) za odvoz otpada na razini zona i destinacije u 2024. godini

Kapaciteti (ljudski i tehnološki) za odvoz otpada na razini zona i destinacije u 2024. godini	Ukupna količina otpada nastalog u mjesecu s najvećim brojem turističkih noćenja (t)	Ukupna količina otpada nastalog u mjesecu s najvećim brojem turističkih noćenja na dnevnoj razini (t)	Procjena količine otpada koji se može dnevno prikupiti u destinaciji/zoni (t)	Omjer količine otpada koja se može dnevno prikupiti i ukupne količine dnevnog otpada u vršnom mjesecu (%)
Tuhelj	38,5	1,24	1,35	1,09
Klanjec i Veliko Trgovišće	145,2	4,68	5,01	1,07
Biser Zagorja	183,6	5,92	6,36	1,07

Izvor: Pravne osobe zadužena za prikupljanje i prijevoz komunalnog otpada u destinaciji

S obzirom na dobivene rezultate, razvidno je kako su postojeći kapaciteti za prikupljanje otpada koji se dnevno može prikupiti u ovom trenutku dostatni i vrlo slični na razini analiziranih zona i same destinacije. Međutim, kako je rezultat blizu iznosa 1, dodatno se zaključuje kako se u perspektivi mora razmišljati o povećanju kapaciteta za prikupljanje otpada na razini zona i na razini destinacije.

#### 2.4.7.5. Iritacija neprimjereno odloženim otpadom tijekom turističke sezone

Pokazatelj	Iritacija neprimjereno odloženim otpadom tijekom turističke sezone	
<b>Povezanost pokazatelja sa sustavima</b>	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	ETIS: Utjecaj turizma na kvalitetu života u destinaciji UNWTO – MST: Percepcija o negativnom i pozitivnom doprinosu turizma dobrobiti lokalnog stanovništva OECD: Indeks boljeg života
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 6. stavak 1. – dionici u sustavu turizma (lokalno stanovništvo) Članak 12. stavak 1. – razvoj turizma u smjeru održivosti, te unaprjeđenja uvjeta života lokalnog stanovništva Članak 14. stavak 2. - Održivo upravljanje destinacijom
	Povezanost sa SDG	Cilj 8 – Uključiv i održiv ekonomski rast, puna i produktivna zaposlenost te dostojanstveni rad za sve Cilj 11 – Održivi gradovi i zajednice
	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu; Konkurentan i inovativan turizam Poseban cilj 3. Smanjenje negativnog utjecaja turizma na sastavnice okoliša, prirodu i prostor Posebni cilj 5. Jačanje ljudskih potencijala u turizmu
<b>Obilježja pokazatelja</b>	Definicija	Pokazatelj predstavlja procjenu udjela (%) stalnih stanovnika koji su uznemireni neprimjerenim odlaganjem otpada tijekom turističke sezone u ukupnom broju stalnih stanovnika u destinaciji.
	Opis	U turistički razvijenim destinacijama turizam je važan faktor koji utječe na blagostanje lokalnog stanovništva. Održivim upravljanjem učincima turizma, koji se između ostalog mogu ogledati u ekonomskim, društvenim, okolišnim i infrastrukturnim promjenama, moguće je održati i unaprijediti kvalitetu života uslijed intenzivnog turističkog razvoja. Turisti stvaraju znatne količine otpada zbog čega može doći do vizualne degradacije prostora, problema u adekvatnom zbrinjavanju otpada i rizika po ljudsko zdravlje.
<b>Podatci</b>	Naziv podataka	Iritacija neprimjereno odloženim otpadom tijekom turističke sezone
	Mjerna jedinica	Udio (%) ispitanika kojima neprimjereno odloženi otpad tijekom turističke sezone predstavlja veliki problem
	Izvor podataka /potencijalni izvor	Anketa lokalnog stanovništva

	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	Podatak nije dostupan, nužno je prikupljanje podataka primarnim istraživanjem
	Periodičnost prikupljanja podataka	Svake četiri godine
<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>	<p>Udio (%) lokalnog stanovništva koji su uznemireni neprimjereno odloženim otpadom tijekom turističke sezone procjenjuje se sljedećim pitanjem:  <i>PH6 Kada pomislite na život u svojem mjestu tijekom turističke sezone, predstavlja li neprimjereno odlaganje otpada veliki problem, mali problem ili uopće nije problem?</i></p> <p><i>1. Veliki problem</i>  <i>2. Mali problem</i>  <i>3. Nije problem</i>  <i>9. Ne znam/ne mogu ocijeniti</i></p> <p>Udio lokalnog stanovništva uznemiren neprimjereno odloženim otpadom tijekom turističke sezone računa se kao omjer broja ispitanika koji smatraju da je neprimjereno odloženi otpad veliki problem i ukupnog broja ispitanika.</p> $\% \text{ stanovnika uznemirenih neprimjereno odloženim otpadom} = \frac{\text{broj ispitanika s odgovorom 1 na pitanje PH6}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH6}} \times 100$	
<b>Učestalost mjerenja</b>	Svake četiri godine	
<b>Zoniranje</b>	Izračun za cijelu destinaciju/ izračun po unaprijed utvrđenim zonama	
<b>Ograničenja i perspektive pokazatelja</b>		

U sklopu anketnog ispitivanja stanovništva postavljeno je pitanje *Kada pomislite na život u svojem mjestu tijekom turističke sezone, predstavlja li neprimjereno odlaganje otpada veliki problem, mali problem ili uopće nije problem?*, na koje su ispitanici imali mogućnost odgovoriti koristeći ocjene od 1 = 'Veliki problem' do 3 = 'nije problem', uz mogućnost odgovora '9 = ne znam / ne mogu ocijeniti'. Sukladno podacima dobivenim kroz analizu anketnog upitnika za stanovništvo, koji je popunilo ukupno 232 stanovnika destinacije, njih 100 odnosno 42,92% smatra kako neprimjereno odlaganje otpada za vrijeme turističke sezone negativno utječe na kvalitetu svakodnevnog života u destinaciji (odgovor *Veliki problem*). Podatci na razini analiziranih zona i cjelokupne destinacije su izloženi u narednoj tablici:

Tablica 18. Percepcija utjecaja neprimjerenog odlaganja otpada na kvalitetu života tijekom turističke sezone

Percepcija utjecaja neprimjerenog odlaganja otpada na kvalitetu života tijekom turističke sezone	Udio ispitanika uznemiren otpadom (%)
Klanjec i Veliko Trgovišće	40,63
Tuhelj	47,95
Biser Zagorja	42,92

Pravna osoba zadužena za prikupljanje i prijevoz komunalnog otpada u destinaciji

Gledano po zonama, ispitanici iz zone Tuhlja u nešto većoj mjeri vide neprimjerenost odlaganje otpada kao velik problem tijekom turističke sezone (47,95%) u odnosu na rezultate na ukupnom uzorku (42,92%), dok ispitanici iz zone Klanjca i Velikog Trgovišća u nešto manjoj mjeri vide neprimjerenost odlaganje otpada kao velik problem tijekom turističke sezone (40,63%) u odnosu na rezultate na ukupnom uzorku. Kako bilo, s obzirom da je i na razini analiziranih zona i na razini cjelokupne destinacije promatrana vrijednost relativno visoka bez značajnih razlika, zaključuje se kako su stanovnici destinacije uznemireni neprimjerenim odlaganjem otpada tijekom turističke sezone, odnosno da neprimjerenost odlaganje otpada predstavlja prepreku daljnjem turističkom razvoju na razini promatranih zona i na razini destinacije u cjelini.

Dostupni podatci upućuju na to da postojeći sustavi vodoopskrbe i odvodnje još uvijek uspješno podnose postojeću razinu opterećenja, iako se lokalno ističe potreba za modernizacijom i prilagodbom infrastrukture budućem rastu. Na razini destinacije u cjelini, analiza ukazuje da je komunalno-ekološka nosivost još uvijek zadovoljavajuća, ali da daljnji rast turističkog prometa, osobito u zoni Tuhlja, zahtijeva pravodobno planiranje ulaganja u komunalnu infrastrukturu, kako bi se izbjegla situacija u kojoj komunalna ograničenja postaju ključni limitirajući faktor razvoja. U konačnici, neprimjerenost odloženi otpad je problem koji moraju adresirati obje uključene zone.

## 2.4.8. Prometna infrastruktura

### 2.4.8.1. Procjena (ekspertna) kapaciteta prometne infrastrukture u odnosu na volumen prometa na odabranim pravcima/točkama u danima vršne turističke sezone

Pokazatelj	Procjena (ekspertna) kapaciteta prometne infrastrukture u odnosu na volumen prometa na odabranim pravcima/točkama u danima vršne turističke sezone	
Povezanost pokazatelja sa sustavima	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	-
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. - održivo upravljanje destinacijom
	Povezanost sa SDG	Cilj 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura

		Cilj 11 – Održivi gradovi i zajednice
	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu Posebni cilj: Smanjenje negativnog međuodnosa turizma i klime
<b>Obilježja pokazatelja</b>	Definicija	Pokazatelj se odnosi na opterećenje glavne cestovne mreže u destinaciji/zoni i opterećenje pristupnih cesta prema destinaciji (državne, županijske, lokalne i nerazvrstane) važnih za turističke tokove.
	Opis	Pokazatelj se odnosi na prometno opterećenje (prometnu ponudu i potražnju) na glavnoj cestovnoj mreži u destinaciji/zoni i prometno opterećenje pristupnih cesta prema destinaciji/zoni (obilaznice, ulazne gradske arterijske prometnice). Praćenjem ovog pokazatelja mogu se sagledati razine usluge u postojećem stanju te dati smjernice za povećanje propusne moći prometne infrastrukture u budućem razdoblju odnosno, sagledati potrebe za buduću prometnu potražnju te izgradnju nove prometne infrastrukture.
<b>Podatci</b>	Naziv podataka	. PLDP (prosječni ljetni dnevni promet) . PGDP (prosječni godišnji dnevni promet) . Indikativna procjena kapaciteta prometnice
	Mjerna jedinica	1.-3. broj vozila
	Izvor podataka/potencijalni izvor	1. Godišnji bilten „Brojanje prometa na cestama Republike Hrvatske – prethodni rezultati – Prosječni ljetni dnevni promet“, Hrvatske ceste d.o.o. 2. Godišnji bilten „Brojanje prometa na cestama Republike Hrvatske“, Hrvatske ceste d.o.o. . Tablica istraživanja propusne moći glavnih turističkih prometnica u destinaciji/zoni
	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	Bilteni su javno dostupni.  Podatci mogu biti dostupni i u prometnim studijama koje su napravljene za pojedinu destinaciju/zonu, podatci dobiveni od koncesionara i upravitelja prometne infrastrukture, primarna istraživanja.
	Učestalost mjerenja	Jednom godišnje

<p><b>Metodologija izračuna pokazatelja</b></p>	<p>Pokazatelj se izračunava prema donjoj <i>Tablici istraživanja propusne moći glavnih turističkih prometnica u destinaciji/zoni</i> prema odabranoj lokaciji (d), vrsti ceste (a), okvirne propusne moći (c), brojnog ljetnog dnevnog prometa (e) i izbrojanih vozila u vršnom satu (f). Prvo se odaberu lokacije koje će se promatrati svake godine (izvan naselja i u naselju) a koje su relevantne za turističke tokove. Naći lokacije koje su pokrivene brojanjem prometa iz biltena Hrvatski cesta d.o.o.</p> <table border="1" data-bbox="694 638 1396 840"> <thead> <tr> <th></th> <th>VRSTA CESTE</th> <th>BROJ VOZNIH TRAKA</th> <th>OKVIRNA PROPUSNA MOĆ (TEORETSKA*) (voz/dan)</th> <th>PROMATRANA CESTA (LOKACIJA / NAZIV)</th> <th>PLDP** (voz/dan)</th> <th>IZBROJANA VOZILA U VRŠNOM SATU x 11*** (voz/dan)</th> </tr> <tr> <th></th> <th>(a)</th> <th>(b)</th> <th>(c)</th> <th>(d)</th> <th>(e)</th> <th>(f)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">IZVAN GRADA</td> <td>AUTOCESTA</td> <td>3+3</td> <td>90.000 (130.000)</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>AUTOCESTA</td> <td>2+2</td> <td>60.000 (110.000)</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>BRZA CESTA</td> <td>2+2</td> <td>45.000 (88.000)</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td rowspan="3">U GRADU</td> <td>BRZA GRADSKA</td> <td>2+2</td> <td>35.000 (60.000)</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>ARTERIJSKA</td> <td>1+1</td> <td>18.000 (25.000)</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>SABIRNA</td> <td>1+1</td> <td>14.000 (20.000)</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>* teoretska propusna moć je maksimalni protok vozila po jednoj traci (2.000 do 2.200 voz/h)  ** prema „Brojanje prometa na cestama Republike Hrvatske – prethodni rezultati – Prosječni ljetni dnevni promet“, Hrvatske ceste d.o.o.  *** primarno istraživanje – brojanje prometa u vršnom satu</p> <p>Tablica se ispunjava jednom godišnje (d), (e) i (f) za JLS-a, a ukoliko destinaciju čini više zona za svaku pojedinu zonu. Brojanje vozila u odabranom vršnom satu (jutarnji ili popodnevni) obavlja se svake godine u istom periodu u vrhu sezone. Potrebno je usporediti brojani (PLDP *) i izbrojani promet ** po godinama i ustanoviti kretanje vozila i njihovo približavanje vrhu okvirne propusne moći - indeks rasta potražnja:</p> $\frac{(PLDP_{GOD} - PLDP_{GOD-1})}{PLDP_{GOD-1}} \cdot 100$		VRSTA CESTE	BROJ VOZNIH TRAKA	OKVIRNA PROPUSNA MOĆ (TEORETSKA*) (voz/dan)	PROMATRANA CESTA (LOKACIJA / NAZIV)	PLDP** (voz/dan)	IZBROJANA VOZILA U VRŠNOM SATU x 11*** (voz/dan)		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	IZVAN GRADA	AUTOCESTA	3+3	90.000 (130.000)				AUTOCESTA	2+2	60.000 (110.000)				BRZA CESTA	2+2	45.000 (88.000)				U GRADU	BRZA GRADSKA	2+2	35.000 (60.000)				ARTERIJSKA	1+1	18.000 (25.000)				SABIRNA	1+1	14.000 (20.000)			
	VRSTA CESTE	BROJ VOZNIH TRAKA	OKVIRNA PROPUSNA MOĆ (TEORETSKA*) (voz/dan)	PROMATRANA CESTA (LOKACIJA / NAZIV)	PLDP** (voz/dan)	IZBROJANA VOZILA U VRŠNOM SATU x 11*** (voz/dan)																																															
	(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)																																															
IZVAN GRADA	AUTOCESTA	3+3	90.000 (130.000)																																																		
	AUTOCESTA	2+2	60.000 (110.000)																																																		
	BRZA CESTA	2+2	45.000 (88.000)																																																		
U GRADU	BRZA GRADSKA	2+2	35.000 (60.000)																																																		
	ARTERIJSKA	1+1	18.000 (25.000)																																																		
	SABIRNA	1+1	14.000 (20.000)																																																		
<p><b>Zoniranje</b></p>	<p>Izračun po unaprijed utvrđenim zonama</p>																																																				
<p><b>Ograničenja pokazatelja i perspektive</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedostaci u dostupnosti podataka</li> <li>• Za cjelovitu procjenu kapaciteta ukupne prometne infrastrukture potrebno je izraditi prometne studije, odnosno uključiti ostale vrste infrastrukture (željeznička, pomorska, zračna...)</li> </ul>																																																				

Kako obzirom na utvrđenu metodologiju izračuna pokazatelja uključeni JLS nisu imali na raspolaganju tražene podatke u promatranom vremenskom horizontu niti je na raspolaganju bila ekspertna procjena, za izračun pokazatelja su korištene dvije lokacije koje su pokrivene brojanjem prometa iz biltena Hrvatskih cesta d.o.o., od kojih se jedna nalazi u zoni Tuhelj (Tuheljske toplice), a druga u zoni Klanjec i Veliko Trgovišće (Jezero Klanječko). S obzirom da se raspoloživi podatci odnose na vrijednosti iz 2024. godine, izračun pokazatelja je napravljen na temelju faktora sezonalnosti, odnosno uspoređene su vrijednosti prosječnog godišnjeg dnevnog prometa (PGDP) i prosječnog ljetnog

dnevnog prometa (PGDP). Izračun pokazatelja po analiziranim zonama prikazan je u tablici u nastavku:

Tablica 19. Procjena kapaciteta prometne infrastrukture u odnosu na volumen prometa na razini zona

Procjena kapaciteta prometne infrastrukture u odnosu na volumen prometa	PGDP 2024.	PLDP 2024.	Razlika (%)
Klanjec i Veliko Trgovišće	5.035	5.044	0,18%
Tuhelj	12.378	12.234	-1,16%

Izvor: Lokalne uprave i javne službe - ekspertna procjena

Uvidom u izračun primjetno je kako prosječni ljetni dnevni promet u odnosu na prosječni godišnji dnevni promet u svom volumenu nije značajno viši na razini analiziranih zona. Štoviše, podatci prikupljeni tijekom mjerenja 2024. godine pokazuju da je prosječni ljetni dnevni promet u svom volumenu na razini zone Klanjca i Velikog Trgovišća niži od prosječnog godišnjeg dnevnog prometa, te se zaključuje kako je kapacitet prometne infrastrukture dostatan u odnosu na volumen prometa u vršnoj sezoni, odnosno da nije uočena potreba za izgradnjom dodatne infrastrukture.

#### 2.4.8.2. Procjena kapaciteta i iskorištenosti parkirališta u razdoblju vršne turističke sezone

Pokazatelj	Procjena kapaciteta i iskorištenosti parkirališta u razdoblju vršne turističke sezone	
<b>Povezanost pokazatelja sa sustavima</b>	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	-
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. - održivo upravljanje destinacijom
	Povezanost sa SDG	Cilj 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura Cilj 11 – Održivi gradovi i zajednice
	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu Posebni cilj: Smanjenje negativnog međudnosa turizma i klime
<b>Obilježja pokazatelja</b>	Definicija	Pokazatelj predstavlja odnos kapacitetne ponude parkirališne infrastrukture prema prometnoj potražnji za parkiranjem

	Opis	Pokazatelj se odnosi na prometnu ponudu i potražnju na odabranim parkiralištima važnim za turističke tokove u danima vršne turističke sezone. Praćenjem ovog pokazatelja u vršnim prometnim opterećenjima mogu se sagledati razine usluge u postojećem stanju parkirališne ponude (zatvorena parkirališta, javne garaže i ponuda uličnog parkiranja) kako bi se mogle predložiti smjernice za povećanje parkirališne ponude u budućem razdoblju odnosno sagledati potrebe za buduću prometnu potražnju te izgradnju novih parkirališnih prostora i javnih garaža.
<b>Podatci</b>	Naziv podataka	1. Broj parkirališnih mjesta 2. Popunjenost parkirališnih mjesta
	Mjerna jedinica	1. Broj parkirališnih mjesta 2. Broj vozila
	Izvor podataka /potencijalni izvor	1. – 2. Dostupni podatci od destinacije kroz komunalne i prometne službe, koncesionare, primarna istraživanja
	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	Ako ne postoji organizirana naplata parkiranja, potrebno je provoditi primarna istraživanja o broju i popunjenosti parkirališnih mjesta.
	Učestalost mjerenja	Jednom godišnje, u danima vršne turističke sezone.
<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>	<p>Metodologija se sastoji od brojanja parkiranih vozila na odabranim parkiralištima po satima tijekom dana u odabranom intervalu od 08.00 do 22.00 (sveukupno 14 sati). Brojanje se može provoditi i u drugom intervalu od interesa za destinaciju/zonu, a u tom slučaju treba malo prilagoditi formule (vidi napomenu).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Odaberu se parkirališta koja će se pratiti (P1 do PN).</li> <li>• Odrede se vremenske točke T<sub>J</sub> u kojima će se prebrojati broj zauzetih parkirališnih mjesta. Vremenske točke trebaju biti udaljene po 60 minuta (npr. T<sub>1</sub> je 8:30, T<sub>2</sub> je 9:30, itd. ). Za zadani interval praćenja postoji 14 vremenskih točaka.</li> <li>• Odredi se dan u kojem će se provesti brojanje. Tipično, riječ je o jednom danu u vršnom mjesecu.</li> </ul> <p>Uvode se oznake:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• PMR(J) – broj raspoloživih parkirališnih</li> </ul>	

mjesta na parkiralištu PJ.

- $PMZ(J, TK)$  – broj zauzetih parkirališnih mjesta na parkiralištu PJ u vremenskoj točki TK.

Prosječna ispunjenost pojedinačnog parkirališta PJ u promatranom vremenskom intervalu je

$$PZ(J) = \left( \frac{1}{14} \cdot \sum_{k=1}^{14} \frac{PMZ(J, T_k)}{PMR(J)} \right) \cdot 100$$

Prosječna ispunjenost svih odabranih parkirališta u promatranom danu računa se kao vagana aritmetička sredina prosječnih ispunjenosti odabranih parkirališta.

Uvode se oznake:

UPM – ukupni broj raspoloživih parkirališnih mjesta,

$$UPM = PMR(1) + \dots + PMR(N)$$

W(J) – udio raspoloživih parkirališnih mjesta na parkiralištu PJ u ukupnom broju raspoloživih parkirališnih mjesta,

$$W(J) = \frac{PMR(J)}{UPM}$$

PZZONA - prosječna ispunjenosti svih odabranih parkirališta,

$$PZ_{ZONA} = \sum_{J=1}^N W(J) \cdot PZ(J)$$

Podatak se izračunava na odabranim parkirališnim površinama u JLS za svaku pojedinu godinu, a ukoliko destinaciju čini više JLS- ova, onda i za svaki pojedini JLS.

Napomena: odabrani interval u kojem se promatra prosječna ispunjenost pojedinačnog parkirališta ne treba biti od 8:00 do 22:00. Ako je riječ o drugom intervalu treba prilagoditi formulu za izračun prosječne ispunjenosti pojedinačnog parkirališta na način da se broj 14 zamijeni s M=broj punih sati u odabranom intervalu.

**Zoniranje**

Izračun za cijelu destinaciju/ izračun po unaprijed utvrđenim zonama

<b>Ograničenja pokazatelja i perspektive</b>	Dodatna potreba za provođenjem primarnih istraživanja (brojanja)
--	--

Izračun pokazatelja napravljen je sukladno metodologiji izračuna, na temelju raspoloživih podataka za 2024. godinu, a rezultati su izloženi u tablici u nastavku:

Tablica 20. Procjena kapaciteta i iskorištenosti parkirališta po zonama

Procjena kapaciteta i iskorištenosti parkirališta	Broj parkirališnih mjesta	Popunjenost parkirališnih mjesta u danima vršne turističke sezone
Klanjec i Veliko Trgovišće	380	100%
Tuhelj	24	100%

Izvor: Lokalne uprave i javne službe - ekspertna procjena

S obzirom na dobivene podatke, razvidno je kako postojeći kapacitet javnih parkirališnih mjesta na razini analiziranih zona, kao niti na razini cijele destinacije, nije dostatan odnosno da je potrebno planirati nadogradnju predmetne infrastrukture (zatvorena parkirališta, javne garaže i ponuda uličnog parkiranja) kako bi se adekvatno odgovorilo na potrebe u danima vršne turističke sezone. Zona Tuhlja na raspolaganju ima znatno veći broj parkirališta od navedenog, no radi se o parkiralištima u sklopu Terma Tuhelj koja nisu javna, te sukladno Metodologiji nisu uzeta u obzir pri izračunu pokazatelja.

#### 2.4.8.3. Iritacija gužvom u prometu tijekom turističke sezone

Pokazatelj	Iritacija gužvom u prometu tijekom turističke sezone	
<b>Povezanost pokazatelja sa sustavima</b>	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	ETIS: Utjecaj turizma na kvalitetu života u destinaciji UNWTO – MST: Percepcija o negativnom i pozitivnom doprinosu turizma dobrobiti lokalnog stanovništva OECD: Indeks boljeg života
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 6. stavak 1. – dionici u sustavu turizma (lokalno stanovništvo) Članak 12. stavak 1. – razvoj turizma u smjeru održivosti, te unaprjeđenja uvjeta života lokalnog stanovništva Članak 14. stavak 2. - održivo upravljanje destinacijom
	Povezanost sa SDG	Cilj 11 – Održivi gradovi i zajednice
	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu; Konkurentan i inovativan turizam Poseban cilj 3. Smanjenje negativnog utjecaja turizma na sastavnice okoliša, prirodu i prostor

<b>Obilježja pokazatelja</b>	Definicija	Pokazatelj predstavlja procjenu udjela (%) stalnih stanovnika uznemirenih gužvom u prometu tijekom turističke sezone u ukupnom broju stalnih stanovnika u destinaciji
	Opis	U turistički razvijenim destinacijama turizam je važan faktor koji utječe na blagostanje lokalnog stanovništva. Održivim upravljanjem učincima turizma, koji se između ostalog mogu ogledati u ekonomskim, društvenim, okolišnim i infrastrukturnim promjenama, moguće je održati i unaprijediti kvalitetu života uslijed intenzivnog turističkog razvoja. Turizam stvara izniman pritisak na prometnu infrastrukturu i doprinosi nastajanju gužve koja može negativno utjecati na kvalitetu života u destinaciji.
<b>Podatci</b>	Naziv podataka	Iritacija gužvom u prometu tijekom turističke sezone
	Mjerna jedinica	Udio (%) ispitanika kojima gužva u prometu tijekom turističke sezone predstavlja veliki problem
	Izvor podataka /potencijalni izvor	Anketa lokalnog stanovništva
	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	Podatak nije dostupan, nužno je prikupljanje podataka primarnim istraživanjem
	Periodičnost prikupljanja podataka	Svake četiri godine
<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>	<p>Udio (%) lokalnog stanovništva koji su uznemireni gužvom u prometu tijekom turističke sezone procjenjuje se sljedećim pitanjem:</p> <p><i>PH7. Kada pomislite na život u svojem mjestu tijekom turističke sezone, predstavlja li gužva u prometu veliki problem, mali problem ili uopće nije problem?</i></p> <p><i>1. Veliki problem</i></p> <p><i>2. Mali problem</i></p> <p><i>3. Nije problem</i></p> <p><i>9. Ne znam/ne mogu ocijeniti</i></p> <p>Udio lokalnog stanovništva uznemiren gužvom u prometu tijekom turističke sezone računa se kao omjer broja ispitanika koji smatraju da je gužva u prometu veliki problem i ukupnog broja ispitanika:</p>	

	$\% \text{ stanovnika uznemirenih gužvom u prometu} = \frac{\text{broj ispitanika s odgovorom 1 na pitanje PH7}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH7}} \times 100$
<b>Učestalost mjerenja</b>	Svake četiri godine
<b>Zoniranje</b>	Izračun za cijelu destinaciju/ izračun po unaprijed utvrđenim zonama
<b>Ograničenja i perspektive pokazatelja</b>	

U sklopu anketnog ispitivanja stanovništva postavljeno je pitanje *Kada pomislite na život u svojem mjestu tijekom turističke sezone, predstavlja li gužva u prometu veliki problem, mali problem ili uopće nije problem?*, na koje su ispitanici imali mogućnost odgovoriti koristeći ocjene od 1 = 'Veliki problem' do 3 = 'nije problem', uz mogućnost odgovora '9 = ne znam / ne mogu ocijeniti'. Sukladno podacima dobivenima kroz analizu anketnog upitnika za stanovništvo, koji je popunilo ukupno 232 stanovnika destinacije, njih 32 odnosno 13,79% smatra kako gužva u prometu za vrijeme turističke sezone negativno utječe na kvalitetu svakodnevnog života u destinaciji (odgovor *Veliki problem*). Podatci na razini analiziranih zona i cjelokupne destinacije su izloženi u narednoj tablici:

Tablica 21. Percepcija utjecaja gužve u prometu na kvalitetu života tijekom turističke sezone

Percepcija utjecaja gužve u prometu na kvalitetu života tijekom turističke sezone	Udio ispitanika uznemiren otpadom (%)
Klanjec i Veliko Trgovišće	14,38
Tuhelj	12,50
Biser Zagorja	13,79

Izvor: Anketno ispitivanje stavova lokalnog stanovništva o turizmu (2025.)

Gledano po zonama, ispitanici iz zone Klanjca i Velikog Trgovišća u nešto većoj mjeri vide gužvu u prometu kao velik problem tijekom turističke sezone (14,38%) u odnosu na rezultate na ukupnom uzorku (13,79%), dok ispitanici iz zone Tuhlja u nešto manjoj mjeri vide gužvu u prometu kao velik problem tijekom turističke sezone (12,50%) u odnosu na rezultate na ukupnom uzorku. Kako bilo, s obzirom da je i na razini analiziranih zona i na razini cjelokupne destinacije promatrana vrijednost niska bez značajnih razlika, zaključuje se kako stanovnici destinacije nisu uznemireni gužvom u prometu tijekom turističke sezone, odnosno gužva u prometu ne narušava kvalitetu života stanovnika destinacije.

#### 2.4.8.4. Zadovoljstvo prometom u mjestu

<b>Pokazatelj</b>	<b>Zadovoljstvo prometom u mjestu</b>	
<b>Povezanost pokazatelja sa sustavima</b>	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	UN TOURISM – MST: Ukupno zadovoljstvo posjetitelja s destinacijom ETIS A.2.1: Udio posjetitelja koji su zadovoljni svojim cjelokupnim iskustvom u destinaciji
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. - zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom
	Povezanost sa SDG	Cilj 8 - Uključiv i održiv gospodarski rast, puna zaposlenosti dostojanstven rad za sve Cilj 12 - Održiva potrošnja i proizvodnja
	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam Posebni cilj: Razvoj vremenski i prostorno ravnomjernije raspoređenog turističkog prometa
<b>Obilježja pokazatelja</b>	Definicija	Procjena udjela (%) turista koji borave u komercijalnim smještajnim objektima i nekomercijalnom smještaju te jednodnevnih posjetitelja koji su zadovoljni prometom u mjestu.
	Opis	Zadovoljni posjetitelji učinkovit su alat privlačenja novih gostiju te time i stvaranja novih radnih mjesta u destinaciji, a uz to često i dulje borave te generiraju veći prihod u odnosu na posjetitelje koji nisu zadovoljni svojim boravkom u destinaciji. Nadalje, praćenjem zadovoljstva posjetitelja mjere se i prate učinci aktivnosti na unapređenju turističkog proizvoda destinacije. Za učinkovito upravljanje turističkom destinacijom, osim ukupnog zadovoljstva posjetitelja, važno je pratiti i zadovoljstvo određenim elementima ponude. Ovdje se preporuča praćenje zadovoljstva posjetitelja prometom u mjestu, uključujući protočnost prometa, parkirališta i sl.
<b>Podatci</b>	Naziv podataka	Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja prometom u mjestu
	Mjerna jedinica	Udio (%) zadovoljnih posjetitelja (turista u komercijalnim smještajnim objektima, turista u nekomercijalnom smještaju, jednodnevnih posjetitelja)
	Izvor podataka /potencijalni izvor	Anketa turista i jednodnevnih posjetitelja

	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	Podatak nije dostupan, nužno je prikupljanje podataka primarnim istraživanjem											
	Periodičnost prikupljanja podataka	Svake četiri godine											
<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>	<p>Udio zadovoljnih turista i jednodnevnih posjetitelja prometom u mjestu mjeri se pomoću sljedeće varijable/pitanja:</p> <p><i>PH6. Koliko ste zadovoljni prometom u mjestu (protočnost prometa, parkirališta)?</i>  1 = 'U potpunosti nezadovoljan/na' do 7 = 'U potpunosti zadovoljan/na', pri čemu je 3 – 'Niti zadovoljan/na niti nezadovoljan/na'.</p> <p><i>Sažeti prikaz varijabli</i></p> <table border="1" data-bbox="703 893 1390 1122"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Varijabla (pitanje)</th> <th colspan="3">Označavanje krajnjih točaka mjerne ljestvice</th> </tr> <tr> <th>1</th> <th>3</th> <th>7</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Zadovoljstvo prometom u mjestu (PH6)</td> <td>U potpunosti nezadovoljan/na</td> <td>Niti zadovoljan/na niti nezadovoljan/na</td> <td>U potpunosti zadovoljan/na</td> </tr> </tbody> </table> <p>Udio posjetitelja zadovoljnih prometom u mjestu računa se kao omjer broja ispitanika koji su na pitanje dali ocjenu 6 ili 7 i ukupnog broja ispitanika koji su odgovorili na pitanje:</p> $\% \text{ posjetitelja zadovoljnih prometom u mjestu} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 6 ili 7 na pitanju PH6}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH6}} \times 100$ <p>Pokazatelj se računa zasebno za tri glavna segmenta turističke potražnje: turiste u komercijalnim smještajnim objektima, turiste u nekomercijalnom smještaju i jednodnevne posjetitelje.</p>		Varijabla (pitanje)	Označavanje krajnjih točaka mjerne ljestvice			1	3	7	Zadovoljstvo prometom u mjestu (PH6)	U potpunosti nezadovoljan/na	Niti zadovoljan/na niti nezadovoljan/na	U potpunosti zadovoljan/na
Varijabla (pitanje)	Označavanje krajnjih točaka mjerne ljestvice												
	1	3	7										
Zadovoljstvo prometom u mjestu (PH6)	U potpunosti nezadovoljan/na	Niti zadovoljan/na niti nezadovoljan/na	U potpunosti zadovoljan/na										
<b>Učestalost mjerenja</b>	Svake četiri godine												
<b>Zoniranje</b>	Izračun za cijelu destinaciju												
<b>Ograničenja pokazatelja i perspektive</b>													

Izračun pokazatelja načinjen je na temelju provedenog upitnika turista i posjetitelja destinacije TZ Biser Zagorja, zasebno za predviđene segmente turista: turiste u komercijalnim smještajnim objektima, turiste u nekomercijalnom smještaju i jednodnevne posjetitelje. Ispitanicima je postavljeno pitanje *Koliko ste zadovoljni prometom u mjestu (protočnost prometa, parkirališta)?*, na koje su ispitanici odgovarali na skali od 1 = 'U potpunosti nezadovoljan/na' do 7 = 'U potpunosti zadovoljan/na', pri čemu je 3 – 'Niti zadovoljan/na niti nezadovoljan/na'. Rezultati izračuna izloženi su u narednoj tablici:

Tablica 22. Udio posjetitelja koji su zadovoljni prometom u destinaciji (protočnost prometa, parkirališta) po segmentima turističke potražnje

Zadovoljstvo prometom u destinaciji (protočnost prometa, parkirališta) po segmentima turističke potražnje	Udio posjetitelja koji su zadovoljni prometom u destinaciji (%)
Turisti u komercijalnim smještajnim objektima	87,82
Turisti u nekomercijalnom smještaju	100,00
Jednodnevni posjetitelji	63,16

Izvor: Anketno ispitivanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja (2025.)

Na temelju izloženih podataka vidljivo je kako među posjetiteljima i turistima u destinaciji Biser Zagorja od svih segmenata turističke potražnje turisti u nekomercijalnom smještaju u najvećoj mjeri izražavaju zadovoljstvo prometom u destinaciji po segmentima turističke potražnje, odnosno u potpunosti su zadovoljni ovim aspektom (100,00%). S druge strane, turisti u komercijalnim smještajnim objektima su u nešto manjoj mjeri zadovoljni ovim aspektima u odnosu na turiste u nekomercijalnom smještaju (87,82%), dok su jednodnevni posjetitelji od svih promatranih segmenata najmanje zadovoljni prometom u destinaciji (63,16%). Slijedi zaključak da, iako je u promatranim segmentima u određenoj mjeri prisutno nezadovoljstvo, zadovoljstvo prometom u destinaciji (protočnost prometa, parkirališta) je visoko na razini destinacije i na razini promatranih segmenata, odnosno promet u destinaciji ne narušava doživljaj destinacije za niti jedan analizirani segment posjetitelja.

Na razini zone Tuhelj prometna opterećenost najvidljivija je tijekom glavne kupališno-*wellness* sezone, kada dolazi do pojačanog prometa osobnih vozila i koncentracije gostiju na prilaznim cestama i parkiralištima termalnog kompleksa. Unatoč tome, iz dostupnih podataka i anketnih istraživanja proizlazi da su prometne gužve za većinu stanovnika i posjetitelja tek povremeni, a ne trajni problem, te da osnovni prometni tokovi još uvijek funkcioniraju u prihvatljivim okvirima. U zoni Klanjec i Veliko Trgovišće razina prometnog opterećenja je niža. Na razini destinacije Biser Zagorja zaključuje se da prometna nosivost nije dosegla kritične razine, ali da je nužno pratiti daljnji razvoj prometa osobnim vozilima, poticati korištenje alternativnih oblika prijevoza i postupno uvoditi rješenja za upravljanje parkiranjem i pristupom ključnim atrakcijama, kako bi se očuvala sigurnost i kvaliteta boravka u prostoru, te izgradnju dodatnih parkirališnih kapaciteta na razini destinacije.

## 2.4.9. Stanovništvo i kvaliteta života

### 2.4.9.1. Kretanje broja stanovnika u (posljednjem) desetogodišnjem razdoblju

Pokazatelj	Kretanje broja stanovnika u (posljednjem) desetogodišnjem razdoblju	
<b>Povezanost pokazatelja sa sustavima</b>	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	EUROSTAT: Podatci o stanovništvu UN: Population Division
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 6. stavak 1. – dionici u sustavu turizma (lokalno stanovništvo) Članak 12. stavak 1. – razvoj turizma u smjeru održivosti te unaprjeđenja uvjeta života lokalnog stanovništva
	Povezanost sa SDG	Cilj 8 – Uključiv i održiv ekonomski rast, puna i produktivna zaposlenost te dostojanstveni rad za sve Cilj 11 – Održivi gradovi i zajednice
	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu; Konkurentan i inovativan turizam Poseban cilj 3. Smanjenje negativnog utjecaja turizma na sastavnice okoliša, prirodu i prostor Posebni cilj 5. Jačanje ljudskih potencijala u turizmu
<b>Obilježja pokazatelja</b>	Definicija	Promjena broja stanovnika u destinaciji unutar desetogodišnjeg razdoblja. Promjena broja stanovnika se prati kao razlika broja stanovnika na početku i kraju desetogodišnjeg razdoblja.
	Opis	Promjena broja stanovnika uvjetovana je prirodnim kretanjima (natalitet i mortalitet) te migracijama (migracijski saldo). Pokazatelj omogućava praćenje relativnog odnosa broja stanovnika i ostalih primarnih i sekundarnih podataka, primjerice o smještajnim kapacitetima i zaposlenosti.
<b>Podatci</b>	Naziv podataka	Kretanje broja stanovnika u desetogodišnjem razdoblju
	Mjerna jedinica	Cijeli brojevi; postoci
	Izvor podataka/potencijalni izvor	Državni zavod za statistiku – Popis stanovništva, kućanstva i stanova; prirodno kretanje stanovništva; migracije stanovništva; procjena stanovništva na razini jedinice lokalne samouprave <a href="https://podatci.dzs.hr/hr/podatci/stanovnistvo/">https://podatci.dzs.hr/hr/podatci/stanovnistvo/</a>
	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	Podatci su dostupni

<p><b>Metodologija izračuna pokazatelja</b></p>	<p>Ako su početna i krajnja godina desetogodišnjeg razdoblja godine u kojima je napravljen popis stanovnika, onda se podatci o broju stanovnika uzimaju iz popisa stanovnika. U suprotnom, podatci se uzimaju iz procjene broja stanovnika na području destinacije. Ako se destinacija sastoji od više JLS, onda je broj stanovnika destinacije jednak zbroju broja stanovnika u pojedinim JLS.</p> <p>Neka su</p> <p><math>S_P</math> – broj stanovnika destinacije na početku desetogodišnjeg razdoblja</p> <p><math>S_K</math> – broj stanovnika destinacije na kraju desetogodišnjeg razdoblja</p> <p><math>KS_A</math> – apsolutna promjena broja stanovnika u destinaciji u promatranom razdoblju</p> <p><math>KS_P</math> – relativna promjena broja stanovnika u destinaciji u promatranom razdoblju</p> <p><math>KS_{AP}</math> – prosječna promjena broja stanovnika u destinaciji u promatranom razdoblju</p> <p><math>KS_{PP}</math> – prosječna stopa promjena broja stanovnika u destinaciji u promatranom razdoblju</p> <p>Tada vrijedi</p> $KS_A = S_K - S_P$ $KS_P = \frac{KS_A}{S_P} \times 100 = \frac{S_K - S_P}{S_P} \times 100$ $KS_{AP} = \frac{KS_A}{10} = \frac{S_K - S_P}{10}$ $KS_{PP} = \left( \sqrt[9]{S_K/S_P} - 1 \right) \times 100$
<p><b>Zoniranje</b></p>	<p>Izračun za cijelu destinaciju/ izračun po unaprijed utvrđenim zonama</p>
<p><b>Ograničenja pokazatelja i perspektive</b></p>	<p>Podatci iz Popisa stanovništva su lako dostupni do razine naselja, a procjene za pojedine godine su dostupne samo na razini Gradova i Općina. Procjene broja stanovnika za pojedine zone unutar naselja moguće je dobiti iz drugih izvora, uz dodatnu obradu (npr. Ministarstvo unutarnjih poslova).</p> <p>Izvor osiguravaju potrebne podatke za izračun, a ograničenje je vezano uz sadržaj pokazatelja koji tek neizravno ukazuje na povećanje/smanjenje</p>

	društvenog standarda odnosno demografske trendove generirane turizmom. Naime, rast ili smanjenje broja stanovnika na području JLS može biti potaknuto bitno širim spektrom utjecaja od turističke aktivnosti.
--	---

Sukladno podacima DZS (Procjena stanovništva, stanje na dan 31. prosinca) za period 2015-2024. godine, procjena broja stanovnika po zonama i na razini destinacije prikazana je u tablici u nastavku:

Tablica 23. Procjena broja stanovnika na razini zona i destinacije u periodu 2015.-2024. godine

Procjena broja stanovnika	2015 (S <sub>A</sub> )	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024 (S <sub>P</sub> )	KS <sub>PP</sub>
Klanjec i Veliko Trgovišće	7.536	7.445	7.316	7.200	7.135	7.052	6.993	6.919	6.907	6.906	-0,97
Tuhelj	2.049	2.042	2.026	2.064	2.070	2.049	2.058	2.108	2.148	2.182	0,7
Biser Zagorja	9.585	9.487	9.342	9.264	9.205	9.101	9.051	9.027	9.055	9.088	-0,59

Izvor: Državni zavod za statistiku: Procjena stanovništva, stanje na dan 31. prosinca

Za potrebe izračuna KS<sub>PP</sub> (prosječna stopa promjene broja stanovnika u destinaciji u promatranom razdoblju), prvo je napravljen izračun KS<sub>A</sub> (apsolutna promjena broja stanovnika u destinaciji u promatranom razdoblju), KS<sub>P</sub> (relativna promjena broja stanovnika u destinaciji u promatranom razdoblju) te KS<sub>AP</sub> (prosječna promjena broja stanovnika u destinaciji u promatranom razdoblju). Sve tri vrijednosti (KS<sub>A</sub>, KS<sub>P</sub>, KS<sub>AP</sub>) ukazuju na negativan trend kretanja broja stanovništva na razini destinacije i na razini zone Klanjec i Veliko Trgovišće, dok na razini zone Tuhelj ukazuju na pozitivan trend kretanja broja stanovništva. U konačnici, KS<sub>PP</sub> (prosječna stopa promjene broja stanovnika u destinaciji u promatranom razdoblju) je pozitivan jedino na razini zone Tuhelj (0,7), dok je negativan na razini zone Klanjec i Veliko Trgovišće (-0,97) odnosno cjelokupne destinacije (-0,59), te slijedi zaključak da iako zona Tuhelj ima nešto bolji rezultat na ovom pokazatelju, njegov je efekt minimalan radi kratkotrajnosti trenda rasta broja stanovnika, odnosno rezultati reflektiraju negativna demografska kretanja na razini promatranih zona i cijele destinacije Biser Zagorja u promatranom desetogodišnjem razdoblju.

#### 2.4.9.2. Iritacija gužvom i specifično gužvama na ulicama/javnim površinama

Pokazatelj	Iritacija gužvom i specifično gužvama na ulicama/javnim površinama	
<b>Povezanost pokazatelja sa sustavima</b>	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	ETIS: Utjecaj turizma na kvalitetu života u destinaciji UNWTO – MST: Percepcija o negativnom i pozitivnom doprinosu turizma dobrobiti lokalnog stanovništva OECD: Indeks boljeg života

	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 6. stavak 1. – dionici u sustavu turizma (lokalno stanovništvo) Članak 12. stavak 1. – razvoj turizma u smjeru održivosti te unaprjeđenja uvjeta života lokalnog stanovništva Članak 14. stavak 2. - održivo upravljanje destinacijom
	Povezanost sa SDG	Cilj 11 – Održivi gradovi i zajednice
	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu; Konkurentan i inovativan turizam Poseban cilj 3. Smanjenje negativnog utjecaja turizma na sastavnice okoliša, prirodu i prostor
<b>Obilježja pokazatelja</b>	Definicija	Pokazatelj predstavlja procjenu udjela (%) stalnih stanovnika koji su uznemireni gužvom na ulicama/javnim površinama u ukupnom broju stalnih stanovnika u destinaciji
	Opis	U turistički razvijenim destinacijama turizam je važan faktor koji utječe na blagostanje lokalnog stanovništva. Održivim upravljanjem učincima turizma, koji se između ostalog mogu ogledati u ekonomskim, društvenim, okolišnim i infrastrukturnim promjenama, moguće je održati i unaprijediti kvalitetu života uslijed intenzivnog turističkog razvoja. Gužva koju stvaraju turisti može doprinijeti razini stresa kod lokalnog stanovništva i otežati njihove svakodnevne aktivnosti.
<b>Podatci</b>	Naziv podataka	Iritacija gužvom na ulicama/javnim površinama tijekom turističke sezone
	Mjerna jedinica	Udio (%) ispitanika kojima gužva na ulicama/javnim površinama tijekom turističke sezone predstavlja veliki problem
	Izvor podataka /potencijalni izvor	Anketa lokalnog stanovništva
	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	Podatak nije dostupan, nužno je prikupljanje podataka primarnim istraživanjem
	Periodičnost prikupljanja podataka	Svake četiri godine

<p><b>Metodologija izračuna pokazatelja</b></p>	<p>Udio (%) lokalnog stanovništva koji su uznemireni gužvom na ulicama/javnim površinama tijekom turističke sezone procjenjuje se sljedećim pitanjem:</p> <p><i>PH8. Kada pomislite na život u svojem mjestu tijekom turističke sezone, predstavlja li gužva na ulicama/javnim površinama veliki problem, mali problem ili uopće nije problem?</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Veliki problem</li> <li>2. Mali problem</li> <li>3. Nije problem</li> <li>9. Ne znam/ne mogu ocijeniti</li> </ol> <p>Udio lokalnog stanovništva uznemiren gužvom na ulicama/javnim površinama tijekom turističke sezone računa se kao omjer broja ispitanika koji smatraju da je gužva na ulicama/javnim površinama veliki problem i ukupnog broja ispitanika:</p> $\% \text{ stanovnika uznemirenih gužvom na ulicama/ javnim površinama} = \frac{\text{broj ispitanika s odgovorom 1 na pitanje PH8}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH8}} \times 100$
<p><b>Učestalost mjerenja</b></p>	<p>Svake četiri godine</p>
<p><b>Zoniranje</b></p>	<p>Izračun za cijelu destinaciju/ izračun po unaprijed utvrđenim zonama</p>
<p><b>Ograničenja i perspektive pokazatelja</b></p>	

U sklopu anketnog ispitivanja stanovništva postavljeno je pitanje *Kada pomislite na život u svojem mjestu tijekom turističke sezone, predstavlja li gužva na ulicama/javnim površinama veliki problem, mali problem ili uopće nije problem?*, na koje su ispitanici imali mogućnost odgovoriti koristeći ocjene od 1 = 'Veliki problem' do 3 = 'nije problem', uz mogućnost odgovora '9 = ne znam / ne mogu ocijeniti'. Sukladno podacima dobivenima kroz analizu anketnog upitnika za stanovništvo, koji je popunilo ukupno 232 stanovnika destinacije, njih 21 odnosno 8,94% smatra kako gužve na ulicama i javnim površinama za vrijeme turističke sezone negativno utječu na kvalitetu svakodnevnog života u destinaciji (odgovor *Veliki problem*). Podatci na razini analiziranih zona i cjelokupne destinacije su izloženi u narednoj tablici:

Tablica 24. Percepcija utjecaja gužve na ulicama i javnim površinama na kvalitetu života tijekom turističke sezone

Percepcija utjecaja gužve na ulicama i javnim površinama na kvalitetu života tijekom turističke sezone	Udio ispitanika uznemirenih gužvom na ulicama i javnim površinama (%)
Klanjec i Veliko Trgovišće	10,49
Tuhelj	5,48
Biser Zagorja	8,94

Izvor: Anketno ispitivanje stavova lokalnog stanovništva o turizmu (2025.)

Gledano po zonama, ispitanici iz zone Klanjca i Velikog Trgovišća u nešto većoj mjeri vide gužvu na ulicama i javnim površinama kao velik problem tijekom turističke sezone (10,49%) u odnosu na rezultate na ukupnom uzorku (8,94%), dok ispitanici iz zone Tuhlja u nešto manjoj mjeri vide gužve na ulicama i javnim površinama kao velik problem tijekom turističke sezone (5,48%) u odnosu na rezultate na ukupnom uzorku. Kako bilo, s obzirom da je i na razini analiziranih zona i na razini cjelokupne destinacije promatrana vrijednost relativno niska bez značajnih razlika, zaključuje se kako stanovnici destinacije nisu uznemireni gužvama na ulicama i javnim površinama tijekom turističke sezone, odnosno da gužva na ulicama i javnim površinama tijekom turističke sezone ne narušava kvalitetu stanovnika destinacije.

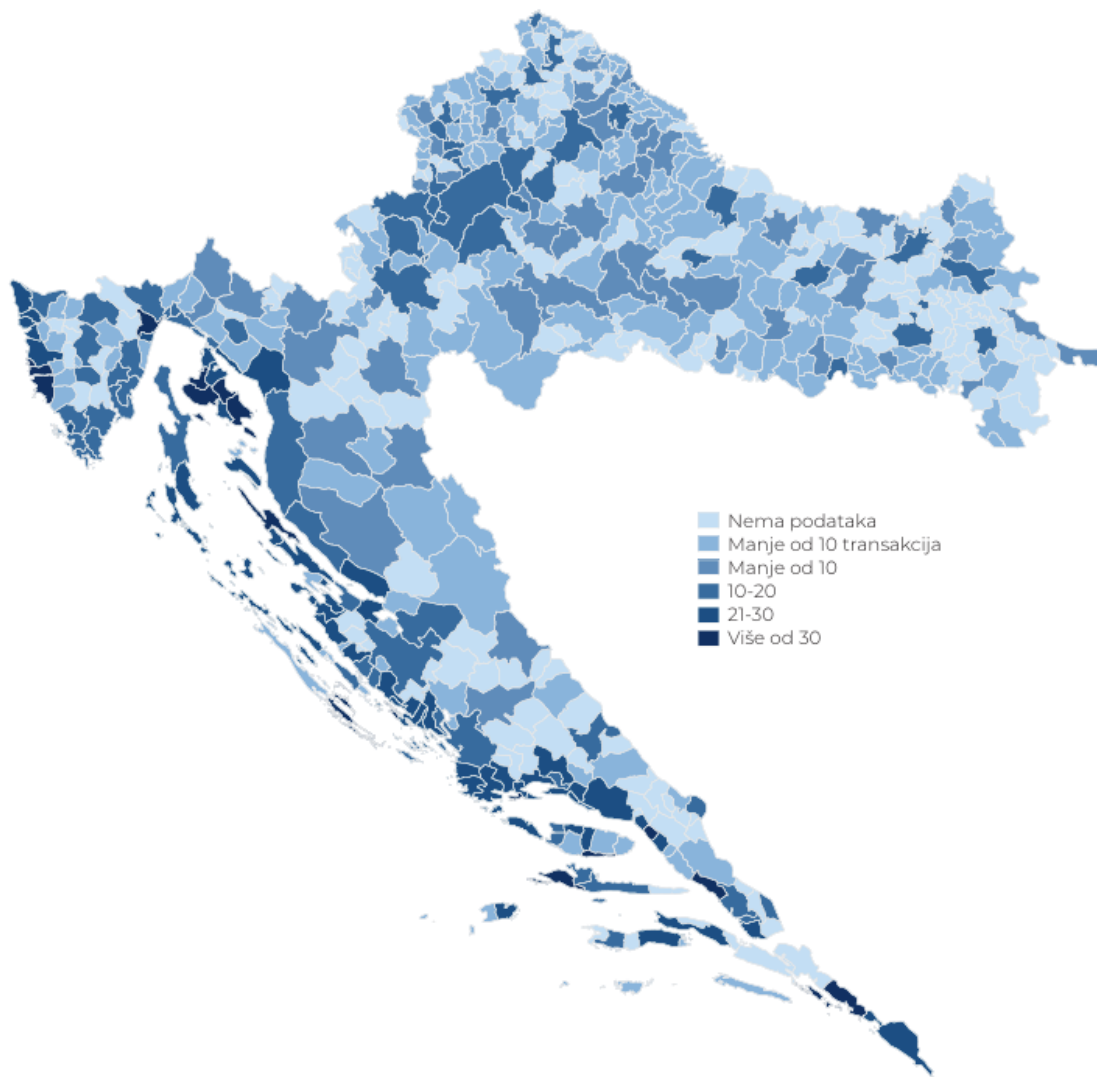
#### 2.4.9.3. Indeks priuštivosti stana (na razini destinacije)

Pokazatelj	Indeks priuštivosti stana (na razini destinacije)	
<b>Povezanost pokazatelja sa sustavima</b>	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	UNTWO - Rast cijena nekretnina u turističkim destinacijama
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 6. stavak 1. – dionici u sustavu turizma (lokalno stanovništvo) Članak 12. stavak 1. – razvoj turizma u smjeru održivosti te unaprjeđenja uvjeta života lokalnog stanovništva
	Povezanost sa SDG	Cilj 8 – Uključiv i održiv ekonomski rast, puna i produktivna zaposlenost te dostojanstveni rad za sve Cilj 11 – Održivi gradovi i zajednice
	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Poseban cilj 3. Smanjenje negativnog utjecaja turizma na sastavnice okoliša, prirodu i prostor Posebni cilj 5. Jačanje ljudskih potencijala u turizmu
<b>Obilježja pokazatelja</b>	Definicija	Indeks priuštivosti stana je omjer medijalne cijene stana/apartmana po m <sup>2</sup> u JLS-u i prosječnog godišnjeg prijavljenog ostvarenog neto dohotka po zaposlenom.

	Opis	Korištenje indeksa priuštivosti kao pokazatelja održivosti turizma omogućava lokalnim vlastima i turističkim upravama da procijene koliko turizam utječe na dostupnost stanovanja za lokalno stanovništvo i na socioekonomske uvjete u destinaciji. Njegova primjena pomaže u donošenju politika koje osiguravaju da turizam bude održiv, donoseći koristi ne samo turistima, već i lokalnim stanovnicima, bez narušavanja njihove kvalitete života.
<b>Podatci</b>	Naziv podataka	Indeks priuštivosti stana/apartmana po JLS-ovima
	Mjerna jedinica	Indeks (broj)
	Izvor podataka /potencijalni izvor	Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske 2023, Ministarstvo prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine i Ekonomski institut Zagreb, <a href="https://mpgi.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/stameno/Pregled-trzista-nekretnina-2023.pdf">https://mpgi.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/stameno/Pregled-trzista-nekretnina-2023.pdf</a>
	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	Podatci su dostupni. U publikaciji su podatci objavljeni za prvih i zadnjih 20 JLS-ova po priuštivosti stana/apartmana u 2022. godini. Podatci za ostale destinacije raspoloživi su na zahtjev, uz koordinaciju s Ministarstvom turizma i sporta, od Ministarstva prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine.
<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>		Izračun se preuzima izravno iz publikacije za svaki JLS
<b>Zoniranje</b>		Izračun za cijelu destinaciju
<b>Učestalost mjerenja</b>		Svake četiri godine
<b>Ograničenja pokazatelja i perspektive</b>		Indeks je izračunat za 2022. godinu zato što podatci o prosječnoj neto plaći zaposlenih u pravnim osobama u JLS-u za 2023., čiji je izvor Porezna uprava, nisu bili dostupni u trenutku izrade ove publikacije. Indeks priuštivosti izračunat je za ukupno 181 Grad i Općinu za koje se podatci o medijalnim cijenama smiju prikazati ili za koje podatci o medijalnim cijenama postoje. Dostupnost podatka ovisi o učestalosti izrade studije.

Kako do trenutka izrade analize prihvatnog kapaciteta destinacije nije objavljena nova publikacija, korišteni su podatci iz publikacije Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske 2023., Ministarstvo prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine i Ekonomski institut Zagreb, koja obuhvaća dostupne podatke za 2022. godinu.

Slika 1. Priuštivost stana/apartmana po JLS-ovima u 2022. godini



Izvor: Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske 2023., Ministarstvo prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine i Ekonomski institut Zagreb.

Sukladno navedenom, indeks priuštivosti stana na razini pojedine JLS odnosno na razini cijele destinacije iznosi  $>10$ , te se zaključuje kako je indeks priuštivosti stana na razini destinacije nizak, odnosno da je na razini destinacije slika priuštivosti stana povoljna.

Demografski pokazatelji upućuju na trend stagnacije ili blagog pada broja stanovnika u obje zone, što je u skladu s općim procesima u manje urbaniziranim područjima Hrvatske, a ne isključivo posljedica turističkog razvoja. U zoni Tuhelj stanovnici bilježe određene promjene u svakodnevici povezane s prisutnošću većeg broja gostiju, ali ih ne doživljavaju kao ključni uzrok smanjenja kvalitete života. U zoni Klanjec i Veliko Trgovišće turizam zasad ima još slabiji izravni utjecaj na demografska kretanja. Percepcija utjecaja turizma na cijene stanovanja i dostupnost nekretnina u obje zone ostaje umjerena: dio ispitanika primjećuje porast interesa za kuće za odmor i kratkoročni najam, no to još ne poprima razmjere koje bi bitno destabilizirale lokalno tržište stanovanja. Na razini destinacije u cjelini, može se zaključiti da je društvena i stambena nosivost još uvijek

očuvana, ali da je potrebno kontinuirano pratiti trendove kako bi se u slučaju ubrzanog rasta turističkog stanovanja pravovremeno poduzele mjere za očuvanje pristupačnog stanovanja i kvalitete života lokalnog stanovništva.

## 2.4.10. Zaposlenost, gospodarstvo i važnost turizma

### 2.4.10.1. Raspoloživost dodatne radne snage (stopa nezaposlenosti; broj izdanih radnih dozvola po mjesecima)

Pokazatelj	Raspoloživost dodatne radne snage (stopa nezaposlenosti; broj izdanih radnih dozvola po mjesecima)	
<b>Povezanost pokazatelja sa sustavima</b>	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	ETIS - Izravna zaposlenost u turizmu kao postotak ukupne zaposlenosti na odredištu
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. - - održivo upravljanje destinacijom - zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom - poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu
	Povezanost sa SDG	Cilj 8 – Uključiv i održiv gospodarski rast, puna zaposlenost i dostojanstven rad za sve Cilj 11 – Održivi gradovi i zajednice
	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam; Otporan turizam Poseban cilj: 2. Repozicioniranje Hrvatske kao cjelogodišnje autentične destinacije održivog turizma; 9. Uspostavljanje učinkovitog okvira za upravljanje razvojem održivog turizma
<b>Obilježja pokazatelja</b>	Definicija	Raspoloživa dodatna radna snage iskazuje se brojem nezaposlenih u mjesecu s najvećim ostvarenim brojem noćenja turista
	Opis	Upravljanje radnim resursima na razini destinacije važan je element ukupne turističke politike. Pokazatelj osigurava informacije o potencijalno raspoloživoj dodatnoj radnoj snazi koja uključuje nezaposlene osobe.
<b>Podatci</b>	Naziv podataka	Broj nezaposlenih
	Mjerna jedinica	Broj
	Izvor podataka /potencijalni izvor	Podatci Hrvatskog zavoda za zapošljavanje
	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	Podatci su dostupni

	Periodičnost prikupljanja podataka	Podatak je dostupan na mjesečnoj bazi
	Učestalost prikupljanja podataka	Svake četiri godine
<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>		Podatak se preuzima od Hrvatskog zavoda za zapošljavanje
<b>Učestalost mjerenja</b>		Svake četiri godine
<b>Zoniranje</b>		Izračun za cijelu destinaciju
<b>Ograničenja pokazatelja i perspektive</b>		

Sukladno podacima Hrvatskog zavoda za zapošljavanje za period 2020-2024. godine, raspoloživost dodatne radne snage po zonama i na razini destinacije prikazana je u tablici u nastavku (podatci su izraženi kao prosječne vrijednosti na razini mjeseca):

*Tablica 25. Raspoloživost dodatne radne snage na razini zona i destinacije*

<b>Raspoloživost dodatne radne snage</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
Klanjec i Veliko Trgovišće	148	119	99	93	88
Tuhelj	36	37	32	31	24
Biser Zagorja	184	155	132	124	112

Izvor: Hrvatski zavod za zapošljavanje.

Prema izloženim podacima, vidljivo je kako je prosječan broj raspoložive radne snage na mjesečnoj razini, kako na razini definiranih zona tako i na razini cijele destinacije, u kontinuiranom padu tijekom promatranog razdoblja. Raspoloživost je posebice niska na razini zone Tuhelj, te se zaključuje kako je raspoloživost dodatne radne snage na razini destinacije niska te potencijalno predstavlja prepreku daljnjem razvoju turističke ponude.

Analiza raspoloživosti dodatne radne snage pokazuje da su stope nezaposlenosti na području obiju zona relativno niske, što s jedne strane potvrđuje gospodarsku vitalnost, ali s druge strane ukazuje na ograničen prostor za brzo širenje turističkog sektora kroz zapošljavanje lokalne radne snage. U zoni Tuhelj turizam već sada čini jedan od ključnih izvora zaposlenja, osobito kroz termalni kompleks i povezane usluge, pa daljnje širenje kapaciteta vjerojatno zahtijeva dodatni uvoz radne snage ili preraspodjelu iz drugih sektora. U zoni Klanjec i Veliko Trgovišće zapošljavanje u turizmu uglavnom je vezano uz manja obiteljska poduzeća i dodatne aktivnosti stanovnika, uz potencijal rasta koji je ograničen kapacitetom lokalnog tržišta rada. Na razini destinacije Biser Zagorja, nosivost s aspekta radne snage pokazuje da prostor za daljnje povećanje turističke ponude postoji, ali da će jedan od ključnih ograničavajućih faktora biti dostupnost kvalificiranih zaposlenika, što naglašava potrebu za programima edukacije, zadržavanja radne snage i planskog upravljanja sezonskim i cjelogodišnjim zapošljavanjem kako bi se očuvala kvaliteta usluge i autentičnost destinacije.

## 2.5. Procjena dostignute razine prihvatnog kapaciteta

Procjena dostignute razine prihvatnog kapaciteta temelji se na skupu obveznih pokazatelja nosivosti destinacije, pri čemu je analiza provedena za dvije funkcionalne zone: zona Tuhelj i zona Klanjec i Veliko Trgovišće, uz sagledavanje destinacije u cjelini. Budući da pokazatelji obuhvaćaju i društvenu prihvatljivost, strukturu i intenzitet smještajnih kapaciteta, koncentraciju sadržaja te elemente okolišnih i infrastrukturnih opterećenja, dobiva se uravnotežena slika trenutne razine korištenja prostora i doživljaja destinacije.

Na razini društvene prihvatljivosti, dostupni podatci upućuju na stabilnu osnovu za daljnji razvoj. U istraživanju stavova stanovništva zabilježen je visok udio pozitivnog stava prema aspektima turizma na razini destinacije, pri čemu je taj udio posebno izražen u zoni Tuhlja, dok je i u zoni Klanjca i Velikog Trgovišća zadržana većinski pozitivna percepcija. Dodatno, pokazatelji vezani uz smetnje i nelagodu sugeriraju da se turizam u sadašnjem obujmu uglavnom doživljava kao upravljiv i uklopiv u svakodnevni život. Primjerice, udio stanovnika koji navodi iritaciju bukom je vrlo nizak, a većina stanovnika percipira da turizam pozitivno doprinosi izgledu destinacije i korištenju javnog prostora. Ovi nalazi upućuju na to da društveni prag prihvatljivosti zasad nije dosegnut, uz napomenu da se percepcije najčešće mijenjaju u razdobljima pojačanog intenziteta posjeta, zbog čega je korisno zadržati redovito praćenje.

Kod smještajnih kapaciteta i prostorne koncentracije turističke ponude, analiza potvrđuje jasnu funkcionalnu razliku između zona. U zoni Tuhelj uočava se viša razina komercijalnih smještajnih kapaciteta po stanovniku (broj kreveta na sto stanovnika), što je očekivano s obzirom na ulogu termalne jezgre kao glavnog nositelja potražnje. U zoni Klanjca i Velikog Trgovišća ističe se veći udio kapaciteta vezanih uz kuće i stanove za odmor i druge oblike smještaja vezane uz stanovanje, što upućuje na drugačiji profil ponude i drugačiji tip pritiska na prostor. U pogledu strukture smještaja dodatno se potvrđuje da je zona Tuhelj dominantno oslonjena na hotelski i kamp segment, dok zona Klanjca i Velikog Trgovišća ima izraženiji udio obiteljskog smještaja i smještaja u kućama za odmor. Ovakva komplementarnost destinacije sama po sebi nije problematična, već je korisna kao polazište za upravljanje razvojem tako da se rast ponude i potražnje raspoređuje u skladu s kapacitetom javne infrastrukture i očekivanjima lokalne zajednice.

Pokazatelj intenziteta stacionarnog turizma u vršnom periodu turističke sezone dodatno potvrđuje koncentraciju posjeta u zoni Tuhelj. Iako je omjer vršnog broja turista u odnosu na stalno stanovništvo u ovoj zoni značajno viši nego u zoni Klanjca i Velikog Trgovišća, ukupna slika destinacije sugerira da je riječ o opterećenju koje se u ovom trenutku može promatrati kao upravljivo, posebno uzimajući u obzir da su pokazatelji doživljaja gužvi većinom povoljni. Na strani posjetitelja, udio nezadovoljstva gužvom prisutan je ponajprije kod jednodnevnih posjetitelja, dok je kod gostiju koji borave u komercijalnom smještaju niži, a kod nekomercijalnih gostiju u dostupnom uzorku nije zabilježen. Ovaj nalaz sugerira da se upravljanje dnevnim vršnim intervalima može promatrati kao praktično područje optimizacije iskustva, bez potrebe za restriktivnim pristupima.

Kod pokazatelja buke, perceptivni pokazatelji stanovništva ukazuju na vrlo nizak udio onih kojima buka predstavlja smetnju. Takva kombinacija objektivnih i subjektivnih nalaza može se tumačiti kao signal da postoje specifični, lokalizirani uvjeti (primjerice uz glavne prometne tokove ili u razdobljima događanja) gdje se može razmotriti dodatna prilagodba, pri čemu destinacija u cjelini u ovom segmentu zadržava stabilnu razinu kvalitete boravka.

Važno je naglasiti da je za dio pokazatelja iz područja prostorne strukture i komunalne infrastrukture u analizi navedeno da nije bilo moguće provesti izračun zbog ograničene dostupnosti standardiziranih podataka na razini zona. U takvim slučajevima procjena dostignute razine prihvatnog kapaciteta nužno ostaje orijentacijska, uz preporuku da se u sljedećem ciklusu provedbe Plana upravljanja destinacijom postepeno ojača baza podataka i operativno praćenje.

Na temelju dostupnih pokazatelja može se procijeniti da destinacija nije dosegla graničnu razinu prihvatnog kapaciteta, ali da postoje jasne razlike među zonama. Zona Tuhelj pokazuje viši intenzitet korištenja prostora i veći udio komercijalnih kapaciteta, dok zona Klanjca i Velikog Trgovišća ima niži intenzitet posjeta, uz izraženije pokazatelje vezane uz smještaj u kućama i stanovima za odmor. U destinaciji kao cjelini preporučljivo je usmjeriti upravljanje prema balansiranju vršnih opterećenja, jačanju doživljaja u zoni Klanjec i Veliko Trgovišće te kontinuiranom praćenju pokazatelja koji su u ovom ciklusu djelomično ograničeni raspoloživim podacima.

Gledano u cjelini, dostignuta razina prihvatnog kapaciteta destinacije Biser Zagorja može se opisati kao faza povišenog, ali još uvijek kontroliranog opterećenja u zoni Tuhelj te razvojne rezerve u zoni Klanjec i Veliko Trgovišće. Ključni strateški odgovor je usmjeravanje razvoja s kvantitativnog na kvalitativni rast, odnosno povećanje vrijednosti po posjetitelju umjesto isključivog povećanja volumena, prostorna i vremenska disperzija posjeta s termalne jezgre prema kulturnim i prirodnim lokalitetima u Klanjcu i Velikom Trgovišću, te paralelna ulaganja u infrastrukturu, standarde kvalitete i ljudske potencijale. Ovakav pristup omogućit će da se postojeća rezerva kapaciteta u destinaciji koristi promišljeno i u skladu s kapacitetom nosivosti destinacije, uz očuvanje kvalitete života stanovnika i temeljnih vrijednosti destinacije do 2029. godine i dalje.

## 2.6. Analiza scenarija

Analiza scenarija razvoja prihvatnog kapaciteta destinacije Biser Zagorja provodi se kako bi se procijenile moguće posljedice različitih pristupa upravljanju turizmom u razdoblju do 2029. godine. Polazište su već utvrđeni nalazi o trenutačnoj razini opterećenja, razlikama između termalne jezgre zone Tuhelj i zone Klanjec i Veliko Trgovišće. Analiza razmatra tri realistična smjera razvoja nosivosti destinacije u razdoblju provedbe Plana upravljanja destinacijom, uz razlikovanje učinaka po zonama i na razini destinacije.

### 2.6.1. Nema promjena (eng. BAU, business as usual)

U scenariju bez promjena očekuje se nastavak postojećih obrazaca, što prema interpretaciji pokazatelja iz poglavlja Analiza razine nosivosti destinacije znači da će se najveći dio turističke aktivnosti i dalje koncentrirati u zoni Tuhelj. U takvim okolnostima destinacija i dalje može zadržati povoljne društvene pokazatelje, s obzirom na visok udio pozitivnog stava stanovništva i nizak udio onih kojima buka predstavlja smetnju. Međutim, bez dodatnih mjera upravljanja, vršna dnevna opterećenja i dalje će se najviše osjećati u zoni Tuhelj, a nezadovoljstvo gužvom kod dijela jednodnevnih posjetitelja može ostati prisutno. Zona Klanjec i Veliko Trgovišće u ovom scenariju vjerojatno zadržava niži intenzitet posjeta i time ostaje s većim prostorom za razvoj, ali uz rizik da komercijalni učinci turizma ostanu slabije raspoređeni unutar destinacije.

U zoni Klanjec i Veliko Trgovišće, izostanak promjena značio bi spor, organski rast privatnog smještaja i povremenih posjeta kulturnim i prirodnim lokalitetima, ali bez značajnijeg pomaka u prepoznatljivosti i bez ozbiljnijeg razvoja sadržaja. Destinacija bi dugoročno ostala ovisna o jednoj, izrazito dominantnoj jezgri, uz rizik da se negativni učinci lokalnog preopterećenja u Tuhlju preliju na slabljenje ukupnog imidža destinacije Biser Zagorja. Scenarij bez promjena stoga se ocjenjuje kao nepovoljan: ne dovodi trenutno do kolapsa sustava, ali povećava vjerojatnost narušavanja prihvatnog kapaciteta u termalnoj jezgri i propušta priliku za aktiviranje raspoložive rezerve u zoni Klanjec i Veliko Trgovišće.

### 2.6.2. Učini minimalno (eng. do minimum)

U scenariju minimalnih intervencija polazi se od pretpostavke da se zadržava postojeća struktura razvoja, ali se uvode osnovne mjere za stabilizaciju iskustva u vršnim danima te za bolje korištenje raspoloživih kapaciteta. U zoni Tuhelj to može značiti fokus na praktične mjere upravljanja vršnim opterećenjima i kvalitetom boravka, posebno vezano uz dnevne vršne sate i potencijalno lokalizirane izvore noćne buke. U zoni Klanjca i Velikog Trgovišća, minimalne mjere bile bi usmjerene na vidljivost i pristupačnost sadržaja, čime se potiče ravnomjernija raspodjela posjeta bez velikih investicijskih zahvata. Na razini destinacije, ovaj scenarij može pridonijeti stabilnosti pokazatelja društvene prihvatljivosti i zadržavanju visoke razine zadovoljstva, uz postupno jačanje podloga za praćenje pokazatelja za koje u ovom ciklusu nisu bili dostupni svi ulazni podaci. U smislu prihvatnog kapaciteta, minimalni scenarij drži sustav „na životu“ i smanjuje rizik od najtežih posljedica, ali ne gradi otpornost niti dugoročnu ravnotežu između opterećenja i nosivosti prostora, infrastrukture i zajednice.

### 2.6.3. Učini nešto drugo (eng. do something else)

Treći scenarij podrazumijeva aktivniji iskorak prema upravljanju destinacijom kroz bolje usmjeravanje tokova i diferenciranje doživljaja po zonama. Polazeći od nalaza da je zona Tuhelj nositelj najvećeg intenziteta posjeta, a zona Klanjec i Veliko Trgovišće raspolaže

većim prostorom za razvoj ponude, ovaj scenarij bi se usmjerio na strukturirano poticanje boravka u više točaka destinacije. U praksi to znači da se dio potražnje, osobito jednodnevne, može usmjeravati prema sadržajima koji podižu doživljaj zone Klanjec i Veliko Trgovišće, uz očuvanje stabilnog iskustva u zoni Tuhelj. Time se smanjuje osjetljivost destinacije na vršna opterećenja jedne jezgre i povećava ukupna otpornost sustava. Dodatno, ovaj scenarij podrazumijeva sustavnije prikupljanje i standardizaciju podataka za pokazatelje koji su u ovom ciklusu imali ograničenja, čime procjena nosivosti postaje preciznija i operativno korisnija za odlučivanje.

Gledano u cjelini, scenarij bez promjena najizglednije održava postojeći odnos zona, ali propušta priliku za ravnomjerniji razvoj. Scenarij minimalnih intervencija poboljšava upravljivost vršnih intervala u danu i potiče postepeno jačanje zone Klanjec i Veliko Trgovišće. Scenarij aktivnijeg iskoraka najviše podupire dugoročnu stabilnost nosivosti jer kombinira redistribuciju posjeta, jačanje doživljaja u slabije opterećenoj zoni te sustavnije praćenje pokazatelja.

U zoni Klanjec i Veliko Trgovišće ovaj scenarij znači svjesno pozicioniranje tih prostora kao integralnog dijela destinacijskog doživljaja, osobito kroz kulturne i prirodne sadržaje te kroz kontrolirani razvoj kuća za odmor i manjih smještajnih kapaciteta. Razvoj i označavanje ruta, uređenje vidikovaca, interpretacija kulturne baštine te povezivanje s termalnim motivom omogućuju preusmjeravanje dijela posjetitelja i noćenja u ovu zonu, čime se istodobno smanjuje pritisak na termalnu jezgru i bolje iskorištava raspoloživa nosivost prostora. U tom okviru potrebno je već u fazi rasta postaviti kriterije kvalitete za nove smještajne jedinice, standarde interpretacije baštine i jasne komunikacijske poruke prema ciljanim skupinama, kako bi se izbjeglo stihijsko širenje ponude bez adekvatne infrastrukture i upravljanja.

## 2.7. Zaključci i preporuke

Analiza ukazuje da je destinacija Biser Zagorja trenutno u povoljnoj poziciji u pogledu društvene prihvatljivosti i opće kvalitete doživljaja, uz istodobno izražene razlike u intenzitetu korištenja prostora između zona. Zona Tuhelj pokazuje viši intenzitet posjeta i veći udio komercijalnih kapaciteta, dok zona Klanjca i Velikog Trgovišća ima nižu razinu opterećenja i time veći prostor za plansko jačanje ponude. Na razini destinacije, pokazatelji zadovoljstva i stavova stanovništva su u većini segmenata stabilni i pozitivni, a identificirane su i teme gdje se uz relativno male prilagodbe može dodatno ojačati upravljivost vršnih sati u danu i preciznost praćenja.

Preporuke se, stoga, mogu usmjeriti na sljedeće prioritetne smjerove:

- Zadržati redovito praćenje društvene percepcije aspekata turizma, jer visoki udjeli pozitivnih stavova stanovništva predstavljaju važan resurs destinacije. Preporučuje se kontinuirano provođenje anketnog ispitivanja kako bi se na vrijeme uočile promjene koje se najčešće javljaju u razdobljima pojačanih posjeta.
- U zoni Tuhlja usmjeriti pažnju na upravljanje vršnim opterećenjima, posebno u segmentu jednodневnih posjetitelja kod kojih je zabilježen veći udio

nezadovoljstva gužvom. Cilj nije ograničavanje posjeta, nego bolje raspoređivanje i informiranje kako bi iskustvo ostalo konzistentno.

- U zoni Klanjca i Velikog Trgovišća sustavno jačati vidljivost i motivaciju za dolazak, jer pokazatelji upućuju na niži intenzitet posjeta i time na realan prostor za rast bez rizika opterećenja. Time se ujedno doprinosi ravnomjernijoj raspodjeli učinaka turizma u destinaciji.
- Postepeno ojačati bazu podataka za pokazatelje gdje izračun nije bio moguć, kako bi sljedeći ciklus analize nosivosti bio precizniji po zonama. To uključuje standardizaciju lokalnih evidencija i dogovor o redovitom prikupljanju onih podataka koji nisu dostupni u sekundarnim izvorima, uz minimalno administrativno opterećenje.
- Nastaviti razvijati komplementarnu strukturu ponude po zonama, jer pokazatelji jasno potvrđuju da analizirane zone imaju različit profil smještaja i različite obrasce posjeta. Upravo ta razlika može biti prednost ako se koristi za oblikovanje boravka koji uključuje više točaka destinacije.
- Upravljanje ljudskim potencijalima i kvalitetom usluge. Preporučuje se da se, paralelno s razvojem proizvoda i infrastrukture, provodi sustavan program jačanja kompetencija lokalnih pružatelja usluga i dionika u turizmu. Ograničena dostupnost radne snage i rastuće potrebe sektora zahtijevaju planirano ulaganje u edukaciju, standarde usluge, osnovne vještine komunikacije s gostima i upravljanje pritužbama. Time se smanjuje rizik pada kvalitete usluge uslijed rasta potražnje, a jača se otpornost destinacije na sezonske oscilacije i promjene u strukturi gostiju.

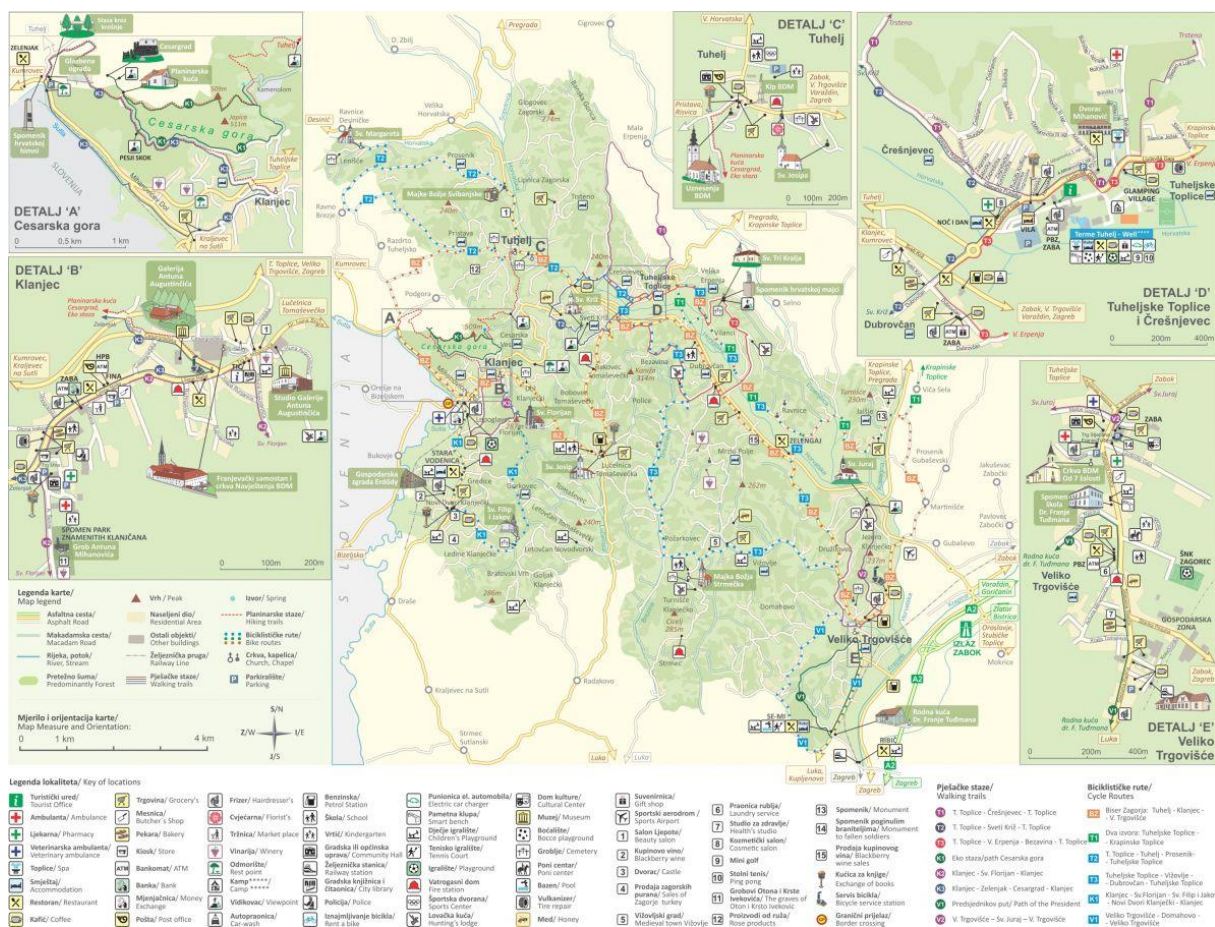
Zaključno, analiza podržava ocjenu da destinacija ima dobru osnovu za održivo upravljanje i da granična razina prihvatnog kapaciteta nije dosegnuta. Istovremeno, nalazi jasno sugeriraju da je korisno nastaviti s postupnim unaprjeđenjima u upravljanju vršnim opterećenjima zone Tuhelj te u jačanju tržišno razumljivog doživljaja zone Klanjca i Velikog Trgovišća, uz paralelno jačanje praćenja pokazatelja koji u ovom ciklusu nisu mogli biti izračunati zbog ograničenja dostupnih podataka.

### 3. Analiza stanja

#### 3.1. Profil Turističke zajednice Biser Zagorja

Turistička zajednica Biser Zagorja (u daljnjem tekstu: TZ Biser Zagorja) osnovana je 2017. godine sporazumom triju jedinica lokalne samouprave: Općine Tuhelj, Grada Klanjca i Općine Veliko Trgovišće. Službeno je započela s radom 2018. godine pod nazivom TZP Tuhlja, Klanjca i Trgovišća, te je temeljem Odluke o izmjenama Statuta od 7.10.2024. godine preimenovana u TZ Biser Zagorja.

Slika 2. Mapa područja Biser Zagorja



Izvor: Mrežne stranice Turističke zajednice Biser Zagorja

Sukladno Statutu, TZ Biser Zagorja je organizacija koja djeluje po načelu destinacijskog menadžmenta, a osnovana je radi promicanja i razvoja turizma Republike Hrvatske i gospodarskih interesa pravnih i fizičkih osoba koje pružaju ugostiteljske usluge i usluge u turizmu ili obavljaju drugu djelatnost neposredno povezanu s turizmom na način da upravljaju destinacijom na razini područja Općine Tuhelj, Grada Klanjca i Općine Veliko Trgovišće.

Cilj udruživanja je strateško planiranje, analiza trenutnog stanja i definiranje smjernica za održivi razvoj turizma. Upravljanje razvojem turizma u destinaciji ima za cilj definirati ključne korake u realizaciji zacrtanih ciljeva, poticati pravovremeno odlučivanje i

korištenje resursa na efikasniji način te povećati mogućnosti za privlačenje financijskih sredstava, posebice iz fondova EU.

Skupštinu TZ Biser Zagorja čine predstavnici fizičkih i pravnih osoba, članova TZ Biser Zagorja, s područja uključenih JLS, razmjerno visini udjela pojedinog člana u prihodu TZ Biser Zagorja, iz pojedinih skupina djelatnosti. Broj članova svake skupine u Skupštini određuje se na način da svaku skupinu predstavljaju članovi s najvišim udjelom prihoda unutar skupine. Skupine djelatnosti su:

1. Hoteli
2. Ostali smještaj / Privatni iznajmljivači
3. Djelatnosti pripreme i posluživanja hrane i pića
4. Trgovine na veliko i malo
5. Ostale djelatnosti

Skupina Hoteli ima tri (3) predstavnika u Skupštini, iz područja Općine Tuhelj. Skupina Privatni iznajmljivači ima četiri (4) predstavnika u Skupštini. Dva (2) predstavnika su iz područja Općine Tuhelj, jedan (1) predstavnika iz područja Grada Klanjca i jedan (1) predstavnik iz područja Općine Veliko Trgovišće. Skupina Djelatnosti pripreme i posluživanja hrane i pića ima dva (2) predstavnika u Skupštini. Jedan (1) je predstavnik iz područja Općine Tuhelj i jedan (1) predstavnik iz područja Općine Veliko Trgovišće. Skupina Trgovine na veliko i malo ima dva (2) predstavnika u Skupštini. Jedan (1) je predstavnik iz područja Grada Klanjca i jedan (1) predstavnik iz područja Općine Veliko Trgovišće. Skupina Ostali ima jednog (1) predstavnika u Skupštini, iz područja Grada Klanjca.

Tuhelj, smješten u zapadnom dijelu Krapinsko-zagorske županije, podno Cesarske gore uz rijeku Horvatsku, prvi put se spominje krajem 14. stoljeća. Ime je dobio po staroslavenskoj riječi „tuht“ što znači udubina. Kroz svoju prošlost Tuhelj je bio crkveno, političko i kulturno sjedište. Župna crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije iz doba gotičke arhitekture spominje se prvi put početkom 15. stoljeća, a kulturna tradicija seže još od početka 20. stoljeća kada je osnovano pjevačko društvo koje i danas djeluje. U kontekstu turističke ponude, ona je izrazito koncentrirana na području Tuheljskih Toplica, za razliku od ostatka općine Tuhelj koja je pretežito ruralno područje.

Klanjec, mali grad velikih i plemenitih ljudi, bogate povijesti i tradicije, smjestio se podno Cesarske gore uz samu rijeku Sutlu, na granici sa Slovenijom. Grad Klanjec se u pisanim dokumentima spominje prvi put sredinom 15. stoljeća iako se vjeruje da je puno stariji jer se smatra da je građen za obranu burga Cesargrada čiji pisani tragovi datiraju još iz 14. stoljeća. Ime grada nastalo je zapravo na temelju njegova zemljopisnog položaja – na ulazu u klanac Zelenjak. Gradić je to brojnih sadržaja i detalja, prekrasne prirode i arhitekture. Kroz povijest Klanjec je imao status trgovišta još u 16. stoljeću, a u 19. stoljeću postaje sjedište podžupanije te kotara. Najveći obol današnjoj slikovitosti i uređenosti grada dala je plemićka obitelj Erdödy koja je gospodarila ovim krajem puna četiri stoljeća.

Veliko Trgovišće, dražesno mjesto po mjeri obitelji, prvi put se spominje početkom 16. stoljeća. Smješteno na ulazu u Krapinsko-zagorsku županiju iz smjera Zagreba, uz obalu

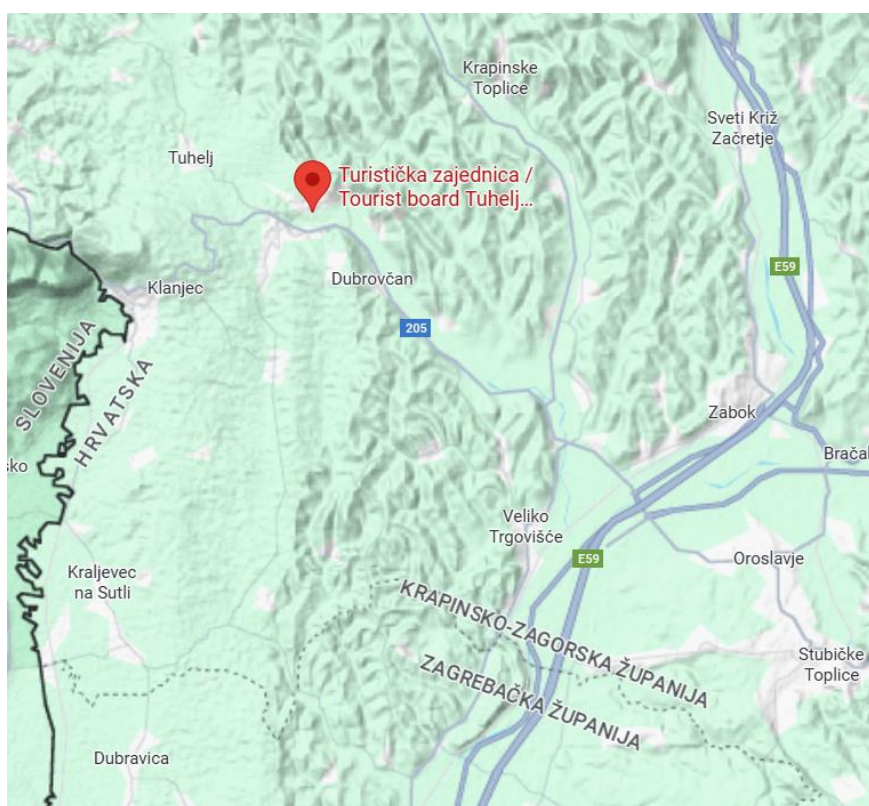
rijeke Krapine, odlično je prometno povezano s glavnim gradom Hrvatske i ostalim središtima Europe. Mjesto se kroz povijest širilo i razvijalo uz izgradnju ceste i kasnije uz izgradnju željezničke pruge.

Na području TZ Biser Zagorja smjestila se hrvatska predvodnica kontinentalnog turizma – Hotel Well\*\*\*\* u Tuheljskim Toplicama s modernim kompleksom vodenih atrakcija i wellness sadržaja na površini većoj od 6000 m<sup>2</sup>. Nedaleko od Tuheljskih Toplica, u gradu Klanjcu je smještena Galerija Antuna Augustinčića i čuveni sarkofazi obitelji Erdödy, a u Velikom Trgovišću rodna kuća prvog hrvatskog predsjednika, dr. Franje Tuđmana. Prirodne ljepote ovog kraja, autora hrvatske himne „Lijepa naša domovino“, književnika Antuna Mihanovića inspirirale su na bogato stvaralaštvo.

### 3.1.1. Geografski položaj

Područje TZ Biser Zagorja nalazi se u zapadnom i jugozapadnom dijelu Krapinsko-zagorske županije. Područje grada Klanjca smješteno je podno Cesarske gore uz rijeku Sutlu i čini granično područje s Republikom Slovenijom. Općina Tuhelj također je na zapadnom dijelu županije, podno Cesarske gore, dok je Općina Veliko Trgovišće smještena na ulazu u županiju iz smjera Zagreba, uz rijeku Krapinu, te je odlično prometno povezana s glavnim gradom.

Slika 3. Geografski položaj područja Biser Zagorja



Izvor: Google Maps.

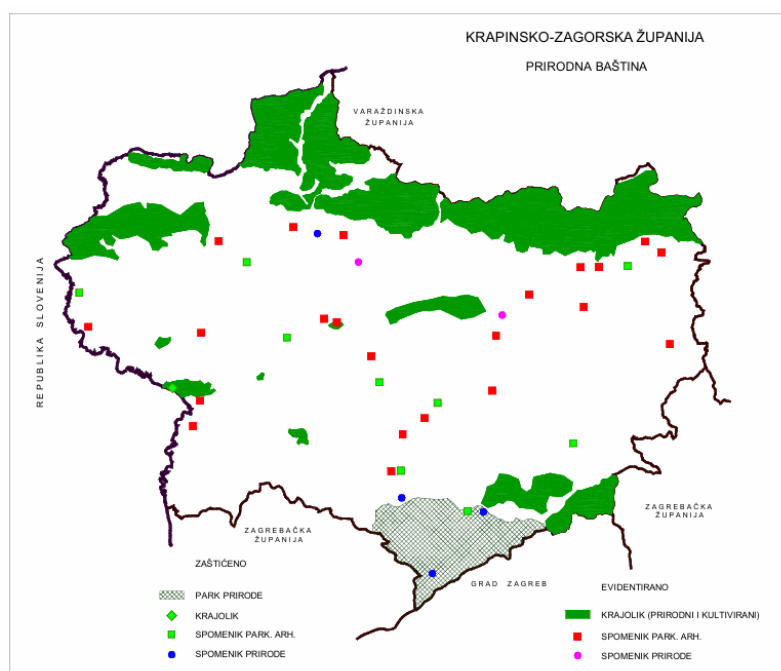
Krapinsko-zagorska županija prostire se na 1.229 km<sup>2</sup>. Unutar ovog područja, jedinice lokalne samouprave koje čine TZ Biser Zagorja zauzimaju ukupnu površinu od 96,75 km<sup>2</sup> odnosno 7,88% ukupne površine Županije:

- Općina Tuhelj: 24,10 km<sup>2</sup>
- Grad Klanjec: 26 km<sup>2</sup>
- Općina Veliko Trgovišće: 46,65 km<sup>2</sup>

Reljef Krapinsko-zagorske županije sastoji se od tri glavne vrste: naplavnih ravni, brežuljkastih krajeva - pobrđa, te gorskih masiva. Naplavna ravan uz rijeku Krapinu, koja je najveća i najistaknutija, prostire se na širokom području. Njene najniže točke smještene su na visini od oko 120 metara. Ova prostrana naplavna ravan ima ključnu ulogu u razvoju poslovnih zona, urbanizaciji te izgradnji važnih infrastrukturnih koridora, koji doprinose povezanosti i daljnjem razvoju cijele županije. Reljef područja Biser Zagorja je izlomljen i brežuljkast, tipičan za Hrvatsko zagorje. Obuhvaća naplavne ravnice uz rijeke Sutlu i Krapinu te pobrđa poput Cesarske gore, čiji najviši vrh Japica doseže 511 metara nadmorske visine.

Područje Županije bogato je prirodnim resursima, među kojima se posebno ističu termalni izvori i izvori pitke vode. Ovi resursi većinom se koriste u komercijalne svrhe, poput opskrbe lokalnih vodovoda. Krapinske Toplice, poznate su po svojim termalnim izvorima koji se koriste u zdravstvene svrhe. Rijeke ovoga područja, uključujući rijeke Krapinicu i Krapinu, kao i poplavna područja, važne su za opskrbu pitkom vodom, ali i očuvanje staništa divljači. Osim što služe kao zaštita od poplava, one doprinose proizvodnji drvne mase, te stvaraju povoljne uvjete za mnoge biljne i životinjske vrste. Najznačajniji prirodni resursi područja Biser Zagorja uključuju termalne izvore i ljekovito peloidno blato u Tuheljskim Toplicama, rijeke Sutlu, Krapinu i Horvatsku te Značajni krajobraz Zelenjak – Risvička i Cesarska gora.

Slika 4. Prirodna baština Krapinsko-zagorske županije



Izvor: Prostorni plan Krapinsko-zagorske županije

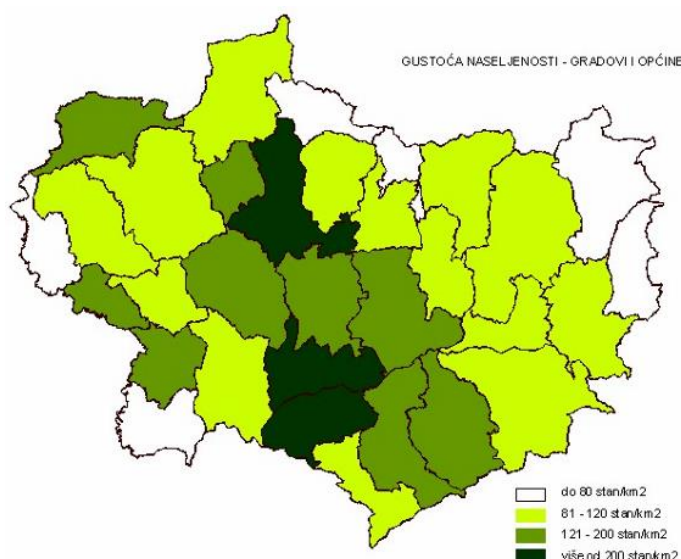
Klima područja spada u umjereno toplu kišnu klimu, koju obilježavaju relativno blage zime i umjereno topla ljeta. Prema geografskom položaju te horizontalnoj i visinskoj izraženosti reljefa, područje Hrvatskoga zagorja karakterizira kontinentalna klima s nekoliko specifičnih tipova (Strategija razvoja Krapinsko-zagorske županije). Prema klasifikaciji W. Koppena, Hrvatsko zagorje karakterizira C tip klime: toplo-umjereno kišna klima, s tipom označenim Cfwbx. Padaline su jednako raspoređene tijekom cijele godine. Najmanje oborina ima zimi, a najviše u toplijoj polovici godine, tj. u vegetacijskome razdoblju.

### 3.1.2. Demografska slika

Demografski trendovi ključni su za razumijevanje strukture stanovništva, socijalnih i ekonomskih potreba te budućih izazova na određenom području. Praćenje promjena u broju i sastavu stanovništva pomaže u planiranju održivog razvoja, optimizaciji resursa i prilagodbi javnih politika. Kroz analizu ovih podataka moguće je bolje usmjeriti razvojne strategije i osigurati kvalitetniji život za sve stanovnike, posebice u ruralnim područjima poput područja Biser Zagorja, gdje depopulacija utječe na radnu snagu, održivost lokalnih usluga i turistički razvoj.

Sukladno Popisu stanovništva iz 2021. godine, ukupan broj stanovnika Republike Hrvatske iznosio je 3.871.833 stanovnika, dok Krapinsko-zagorska županija broji 133.064 stanovnika. Od tog broja, 9.039 stanovnika živi na području Biser Zagorja (Općina Tuhelj, Grad Klanjec i Općina Veliko Trgovišće), što čini približno 6,8% stanovništva županije, čime ovo područje ima važnu demografsku ulogu unutar šire zajednice, ali se i suočava s izazovima depopulacije tipične za ruralna područja Hrvatskog Zagorja.

Slika 5. Gustoća naseljenosti - Gradovi i Općine Krapinsko-zagorske županije

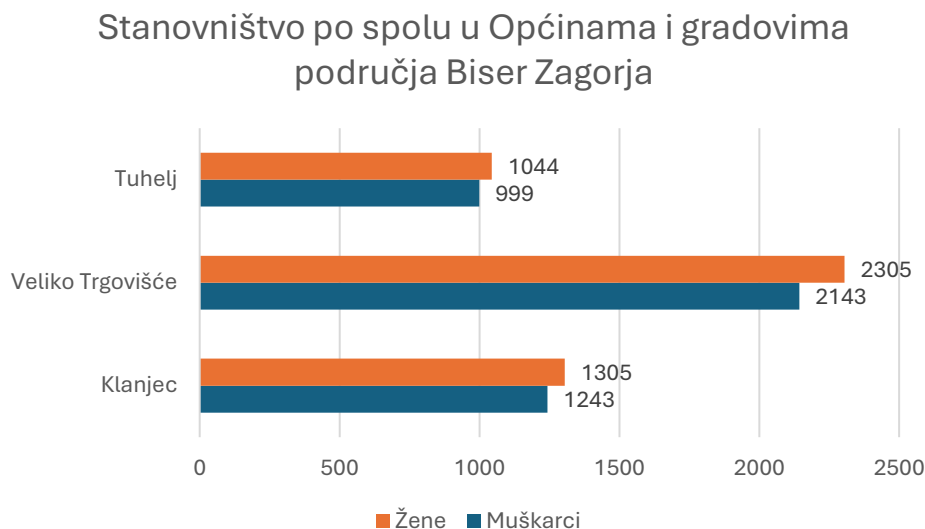


Izvor: Prostorni plan Krapinsko-zagorske županije

Na ovom području, Općina Tuhelj broji 2.043 stanovnika, od kojih je 999 muškaraca i 1,044 žene. Grad Klanjec ima 2.548 stanovnika, odnosno 1.243 muškarca i 1.305 žena.

Općina Veliko Trgovišće bilježi 4.448 stanovnika, od čega 2.143 muškarca i 2.305 žena. Ovi podatci pokazuju uravnoteženu spolnu strukturu, s blagim viškom žena u starijim dobnim skupinama, što je u skladu s nacionalnim trendovima starenja stanovništva.

Grafikon 2. Stanovništvo po spolu u općinama i gradovima područja Biser Zagorja



Izvor: Državni zavod za statistiku.

U odnosu na 2011. godinu, to je pad broja stanovnika u destinaciji za -9,3% (-925 stanovnika). Na razini JLS-a, pad je najizraženiji u Klanjcu (-12,6%), potom u Velikom Trgovišću (-10,1%), dok je Tuhelj na razini blagog pada (-2,9%).

Tablica 26. Usporedba broja stanovnika po JLS 2011.-2021. godine na području Biser Zagorja

Područje / JLS	Broj stanovnika 2011.	Broj stanovnika 2021.	% promjene
Područje Biser Zagorja	9.964	9.039	-9,3%
Klanjec	2.915	2.548	-12,6%
Veliko Trgovišće	4.945	4.448	-10,1%
Tuhelj	2.104	2.043	-2,9%

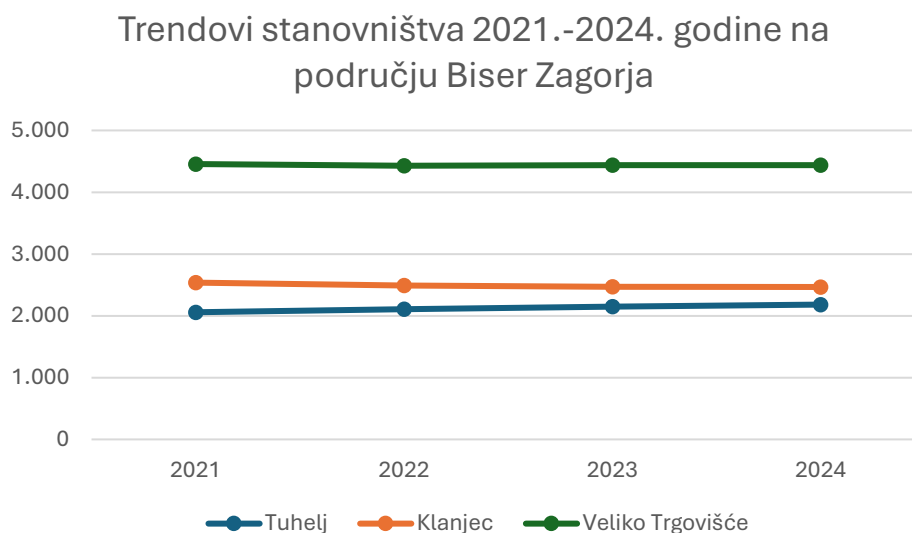
Izvor: Državni zavod za statistiku.

Također, popis stanovništva 2021. godine potvrđuje izraženu dnevnu mobilnost stanovnika uključenih JLS-ova prema većim radnim središtima (Zabok, Krapina, Zagreb) te graničnu povezanost (Slovenija). Ukupno, destinacija bilježi negativan migracijski saldo u posljednjem međupopisnom razdoblju, koji se nadovezuje na negativnu prirodnu promjenu na razini RH odnosno Županije.

Dodatno, procjena stanovništva za 2024. godinu (DZS) pokazuje blagi porast na nacionalnoj razini, ali za Krapinsko-zagorsku županiju i specifično područje Biser Zagorja nastavljen je negativan trend zbog kontinuirane depopulacije.

Međutim, u periodu 2021.-2024. godine taj je trend ponešto ublažen te situacija nije jednolika na cijelom području Biser Zagorja, kako je prikazano na narednom grafikonu:

Grafikon 3. Trendovi stanovništva 2021.-2024. godine na području Biser Zagorja

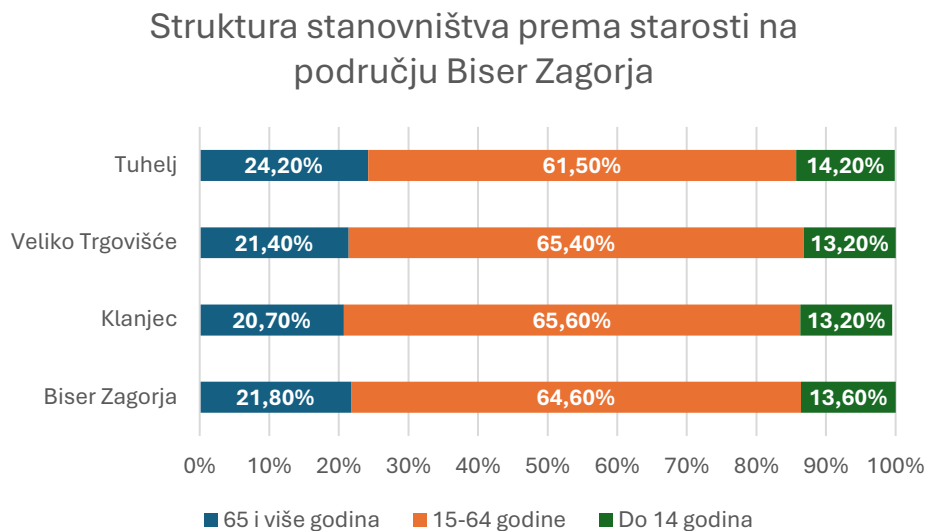


Izvor: Državni zavod za statistiku: Procjena stanovništva, stanje na dan 31. prosinca

Dok u promatranom vremenskom horizontu populacija na području Klanjca stagnira odnosno u blagom je padu, što vrijedi i za Veliko Trgovišće, na području Tuhlja je zabilježena niska, ali stabilna stopa rasta populacije u navedenom periodu. Kako bilo, ukupna populacija na području Klanjca i Velikog Trgovišća u 2024. godini je manja od 2021. godine, dok je na području Tuhlja veća nego 2021. godine.

Dodatno, destinacija bilježi izraženo starenje: stanovništvo staro 65 i više godina čini 21,8% populacije, radno sposobni (15–64 godina) 64,6% populacije, a djeca (do 14 godina) 13,6% populacije. Na narednom grafikonu prikazana je struktura stanovništva prema starosti na području Biser Zagorja i po uključenim JLS:

Grafikon 4. Struktura stanovništva prema starosti na području Biser Zagorja



Indeks starenja u destinaciji (udio populacije starosti 65 i više godina starosti na 100 stanovnika starosti do 14 godina) iznosi približno 161, što potvrđuje strukturni pritisak na javne usluge i tržište rada u destinaciji. Gledano na razini uključenih JLS, iako područje Tuhlja jedino bilježi pozitivan demografski trend 2021.-2024. godine, ujedno ima najveći udio stanovništva starosti 65 i više godina, odnosno najviši indeks starenja (171), dok isti za Klanjec iznosi približno 151, a za Veliko Trgovišće približno 162.

Demografski trendovi u destinaciji Biser Zagorja odražavaju šire probleme Hrvatskog Zagorja i ruralnih područja: depopulacija ubrzana iseljavanjem mladih (posebice u dobi 20-39 godina) prema urbanim centrima poput Zagreba i inozemstvu, nizak natalitet (ispod 1,5 djece po ženi) i starenje stanovništva (udio osoba starijih od 65 godina premašuje 25%, nasuprot nacionalnom prosjeku od 22%). Ovi trendovi rezultiraju zatvaranjem škola, smanjenjem radne snage u turizmu i poljoprivredi te pritiscima na lokalne usluge. Međutim, blizina Zagreba i razvoj turizma (npr. termalni izvori, cikloturizam) nude potencijal za promjenu trendova kroz programe povratka iseljenika i podrške obiteljima.

### 3.2. Turistički proizvodi i usluge

Hotel Well\*\*\*\* smješten u Tuheljskim Toplicama, zajedno s obližnjim termalnim izvorima i nalazištima ljekovitoga blata – predstavlja temelj razvoja i ponude turističke djelatnosti ovog dijela Hrvatske. Dvorac Mihanović, barokni ljetnikovac obitelji Erdödy iz 18. stoljeća gdje je i Antun Mihanović, autor hrvatske himne često provodio svoje dane uživajući u idili „zagorskih brega“, danas je jedan od 100 vodećih hrvatskih restorana.

U kontekstu područja Klanjca, dvorac Novi Dvori Cesargradski, iako danas djelomično urušen, jedan je od najznačajnijih dvoraca u Hrvatskom zagorju. Franjevački samostan s crkvom Navještenja Blažene Djevice Marije iz 17. stoljeća na slikovitom Trgu Antuna

Mihanovića, u čijim se kriptama danas mogu razgledati dva restaurirana sarkofaga obitelji Erdödy, nasljeđe je golemog značaja. Grad Klanjec rodno je mjesto poznatih umjetnika i znanstvenika. Među njima valja istaknuti autora hrvatske himne, Antuna Mihanovića, koji je proveo značajno vrijeme svog života u ovom gradiću, te čuvenog kipara Antuna Augustinčića čije remek-djelo skulptura „Mir“ krase predvorje zgrade UN-a u New Yorku. Nedaleko od gradskog trga, pored Gradske knjižnice i čitaonice i Kulturnog centra, smještena su moderna zdanja posvećena umjetnosti - Galerija Antuna Augustinčića okružena prekrasnim parkom sa skulpturama i Studio Galerije Antuna Augustinčića. Također, ističu se i dr. Ivan Broz i Franjo Iveković, autori prvog hrvatskog rječnika, te Oton Iveković, veliki slikar hrvatske povijesti.

U Velikom Trgovišću, kod crkve u Velikoj Erpenji, osnovana je najstarija škola na ondašnjem Balkanu. Veliko Trgovišće rodno je mjesto prvog hrvatskog predsjednika, dr. Franje Tuđmana, a njemu u spomen su obnovljene njegova rodna kuća i Spomen škola s memorijalnim dijelom i galerijom slika, te knjižnicom i čitaonicom.

### 3.2.1. Smještaj

Prema najnovijim dostupnim podacima za 2024. godinu, Turistička zajednica Biser Zagorja ostvarila je 180.276 noćenja (eVisitor).

Ovim rezultatom destinacija Biser Zagorja potvrđuje svoju poziciju apsolutno vodeće turističke zajednice u Krapinsko-zagorskoj županiji po broju ostvarenih noćenja. Navedeni podatci za 2024. predstavljaju neznatnu promjenu u odnosu na 2023. godinu, kada je na području destinacije zabilježeno 182.935 noćenja i 72.472 dolaska. Trend je stabilan, pri čemu podatci za 2025. godinu potvrđuju tendenciju, jer je ostvareno preko 215.000 noćenja.

Detaljan pregled turističkog prometa po jedinicama lokalne samouprave za 2024. godinu prikazan je u narednoj tablici:

Tablica 27. Dolasci i noćenja domaćih i stranih turista u 2024. godini po općinama i gradovima područja Biser Zagorja

	Dolasci			Noćenja		
	Ukupno	Domaćih turista	Stranih turista	Ukupno	Domaćih turista	Stranih turista
Tuhelj	69.423	35.653	33.770	173.426	76.791	96.635
Klanjec	733	413	320	1.521	782	739
Veliko Trgovišće	2.185	743	1.442	5.329	1.730	3.599
<b>Ukupno</b>	<b>72.341</b>	<b>36.809</b>	<b>35.532</b>	<b>180.276</b>	<b>79.303</b>	<b>100.973</b>

Izvor: eVisitor.

Analiza turističkog prometa, kako prema podacima za 2024. tako i prema strateškoj analizi zaključno s 2023. godinom, pokazuje izrazitu i kontinuiranu koncentraciju turizma

u jednoj jedinici lokalne samouprave. Zona Tuhelj, zahvaljujući značajnim smještajnim kapacitetima (hotel i kampovi) Termi Tuhelj, ostvaruje dominantan udio u turističkom prometu s 96,2% svih noćenja u destinaciji (u 2024. godini).

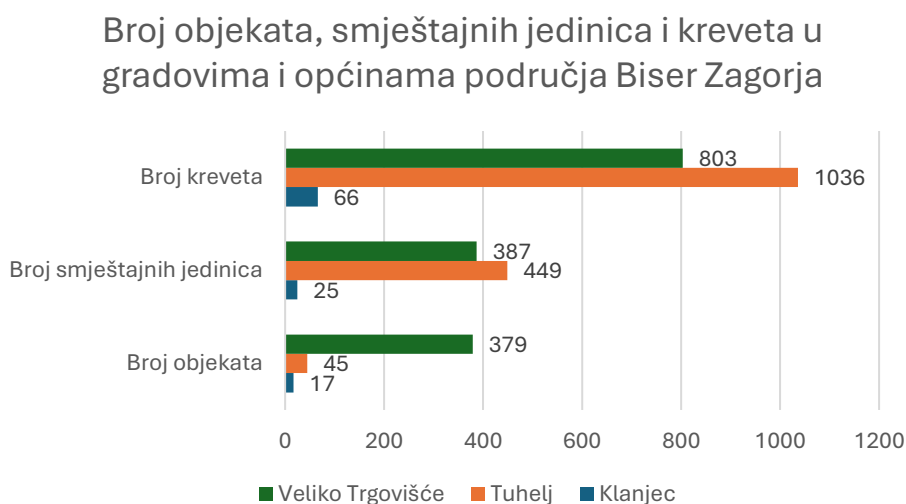
Zona Klanjec i Veliko Trgovišće bilježe značajno manji, ali rastući promet, koji se temelji na privatnom smještaju, posebice kućama za odmor.

Struktura smještajnih kapaciteta ključna je za razumijevanje ovih brojki. Analiza iz Strategije razvoja turizma Biser Zagorja<sup>1</sup> identificirala je dva ključna elementa:

1. Visoka koncentracija: Značajan dio smještajnih kapaciteta (hotel i kamp) koncentriran je u jednoj zoni (Tuhelj), što direktno utječe na strukturu posjetitelja i smanjuje njihovu interakciju s ponudom u ostatku destinacije.
2. Porast broja kuća za odmor: Primjetan je značajan porast broja kuća za odmor, posebno na području zone Klanjec i Veliko Trgovišće. Međutim, strateški dokument upozorava da se porast broja kuća za odmor odvijao dinamično, uz prostor za dodatno uvođenje unaprijed dogovorenih kriterija kvalitete i usklađenosti s identitetom destinacije, što je identificirano kao potencijalni rizik za sveukupnu kvalitetu ponude smještaja.

Prema podacima iz sustava eVisitor za 2024. godinu, destinacija je raspolagala s ukupno 441 objektom, odnosno 861 smještajnom jedinicom s ukupno 1.905 kreveta. Od toga se 449 smještajnih jedinica (52,15%) odnosno 1.036 kreveta (54,38%) nalazilo na području Tuhelja, dok se najveći udio turističkih objekata (85,94%) nalazio na području Velikog Trgovišća, no ovaj nalaz je potrebno razmotriti uz činjenicu da je 358 od 379 (94,46%) turističkih objekata na području Velikog Trgovišća nekomercijalni smještaj, odnosno kuće za odmor (vikendice).

Grafikon 5. Broj objekata, smještajnih jedinica i kreveta u gradovima i općinama područja Biser Zagorja



Izvor: eVisitor

<sup>1</sup> <https://www.biserzagorja.hr/userfiles/files/strategija-biser-zagorja.pdf>

Podatak o prosječnoj popunjenosti od 46,47% u 2024. godini, unatoč tome što je destinacija vodeća u Županiji, ukazuje na značajan prostor za daljnji rast i bolju raspodjelu turističkog prometa tijekom cijele godine, kao i na potrebu za jačanjem ponude koja će privući goste izvan glavnog topličkog kompleksa.

Sukladno procjenama sadržanim u Programu rada Turističke zajednice Biser Zagorja za 2025. godinu – II. izmjena, 2025. godina trebala bi donijeti blagi porast planiranih prihoda od 5%, obzirom na stagnaciju broja noćenja tijekom 2024. godine, ali i otvaranja novog dijela hotela Well\*\*\*\*.

### 3.2.2. Ugostiteljstvo

Destinacija Biser Zagorja nudi raznoliku i prepoznatljivu eno-gastronomsku ponudu koja uključuje restorane poput Restorana Dvorac Mihanović u Termama Tuhelj, Restaurant & Catering Ribič u Velikom Trgovišću, Restorana Stara Vodenica u Tuheljskim Toplicama, Hotel & Restaurant SE-MI u Velikom Trgovišću te Pizzeriju Quattro u Klanjcu. Ovi objekti ističu se tradicionalnom zagorskom kuhinjom, uključujući specijalitete poput zagorskih štrukli, bučnice, pečenih jela od domaćeg mesa i divljači, te svježih sezonskih namirnica iz lokalnih polja i šuma.

*Slika 6. Restoran Dvorac Mihanović*



Izvor: Mrežne stranice Turističke zajednice Biser Zagorja

Restoran Dvorac Mihanović, smješten u romantičnom ambijentu nekadašnjeg ljetnikovca obitelji Erdödy, nudi "à la carte" ponudu s tradicionalnim receptima i vrhunskim vinima, čineći ga idealnim za gurmanska iskustva u srcu prirode.

Slika 7. Hotel & Restaurant SE-MI



Izvor: Mrežne stranice Turističke zajednice Biser Zagorja

Restaurant & Catering Ribič u Velikom Trgovišću specijaliziran je za riblje i mesne delicije, dok Hotel & Restaurant SE-MI kombinira modernu kuhinju s lokalnim sastojcima, pružajući opcije za obiteljska i poslovna okupljanja.

### 3.2.3. Turističke atrakcije

#### **Prirodni resursi**

Područje Turističke zajednice Biser Zagorja obiluje prirodnim resursima koji značajno doprinose turističkoj ponudi regije. Geografska i klimatska obilježja, uključujući brežuljkasti reljef, rijeke, šume i termalne izvore, omogućuju razvoj različitih oblika turizma, poput *wellness*-a, ekoturizma, cikloturizma i planinarenja. Ovi resursi, u kombinaciji s očuvanom bioraznolikošću i minimalnim svjetlosnim zagađenjem, čine destinaciju privlačnom za posjetitelje koji traže autentičan doživljaj prirode i opuštanje u netaknutom okolišu.

*Slika 8. Dolina rijeke Sutle*



Izvor: Mrežne stranice Turističke zajednice Biser Zagorja

Rijeka Sutla predstavlja jedan od ključnih prirodnih resursa područja. Ova granična rijeka između Hrvatske i Slovenije, duljine oko 92 km, zaštićena je kao dio ekološke mreže (HR2001070) na površini od 192 ha. Obuhvaća rijeku i uski pojas uz njezine obale, s raznolikim krajobrazom koji čine šume, livade i poljoprivredna zemljišta. Istraživanja potvrđuju da u Sutli živi 29 zavičajnih ribljih vrsta, od toga šest ugroženih vrsta (Kesslerova krkuša, Dunavska paklara, Potočna mrena, Peš, Mali vretenac i Gavčica), te jedna školjka Obična lisanka. Staze uz Sutlu, poput biciklističke rute "Put Klanjca i dolinom Sutle", nude slikovite poglede i povezuju se s mrežom ruta Zagrebačke županije, čineći je idealnom za rekreativce i cikloturiste.

*Slika 9. Termalni izvori u Tuheljskim Toplicama*



Izvor: Mrežne stranice Turističke zajednice Biser Zagorja

Termalni izvori u Tuheljskim Toplicama, poznati još od rimskog doba, ključni su resurs za *wellness* turizam. Voda u Tuheljskim toplicama izvire u četiri izvora, od njih su dva veća (Vrelo u bari i Dadino vrelo) i dva manja koja izvire u dnu bazena. Relativno niska temperatura vode koja iznosi od 31 do 33 Celzijeva stupnja, najvjerojatnije je bila razlogom što ove toplice nisu pobuđivale veći interes u javnosti. Voda sadrži znatne količine sumporovodika koji je specifičnog mirisa pa su ove toplice od davnina poznate pod nazivom "Smerdeće toplice". Prvi bazen na izvoru termalne vode izgrađen je 1932. godine. Do sada je bilo nekoliko pokušaja pronalaženja vode toplije od 33 Celzijeva stupnja, ali nažalost bezuspješno. Danas se termalna voda koristi u rekreacijsko-turističke svrhe. Za te potrebe izgrađen je novi hotel, te vanjski i unutarnji bazeni, kao i drugi sportsko-rekreacijski objekti. Terme Tuhelj i Vodeni planet privlače posjetitelje s modernim spa centrima, bazenima i *wellness* programima, čineći ovo područje epicentrom *wellness* turizma u regiji. Biciklistička ruta "Tragom termalnih izvora" (Tuhelj - Krapinske Toplice - Pregrada – Tuhelj) dodatno valorizira ovaj resurs, povezujući toplice s pitoresknim dolinama rijeke Horvatske i okolicom, čime doprinosi regionalnom povezivanju.

Cesarska gora predstavlja značajan prirodni i kulturni resurs, te je u okviru mreže Natura 2000 dio zaštićenog prirodnog područja Zelenjak – Risvička i Cesarska gora (značajni krajobraz) ukupne površine 287,3 ha, od čega 130,39 ha potpada pod područje Biser Zagorja (Gad Klanjec i Općina Tuhelj).

*Slika 10. Cesarska gora*



Izvor: Mrežne stranice Turističke zajednice Biser Zagorja

Autohtona vinska sorta Sokol muškata je sorta koja uspijeva jedino na obroncima Cesarske gore kod grada Klanjca i pravo je blago ovog podneblja. Može se kušati u dvije vinarije u gradu Klanjcu – vinarija Trs Sever i vinarija Vina Petrišić.

Planinarske staze poput "Klanjec - Cesargrad" (2,4 km, visinska razlika 210 m, najviša točka 459 m) i "Zelenjak – Planinarska kuća Cesargrad" (1,9 km, visinska razlika 285 m). prolaze kroz šume, vinograde i livade, nudeći poglede na brežuljke Zagorja i susjednu Sloveniju. Planinarska kuća Cesargrad, kojom upravlja HPD "Cesargrad" Klanjec, otvorena je nedjeljom od 1. ožujka do 30. studenog (osim srpnja i kolovoza zbog smanjene posjećenosti), uz mogućnost otvaranja subotom za najavljene grupe.

*Slika 11. Planinarska kuća Cesargrad*



Izvor: Mrežne stranice Turističke zajednice Biser Zagorja

Staza "Tuhelj - Japica" (3,7 km, visinska razlika 350 m) povezuje brežuljke s kulturnim lokalitetima, dok "Eko staza Cesarskom gorom" (1,3 km) spaja staze i promiče ekološku osviještenost. Ove staze privlače planinare, rekreativce i obitelji, posebno zbog minimalnog motornog prometa i prirodne ljepote.

Dolina rijeke Horvatske i potok Bezavina dodatno obogaćuju prirodnu ponudu. Biciklistička ruta T3 "Tuheljske Toplice – Vižovlje" (kraća ruta južno od Tuheljskih Toplica) prolazi pitoresknom dolinom potoka Bezavina do kurije Vižovlje i duž rijeke Horvatske, nudeći miran krajolik s minimalnim prometom. Ova područja su bogata florom i faunom, s netaknutim livadama i šumama, što ih čini idealnim za šetnje, fotografiranje prirode i opuštanje.

### **Kulturno-povijesna baština**

Kulturna baština područja Turističke zajednice Biser Zagorja pažljivo je očuvana kroz brojne povijesne lokalitete, muzeje, galerije i sakralne objekte koji čine srž kulturnog identiteta ovog dijela Hrvatskog Zagorja. Kombinacija bogate povijesti, plemićke baštine, umjetničkih institucija i tradicionalnih običaja omogućuje stvaranje jedinstvenih turističkih iskustava, privlačeći posjetitelje zainteresirane za kulturni turizam, umjetnost i povijest regije.

Galerija Antuna Augustinčića u Klanjcu jedan je od najznačajnijih kulturnih dragulja destinacije. Osnovana 1970. godine, galerija je posvećena djelu poznatog hrvatskog kipara Antuna Augustinčića, čiji radovi, poput skulptura "Mir" i "Konjanik", imaju svjetsku prepoznatljivost. Smještena u rodnom gradu umjetnika, galerija nudi stalni postav

njegovih djela, uključujući skulpture, crteže i modele, te privremene izložbe suvremenih umjetnika. Uz galeriju se nalazi park skulptura i turističko odmoriste, što je čini polazištem za biciklističku rutu K1 "Erdödyjeva Ruta – Klanjec" (6 km), povezujući kulturnu baštinu s aktivnim turizmom. Galerija je ključni element u promociji kulturnog identiteta Klanjca i privlači posjetitelje zainteresirane za umjetnost i povijest.

*Slika 12. Utvrda Cesargrad, Klanjec*



Izvor: Mrežne stranice Turističke zajednice Biser Zagorja

Utvrda Cesargrad, smještena na brežuljku Cesargradske gore iznad Klanjca, predstavlja značajan povijesni lokalitet iz srednjeg vijeka. Ova utvrda, povezana s plemićkom obitelji Erdödy, bila je važna strateška točka od 13. do 15. stoljeća. Danas su ruševine utvrde dostupne posjetiteljima putem planinarske staze "Klanjec - Cesargrad" (2,4 km), a njezina povijesna važnost i panoramski pogledi na dolinu Sutle čine je atraktivnom za ljubitelje povijesti i prirode. Obližnja Planinarska kuća Cesargrad, kojom upravlja HPD "Cesargrad" Klanjec, služi kao odmoriste za posjetitelje, dodatno obogaćujući doživljaj.

Dvorac Novi Dvori Klanječki, smješten u blizini Klanjca, povijesni je spomenik povezan s obitelji Erdödy, izgrađen u 17. stoljeću. Danas je u ruševnom stanju, no njegova arhitektura i povijesna važnost privlače posjetitelje zainteresirane za plemićku baštinu, dok biciklistička ruta K1 prolazi u blizini, omogućujući povezivanje kulturnih i prirodnih atrakcija.

*Slika 13. Sarkofazi obitelji Erdödy, Klanjec*



Izvor: Mrežne stranice Turističke zajednice Biser Zagorja

Monumentalno zdanje Franjevačkog samostana i crkve Navještenja Blažene Djevice Marije u Klanjcu, dugi niz godina skrivalo je tajnu. Krajem prošlog stoljeća otkrivena je grobnica obitelji Erdödy u utrobi crkve. Skupocjeni sarkofazi iz 17. stoljeća, hrvatskog bana Sigismunda Erdödy i dobrotvora samostana varaždinskog župana Emerika Erdödy, obnovljeni su 1999. i 2003. godine i smješteni u posebno pripremljenoj kripti samostana, uređenoj za turističke obilaske. Valja napomenuti da se čuvaju četiri sarkofaga, od kojih se dva tek moraju restaurirati, uključujući i sarkofag Nikole IV. Sarkofazi su rad bečkih majstora i izvedeni su u stilu ranobaroknog vremena. U svom mističnom obliku, stilski oblikovani vrlo različito, oba sarkofaga pričaju priču iz onog doba života obitelji Erdödy, a kao raritet hrvatske kulturne baštine, pobuđuju iznimnu pažnju domaćih i inozemnih posjetitelja.

*Slika 14. Rodna kuća dr. Franje Tuđmana, Veliko Trgovišće*



Izvor: Mrežne stranice Turističke zajednice Biser Zagorja

Uz rodnu kuću dr. Franje Tuđmana, u Velikom Trgovišću se nalazi i osnovna škola koju je pohodio, a koja je u njegovu čast pretvorena u Spomen-školu, koja nudi uvid u njegov život i političku povijest kroz izložbe dokumenata, fotografija i osobnih predmeta, privlačeći posjetitelje zainteresirane za suvremenu hrvatsku povijest. Smještena u blizini parkirališta koje služi kao polazište za biciklističku rutu V1 "Ruta Tome Gajdeka" (lagana ruta pogodna za obitelji), Spomen-škola je idealna točka za kombinaciju kulturnog i rekreacijskog turizma.

*Slika 15. Spomen-područje Hrvatskoj majci u Velikoj Erpenji*



Izvor: Mrežne stranice Turističke zajednice Biser Zagorja

Sakralni objekti značajno doprinose kulturnoj baštini područja (sakralni objekt zaštićeni kao kulturna dobra detaljno su opisani u poglavlju 4.1. Kultura i baština). U čast piscu hrvatske himne Lijepa naše, Antunu Mihanoviću, u Velikoj Erpenji je uz 200. obljetnicu njegovog rođenja uređeno i spomen-područje Hrvatskoj majci, na grobu njegove majke Justine Mihanović Petropoljske, pored crkve Sveta Tri Kralja. Kao simbol žene i majke, ovo je spomenik hrvatskoj kulturi i tradiciji, a u spomen na nju svake godine se u svibnju na ovom području obilježava i Majčin dan uz prigodni kulturni program. Crkva i groblje nalaze se na brijegu s kojeg se pruža prekrasan pogled na širu okolicu.

*Slika 16. Župna crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije, Tuhelj*



Izvor: Mrežne stranice Turističke zajednice Biser Zagorja

Župna crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije u Tuhlju, spomenik kulture visoke prve kategorije, prema zapisima Župe izgrađena je između 1350. i 1390. godine. Crkve poput Sv. Florijana i Sv. Filipa i Jakova u Klanjcu, smještene uz biciklističku rutu "Klanjec – Ruta sveti Florijan" (6 km), poznate su po svojoj arhitekturi i povijesnim raspelima koja krase put. Ove crkve, smještene u slikovitom okruženju vinograda i livada, nude duhovni i estetski doživljaj, posebno za posjetitelje zainteresirane za sakralnu umjetnost i tradiciju. Kapela Sv. Margarete u Tuhlju, dio biciklističke rute T2, dodatno obogaćuje ponudu sa svojom poviješću i jednostavnom ljepotom.

U ovom kontekstu važno je istaknuti i tematski park "Aleja znanih Zagorki i Zagoraca" u Velikom Trgovišću, vidikovce „oči Zagorja“ na sedam lokacija u destinaciji, multimedijски projekt „Zagorske priče“, Park tradicijskih igračaka, Park labirinata te tematske staze „Kam ideš?“.

Slika 17. Tematski park „Aleja znanih Zagorki i Zagoraca“, Veliko Trgovišće



Izvor: Mrežne stranice Turističke zajednice Biser Zagorja

Multimedijski projekt „Zagorske priče“ povezuje kulturnu baštinu područja Biser Zagorja te lokalitete posvećenim velikanima područja Biser Zagorja – sa info panoima na šest različitih lokacija (Antun Mihanović, Antun Augustinčić, dr. Franjo Tuđman, Oton Iveković). U sklopu projekta u Tuheljskim Toplicama, Klanjcu i Velikom Trgovišću postavljene su obavijesne ploče projekta "[Zagorske priče](#)" s QR kodom putem kojega se pristupa multimedijskim sadržajima. Zanimljivi i na dopadljiv način osmišljeni sadržaji, približavaju najznačajnije osobe povezane s tim mjestima kroz animirane biografije, proširenu stvarnost (AR), zvučne zapise i ostale zabavne sadržaje.

Slika 18. Multimedijski projekt „Zagorske priče“ - Tuhelj, Klanjec, Veliko Trgovišće



Izvor: Mrežne stranice Turističke zajednice Biser Zagorja

Vidikovci „Oči Zagorja“ nalaze se na ukupno sedam lokacija širom područja TZ Biser Zagorja, na lokacijama Lovački dom Klanjec, Bobovec Tomaševečki, Gredice, Trsteno, Pristava, Ravnice i Mrzlo Polje.

*Slika 19. Vidikovac "Oči Zagorja", Tuhelj*



Izvor: Mrežne stranice Turističke zajednice Biser Zagorja

Park tradicijskih igračaka smješten u Svetom Križu na području Općine Tuhelj, nedaleko Tuheljskih Toplica. Lako je uočljiv sa glavnog prometnog pravca Zagreb – Kumrovec, te predstavlja spomenik umijeću izrade drvenih tradicijskih igračaka Hrvatskog zagorja uvrštenog i na UNESCO-ovu listu nematerijalne baštine. U Parku je smješteno više instalacija u „prirodnoj“ veličini za korištenje, koje svojim šarenim bojama pobuđuju pažnju svih posjetitelja.

*Slika 20. Park tradicijskih igračaka, Sveti Križ (Tuhelj)*



Izvor: Mrežne stranice Turističke zajednice Biser Zagorja

Kroz projekt tematskih staza „Kam ideš? osmišljene su tri tematske staze za razigrano istraživanje i upoznavanje područja Biser Zagorja. Staza prirode i društva vodi oko Tuheljskih Toplica, staza umjetnosti oko Klanjca, a staza povijesti oko Velikoga Trgovišća. Za obilazak svake staze potrebno je oko dva sata, a ukoliko posjetitelji uz

pomoć [vodiča](#) odgovore na pitanja po pojedinim točkama, mogu završiti i malu maturu Biser Zagorja.

Slika 21. Tematske staze "Kam ideš" - Staza prirode i društva



Izvor: Mrežne stranice Turističke zajednice Biser Zagorja

Tradicionalni običaji i obrti dio su nematerijalne baštine destinacije. Područje je poznato po očuvanju tradicije proizvodnje zagorskih štrukli i bučnice, koji se nude u lokalnim restoranima, poput Restorana Dvorac Mihanović. Također, vinogradarstvo ima dugu tradiciju, s autohtonom klanječkom sortom vina Sokol, koja se promovira kroz degustacije u vinarijama poput Vinarije Sever i Vinarije Petrišić. Ovi elementi nematerijalne baštine integrirani su u turističku ponudu kroz radionice, kušaonice i kulturna događanja, poput manifestacija povezanih s vinom i hranom.

#### 3.2.4. Događaji i manifestacije

Destinacija Biser Zagorja svake godine suorganizira i podržava niz manifestacija koje imaju ključnu ulogu u očuvanju kulturne baštine, promoviranju tradicije i sportskih aktivnosti. Ova događanja obuhvaćaju širok spektar sadržaja, uključujući glazbene i gastronomske festivale, sportska natjecanja te kulturne i rekreacijske aktivnosti, često povezane s prirodnim i kulturnim resursima područja. Manifestacije ne samo da jačaju lokalnu zajednicu, već i pozitivno utječu na turističku ponudu, privlačeći posjetitelje različitih dobnih skupina i interesa. Time se doprinosi kvaliteti života stanovništva, dok se istovremeno stimulira razvoj turizma, ugostiteljstva i malih poduzetnika. Kroz ove aktivnosti, destinacija Biser Zagorja ostvaruje održiv rast, unapređujući društveni,

kulturni i ekonomski okvir područja, s naglaskom na tradicionalne običaje poput pučkih veselica i vjerskih procesija.

Manifestacije su raspoređene tijekom cijele godine kako bi se smanjila sezonalnost, s većim brojem ljetnih i jesenskih događaja povezanih s vinom, hranom i sportom. Prema podacima TZ Biser Zagorja, u 2024. godini realizirano je više od 15 događaja, što je rezultiralo povećanjem posjećenosti za oko 15% u odnosu na 2023. godinu. U 2025. godini očekuje se nastavak s tradicionalnim i novim sadržajima, uključujući proširenje kulturnih večeri i sportskih natjecanja. Brojne manifestacije se održavaju u suradnji s udrugama, lokalnim vlastima i regionalnim partnerima, poput HPD "Cesargrad" za planinarske događaje ili vinarija za enološke festivale.

Tablica 28. Popis ključnih manifestacija u destinaciji Biser Zagorja u 2025. godini

Manifestacija	Termin održavanja	Opis	Lokacija
<b>Noćni uspon na Cesargrad</b>	25. siječnja	Manifestacija se organizira u čast obilježavanja napada na Cesargrad i početka Seljačke bune, kroz suradnju PD Cesargrad Klanjec i TZ Biser Zagorja, s ciljem stvaranja novog proizvoda atraktivnog za posjetitelje te upoznavanja posjetitelja s kulturnim vrijednostima grada.	Klanjec
<b>VT Fest</b>	Svibanj	Trodnevno događanje vezano za obilježavanje Dana Općine Veliko Trgovišće uz nastup i predstavljanje domaćih udruga. Uz zabavne sadržaje, igre za djecu, koncerte, organizira se i predstavljanje ponude domaćih proizvoda te lokalnih OPG-ova, s ciljem stvaranja novog proizvoda atraktivnog za posjetitelje.	Veliko Trgovišće
<b>Ivanje i Ivanjsko sprehanje</b>	Lipanj	Događanje u Tuhlju i Velikom Trgovišću sa paljenjem velikog krijesa i predstavljanjem kulturnih udruga područja i eno ponude.	Tuhelj, Veliko Trgovišće
<b>Festival "Zagorje Domovini"</b>	7.-9. lipnja (godišnje)	Kulturno-zabavni festival posvećen piscu hrvatske himne Antunu Mihanoviću, s koncertima i kazališnim predstavama. Uključuje likovne i književne večeri s ciljem očuvanja i promocije tradicije.	Klanjec, Tuheljske Toplice, Velika Erpenja
<b>Klanjec ART Fest</b>	Lipanj-srpanj	Klanjec ART Fest program je Kulturnog centra Klanjec koji želi promovirati Klanjec kao „umjetničko srce Zagorja za mlade“. Konceptom „živeće kulture“, uz programe urbane kulture te interaktivne umjetničke događaje želja je organizatora učiniti Klanjec inspirativnom i kreativnom kulturnom i umjetničkom destinacijom.	Klanjec
<b>Summer Fest Tuhelj</b>	Srpanj-kolovoz	Ljetni festival s glazbenim nastupima, radionicama i zabavnim aktivnostima u blizini termalnog kompleksa. Privlači obitelji i mlade, s naglaskom na koncerte, druženje i zabavu.	Tuheljske Toplice (Terme)

Manifestacija	Termin održavanja	Opis	Lokacija
			Tuhelj) i Tuhelj
<b>Zahvala jeseni u Klanjcu</b>	3.-5. listopada	Tradicionalna trodnevna manifestacija s bogatim kulturnim, zabavnim i sportskim sadržajima, uz predstavljanje programa kulturno zabavnog sadržaja, nastup eminentnih izvođača, radionice i predstave za djecu i odrasle uz bogatu gastro i eno ponudu. Cilj ove manifestacije je očuvanje tradicije i kulturnog izričaja Grada Klanjca.	Klanjec
<b>Božićni koncert u Tuhlju</b>	23. prosinca	Glazbeni koncert u mjesecu prosincu uz nastup lokalnih udruga KUD Naša Lipa Tuhelj i Puhački orkestar Tuhelj s ostalim lokalnim udrugama šireg područja, s naglaskom na tradicijski glazbeni izričaj ovog kraja. Cilj manifestacije je obogaćivanje ponude u danima Adventa te promocija lokalnih udruga destinacije.	Tuhelj

Izvor: TZ Biser Zagorja, 2025.; Visit Zagorje, 2024.

Ove manifestacije u pravilu uključuju lokalne proizvođače, umjetnike i sportske klubove, potičući sinergiju između turizma i zajednice.

### 3.2.5. Turističke usluge

Portfelj turističkih usluga destinacije Biser Zagorja temelji se na uslugama koje omogućuju cjelovit doživljaj posjetiteljima. Ovaj portfelj obuhvaća posjetiteljsko-informativne usluge turističke zajednice, *wellness* i spa sadržaje u Tuheljskim Toplicama, aktivnosti na otvorenom, ugostiteljstvo, eno-gastro doživljaje te kulturno-interpretacijske usluge. Svaka od ovih kategorija ima svoju specifičnost i doprinosi stvaranju autentičnog iskustva za goste destinacije.

#### Posjetiteljske informacije i podrška

Ured Turističke zajednice Biser Zagorja pruža ključnu podršku posjetiteljima i gostima destinacije. Posjetitelji mogu dobiti informacije o destinaciji, konzultacije za planiranje itinerara, te promotivne materijale i brošure. Usluge su dostupne od ponedjeljka do subote od 8 do 15 sati na adresi Gajeva 4, Tuheljske Toplice. Također, posjetitelji mogu kontaktirati Turističku zajednicu putem e-maila na [info@biserzagorja.hr](mailto:info@biserzagorja.hr).

Jedan od regionalnih pogodnosti je "Zagorje Card". Ova besplatna kartica vrijedi pet dana i nudi 10% popusta na odabrane kulturne sadržaje, gastronomiju, kupališta, spa centre, *wellness* usluge i vinarije. Kartica je dostupna u turističkim zajednicama, termama i hotelima diljem Krapinsko-zagorske županije, te predstavlja vrijednu pogodnost za posjetitelje.

## **Wellness, spa i bazenski sadržaji (Tuheljske Toplice)**

Jedan od glavnih aduta destinacije Biser Zagorja su *wellness*, spa i bazenski sadržaji smješteni u Tuheljskim Toplicama. Terme Tuhelj nude cjelovite spa i *wellness* programe koji uključuju razne saune, masaže i tretmane, a gosti mogu birati između dnevnih i višednevnih usluga, prilagođenih individualnim posjetiteljima, parovima i obiteljima. Osim toga, u sklopu termalnog kompleksa smješteni su i restorani i ugostiteljske opcije, kao što su Restoran u Dvorcu Mihanović, Luminis i Taverna Horizont. Ovi ugostiteljski objekti obogaćuju boravak gostiju i podižu ukupnu kvalitetu ponude destinacije.

## **Ugostiteljstvo i eno-gastro usluge**

Destinacija nudi bogatu ugostiteljsku ponudu koja uključuje restorane i pansionere s tradicionalnim jelima, kao i mogućnost organizacije događanja poput banketa i domjenaka. Među poznatijim nositeljima usluga u destinaciji su Pansion Stara Vodenica u Klanjcu, Hotel & Restaurant SE-MI i Restoran Ribič u Velikom Trgovišću.

Dio gostiju odlučuje kombinirati termalne usluge s lokalnim à-la-carte ponudama smještenim u neposrednoj blizini Terma Tuhelj, poput Dvorca Mihanović i pizzerije Poglavica. Ova kombinacija podiže ukupnu razinu usluge i doprinosi većoj potrošnji u destinaciji, stvarajući dodatnu vrijednost za posjetitelje.

## **Aktivnosti na otvorenom**

Destinacija također nudi različite aktivnosti na otvorenom, uključujući e-bike ture s polazištem u Tuheljskim Toplicama ili drugoj lokaciji. Posjetitelji mogu uživati u tematskim rutama kroz vinograde, brežuljke i lokalne atrakcije. Osim toga, postoje opcije za organizaciju vođenih izleta i najam električnih bicikala, što omogućuje aktivan boravak i istraživanje prirodnih ljepota destinacije na zdrav način.

## **Kulturno-interpretacijske usluge**

Kulturno-interpretacijske usluge također čine važan dio turističke ponude destinacije. U Klanjcu, posjetitelji mogu uživati u muzejskim i galerijskim uslugama, osobito u Galeriji Antuna Augustinčića, gdje se redovito održavaju stručno vođeni obilasci i specijalni programi. To omogućuje gostima da se detaljno upoznaju s kulturnim naslijeđem destinacije, a termini i posebni programi objavljuju se na službenim kanalima ustanove.

Svi ovi sadržaji i usluge čine destinaciju Biser Zagorja atraktivnom za posjetitelje, pružajući im raznovrsne doživljaje koji uključuju *wellness*, prirodu, gastronomiju i kulturne sadržaje, te omogućuju cjeloviti doživljaj posjete.

## 4. Resursna osnova

Resursnu osnovu područja Biser Zagorja prvenstveno čini bogatstvo prirodnih i kulturnih vrijednosti, koje čine ključne čimbenike u oblikovanju turističke ponude destinacije. U narednoj tablici prikazan je popis resursne osnove područja Biser Zagorja temeljen na rezultatima SWOT radionice s ključnim dionicima:

Tablica 29. Popis resursne osnove destinacije Biser Zagorja - SWOT radionica

R.br.	PROBLEM/POTREBA	RJEŠENJE
<b>1. Turisti na odmoru</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Nedostatak ponude za uživanje u prirodi i aktivnosti na otvorenom u neposrednoj blizini smještaja</li> <li>● Nedostatak sadržaja unutar i oko smještajnih objekata gdje se gosti zadržavaju</li> <li>● Premala uključenost turističke zajednice u oblikovanje i koordinaciju ponude za goste na odmoru</li> <li>● Loša internetska povezanost i slab mobilni signal</li> <li>● Nepostojanje odnosno nedovoljna razvijenost sustava javne kanalizacije</li> <li>● Nezainteresiranost dijela lokalnog stanovništva za uključivanje u turizam</li> <li>● Pretjerana apartmanizacija i dojam zagušenosti prostora</li> <li>● Premalo zajedničkog predstavljanja ponude destinacije</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Unaprjeđenje komunalne infrastrukture, uključujući izgradnju odnosno dovršetak sustava kanalizacije i uređenje javnih površina</li> <li>● Poboljšanje internetske povezanosti i mobilnog signala na ključnim turističkim točkama</li> <li>● Razvoj ponude aktivnosti na otvorenom (pješačenje, biciklizam, planinarenje) kao organiziranih i jasno označenih programa za goste</li> <li>● Organizirani obilasci uz prisustvo vodiča, osobito za novopridošle i manje informirane goste</li> <li>● Veći angažman, koordinacija i organizacija od strane turističke zajednice u oblikovanju sadržaja za goste na odmoru</li> <li>● Sustavna komunikacija s ugostiteljskim objektima o večernjoj ponudi i dodatnim sadržajima</li> <li>● Uključivanje gostiju u svakodnevni život na selu kroz posjete domaćinstvima i lokalnim običajima</li> <li>● Postavljanje spremnika za prikupljanje i recikliranje stakla</li> </ul>
<b>2. (eno) Gastro turizam</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Nedostatak manjih lokalnih ugostiteljskih objekata i kušaonica koji bi isticali lokalnu hranu i piće</li> <li>● Nedovoljno razvijen seoski turizam i aktivnosti povezane s hranom i običajima</li> <li>● Nepostojanje paketa koji objedinjuju jela i pića u jasno definiran gastronomski doživljaj</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Razvoj ponude utemeljene na domaćem proizvodu i lokalnim namirnicama</li> <li>● Jačanje, podrška i aktivna promocija lokalnih obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava (OPG-ova) kao ključnih nositelja eno-gastro ponude</li> <li>● Organiziranje degustacija lokalnih jela i pića kao prepoznatljivih iskustava za posjetitelje</li> <li>● Provedba radionica kuhanja i predstavljanja načina izrade tradicionalnih proizvoda i jela</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uvođenje dana lokalne tržnice kao redovitog mjesta susreta proizvođača i posjetitelja</li> <li>• Organizacija festivala hrane i vina s naglaskom na lokalne specijalitete</li> <li>• Korištenje različitih poticajnih mjera za pokretanje novih subjekata u eno-gastro ponudi</li> <li>• Unaprjeđenje marketinga i vidljivosti eno-gastro proizvoda destinacije</li> </ul>
<p><b>3.</b> <b>Sportski / rekreacijski turizam</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedostatak pješačkih i biciklističkih staza u destinaciji</li> <li>• Nedovoljno razvijena ponuda za aktivni odmor (biciklizam, rekreacijske igre, planinarenje)</li> <li>• Manjak sportskih aktivnosti prilagođenih mladima</li> <li>• Nedostatak adekvatnih i dostupnih sportskih terena s pratnjom stručnih osoba</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uređenje, označavanje i održavanje mreže pješačkih i biciklističkih staza te njihovo povezivanje u logičnu cjelinu</li> <li>• Organiziranje sportskih događaja poput maratona i utrka u prirodi kao dodatne motivacije za posjet</li> <li>• Edukacija interesnih skupina za organizaciju i vođenje sportskih i rekreacijskih sadržaja</li> <li>• Razrada i implementacija kružne staze oko Tuheljskih Toplica kao prepoznatljivog „kruga“ za rekreaciju</li> <li>• Veće uključivanje lokalne uprave u planiranje i realizaciju sportskih projekata</li> <li>• Ponuda sportskih sadržaja prema gostima u paketima (npr. „aktivni vikend“)</li> </ul>
<p><b>4.</b> <b>Drugo: wellness, lovni, umirovljenici</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Općeniti nedostatak dodatnih sadržaja za specifične ciljne skupine</li> <li>• Neiskorišten potencijal ribolovnog turizma na rijekama</li> <li>• Nedostatno financiranje i podrška uzgajivačima domaćih životinja koji mogu biti dio doživljaja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Usmjeravanje turizma prema jasno definiranim ciljnim skupinama (npr. programi berbe gljiva, grožđa i drugih sezonskih aktivnosti)</li> <li>• Organiziranje posjeta uzgajivačima različitih životinja kao dijela turističkog doživljaja</li> <li>• Animiranje starije populacije kroz prilagođene programe boravka, edukacije i druženja</li> <li>• Dogovor s ribolovnim društvima i organiziranje ribolovnih turnira i programa ribolovnog turizma</li> <li>• Provedba radionica i edukacija (ribolov, društvene aktivnosti, organizirane radionice) kao redovitog programskog sadržaja</li> <li>• Osiguravanje financijske podrške uzgajivačima domaćih životinja koji sudjeluju u turističkoj ponudi</li> <li>• Organiziranje znanstvenih i stručnih predavanja vezanih uz prirodu, lovstvo i tradicionalni način života</li> </ul>

<p><b>5. Jednodnevni izletnici</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ponuda za jednodnevne izletnike je vrlo oskudna u odnosu na potencijal destinacije</li> <li>● Gosti su nedovoljno informirani o mogućnostima posjeta izvan osnovnog termalnog sadržaja</li> <li>● Nedostatak organiziranih vodiča i vođenih razgleda</li> <li>● Izražena potreba da se iz jednodnevnih posjeta prijeđe na višednevne boravke</li> <li>● Nedovoljna dostupnost manjih odredišta autobusima i organiziranim prijevozom</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Izrada i distribucija vodiča za brzi pregled kulturnih i prirodnih značajki destinacije prilagođenih jednodnevnim posjetiteljima</li> <li>● Organiziranje jednodnevnih i višednevnih izleta s vođenjem i jasno strukturiranim programom</li> <li>● Planiranje i provedba vikend događanja koja potiču dolazak i dulji boravak</li> <li>● Uključivanje posjetitelja u život lokalne zajednice kroz radionice, sajmove, manifestacije i druge participativne formate</li> <li>● Unaprjeđenje dostupnosti manjih odredišta autobusnim linijama ili dogovorenim prijevozom za grupe</li> </ul>
--	--	---

Izvor: SWOT radionica s ključnim dionicima (2025.)

Prikazana resursna osnova odražava način na koji ključni dionici destinacije – predstavnici javnog i privatnog sektora te lokalne zajednice – percipiraju sadašnje stanje i razvojne potrebe destinacije Biser Zagorja. Naglašavaju se značajni potencijali za razvoj ponude u prirodi, eno-gastro doživljaja, sportskog i rekreacijskog turizma te specifičnih segmenata ponude (jednodnevni posjetitelji, turisti treće životne dobi), ali istodobno i jasni infrastrukturni i organizacijski nedostaci: manjak uređenih staza, slabija komunalna i digitalna infrastruktura, nedovoljno integrirana eno-gastro ponuda te nedovoljno strukturirana ponuda za jednodnevne izletnike. Posebno je uočljiva potreba za jačom ulogom turističke zajednice u koordinaciji dionika, oblikovanju paket-ponuda i informiranju gostiju, kao i za sustavnom podrškom lokalnim proizvođačima i pružateljima usluga. Ove nalaze potrebno je promatrati kao kvalitativni uvid s terena – sliku koju dionici imaju o resursima i prazninama u ponudi – te kao važnu odrednicu za oblikovanje razvojnih prioriteta, mjera i projekata.

#### 4.1. Kultura i baština

Temeljem popisa Registra kulturnih dobara, evidentirano je 18 zaštićenih kulturnih dobara u vrstama nepokretna pojedinačna kulturna dobra, kulturno povijesna cjelina, te arheologija.

Na području Grada Klanjca locirana su zaštićena kulturna dobra koja predstavljaju kombinaciju sakralne i profane ostavštine. Arheološki najvrjednije kulturno dobro predstavlja utvrda Cesargrad.

*Slika 22. Utvrda Cesargrad*



Izvor: Mrežne stranice Turističke zajednice Biser Zagorja

Nalazi se na najistaknutijem hrptu Cesargradske gore, iznad doline Sutle i današnjeg Klanjca. Prvi put se spominje 1399. g. u darovnici kralja Sigismunda kojom se poklanja Hermanu Celjskom. Prema predaji sagradili su je templari. Strukturu utvrde čine polukružna kamena građevina stambene funkcije, opasana zidinama i branič-kula. U Seljačkoj buni 1573. g. opljačkana je i zapaljena. Posljednji vlasnici Erdödyjevi je djelomično obnavljaju, ali se utvrda napušta sredinom 17. st. radi izgradnje Novih Dvora Klanječkih te propada. Njezini ostaci sjedinjuju značajke srednjovjekovnog plemićkog grada, renesansnog kaštela i ranobaroknih dvoraca.

Ruševni dvorac Novi Dvori Klanječki, zaštićen kao nepokretno kulturno dobro, s pripadajućim gospodarskim objektom (žitnicom) i kurijom upravitelja imanja dio je nekadašnjeg feudalnog kompleksa koji se smjestio južno od Klanjca, uz cestu što vodi prema Zaprešiću. Dvorac je 1603. godine podigao hrvatski ban Toma Erdödy o čemu svjedoči godina uklesana na kamenoj ploči s natpisom i obiteljskim grbom, koja je nekada stajala iznad portala. Dvorac pripada tipu kasnorenesansnih četvero krilnih dvoraca s unutrašnjim dvorištem i ugaonim cilindričnim kulama. Kako nikada nije bio dovršen, tako je unutrašnje dvorište sa triju strana ostalo zatvoreno krilima s arkadama, dok je umjesto južnog krila bio podignut zid.

*Slika 23. Kompleks dvorca „Novi Dvori Klanječki“*



Izvor: Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske

Nadalje, sama kulturno-povijesna cjelina grada Klanjca zaštićena je pod kategorijom kulturno povijesna cjelina.

*Slika 24. Kulturno-povijesna cjelina grada Klanjca*



Izvor: Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske

Klanjec se razvio u 14. stoljeću kao sajmišno mjesto obližnjeg vlastelinskog Cesargrada, na lokaciji današnjeg gradskog trga. Trg koji je nastao na samom sjecištu prometnica kao nepravilno ljevasto proširenje, prepoznatljiv je i u današnjoj organizaciji prostora. U prostornom i organizacijskom smislu okosnicu razvoja naselja čini kompleks franjevačkog samostana i župne crkve Navještenja BDM, izgrađen u 17. st., koji je preobrazio njegov izgled tvoreći akropolsko središte mjesta, kojeg okružuje gradski trg, odnosno sajmeni prostor. Iako je po urbanističkoj koncepciji Klanjec naselje iz 17. odnosno 18. st., postojeći građevinski fond datira većinom iz 19. st.

Spomenuti kompleks franjevačkog samostana s crkvom Navještenja Blažene Djevice Marije zaštićen je u kategoriji nepokretnog kulturnog dobra, a nalazi se u središtu grada Klanjca.

*Slika 25. Kompleks franjevačkog samostana s crkvom Navještenja Blažene Djevice Marije*



Izvor: Mrežne stranice Turističke zajednice Biser Zagorja

Sastoji se od trokrilnog samostana i samostanske, longitudinalne jednobrodne crkve, koja zatvara četvrto krilo. Gradnja samostana dovršena je u prvoj polovici 17. st. Unutrašnjost je opremljena izuzetno kvalitetnim inventarom i zidnim slikama. Najveća dragocjenost su metalni sarkofazi Sigismunda i Emerika Erdődyja i Elizabete Erdödy Rakoczy. Razni klesarski, stolarski i kovački radovi upotpunjuju sliku cjelokupnog baroknog ansambla kojemu je pečat dala i građanska kultura u 19. st.

U kontekstu sakralne baštine ističu se i Kapela sv. Filipa i Jakova te Kapela sv. Florijana, zaštićene kao nepokretna kulturna dobra.

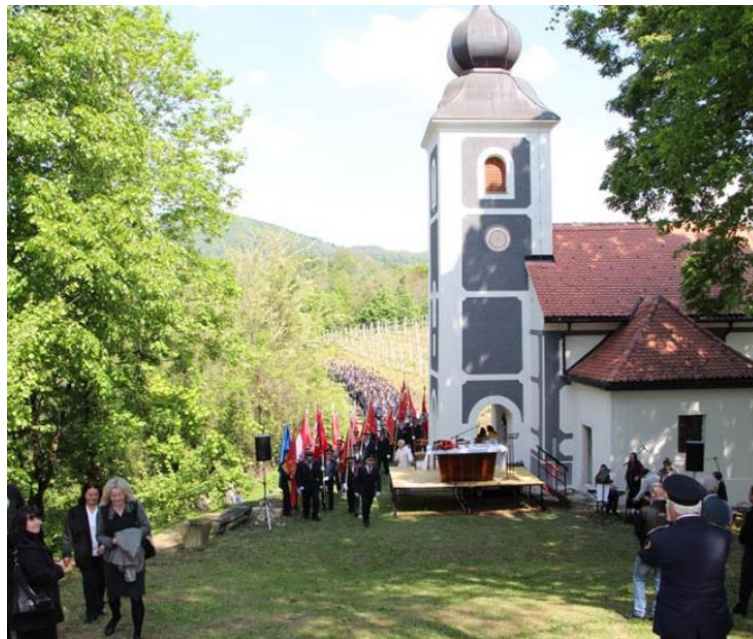
*Slika 26. Kapela sv. Filipa i Jakova*



Izvor: Mrežne stranice Turističke zajednice Biser Zagorja

Kapela sv. Filipa i Jakova ističe se svojim slikovitim smještajem u krajoliku, na brdu u Letovčanu Novodvorskom. Zidana, pravilno orijentirana kapela datira iz 18. stoljeća. U 17. stoljeću na tome je mjestu stajala drvena kapela. Kapelu čini brod zaobljenih kutova, sa nešto užim svetištem, zaključenim stiješnjenom apsidom. Svetištu je sa sjeverne strane dograđena sakristija. Prizemlje je oblikovano kao trijem, na tri strane rastvoreno polukružnim portalima, od kojih je glavni bogatije profiliran. Zvonik pred pročeljem dominira vanjskim izgledom kapele, te služi kao ulaz. Pri oblikovanju portala slijedio se lokalni uzor Novih dvora klanječkih.

*Slika 27. Kapela sv. Florijana*



Izvor: Mrežne stranice Turističke zajednice Biser Zagorja

Jednobrodna, pravilno orijentirana crkva smještena na brijegu izvan grada Klanjca, sagrađena je 1742. godine, na mjestu ranije iz 17. st. Tlocrtnu osnovu čine pravokutna lađa te jednako široko trostrano zaključeno svetišće. Pred zapadnim pročeljem je zvonik, a južno je smještena sakristija. Pročelja crkve su plošno oblikovana, a vanjskim izgledom dominira masivni zvonik pred glavnim pročeljem. Crkva predstavlja cjelovito graditeljsko ostvarenje sredine 18. stoljeća u kojem je jedinstveni prostor ostvaren kontinuiranim bačvastim svodom te lađom i svetištem jednake širine. Crkva se proporcijama i dimenzijama, zajedno s pripadajućom Kalvarijom, skladno uklapa u krajolik.

S druge strane, na području Grada Klanjca nalazi se i Galerija Antuna Augustinčića, jednog od najznačajnijih hrvatskih kipara i predstavnika moderne umjetnosti, zaštićena kao nepokretno pojedinačno kulturno dobro.

*Slika 28. Galerija Antuna Augustinčića*



Izvor: Mrežne stranice Turističke zajednice Biser Zagorja

Galerija Antuna Augustinčića sagrađena je 1976. g. u najužem središtu Klanjca, na zapadnom dijelu klanječke „akropole“, nasuprot franjevačkom samostanu, na prostoru nekadašnjih samostanskih vrtova. Prve skice Galerije Antuna Augustinčića arhitekta Lozice vezuju se uz 1969. godinu i početke razmišljanja o zavičajnoj Augustinčićevoj galeriji u Klanjcu. Po idejnom projektu arhitekta Ante Lozice, izrađenom uz Augustinčićeve sugestije, Zavod za arhitekturu zagrebačkog Arhitektonskog fakulteta 1973. godine dovršio je glavni i izvedbeni projekt zgrade, koji kao projektant arhitekture, potpisuje inženjer Ante Lozica dok je projektant konstrukcije bio građevinski inženjer Božidar Šneler.

Također, u ovom kontekstu se ističe i Spomen-park znamenitih Klanjčana, zaštićen kao nepokretno pojedinačno kulturno dobro.

*Slika 29. Spomen-park znamenitih Klanjčana.*



Izvor: Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske

Spomen-groblje u Klanjcu, nekad staro klanječko groblje, danas je uređeno kao park i spomen-područje na kojem su ostali sačuvani originalni grobovi Antuna Mihanovića, Otona Ivekovića i, kasnije prenesen, grob Krste Ivekovića. Prostorna koncepcija spomen-groblja sastoji se od dvije okomite aleje s portalom, sagrađenim 1909. g. Grob pjesnika Antuna Mihanovića okružen je niskim zidićem i željeznom kovanom ogradom te nadgrobnim spomenikom nalik obelisku s natpisima. Grob slikara Otona Ivekovića ima jednostavnu ploču s uklesanim natpisom. Na grobu antifašiste Krste Ivekovića nalazi se brončana skulptura kipara Antuna Augustinčića „Nošenje ranjenika“ i natpis.

Naposljetku, Brozova zgrada, zaštićena kao nepokretno pojedinačno kulturno dobro, predstavlja izraziti primjer urbane kuće 19. st. jedinstvenog neostilskog oblikovnog koncepta.

*Slika 30. Brozova zgrada*



Izvor: Mrežne stranice Turističke zajednice Biser Zagorja

Jednokatna uglovnica nastala je u 19. st. spajanjem dviju parcela i nadogradnjom starijih, izvorno prizemnih zgrada u jedan objekt definirajući tako jugoistočni ugao Mihanovićeve trga na spoju s Augustinčićevom ulicom. Njezina dva jednako vrijedna pročelja, bogato su dekorirana elementima arhitektonske plastike toga vremena.

Na području Općine Tuhelj i Općine Veliko Trgovišće dominira zaštićena sakralna kulturna baština, uz ranije spomenuti Dvorac Mihanović, koji se nalazi na povišenom položaju nedaleko kupališta, okružen ostacima nekad prostranog parka. Nakon obitelji Erdödy, bio je u vlasništvu obitelji Brigljević, u koju se udala sestra Antuna Mihanovića, pa je, kako je Antun Mihanović ovdje često boravio, otuda i poteklo ime dvora. Pravokutnog je tlocrta orijentiran glavnim jugoistočnim pročeljem prema parku, s centralno smještenom altanom, koju nose četiri stupa. Sjeverozapadno ulazno pročelje ima istaknuti središnji erker, u prizemlju otvoren ulaznim trijemom s lukovima. Sagrađen je u prvoj pol. 19. st. u tradicionalnim oblicima klasicističke arhitekture dvoraca i kurija sjeverozapadne Hrvatske.

U kontekstu sakralne baštine, ističu se četiri crkve i četiri kapele zaštićenih kao nepokretna pojedinačna kulturna dobra, sa svojim distinktivnim značajkama i vrijednostima – Kapela Sv. Josipa, Crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije i župni dvor,

Kapela Sv. Križa, Kapela Sv. Margarete, Crkva Majke Božje od Sedam žalosti i kurija župnog dvora, Crkva Blažene Djevice Marije, Kapela sv. Jurja, te Crkva sv. Tri kralja i kurija župnog dvora.

*Slika 31. Kapela sv. Josipa*



Izvor: Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske

Kapela Sv. Josipa iz 1721. g. nalazi se uz mjesno groblje, na vrhu brežuljka u blizini župne crkve u Tuhlju. Tlocrt čine zvonik kvadratnog presjeka ispred zapadnog pročelja, mala pravokutna lađa sa širom poprečnom osi te pravokutno svetište zaključeno trostranom apsidom i poduprto s dva kontrafora. Sjeverno uz svetište smještena je sakristija. Glavno pročelje zaključeno je trokutnim zabatom, bez otvora ili arhitektonske dekoracije, tako da njime dominira zvonik smješten u središnjoj osi. U baroknoj koncepciji sažetog prostora uočljiva je tradicija dugog trajanja gotičkog oblikovanja, uobičajena na području Hrvatskog zagorja. Osobitu zanimljivost čini kasnogotički portal sakristije te glavni kasnobarokni oltar.

*Slika 32. Crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije i župni dvor*



Izvor: Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske

Crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije i župni dvor nalazi se u središtu Tuhlja, podno brijega na kojemu je župni dvor. Tlocrtnu osnovu crkve čine kvadratni zvonik iz kojeg se ulazi u pravokutnu lađu, na koju se veže svetište s trostranim zaključkom. Sjeverno je smještena sakristija. Glavnim pročeljem dominira masivan zvonik podijeljen na pet katova. Župna crkva u Tuhlju primjer je sakralne arhitekture na kojoj se iščitavaju promjene stilova, od najstarijeg gotičkog u svetištu, preko baroknog do neogotičkih intervencija s kraja 19. st. Jednokatni župni dvor glavnim pročeljem gleda prema crkvi. Ispod cijele zgrade se proteže podrum svođen češkim kapama. Istaknutim položajem, s crkvom župni dvor čini skladnu mikrouurbanu cjelinu.

*Slika 33. Kapela sv. Križa*



Izvor: Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske

Jednobrodna, kasnobarokna kapela sv. Križa smještena je na osami, na vrhu brijega iznad naselja Sveti Križ, Općina Tuhej. Na mjestu današnje crkve s početka 19. st. spominje se već u 17. st. zidana kapela istog titulara. Tlocrtnu osnovu čine kvadratna lađa s poligonalno oblikovanim ulaznim dijelom, uže svetište pravokutnog zaključka i sakristija južno od njega. U jednostavnom vanjskom izgledu dominira trostrano oblikovano pročelje, s malim zvonikom nad njime. Detalji profilacije su oblikovani klasicistički, što odgovara kasnom datumu izgradnje. Osobitu vrijednost ima položaj crkve u krajoliku.

*Slika 34. Kapela sv. Margarete*



Izvor: Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske

Kapela Sv. Margarete je barokna jednobrodna građevina sa zvonikom uz glavno pročelje, smještena izvan naselja na povišenom zaravnjenom platou. Građena od 1699. - 1703. g. na mjestu starije drvene kapele, jednostavne je tlocrtno-prostorne organizacije s pravokutnim brodom i poligonalnim trostrano zaključenim svetištem iste širine. U crkvenom inventaru koji datira od 16. do 19. st. posebno je vrijedan oltar iz 1722. g., kalež iz sredine 17. st. i misal tiskan u Veneciji.

*Slika 35. Crkva Majke Božje od Sedam žalosti i kurija župnog dvora*



Izvor: Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske

Crkva Majke Božje od Sedam žalosti i kurija župnog dvora nalazi se na povišenom položaju iznad ceste usred naselja Veliko Trgovišće. Sagrađena je 1876. g. kao jednobrodna građevina s užim poligonalnim svetištem uz koje se nalazi sakristija. Iz

jednostavnog glavnog pročelja, raščlanjenog visokim polukružnim prozorskim otvorima, izdiže se zvonik. Unutarnji prostor je svođen pruskim svodovima. U sakristiji se nalazi bidermajerski ormar, a od sitnog inventara najvrjedniji je kalež iz sredine 18. st. Kurija župnog dvora građena je istovremeno s crkvom kao jednokatnica pravokutnog tlocrta, skladnih proporcija, jednostavnog arhitektonskog oblikovanja u tradiciji kasnoklasicističkih, tipoloških identičnih objekata župnih kurija.

*Slika 36. Kapela Blažene Djevice Marije*



Izvor: Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske

Jednobrodna građevina kasnobaroknih stilskih karakteristika, Kapela Blažene Djevice Marije nalazi se na platou brijega u Strmcu, Općina Veliko Trgovišće. Pravokutnog je tlocrta s užim svetištem zaključenim stiješnjenom apsidom, sakristijom smještenom uz bočni zapadni zid svetišta te zvonikom nad portalom. Inventar crkve potječe iz razdoblja od 15. do 19. st. U stijenu svetišta uzidana je nadgrobna ploča Josipa Aleksandra Galjufa, vlasnika imanja i obližnje kurije Vižovlje. Kasnoklasicističke orgulje je sredinom 19. stoljeća sagradio zagrebački majstor P. Pump. Na mjestu današnje do 1772. g. stajala je drvena, vrlo trošna kapela.

*Slika 37. Kapela sv. Jurja*



Izvor: Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske

Kapela sv. Jurja je jednobrodna građevina s polukružnim, izvana poligonalnim svetištem smještena visoko na brijegu izvan naselja Jezero Klanječko. Izgrađena je najvjerojatnije u prvoj polovini 17. st. o čemu svjedoči uklesana godina 1622. na šiljastom završetku kamenog nadvratnika ulaza. Tijekom stoljeća kapela je pretrpjela brojne preinake. Predstavlja vrijedan primjer građevine s djelomično očuvanim kasnogotičkim oblicima unatoč većim pregradnjama u baroknom razdoblju. Nekad sjedište velike župe u vizitaciji se spominje već u prvoj polovini 15. st. Unutrašnjost crkve sačuvala je kvalitetan inventar, koji obuhvaća predmete od 17. do 19. st.

*Slika 38. Crkva sv. Tri kralja i kurija župnog dvora*



Izvor: Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske

Tlocrtnu osnovu župne crkve sv. Tri Kralja čine pravokutna lađa, uže poligonalno svetišće te sakristija sa sjeverne strane i zvonik pred zapadnim pročeljem. U zapadnom dijelu lađe smješteno je pjevalište oslonjeno na dva stupa, a prostor pod njim svodjen je češkim kapama. Vanjskim izgledom dominira vitak zvonik. Crkva je građena u 17. st. kao primjer tzv. "romantiziranja baroka", tj. oponašanja gotičkog stila u srednjoeuropskom baroku. Visoka prizemnica župnog dvora nalazi se sjeverozapadno od crkve. Pravokutnog je tlocrta s ulazom na kraćoj, južnoj strani okrenutoj prema crkvi, neukrašene vanjštine. Izgledom se veže na jednostavniju stambenu arhitekturu sredine 19. stoljeća. Uz župnu crkvu sv. Tri Kralja uređeno je spomen-područje Hrvatskoj majci, na grobu majke Antuna Mihanovića Justine Mihanović Petropoljske.

## 4.2. Priroda i okoliš

U registru Bioportala Ministarstva zaštite okoliša i zelene tranzicije Republike Hrvatske na području destinacije evidentirano je jedno zaštićeno prirodno područje vrste značajni krajobraz: Zelenjak – Risvička i Cesarska gora.

Dolina Zelenjak zbog prirodnih i kulturno-povijesnih vrijednosti zaštićena je 26. veljače 1949. godine kao prirodna rijetkost površine 50 ha. Zbog očuvane prirode i ljepote krajolika Skupština Krapinsko-zagorske županije 5. listopada 2011. godine proglasila je područje od 287 ha Značajnim krajobrazom Zelenjak – Risvička i Cesarska gora.

Značajni krajobraz obuhvaća područja Cesarske i Risvičke gore te rijeku Sutlu, koja je dio ekološke mreže Natura 2000 kao rijeka važna za očuvanje ugroženih vrsta riba i školjaka. Obronci Cesarske i Risvičke gore obrasli su šumom hrasta kitnjaka i običnoga graba, termofilnom šumom hrasta kitnjaka s crnim grahom, mješovitom šumom i šikarom medunca i crnoga graba, šumom bukve s volujskim okom i šumom bukve s crnim grabom. Područje značajnoga krajobraza stanište je mnogih zaštićenih i ugroženih biljaka kao što su hrvatska perunika, hrvatski karanfil, kranjski ljiljan, kacigasti kaćun, grimizni kaćun, panonska djetelina itd.

Značajni krajobraz Zelenjak – Risvička i Cesarska gora male je površine, ali se odlikuje velikom biološkom raznolikošću. Na njegovu je području zabilježeno 68 vrsta danjih leptira, 522 vrste noćnih leptira, 30 vrsta saproksilnih kornjaša, 12 vrsta vretenaca, 7 vrsta gmazova, 4 vrste vodozemaca, 71 vrsta ptica, 8 vrsta malih sisavaca i 37 vrsta lišajeva.

Osim prirodnih vrijednosti, na ovome su zaštićenom području veoma važne kulturne znamenitosti. Spomenik hrvatskoj himni Lijepa naša podigla je Družba Braće Hrvatskog Zmaja 24. studenog 1935. godine u povodu stote godišnjice himne u čast njezinu autoru Antunu Mihanoviću na mjestu nadahnuća za njezino stvaranje. Spomenik u obliku obeliska visok je 13,2 m. Na obroncima Cesarske gore, iznad doline Sutle, u drugoj polovici 13. ili početkom 14. stoljeća izgrađena je utvrda Cesargrad, čiji ostatci i danas prkose vremenu. Na istaknutome hrptu Risvičke gore, iznad spomenika himni u Zelenjaku, stoji barokno-klasicistička kapela Majke Božje Snježne, koju narod spominje kao Majku Božju Risvičku.

*Slika 39. Staza kroz krošnje Zelenjak*



Izvor: Mrežne stranice Turističke zajednice Biser Zagorja

Staza kroz krošnje Zelenjak nalazi se u dolini uz rijeku Sutlu nedaleko grada Klanjca u smjeru Kumrovca pored velebnog Spomenika Lijepoj našoj i ksilofona gdje istu možete i odsvirati. Na pet metara visine uređena je staza dužine 125 metara sa više obilježenih točaka sa ciljem predstavljanja biološke raznolikosti destinacije – Značajnog krajobraza Zelenjak – Risvička i Cesarska gora. Staza uključuje i promatračnicu za ptice i divovske ljujlačke.

### 4.3. Javna turistička infrastruktura

Pravilnikom o javnoj turističkoj infrastrukturi („Narodne novine“ broj 136/21) pojam javne turističke infrastrukture definiran je kao turistička infrastruktura u javnom vlasništvu koja je izgrađena na općem dobru, kontinuirano ili dijelom godine je u funkciji turizma i dostupna je svima pod jednakim uvjetima, sukladno njezinoj prirodi i namjeni.

Javna turistička infrastruktura područja Biser Zagorja obuhvaća mrežu biciklističkih i planinarskih staza, informativnih panoa, odmorišta, parkirališta, javnog prijevoza i pratećih usluga koje podržavaju turističke aktivnosti. Ova infrastruktura ključna je za osiguravanje dostupnosti destinacije, povezivanje prirodnih i kulturnih atrakcija te unapređenje posjetiteljskog iskustva. Iako je područje postiglo značajan napredak u razvoju infrastrukture, posebice kroz projekte financirane EU sredstvima, izazovi poput razvoja dodatne infrastrukture, nedovoljnog održavanja, nepovezanosti prijevoza i ograničene digitalne dostupnosti i dalje postoje, što zahtijeva daljnja ulaganja i koordinaciju dionika.

Biciklističke rute predstavljaju važan dio turističke infrastrukture, s naglaskom na cikloturizam kao jedan od prioriteta destinacije. Ključne rute uključuju:

- BZ Biser Zagorja (44 km): Kružna ruta koja povezuje Tuheljske Toplice, Veliko Trgovišće, Klanjec i Tuhelj, većinom po asfaltiranim cestama s minimalnim prometom. Ruta je označena informativnim panoima i povezuje se s termalnim izvorima i kulturnim lokalitetima.
- T2 Tuheljske Toplice - Tuhelj - Prosenik (s dijelom od 3,5 km uz rijeku Horvatsku): Pogodna za rekreativce, prolazi slikovitim lokalnim cestama i povezuje se s Kapelom Sv. Margarete i kurijom Vižovlje.
- K1 Erdödyjeva Ruta – Klanjec (6 km): Počinje kod Galerije Antuna Augustinčića, s biciklističkim odmorištem i panoima, pogodna za obitelji i bicikliste slabije kondicije.
- V1 Ruta Tome Gajdeka – Veliko Trgovišće: Lagana ruta s polazištem kod Spomen škole dr. Franje Tuđmana, idealna za obitelji, s asfaltnom podlogom.
- Put Klanjca i dolinom Sutle: Srednje duga ruta povezana s mrežom biciklističkih staza Zagrebačke županije, prolazi dolinom rijeke Sutle.
- Tragom termalnih izvora: Ruta od Tuhlja preko Tuheljskih Toplica do Krapinskih Toplica, pogodna za rekreativnu vožnju kroz doline.
- T3 Tuheljske Toplice – Vižovlje: Kraća ruta pitoresknom dolinom potoka Bezavina, povezuje terme s ruralnim krajolikom.
- Klanjec – Ruta sveti Florijan (6 km): Atraktivna ruta s makadamom i asfaltom, prolazi vinogradima i šumama uz crkve Sv. Florijana i Sv. Filipa i Jakova.

Ove rute su označene, ali sustav označavanja često je nepotpun ili neodržavan, što otežava navigaciju. Iznajmljivanje bicikala dostupno je u Termama Tuhelj i Velikom Trgovišću, te je moguće koristiti uslugu najma e-bicikla uz dostavu koja je raspoloživa na području cijelog Zagorja.

Planinarske staze ključni su element infrastrukture za aktivni turizam:

- Klanjec - Cesargrad (2,4 km, visinska razlika 210 m): Staza vodi do ruševina utvrde Cesargrad, s pogledima na dolinu Sutle.
- Zelenjak – Planinarska kuća Cesargrad (1,9 km, visinska razlika 285 m): Prilagođena planinarima, povezuje prirodne i kulturne atrakcije.
- Tuhelj - Japica (3,7 km, visinska razlika 350 m): Staza prolazi brežuljcima i povezuje se s Eko stazom Cesarskom gorom.
- Planinarska kuća Cesargrad - Japica (1,1 km, visinska razlika 55 m): Kraća staza za obitelji i rekreativce.
- Erdödyjeva ulica – Kuća Bišćan (1,3 km, visinska razlika 90 m): Spojna staza integrirana s Eko stazom Cesarskom gorom.

Planinarska kuća Cesargrad, kojom upravlja HPD "Cesargrad" Klanjec, služi kao središte za planinare, ali je ograničena dostupnost (otvorena nedjeljom od 1. ožujka do 30. studenog, osim srpnja i kolovoza, uz najavu za veće grupe subotom) identificirana kao slabost. Staze su označene, ali nedostatak redovitog održavanja i digitalnih vodiča ograničava njihov potencijal.

Javni prijevoz trenutno je ograničen, s lošom povezanošću željezničkog i cestovnog prijevoza između Tuhlja, Klanjca i Velikog Trgovišća. Autobusne linije povezuju područje sa Zagrebom (oko 50 km udaljenosti), ali unutar destinacije nedostaje redoviti linijski prijevoz za turiste i posjetitelje, što otežava kretanje bez osobnog automobila (82% turista dolazi automobilom).

Informativna infrastruktura uključuje turističke panoe i odmorišta uz biciklističke i planinarske staze, poput onog kod Galerije Antuna Augustinčića i Spomen-škole dr. Franje Tuđmana. Web stranica [www.biserzagorja.hr](http://www.biserzagorja.hr) i društvene mreže pružaju osnovne informacije o rutama, događanjima i uslugama, uključujući [virtualni posjet destinaciji](#).

Slika 40. Virtualni posjet destinaciji Biser Zagorja



Izvor: Mrežne stranice Turističke zajednice Biser Zagorja

Parkirališta i podržavajuća infrastruktura prisutni su uz ključne atrakcije (npr. Terme Tuhelj, Galerija Antuna Augustinčića, Spomen-škola dr. Franje Tuđmana), ali nedostaju dodatni kapaciteti tijekom većih manifestacija. Kanalizacijska infrastruktura i javna rasvjeta uz staze djelomično su neodržavani, a upravljanje dijelom infrastrukture nije definirano, što stvara poteškoće u održavanju.

#### 4.4. Komunalna infrastruktura

Komunalna infrastruktura područja obuhvaća sustave vodoopskrbe, odvodnje, gospodarenja otpadom, energetske mreže i telekomunikacijske sustave koji podržavaju turističke aktivnosti i kvalitetu života lokalnog stanovništva. Ova infrastruktura ključna je za održivi razvoj turizma, jer osigurava funkcionalnost destinacije, smanjuje negativne utjecaje na okoliš i poboljšava posjetiteljsko iskustvo. Unatoč napretku u nekim segmentima, poput vodoopskrbe i djelomičnog uređenja odvodnje, područje se suočava s izazovima poput neodržavane kanalizacijske mreže, nedostatka definiranih upravitelja za pojedine sustave i ograničenih ulaganja u zelenu infrastrukturu, što ograničava konkurentnost destinacije.

Vodoopskrba u području Biser Zagorja oslanja se na prirodne resurse, uključujući izvore pitke vode i termalne izvore u Tuheljskim Toplicama. Krapinsko-zagorska županija poznata je po bogatstvu vodnih resursa, a rijeke Sutla i Horvatska, uz brojne manje potoke poput Bezavine, doprinose opskrbi pitkom vodom. Termalni izvori u Tuheljskim Toplicama, s temperaturom oko 31-33 °C, koriste se u turističke i medicinske svrhe, a njima upravljaju Terme Tuhelj. Sustav vodoopskrbe za stanovništvo i turiste dobro je razvijen u urbanim dijelovima Tuhelja, Klanjca i Velikog Trgovišća, ali ruralna područja suočavaju se s povremenim prekidima opskrbe tijekom sušnih razdoblja, što zahtijeva dodatna ulaganja u vodovodnu mrežu.

Kanalizacijska infrastruktura predstavlja značajan izazov. Iako su Tuheljske Toplice i dijelovi Velikog Trgovišća pokriveni moderniziranom kanalizacijskom mrežom, ruralni

dijelovi Općina Tuhelj i Klanjec imaju zastarjelu ili nekompletno razvijenu infrastrukturu. Dio kanalizacijske mreže nema definiranih upravitelja, što otežava redovito održavanje i povećava rizik od onečišćenja, posebice uz rijeku Sutlu, koja je zaštićena kao dio ekološke mreže (HR2001070). Planovi za unapređenje uključuju projekte financirane EU fondovima za izgradnju novih kanalizacijskih sustava i pročištača otpadnih voda do 2027. godine, no neriješeni imovinsko-pravni odnosi usporavaju napredak.

Gospodarenje otpadom u području je organizirano putem komunalnih poduzeća Krapinsko-zagorske županije, ali suočava se s izazovima povećanog otpada tijekom turističke sezone, posebice tijekom vršnog perioda turističke sezone obzirom na povećan broj vikend turista. Postoje odvojeni sustavi za recikliranje u urbanim zonama (Tuheljske Toplice, Klanjec), ali ruralna područja imaju ograničen pristup reciklažnim centrima. Prema podacima iz 2024., Županija je povećala kapacitete za odvojeno prikupljanje otpada za 10% u odnosu na 2023. godinu. Inicijative poput eko manifestacija uz staze Cesargradske gore promiču osviještenost o gospodarenju otpadom, no u obzir vrijedi uzeti dodatna ulaganja u infrastrukturu i edukaciju stanovništva.

Energetska infrastruktura osigurava stabilnu opskrbu električnom energijom u turističkim objektima poput Termi Tuhelj i kulturnih centara (npr. Galerija Antuna Augustinčića, Spomen-škola dr. Franje Tuđmana).

Telekomunikacijske mreže podržavaju digitalnu povezanost destinacije, s pristupom Wi-Fi mrežama u Termama Tuhelj, većim restoranima (npr. Dvorac Mihanović) i kulturnim institucijama. Međutim, ruralni dijelovi Općina Tuhelj i Veliko Trgovišće imaju ograničenu pokrivenost brzim internetom, što otežava implementaciju digitalnih turističkih usluga, poput interaktivnih karata ili aplikacija za navigaciju stazama. Web stranica [www.biserzagorja.hr](http://www.biserzagorja.hr) i društvene mreže služe kao osnovni komunikacijski kanali.

#### 4.4.1. Energetska infrastruktura

Energetska infrastruktura područja Biser Zagorja obuhvaća sustave opskrbe električnom energijom, javnu rasvjetu i inicijative za korištenje obnovljivih izvora energije, koji su ključni za podršku turističkim aktivnostima, održivost destinacije i kvalitetu života lokalnog stanovništva. Ova infrastruktura omogućuje nesmetano funkcioniranje ključnih turističkih objekata, poput Termi Tuhelj, kulturnih institucija i ugostiteljskih kapaciteta, dok istovremeno doprinosi smanjenju ekološkog utjecaja turizma. Unatoč stabilnoj opskrbi električnom energijom, izazovi poput nedovoljne javne rasvjete uz turističke staze i ograničenog korištenja obnovljivih izvora energije ukazuju na potrebu za daljnjim ulaganjima kako bi se povećala energetska učinkovitost i konkurentnost destinacije.

Opskrba električnom energijom u području Biser Zagorja (Općine Tuhelj, Grad Klanjec i Općina Veliko Trgovišće) stabilna je i podržava turističke objekte, uključujući hotele, *wellness* centre i kulturne institucije. Terme Tuhelj, kao najveći generator turističkog prometa s preko 100.000 noćenja godišnje, oslanjaju se na pouzdanu električnu mrežu za pogon bazena, spa centara i smještajnih kapaciteta. Slično, kulturni lokaliteti poput Galerije Antuna Augustinčića u Klanjcu i Spomen-škole dr. Franje Tuđmana u Velikom

Trgovišću opremljeni su za potrebe izložbi, rasvjete i multimedijских prezentacija. Međutim, ruralni dijelovi destinacije, posebice uz biciklističke i planinarske staze (npr. staza Klanjec - Cesargrad ili ruta T3 Tuheljske Toplice – Vižovlje), imaju ograničenu električnu infrastrukturu, što ograničava mogućnosti za noćne aktivnosti ili instalaciju dodatnih usluga poput punionica za e-bicikle.

Javna rasvjeta predstavlja značajan izazov za turističku infrastrukturu. Uz ključne turističke točke, poput Terma Tuhelj i parkirališta kod Galerije Antuna Augustinčića, javna rasvjeta je adekvatna, ali uz biciklističke i planinarske staze (npr. ruta BZ Biser Zagorja, 44 km, ili staza Zelenjak – Planinarska kuća Cesargrad, 1,9 km) često je nepostojeća ili neodržavana. Prema SWOT analizi, loše održavanje cestovne i prateće infrastrukture, uključujući rasvjetu, identificirano je kao slabost koja zahtijeva ulaganja.

Obnovljivi izvori energije trenutno su u ranoj fazi implementacije u destinaciji. Krapinsko-zagorska županija započela je projekte za uvođenje solarnih panela i energetski učinkovitih sustava u sklopu EU fondova za razdoblje 2021.-2027., ali u području Biser Zagorja ovi projekti su ograničeni na pilot inicijative. Na primjer, Terme Tuhelj planiraju instalaciju solarnih panela za grijanje vode u bazenima, čime bi se smanjila potrošnja energije i ugljični otisak. Planinarska kuća Cesargrad, kojom upravlja HPD "Cesargrad" Klanjec, također razmatra uvođenje solarnih sustava za osvjetljenje i grijanje, ali ograničeni financijski resursi i neriješeni imovinsko-pravni odnosi usporavaju provedbu. Inicijative za energetske učinkovitost, poput zamjene klasične rasvjete LED sustavima uz staze i u turističkim objektima, planirane su za 2025.-2026. u sklopu EU projekata usmjerenih na zelenu tranziciju. Slične inicijative identificirane su i na području Terma Tuhelj.

Izazovi i prilike u energetskej infrastrukturi uključuju potrebu za modernizacijom električne mreže u ruralnim područjima kako bi se podržale nove usluge, poput punionica za električna vozila i e-bicikle, koje su sve traženije među turistima. Blizina Zagreba i Slovenije, zajedno s porastom potražnje za održivim turizmom, pruža priliku za privlačenje investicija u obnovljive izvore energije. Prema podacima iz 2024., Krapinsko-zagorska županija povećala je ulaganja u zelenu energiju za 12% u odnosu na 2023., što uključuje pilot projekte u turizmu, ali specifični podatci za Biser Zagorja nisu dostupni. Daljnji razvoj uključuje planove za energetske sanaciju turističkih objekata i uvođenje pametnih sustava za praćenje potrošnje energije, čime bi se destinacija pozicionirala kao ekološki osviještena.

#### 4.4.2. Telekomunikacijska infrastruktura i dostupnost interneta

Telekomunikacijska infrastruktura i dostupnost interneta u destinaciji Biser Zagorja ključni su za podršku turističkim uslugama, promociji destinacije i pružanju suvremenog posjetiteljskog iskustva. Ova infrastruktura obuhvaća mobilne i fiksne mreže, Wi-Fi pristupne točke i digitalne platforme za informiranje turista, poput web stranice [www.biserzagorja.hr](http://www.biserzagorja.hr) i društvenih mreža. Dok urbaniji dijelovi destinacije, poput Tuheljskih Toplica i Klanjca, imaju relativno dobru pokrivenost telekomunikacijskim uslugama, ruralna područja suočavaju se s ograničenjima u brzini i dostupnosti

interneta, što utječe na digitalnu dostupnost turističkih usluga i konkurentnost destinacije.

Mobilna i fiksna mreža u području Biser Zagorja osigurava osnovnu povezanost, posebice u urbanim zonama kao što su Tuheljske Toplice, Klanjec i Veliko Trgovišće. Prema podacima Hrvatske regulatorne agencije za mrežne djelatnosti (HAKOM) za 2024., Krapinsko-zagorska županija ima pokrivenost 4G mrežom na 95% svog teritorija, dok je 5G mreža dostupna u urbanim centrima poput Tuheljskih Toplica, ali samo na 20% ruralnih područja. Ključni turistički objekti, poput Terma Tuhelj, Galerije Antuna Augustinčića i Spomen-škole dr. Franje Tuđmana, imaju stabilnu fiksnu internetsku povezanost, omogućujući usluge poput online rezervacija, digitalnih izložbi i Wi-Fi pristupa za posjetitelje. Međutim, ruralni dijelovi Općina Tuhelj i Veliko Trgovišće, uključujući područja uz biciklističke i planinarske staze, često imaju slabiju pokrivenost mobilnim signalom, što otežava navigaciju i korištenje digitalnih vodiča.

Wi-Fi pristupne točke dostupne su u turističkim centrima poput Terma Tuhelj odnosno [na području Općine Tuhelj](#), gdje posjetitelji mogu koristiti besplatan Wi-Fi u hotelskim i *wellness* prostorima, te u restoranima poput Dvorca Mihanović. Kulturni lokaliteti, poput Galerije Antuna Augustinčića, nude Wi-Fi za posjetitelje tijekom vođenih obilazaka, ali uz planinarske staze i ruralne atrakcije, poput Planinarske kuće Cesargrad, Wi-Fi je ograničen ili nepostojeći. Ovo ograničava mogućnosti za implementaciju pametnih turističkih rješenja, poput QR kodova za informacije o stazama ili aplikacija za navigaciju. Inicijative za proširenje Wi-Fi mreže planirane su kroz EU projekte za 2025.-2027., s fokusom na pokrivanje turističkih ruta i odmorišta.

Digitalne platforme igraju ključnu ulogu u promociji destinacije. Web stranica [www.biserzagorja.hr](http://www.biserzagorja.hr) pruža informacije o smještajnim i ugostiteljskim objektima, biciklističkim rutama i planinarskim i pješačkim stazama, kulturnim lokalitetima, događanjima i uslugama poput „Zagorje Card“, koja omogućava popuste na turističke aktivnosti. Društvene mreže (Facebook, Instagram) aktivno se koriste za objavu događanja i privlačenje mlađih posjetitelja. Prema SWOT analizi, manjkava digitalna povezanost i nesustavno korištenje digitalnih kanala identificirani su kao slabosti koje ograničavaju doseg promocije i uključivost starijih posjetitelja. Prema istraživanju TOMAS Hrvatska 2022./2023., 59,2% turista koristi Internet kao primarni izvor informacija, što naglašava potrebu za ulaganjem u digitalnu infrastrukturu.

Izazovi i prilike u telekomunikacijskoj infrastrukturi uključuju potrebu za proširenjem 5G pokrivenosti u ruralnim područjima kako bi se podržale suvremene turističke usluge, poput pametnih vodiča i aplikacija za cikloturizam. Blizina Zagreba i porast potražnje za digitalnim nomadima pružaju priliku za razvoj Wi-Fi zona uz staze, što bi privuklo posjetitelje zainteresirane za selektivne oblike turizma.

### 4.4.3. Vodoopskrba i odvodnja

Vodoopskrba u destinaciji Biser Zagorja oslanja se na prirodne resurse Krapinsko-zagorske županije, koja je poznata po obilju pitke vode i termalnih izvora. Rijeke Sutla (92 km, zaštićena kao dio ekološke mreže HR2001070) i Horvatska, zajedno s manjim potocima poput Bezavine, osiguravaju opskrbu pitkom vodom za stanovništvo i turističke objekte u Tuhlju, Klanjcu i Velikom Trgovišću. Termalni izvori u Tuheljskim Toplicama ključni su za *wellness* turizam, a njima upravljaju Terme Tuhelj u suradnji s lokalnim vlastima. Ovi izvori koriste se za bazene, spa centre i medicinsku rehabilitaciju, privlačeći preko 100.000 noćenja godišnje. Vodoopskrbni sustav u urbanim dijelovima (Tuheljske Toplice, Klanjec) dobro je razvijen, s moderniziranim vodovodima koji zadovoljavaju potrebe hotela, restorana (npr. Dvorac Mihanović) i kulturnih institucija (npr. Galerija Antuna Augustinčića). Međutim, ruralna područja, posebice uz biciklističke i planinarske staze, imaju ograničen pristup javnim vodoopskrbnim točkama, što otežava postavljanje odmorišta i sanitarnih čvorova za turiste. Tijekom sušnih razdoblja (lipanj-kolovoz), povremeni prekidi opskrbe u ruralnim dijelovima dodatno naglašavaju potrebu za ulaganjima u rezervne vodovode i spremnike.

Odvodnja i kanalizacija predstavljaju značajan izazov za destinaciju. U Tuheljskim Toplicama i dijelovima Velikog Trgovišća postoji modernizirana kanalizacijska mreža koja podržava turističke objekte i stambena područja, ali ruralni dijelovi Općina Tuhelj i Klanjec imaju zastarjelu ili nepotpuno razvijenu infrastrukturu. Prema SWOT analizi i Strategiji razvoja turizma područja BISER ZAGORJA – Turistička zajednica područja Općine Tuhelj, Grada Klanjca i Općine Veliko Trgovišće (2023.), dio kanalizacijske mreže nema definiranih upravitelja, što otežava redovito održavanje i povećava rizik od onečišćenja, posebice uz rijeku Sutlu, koja je ekološki osjetljivo područje bogato ribljim vrstama. Nedostatak pročištača otpadnih voda u nekim ruralnim područjima povećava pritisak na okoliš, posebno tijekom vršne turističke sezone obzirom na povećan broj vikend turista, kada se povećava količina otpada. Krapinsko-zagorska županija započela je projekte modernizacije odvodnje kroz EU fondove za razdoblje 2021.-2027., uključujući izgradnju novih kanalizacijskih sustava i pročištača otpadnih voda u ruralnim područjima, ali neriješeni imovinsko-pravni odnosi usporavaju provedbu, posebice u Općini Tuhelj. Planovi za 2025.-2026. uključuju proširenje kanalizacijske mreže uz rijeku Sutlu i duž turističkih ruta, kako bi se smanjio utjecaj na bioraznolikost i osigurala usklađenost s EU standardima za zaštitu voda.

Izazovi i prilike u vodoopskrbi i odvodnji uključuju potrebu za modernizacijom kanalizacijske infrastrukture u ruralnim područjima kako bi se smanjio rizik od onečišćenja i podržao rast turističkog prometa, koji je u 2024. dosegao 180.276 noćenja. Dodatno, obzirom na nove hotelske kapacitete otvorene u 2025. godini, ovi izazovi će biti još veći u budućnosti. Bogatstvo prirodnih vodnih resursa, uključujući termalne izvore, pruža priliku za razvoj novih turističkih proizvoda, poput dodatnih *wellness* centara ili eko-staza s vodoopskrbnim točkama. EU fondovi nude mogućnosti za financiranje projekata, ali koordinacija s komunalnim poduzećima i rješavanje imovinsko-pravnih pitanja ključni su za uspjeh. Očekuje se da će projekti unapređenja odvodnje do 2027. smanjiti ekološke rizike i povećati privlačnost destinacije za turiste koji traže održiva iskustva.

#### 4.4.4. Gospodarenje otpadom

Sustav gospodarenja otpadom u destinaciji Biser Zagorja ključan je za očuvanje prirodnih resursa, smanjenje ekološkog utjecaja turizma i osiguravanje održivosti destinacije. Ovaj segment komunalne infrastrukture obuhvaća prikupljanje, odvojeno sortiranje, recikliranje i zbrinjavanje otpada, s posebnim naglaskom na zaštitu osjetljivih područja poput rijeke Sutle (dio ekološke mreže HR2001070) i Cesargradske gore. Iako je gospodarenje otpadom u urbanim dijelovima (Tuheljske Toplice, Klanjec) relativno organizirano, ruralna područja i povećani turistički promet tijekom sezone, posebice tijekom manifestacija, stvaraju izazove u vezi s kapacitetima i upravljanjem biootpadom, što zahtijeva dodatna ulaganja i edukaciju.

Prikupljanje i odvoz otpada na području TZ Biser Zagorja organizirano je putem komunalnih poduzeća u vlasništvu gradova i općina, poput Zelenjak d.o.o. koji pruža usluge na području Tuhlja i Klanjca, te Eko-Flor Plus d.o.o. koji takve usluge pruža na području Velikog Trgovišća. U urbanim zonama, poput Tuheljskih Toplica i središta Klanjca, postoje sustavi za redovito prikupljanje komunalnog otpada, s kontejnerima za miješani otpad i osnovno odvojeno prikupljanje (papir, plastika, staklo). Prema podacima za 2024. godinu, Krapinsko-zagorska županija povećala je kapacitete za odvojeno prikupljanje otpada za 10% u odnosu na 2023., što je rezultiralo stopom recikliranja od oko 35% na županijskoj razini.

Recikliranje i gospodarenje biootpadom još uvijek su u ranoj fazi razvoja. Prema SWOT analizi, nedostatak sustava za kompostiranje i nedovoljna edukacija stanovništva i turista o važnosti recikliranja ograničavaju ekološku održivost destinacije. Tijekom manifestacija, poput Dana vina Sokol ili planinarskih akcija na Cesarskoj gori, generira se značajna količina otpada, uključujući plastične boce i ambalažu, što stvara pritisak na postojeće kapacitete. Inicijative poput eko manifestacija uz stazu "Eko staza Cesarskom gorom" promiču osviještenost o gospodarenju otpadom, ali nedostaju stalni programi za edukaciju posjetitelja.

Izazovi i prilike u gospodarenju otpadom uključuju potrebu za modernizacijom sustava prikupljanja i recikliranja u ruralnim područjima kako bi se smanjio ekološki utjecaj povećanog turističkog prometa (180.276 noćenja u 2024.). Bogatstvo prirodnih resursa, poput rijeke Sutle, zahtijeva strože mjere zaštite od onečišćenja, dok porast potražnje za održivim turizmom pruža priliku za razvoj eko-inicijativa, poput manifestacija usmjerenih na smanjenje emisija i upravljanje okolišnim učinkom (mjerama mobilnosti, otpada i energije). EU fondovi nude financijsku podršku za unapređenje infrastrukture, no uspjeh se može dodatno osnažiti kroz redovitiju koordinaciju između lokalne uprave i privatnog sektora, osobito u dijelu operativne provedbe i komunikacije.

## 4.5. Prometna infrastruktura

Prometna infrastruktura područja TZ Biser Zagorja obuhvaća cestovnu, željezničku i pješačko-biciklističku mrežu koja povezuje ključne turističke lokacije, uključujući Tuheljske Toplice, Klanjec i Veliko Trgovišće, te omogućava pristup prirodnim i kulturnim atrakcijama poput Terma Tuhelj i Galerije Antuna Augustinčića. Ova infrastruktura ključna je za osiguravanje dostupnosti destinacije, olakšavanje kretanja turista i podršku održivom turizmu. Iako je područje dobro povezano s urbanim centrima poput Zagreba (oko 50 km udaljenosti), izazovi poput loše povezanosti javnog prijevoza, nedovoljnog održavanja lokalnih cesta i ograničene infrastrukture za alternativne oblike prijevoza ograničavaju daljnji razvoj turizma.

Cestovna infrastruktura čini temelj prometne povezanosti destinacije. Glavne županijske ceste povezuju Tuhelj, Klanjec i Veliko Trgovišće s obližnjim gradovima, uključujući Zagreb i Krapinu. Na primjer, dionica od Tuheljskih Toplica do Tuhlja (3,5 km, dio biciklističke rute T2) uključuje mirnu lokalnu cestu uz rijeku Horvatsku (2 km) i prometniju županijsku cestu prema Desiniću (1,5 km). Većina biciklističkih ruta, poput BZ Biser Zagorja (44 km) i Klanjec – Ruta sveti Florijan (6 km), koristi uske lokalne ceste s minimalnim motornim prometom, što ih čini atraktivnima za cikloturizam. Međutim, prema SWOT analizi, loše održavanje cestovne infrastrukture, posebice u ruralnim područjima, identificirano je kao slabost, s neravnim površinama i nedostatkom sigurnosnih obilježja na nekim dionicama.

Javni prijevoz ograničen je i predstavlja značajan izazov za turiste bez osobnog vozila. Autobusne linije povezuju područje sa Zagrebom i obližnjim gradovima poput Krapine, ali unutar destinacije (između Tuhlja, Klanjca i Velikog Trgovišća) nedostaje redoviti linijski prijevoz prilagođen turistima. Prema istraživanju TOMAS Hrvatska 2022./2023., 82% turista u kontinentalnu Hrvatsku dolazi automobilom, što ukazuje na slabu oslonjenost na javni prijevoz. Željeznički prijevoz gotovo je nepostojeći, s lošom povezanošću između željezničkih i cestovnih linija, što otežava integriranu mobilnost.

Pješačko-biciklistička infrastruktura ključna je za aktivni turizam, s mrežom staza koje povezuju prirodne i kulturne atrakcije. Biciklističke rute poput BZ Biser Zagorja (44 km), T2 Tuheljske Toplice – Tuhelj i K1 Erdödyjeva Ruta označene su informativnim panoima i odmorištima (npr. kod Galerije Antuna Augustinčića), ali sustav označavanja često je nepotpun ili neodržavan.

Parkirališta su dostupna uz ključne atrakcije, poput Terma Tuhelj, Spomen-škole dr. Franje Tuđmana i Galerije Antuna Augustinčića, ali su ograničenog kapaciteta tijekom većih manifestacija, što stvara gužve i smanjuje pristupačnost, te je u perspektivi potrebno planirati proširenje kapaciteta javnih parkirališnih mjesta.

Izazovi i prilike u prometnoj infrastrukturi uključuju potrebu za modernizacijom lokalnih cesta i uvođenjem redovitog javnog prijevoza kako bi se smanjila ovisnost o automobilima i povećala dostupnost ruralnih atrakcija. Blizina Zagreba i Slovenije pruža priliku za privlačenje tranzitnih turista, dok EU fondovi omogućavaju ulaganja u zelenu

infrastrukturu, poput punionica za e-bicikle i *shuttle* usluga. Koordinacija s regionalnim vlastima ključna je za rješavanje imovinsko-pravnih pitanja i poboljšanje povezanosti.

## 4.6. Analiza stanja digitalizacije

### 4.6.1. Infrastruktura digitalne tehnologije

Infrastruktura digitalne tehnologije područja TZ Biser Zagorja obuhvaća digitalne platforme, alate i usluge koji podržavaju promociju destinacije, informiranje posjetitelja i unapređenje turističkog iskustva. Ova infrastruktura uključuje web stranice, društvene mreže, mobilne aplikacije, digitalne vodiče i sustave za online rezervacije, koji su ključni za privlačenje suvremenih turista, posebice mlađih demografskih skupina i digitalnih nomada. Destinacija ima osnovnu digitalnu prisutnost putem web stranice [www.biserzagorja.hr](http://www.biserzagorja.hr) i društvenih mreža, uključujući interaktivnu kartu s mogućnošću online posjeta.

Web stranica i društvene mreže čine temelj digitalne infrastrukture. Web stranica [www.biserzagorja.hr](http://www.biserzagorja.hr) nudi informacije o turističkim atrakcijama, biciklističkim rutama, planinarskim stazama i događanjima. Stranica uključuje osnovne podatke o smještaju, restoranima i „Zagorje Card“ programu, koji nudi popuste na usluge. Društvene mreže (Facebook, Instagram) aktivno se koriste za promociju manifestacija i dijeljenje vizualnog sadržaja, privlačeći mlađe posjetitelje. Međutim, prema SWOT analizi, nesustavan pristup digitalnoj promidžbi i manjak sadržaja prilagođenog starijim posjetiteljima ograničavaju doseg i uključivost.

Mobilne aplikacije i digitalni vodiči trenutno su ograničeni. Web stranica [www.biserzagorja.hr](http://www.biserzagorja.hr) optimizirana je za mobilne uređaje, ali destinacija nema posebnu aplikaciju za navigaciju biciklističkih i planinarskih staza (npr. T2 Tuheljske Toplice – Tuhelj ili staza Tuhelj - Japica) ili rezervaciju usluga. Neke regionalne aplikacije, poput onih za Krapinsko-zagorsku županiju, uključuju informacije o destinaciji Biser Zagorja, ali nedostaje integrirana platforma s interaktivnim kartama, QR kodovima na stazama i informacijama o događanjima u realnom vremenu.

Izazovi i prilike u infrastrukturi digitalne tehnologije uključuju potrebu za integracijom suvremenih alata, poput aplikacija za navigaciju i rezervacije, kako bi se zadovoljile očekivanja turista koji traže digitalna rješenja (73% turista želi autentična iskustva podržana lokalnom potrošnjom, prema istraživanju Booking.com 2025.). Blizina Zagreba i porast interesa digitalnih nomada pružaju priliku za razvoj digitalnih usluga, poput Wi-Fi zona uz staze. EU fondovi za razdoblje 2021.-2027. omogućavaju financiranje projekata za digitalnu transformaciju, ali uspjeh ovisi o edukaciji kadrova i boljoj koordinaciji s regionalnim partnerima. Sigurnosni rizici, poput zloupotrebe podataka, zahtijevaju uvođenje sigurnosnih protokola za digitalne platforme.

## 4.6.2. Sigurnost i privatnost

Sigurnost i privatnost u području Biser Zagorja ključni su aspekti za osiguravanje pozitivnog posjetiteljskog iskustva i povjerenja u destinaciju, posebice u kontekstu digitalnih tehnologija, fizičke sigurnosti turista te zaštite prirodnih i kulturnih resursa. Ova infrastruktura obuhvaća mjere za osiguravanje sigurnosti na turističkim lokacijama, poput Terma Tuhelj, biciklističkih i planinarskih staza te kulturnih institucija, kao i zaštitu podataka korisnika digitalnih platformi poput [www.biserzagorja.hr](http://www.biserzagorja.hr) i „Zagorje Card“ programa. Dok destinacija uživa visoku razinu opće sigurnosti, izazovi poput ograničene sigurnosne infrastrukture uz ruralne staze, nedostatka stručnih kadrova za kibernetičku sigurnost i potencijalnih rizika povezanih s masovnim događanjima zahtijevaju daljnja ulaganja i koordinaciju.

Fizička sigurnost u području Biser Zagorja visoko je ocijenjena, s obzirom na nisku stopu kriminala u Krapinsko-zagorskoj županiji i ruralni karakter destinacije. Prema istraživanju TOMAS Hrvatska 2022./2023., 90% turista u kontinentalnoj Hrvatskoj ocjenjuje osjećaj sigurnosti najvišim ocjenama, što se odnosi i na Biser Zagorja. Ključne turističke lokacije, poput Terma Tuhelj, Galerije Antuna Augustinčića i Spomen-škole dr. Franje Tuđmana, opremljene su sigurnosnim osobljem i video nadzorom, osiguravajući zaštitu posjetitelja. Međutim, uz biciklističke i planinarske staze (npr. BZ Biser Zagorja, 44 km, ili staza Klanjec - Cesargrad, 2,4 km), sigurnosna infrastruktura je ograničena, s nedostatkom javne rasvjete i označenih sigurnosnih točaka, što povećava rizik tijekom večernjih aktivnosti.

Privatnost i kibernetička sigurnost odnose se na zaštitu podataka turista koji koriste digitalne platforme destinacije. Web stranica [www.biserzagorja.hr](http://www.biserzagorja.hr) i sustav „Zagorje Card“ koriste osnovne mjere zaštite podataka usklađene s Općom uredbom o zaštiti podataka (GDPR), uključujući enkripciju podataka i sigurne obrasce za rezervacije. Terme Tuhelj, kao najveći pružatelj usluga u destinaciji, implementirale su sigurne sustave za online rezervacije smještaja i *wellness* usluga, dok se manji pružatelji usluga, poput vinarija, često oslanjaju na vanjske platforme poput Booking.com, koje imaju vlastite sigurnosne protokole. Međutim, prema SWOT analizi, manjkava digitalna povezanost i nedostatak stručnih kadrova za upravljanje digitalnim alatima povećavaju rizik od sigurnosnih propusta, poput manipulacije sadržajem ili zloupotrebe podataka. Nedostatak integrirane digitalne platforme s centraliziranim sustavom rezervacija dodatno ograničava mogućnost uvođenja naprednih sigurnosnih mjera, poput dvofaktorske autentifikacije za korisnike.

Izazovi i prilike u sigurnosti i privatnosti uključuju potrebu za unapređenjem fizičke infrastrukture uz turističke staze, poput postavljanja rasvjete i sigurnosnih obilježja, kako bi se osigurala sigurnost posjetitelja tijekom cijele godine. Porast potražnje za održivim turizmom i digitalnim uslugama pruža priliku za razvoj sigurnih digitalnih platformi, uključujući mobilne aplikacije s interaktivnim kartama i sigurnim rezervacijskim sustavima. EU fondovi za razdoblje 2021.-2027. nude financijsku podršku za projekte poput pametnih info točaka s QR kodovima i unapređenja kibernetičke sigurnosti, ali uspjeh ovisi o edukaciji kadrova i koordinaciji s regionalnim partnerima. Rizici poput

klimatskih promjena (npr. poplave uz rijeku Sutlu) i povećanih prometnih gužvi tijekom manifestacija zahtijevaju proaktivne mjere, uključujući planove za hitne situacije.

#### 4.7. Analiza stanja pristupačnosti destinacije osobama s invaliditetom

Pristupačnost destinacije Biser Zagorja osobama s invaliditetom (u daljnjem tekstu: POI) ključna je za inkluzivni i održivi razvoj turizma, omogućavajući jednak pristup prirodnim, kulturnim i *wellness* sadržajima svim posjetiteljima, uključujući one s pokretnim oštećenjima, vidnim ili slušnim invaliditetom. Analiza se temelji na trenutnom stanju infrastrukture, usluga i inicijativa, uzimajući u obzir hrvatsku zakonodavstvo (npr. Zakon o pristupačnosti prostora i građevina za pristup i korištenje prostora osoba s invaliditetom, "Narodne novine" br. 146/08, 102/11, 98/19) te EU direktive o pristupačnosti (npr. Direktiva (EU) 2019/882).

Iako je destinacija bogata prirodnim i kulturnim resursima, pristupačnost je djelomično razvijena, s naglaskom na *wellness* objekte u Tuheljskim Toplicama, ali ograničenim pristupom u ruralnim i povijesnim dijelovima Klanjca i Velikog Trgovišću. Nedostatak specifičnih informacija na službenim stranicama TZ-a i objekata ukazuje na potrebu za boljom dokumentacijom i promocijom dostupnosti.

Opće stanje pristupačnosti u Biseru Zagorja odražava šire hrvatske trendove: napredak u novim građevinama i turističkim centrima, ali izazove u starijim i ruralnim područjima. Prema istraživanjima, Hrvatska još uvijek zaostaje u pristupačnosti, s problemima poput stepenica, neravnina i nedostatka rampe u povijesnim gradovima, što se vidi i u SWOT analizi destinacije (slabosti: nedovoljna iskorištenost potencijala baštine i loša održavanost infrastrukture). Na nacionalnoj razini, oko 10% stanovništva (preko 400.000 osoba) ima invaliditet, a turizam za POI čini manje od 5% ukupnog prometa, unatoč rastućoj potražnji za inkluzivnim putovanjima.

Specifični podatci o pristupačnosti atrakcija za osobe s invaliditetom za destinaciju Biser Zagorja, sukladno evidenciji ZT Biser Zagorja, navode kako je od 55 identificiranih atrakcija u destinaciji njih 27 odnosno 49,09% pristupačno osobama s invaliditetom.

Pristupačnost u Tuhlju (Tuheljske Toplice): Ovo područje je najpristupačnije za POI, zahvaljujući suvremenim *wellness* objektima. Terme Tuhelj i Vodeni planet nude pristupačne ulaze, rampe i dizala u hotelu Well\*\*\*\*, te bazene s podignutim rubovima. *Wellness* programi uključuju masaže i terapije prilagođene POI, a parking i staze unutar kompleksa su ravne i široke. Međutim, ruralne staze imaju neravne površine i nedostatak rampe, što ograničava pristup. Smještajni objekti poput hotela Well imaju sobe prilagođene invaliditetu (široka vrata, prilagođeni kupaonice), ali informacije nisu jasno navedene na web stranicama, što otežava planiranje.

Pristupačnost u Klanjcu: Kulturni lokaliteti poput Galerije Antuna Augustinčića imaju osiguranu pristupačnost, s rampama na ulazima i ravnim parkovima, ali stepenice unutar galerije i neravne staze (npr. ruta K1 Erdödyjeva Ruta) predstavljaju barijere za invalidska kolica. Javni prostori, poput parka uz Galeriju, imaju široke staze, ali nedostaju

oznake na Brailleovom pismu ili audio vodiči za osobe s oštećenjima vida. Inicijative poput "Zagorske priče" (multimedijski projekt s audio klupama) mogu se proširiti na digitalne audio opise za slijepe i slabovidne osobe.

Pristupačnost u Velikom Trgovišću: Spomen-škola dr. Franje Tuđmana ima pristupačne ulaze s rampama i dizalima za izložbe, a parking je blizu ulaza. Ruralne atrakcije, poput biciklističke rute V1 Ruta Tome Gajdeka, imaju asfaltne površine pogodne za električna invalidska kolica, ali nedostaju specijalni bicikli ili adaptacije. Šetnice u Velikom Trgovišću su ravne, ali stepenice i neravnine ograničavaju pristup. Nema specifičnih informacija o prilagođenim sobama u lokalnim smještajnim objektima.

Javni prijevoz je ograničen s obzirom na pristupačnost, gdje niskopodni autobusi nisu dostupni, a nedostaju i prilagođeni taksiji za POI. Digitalna infrastruktura (web stranica TZ Biser Zagorja) nije u potpunosti usklađena sa standardima digitalne pristupačnosti (nedostaju alt tekstovi za slike, kontrast boja), što otežava pristup informacijama za osobe s oštećenjima vida. „Zagorje Card“ nudi popuste, ali bez prilagodbi za POI.

#### 4.8. Analiza organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji (javne usluge i servisi)

Javne usluge i servisi na području Biser Zagorja obuhvaćaju informacijske centre, turističke vodiče, zdravstvene i sigurnosne usluge, javni prijevoz, komunalne servise, obrazovne institucije (škole i vrtiće), zavode i druge javne servise koji podržavaju turizam i lokalnu zajednicu u Tuhlju, Klanjcu i Velikom Trgovišću. Iako destinacija ima solidnu osnovu usluga, posebice u urbanim dijelovima i *wellness* centrima, izazovi poput ograničene dostupnosti informacija, nedostatka certificiranih turističkih vodiča, slabe povezanosti javnog prijevoza, sezonske dostupnosti nekih servisa i nedovoljne uključenosti obrazovnih institucija u turizam ograničavaju konkurentnost. SWOT analiza naglašava potrebu za unapređenjem koordinacije dionika i ulaganjima u infrastrukturu kako bi se poboljšala dostupnost usluga.

TZ Biser Zagorja upravlja uredom TZ u Tuheljskim Toplicama (ul. Ljudevita Gaja 4), koji pruža informacije o smještaju, kulturnim sadržajima, biciklističkim rutama te pješačkim i planinarskim stazama (npr. BZ Biser Zagorja, 44 km; staza Klanjec - Cesargrad, 2,4 km), kulturnim lokalitetima (npr. Galerija Antuna Augustinčić) i manifestacijama (npr. Festival "Zagorje Domovini"). Informativni panoi uz staze i odmorišta (npr. kod Galerije Antuna Augustinčića) postoje, ali su često neodržavani ili nepotpuni. „Zagorje Card“, besplatna kartica za popuste na usluge na području cijele Krapinsko-zagorske županije, dostupna je u smještajnim objektima, ali njezina promocija zahtijeva unapređenje, posebice za strane turiste. Nedostatak certificiranih turističkih vodiča interpretatora baštine ograničava kvalitetu interpretacije kulturnih i prirodnih lokaliteta, poput Dvorca Novi Dvori Klanječki ili utvrde Cesargrad.

Tuheljske Toplice, kao centar *wellness* turizma, nude specijalizirane usluge u Termama Tuhelj, uključujući ambulantu koja se nalazi u hotelu u Tuheljskim Toplicama. Ove usluge podržane su interdisciplinarnim timovima stručnjaka i privlače turiste iz Slovenije,

Austrije i Njemačke. U Klanjcu i Velikom Trgovišću dostupne su osnovne zdravstvene usluge putem domova zdravlja, ali su specijalizirane usluge za turiste (npr. hitna medicinska pomoć prilagođena strancima) ograničene.

Destinacija se smatra sigurnom, s niskom stopom kriminala, a 90% turista u kontinentalnoj Hrvatskoj ocjenjuje sigurnost najvišim ocjenama (TOMAS Hrvatska 2022./2023.). Terme Tuhelj i kulturni lokaliteti (npr. Galerija Antuna Augustinčića) imaju sigurnosno osoblje i video nadzor, ali ruralne rute (npr. T3 Tuheljske Toplice – Vižovlje, staza Tuhelj - Japica) nemaju dovoljno rasvjete ili sigurnosnih obilježja. Tijekom većih događanja, organiziraju se dodatne sigurnosne mjere uz policijsku prisutnost.

Povezanost javnim prijevozom ograničena je, s rijetkim autobusnim linijama između Tuhlja, Klanjca i Velikog Trgovišća, dok većina turista (82%) dolazi automobilom. Željeznički prijevoz gotovo je nepostojeći, a nedostaje integracija cestovnog i željezničkog prometa.

Gospodarenje otpadom organizirano je putem komunalnih poduzeća, te je omogućen pristup reciklažnim dvorištima u redovno radno vrijeme. Kanalizacija u Tuheljskim Toplicama je modernizirana, ali ruralni dijelovi Općina Tuhelj i Veliko Trgovišće imaju zastarjelu infrastrukturu bez definiranih upravitelja, povećavajući rizik od onečišćenja rijeke Sutle. Vodoopskrba je stabilna, ali ruralna područja zahtijevaju dodatne vodovodne točke uz staze.

Na području Biser Zagorja postoje osnovne škole i vrtići koji podržavaju lokalnu zajednicu, ali nisu značajno integrirani u turističke aktivnosti. U Tuhlju djeluje Osnovna škola Lijepa naša Tuhelj, u Klanjcu Osnovna škola Antuna Mihanovića, a u Velikom Trgovišću Osnovna škola Veliko Trgovišće, uz vrtiće u svakoj JLS (npr. Potočić Tuheljski, Rožica i Kesten). Ove institucije povremeno sudjeluju u manifestacijama poput Festivala “Zagorje Domovini” kroz kulturne programe (npr. dječje radionice, likovne izložbe), ali nema sustavnih edukativnih programa za turiste, poput radionica o lokalnoj baštini ili prirodi. Regionalni centar kompetentnosti u turizmu i ugostiteljstvu u Zaboku pruža priliku za edukaciju učenika i lokalnog stanovništva za turističke djelatnosti, ali suradnja s TZ Biser Zagorja je ograničena.

U destinaciji djeluju osnovni javni servisi, poput poštanskih ureda u Tuhlju, Klanjcu i Velikom Trgovišću, te bankarskih usluga (bankomati u Termama Tuhelj i središtu Klanjca te Velikog Trgovišća). Lokalne uprave (Općine Tuhelj i Veliko Trgovišće, Grad Klanjec) pružaju administrativnu podršku, ali nemaju specifične turističke servise poput višejezičnih informacija. Kulturne institucije (npr. Galerija Antuna Augustinčića) nude usluge vođenja, ali ograničene su sezonskom dostupnošću (npr. Planinarska kuća Cesargrad otvorena samo nedjeljom od ožujka do studenog). Nedostaju specijalizirani servisi za digitalne nomade ili prilagođene usluge za osobe s invaliditetom.

## 4.9. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala

Ljudski potencijali na području Biser Zagorja predstavljaju jedan od ključnih faktora za razvoj i održivost turizma, uključujući stručnu radnu snagu u smještaju, ugostiteljstvu, vinarijama i kulturnim institucijama. Analiza se temelji na demografskim trendovima, zaposlenosti u sektoru turizma, obrazovnim resursima te identificiranim potrebama za edukacijom i zapošljavanjem. Područje se suočava s izazovima poput nedostatka kvalificirane radne snage, iseljavanja mladih i neusklađenosti obrazovnih programa s potrebama tržišta, što je naglašeno u SWOT analizi kao ključna slabost (npr. nedostatak kvalificiranih djelatnika u turizmu i ugostiteljstvu, depopulacija ruralnih područja). Međutim, blizina Regionalnog centra kompetentnosti u turizmu i ugostiteljstvu u Zaboku, dostupnost EU fondova i porast turističkog prometa (180.276 noćenja u 2024.) pružaju prilike za jačanje ljudskih kapaciteta.

Sektor turizma i ugostiteljstva (djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane) u Krapinsko-zagorskoj županiji zapošljava 765 osoba prema stanju na 31. ožujka 2024. (269 žena i 496 muškaraca), što predstavlja blagi pad u odnosu na prethodnu godinu. U području Biser Zagorja (Općine Tuhelj, Grad Klanjec i Općina Veliko Trgovišće), sukladno raspoloživim podacima HZZ-a, u 2024. godini sektor zapošljava prosječno oko 300 osoba na mjesečnoj razini, uglavnom u Tuheljskim Toplicama zbog koncentracije turizma u Termama Tuhelj (preko 100.000 noćenja godišnje), što u prosjeku čini približno 11% svih zaposlenih u destinaciji. Zaposlenici rade u smještajnim objektima (npr. Hotel Well), ugostiteljstvu (npr. Hotel Se-MI, restoran Ribič), vinarijama (npr. Vinarija Sever) i kulturnim institucijama (npr. Galerija Antuna Augustinčića). Sezonski karakter turizma dovodi do fluktuacije zaposlenosti, s većom potražnjom tijekom ljetnih manifestacija, ali i nedostatkom stalnih radnika zbog iseljavanja (posebice mladih, 31% nezaposlenih u Županiji su mlade osobe, što je više od nacionalnog prosjeka). Depopulacija Županije (pad od 8,9% od 2011. do 2021. godine) dodatno smanjuje dostupnost radne snage, s gotovo tri puta više otvorenih radnih mjesta od broja nezaposlenih.

Lokalne osnovne škole (npr. Osnovna škola Tuhelj, Osnovna škola Antuna Mihanovića u Klanjcu, Osnovna škola Veliko Trgovišće) i vrtići (npr. Dječji vrtić Tuhelj, Vrtić "Sunce" u Velikom Trgovišću) podržavaju zajednicu, ali nisu značajno integrirani u turističke programe. Regionalni centar kompetentnosti u turizmu i ugostiteljstvu u Zaboku nudi strukovne programe za zanimanja poput kuhara, konobara i turističkih vodiča, s fokusom na praktičnu obuku i dualno obrazovanje, ali suradnja s TZ Biser Zagorja ograničena je, što smanjuje priljev mladih stručnjaka. Obrazovni programi često ne prate potrebe tržišta rada, posebice u ruralnim područjima, gdje iseljavanje mladih (56% depopulacije) dovodi do starenja populacije (udio starijih od 65 godina preko 25%). Prema nacionalnim trendovima, turizam u Hrvatskoj zapošljava oko 100.000 osoba, ali u kontinentalnim županijama poput Krapinsko-zagorske sektor je manje razvijen, s fokusom na prekvalifikaciju i cjeloživotno učenje za deficitarna zanimanja.

Glavne potrebe za razvojem ljudskih potencijala uključuju:

- Edukaciju i osposobljavanje: Certifikacija vodiča za interpretaciju baštine, jezične vještine (njemački, slovenski, engleski) za komunikaciju sa stranim turistima i digitalne vještine za upravljanje online platformama i rezervacijama.

- Prekvalifikacija i zadržavanje radne snage: Programi za prekvalifikaciju nezaposlenih i mladih za turizam, uključujući obuku za održivi turizam, upravljanje otpadom i promociju lokalnih proizvoda (npr. vino Sokol, zagorski štrukli).
- Uključivanje lokalne zajednice: Jačanje suradnje s poljoprivrednicima i poduzetnicima za integraciju agro i enoturizma, te uključivanje škola u edukativne programe (npr. radionice o baštini za turiste).

Uočeni izazovi uključuju iseljavanje (posebice mladih), nedostatak motivacije pojedinaca i neusklađenost obrazovanja s tržištem rada. Prilike leže u EU fondovima za edukaciju (npr. prekvalifikacija za deficitarna zanimanja), suradnji s Regionalnim centrom u Zaboku i integraciji lokalnih resursa za stvaranje radnih mjesta (npr. kroz agroturizam). Prioritet je stvaranje programa za zadržavanje mladih i prekvalifikaciju, kako bi se podržao rast turizma i ekonomska vitalnost područja.

#### 4.10. Analiza komunikacijskih aktivnosti

Destinacija Biser Zagorja koristi tri glavna kanala za komunikaciju sa svojim posjetiteljima: službenu mrežnu stranicu, društvene mreže (primarno Facebook i Instagram), te partnerske kanale županijske turističke zajednice "Visit Zagorje" i program "Zagorje Card". Sadržaj komunikacije uglavnom se fokusira na najave događanja, temu termalno-*wellness* ponude i lokalne atrakcije. Međutim, uočen je nedostatak sustavnijeg pristupa u formi "storytelling-a" (npr. tematske rute i vodiči), dvojezičnosti (hrvatski/engleski jezik, po potrebi i slovenski/njemački), te nepostojanje dosljednog mjerenja uspjeha komunikacijskih aktivnosti (ciljevi, indikatori i mjesečni izvještaji).

##### **Vlastiti kanali**

###### *Mrežna stranica Turističke zajednice Biser Zagorja*

Mrežna stranica je osnovna informativna platforma koja nudi atrakcije, događanja i kontakt informacije, te služi kao polazište za planiranje posjeta. Na stranici se nalaze i rubrike s najavama događanja i javnim informacijama, uključujući kontakte za turističke informativne centre. No, potrebno je unaprjeđenje u smislu sadržaja, uključujući jaču ponudu "kako doći" (npr. upute za dolazak bez automobila), tematske itinerare (npr. 24 do 48 sati boravka) i stabilnu višejezičnost stranice.

###### *Facebook stranica*

Na Facebooku se aktivno objavljuju sadržaji kao što su najave događanja, "aftermovie" i foto-albumi, a ciljna publika većinom dolazi iz lokalnih i regionalnih područja, te je usmjerena na obiteljski turizam i izletnike. Facebook stranica ima doseg od oko 3,9 tisuća lajkova, a glavni fokus je na vizualnim sadržajima i pozivima na dolazak. Ovaj kanal se koristi za kontinuiranu promociju događanja i ponude.

### *Instagram profil*

Instagram profil je usmjeren na dinamične formate poput "Reels" i "Story" objava koje prikazuju manifestacije i atrakcije destinacije. Sadržaji su pretežno na hrvatskom jeziku, uz povremene dvojezične opise. Instagram profil povezuje posjetitelje na web stranicu Turističke zajednice, ali sadržaj bi mogao biti bolje optimiziran za širu međunarodnu publiku.

### **Partnerski i pridruženi kanali**

#### *Županijski kanal "Visit Zagorje"*

Kanal "Visit Zagorje" ima snažan doseg i kontinuirano objavljuje sadržaj koji pojačava vidljivost ključnih događanja i tema vezanih uz termalne, kulturne i prirodne atrakcije destinacije Biser Zagorja. Korištenje ovog kanala omogućuje povećanje dosega i poticanje prepoznavanja destinacije na širem tržištu.

#### *Zagorje Card*

Program "Zagorje Card" besplatna je kartica koja nudi popuste na kulturne sadržaje, gastronomiju, *wellness* ponudu i vinarije na području cijele Krapinsko-zagorske županije. Ovaj program predstavlja izvrstan način za promociju i povezivanje sadržaja u destinaciji, te je učinkovit alat za objedinjavanje ponude događanja i popusta u jedinstvene doživljaje.

#### *Nacionalni kanali Hrvatske turističke zajednice*

Biser Zagorja je prisutan na nacionalnim kanalima Hrvatske turističke zajednice kroz tematske materijale i destinacijske podstranice. Redovito slanje lokalnih priča, foto-priča i mikro-itinerara može dodatno povećati prepoznatljivost destinacije.

## **4.11. Analiza konkurencije**

Osim Turističke zajednice Biser Zagorja, na području Zagorja djeluju i:

- TZ Krapinsko-zagorske županije
- TZP Kumrovec, Desinić i Zagorska Sela
- TZ Donja Stubica i Gornja Stubica
- TZG Krapina
- TZO Stubičke Toplice
- TZG Oroslavje
- TZO Marija Bistrica
- TZP Srce Zagorja
- TZ Zlatni istok Zagorja

Tablica 30. Turističke zajednice na području Krapinsko-zagorske županije – broj noćenja u periodu 01.01.-31.12.2024. godine

Turistička zajednica	Broj noćenja	Broj dolazaka
<b>TZ Biser Zagorja</b>	<b>180.276</b>	<b>72.341</b>
TZ Srce Zagorja	57.472	24.606
TZO Stubičke Toplice	53.659	27.391
TZ Donja Stubica i Gornja Stubica	52.608	24.979
TZG Oroslavje	23.807	16.094
TZG Krapina	22.474	15.161
TZO Marija Bistrica	21.091	14.272
TZ Krapinsko-zagorske županije	6.998	4.345
TZ Zlatni istok Zagorja	6.418	2.351
TZ Kumrovec, Desinić i Zagorska Sela	3.773	1.255
<b>Ukupno</b>	<b>428.576</b>	<b>202.795</b>

Izvor: eVisitor.

Na temelju dostupnih podataka za 2024. godinu, **TZ Biser Zagorja zauzima uvjerljivo prvo mjesto po broju ostvarenih noćenja i dolazaka u Krapinsko-zagorskoj županiji** s ukupno 180.276 noćenja na razini godine (42,06% ukupnog broja noćenja na području Županije), odnosno 72.341 dolazak na razini godine (35,67% ukupnog broja dolazaka na području Županije).

#### 4.12. Izvješće o provedenoj analizi

##### Geografski položaj

Destinacija Biser Zagorja obuhvaća područje zapadnog i jugozapadnog dijela Krapinsko-zagorske županije, koje uključuje Općinu Tuhelj, Grad Klanjec, i Općinu Veliko Trgovišće. Geografski, destinacija je smještena u brežuljkastom reljefu tipičnom za Hrvatsko zagorje, s dominantnim elementima rijeka i termalnih izvora. Krapinsko-zagorska županija prostire se na 1.229 km<sup>2</sup>, a područje Biser Zagorja zauzima 96,75 km<sup>2</sup>, što čini 7,88% ukupne županije. Geografska raznolikost omogućuje razvoj različitih oblika turizma, poput ekoturizma, *wellness* turizma i cikloturizma, čime se destinacija profilira kao poželjna destinacija za sve vrste posjetitelja. Rijeke, poput Sutle i Krapine, kao i zaštićena područja poput Cesarske gore, predstavljaju značajne prirodne resurse koji se mogu koristiti za turističke aktivnosti poput biciklizma, planinarenja i promatranja prirode.

##### Demografska slika

Prema podacima iz Popisa stanovništva iz 2021. godine, ukupno 9.039 stanovnika živi na području destinacije Biser Zagorja, što čini 6,8% ukupnog stanovništva Krapinsko-zagorske županije. Destinacija se suočava s negativnim demografskim trendovima, tipičnim za ruralna područja Hrvatske, kao što su depopulacija i starenje stanovništva. Iako se bilježi manji pad broja stanovnika (-9,3% u razdoblju od 2011. do 2021. godine),

te nastavak negativnog trenda do 2024. godine sukladno informacijama izloženima u analizi prihvatnog kapaciteta, regija pokazuje stabilnost u razvoju demografske strukture, uz blagi porast broja stanovnika u Tuhlju. Ipak, visok udio starijeg stanovništva (21,8% starijih od 65 godina) i negativni migracijski saldo izazivaju izazove u pogledu održivosti radne snage, održavanja javnih usluga i razvoja turizma. Međutim, blizina Zagreba kao središta urbanog života, te potencijal u turizmu, kao što su termalni izvori i cikloturizam, nude mogućnosti za povratak iseljenika i poticanje mladih obitelji.

### **Turistički proizvodi i usluge**

Destinacija Biser Zagorja nudi bogat portfelj turističkih usluga, koji obuhvaća *wellness* i spa sadržaje, eno-gastronomske doživljaje, aktivnosti na otvorenom te kulturne i interpretacijske usluge. Terme Tuhelj s *wellness* sadržajima predstavljaju ključnu turističku atrakciju, dok restorani nude gostima uživanje u tradicionalnim zagorskim jelima. Eno-gastronomska ponuda uključuje degustacije vina i specijalitete poput zagorskih štrukli, bučnice i mesnih jela, a destinacija je poznata po svojoj vinskoj tradiciji. Aktivnosti na otvorenom, poput biciklističkih tura, planinarenja i vođenih obilazaka, dodatno obogaćuju turističku ponudu, omogućujući posjetiteljima istraživanje prirodnih ljepota i kulturnih znamenitosti, poput Galerije Antuna Augustinčića u Klanjcu. Ove usluge čine destinaciju atraktivnom za sve vrste posjetitelja – od obitelji do zaljubljenika u prirodu i kulturni turizam.

### **Smještaj i turistički promet**

Podatci za 2024. godinu pokazuju da je destinacija ostvarila 180.276 noćenja. Najveći udio noćenja koncentriran je u zoni Tuhelj (Tuheljske Toplice), razmjerno raspoloživim kapacitetima, dok zona Klanjec i Veliko Trgovišće bilježe manji, ali rastući turistički promet. Iako destinacija ima značajan broj smještajnih objekata, uglavnom u privatnom smještaju, to ukazuje na potrebu za daljnjim razvijanjem ponude smještaja kako bi se povećala raspodjela turista tijekom cijele godine. Nadalje, rastući trend privatnog smještaja i kuća za odmor zahtijeva strateško upravljanje kvalitetom i standardima smještajnih kapaciteta.

### **Ugostiteljstvo i eno-gastro turizam**

Destinacija Biser Zagorja nudi raznoliku ugostiteljsku ponudu koja uključuje restorane, hotele i pansionere, poznate po tradicijskim jelima, kao što su zagorski štrukli i pečena jela od divljači. Ovi ugostiteljski objekti pružaju autentično iskustvo posjetiteljima, a eno-gastronomska ponuda povezana je s lokalnim vinarijama, kao što su Vinarija Sever i Vinarija Petrišić. Dodatno, destinacija je prepoznatljiva po festivalima hrane i vina, što doprinosi jačanju brenda eno-gastro turizma u regiji. Međutim, postoji prostor za unapređenje marketinga i promocije lokalnih proizvoda kako bi se poboljšala vidljivost ponude i privukli posjetitelji.

## **Događaji i manifestacije**

Destinacija Biser Zagorja organizira brojne manifestacije tijekom godine, što je ključno za podizanje prepoznatljivosti destinacije i smanjenje sezonalnosti turizma. Najpoznatiji događaji uključuju "Festival Zagorje Domovini", "Summer Fest Tuhelj" i "Zahvala jeseni u Klanjcu", koji spajaju glazbene, kulturne i gastronomske sadržaje. Ove manifestacije, zajedno s partnerstvima s udrugama i lokalnim vlastima, privlače posjetitelje i povećavaju posjećenost destinacije. Kroz daljnje digitalno promoviranje i integraciju s cikloturizmom, moguće je dodatno unaprijediti posjećenost i proširiti turističku ponudu izvan visoke sezone.

## **Kultura i baština**

Kultura i baština igraju ključnu ulogu u atraktivnosti destinacije. S brojnim zaštićenim kulturnim dobrima, poput Utvrde Cesargrad i Galerije Antuna Augustinčića, destinacija nudi posjetiteljima bogat uvid u povijest i umjetnost regije. Osim toga, kulturni sadržaji uključuju sakralne objekte, poput Župne crkve Uznesenja Blažene Djevice Marije u Tuhlju, te spomenike posvećene povijesnim osobama poput dr. Franje Tuđmana u Velikom Trgovišću. Ovi kulturni lokaliteti čine destinaciju privlačnom za ljubitelje povijesti, umjetnosti i sakralne baštine. Kombinacija kulturnih sadržaja s prirodnim resursima pruža uravnotežen i atraktivan turistički proizvod.

Destinacija Biser Zagorja ima značajan potencijal za daljnji razvoj turizma, zahvaljujući svojim prirodnim ljepotama, bogatoj kulturnoj baštini i prepoznatljivim turističkim proizvodima. Iako se suočava s izazovima poput depopulacije i negativnog migracijskog salda, blizina Zagreba i rastući interes za *wellness*, eno-gastro turizam i aktivnosti na otvorenom predstavljaju prilike za daljnji razvoj. Uz strateško upravljanje resursima, razvoj smještajnih kapaciteta i jačanje promocije, destinacija ima potencijal za postizanje održivog i dugoročnog turističkog rasta.

## 5. Obvezni pokazatelji održivosti na razini destinacije

Pokazatelji održivosti pružaju jasnu strukturu i smjernice koje turističkim destinacijama omogućuju sustavno praćenje, ocjenjivanje i unaprjeđenje vlastite održivosti. To je posebno važno danas, kada održivi pristupi predstavljaju temelj dugoročnog uspjeha turizma. Plan mora sadržavati obvezne pokazatelje održivosti destinacije, a može sadržavati i specifične pokazatelje koji moraju biti utemeljeni na analizi postojećeg stanja te usklađeni s razvojnim smjerom destinacije.

### 5.1. Zakonska obveza izrade pokazatelja i objave njihovih rezultata

Pravilnikom o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma (NN 112/24) definirana je izrada obveznih i specifičnih pokazatelja, nužnih za izradu Plana upravljanja destinacijom. Izračun vrijednosti obveznih i odabranih specifičnih pokazatelja te njihova vizualizacija objavljuje se u pravilu u svibnju tekuće godine za prethodnu godinu. Do uspostave integriranog informacijskog sustava turizma podatci o izračunatim vrijednostima obveznih i odabranih specifičnih pokazatelja te njihova vizualizacija objavljuju se na mrežnim stranicama turističke zajednice.

### 5.2. Metodološka objašnjenja obveznih pokazatelja

U nastavku su prikazani obvezni pokazatelji održivosti koji mjere utjecaj turizma na društvene, okolišne i ekonomske aspekte održivosti te aspekte održivosti koji mjere utjecaj turizma na prostorne aspekte održivosti destinacije i organizaciju turizma, u skladu s Pravilnikom o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma (NN 112/24).

#### **Obvezni pokazatelji održivosti koji mjere utjecaj turizma na društvene aspekte održivosti**

##### **Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom**

##### **Broj turističkih noćenja na 100 stanovnika u vrhu sezone (ZL-1)**

Procjenjuje intenzitet turizma mjerenjem broja turističkih noćenja na 100 stalnih stanovnika tijekom najopterećenijeg mjeseca sezone. Izračunava se dijeljenjem broja turističkih noćenja u vršnom mjesecu s brojem noćenja stanovnika u vršnom mjesecu podijeljenim sa 100.

Učestalost izrade: Jednom godišnje.

Izvor: eVisitor, DZS.

### **Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom (ZL-2)**

Mjeri postotak stalnih stanovnika koji su zadovoljni utjecajem turizma na destinaciju. Računa se kao omjer zadovoljnih ispitanika i ukupnog broja ispitanika, uz zasebnu analizu onih koji ostvaruju korist od turizma i onih koji ne.

Učestalost izrade: Svake dvije godine.

Izvor: Analiza anketnih upitnika.

### **Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom**

#### **Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom turista i posjetitelja u destinaciji (ZT-1)**

Procjenjuje zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja boravkom u destinaciji, koristeći skalu od 0 do 7 na pitanjima vezanima uz različite aspekte boravka u destinaciji, te njihovu spremnost na preporuku. Izračun je temeljen na indeksu zadovoljstva i neto spremnosti na preporuku.

Učestalost izrade: Svake dvije godine.

Izvor: Analiza anketnih upitnika.

### **Pristupačnost destinacije**

#### **Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom (PD-1)**

Mjeri postotak turističkih atrakcija koje su dostupne osobama s invaliditetom, uključujući fizičku i digitalnu pristupačnost. Računa se kao omjer broja pristupačnih atrakcija i ukupnog broja atrakcija.

Učestalost izrade: Jednom godišnje.

Izvor: Popis javne turističke infrastrukture.

### **Sigurnost destinacije**

#### **Broj organiziranih turističkih ambulanti (SD-1)**

Prati broj organiziranih turističkih ambulanti koje osiguravaju zdravstvenu zaštitu turistima tijekom sezone.

Učestalost izrade: Jednom godišnje.

Izvor: TZ, MINTS.

## **Obvezni pokazatelji održivosti koji mjere utjecaj turizma na okolišne aspekte održivosti**

### **Upravljanje vodnim resursima**

#### **Omjer potrošnje vode turista i stanovnika (UVR-1)**

Analizira utjecaj turizma na vodne resurse uspoređujući prosječnu potrošnju vode po turističkom noćenju s prosječnom potrošnjom po stanovniku. Izračun temeljen na podacima o isporučenoj vodi u smještajnim objektima.

Učestalost izrade: Svake dvije godine.

Izvor: Analiza anketnih upitnika, javni isporučitelji vodne usluge.

### **Gospodarenje otpadom**

#### **Omjer otpada po turističkom noćenju i otpada stanovništva (GO-1)**

Pokazatelj prati utjecaj turizma na okoliš usporedbom količine otpada generiranog po turističkom noćenju i otpada stanovništva. Izračunava se kao omjer količine otpada nastalog u turističkim smještajima i ukupnog komunalnog otpada u destinaciji tijekom mjeseci s najnižom i najvišom turističkom aktivnošću.

Učestalost izrade: Svake dvije godine.

Izvor: Pružatelj javne usluge, UO JL(R)S za zaštitu okoliša, eVisitor, DZS (Popis stanovništva RH).

### **Zaštita bioraznolikosti**

#### **Udio zaštićenih područja u ukupnoj površini destinacije (BR-1)**

Prati postotak zaštićenih prirodnih područja i ekološke mreže Natura 2000 unutar destinacije. Podatci se prikupljaju za različite kategorije zaštite te se iskazuju kao udio (%) u odnosu na površinu destinacije.

Učestalost izrade: Svake četiri godine.

Izvor: Bioportal MZOZT, Prostorni planovi, Registar prostornih jedinica.

### **Održivo upravljanje energijom**

#### **Omjer potrošnje električne energije turista i stanovništva (UEN-1)**

Mjeri sezonalno energetska opterećenje turizma usporedbom potrošnje električne energije po turističkom noćenju s potrošnjom stanovništva. Izračunava se kao omjer

finalne potrošnje električne energije u turističkim smještajima i potrošnje po stanovniku destinacije.

Učestalost izrade: Svake četiri godine.

Izvor: HEP-ODS, eVisitor, DZS (Statističko izvješće – Stanovništvo RH).

## **Ublažavanje i prilagodba klimatskim promjenama**

### **Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika (UPK-1)**

Pokazatelj procjenjuje postoji li u destinaciji sustav za prilagodbu klimatskim promjenama, temeljem postojanja strateških dokumenata, projekata i mjera.

Učestalost izrade: Svake dvije godine.

Izvor: UO za zaštitu okoliša i upravljanje kriznim situacijama, civilna zaštita, web stranice relevantnih tijela/organizacija.

## **Obvezni pokazatelji održivosti koji mjere utjecaj turizma na ekonomske aspekte održivosti**

### **Turistički promet**

#### **Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim opterećenjem (TP-1)**

Definira broj turista koji su ostvarili dolazak i noćenje u destinaciji tijekom mjeseca s najvećim turističkim opterećenjem. Podatak omogućuje praćenje turističke potražnje i njenog utjecaja na destinaciju.

Učestalost izrade: Jednom godišnje.

Izvor: eVisitor, DZS (Priopćenje Dolasci i noćenja turista u komercijalnom smještaju).

#### **Prosječna duljina boravka turista u destinaciji (TP-2)**

Izračunava prosječan broj noćenja po turistu u destinaciji, pružajući uvid u trendove duljine boravka. Omogućuje planiranje turističke ponude i upravljanje resursima.

Učestalost izrade: Jednom godišnje.

Izvor: eVisitor, DZS (Priopćenje Dolasci i noćenja turista u komercijalnom smještaju).

## **Poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu**

### **Ukupan broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (PGS-1)**

Prati ukupan broj zaposlenih na mjesečnoj razini u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane prema važećoj nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti (NKD), odnosno prosjek broja zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja i hrane te pripreme i usluživanja hrane u odnosu na ukupan broj zaposlenih u destinaciji. Ovaj pokazatelj odražava ekonomske trendove u turističkom sektoru, budući da rast ili pad broja zaposlenih može ukazivati na promjene u poslovanju gospodarskih subjekata.

Učestalost izrade: Jednom godišnje.

Izvor: Ministarstvo rada, mirovinskoga sustava, obitelji i socijalne politike; Portal za napredno praćenje tržišta rada; Hrvatski zavod za mirovinsko osiguranje; DZS (Zaposlenost – pregled po županijama).

### **Poslovni prihod gospodarskih subjekata u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (PGS-2)**

Pokazatelj definira godišnji poslovni prihod gospodarskih subjekata u sektoru turizma i ugostiteljstva prema NKD-u. Rast ili pad prihoda može ukazivati na promjene u poslovnom položaju poduzeća i ukupnom stanju turističkog tržišta. Moguće je pratiti i pod pokazatelje poput dodane vrijednosti i bruto dobiti/gubitka turističkih djelatnosti na razini destinacije.

Učestalost izrade: Jednom godišnje.

Izvor: FINA, Porezna uprava.

## **Obvezni pokazatelji održivosti koji mjere utjecaj turizma na prostorne aspekte održivosti destinacije i organizaciju turizma**

### **Turistička infrastruktura**

#### **Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija (TI-1)**

Obuhvaća kategorizaciju turističkih resursa destinacije, uključujući prirodne (nacionalni parkovi, rezervati, parkovi, spomenici prirode, značajni krajobrazi, park šume i spomenici parkovne arhitekture) i kulturno-povijesne atrakcije (muzeji, spomenici, nematerijalna baština). Ovaj pokazatelj omogućava bolju organizaciju turističke ponude i očuvanje prirodnih i kulturnih resursa destinacije.

Učestalost izrade: Jednom godišnje.

Izvor: Registar kulturnih dobara RH (MK), Bioportal (MZOZT).

## Održivo upravljanje destinacijom

### Status implementacije aktivnosti iz plana upravljanja destinacijom (OUD-1)

Prati provedbu aktivnosti definiranih u strateškim dokumentima destinacije. Ključni elementi uključuju dostupnost strateških dokumenata, njihovu vidljivost online te postotak provedenih aktivnosti. Pokazatelj je važan za ocjenu učinkovitosti destinacijskog upravljanja i održivog razvoja.

Učestalost izrade: Jednom godišnje.

Izvor: Dokumenti i informacije s internetskih stranica TZ-a i upravljačkih tijela destinacije.

## Održivo upravljanje prostorom

### Broj ostvarenih noćenja u smještajnim objektima destinacije po hektaru izgrađenog građevinskog područja JLS (OUP-1)

Definira ukupan broj turističkih noćenja u destinaciji unutar godine dana po hektaru izgrađenog građevinskog područja. Ovim pokazateljem prati se prostorni pritisak turizma na urbanizirane zone, posebno u zonama stanovanja i ugostiteljsko-turističke namjene.

Učestalost izrade: Svake dvije godine.

Izvor: eVisitor, jedinice lokalne samouprave, prostorni planovi uređenja gradova i općina.

## 5.3. Rezultati analize obveznih pokazatelja održivosti

Rezultati izračuna pokazatelja održivosti rađeni su za 2024. godinu, temeljem raspoloživih sekundarnih izvora podataka, te primarnog istraživanja lokalnog stanovništva i posjetitelja (online anketno ispitivanje), koje je provedeno u periodu rujan - prosinac 2025. godine. Pojedini podatci nisu bili raspoloživi za analizu (poput potrošnje struje), dok pojedini podatci nisu raspoloživi jer uključene nadležne službe nemaju jednak način njihovog prikupljanja i evidentiranja.

Važno je istaknuti da analiza dobivenih rezultata po obveznim pokazateljima odražava trenutno stanje, te će njihova interpretacija biti moguće nakon drugog vala mjerenja.

### 5.3.1. Obvezni pokazatelji održivosti koji mjere utjecaj turizma na društvene aspekte održivosti

#### 5.3.1.1. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom

##### Broj turističkih noćenja na 100 stanovnika u vrhu sezone (ZL-1)

Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone u destinaciji u 2024. godini iznosi 9,70. Temeljem navedenog podatka može se zaključiti da je opterećenje umjereno, odnosno da je opterećenje lokalne zajednice fizičkim turističkim prometom umjereno.

##### Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom (ZL-2)

Rezultati pokazatelja su izračunati temeljem odgovora na pitanje *Koliko ste sveukupno zadovoljni razvojem turizma u Vašem mjestu*, na koje su ispitanici mogli dati odgovor od 1 (*U potpunosti nezadovoljan/na*) do 5 (*U potpunosti zadovoljan/na*). Kao ispitanici koji su zadovoljni razvojem turizma identificirani su oni ispitanici koji su na navedeno pitanje dali odgovor 4 ili 5 (umjereno do potpuno zadovoljstvo). Dodatno, ispitanicima je postavljeno pitanje imaju li koristi od turizma, za što je korišteno pitanje *Vama i/ili članovima Vaše uže obitelji turizam je s ponuđenim odgovorima Glavni izvor prihoda, Dodatni izvor prihoda i Nemate nikakvih prihoda od turizma*.

Pitanja su bila dio istraživanja stavova lokalnog stanovništva o turizmu i utjecaju turizma na kvalitetu života, provedenog u periodu rujan-prosinac 2025. godine. Ukupan broj ispitanika koji su popunili anketni upitnik je 232. Među ispitanicima koji su popunili anketni upitnik, ispitanici kojima je turizam glavni ili dodatni izvor prihoda zastupljeni su sa 17,24%.

Tablica 31. Zadovoljstvo razvojem turizma u destinaciji - udio ispitanika s pozitivnim stavom

Zadovoljstvo razvojem turizma u destinaciji - udio ispitanika s pozitivnim stavom	Udio (%)
Svi ispitanici	50,00%
Ispitanici s prihodima od turizma	55,00%
Ispitanici bez prihoda od turizma	48,96%

Izvor: Anketno ispitivanje stavova lokalnog stanovništva o turizmu (2025.)

Iz navedenih podataka vidljivo je da je udio ispitanika zadovoljnih razvojem turizma 50,00%, s tim da je među ispitanicima koji nemaju prihoda od turizma razina zadovoljstva nešto niža od prosjeka cjelokupnog uzorka (48,96%), dok je među ispitanicima kojima je turizam glavni ili dodatni izvor prihoda utvrđena viša razina zadovoljstva od prosjeka rezultata svih ispitanika (55,00%).

Važno je napomenuti da su rezultati istraživanja prikupljeni na prigodnom, a ne na slučajnom uzorku i kao takvi u sebi imaju ugrađenu pristranost. Kako bilo, dobiveni rezultati ukazuju na umjerenu razinu zadovoljstva lokalnog stanovništva turizmom u

destinaciji, s time da ispitanici s prihodima od turizma nešto češće izjavljuju da su zadovoljni razvojem turizma u destinaciji u odnosu na ispitanike bez prihoda od turizma.

#### 5.3.1.2. Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom

##### **Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom turista i posjetitelja u destinaciji (ZT-1)**

Izračun pokazatelja je napravljen na temelju rezultata istraživanja zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja boravkom u destinaciji TZ Biser Zagorja, provedenog u periodu rujan-studen 2025. godine. Istraživanjem su prikupljena 293 popunjena upitnika turista i jednodnevnih posjetitelja, od čega 274 turista i 19 jednodnevnih posjetitelja.

Za izračun indeksa zadovoljstva korišteni su rezultati temeljem odgovora na tri pitanja:

- Koliko ste zadovoljni svojim cjelokupnim boravkom u ovoj destinaciji?
- U kojoj mjeri je boravak u ovoj destinaciji ispunio Vaša očekivanja?
- Kako biste ocijenili svoj boravak u ovoj destinaciji?

Na sva tri pitanja ispitanici su mogli dati odgovor na skali od 1 do 7, pri čemu je prosječan rezultat za pitanje *Koliko ste zadovoljni svojim cjelokupnim boravkom u ovoj destinaciji?* na skali od 1 (*U potpunosti nezadovoljan/na*) do 7 (*U potpunosti zadovoljan/na*) iznosio 6,43, za pitanje *U kojoj mjeri je boravak u ovoj destinaciji ispunio Vaša očekivanja?* na skali od 1 (*Daleko ispod očekivanja*) do 7 (*Daleko iznad očekivanja*) iznosio 6,07, a za pitanje *Kako biste ocijenili svoj boravak u ovoj destinaciji?* na skali od 1 (*Najgori mogući boravak kojega možete zamisliti*) do 7 (*Najbolji mogući boravak kojega možete zamisliti*) također iznosio 6,07.

Na temelju navedenih rezultata, indeks zadovoljstva boravkom u destinaciji iznosi visokih 86,50%.

Dodatno, izračun neto spremnosti na preporuku napravljen je na temelju odgovora na pitanje *Koliko je vjerojatno da ćete ovo mjesto preporučiti prijateljima, rodbini ili kolegama?*, na koje su ispitanici mogli dati odgovor od 0 (*Nije vjerojatno da ću preporučiti*) do 10 (*Vrlo je vjerojatno da ću preporučiti*). Kao ispitanici koji su spremni preporučiti destinaciju prijateljima, rodbini ili kolegama identificirani su oni ispitanici koji su na navedeno pitanje dali odgovor 9 ili 10 (promotori), a kao oni koji na to nisu spremni identificirani su ispitanici koji su na navedeno pitanje dali odgovor 6 ili niže (odgovaratelji). Sukladno odgovorima, 182 ispitanika (62,12%) su identificirana kao potencijalni promotori, a 74 (25,26%) ispitanika kao potencijalni odgovaratelji, te time neto spremnost na preporuku iznosi 36,86%.

#### 5.3.1.3. Pristupačnost destinacije

##### **Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom (PD-1)**

Prema evidenciji koju TZ Biser Zagorja vodi za pristupačnost primarne i sekundarne javne turističke infrastrukture (JTI), izrađena je analiza podataka za one kategorije JTI (sukladno

Pravilniku o javnoj turističkoj infrastrukturi, NN 136/2021), za koje su podatci o pristupačnosti bili dostupni. Infrastruktura koja je pristupačna osobama s invaliditetom i smanjene pokretljivosti okarakterizirana je s jednom ili više sljedećih značajki: parkirališna mjesta povezana s pristupačnom površinom za kretanje, pristupačna površina za kretanje, pristupačni prilaz, pristupačni sanitarni čvorovi te pristupačnost viših etaža (ukoliko postoje).

Analizom dostupnih podataka iz navedene evidencije utvrđeno je kako je od 55 identificiranih atrakcija (lokaliteta) nešto manje od polovine (49,09%) atrakcija (lokaliteta) ukupne primarne i sekundarne javne turističke infrastrukture TZ Biser Zagorja pristupačno osobama s invaliditetom i smanjenom pokretljivosti.

#### 5.3.1.4. Sigurnost destinacije

### Broj organiziranih turističkih ambulanti (SD-1)

Sukladno izvorima podataka, Na području Krapinsko-zagorske županije nije ustrojena turistička ambulanta prema posebnom propisu. Međutim, turisti na području Krapinsko-zagorske županije koji imaju potrebe za zdravstvenom skrbi i važeću europsku karticu zdravstvenog osiguranja (EKZO) mogu ostvariti zdravstvenu skrb u šest ispostava Doma zdravlja Krapinsko-zagorske županije, od kojih se jedna nalazi na području Biser Zagorja (Klanjec).

### 5.3.2. Obvezni pokazatelji održivosti koji mjere utjecaj turizma na okolišne aspekte održivosti

#### 5.3.2.1. Upravljanje vodnim resursima

### Omjer potrošnje vode turista i stanovnika (UVR-1)

Na osnovi izračuna pokazatelja za 2024. godinu, koji se temelji na sezonalnosti, odnosno pretpostavci da je u vršnom mjesecu sezone broj turista značajan u odnosu na broj lokalnog stanovništva, utvrđeno je kako je u mjesecu s najvećim brojem noćenja (kolovoz) ukupna finalna potrošnja vode iznosila 43,361 m<sup>3</sup>, dok je u mjesecu s najmanjim brojem noćenja turista (prosinao) iznosila 29.588 m<sup>3</sup>.

Prikupljeni podatci su ograničavajući u smislu da se na području koje pokriva TZ Biser Zagorja fizičke osobe-kućanstva obračunavaju dvomjesečno, te iznimno mjesečno u siječnju i prosincu, i to u siječnju, ožujku, svibnju, srpnju, rujnu, studenom, prosincu, dok se ostale kategorije korisnika obračunavaju se mjesečno. Imajući u vidu navedeno, izračun potrošnje u kolovozu iznos za fizičke osobe-kućanstva, za koji je potrošnja zbirno izražena za srpanj i kolovoz, podijeljen je na pola.

Sukladno metodologiji izračuna pokazatelja, omjer (%) finalne potrošnje vode po noćenju turista (m<sup>3</sup>) u smještajnim objektima destinacije i u odnosu na potrošnju vode po stanovniku destinacije (m<sup>3</sup>) iznosi 1.276%, te se zaključuje da je, iako u destinaciji

nisu utvrđene nestašice vode u tijekom turističke sezone, njena potrošnja značajno viša tijekom mjeseca s najvećim brojem turističkih noćenja u odnosu na mjesec s najmanjim brojem noćenja te u perspektivi može predstavljati razvojno ograničenje.

#### 5.3.2.2. Gospodarenje otpadom

##### **Omjer otpada po turističkom noćenju i otpada stanovništva (GO-1)**

Na osnovi izračuna pokazatelja za 2024. godinu, koji se temelji na sezonalnosti, odnosno pretpostavci da je u vršnom mjesecu sezone broj turista značajan u odnosu na broj lokalnog stanovništva, utvrđeno je kako je u mjesecu s najvećim brojem noćenja (kolovoz) ukupna finalna količina prikupljenog otpada iznosila 183,6 t, dok je u mjesecu s najmanjim brojem noćenja turista (prosinac) iznosila 128,7 t.

Sukladno metodologiji izračuna pokazatelja (omjer količine otpada nastalog po noćenju turista u smještaju u odnosu na ukupne količine komunalnog otpada nastale u destinaciji u mjesecima s najnižom i najvišom turističkom aktivnosti), omjer količine otpada koji su proizveli turisti i lokalno stanovništvo iznosi 108,66%, te se zaključuje da je, iako u destinaciji nisu utvrđeni problemi s prekomjernom količinom otpada tijekom turističke sezone, količina otpada je značajno viša tijekom mjeseci s najvećim brojem turističkih noćenja u odnosu na mjesec s najmanjim brojem noćenja te u perspektivi može predstavljati razvojno ograničenje.

#### 5.3.2.3. Zaštita bioraznolikosti

##### **Udio zaštićenih područja u ukupnoj površini destinacije (BR-1)**

Ukupna površina destinacije iznosi 9.675 ha, uključujući 130,39 ha zaštićenog prirodnog područja u kategoriji značajni krajobraz, čime udio zaštićenih područja u ukupnoj površini destinacije iznosi 1,35%.

#### 5.3.2.4. Održivo upravljanje energijom

##### **Omjer potrošnje električne energije turista i stanovništva (UEN-1)**

Kako podatci potrebni za izračun pokazatelja nisu bili dostupni od strane nadležnih službi (ukupna potrošnja električne energije u mjesecu s najvećim i najmanjim brojem turističkih noćenja), predmetni pokazatelj u ovoj fazi nije moguće izračunati.

#### 5.3.2.5. Ublažavanje i prilagodba klimatskim promjenama

##### **Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika (UPK-1)**

Sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu klimatskih rizika na području destinacije je djelomično uspostavljen. Dok na razini destinacije ne postoje strateški,

planski ili programski dokumenti koji integriraju koncept prilagodbe klimatskim promjenama i procjenu rizika na razini destinacije, isti postoje na razini Krapinsko-zagorske županije i dijelom uključenih JLS-ova.

### 5.3.3. Obvezni pokazatelji održivosti koji mjere utjecaj turizma na ekonomske aspekte održivosti

#### 5.3.3.1. Turistički promet

##### **Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim opterećenjem (TP-1)**

Prema podacima sustava eVisitor, na području TZ Biser Zagorja tijekom 2024. godine je ostvaren ukupno 72.341 dolazak turista, dok je u istoj godini mjesec s najvećim opterećenjem bio kolovoz, u kojem je ostvaren 8.051 dolazak turista.

##### **Prosječna duljina boravka turista u destinaciji (TP-2)**

Prema podacima sustava eVisitor, na području TZ Biser Zagorja tijekom 2024. godine je registrirano ukupno 180.276 noćenja u destinaciji, a prosječna duljina boravka turista u destinaciji iznosila je 2,49 noći po jednom dolasku.

#### 5.3.3.2. Poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu

##### **Ukupan broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (PGS-1)**

Sukladno podacima Hrvatskog zavoda za zapošljavanje, na području Biser Zagorja tijekom 2024. godine u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (NKD 55.56) je na mjesečnoj razini u prosjeku bilo zaposleno 306 osoba, a broj zaposlenih prema mjestu rada je na mjesečnoj razini u prosjeku iznosio 2.809 osoba. U nastavku je prikazan prosjek broja zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja i hrane te pripreme i usluživanja hrane u odnosu na ukupan broj zaposlenih:

Tablica 32. Prosjek broja zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja i hrane te pripreme i usluživanja hrane u odnosu na ukupan broj zaposlenih tijekom 2024. godine – TZ Biser Zagorja

Mj.	Prosjek broja zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u odnosu na ukupan broj zaposlenih (%)
I.	10,67
II.	10,72
III.	10,74
IV.	10,78
V.	11,04
VI.	10,97
VII.	10,99
VIII.	11,00
IX.	10,85
X.	10,99
XI.	11,05
XII.	10,83

Izvor: Hrvatski zavod za zapošljavanje

### Poslovni prihod gospodarskih subjekata u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (PGS-2)

Sukladno podacima Hrvatskog zavoda za zapošljavanje, na području Biser Zagorja tijekom 2024. godine u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (NKD 55.56) gospodarski subjekti su ostvarili poslovni prihod u iznosu od 14.862.415 EUR.

### 5.3.4. Obvezni pokazatelji održivosti koji mjere utjecaj turizma na prostorne aspekte održivosti destinacije i organizaciju turizma

#### 5.3.4.1. Turistička infrastruktura

#### Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija (TI-1)

Sukladno Registru kulturnih dobara RH i Bioportalu, na području destinacije evidentirano je ukupno 19 turističkih atrakcija u kategorijama zaštićena kulturna dobra i zaštićena prirodna područja.

Temeljem popisa Registra kulturnih dobara, evidentirano je 18 zaštićenih kulturnih dobara u vrstama nepokretna pojedinačna kulturna dobra, kulturno-povijesne cjeline, te arheologija.

Tablica 33. Pregled zaštićenih kulturnih dobara na području Biser Zagorja prema vrsti

Vrsta zaštite	Broj
Nepokretna pojedinačna	16
Kulturno-povijesna cjelina	1
Arheologija	1

Izvor: Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske

Temeljem Bioportala, u kategorijama prirodnih dobara u nacionalnim kategorijama zaštite, evidentirano je jedno prirodno dobro u kategoriji značajnog krajobraza.

Tablica 34. Popis prirodnih dobara na području Biser Zagorja prema kategoriji zaštite

Kategorija zaštite	Naziv prirodnog dobra	Površina
Značajni krajobraz	Zelenjak – Risvička i Cesarska gora	130,39 ha*

Izvor: Bioportal.

\*Ukupna površina značajnog krajobraza Zelenjak – Risvička i Cesarska gora iznosi 287,3 ha, od čega 130,39 ha potpada pod područje Biser Zagorja (130,23 ha pod Grad Klanjec i 0,16 ha pod Općinu Tuhelj).

Sva evidentirana zaštićena kulturna i prirodna dobra navedena su u Prilogu 1. Zaštićena kulturna i prirodna baština.

#### 5.3.4.2. Održivo upravljanje destinacijom

##### Status implementacije aktivnosti iz plana upravljanja destinacijom (OUD-1)

Plan je u postupku izrade, te pokazatelj nije moguće izračunati.

#### 5.3.4.3. Održivo upravljanje prostorom

##### Broj ostvarenih noćenja u smještajnim objektima destinacije po hektaru izgrađenog građevinskog područja JLS (OUP-1)

Broj turističkih noćenja u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju po izgrađenoj građevinskoj površini u 2024. godini na području Biser Zagorja iznosi 1.531,45 noćenja/ha.

Podatak je potrebno interpretirati uz ograničenje - ukupna površina izgrađene građevinske površine naselja (umanjena za površine gospodarske namjene), preuzeta je iz aktualnih PPUG-a i PPUO-ova, te postoje odstupanja od stvarnog stanja, s obzirom na napomene nadležnih službi kako podatak o površinama izgrađenog dijela u zonama poslovne namjene nije moguće iskazati za sve jedinice lokalne samouprave budući da dio jedinica lokalne samouprave u prostorno planskoj dokumentaciji površine poslovne namjene prikazuje/planira u sklopu jedinstvene površine gospodarske - proizvodne i poslovne namjene u kojima navedene namjene ne razgraničava. Također, u obzir se

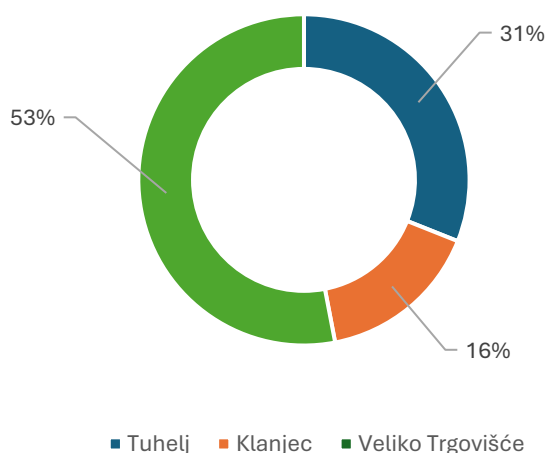
uzima činjenica kako su za površine izgrađenog dijela u zonama poslovne namjene podatci iskazani posebno za jedinice lokalne samouprave u kojima je navedeno bilo moguće iskazati dok se za ostale površine/jedinice lokalne samouprave dostavlja podatak o jedinstvenoj površini gospodarske-proizvodne i poslovne namjene.

#### 5.4. Rezultati analize zadovoljstva lokalnog stanovništva turizmom

Istraživanje zadovoljstva lokalnog stanovništva turizmom na području Biser Zagorja provedeno je u razdoblju od 1. rujna do 8. prosinca 2025. godine putem upitnika objavljenog na platformi EU Survey. Istraživanje je temeljeno na metodološkom okviru propisanom metodološkim smjernicama za istraživanje stavova lokalnog stanovništva o turizmu i utjecaju turizma na kvalitetu života. Istraživanjem su prikupljena 232 popunjena upitnika lokalnog stanovništva.

*Grafikon 6. Struktura ispitanika prema lokaciji stanovanja (stanovništvo)*

#### Struktura ispitanika prema lokaciji stanovanja

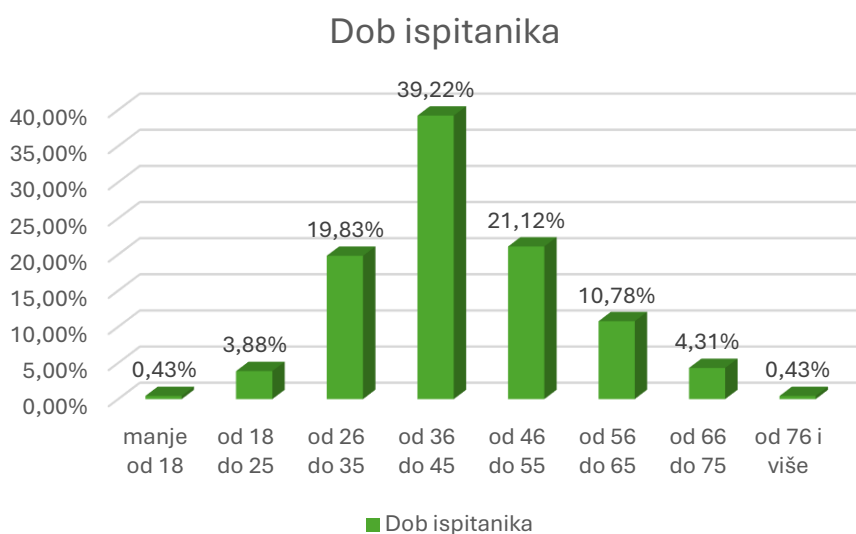


Izvor: Anketno ispitivanje stavova lokalnog stanovništva o turizmu (2025.)

Iako je uzorak prigodan, u uzorku su zastupljeni ispitanici iz svih gradova i općina na području Biser Zagorja srazmjerno ukupnom broju stanovnika na području pojedine JLS – 53% iz Velikog Trgovišća, 31% iz Tuhlja, te 16% iz Klanjca. Sukladno procjeni stanovništva DZS, stanje na 31.12.2024. godine, u ukupnom stanovništvu destinacije stanovnici Općine Veliko Trgovišće imaju udio od 64,28%, Općine Tuhelj od 31,60%, a Grada Klanjca 35,72%, što je razmjerno zastupljenosti u uzorku ispitanika.

Osnovne socio-demografske karakteristike ispitanika - dobna skupina, spol, razina obrazovanja, mjesečna primanja kućanstva, te duljina stanovanja u destinaciji - prikazane su u nastavku.

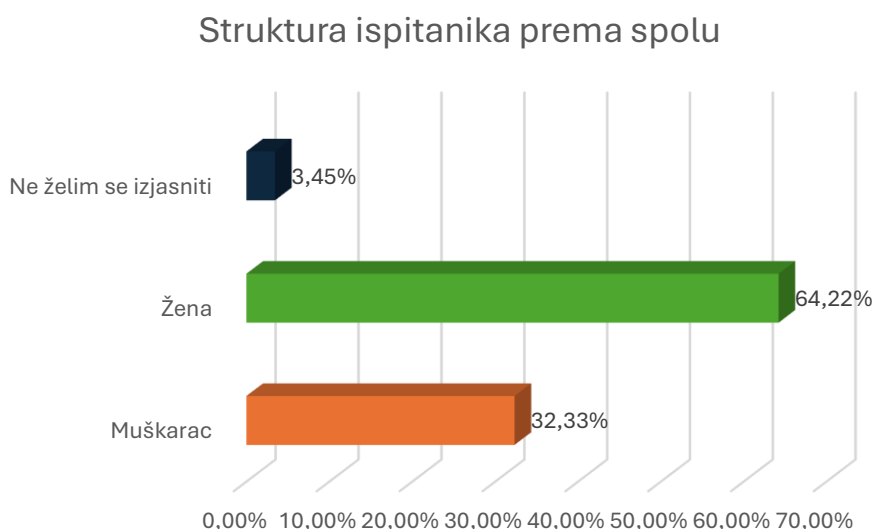
Grafikon 7. Dob ispitanika prema dobnim skupinama (stanovništvo)



Izvor: Anketno ispitivanje stavova lokalnog stanovništva o turizmu (2025.)

Najveći broj ispitanika pripada dobnj skupini od 36-45 godina (39,22%), slijede susjedne dobne skupine od 46-55 godina sa zastupljenošću 21,12% i od 26-35 godina sa zastupljenošću 19,83%, zatim dobna skupina od 56-65 godina (10,78%), dok su ostale dobne skupine zastupljene s manje od 5%, te se može zaključiti kako je većina ispitanika starosti od 26-55 godina (80,17%).

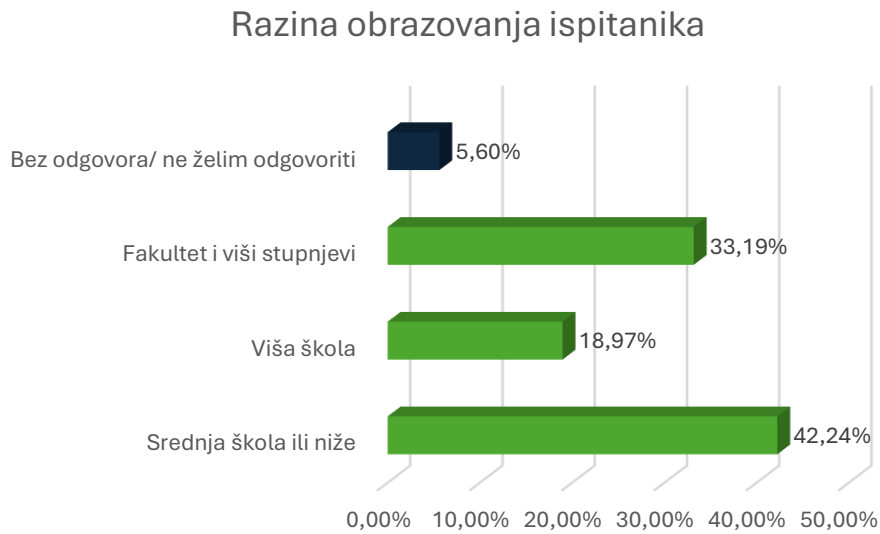
Grafikon 8. Struktura ispitanika prema spolu (stanovništvo)



Izvor: Anketno ispitivanje stavova lokalnog stanovništva o turizmu (2025.)

Sukladno prethodnom grafikonu, u uzorku su u najvećoj mjeri zastupljene žene (64,22%), dok su muškarci zastupljeni s 32,33%, te 3,45% ispitanika koji se ne žele izjasniti po ovom pitanju.

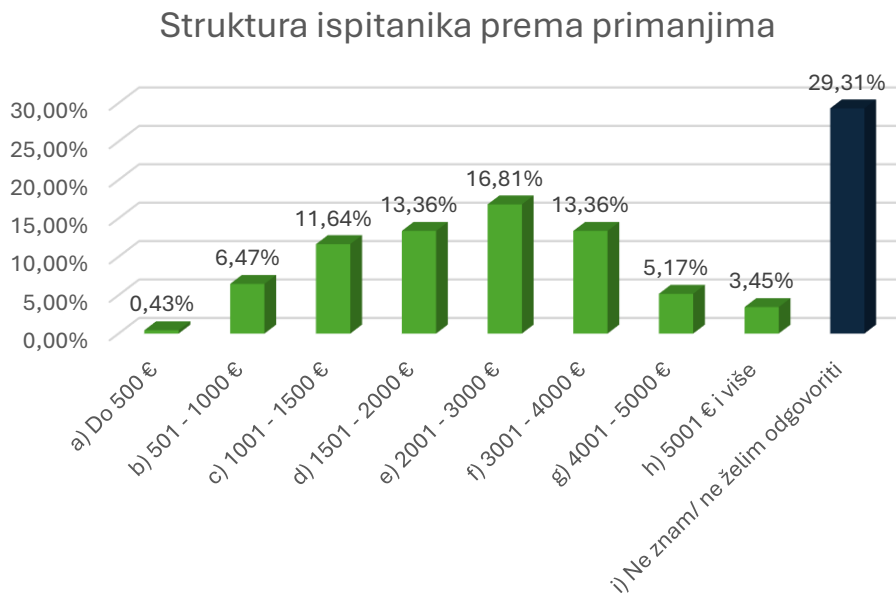
Grafikon 9. Razina obrazovanja ispitanika (stanovništvo)



Izvor: Anketno ispitivanje stavova lokalnog stanovništva o turizmu (2025.)

U kontekstu razine obrazovanja, među ispitanicima najveći udio zauzimaju osobe sa završenom srednjom školom i nižim stupnjevima (42,24%), zatim sa završenim fakultetom i višim stupnjevima (33,19%), osobe s višom školom (18,97%).

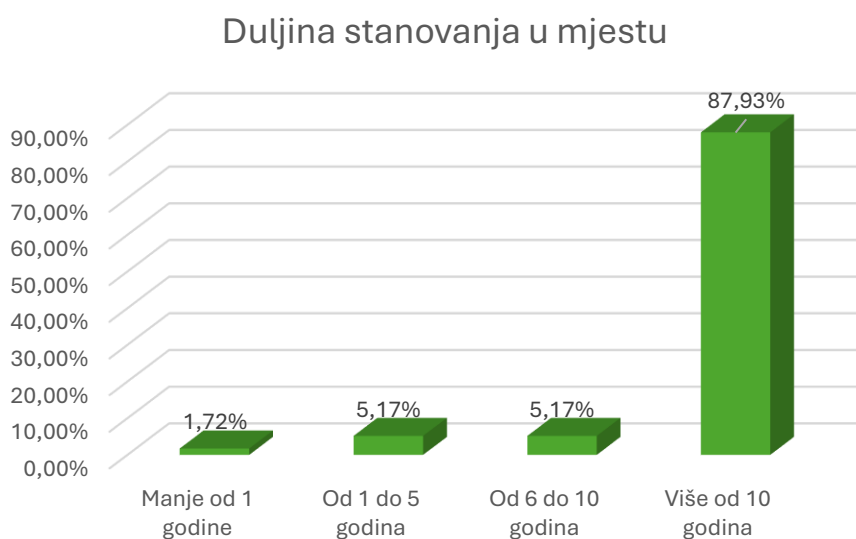
Grafikon 10. Struktura ispitanika prema primanjima (stanovništvo)



Izvor: Anketno ispitivanje stavova lokalnog stanovništva o turizmu (2025.)

Među ispitanicima najveći je udio onih čija obiteljska primanja na mjesečnoj razini spadaju u razred 2.001-3.000 EUR (16,81%), zatim u razrede 1.501-2.000 EUR i 3.001-4.000 EUR (13,36% u obje skupine), zatim 1.001-1.500 EUR (11,64%), dok su razredi s najnižim i najvišim primanjima najmanje zastupljeni, s ograničenjem vezano uz relativno velik broj ispitanika koji su odgovorili s „ne znam/ne želim odgovoriti (29,31%).

Grafikon 11. Duljina stanovanja u mjestu



Izvor: Anketno ispitivanje stavova lokalnog stanovništva o turizmu (2025.)

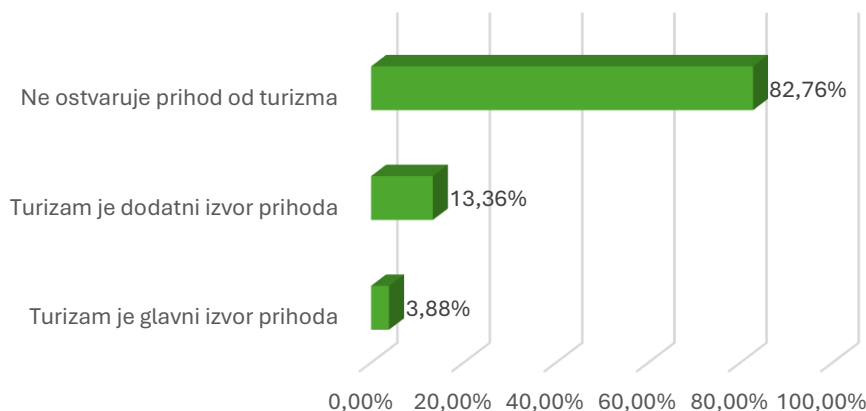
U pogledu duljine stanovanja u destinaciji, velika većina ispitanika (87,93%) u destinaciji stanuju dulje od 10 godina, naredne skupine su zastupljene jednako – od šest do 10 godina i od jedne do pet godina (6,25% za obje skupine) – dok je skupina manje od jedne godine najmanje zastupljena (1,72%).

Za potrebe izračuna obveznog pokazatelja održivosti Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom (ZL-2) ispitanicima je postavljeno pitanje imaju li koristi od turizma, za što je korišteno pitanje *Vama i/ili članovima Vaše uže obitelji turizam je s ponuđenim odgovorima Glavni izvor prihoda, Dodatni izvor prihoda i Nemate nikakvih prihoda od turizma.*

Na narednom grafikonu prikazana je struktura ispitanika prema odgovoru na pitanje o primanjima od turizma. Ukupno 17,24% ispitanika izjavilo je da imaju prihod od turizma, pri čemu je turizam za 3,88% ispitanika glavni izvor prihoda a 13,36% ispitanika dodatni izvor prihoda, dok 82,76% ispitanika ne ostvaruje prihod od turizma.

Grafikon 12. Struktura ispitanika prema vrsti izvora prihoda od turizma

### Struktura ispitanika prema vrsti izvora prihoda od turizma

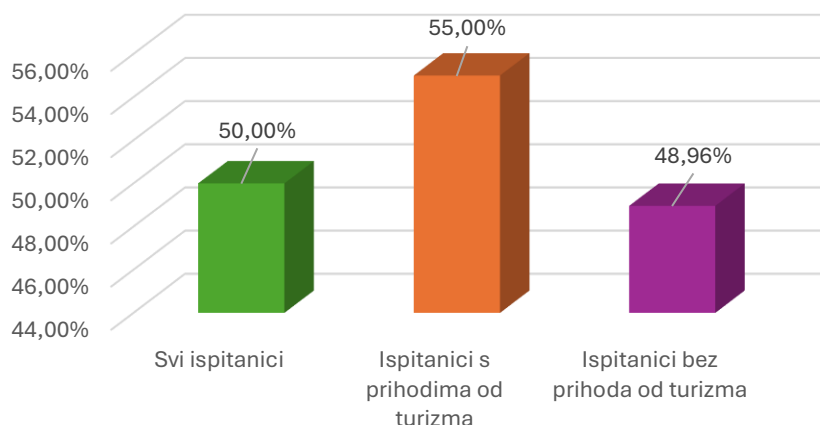


Izvor: Anketno ispitivanje stavova lokalnog stanovništva o turizmu (2025.)

Dodatno, ispitanici su odgovarali na pitanje *Koliko ste sveukupno zadovoljni razvojem turizma u Vašem mjestu*, na koje su ispitanici mogli dati odgovor od 1 (*U potpunosti nezadovoljan/na*) do 5 (*U potpunosti zadovoljan/na*). Kao ispitanici koji su zadovoljni razvojem turizma identificirani su oni ispitanici koji su na navedeno pitanje dali odgovor 4 ili 5 (umjereno do potpuno zadovoljstvo). Na narednom grafikonu prikazan je udio ispitanika s pozitivnim stavom prema razvoju turizma u destinaciji među svim ispitanicima te dodatno među ispitanicima prema segmentima prihoda od turizma (koji nemaju, odnosno imaju, prihode od turizma):

Grafikon 13. Zadovoljstvo razvojem turizma u destinaciji - udio ispitanika s pozitivnim stavom (stanovništvo)

### Zadovoljstvo razvojem turizma u destinaciji - udio ispitanika s pozitivnim stavom



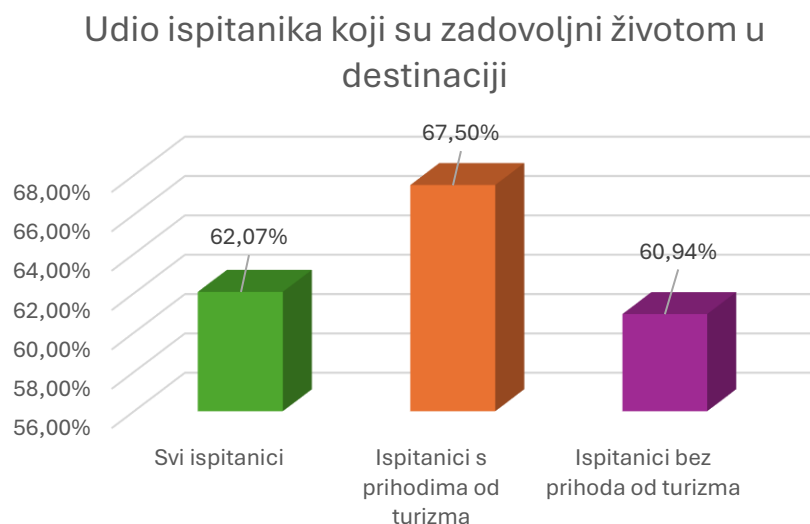
Izvor: Anketno ispitivanje stavova lokalnog stanovništva o turizmu (2025.)

Sukladno nalazima, ispitanici s prihodima od turizma su u nešto većoj mjeri zadovoljni razvojem turizma u destinaciji (55,00%) od svih ispitanika (50,00%) odnosno ispitanika

koji ne ostvaruju prihode od turizma (48,96%), no nije utvrđena značajna razlika između dobivenih rezultata.

Na pitanje o zadovoljstvu životom u mjestu, ispitanici su mogli odgovoriti na isti način kao i na pitanje o zadovoljstvu razvojem turizma u mjestu. Na narednom grafikonu prikazan je udio ispitanika koji su zadovoljni životom u destinaciji (odgovori 4 ili 5):

Grafikon 14. Udio ispitanika koji su zadovoljni životom u destinaciji



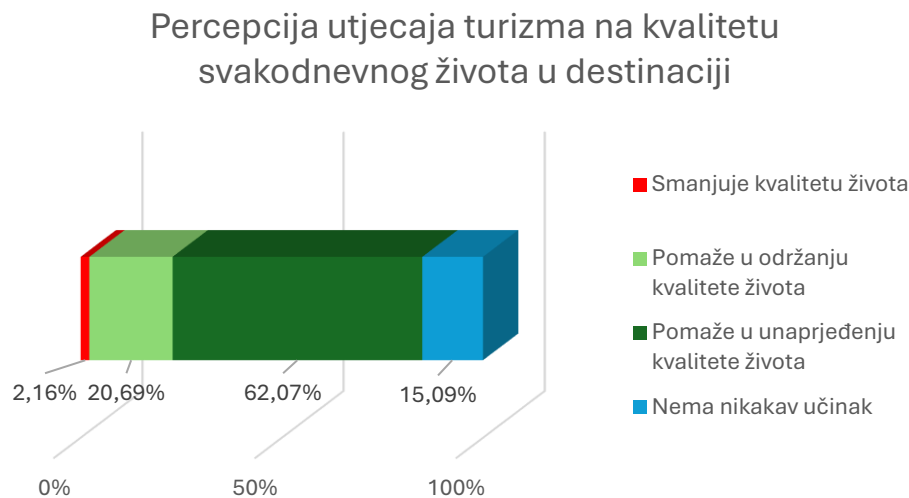
Izvor: Anketno ispitivanje stavova lokalnog stanovništva o turizmu (2025.)

Slično kao i kod zadovoljstva razvojem turizma u destinaciji, ispitanici s prihodima od turizma u najvećem mjeru iskazuju zadovoljstvo životom u destinaciji (67,50%), zatim na razini cjelokupnog uzorka (62,07%), dok ispitanici koji ne ostvaruju prihod od turizma u manjoj mjeri iskazuju zadovoljstvo životom u destinaciji (60,94%), no nije utvrđena značajna razlika između dobivenih rezultata.

Ispitanicima su postavljena i pitanja koja se koriste za izračun specifičnih pokazatelja održivosti Utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva (SZL-1) i Udio stanovnika koji imaju pozitivno odnosno negativno mišljenje o utjecaju turizma na identitet mjesta (SZL-3).

Na pitanje o utjecaju turizma na kvalitetu svakodnevnog života u destinaciji ispitanici su mogli dati jedan od četiri odgovora: *Smanjuje kvalitetu života*, *Pomaže u održanju kvalitete života*, *Pomaže u unaprjeđenju kvalitete života* i *Nema nikakav učinak*. Za ispitanike koji su dali odgovor *Pomaže u održanju kvalitete života*, odnosno *Pomaže u unaprjeđenju kvalitete života* smatra se da imaju pozitivnu percepciju utjecaju turizma na kvalitetu života u mjestu. Rezultati su izraženi na sljedećem grafikonu:

Grafikon 15. Percepcija utjecaja turizma na kvalitetu svakodnevnog života u destinaciji

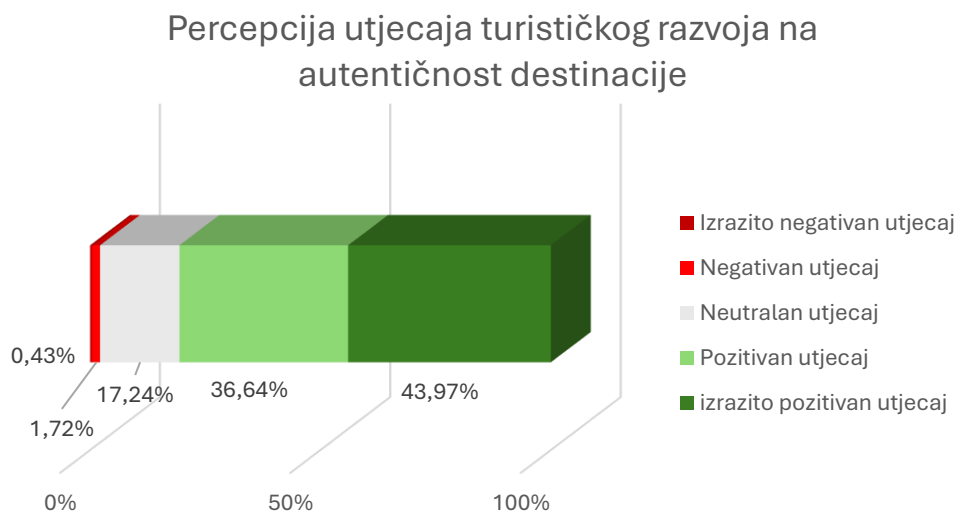


Izvor: Anketno ispitivanje stavova lokalnog stanovništva o turizmu (2025.)

Iz dobivenih rezultata je vidljivo kako na razini destinacije u cjelini, preko tri četvrtine ispitanika ima pozitivnu percepciju utjecaja turizma na kvalitetu svakodnevnog života u destinaciji, te smatraju da turizam pomaže u održanju odnosno unaprjeđenju kvalitete života u destinaciji (82,76%), dok svega 2,16% ispitanika vidi utjecaj turizma na kvalitetu svakodnevnog života kao negativan.

Kod pitanja o utjecaju turističkog razvoja na autentičnost destinacije ispitanici su mogli izraziti svoje mišljenje na skali od 1- *turizam ima izrazito negativan utjecaj* do 5 – *turizam ima izrazito pozitivna utjecaj*, pri čemu je 3 – *turizam ima neutralan utjecaj*. Za ispitanike koji su dali odgovor *Izrazito pozitivan utjecaj*, odnosno *Pozitivan utjecaj*, smatra se da imaju pozitivnu percepciju utjecaja turističkog razvoja na autentičnost destinacije, dok za se za ispitanike koji su dali odgovor *Negativan utjecaj*, odnosno *Izrazito negativan utjecaj*, smatra da imaju negativnu percepciju o navedenome. Rezultati na razini destinacije su prikazani na narednom grafikonu:

Grafikon 16. Percepcija utjecaja turističkog razvoja na autentičnost destinacije

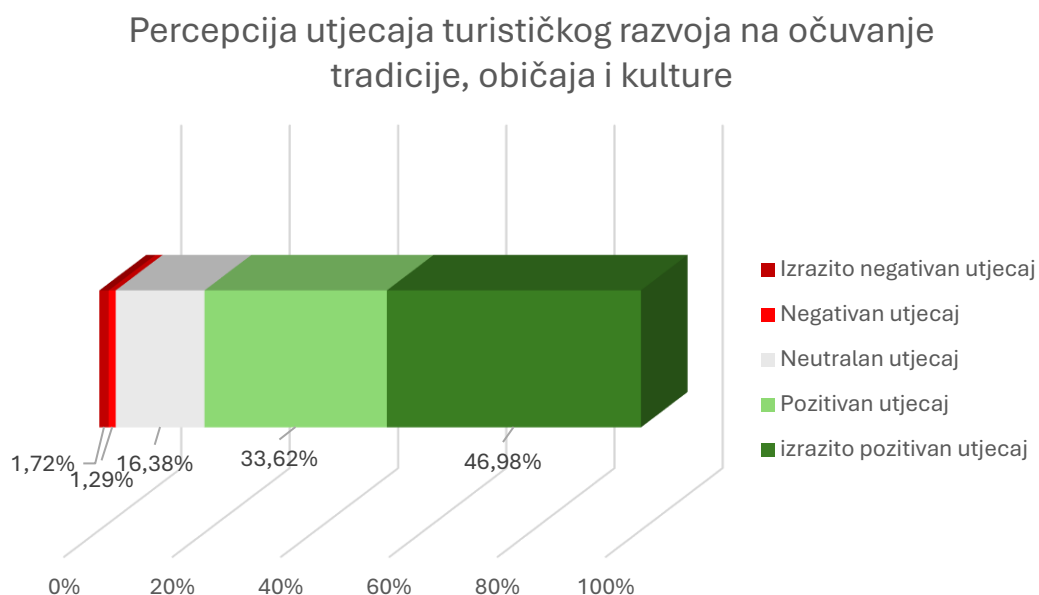


Izvor: Anketno ispitivanje stavova lokalnog stanovništva o turizmu (2025.)

Sukladno dobivenim rezultatima, velika većina ispitanike (80,61%) smatra kako turistički razvoj ima pozitivan ili izrazito pozitivan utjecaj na autentičnost destinacije, dok svega 2,15% ispitanika ima negativnu percepciju po ovom pitanju.

Na pitanje o utjecaju turističkog razvoja na očuvanje tradicije, običaja i kulture ispitanici su mogli izraziti svoje mišljenje na skali od 1- *turizam ima izrazito negativan utjecaj* do 5 – *turizam ima izrazito pozitivna utjecaj*, pri čemu je 3 – *turizam ima neutralan utjecaj*. Za ispitanike koji su dali odgovor *Izrazito pozitivan utjecaj*, odnosno *Pozitivan utjecaj*, smatra se da imaju pozitivnu percepciju utjecaja turističkog razvoja na očuvanje tradicije, običaja i kulture, dok za se za ispitanike koji su dali odgovor *Negativan utjecaj*, odnosno *Izrazito negativan utjecaj*, smatra da imaju negativnu percepciju o navedenome. Rezultati su prikazani na narednom grafikonu:

Grafikon 17. Percepcija utjecaja turističkog razvoja na očuvanje tradicije, običaja i kulture



Izvor: Anketno ispitivanje stavova lokalnog stanovništva o turizmu (2025.)

Dobiveni rezultati su slični rezultatima dobivenima na prethodna dva pitanja – velika većina ispitanika vidi turistički razvoj u pozitivnom svjetlu u kontekstu utjecaja na očuvanje tradicije, običaja i kulture (80,60%), dok mali udio ispitanika ima negativnu percepciju po ovom pitanju (3,01%).

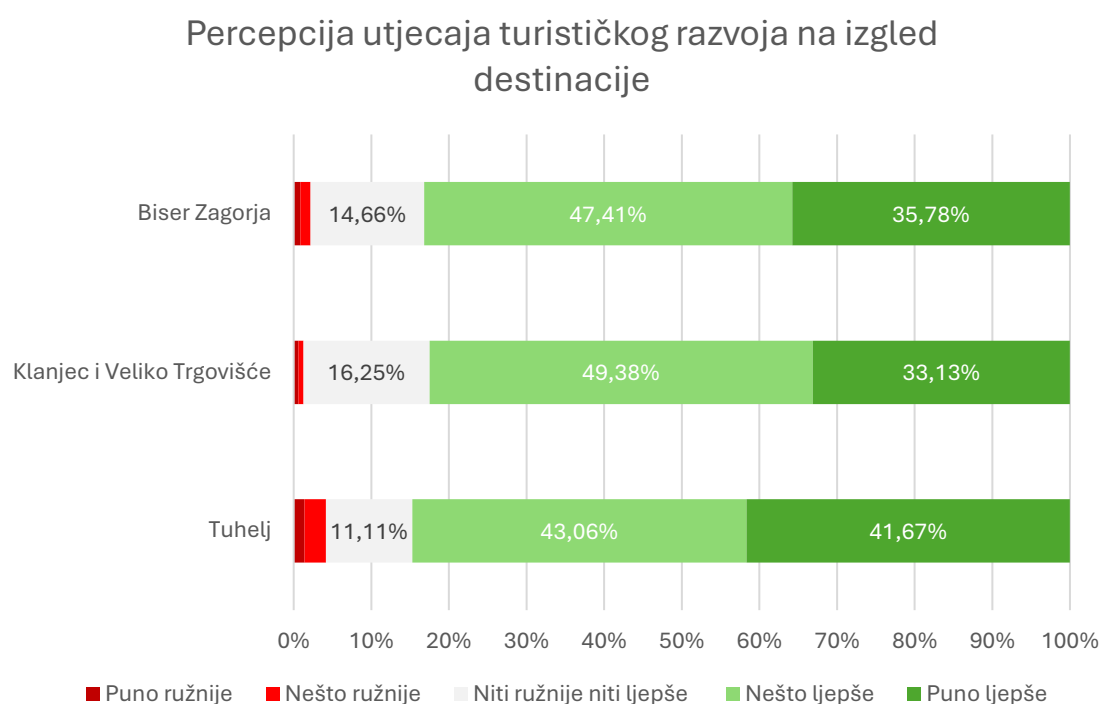
S obzirom na obvezu izrade izračuna prihvatnog kapaciteta destinacije, ispitanicima su postavljena dodatna pitanja za izračun obveznih pokazatelja prihvatnog kapaciteta destinacije, a interpretacija je načinjena na razini definiranih zona te na razini destinacije u cjelini:

- Stav o turizmu kao faktoru povećanja blagostanja stanovnika (obrađeno ranije u analizi);
- Utjecaj turizma na izgled destinacije;
- Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora;
- Iritacija razinom buke u vrijeme turističke sezone;

- Utjecaj pretvaranja stanova u turističke apartmane na kvalitetu života u destinaciji;
- Iritacija neprimjerno odloženim otpadom tijekom turističke sezone;
- Iritacija gužvom u prometu tijekom turističke sezone;
- Iritacija ljetnom gužvom i specifično gužvama na ulicama/javnim površinama.

Ispitanicima je postavljeno pitanje Kako turistički razvoj utječe na izgled mjesta – postaje li ono uslijed turističkog razvoja ružnije ili ljepše?, a odgovarali su na skali od 1 do 5, pri čemu je ocjena 1- *mjesto postaje puno ružnije*, a ocjena 5 – *mjesto postaje puno ljepše*, pri čemu je 3 - *niti ružnije niti ljepše*. Rezultati su izloženi na grafikonu u nastavku:

Grafikon 18. Percepcija utjecaja turističkog razvoja na izgled destinacije po zonama i na razini destinacije Biser Zagorja

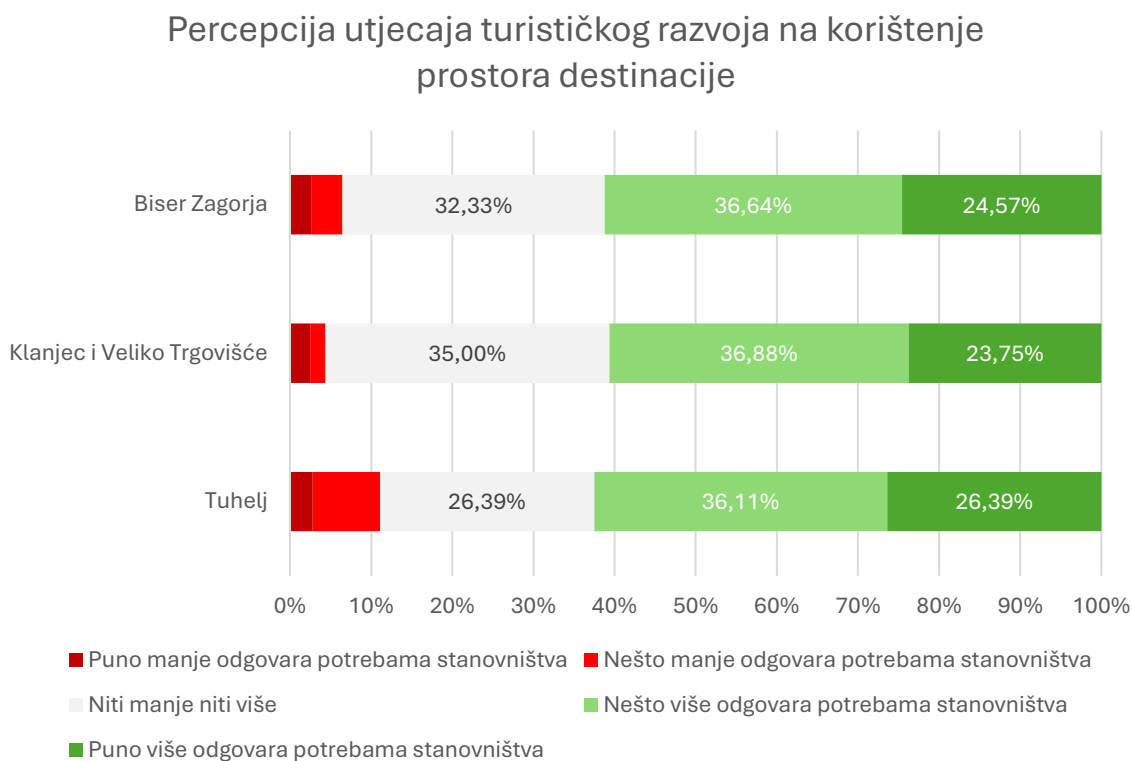


Izvor: Anketno ispitivanje stavova lokalnog stanovništva o turizmu (2025.)

S obzirom na dobivene nalaze, nije utvrđena značajna razlika na razini analiziranih zona odnosno destinacije u cjelini – ispitanici velikom većinom (83,19%) smatraju da turistički razvoj ima pozitivan utjecaj na izgled destinacije, dok je razina zadovoljstva ovim aspektom nešto viša na razini zone Tušlja u odnosu na uzorak (84,73%) odnosno nešto niža na razini zone Klanjec i Veliko Trgovišće (82,51%).

U pogledu utjecaja turizma na korištenje javnog prostora, ispitanicima je postavljeno pitanje Što mislite o načinu korištenja javnog prostora u Vašem mjestu, je li turizam javni prostor (rivu, gradske ulice i trgove, zelene površine) učinio manje ili više prikladnim za Vaše potrebe?. Odgovori su ponuđeni na skali od 1 do 5, pri čemu je ocjena 1 - *javni prostor zbog turizma puno manje odgovara Vašim potrebama*, ocjena 5 - *puno više odgovara Vašim potrebama*, a 3 - *niti manje niti više*.

Grafikon 19. Percepcija utjecaja turističkog razvoja na korištenje prostora destinacije na razini zona i destinacije Biser Zagorja

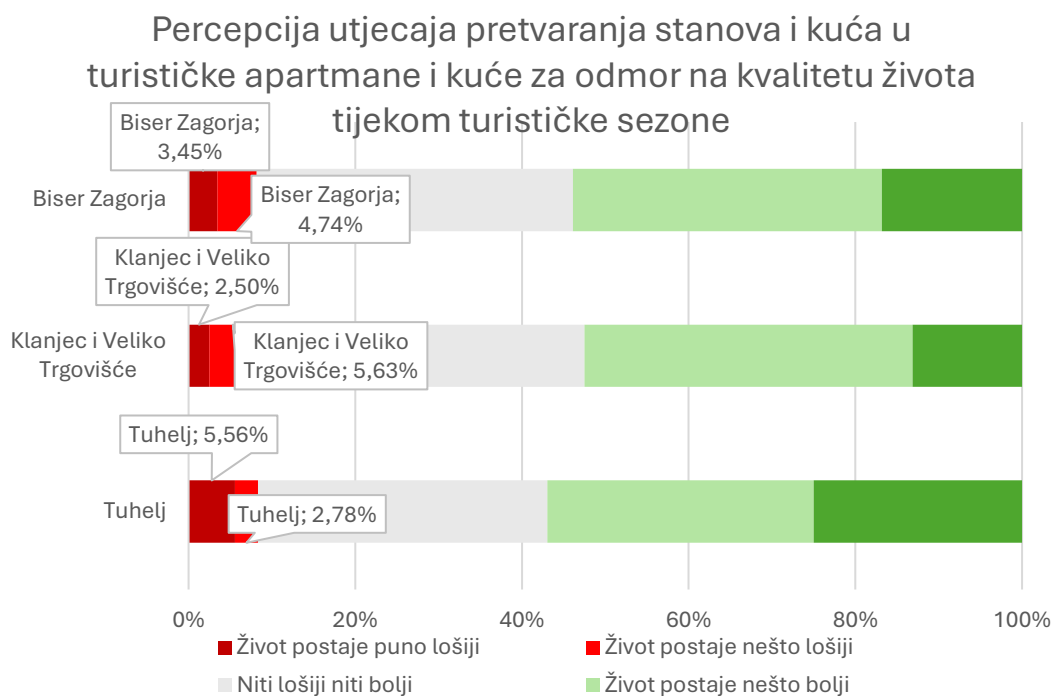


Izvor: Anketno ispitivanje stavova lokalnog stanovništva o turizmu (2025.)

Niti ovdje nije utvrđena značajna razlika na razini analiziranih zona odnosno destinacije u cjelini – iako u nešto manjoj mjeru negoli na pitanju o utjecaju turizma na izgled destinacije, ispitanici većinom (61,21%) smatraju da turistički razvoj ima pozitivan utjecaj na korištenje prostora destinacije, dok je razina zadovoljstva ovim aspektom nešto viša na razini zone Tuhlja u odnosu na uzorak (62,50%) odnosno nešto niža na razini zone Klanjec i Veliko Trgovišće (60,63%).

U kontekstu utjecaja pretvaranja stanova u turističke apartmane na kvalitetu života u destinaciji, ispitanicima je postavljeno pitanje *Što mislite o pretvaranju stanova i kuća u turističke apartmane i kuće za odmor, postaje li život u mjestu zbog toga lošiji ili bolji?* Odgovori su ponuđeni na skali od 1 do 5, pri čemu je ocjena 1 - zbog apartmanizacije život postaje puno lošiji, ocjena 5 - zbog apartmanizacije život postaje puno bolji, pri čemu je 3 - niti lošiji niti bolji.

Grafikon 20. Percepcija utjecaja pretvaranja stanova i kuća u turističke apartmane i kuće za odmor na kvalitetu života tijekom turističke sezone na razini zona i destinacije Biser Zagorja

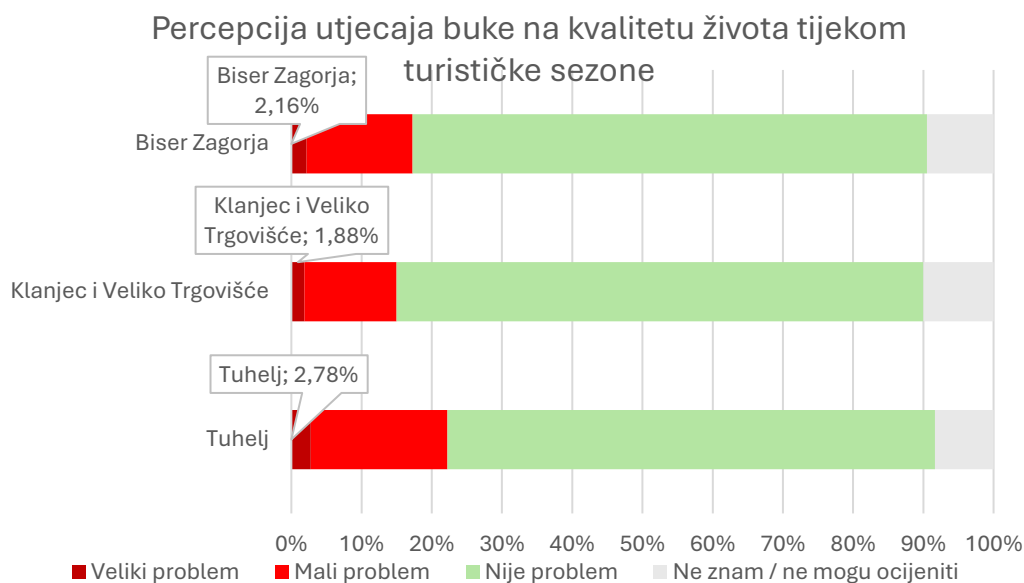


Sukladno dobivenim rezultatima i metodologiji izračuna, ispitanici na razini zone Tuhlja u najvećoj mjeri od promatranih kohorti vide negativan utjecaj pretvaranja stanova i kuća u turističke apartmane i kuće za odmor na kvalitetu života tijekom turističke sezone (8,34%), dok su rezultati vrlo slični na razini destinacije u cjelini (8,19%) i zone Klanjec i Veliko Trgovišće (8,13%). Kako bilo, rezultati su niski na svim promatranim razinama.

Nadalje, ispitanicima je postavljen niz pitanja vezano uz iritaciju negativnim aspektima turizma u destinaciji (buka, gužva na prometnicama i javnim površinama, neprimjereno odloženi otpad). Na sva pitanja ispitanici su odgovarali s *1 - Veliki problem*, *2 - Mali problem*, *3 - Nije problem* ili *9. Ne znam/ne mogu ocijeniti*. Sukladno metodologiji izračuna, analiza je rađena na razini zona i destinacije u cjelini, a u obzir se uzimaju odgovori ispitanika koji određeni aspekt smatraju velikim problemom (*1 - Veliki problem*).

U kontekstu iritacije bukom, ispitanicima je postavljeno pitanje *Kada pomislite na život u svojem mjestu tijekom turističke sezone, predstavlja li buka veliki problem, mali problem ili uopće nije problem?*, a rezultati su izloženi na grafikonu u nastavku:

Grafikon 21. Percepcija utjecaja buke na kvalitetu života tijekom turističke sezone na razini zona i destinacije Biser Zagorja

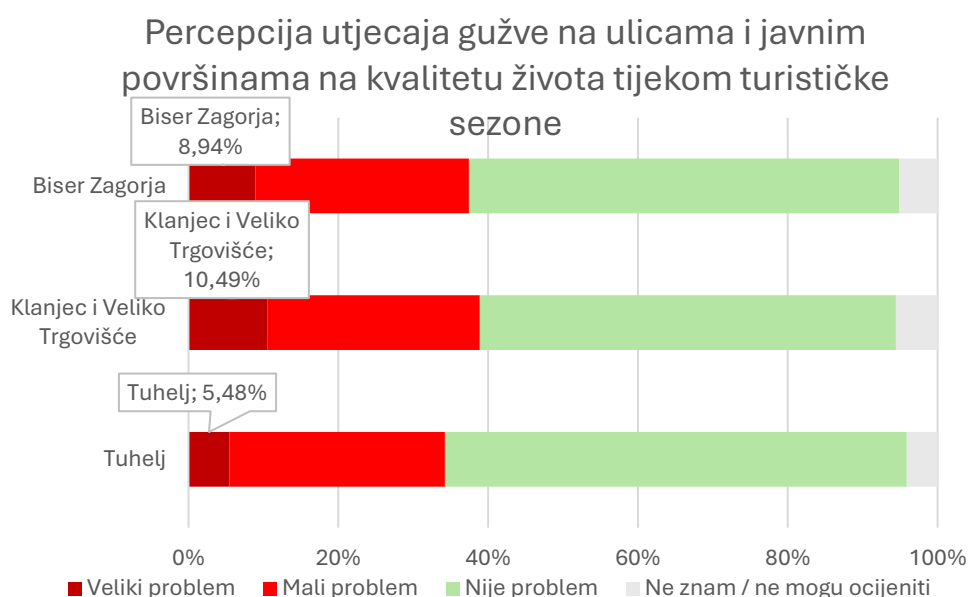


Izvor: Anketno ispitivanje stavova lokalnog stanovništva o turizmu (2025.)

Iz rezultata je vidljivo kako vrlo mali udio ispitanika, kako na razini destinacije tako i na razini promatranih zona, smatraju buku tijekom turističke sezone velikim problemom, odnosno buka ne predstavlja problem na razini promatranih zona niti destinacije u cjelini.

Nadalje, ispitanicima je postavljeno pitanje *Kada pomislite na život u svojem mjestu tijekom turističke sezone, predstavlja li gužva u prometu veliki problem, mali problem ili uopće nije problem?*, a rezultati su izloženi na grafikonu u nastavku:

Grafikon 22. Percepcija utjecaja gužve na ulicama i javnim površinama na kvalitetu života tijekom turističke sezone na razini zona i destinacije Biser Zagorja

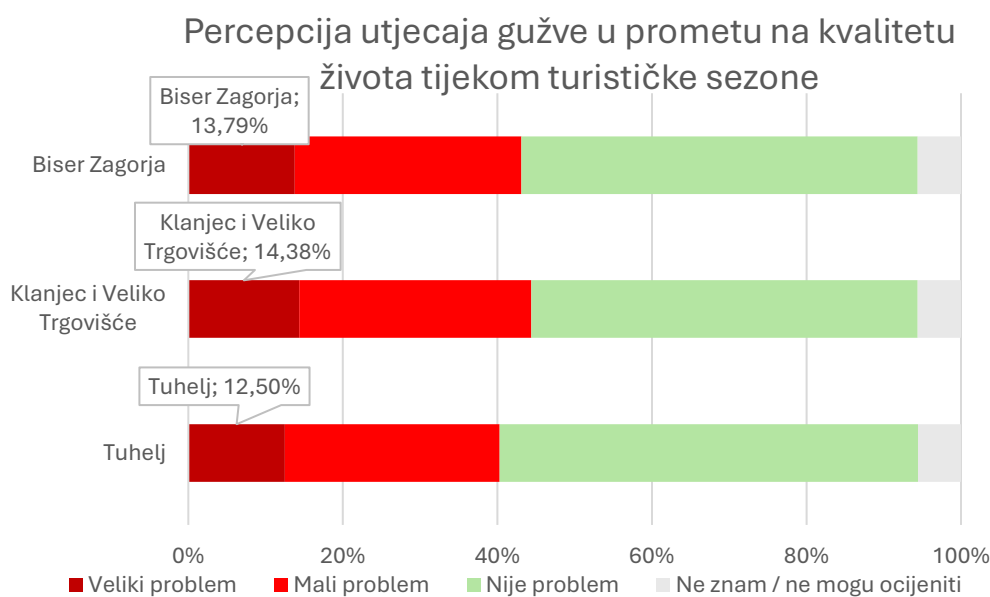


Izvor: Anketno ispitivanje stavova lokalnog stanovništva o turizmu (2025.)

Na ovom pitanju je vidljiva nešto viša razina nezadovoljstva u odnosu na percepciju utjecaja buke, pri čemu je najveći udio ispitanika s odgovorom 1 – Veliki problem identificiran na razini zone Klanjec i Veliko Trgovišće (10,49%), a najmanji na razini zone Tuhlja (5,48%), no njihov je udio na razini promatranih zona i destinacije malen.

Također, u kontekstu iritacije bukom ispitanicima je postavljeno dodatno pitanje *Kada pomislite na život u svojem mjestu tijekom turističke sezone, predstavlja li gužva u prometu veliki problem, mali problem ili uopće nije problem?*, a rezultati su izloženi na grafikonu u nastavku:

Grafikon 23. Percepcija utjecaja gužve u prometu na kvalitetu života tijekom turističke sezone na razini zona i destinacije Biser Zagorja

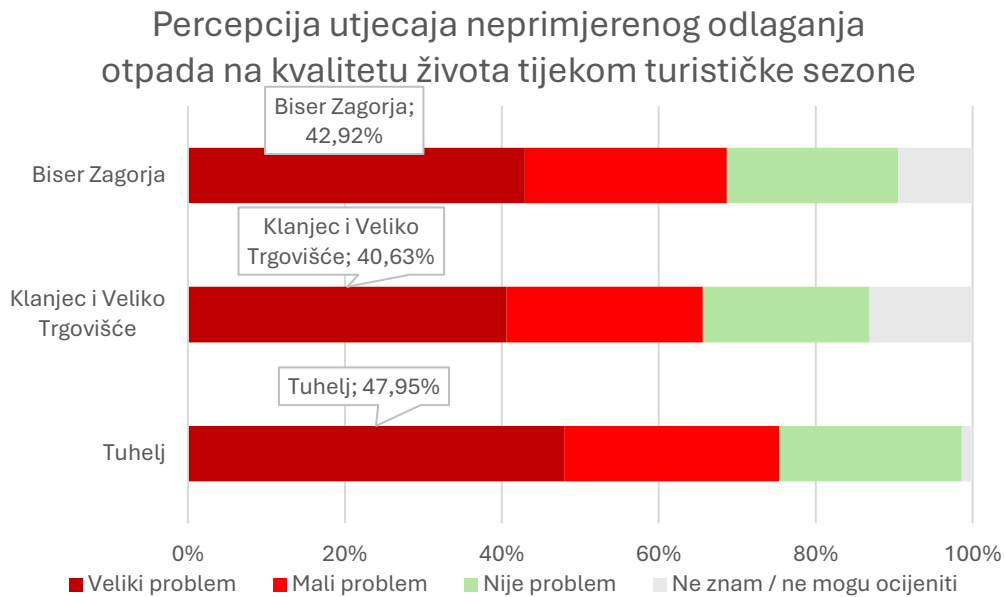


Izvor: Anketno ispitivanje stavova lokalnog stanovništva o turizmu (2025.)

Na ovom pitanju se rezultati vrlo slični rezultatima na pitanju o utjecaju gužve na ulicama i javnim površinama, pri čemu je najveći broj udio ispitanika s odgovorom 1 – Veliki problem identificiran na razini zone Klanjec i Veliko Trgovišće (14,38%), te nešto manji na razini zone Tuhlja (12,50%), no njihov je udio na razini promatranih zona i destinacije malen.

Naposljetku, ispitanicima je postavljeno pitanje *Kada pomislite na život u svojem mjestu tijekom turističke sezone, predstavlja li neprimjereno odlaganje otpada veliki problem, mali problem ili uopće nije problem?*, a rezultati su izloženi na grafikonu u nastavku:

Grafikon 24. Percepcija utjecaja neprimjerenog odlaganja otpada na kvalitetu života tijekom turističke sezone na razini zona i destinacije Biser Zagorja



Izvor: Anketno ispitivanje stavova lokalnog stanovništva o turizmu (2025.)

Na ovom pitanju su dobiveni znatno drugačiji rezultati nego na prethodnim pitanjima vezanima uz iritaciju različitim aspektima turizma u destinaciji. Na svim analiziranim razinama preko 40% ispitanika vidi neprimjereni odlaganje otpada u destinaciji kao veliki problem, pri čemu su po ovom pitanju najosjetljiviji stanovnici u zoni Tuhlja (47,95%). Kako bilo, nezadovoljstvo je na svim promatranim razinama visoko, pogotovo ako se u obzir uzmu i ispitanici koji su odgovorili s 2 – mali problem, te se zaključuje kako neprimjereni odlaganje otpada znatno iritira lokalno stanovništvo kako na razini promatranih zona, tako i na razini destinacije u cjelini.

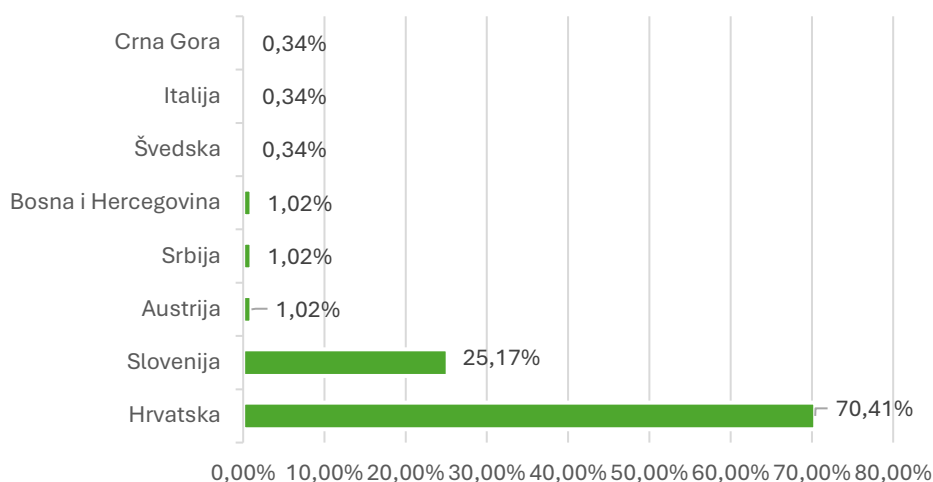
## 5.5. Rezultati analize zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja

Istraživanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja boravkom na području Biser Zagorja provedeno je u razdoblju od 1. rujna do 8. prosinca 2025. godine putem upitnika objavljenog na platformi EU Survey. Istraživanje je temeljeno na metodološkom okviru propisanom metodološkim smjernicama za istraživanje stavova lokalnog stanovništva o turizmu i utjecaju turizma na kvalitetu života. Istraživanjem su prikupljena 293 popunjena upitnika turista i jednodnevnih posjetitelja, od čega 274 turista i 19 jednodnevnih posjetitelja.

Ispitanici su odgovarali na identifikacijska pitanja vezano uz zemlju stalnog boravka, županiju stalnog boravka (ukoliko se radi o domaćim turistima ili posjetiteljima), distinkciju između jednodnevnih posjetitelja i turista, te vrsti smještajnog objekta u kojem odsjedaju, a rezultati su izloženi u nastavku.

Grafikon 25. Struktura ispitanika prema zemlji stalnog boravka (gosti i jednodnevni posjetitelji)

### Struktura ispitanika po zemlji stalnog boravka



Izvor: Anketno ispitivanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja (2025.)

U uzorku su većinom zastupljeni domaći turisti i jednodnevni posjetitelji (70,41%), dok su u manjoj mjeri zastupljeni turisti iz inozemstva, pri čemu najveći broj njih stalno boravi u Sloveniji (25,17%), zatim Austriji, Srbiji i Bosni i Hercegovini (po 1,02%) te Švedskoj, Italiji i Crnoj Gori (0,34%). Naredni grafikon prikazuje strukturu domaćih turista i posjetitelja prema županiji stalnog boravka:

Grafikon 26. Struktura ispitanika prema županiji stalnog boravka

### Struktura ispitanika prema županiji stalnog boravka



Izvor: Anketno ispitivanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja (2025.)

Iz navedenih podataka je vidljivo kako najveći udio turista i jednodnevnih posjetitelja dolazi iz Grada Zagreba (23,67%), zatim ispitanici iz Istarske županije (13,53%), Primorsko-goranske županije (11,59%), Zagrebačke županije i Splitsko-dalmatinske županije (po 9,18%), te u manjoj mjeri ispitanici iz ostalih županija.

U pogledu razlikovanja između jednodnevnih posjetitelja i turista, uzorak je obuhvatio 93,51% gostiju koji su ostvarili barem jedno noćenje, odnosno 92,49% gostiju koji su noćili u komercijalnom smještaju i 1,02% gostiju koji su noćili, ali nisu plaćali smještaj, dok su jednodnevni posjetitelji obuhvaćeni s 6,48%, kako je prikazano na narednom grafikonu.

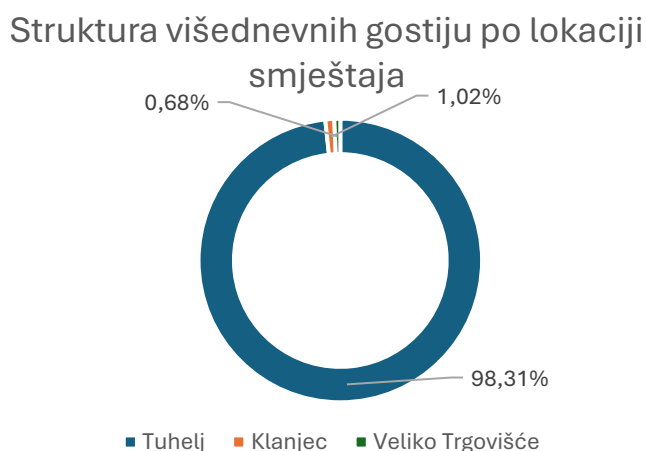
Grafikon 27. Struktura ispitanika - jednodnevni posjetitelji i višednevni gosti na području Biser Zagorja



Izvor: Anketno ispitivanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja (2025.)

Na temelju pitanja o lokaciji smještaja u sklopu TZ Biser Zagorja na području kojega noće, velika većina ispitanika je noćila u Tuhlju (98,31%), dok su Klanjec (1,02%) i Veliko Trgovišće (0,68%) zastupljeni u značajno manjoj mjeri, u skladu s udjelom ostvarenih noćenja u destinaciji u 2024. godini.

Grafikon 28. Struktura višednevnih gostiju po lokaciji smještaja na području Biser Zagorja

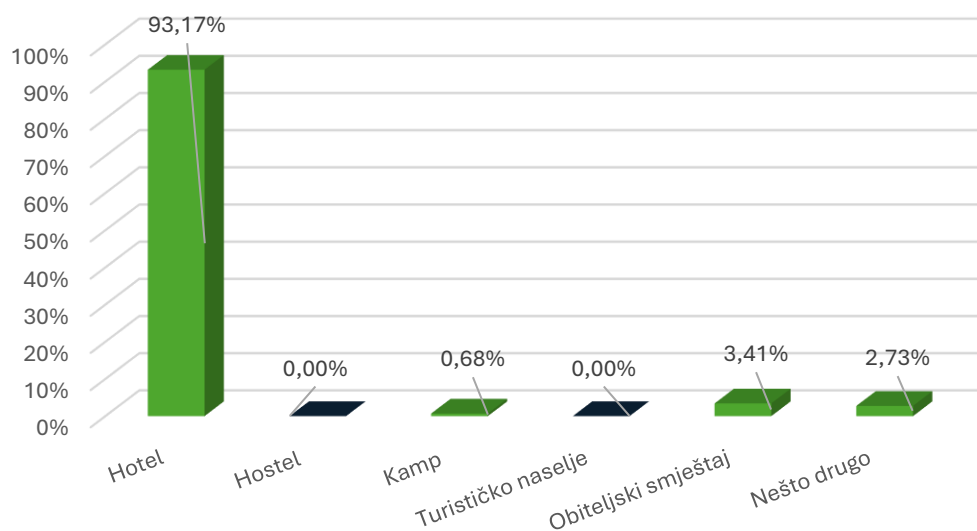


Izvor: Anketno ispitivanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja (2025.)

Ispitanici su dodatno segmentirani prema vrsti smještajnog objekta u kojem odsjedaju u destinaciji, a mogli su birati između odgovora *Hotel*, *Hostel*, *Kamp*, *Turističko naselje*, *Obiteljski smještaj (soba, apartman, kuća za odmor i slično)*, *Nešto drugo, što?* Rezultati su izloženi na grafikonu u nastavku:

Grafikon 29. Struktura ispitanika prema vrsti smještajnog objekta u kojem odsjedaju na području Biser Zagorja

### Struktura ispitanika prema vrsti smještajnog objekta u kojem odsjedaju

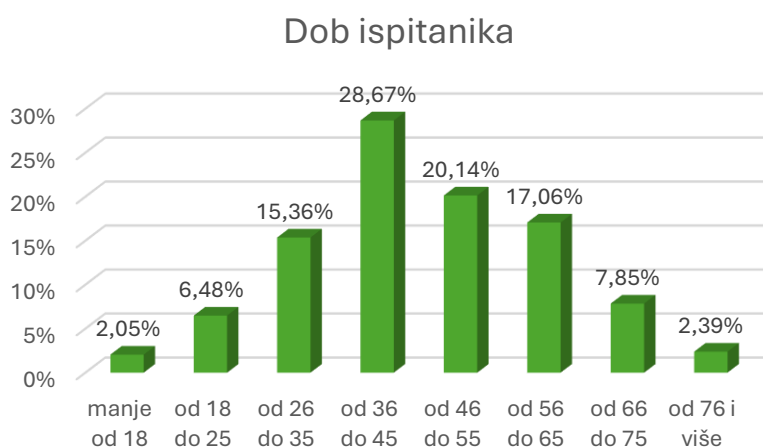


Izvor: Anketno ispitivanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja (2025.)

Rezultati pokazuju kako je velika većina ispitanika noćila u hotelima (93,17%), te u manjoj mjeri u obiteljskom smještaju (3,41%) i kampovima (0,68%).

Osnovne socio-demografske karakteristike ispitanika – distribucija po dobnim skupinama, spol, razina obrazovanja, mjesečna primanja kućanstva - prikazane su u nastavku.

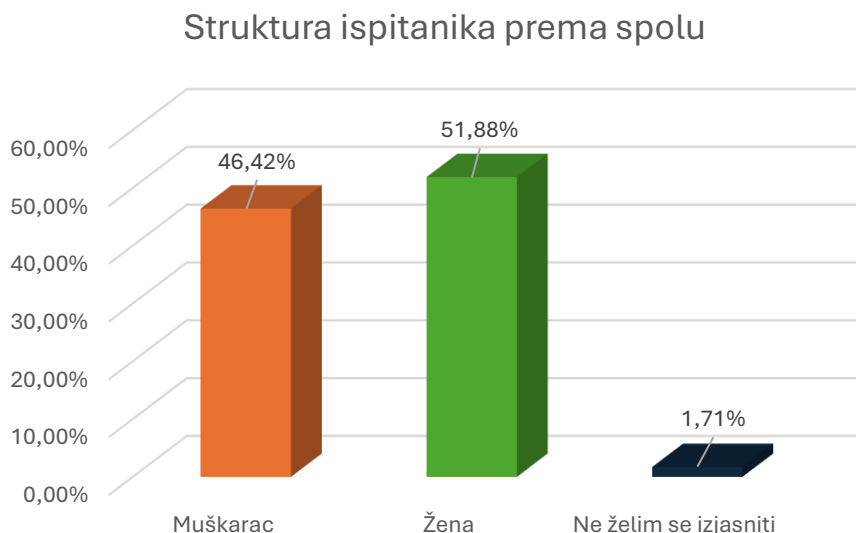
Grafikon 30. Dob ispitanika (turisti i jednodnevni posjetitelji)



Izvor: Anketno ispitivanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja (2025.)

Najveći broj ispitanika pripada dobnoj skupini od 36-45 godina (28,67%), zatim susjednim dobnim skupinama od 46-55 godina (20,14%), te 56-65 godina (17,06%) odnosno 26-35 godina (15,36), dok su ostale dobne skupine zastupljene u manjoj mjeri.

Grafikon 31. Struktura ispitanika prema spolu (turisti i jednodnevni posjetitelji)



Izvor: Anketno ispitivanje zadovoljstva turista i jednodневnih posjetitelja (2025.)

Sukladno dobivenim rezultatima, u uzorku su u većoj mjeri zastupljene žene (51,88%), dok su muškarci zastupljeni s 46,42%, te 1,71% ispitanika koji se ne žele izjasniti po ovom pitanju.

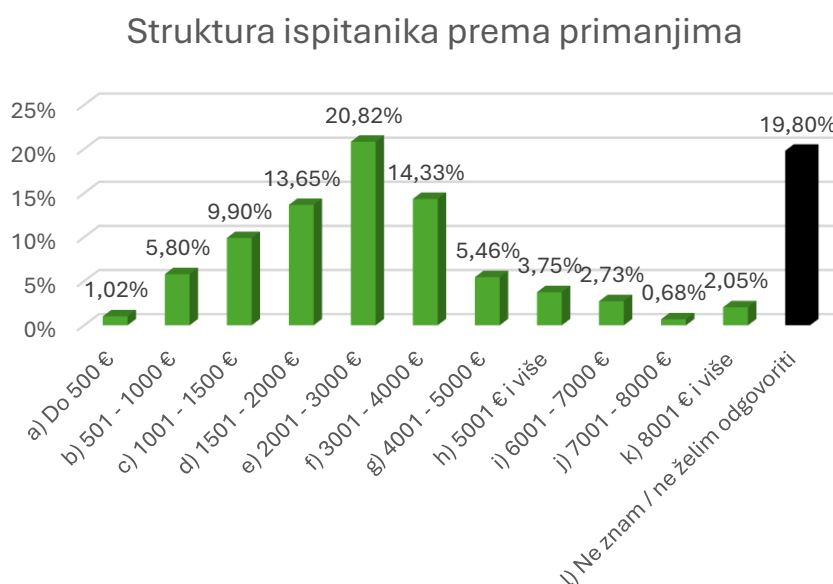
Grafikon 32. Razina obrazovanja ispitanika (turisti i jednodnevni posjetitelji)



Izvor: Anketno ispitivanje zadovoljstva turista i jednodnevni posjetitelja (2025.)

U pogledu razine obrazovanja, među ispitanicima najveći udio zauzimaju osobe sa završenim fakultetom i višim stupnjevima (50,85%), zatim osobe sa srednjom školom i nižim stupnjevima (31,06%), te osobe s višom školom (15,36%).

Grafikon 33. Struktura ispitanika prema primanjima (turisti i jednodnevni posjetitelji)

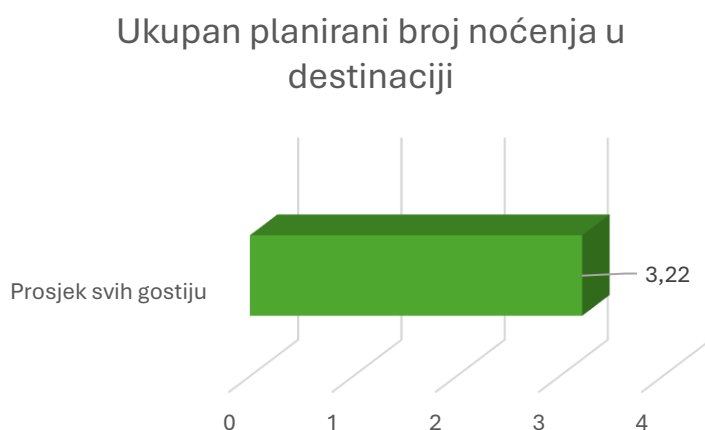


Izvor: Anketno ispitivanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja (2025.)

Među ispitanicima najveći je udio onih čija obiteljska primanja na mjesečnoj razini spadaju u razred 2.001-3.000 EUR (20,82%), slijede ispitanici koji nisu htjeli podijeliti informaciju o primanjima (19,80%), zatim ispitanici u razredu 3.001-4.000 EUR (14,33%) i u razredu 1.501-2.000 EUR (13,65%), dok su razredi s najnižim i najvišim primanjima najmanje zastupljeni.

U kontekstu obilježja putovanja, ispitanicima je postavljeno pitanje da navedu ukupan planirani broj noćenja u destinaciji tijekom ovog putovanja, a rezultati su prikazani u nastavku:

Grafikon 34. Ukupan planirani broj noćenja u destinaciji (turisti)



Izvor: Anketno ispitivanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja (2025.)

Uzorak je kontroliran na način da su iz izračuna izuzeti jednodnevni posjetitelji koji ne ostvaruju noćenje, te na razini svih gostiju iz uzorka prosječan planirani broj noćenja iznosi 3,22.

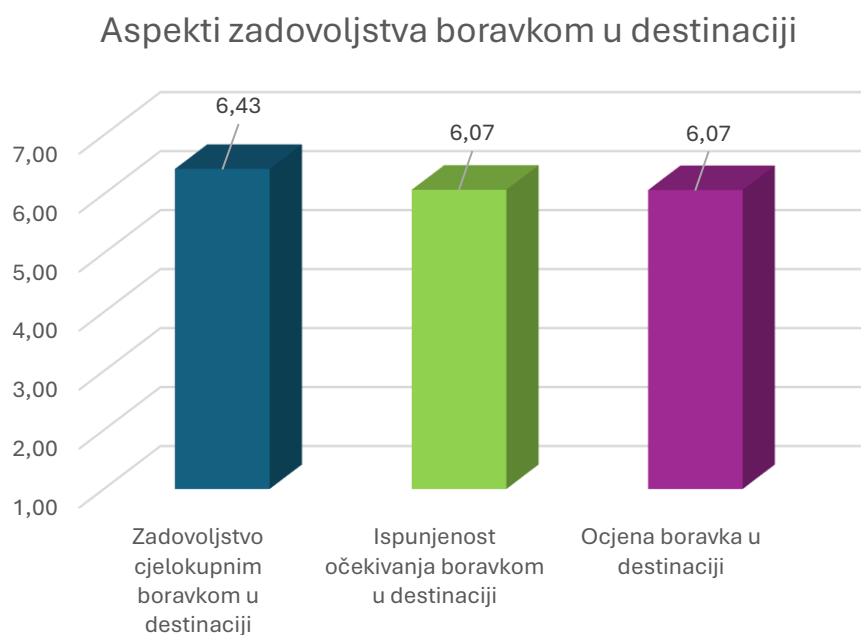
Nadalje, ispitanicima su postavljena tri pitanja za izračun obveznog pokazatelja održivosti 1.2.1. Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji - indeks zadovoljstva posjetitelja destinacijom.

Za izračun indeksa zadovoljstva korišteni su rezultati temeljem odgovora na tri pitanja:

- Koliko ste zadovoljni svojim cjelokupnim boravkom u ovoj destinaciji?
- U kojoj mjeri je boravak u ovoj destinaciji ispunio Vaša očekivanja?
- Kako biste ocijenili svoj boravak u ovoj destinaciji?

Na sva tri pitanja ispitanici su mogli dati odgovor na skali od 1 do 7, pri čemu je prosječan rezultat za pitanje *Koliko ste zadovoljni svojim cjelokupnim boravkom u ovoj destinaciji?* na skali od 1 (*U potpunosti nezadovoljan/na*) do 7 (*U potpunosti zadovoljan/na*) iznosio 6,43, za pitanje *U kojoj mjeri je boravak u ovoj destinaciji ispunio Vaša očekivanja?* na skali od 1 (*Daleko ispod očekivanja*) do 7 (*Daleko iznad očekivanja*) iznosio 6,07, a za pitanje *Kako biste ocijenili svoj boravak u ovoj destinaciji?* na skali od 1 (*Najgori mogući boravak kojega možete zamisliti*) do 7 (*Najbolji mogući boravak kojega možete zamisliti*) također iznosio 6,07. Usporedni rezultati su prikazani na narednom grafikonu:

Grafikon 35. Aspekti zadovoljstva boravkom u destinaciji (turisti i jednodnevni posjetitelji)



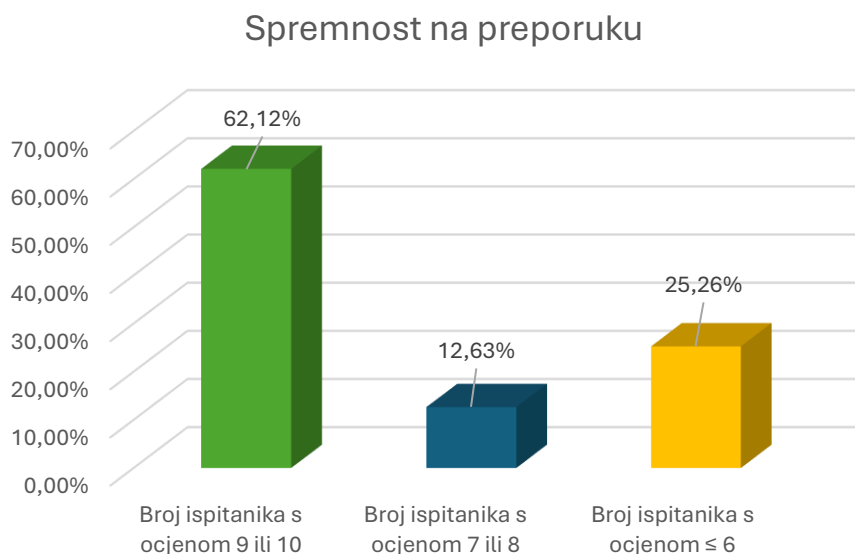
Izvor: Anketno ispitivanje zadovoljstva turista i jednodневnih posjetitelja (2025.)

Na sva tri pitanja ispitanici su u prosjeku dali vrlo visoke ocjene, te se može zaključiti da su ispitanici u cjelini vrlo zadovoljni boravkom u destinaciji, da je boravak bio daleko iznad njihovih očekivanja te svoj boravak ocjenjuju kao najbolji mogući boravak koji mogu zamisliti.

S druge strane, izračun neto spremnosti na preporuku napravljen je na temelju odgovora na pitanje *Koliko je vjerojatno da ćete ovo mjesto preporučiti prijateljima, rodbini ili kolegama?*, na koje su ispitanici mogli dati odgovor od 0 (*Nije vjerojatno da ću preporučiti*) do 10 (*Vrlo je vjerojatno da ću preporučiti*). Kao ispitanici koji su spremni

preporučiti destinaciju prijateljima, rodbini ili kolegama identificirani su oni ispitanici koji su na navedeno pitanje dali odgovor 9 ili 10 (promotori), a kao oni koji na to nisu spremni identificirani su ispitanici koji su na navedeno pitanje dali odgovor 6 ili niže (odgovaratelji). Rezultati su prikazani na grafikonu u nastavku:

Grafikon 36. Spremnost na preporuku destinacije Biser Zagorja



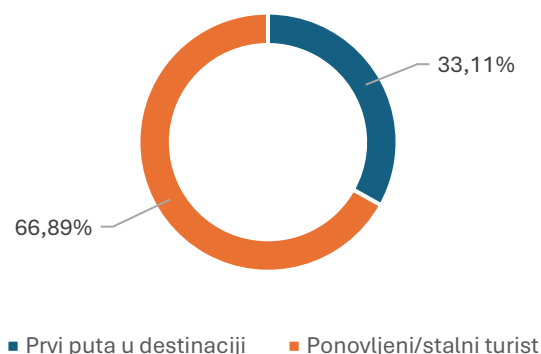
Izvor: Anketno ispitivanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja (2025.)

Sukladno dobivenim rezultatima, najveći je udio ispitanika dao ocjenu 9 ili 10 (promotori – 62,12%), zatim slijede ispitanici koji su dali ocjenu 6 ili niže (odgovaratelji – 25,26%), te naposljetku ispitanici s ocjenom 7 ili 8 (12,63%). Ovi su podatci donekle nedosljedni podacima dobivenima na pitanjima vezano uz aspekte zadovoljstva boravkom u destinaciji, te se može zaključiti kako su svi ispitanici u prosjeku vrlo zadovoljni svojim boravkom u destinaciji, ali su u manjoj mjeri spremni preporučiti destinaciju prijateljima, rodbini ili kolegama.

Ispitanicima su postavljena i pitanja vezano uz specifični pokazatelj održivosti 1.2.1. Postotak ponovljenih/stalnih turista u smještajnim objektima destinacije. Na pitanje *Je li ovo Vaš prvi posjet ovoj destinaciji?* ispitanici su odgovarali s *Da* ili *Ne*, te su ispitanici koji nisu prvi put u destinaciji imali mogućnost odgovora na dodatno pitanje *Koliko ste puta posjetili ovo mjesto tijekom posljednjih pet godina (ne računajući ovaj posjet)?*. Rezultati su prikazani na narednom grafikonu:

Grafikon 37. Postotak ponovljenih/stalnih turista u smještajnim objektima destinacije Biser Zagorja

### Postotak ponovljenih/stalnih turista u smještajnim objektima destinacije

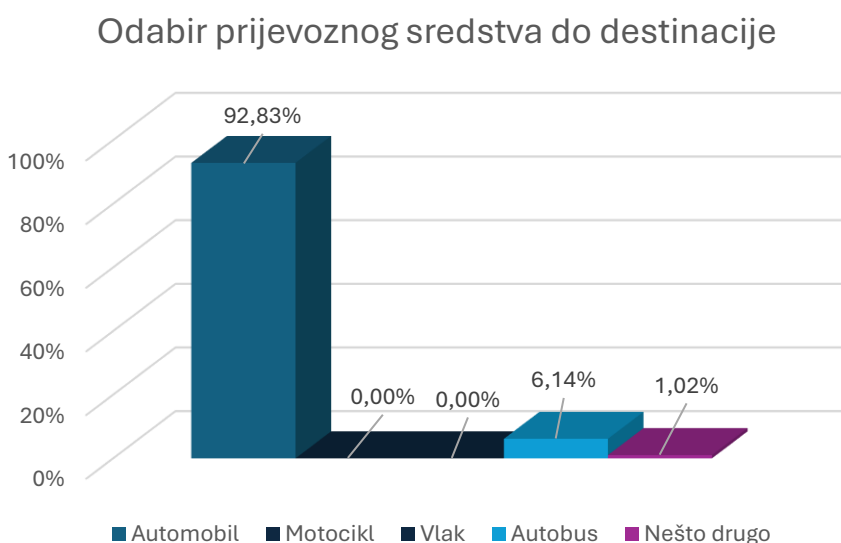


Izvor: Anketno ispitivanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja (2025.)

Iz navedenog je vidljivo kako približno dvije trećine ispitanika potpada među ponovljene/stalne turiste (66,89%), dok je manji udio (33,11%) gostiju koji su prvi puta u destinaciji. Pritom su ponovljeni/stalni turisti u najvećoj mjeri izjavili kako destinaciju posjećuju barem jednom godišnje.

Dodatno, ispitanicima su postavljena pitanja za specifični pokazatelj održivosti 2.5.2. Postotak turista i jednodnevnih posjetitelja koji koriste različita prometna sredstva za dolazak na odredište (javna /privatna i vrsta). Na pitanje *Kojim ste prijevoznim sredstvom doputovali u ovu destinaciju (ako ste koristili više vrsta prijevoznih sredstava, označite ono kojim ste prevalili najveći dio puta)?* ispitanici su mogli birati između odgovora *Automobilom, Motociklom, Biciklom, Autobusom, Vlakom, Zrakoplovom i Drugim prijevoznim sredstvom*. Rezultati su prikazani na grafikonu u nastavku:

Grafikon 38. Odabir prijevoznog sredstva do destinacije Biser Zagorja (turisti i jednodnevni posjetitelji)



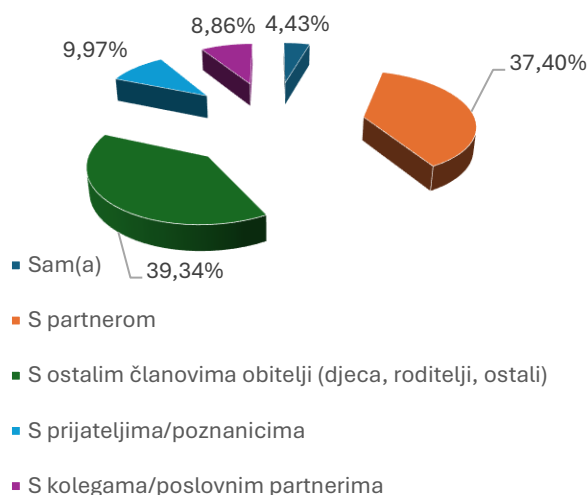
Izvor: Anketno ispitivanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja (2025.)

Iz rezultata je vidljivo kako je velika većina ispitanika u destinaciju došlo privatnim prijevozom, uključujući prvenstveno automobil (92,83%), dok je svega 6,14% ispitanika u destinaciju došlo javnim prijevozom – autobusom.

Ispitanicima su postavljena i dodatna pitanja, kako bi se prikupile dodatne relevantne informacije vezano uz suputnike i razloge posjeta. Tako su na pitanje *S kime putujete?* imali mogućnost pružiti odgovor *Sam(a)*, *S partnerom*, *S ostalim članovima obitelji (djeca, roditelji, ostali)*, *S prijateljima/poznancima* i *S kolegama/poslovnim partnerima*. Rezultati su prikazani na grafikonu u nastavku:

Grafikon 39. Informacije o suputnicima do destinacije Biser Zagorja (turisti i jednodnevni posjetitelji)

### Informacije o suputnicima do destinacije



Izvor: Anketno ispitivanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja (2025.)

Najveći broj ispitanika je u destinaciju došao s ostalim članovima obitelji (djeca, roditelji, ostali) 39,94%, zatim s partnerom (37,40%), te u nešto manjoj mjeri s prijateljima/poznancima (9,97%) odnosno s kolegama/poslovnim partnerima (8,86%), dok je najmanji udio ispitanika koji su u destinaciju došli sami (4,43%). Nalaz je bitan u kontekstu potrebe definiranja ciljanih skupina turista s emitivnih tržišta.

S obzirom na obvezu izrade izračuna prihvatnog kapaciteta destinacije, ispitanicima su postavljena dodatna pitanja za izračun obveznih pokazatelja prihvatnog kapaciteta destinacije, a interpretacija je načinjena na razini definiranih podskupina sukladno definiranoj metodologiji:

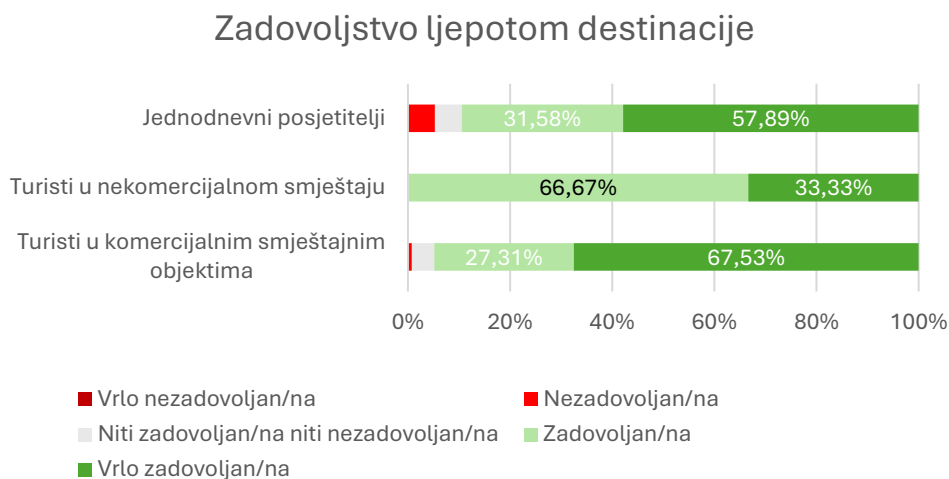
- Nezadovoljstvo radi gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama;
- Zadovoljstvo ljepotom i uređenošću mjesta (kulturni i prirodni aspekti) kao i glavnih atrakcija;
- Utjecaj buke na kvalitetu boravka;
- Zadovoljstvo prometom u destinaciji.

Odgovori na pitanja vezano uz obvezni pokazatelj Zadovoljstvo ljepotom i uređenošću mjesta (kulturni i prirodni aspekti) kao i glavnih atrakcija, atrakcijama ponuđeni su na skali od 1 = 'U potpunosti nezadovoljan/na' do 7 = 'U potpunosti zadovoljan/na', pri čemu

je 3 = 'Niti zadovoljan/na niti nezadovoljan/na'. Kao ispitanici zadovoljni ovim aspektom definirani su oni ispitanici koji su odabrali odgovor 6 ili 7.

Prvo pitanje u ovom kontekstu glasilo je *Koliko ste zadovoljni ljepotom mjesta?*, a rezultati po analiziranim podskupinama izloženi su na narednom grafikonu:

Grafikon 40. Zadovoljstvo ljepotom destinacije Biser Zagorja po segmentima turista i posjetitelja

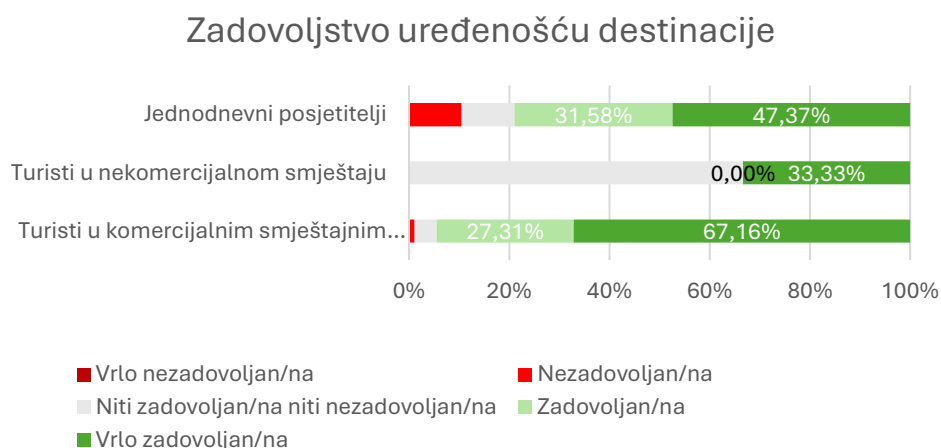


Izvor: Anketno ispitivanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja (2025.)

Sukladno rezultatima, ljepotom destinacije su u potpunosti zadovoljni turisti u nekomercijalnom smještaju, a ovim aspektom destinacije u najvećoj mjeri su zadovoljni turisti u komercijalnim smještajnim objektima (94,84%) odnosno jednodnevni posjetitelji (89,47%).

Slijedilo je pitanje *Koliko ste zadovoljni uređenošću mjesta?*, a rezultati po analiziranim podskupinama izloženi su na narednom grafikonu:

Grafikon 41. Zadovoljstvo uređenošću destinacije Biser Zagorja po segmentima turista i posjetitelja



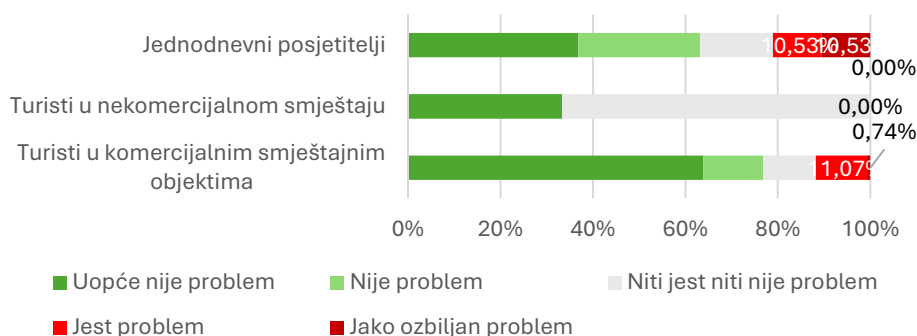
Izvor: Anketno ispitivanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja (2025.)

Rezultati na ovom pitanju su vrlo slični onima na pitanju o zadovoljstvu ljepotom destinacije, s time da je na ovom pitanju nešto niža razina zadovoljstva na razini svih promatranih segmenata, no interpretira se kao visoka razina zadovoljstva uređenošću destinacije.

Vežano uz obvezni pokazatelj Nezadovoljstvo radi gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama, ispitanicima je postavljeno pitanje *U kojoj Vam mjeri gužva na ulicama/trgovima/atrakcijama predstavlja problem tijekom Vašeg boravka u destinaciji?*, a odgovori su ponuđeni na skali od 1 = 'Uopće nije problem', do 7 = 'Jako ozbiljan problem'. Kao ispitanici nezadovoljni ovim aspektom definirani su oni ispitanici koji su odabrali odgovor 1 ili 2, a rezultati su izloženi na grafikonu u nastavku:

Grafikon 42. Percepcija utjecaja gužve na ulicama i javnim površinama na kvalitetu doživljaja destinacije Biser Zagorja po segmentima turista i posjetitelja

### Percepcija utjecaja gužve na ulicama i javnim površinama na kvalitetu doživljaja destinacije

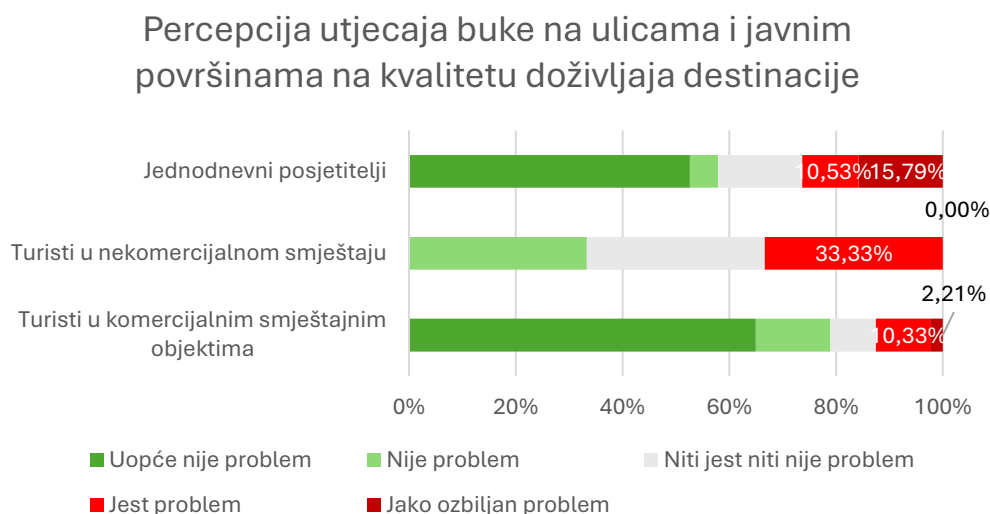


Izvor: Anketno ispitivanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja (2025.)

Sukladno rezultatima, turisti u nekomercijalnom smještaju uopće ne vide gužvu na ulicama i javnim površinama kao faktor koji narušava kvalitetu doživljaja destinacije, dok je u ostalim analiziranim segmentima nezadovoljstvo ovim aspektom na niskoj razini – 11,81% turista u komercijalnim smještajnim objektima gužvu vide kao problem odnosno ozbiljan problem, kako i 21,05% jednodnevnih posjetitelja.

Vežano uz obvezni pokazatelj Utjecaj buke na kvalitetu boravka, ispitanicima je postavljeno pitanje *U kojoj Vam mjeri buka na javnim prostorima (ulicama, trgovima, atrakcijama) predstavlja problem tijekom Vašeg boravka u destinaciji?*, a odgovori su ponuđeni na skali od 1 = 'Uopće nije problem', do 7 = 'Jako ozbiljan problem'. Kao ispitanici nezadovoljni ovim aspektom definirani su oni ispitanici koji su odabrali odgovor 1 ili 2, a rezultati su izloženi na grafikonu u nastavku:

Grafikon 43. Percepcija utjecaja buke na ulicama i javnim površinama na kvalitetu doživljaja destinacije Biser Zagorja po segmentima turista i posjetitelja

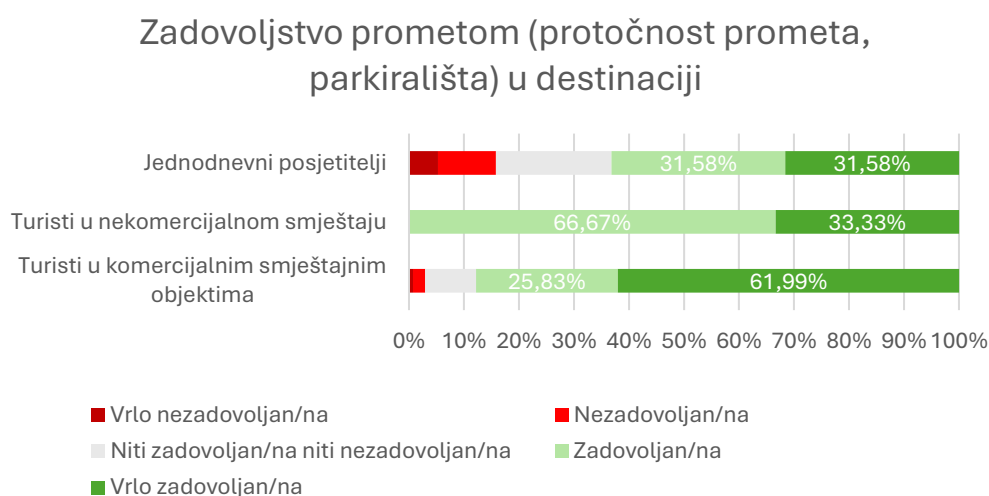


Izvor: Anketno ispitivanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja (2025.)

Rezultati ukazuju da turisti u nekomercijalnom smještaju buku na ulicama i javnim površinama vide kao faktor narušavanja kvalitete doživljaja destinacije u većoj mjeri od ostalih promatranih segmenata (33,33%), s time da se radi ograničenog udjela u uzorku ovaj nalaz mora uzeti s ograničenjem. Gledano u cjelini, nezadovoljstvo bukom na ulicama i javnim površinama nije visoko na razini niti jednog analiziranog segmenta.

Vežano uz obvezni pokazatelj Zadovoljstvo prometom u destinaciji, ispitanicima je postavljeno pitanje *Koliko ste zadovoljni prometom u mjestu (protočnost prometa, parkirališta)?*, a odgovori su ponuđeni na skali od 1 = 'U potpunosti nezadovoljan/na' do 7 = 'U potpunosti zadovoljan/na', pri čemu je 3 = 'Niti zadovoljan/na niti nezadovoljan/na'. Kao ispitanici zadovoljni ovim aspektom definirani su oni ispitanici koji su odabrali odgovor 6 ili 7. Rezultati su izloženi na grafikonu u nastavku:

Grafikon 44. Zadovoljstvo prometom u destinaciji Biser Zagorja prema segmentima turista i posjetitelja

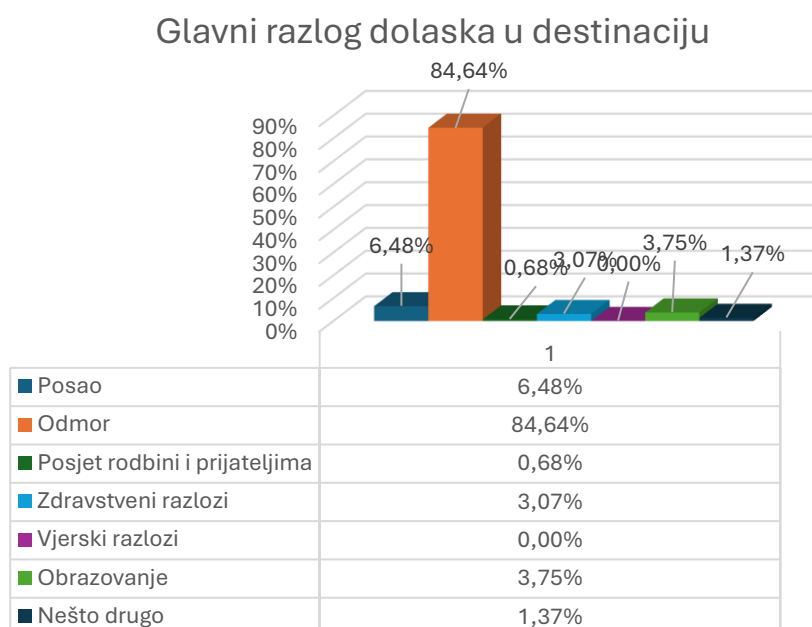


Izvor: Anketno ispitivanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja (2025.)

Na temelju dobivenih rezultata razvidno je kako su svi analizirani segmenti turista i posjetitelja uglavnom zadovoljni prometom u destinaciji, pri čemu je vidljiva nešto viša razina nezadovoljstva ovim aspektom kod jednodnevnih posjetitelja u odnosu na ostale promatrane segmente.

Na pitanje *Koji je glavni razlog Vašeg posjeta TZ Biser Zagorja?* ispitanici su imali mogućnost odabrati između odgovora *Posao, Odmor, Posjet rodbini i prijateljima, Zdravstveni razlozi, Vjerski razlozi, Obrazovanje* i *Nešto drugo*. Rezultati su prikazani narednim grafikonom:

Grafikon 45. Glavni razlog dolaska u destinaciju Biser Zagorja (turisti i jednodnevni posjetitelji)

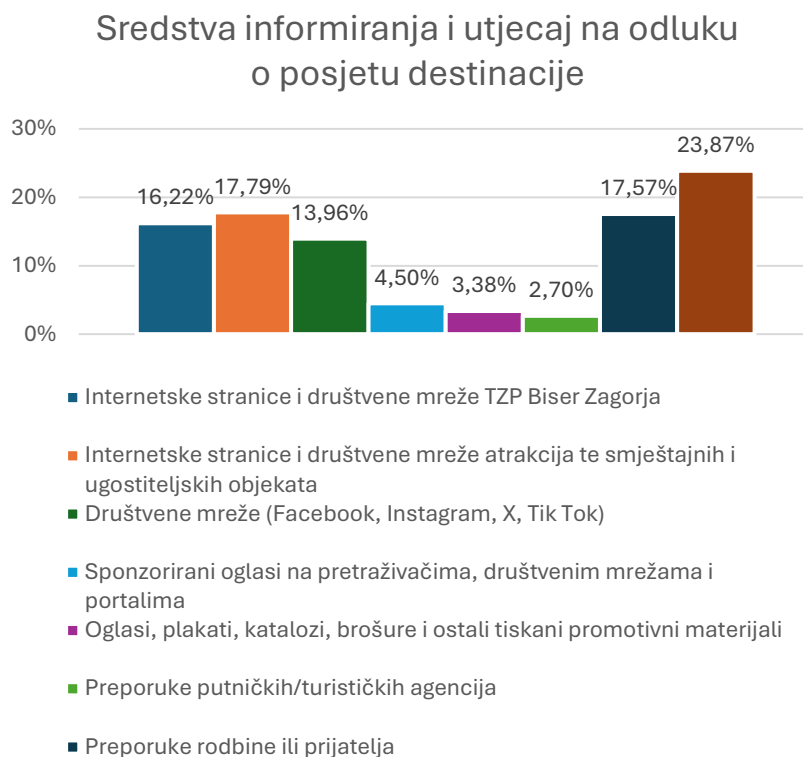


Izvor: Anketno ispitivanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja (2025.)

Velika većina ispitanika kao glavni razlog dolaska u destinaciju navode odmor (84,64%), te u manjoj mjeri navode posao (6,48%), obrazovanje (3,75%) i zdravstvene razloge (3,07%), te posjet rodbini i prijateljima (0,68%).

Za potrebe unaprjeđenja promotivnih aktivnosti destinacije, ispitanicima je postavljeno dodatno pitanje *Prilikom planiranja ovog putovanja, koja su sredstva informiranja u najvećoj mjeri utjecala na Vašu odluku da posjetite TZ Biser Zagorja?*, na koje su imali mogućnost pružiti odgovor *Internetske stranice i društvene mreže TZ Biser Zagorja, Društvene mreže (Facebook, Instagram, X, Tik Tok), Sponzorirani oglasi na pretraživačima, društvenim mrežama i portalima, Oglasi, plakati, katalogi, brošure i ostali tiskani promotivni materijali, Preporuke putničkih/turističkih agencija, Preporuke rodbine ili prijatelja* ili *Prijašnji boravak*. Rezultati su prikazani na grafikonu u nastavku:

Grafikon 46. Sredstva informiranja i utjecaj na odluku o posjetu destinacije Biser Zagorja



Izvor: Anketno ispitivanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja (2025.)

Iz rezultata je vidljivo da je među ispitanicima najčešći motivator odluke o posjetu destinacije prijašnji boravak u destinaciji (23,87%). Od tradicionalnih kanala promocije najveći udio imaju preporuke rodbine ili prijatelja (17,57%), zatim oglasi, plakati, katalozi, brošure i ostali tiskani promotivni materijali (3,38%) te preporuke putničkih/turističkih agencija (2,70%), dok je preko polovine ispitanika primarno koristilo online kanale za informiranje - Internetske stranice i društvene mreže atrakcija te smještajnih i ugostiteljskih objekata (17,79%), Internetske stranice i društvene mreže TZ Biser Zagorja (16,22%), društvene mreže (13,96%) te sponzorirani oglasi (4,50%).

Naposljetku, ispitanicima su postavljena pitanja vezano uz planirane/provedene aktivnosti u destinaciji. Na pitanje *Navedite kojim ste se sve aktivnostima bavili ili se planirate baviti tijekom Vašeg boravka na području TZ Biser Zagorja* ispitanici su imali mogućnost odabrati između odgovora *Posjet kulturnim, zabavnim i tradicionalnim događanjima, Posjet sportskim događanjima, Aktivnosti u prirodi (hike, bike, trail), Odlazak u restorane, Korištenje wellness/SPA usluga, Kupanje u toplicama, Posjet seoskim domaćinstvima i kupovina lokalnih proizvoda* te *Ništa od navedenog*. Ispitanici su imali mogućnost višestrukog odgovora, a rezultati su iskazani na narednom grafikonu:

Grafikon 47. Planirane/provedene aktivnosti u destinaciji Biser Zagorja (turisti i jednodnevni posjetitelji)

## Planirane/provedene aktivnosti u destinaciji



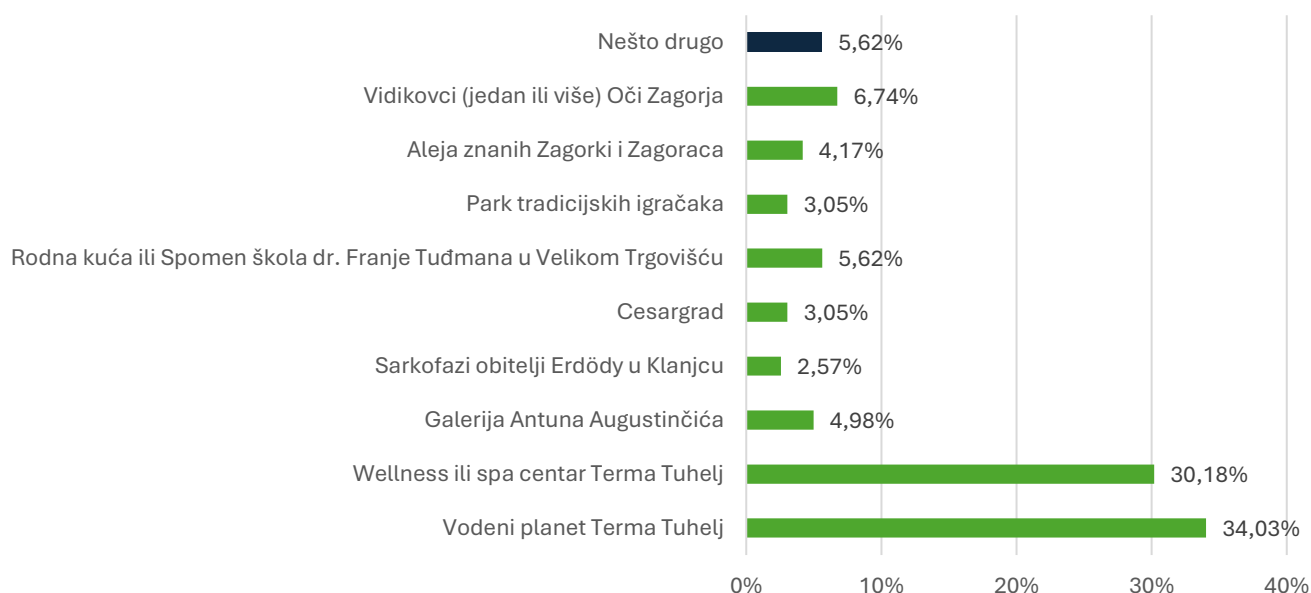
Izvor: Anketno ispitivanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja (2025.)

Iz rezultata je vidljivo kako je najveći udio ispitanika odabrao korištenje *wellness/SPA* usluga, kupanje u toplicama (36,01%), zatim odlazak u restorane (16,24%), podjednako posjet povijesnim građevinama (dvorci, utvrde) 12,70% i aktivnosti u prirodi (hike, bike, trail) 11,90%, potom posjet muzejima, galerijama i izložbama (7,40%) te posjet seoskim domaćinstvima i kupovinu lokalnih proizvoda (6,91%), dok su ostale aktivnosti zastupljene u manjoj mjeri.

Na pitanje *Jeste li tijekom Vašeg boravka na području TZ Biser Zagorja posjetili ili planirate posjetiti neku od sljedećih lokacija?* ispitanici su imali mogućnost odabrati između odgovora *Vodeni planet Terma Tuhelj, Wellness ili spa centar Terma Tuhelj, Galerija Antuna Augustinčića, Sarkofazi obitelji Erdödy u Klanjcu, Cesargrad, Rodna kuća ili Spomen škola dr. Franje Tuđmana u Velikom Trgovišću, Park tradicijskih igračaka, Aleja znanih Zagorki i Zagoraca te Vidikovci (jedan ili više) Oči Zagorja*. Ispitanici su imali mogućnost višestrukog odgovora, a rezultati su iskazani na narednom grafikonu:

Grafikon 48. Posjet turističkim atrakcijama u destinaciji Biser Zagorja (turisti i jednodnevni posjetitelji)

## Posjeti turističkim atrakcijama



Izvor: Anketno ispitivanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja (2025.)

Sukladno dobivenim rezultatima, među posjećenim turističkim atrakcijama dominiraju sadržaji Terma Tuhelj s natpolovičnim udjelom - Vodeni planet Terma Tuhelj (34,03%) odnosno *Wellness* ili spa centar Terma Tuhelj (30,18%) – dok su ostale ponuđene atrakcije zastupljene sa značajno manjim udjelom, poput vidikovaca Oči Zagorja (6,74%), Rodne kuće ili Spomen škole dr. Franje Tuđmana u Velikom Trgovišću (5,62%), Galerije Antuna Augustinčića (4,98%), Aleje znanih Zagorki i Zagoraca (4,17%), te u istoj mjeri Cesargrada odnosno Parka tradicijskih igračaka (3,05%). Ispitanici koji su odgovorili s *Nešto drugo*, u narednom pitanju su pojasnili kako su dodatno najčešće posjećivali atrakcije van destinacije Biser Zagorja, uključujući Kumrovec (rodna kuća Josipa Broza Tita) te sakralne objekte u Mariji Bistrici.

## 6. Razvojni smjer s mjerama i aktivnostima potrebnim za njegovo ostvarenje

### 6.1. SWOT analiza

SWOT analiza je strukturirani alat za sistematizaciju unutarnjih čimbenika (snage i slabosti) te vanjskih okolnosti (prilike i prijetnje) relevantnih za razvoj destinacije. U izradi ovoga Plana korištena je kako bismo, na temelju zajedničkih uvida dionika, jasno odredili prioritete djelovanja, odabrali pravac ulaganja i oblikovali provedive mjere – one koje kapitaliziraju prednosti, ublažavaju slabosti, koriste tržišne i financijske mogućnosti te smanjuju razvojne rizike. SWOT je time izravno uporište za oblikovanje ciljeva, programskih paketa i projekata u razdoblju 2026.–2030., kao i za postavljanje mjerljivih pokazatelja uspješnosti.

U ovoj konkretnoj analizi razmotrena su sljedeća područja utjecaja:

- smještaj i ugostiteljstvo;
- turističke atrakcije;
- manifestacije;
- infrastruktura;
- digitalne tehnologije i promotivne aktivnosti, te
- ljudski potencijali, upravljanje i organizacija.

Svako je područje ocijenjeno kroz snage, slabosti, prilike i prijetnje. Takva metoda omogućuje da mjere i aktivnosti u Planu budu precizno ciljane – ondje gdje su potrebe najveće, a učinak najbrži i najvidljiviji.

### Ugostiteljstvo

Tablica 35. SWOT analiza ugostiteljstva - Biser Zagorja

Snage	Slabosti	Prilike	Prijetnje
<ul style="list-style-type: none"><li>• Prirodni resursi i geotermalni izvori</li><li>• Dobra prometna povezanost</li><li>• Raznovrsnost smještaja i sadržaja</li><li>• Prepoznatljiva destinacija</li><li>• Lokalni proizvodi, OPG-ovi</li><li>• Ljubaznost osoblja i domaća atmosfera</li><li>• Blizina slovenske granice</li><li>• Povijesno-kulturni spomenici</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Slaba gastro ponuda s domaćim proizvodima</li><li>• Nedostatak aktivnosti i zabave za mlade</li><li>• Premalo smještajnih kapaciteta</li><li>• Loša infrastruktura i kanalizacija</li><li>• Neinformiranost turista i slaba promocija</li><li>• Slaba kvaliteta usluge i visoke cijene</li><li>• Nedostatak digitalne prisutnosti i webshopa</li><li>• Manjak edukacija i stručnog kadra</li><li>• Slaba podrška lokalne uprave</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Povezivanje smještaja s OPG-ovima i domaćom hranom</li><li>• Sezonska ponuda lokalnih proizvoda</li><li>• Uređenje pješačkih i biciklističkih staza</li><li>• Iskorištavanje prirodnih bogatstava</li><li>• <i>Wellness</i> turizam</li><li>• EU fondovi i subvencije</li><li>• Online rezervacije i digitalni kanali</li><li>• Otvaranje kućica za odmor</li><li>• Razvoj lokalne zajednice</li><li>• Aktivni turizam (bicikli, kvadovi)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ilegalno iznajmljivanje i damping cijene</li><li>• Neuređene susjedne parcele i okoliš</li><li>• Nedostatak domaće radne snage / uvoz stranih radnika</li><li>• Cjenovna nekonkurentnost</li><li>• Nedostatak kanalizacije</li><li>• Prebukiranost jednodnevnim gostima</li><li>• Zapuštenost prostora, otpad, insekti</li><li>• Nezainteresiranost lokalne uprave</li><li>• Rad na crno</li></ul>

Izvor: SWOT radionica s ključnim dionicima (2025.)

Prirodni resursi, osobito geotermalni izvori, te dobra prometna povezanost stvaraju stabilan temelj boravišne potražnje i omogućuju razvoj ponude koja je dostupna kroz cijelu godinu. Raznovrsnost smještaja, prisutnost lokalnih proizvoda te prepoznatljivost destinacije i gostoljubivost domaćina pogoduju oblikovanju autentičnih doživljaja i većoj potrošnji po gostu.

Istodobno, slabija zastupljenost lokalne kuhinje u ugostiteljskoj ponudi, manjak aktivnosti za mlade, ograničeni smještajni kapaciteti i infrastrukturni manjkovi (kanalizacija, rasvjeta, internet) umanjuju kvalitetu boravka i produljenje sezone. Nedovoljna digitalna prisutnost, neujednačena razina usluge i manjak edukacija signaliziraju potrebu za standardizacijom i sustavnim razvojem kompetencija.

Prilike su izravno povezane s onim što već postoji na terenu: kratki lanci „smještaj–OPG–ugostiteljstvo“, sezonski jelovnici, umrežene pješačko-biciklističke staze i pozicioniranje *wellnessa* odnosno *wellness* kao nosivog motiva, potpomognuto EU potporama i jačim online kanalima prodaje. No, realne prijetnje — ilegalni najam i damping cijena, nedostatak domaće radne snage, neuređene parcele te preopterećenje jednodnevnim posjetiteljima — zahtijevaju bolju regulaciju tržišta, komunalno uređenje i koordinirano upravljanje doživljajem.

Snage su dovoljno izražene da uz ciljane mjere kvalitete i vidljivosti nadvladaju slabosti. Fokus je potrebno usmjeriti na standarde, digitalnu prodaju, proizvodnju s lokalnim potpisom i komunalnu urednost kako bi se prijetnje kontrolirale, a prilike u potpunosti iskoristile.

## Turističke atrakcije

Tablica 36. SWOT analiza turističkih atrakcija - Biser Zagorja

Snage	Slabosti	Prilike	Prijetnje
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bogata povijesno-kulturna baština</li> <li>• Dvorci, stari zanati, povijesni sadržaji</li> <li>• Atrakcije od većeg značaja (muzeji, dvorci, kapelice)</li> <li>• Očuvani povijesni i prirodni ambijenti</li> <li>• Dobar imidž</li> <li>• Blizina Zagreba i autoceste</li> <li>• Bogata povijest i raznovrsnost sadržaja</li> <li>• Kulturne znamenitosti</li> <li>• Izvorišta mineralne i termalne vode</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Biciklističke i pješačke staze nisu uređene</li> <li>• Loša signalizacija</li> <li>• Neuređenost infrastrukture oko atrakcija</li> <li>• Ograničeni ljudski resursi</li> <li>• Nedostatak promocije i oglasa</li> <li>• Izražena sezonalnost</li> <li>• Premalo sadržaja osim kupanja i bazena</li> <li>• Nedostatak dodatnih aktivnosti za posjetitelje</li> <li>• Nesklad između potreba i ponude</li> <li>• Slabost cestovne povezanosti (prometni pristup)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tematski parkovi u prirodi</li> <li>• Atrakcije prilagođene djeci i odraslima</li> <li>• Dječji parkovi i ribnjaci</li> <li>• Uvođenje novih, autentičnih atrakcija u duhu Zagorja</li> <li>• Oživljavanje kulturne baštine</li> <li>• Iskorištavanje prirodnih resursa (rijeke, šume, krajolik)</li> <li>• Povećanje i objedinjavanje ponude (popusti, paketi, pogodnosti)</li> <li>• Nadogradnja postojećih kapaciteta</li> <li>• Velika „prohodnost“ turista (blizina Zagreba i tranzit)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sporost realizacije i zapušteno održavanje</li> <li>• Klimatske promjene</li> <li>• Pad prepoznatljivosti</li> <li>• Nedostatak lokalnih resursa i radne snage</li> <li>• Zasićenje tržišta sličnim sadržajima</li> <li>• Prevelika očekivanja posjetitelja</li> </ul>

Izvor: SWOT radionica s ključnim dionicima (2025.)

Razvedena kulturno-povijesna baština, dvorci i vrsni muzejsko-galerijski sadržaji, očuvani ambijenti te blizina Zagreba i autoceste čine čvrst atrakcijski portfelj. Raznolikost sadržaja i prisutnost izvorišta mineralne i termalne vode omogućuju slaganje logičnih itinerara i tematskih ruta za različite profile posjetitelja.

Slabosti su operativne naravi: nedovoljno uređene staze, slaba turistička signalizacija, manjkava infrastruktura oko točaka interesa i ograničeni resursi za organizaciju i promociju — sve to umanjuje čitljivost i protočnost doživljaja.

U prilog ide širok prostor prilika: tematski parkovi u prirodi, obiteljski sadržaji, dječji parkovi i ribnjaci, „oživljavanje“ baštine interpretacijom te paketi pogodnosti i nadogradnja postojećih kapaciteta. Ipak, sporost realizacije, klimatski rizici, zasićenje tržišta sličnim sadržajima i osjetljivost prepoznatljivosti upućuju da svako ulaganje mora biti popraćeno planom održavanja i jasnim narativom.

U cjelini, atrakcijska osnova je snažna, ali traži unaprjeđenje: staze, signalizacija, mikro-infrastruktura i interpretacija pretvaraju potencijal u zadržavanje, veću potrošnju i preporuke, uz kontrolu rizika kroz disciplinu izvedbe i održavanja.

## Manifestacije

Tablica 37. SWOT analiza manifestacija - Biser Zagorja

Snage	Slabosti	Prilike	Prijetnje
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ekonomski učinci na mjesto</li> <li>• Širok program i spajanje kulture i zabave</li> <li>• Organiziranost i društvenost zajednice</li> <li>• Motiviranost pojedinaca</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedovoljno snažan marketing</li> <li>• Izražena sezonalnost</li> <li>• Ograničeni resursi</li> <li>• Premalo kulturnih manifestacija</li> <li>• Kvaliteta i cijena izvođača</li> <li>• Buka i opterećenja</li> <li>• Premalo događanja kroz godinu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definiranje „prepoznatljivih“ događaja</li> <li>• Pogodnosti za goste (popusti, besplatni programi)</li> <li>• Novi programi, osobito u sklopu bazenskog kompleksa</li> <li>• Uključivanje mladih i poticanje novih ideja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Slab odaziv i gašenje događanja</li> <li>• Zasićenost publike i „zamor“ ponudom</li> <li>• Visoki troškovi izvedbe</li> <li>• Rizik pada atraktivnosti</li> </ul>

Izvor: SWOT radionica s ključnim dionicima (2025.)

Manifestacije imaju dokaziv ekonomski učinak i oslanjaju se na društveni kapital zajednice, širinu programa i motiviranost organizatora, što je dobar temelj za pozicioniranje nekoliko istaknutih događaja.

Slabosti se najviše očituju u marketingu, sezonalnosti, ograničenim resursima i nedostatku kulturnih programa tijekom godine, uz povremene prigovore na buku i troškove izvođača.

Prilike su jasne: profiliranje jednog do dva istaknuta događaja s prepoznatljivim identitetom, pogodnostima za goste, uključivanjem mladih i sadržajnim povezivanjem s bazenskim kompleksom i *outdoor* ponudom.

Prijetnje su tipične za događanja — pad odaziva, zasićenost publike, rast troškova i rizik pada atraktivnosti — te zahtijevaju kriterije kvalitete, kontrolu troška i pravodobnu komunikaciju. Sveukupno, kalendar manifestacija može postati „ritam“ destinacije, pod uvjetom da se pojača profesionalizacija marketinga, uvedu standardi izvedbe i sustavno mjere učinci kako bi se programi razvijali, a ne ponavljali.

## Infrastruktura

Tablica 38. SWOT analiza infrastrukture - Biser Zagorja

Snage	Slabosti	Prilike	Prijetnje
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dobra prometna povezanost sa Zagrebom</li> <li>• Razvijena cestovna mreža</li> <li>• Postojeći smještajni i wellness objekti</li> <li>• Osnovne komunalne usluge</li> <li>• Uređen termalni kompleks</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedostatak kanalizacije i zastarjela komunalna infrastruktura</li> <li>• Slab internet / mobilni signal</li> <li>• Premalo pješačko-biciklističkih staza</li> <li>• Neasfaltirane ceste i slaba rasvjeta</li> <li>• Nedostatak javnog prijevoza</li> <li>• Nedovoljna turistička signalizacija</li> <li>• Nedostatak sredstava za održavanje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• EU i nacionalni fondovi za komunalnu i komunikacijsku infrastrukturu</li> <li>• Razvoj i povezivanje mreže „zelenih staza“</li> <li>• Bolje iskorištavanje javnih površina</li> <li>• Digitalne info-točke i signalizacija</li> <li>• Rješenja na razini aglomeracije</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zagađenje i oštećenja te nepogode</li> <li>• Preopterećenost sustava u sezoni</li> <li>• Manjak sredstava za redovno održavanje</li> <li>• Spor napredak i dugotrajni postupci</li> </ul>

Izvor: SWOT radionica s ključnim dionicima (2025.)

Dobra prometna dostupnost i postojeća termalna jezgra pružaju čvrstu logističku podlogu za rast. No, strukturni komunalni nedostaci — kanalizacija, rasvjeta, slab internet i manjak javnog prijevoza — te nedovoljno razvijena mreža pješačko-biciklističkih staza i signalizacije ograničavaju sigurnost, pristupačnost i cjelovitost doživljaja.

Prilike se otvaraju kroz nacionalne i europske izvore financiranja za komunalnu, komunikacijsku i zelenu infrastrukturu, kao i kroz povezivanje mreže „zelenih staza“ i postavljanje digitalnih info-točaka na kritičnim lokacijama. Prijetnje su prepoznatljive: preopterećenost sustava u sezoni, nepogode, manjak sredstava za redovno održavanje i sporost procedura, što traži fazni pristup i obvezne planove održavanja.

Infrastrukturni fokus mora biti „manje, ali kvalitetno i održivo“: najprije osnove (komunalne usluge i sigurnost), zatim mreža staza i signalizacije te digitalna informacijska podrška, kako bi se snage dostupnosti pretočile u standard doživljaja.

## Digitalne tehnologije i promotivne aktivnosti

Tablica 39. SWOT analiza digitalnih tehnologija i promotivnih aktivnosti - Biser Zagorja

Snage	Slabosti	Prilike	Prijetnje
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Postojeće društvene mreže</li> <li>• Brend „Biser Zagorja“</li> <li>• Nova web stranica</li> <li>• Interaktivna karta / web</li> <li>• Velik napredak u promociji i digitalnom marketingu</li> <li>• Kvalificirani ljudski resursi</li> <li>• Automatizacija rezervacija i brži pristup informacijama</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nestabilna internetska veza / signal</li> <li>• Nedostatak koordinacije TZ-a i dionika</li> <li>• Slabija vidljivost i izostanak centralnog info-punkta</li> <li>• Slaba prepoznatljivost / marketing</li> <li>• Loše provođenje promotivnih aktivnosti</li> <li>• Premalo ulaganja u digitalne alate</li> <li>• Spora reakcija / neaktivnost na mrežama</li> <li>• Prevelika usmjerenost na starije korisnike</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Razvoj digitalne infrastrukture i komunikacija</li> <li>• Novi dizajn i sadržaj weba</li> <li>• Suradnja s influencerima i virtualne ture (Instagram / TikTok)</li> <li>• Jačanje odnosa s gostima kroz online kanale</li> <li>• Edukacije iz digitalnog marketinga</li> <li>• Uključivanje mladih u promociju</li> <li>• Jačanje imidža kroz pozitivne recenzije</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Loše recenzije i izbjegavanje destinacije</li> <li>• Tehnički problemi i pad sustava</li> <li>• Inertnost / manjak angažmana</li> <li>• Brze promjene digitalnih trendova</li> <li>• Nedovoljna ulaganja u alate</li> <li>• Gubitak autentičnosti sadržaja</li> <li>• Zastoj razvoja digitalne infrastrukture</li> <li>• Slab odaziv lokalnog stanovništva</li> </ul>

Izvor: SWOT radionica s ključnim dionicima (2025.)

Postojeći kanali — brend „Biser Zagorja“, nova mrežna stranica, društvene mreže i interaktivna karta — te kompetentni kadrovi postavljaju dobru startnu poziciju za digitalno vidljivu destinaciju.

Slabosti su prije svega sustavne: nestabilna internetska veza, manjak koordinacije između TZ-a i dionika. Prilike su u razvoju digitalne infrastrukture i sadržaja, novom web dizajnu s e-bookingom, virtualnim turama, suradnji s kreatorima sadržaja te uključivanju mladih.

Prijetnje su upravljive, ali realne: loše recenzije i reputacijski rizici, tehničke poteškoće, brze promjene trendova i inertnost dijela dionika. U konačnici, digitalne tehnologije trebaju postati „nosač“ destinacijskog narativa: jasna urednička politika, mjerne točke i stalno unaprjeđenje korisničkog puta pretvaraju postojeće snage u tržišni rezultat, uz aktivno upravljanje reputacijom.

## Ljudski potencijali, upravljanje i organizacija

Tablica 40. SWOT analiza ljudskih potencijala, upravljanja i organizacije - Biser Zagorja

Snage	Slabosti	Prilike	Prijetnje
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Motivirani i obrazovani ljudi</li> <li>• Lokalna radna snaga i gostoljubivost</li> <li>• Informatička i komunikacijska pismenost</li> <li>• Iskustvo u turizmu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manjak kvalitetne i stručne radne snage</li> <li>• Slaba koordinacija i komunikacija dionika</li> <li>• Nedostatak financija i planiranja</li> <li>• Manjak standarda i profesionalnosti</li> <li>• Loša informiranost dionika</li> <li>• Manjak lokalnog liderstva</li> <li>• Infrastrukturni i digitalni problemi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Digitalna transformacija i poticaji</li> <li>• Cjeloživotno učenje i edukacije</li> <li>• Suradnje s udrugama i obrazovnim ustanovama</li> <li>• Zapošljavanje mladih i očuvanje starih zanata</li> <li>• Razvoj novih oblika turizma</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Odljev radne snage</li> <li>• Oslanjanje na stranu radnu snagu i gubitak autentičnosti</li> <li>• Neaktivnost i birokracija</li> <li>• Manjak strateškog upravljanja</li> <li>• Globalne nestabilnosti</li> <li>• Otpor promjenama</li> <li>• Rizik negativnih recenzija</li> </ul>

Izvor: SWOT radionica s ključnim dionicima (2025.)

Motivirani i obrazovani ljudi, lokalna radna snaga i tradicionalna gostoljubivost vrijedni su resursi, dodatno pojačani informatičkom i komunikacijskom pismenošću te praktičnim iskustvom u turizmu. Ipak, manjak stručnih profila, slaba koordinacija i komunikacija dionika, nedostatak standarda i planiranja te limitirani financijski kapaciteti smanjuju ujednačenost kvalitete i brzinu provedbe.

Prilike su jasne: programi cjeloživotnog učenja, poticaji za zapošljavanje mladih, partnerstva s obrazovnim ustanovama i udrugama te njegovanje starih zanata kao sadržajnog razlikovnog elementa.

Prijetnje se očituju kroz odljev radne snage, oslanjanje na uvezene profile (uz rizik gubitka autentičnosti), birokratske barijere i otpor promjenama — sve navedeno zahtijeva proaktivno vodstvo i vidljivu karijernu putanju u destinaciji. Bez ulaganja u ljudske resurse i upravljačke kapacitete nema održivog rasta: standardi kvalitete, edukacijski ciklusi i jasna podjela uloga pretvaraju postojeću motivaciju u profesionalni sustav sposoban realizirati projekte i stvarati iskustva po mjeri posjetitelja i zajednice.

Utemeljeno na dovršenoj SWOT analizi i definiranom strateškom okviru, temeljni razvojni smjerovi destinacije definiraju se kao operativna poveznica prema prioritetima i projektima u periodu 2026.–2030. godine, s jasnom ambicijom da se postojeće snage (termalni izvori, kulturna i prirodna jezgra, blizina emitivnih tržišta) pretoče u mjerljive učinke kroz standarde kvalitete, integrirane proizvode, zelenu infrastrukturu, snažniji digitalni doseg i upravljanje kapacitetima prihvatljivosti. Ovim smjerovima operacionaliziraju se uvidi dionika iz SWOT analize te se usklađuju sa Strategijom razvoja turizma i Programom rada za 2025. godinu područja Biser Zagorja.

### Integracija “wellness–kultura–priroda” kao jedinstveni destinacijski doživljaj

Središnji razvojni smjer je sadržajno povezati Tuheljske Toplice (termalni i wellness motiv), Klanjec (umjetnost i baština: Galerija Antuna Augustinčića, sarkofazi obitelji

Erdödy) i prostorne ambijente Cesarske gore, Cesargrada i doline Sutle (*outdoor*) u koherentan itinerar koji se može konzumirati u formatu 24/48 sati. Time se snage atrakcijske osnove i prepoznatljivosti pretvaraju u konkretne boravišne programe, a manifestacije i eno-gastro ponuda služe kao “sidra” za produljenje boravka i proširenja ponude na pred i postsezonu.

### **Standardizacija kvalitete u smještaju i ugostiteljstvu**

Slabosti vezane uz neujednačenu uslugu, skromnu ponudu lokalnih jela i ograničene kapacitete adresiraju se postavljanjem minimuma standarda kvalitete, kratkim lancima “smještaj–OPG–ugostiteljstvo” i sezonskim jelovnicima s lokalnim potpisom. Ovaj smjer uključuje edukacije, uvođenje osnovnih operativnih standarda i digitalizaciju prodaje (izravne online rezervacije), čime se povećava potrošnja po gostu te smanjuje pritisak jednodnevnih posjeta.

### **Mreža zelenih staza i interpretacija baštine**

Razvoj i označavanje pješačko-biciklističkih dionica (Zelenjak – Cesarska gora – Cesargrad, Predsjednikov put i lokalne rute) uz interpretacijske točke i mikro-odmorišta pretvara prostorne prednosti u sigurne i čitljive doživljaje. Prioritet je sadržajno “oživjeti” kulturne lokalitete (Cesargrad, dvorci, sakralna baština) modernim interpretacijskim alatima i etapnim održavanjem kako bi se ublažile uočene slabosti staza, signalizacije i pristupa.

### **Digitalna vidljivost i tržišna dostupnost**

Od postojeće mrežne stranice i društvenih mreža nastavlja se graditi jedinstvena “ulazna točka” s integriranim kalendarom, kartom, pričama i mogućnošću rezervacije, dok se reputacija aktivno upravlja kroz sadržaj, virtualne ture i partnerske kampanje. Ovim smjerom adresira se slab digitalni doseg i nepovezanost komunikacijskih alata, uz potencijalne zajedničke inicijative na županijskoj razini.

## **6.2. Identificiranje općih načela i ciljeva turizma**

### **6.2.1. Analiza tržišta**

Analiza tržišta turističke potražnje za područje Biser Zagorja temelji se na dva komplementarna skupa uvida. Prvi se odnosi na globalne i nacionalne trendove potražnje – motive putovanja, očekivanja gostiju i obrasce ponašanja posjetitelja u kontinentalnim odredištima. Drugi se odnosi na specifičnosti destinacije Biser Zagorja, odnosno na njezinu realnu tržišnu poziciju kao kontinentalnog odredišta čiji se temelj ponude oslanja na termalne i *wellness* sadržaje, kulturnu i umjetničku baštinu te boravak u prirodi, uz dostupnost iz većih emitivnih središta unutar kratkog vremena putovanja.

Na globalnoj razini, istraživanje koje je početkom 2025. godine proveo Booking.com pokazuje da su putnici sve svjesniji utjecaja vlastitog putovanja na lokalnu zajednicu i

prostor. Više od polovice ispitanih putnika izjavljuje da razumije da njihovo putovanje ostavlja trag na lokalnu zajednicu i okoliš, dok većina stanovnika turističkih destinacija navodi da turizam u njihovoj sredini doživljava pozitivno. Paralelno s tim, većina ispitanih putnika izjavljuje da želi da novac koji troši tijekom putovanja ostane u lokalnoj zajednici, da želi podržati lokalne poduzetnike i proizvođače te da joj je važno iskustvo koje je usklađeno s lokalnim načinom života, a ne generički sadržaj koji bi mogao postojati bilo gdje.

Ove tendencije izravno podupiru razvojni fokus Bisera Zagorja, budući da destinacija raspolaže resursima koji su izrazito lokalni po karakteru, a pritom nisu masovni po kapacitetu: termalni izvori i *wellness* sadržaji, galerijska i memorijalna baština, mali proizvođači hrane i vina, mreža krajobraza i staza koje omogućuju neposredan doživljaj prostora. Upravo takvi elementi mogu se prezentirati i prodavati kao iskustva koja su vjerodostojna, ograničena kapacitetom i izravno vezana uz lokalnu zajednicu.

Globalni uvidi ističu i izazove kojima destinacije moraju upravljati. U destinacijama koje bilježe rast posjećenosti, lokalno stanovništvo kao probleme navodi gužve, neadekvatno gospodarenje otpadom, povećano opterećenje prostora u kratkim vremenskim intervalima i rast troškova života. Većina stanovnika pritom ne zagovara restriktivne mjere poput ograničavanja broja gostiju, nego očekuje ulaganja u javnu infrastrukturu, prometna rješenja, sustav upravljanja posjetiteljima i održavanje okoliša. Upravo ta perspektiva izravno je relevantna za Biser Zagorja, gdje se već sada prepoznaju osjetljive točke povezane s kanalizacijom, rasvjetom, prometnom dostupnošću i održavanjem prirodnih i povijesnih lokaliteta. To potvrđuje potrebu da razvoj destinacije ne bude temeljen isključivo na povećanju broja dolazaka, nego na povećanju vrijednosti po posjetitelju i na ravnomjernijoj prostornoj i vremenskoj raspodjeli potražnje.

Nacionalni uvidi u turističku potražnju (istraživanje TOMAS Hrvatska 2022./2023.) pokazuju profil posjetitelja koji je posebno relevantan za kontinentalne destinacije poput Bisera Zagorja. Prosječna dob posjetitelja kontinentalnih odredišta u Hrvatskoj je srednja do starija dob. Najizraženije su skupine od 30 do 49 godina te iznad 50 godina, dok je udio izrazito mladih posjetitelja niži. Najstariji posjetitelji u prosjeku dolaze zbog *wellness* razloga, dok se najmlađi u većoj mjeri motiviraju zabavnim sadržajem, događanjima i manifestacijama. To je važno za Biser Zagorja jer potvrđuje da područje već sada odgovara ključnim motivima koji pokreću dolazak u Sjevernu Hrvatsku: *wellness*, opuštanje i prirodno okruženje. Istovremeno, to ukazuje na prostor rasta kroz programiranje manifestacija i sadržaja za mlađe posjetitelje, ali ne na način da se destinacija profilira isključivo kroz zabavu, nego da događanja postanu dodatni motiv dolaska i boravka unutar već postojećeg glavnog proizvoda.

Podatci pokazuju i visoku razinu obrazovanja i kupovne moći gostiju u kontinentalnoj Hrvatskoj. Značajan udio posjetitelja ima visokoškolsko obrazovanje i dolazi iz kućanstava s relativno visokim raspoloživim prihodima. Ti gosti očekuju uređenu destinaciju, jasne informacije, profesionalnost u komunikaciji, mogućnost kvalitetnog smještaja i dodatne sadržaje koji se mogu unaprijed razumjeti i planirati. Prosječna dnevna potrošnja takvih gostiju značajna je i raspoređuje se na tri glavne kategorije: smještaj, hrana i piće te dodatne aktivnosti i usluge. Time se potvrđuje ekonomski

potencijal destinacije koja može ponuditi kvalitetan smještaj i autentičnu hranu, a zatim gostu ponuditi sadržaj u obliku liječenja, oporavka, rekreacije ili kulture. U slučaju Bisera Zagorja, upravo ova struktura potrošnje ukazuje gdje je potrebno ulagati: u povećanje dostupnih i kvalitetnih smještajnih jedinica, u jasnije pozicioniranje lokalne gastronomije i kratkih opskrbnih lanaca, te u komercijalizaciju kulturnih i prirodnih doživljaja kroz vođene obilaskе i interpretirane šetnje.

Istraživanja također potvrđuju razliku među dijelovima kontinentalne Hrvatske. U urbanim područjima i većim gradovima, gosti dolaze radi gradskog odmora, kulture i poslovnih aktivnosti. U Sjevernoj Hrvatskoj, čiji je dio i Biser Zagorja, glavni motivi dolaska su toplice i *wellness* te boravak u prirodi. Udio gostiju koji koriste *wellness* sadržaje i spa usluge ovdje je iznimno visok, kao i udio gostiju koji biraju destinaciju upravo zato što omogućuje opuštanje i boravak u zelenom okruženju. To u praksi znači da Biser Zagorja već pripada jasno prepoznatljivoj skupini kontinentalnih odredišta s profilom *wellness* – opuštanje – priroda, i da ga se tako treba pozicionirati. U tom okviru, kulturna i prirodna baština te ponuda manjih manifestacija nisu glavni motiv dolaska, ali su ključni za produljenje boravka i za povećanje potrošnje po posjetitelju jer daju sadržaj koji čini boravak cjelovitim i opravdava dodatnu noć.

Način dolaska u destinaciju dodatno potvrđuje potencijal Bisera Zagorja. Velika većina posjetitelja kontinentalnih odredišta u Hrvatsku dolazi osobnim vozilom. To znači da destinacije koje se nalaze unutar jednog do dva sata vožnje od emitivnih područja s visokom koncentracijom stanovništva imaju prirodnu prednost u privlačenju vikend posjetitelja i kratkih boravaka. Biser Zagorja taj preduvjet ispunjava: destinacija je prometno lako dostupna iz okolice Zagreba i iz susjednih tržišta preko granice, što je u SWOT analizi prepoznato i kao snaga i kao prilika. Snaga je u dostupnosti, a prilika je u tome što ta dostupnost omogućuje tržišno pristupačne proizvode kratkog boravka (primjerice vikend *wellness* boravak) i ciljanu komunikaciju prema jasnom radijusu izvora gostiju, bez potrebe za skupim međunarodnim kampanjama.

U kontekstu tržišnog ponašanja posjetitelja, ključan je kanal informiranja. Internetski izvori, uključujući mrežne stranice destinacija, društvene mreže i sadržaje koje generiraju sami korisnici, postaju glavni ulazni kanal za inspiraciju i planiranje puta. Istodobno, preporuke prijatelja i prethodna dobra iskustva ostaju snažan pokretač odluke, što upućuje na važnost upravljanja reputacijom i dosljednim pružanjem kvalitetne usluge. Za Biser Zagorja to znači da digitalna prisutnost ne može funkcionirati samo kao katalog atrakcija ili kalendar događanja, nego mora nuditi jasnu vrijednost: pregledne itinerare, informacije o dostupnim uslugama i okvirne troškove boravka. To također znači da upravljanje dojmom posjetitelja postaje dio destinacijskog upravljanja, a ne samo dio promocije.

Tržište kontinentalnog turizma traži kratke, dostupne, personalizirane i sadržajno jasne boravke. Gosti žele opuštanje, prirodu i autentična mjesta, ali uz sigurnost da će na odredištu pronaći uređenu infrastrukturu, kulturu koja je dostupna na razumljiv način i mogućnost kvalitetne prehrane i smještaja. U tom kontekstu, Biser Zagorja ima usklađene preduvjete: termalni i *wellness* segment koji generira dolazak tijekom cijele godine, kulturnu i umjetničku jezgru koja može diferencirati destinaciju unutar

kontinentalne Hrvatske, te pejzaž s rekreacijskim potencijalom koji posjetitelju pruža osjećaj boravka u prirodi bez složene logistike. Upravo ta kombinacija, uz aktivno upravljanje infrastrukturom, kvalitetom usluge i kapacitetom nosivosti prostora, predstavlja tržišnu osnovu na kojoj se gradi pozicioniranje destinacije Biser Zagorja do 2029. godine.

### 6.2.2. Analiza ciljnih tržišta

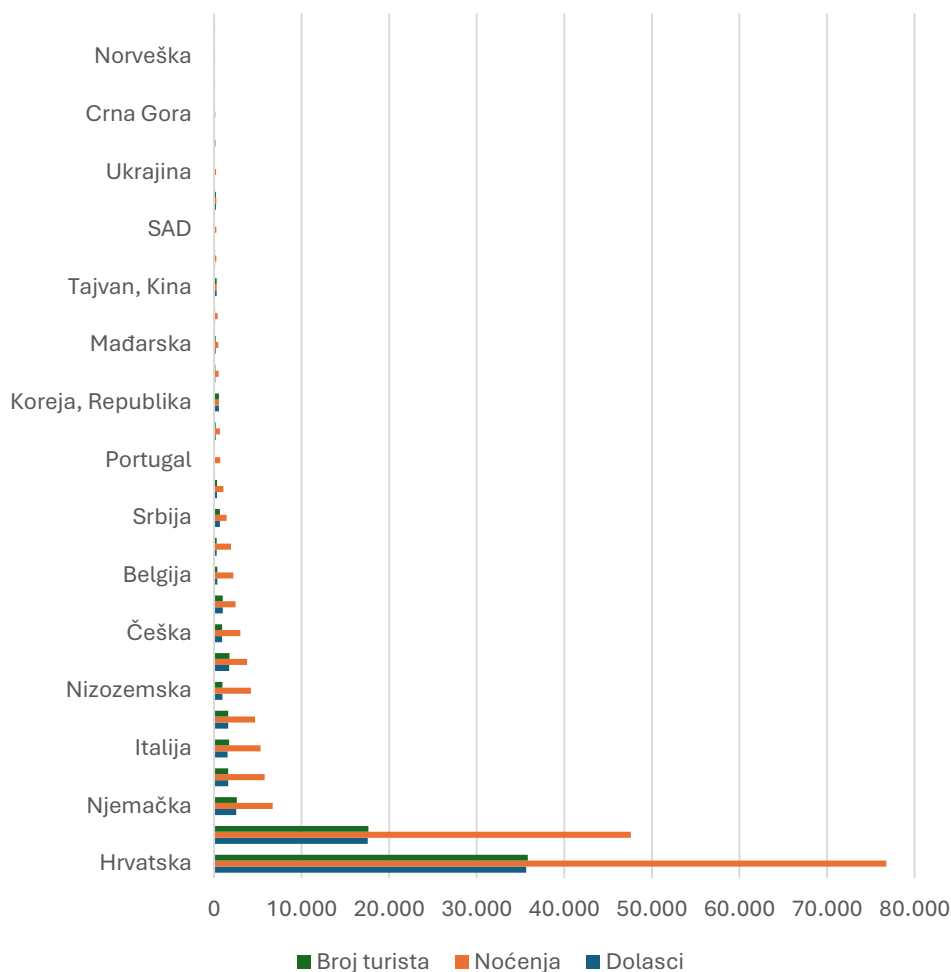
Analiza ciljnih tržišta za destinaciju Biser Zagorja polazi od dva uvida. Prvo, destinacija već ostvaruje vrlo visok volumen noćenja u kontekstu županije i cijele sjeverne Hrvatske. Drugo, taj volumen je iznimno prostorno koncentriran i motivacijski usmjeren, ponajprije na termalni i *wellness* proizvod u Tuhlju.

Destinacija je uvjerljivo vodeća u Krapinsko-zagorskoj županiji po ostvarenim noćenjima, a volumen noćenja od 180.276 noćenja u 2024. godini ostaje stabilan u odnosu na 2023. godinu (182.935 noćenja u 2023.), odnosno pokazuje tendenciju rasta s obzirom na podatak da je destinacija ostvarila preko 210.000 noćenja u 2025. godini. Ipak, analiza prometa po jedinicama lokalne samouprave pokazuje izrazitu neujednačenost: sama Općina Tuhelj ostvaruje 97,70% svih noćenja, s koncentracijom na području Tuheljskih Toplica, dok Klanjec i Veliko Trgovišće imaju manji, ali rastući promet, temeljen pretežno na kućama za odmor i manjem privatnom smještaju.

Na području Općine Tuhelj tijekom 2024. godine segment domaćih turista zauzimao je udjel od 51,23% u ukupnom broju turista, 51,36% u broju dolazaka te 44,28% u broju noćenja, dok je segment stranih turista zauzimao udio od 48,77% u broju turista, 48,64% u dolascima te 55,72% u broju noćenja. U nastavku su izloženi podatci iz sustava eVisitor o emitivnim turističkim tržištima 2024. godine po uključenim JLS.

Grafikon 49. Emitivna turistička tržišta 2024. godine - Općina Tuhelj\*

Emitivna turistička tržišta 2024. godine - Općina Tuhelj

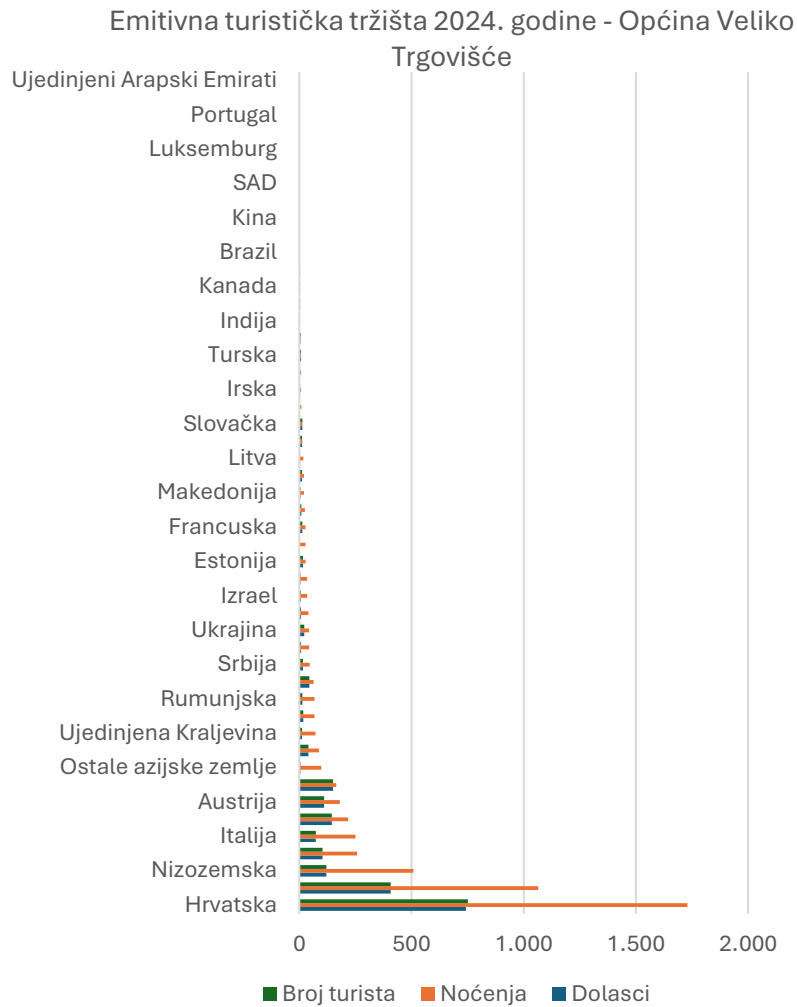


Izvor: eVisitor

\*Na grafikonu su prikazana emitivna tržišta s kojih je ostvareno minimalno 100 noćenja tijekom 2024. godine.

Iz prethodnog grafikona je vidljivo kako od inozemnih emitivnih tržišta na području Općine Tuhelj udjelom dominira tržište Slovenije (po broju turista, broju noćenja i broju dolazaka), a u manjoj mjeri su zastupljeni turisti iz Njemačke, Izraela, Italije, Poljske, Nizozemske, Bosne i Hercegovine, itd.

Grafikon 50. Emitivna turistička tržišta 2024. godine - Općina Veliko Trgovišće

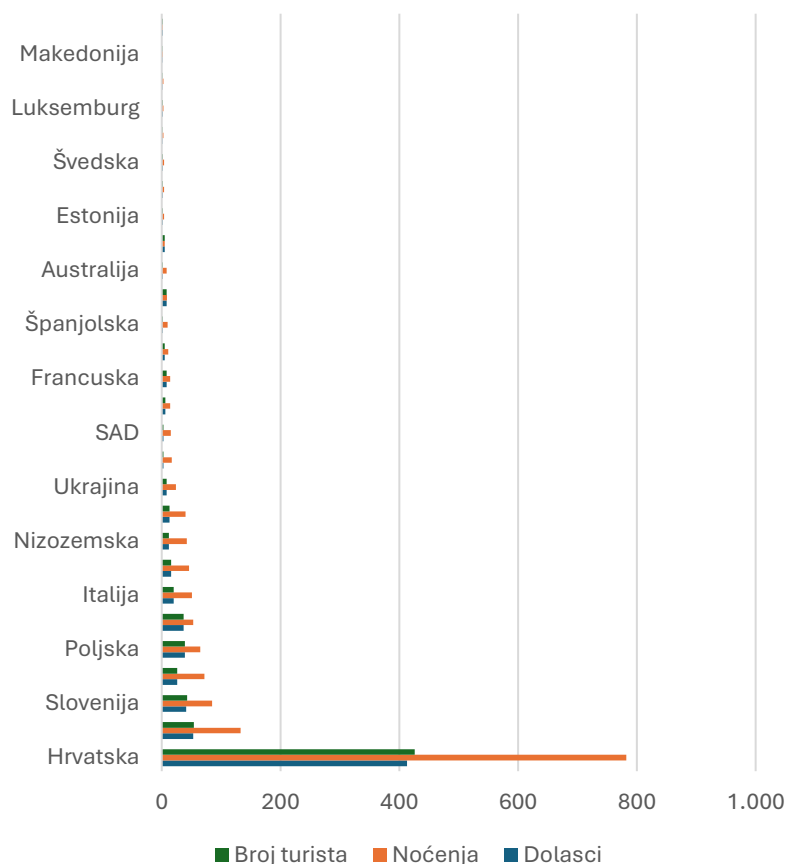


Izvor: eVisitor

Iz prethodnog grafikona je vidljivo kako, za razliku od Općine Tuhelj, od inozemnih emitivnih tržišta Općine Veliko Trgovišće udjelom dominira tržište Njemačke (po broju turista, broju noćenja i broju dolazaka), a u manjoj mjeri su zastupljeni turisti iz Nizozemske, Slovenije, Italije, Austrije, Poljske, Češke, itd.

Grafikon 51. Emitivna turistička tržišta 2024. godine - Grad Klanjec

### Emitivna turistička tržišta 2024. godine - Grad Klanjec



Izvor: eVisitor

Iz prethodnog grafikona je vidljivo kako, za razliku od Općine Tuhelj a sukladno rezultatima u Općini Veliko Trgovišće, od inozemnih emitivnih tržišta Grada Klanjca udjelom dominira tržište Njemačke (po broju turista, broju noćenja i broju dolazaka), a u manjoj mjeri su zastupljeni turisti Slovenije, Austrije, Poljske, Češke, Italije, Bosne i Hercegovine, Nizozemske, itd.

Ovakav obrazac pokazuje da je glavni ulazni motiv posjeta i boravka u destinaciji *wellness*, i to dominantno sa slovenskog emitivnog tržišta te emitivnih tržišta regije, a da se kulturni, memorijalni i pejzažni sadržaji u zoni Klanjec i Veliko Trgovišće zasad u većoj mjeri konzumiraju kao dopuna, i to dominantno s njemačkog emitivnog tržišta te emitivnih tržišta regije a ne kao samostalni razlog dolaska.

#### Primarna ciljna tržišta

Primarna ciljna tržišta Bisera Zagorja obuhvaćaju tržišta u radijusu kratke vožnje osobnim automobilom te segmente posjetitelja čiji su glavni motivi dolaska *wellness*, odmor u prirodi i kratki boravak izvan urbanog okruženja. U apsolutnim brojkama, destinacija ostvaruje približno uravnotežen odnos domaćih i stranih gostiju: u 2024. godini

zabilježeno je 36.809 dolazaka domaćih gostiju i 35.532 dolaska stranih gostiju. U praksi to znači da destinacija ima snažnu bazu domaćeg tržišta (s naglaskom na posjetitelje iz zagrebačke regije i šire sjeverozapadne Hrvatske) te relevantan udio gostiju iz obližnjih inozemnih emitivnih tržišta koja su dostupna cestovno. Ključni posjetitelji dolaze automobilom i ostvaruju kraće boravke, što potvrđuje važnost dostupnosti, jednostavne organizacije i jasne komunikacije o tome kako provesti jedan do dva dana u destinaciji.

Unutar primarnih ciljnih tržišta izdvajaju se četiri prioritetne ciljne skupine. Prva skupina su parovi srednje i starije životne dobi s izraženim interesom za *wellness*, opuštanje i mirno okruženje. Ova skupina pokazuje najvišu spremnost na višednevni boravak u kontinentalnim destinacijama i ima iznadprosječnu kupovnu moć. Prosječna dob posjetitelja motiviranih *wellnessom* u kontinentalnoj Hrvatskoj viša je od prosjeka ostalih segmenata, a većina pripada dobnim skupinama iznad 40 ili 50 godina. Ova skupina povezuje termalne sadržaje s tihim kulturnim sadržajima (posjet galeriji, razgled povijesne jezgre) i kratkim izletima u prirodu. Za Biser Zagorja ovo je strateški ključan segment jer je usklađen s postojećom strukturom smještajnih kapaciteta u Tuheljskim Toplicama i jer generira najveći udio noćenja tijekom cijele godine.

Druga skupina su obitelji s djecom koje traže sigurno, sadržajno i logistički jednostavno okruženje za vikend ili produženi vikend. Za ovu skupinu ključno je da destinacija nudi kombinaciju kupanja, bazenskih sadržaja, aktivnosti na otvorenom koje su prilagođene djeci, dostupnih kratkih šetnji u prirodi i razumljivih kulturnih sadržaja (primjerice interpretacija lokalne baštine kroz jednostavne narative i vizualne elemente). Ovaj segment je posebno važan u predsezoni, postsezoni i tijekom školskih praznika jer može popuniti kapacitete u razdobljima nižeg pritiska, a istovremeno ostvaruje jasnu potrošnju u smještaju i ugostiteljstvu.

Treća skupina su posjetitelji motivirani prirodom i boravkom na otvorenom, uključujući lagane planinarske i pješačke rute, vidikovce, šetnice uz rijeku i zaštićene krajobraze, kao i kraća rekreativna iskustva u zelenom okruženju. Ovaj segment je visoko prisutan na tržištu kontinentalne Hrvatske, osobito u Sjevernoj Hrvatskoj, gdje se boravak u prirodi i korištenje toplica percipira kao komplementarno. Ovi posjetitelji od destinacije očekuju sigurnost kretanja, jasno označene staze i unaprijed komunicirano trajanje aktivnosti. Za Biser Zagorja ova skupina je posebno važna jer ima potencijal rasteretiti glavni kapacitet (Tuhelj) i generirati promet u Klanjcu i Velikom Trgovišću kroz aktivno korištenje staza, vidikovaca, memorijskih i krajobraznih točaka.

Četvrta skupina su domaći posjetitelji iz Zagreba i šireg urbanog prstena koji traže kratki bijeg bez složene organizacije. Ova skupina često dolazi spontano, u vlastitom aranžmanu i osobnim vozilom. Najčešće konzumira jednodnevne ili jednodnevne-plus boravke, uz naglašenu potražnju za bazenima, opuštanjem, hranom i “nečim dodatnim” što se može obaviti u istom danu ili sljedećeg jutra. Ova skupina nije nužno motivirana baštinom ili interpretacijom prostora kao takvom, ali joj dostupni kulturni i memorijalni sadržaji mogu poslužiti kao razlog da ostane duže i da se destinaciji vrati. Za destinaciju je važno preusmjeriti ovaj segment iz jednodnevne potrošnje prema noćenju, što je jedan od središnjih ciljeva Plana upravljanja.

## **Sekundarna ciljana tržišta**

Sekundarna ciljana tržišta obuhvaćaju skupine koje trenutno imaju manji kvantitativni udio u ukupnom turističkom prometu Biseru Zagorja, ali strateški doprinose diversifikaciji i stabilizaciji prometa tijekom godine.

Ovdje se izdvajaju tri skupine. Prva skupina su posjetitelji motivirani kulturom i edukacijom, uključujući školske grupe, tematske grupe vezane uz umjetnost i baštinu te posjetitelje koji prioritetno dolaze razgledati galerijske i povijesne sadržaje. Ova skupina je posebno relevantna za Klanjec i za valorizaciju kulturne baštine, a uloga joj je ključna za popunjavanje radnih dana, izvan vikenda i izvan visoke sezone. Kako kulturna i memorijska baština nije samo lokalno značajna, nego i nacionalno relevantna, ova skupina predstavlja priliku za strukturirane vođene posjete i programe interpretacije baštine koji se mogu standardizirati i ponavljati.

Druga skupina su privatni gosti s višim raspoloživim dohotkom koji traže smještaj visoke privatnosti, posebno u kućama za odmor. U Velikom Trgovišću i Tuhlju bilježi se rast ovog tipa smještaja. Ovi gosti očekuju visoku razinu opremljenosti, privatnost, lokalnu gastronomsku podršku i osjećaj ekskluzivnosti. Trenutno, ova ponuda raste brže od sustava upravljanja kvalitetom, što je već prepoznato kao potencijalni rizik. Upravljanje ovim segmentom (standard kvalitete, vidljivost, usklađenost sa zakonodavstvom) važno je iz dva razloga: s jedne strane riječ je o financijski atraktivnom profilu gosta koji ostvaruje visoku potrošnju po noćenju, a s druge strane, bez kontrole kvalitete i bez integracije u širu destinacijsku priču ovaj segment može funkcionirati potpuno izolirano od ostatka destinacije, bez šire koristi za lokalnu zajednicu.

Treća skupina su poslovni i interesni posjetitelji, odnosno posjetitelji čiji je razlog dolaska sudjelovanje na događanjima, radionicama, stručnim skupovima, manjim edukacijskim programima ili manifestacijama. U kontinentalnoj Hrvatskoj udio poslovnih putovanja i stručnih dolazaka je značajan, osobito u destinacijama koje imaju razvijenu infrastrukturu smještaja i ugostiteljstva te mogućnost organizacije manjih skupova. U Biseru Zagorja ovaj segment može biti dodatno razvijen kroz strukturiranje manjih poslovno-edukativnih formata s pridruženim *wellness* sadržajem i selektiranim kulturnim programom. Ova skupina je važna jer generira dolaske tijekom radnog tjedna i izvan glavne sezone, a uz to povećava vidljivost destinacije u profesionalnim mrežama koje kasnije postaju izvor privatnih dolazaka.

## **Implikacije za upravljanje tržištem**

Na razini tržišta jasno je da područje Biser Zagorja već ima snažan oslonac u primarnom tržištu *wellnessa*, oporavka i boravka u prirodi. Radi se o posjetiteljima iz mjesta u geografskoj blizini, koji pretežno dolaze automobilom, te da taj oslonac proizvodi vrlo visok volumen noćenja gotovo u potpunosti koncentriran u Tuhlju. Istovremeno, postoje sekundarni segmenti – obiteljski posjetitelji, gosti kuća za odmor, kulturno-edukativne grupe, poslovni posjetitelji – koji mogu poduprijeti širenje turističke aktivnosti na Klanjec i Veliko Trgovišće, produljiti boravak i ravnomjernije rasporediti potražnju kroz godinu.

Za destinaciju to znači da upravljanje ciljanim tržištima više ne može biti samo zadržavanje postojećeg volumena u jednoj točki, nego mora uključivati aktivno vođenje gostiju prema cjelovitijem boravku (način provedbe vremena u destinaciji), prostorno širenje (korištenje kulturnih i prirodnih resursa izvan glavne jezgre) i vremensko širenje (dolazak izvan vršne kupališno-*wellness* sezone). To je ujedno temelj za prelazak iz modela jednodnevnih ili jednodnevnih-plus dolazaka prema stabilnom kratkoročno-boravišnom turizmu kontinentalnog tipa.

### 6.3. Oblikovanje strateškog pravca i prioriteta

Plan upravljanja destinacijom Biser Zagorja 2026.–2030. godine oslanja se na jasno definiranu **trostruku identitetsku strukturu: *wellness* – kultura – priroda**.

Turistička zajednica područja Biser Zagorja, koja obuhvaća Tuhelj (zona Tuhelj) te Klanjec i Veliko Trgovišće (zona Klanjec i Veliko Trgovišće), ulazi u novu razvojnu fazu utemeljenu na načelima održivosti, integriranog upravljanja i partnerstva lokalne zajednice. Temeljne poluge razvoja su tri prepoznatljiva stupa ponude:

1. *Wellness* i termalni turizam s epicentrom u zoni Tuhelj, čije su termalne vode i suvremeni *wellness* kapaciteti (Terme Tuhelj, Hotel Well, Glamping Village) generator cjelogodišnje potražnje;
2. Kultura i umjetnost, s težištem na zoni Klanjec i Veliko Trgovišće – ostavština Antuna Augustinčića, galerijska i sakralna baština te povijesni ostatci obitelji Erdödy;
3. Priroda i aktivnosti na otvorenom (*outdoor*) na području cijele destinacije Biser Zagorja – područje Cesarske gore, Cesargrada i doline Sutle nudi atraktivan okvir za planinarenje, pješačke i biciklističke staze, promatranje prirode i interpretaciju kulturnog krajolika, dok sportski tereni na otvorenom u Velikom Trgovišću nude mogućnost organiziranih tematskih posjeta nogometnih klubova i rekreativaca.

Destinacija se prepoznaje kao **“zeleni i kulturni biser kontinentalne Hrvatske”**, mjesto susreta termalne revitalizacije, umjetničkog nadahnuća i aktivnog boravka u prirodi, a vizija turističkog razvoja destinacije glasi:

**“Biser Zagorja – zeleni i kulturni mozaik koji povezuje termalni *wellness*, umjetnost i prirodu, stvarajući doživljaje usklađene s ritmom zagorskog života.”**

Plan upravljanja destinacijom 2026.–2030. godina predviđa strateško usmjerenje na objedinjavanje i kvalitetu ponude, digitalnu transformaciju, valorizaciju baštine i jačanje suradnje s lokalnom zajednicom.

## 6.4. Ciljevi razvoja turizma područja Biser Zagorja

Na temelju provedene analize stanja, vizije i definiranih prioriteta, definirani su sljedeći strateški ciljevi razvoja turizma područja Biser Zagorja:

1. Jačanje integriranog doživljaja destinacije (tematsko povezivanje triju središta);
2. Očuvanje i interpretacija kulturne i prirodne baštine;
3. Povećanje prepoznatljivosti i digitalne prisutnosti destinacije;
4. Razvijanje održivih oblika turizma i praćenje kapaciteta nosivosti destinacije.

### 6.4.1. Jačanje integriranog doživljaja destinacije

Jačanje integriranog doživljaja destinacije podrazumijeva da se područje Biser Zagorja, odnosno Tuhelj, Klanjec i Veliko Trgovišće, percipira, planira i komunicira kao jedinstvena cjelina, a ne kao tri odvojene mikro-lokacije s vlastitim, nepovezanim sadržajima odnosno dvije zone s različitim razvojnim perspektivama. Ovaj cilj proizlazi iz činjenice da destinacija raspolaže trima snažnim i međusobno komplementarnim osloncima ponude: termalnim i *wellness* doživljajem u Tuheljskim Toplicama, kulturno-umjetničkom i povijesnom jezgrom u Klanjcu (uključujući baštinu Antuna Augustinčića, povijesne elemente plemstva i sakralnu baštinu), te prirodnim i krajobraznim vrijednostima područja Cesargradske gore (dio Značajnog krajobraza Zelenjak – Risvička i Cesargradska gora), i rijeke Sutle (dio ekološke mreže Natura 2000) i Velikog Trgovišća koje omogućuju aktivnosti na otvorenom, što je detaljno opisano u poglavlju Analiza stanja. Svrha cilja je da se ti elementi više ne nude odvojeno, već da se pretvore u dosljedno strukturiran boravišni doživljaj koji se može unaprijed planirati, rezervirati i konzumirati u okviru jednodnevnog ili višednevnog boravka.

Integrirani doživljaj znači da posjetitelj tijekom svog dolaska ne mora samostalno spajati ponudu i improvizirati, nego da u svakom trenutku ima jasno predložene tematske putanje i gotove itinerare, poput “24 sata u Biseru Zagorja” ili “*Wellness* i kultura u jednom danu”, koji uključuju kupanje i tretman u termalnom kompleksu, razgled kulturne baštine i umjetničkih zbirki, šetnju ili kraći uspon s vidikovcem i interpretacijskim točkama, te gastronomsko iskustvo temeljeno na lokalnoj ponudi. Takav pristup izravno je usmjeren na produljenje boravka, povećanje potrošnje po posjetitelju i na ravnomjerniju prostornu raspodjelu posjećenosti unutar destinacije. To je u skladu s ciljevima održivog upravljanja opterećenjem prostora i nosivim kapacitetom destinacije u razdoblju 2026.–2030. godine.

Ovaj cilj također podrazumijeva usklađenu prezentaciju destinacije prema tržištu. To uključuje uspostavu jasnog i dosljednog opisa destinacije koji istovremeno uključuje termalno i *wellness* iskustvo, kulturnu baštinu i umjetničke sadržaje te boravak u prirodi. Uključuje i zajedničku vizualnu i komunikacijsku platformu, kao i koordinirani kalendar događanja. Kalendar događanja u tom se modelu više ne tretira kao popis zasebnih lokalnih manifestacija, nego postaje alat za aktivno upravljanje potražnjom. Događaji se programiraju i pozicioniraju tako da podupiru paketne proizvode i organizirane boravke, posebno u predsezoni i postsezoni, a ne samo kao jednokratni zabavni sadržaji. Time se

smanjuje izražena sezonalnost, ublažava oslonjenost na vrlo kratke posjete i osigurava dodatni motiv dolaska u razdobljima niže potražnje.

Ovaj cilj je također odgovor na slabosti detektirane SWOT analizom. U analizi su istaknuti manjak strukturirane gastro ponude s lokalnim sastojcima, ograničen broj aktivnosti za mlade, nedostatak interpretacije kulturnih resursa i prirodnih lokacija te fragmentiranost promocije. S druge strane, identificirane su prilike kao što su razvoj kratkih lanaca između smještaja, lokalnih proizvođača i ugostitelja, korištenje *wellness* motiva kao razloga dolaska tijekom cijele godine, te stavljanje u funkciju šetnica, vidikovaca i laganih *outdoor* ruta za obiteljski i vikend segment tržišta. Jačanje integriranog doživljaja destinacije izravno spaja te prilike s uočenim slabostima i daje okvir za njihovu korekciju. Provedbeno gledano, ovaj cilj znači da se tri temeljna elementa ponude ne promatraju kao tri izdvojena proizvoda, nego kao međusobno uvjetovani dijelovi iste vrijednosti za posjetitelja. Termalna i *wellness* ponuda prestaje biti shvaćena isključivo kao kupanje i tretmani, nego se definira kao polazna točka boravka u destinaciji. Kulturna baština ne predstavlja samo pojedinačnu lokaciju, nego se posjetitelju interpretira kroz jasnu priču o nastanku, autorima, povijesnom kontinuitetu i ulozi mjesta u nacionalnom i regionalnom kontekstu. Prirodni elementi destinacije ne predstavljaju samo stazu ili šumu, nego jasno obilježenu i infrastrukturno pripremljenu točku boravka i kretanja s definiranim trajanjem, razinom zahtjevnosti i očekivanim iskustvom. Na taj način posjetitelj dobiva osjećaj da boravi u jednoj destinaciji koja ima jasno definiran proizvod i jasno definiranu vrijednost boravka, a ne u tri administrativno odvojene jedinice.

U funkcionalnom smislu, cilj jačanja integriranog doživljaja destinacije stvara osnovu za sve ostale ciljeve plana. On opravdava zajedničko pozicioniranje destinacije, daje referentni okvir za razvoj paketa i itinerara, stvara argument za usklađivanje gastronomije i lokalne proizvodnje s turističkom ponudom, te daje osnove za ulaganja u označavanje staza, signalizaciju, interpretacijske točke i digitalnu dostupnost informacija. Time se postavlja konkretan okvir kroz koji se kasnije definiraju prioritetni projekti, nositelji, rokovi i izvori financiranja u razdoblju 2026.–2030.

#### 6.4.2. Očuvanje i interpretacija kulturne i prirodne baštine

Očuvanje i interpretacija kulturne i prirodne baštine podrazumijevaju istovremeno zaštitu resursa i njihovo stavljanje u funkciju održivog turističkog razvoja. Ovaj cilj prepoznaje da je za destinaciju Biser Zagorja baština više od pojedinačnih objekata i lokaliteta. Ona je temelj razlikovnosti u odnosu na druga kontinentalna odredišta. Kulturni sloj destinacije obuhvaća baštinu Antuna Augustinčića, Antuna Mihanovića, plemićke obitelji Erdödy, sakralnu i feudalnu povijest, povijesne narative relevantne na nacionalnoj razini te živi kontinuitet tradicije i lokalnih običaja. Prirodni sloj destinacije obuhvaća Cesarsku goru, utvrdu Cesargrad, dolinu Sutle i krajobrazne visoke vrijednosti koji imaju rekreacijsku, edukativnu i identitetsku funkciju. Ovaj cilj je usmjeren na to da se te vrijednosti očuvaju, stručno upravljaju i posjetitelju prezentiraju na dosljedan i razumljiv način.

U praktičnom smislu, očuvanje baštine znači da ključni lokaliteti ne ostaju u statusu pasivnih točaka interesa, nego se tretiraju kao resursi kojima treba planski upravljati. To uključuje održavanje i obnovu građevina i lokaliteta (primjerice zidine i pristupne zone utvrde Cesargrad, interpretacijske točke vezane uz povijesne osobe i umjetničku ostavštinu te sakralne cjeline), uređenje okoliša i pristupnih točaka, te uspostavu osnovne komunalne i sigurnosne infrastrukture oko pojedinih atrakcija. Isto vrijedi i za prirodne resurse koji su trenutačno dostupni, ali nerijetko infrastrukturno nedovoljno pripremljeni i slabo obilježeni: staze nisu uvijek jasno označene, signalizacija je nedovoljna, pristupne točke nisu standardizirane, a interpretacijske ploče i vidikovci nisu dosljedno izvedeni. Cilj zahtijeva da se ti elementi postave na razinu minimalnog standarda, kako bi posjetitelj imao siguran, jasan i kvalitetan doživljaj, a istodobno kako bi se spriječilo nekontrolirano korištenje, erozija i prekomjerno opterećenje prostora. Interpretacija baštine u ovom kontekstu znači da kulturne i prirodne vrijednosti nisu predstavljene samo fizički (kao zgrada, staza ili pejzaž), nego i sadržajno objašnjene na način koji je posjetitelju pristupačan. To uključuje jasne i informativne interpretacijske točke na terenu, tematske vođene ture, korištenje multimedije, digitalno dostupne informacije (virtualni posjeti, audio vodiči, kratki video sadržaji), kao i jednostavne narativne linije koje povezuju lokalitet s njegovim širim značenjem. Primjerice, kulturna baština u Klanjcu ne predstavlja samo galerijsku postavu, već i priču o autoru, vremenu i ulozi mjesta u kulturnom nasljeđu Hrvatske. Prirodna baština u području Cesarske gore i uz Sutlu ne predstavlja samo planinarsku ili šetnu rutu, već i uvid u lokalni krajobraz, botaniku, faunu i tradicionalne načine korištenja prostora. Time svaki posjet više nije samo razgledavanje, nego strukturirano razumijevanje vrijednosti destinacije, što izravno povećava motiv za povratak i preporuku destinacije.

Ovaj cilj također ima jasnu ulogu u očuvanju identiteta i otpornosti destinacije na promjene. U SWOT analizi prepoznato je da postoji bogatstvo kulturnih i povijesnih elemenata, atrakcija većeg značaja, sakralnih i plemićkih cjelina te povijesnih narativa, ali i da postoje slabosti koje uključuju zapuštenost pojedinih lokaliteta, nedovoljnu infrastrukturu oko atrakcija, slabu signalizaciju, nedovoljnu promociju te povremeno nepovezan i nedovoljno profesionalan pristup upravljanju. Nadalje, istaknuta je prijetnja gubitka prepoznatljivosti zbog sporosti realizacije, nedostatka održavanja, klimatskih rizika i zasićenja tržišta sličnim sadržajem. Drugim riječima, destinacija raspolaže vrijednostima koje su vrlo konkurentne (posebno u kontekstu ponude kontinentalne Hrvatske), ali te vrijednosti nisu zaštićene i prezentirane na način koji osigurava dugoročnu održivost i jasnu tržišnu diferencijaciju.

Istodobno su jasno identificirane prilike za unapređenje: prvenstveno postavljanje interpretacijskih točaka, zatim stvaranje tematskih parkova u prirodi, razvoj obiteljskih i edukativnih sadržaja, uređenje dječjih zona i ribnjaka, , uvođenje dodatnih aktivnosti uz jezgru atrakcije, te oblikovanje pogodnosti i paket-ponuda koje povezuju obilazak baštine sa sadržajima odmora i opuštanja. Ove prilike nisu samo komercijalne, one su i alat upravljanja. Ako destinacija može usmjeriti posjetitelje na unaprijed definirane staze, vidikovce i interpretacijske točke, te ako može jasno označiti preporučene itinerare s očekivanim trajanjem i razinom zahtjevnosti, tada ona stvara kontrolirane tokove posjetitelja umjesto nekontroliranog raspršivanja po osjetljivim područjima. Time

se ujedno smanjuje rizik od prekomjernog opterećenja pojedinih prostora i štetnih posljedica poput erozije, otpada ili sigurnosnih incidenata.

Ovaj cilj ima i prostornu i ekonomsku dimenziju. Prostor je ključan jer se, u destinaciji ovakvog tipa, svaki lokalitet brzo preopterećuje ako nema plan vođenja posjeta, održavanja i rekonstrukcije. Ekonomija je ključna jer kulturni i prirodni resursi stvaraju dodanu vrijednost tek kada se vežu uz boravišne proizvode (primjerice smještaj s uključenom interpretiranom šetnjom, degustacijama lokalne hrane ili tematskom radionicom), a ne kada se prezentiraju osamljeno i bez usluge. Upravo zato ovaj cilj nije samo zaštitarski, nego i razvojni: on uspostavlja obvezu da destinacija sustavno održava i obnavlja lokalitete, ali istodobno razvija način njihove komunikacije i stavljanja u funkciju višednevnog dolaska.

U provedbenom smislu, cilj očuvanja i interpretacije kulturne i prirodne baštine stvara polazište za skup prioriteta projekata koji se već nalaze u planu provedbe, poput označavanja i opremanja ruta, stabilizacije i upravljanja ključnim lokalitetima (primjerice utvrda i povijesne jezgre), oblikovanja interpretacijskih točaka i izrade konzistentnih edukativno-prezentacijskih materijala, uključujući i digitalne alate. Ovaj cilj je također izravno povezan s budućim financiranjem: za razliku od čiste komercijalizacije proizvoda, projekti koji se odnose na baštinu i krajobraz imaju visoki potencijal za sufinanciranje kroz nacionalne i europske izvore, jer istodobno podupiru očuvanje resursa, održivo korištenje prostora i razvoj održivog turizma.

### 6.4.3. Povećanje prepoznatljivosti i digitalne prisutnosti destinacije

Povećanje prepoznatljivosti i digitalne prisutnosti destinacije usmjereno je na to da područje Biser Zagorja, kao objedinjeno područje Tuhlja, Klanjca i Velikog Trgovišća, postane jasno prepoznat kao konkretno odredište kontinentalnog odmora koje nudi termalno i *wellness* iskustvo, kulturnu i umjetničku baštinu te boravak u prirodi. Ovaj cilj polazi od činjenice da destinacija raspolaže sadržajima koji su konkurentni u nacionalnom kontekstu, ali njihova tržišna vidljivost i dostupnost krajnjem korisniku još uvijek ne odgovaraju njihovoj vrijednosti. U postojećem stanju komunikacija je fragmentirana, promocija se često odvija pojedinačno (po događaju, po lokaciji ili po pružatelju usluge), a pristup informacijama i cjelovitim prijedlozima boravka u destinaciji ovisi o tome na koji izvor posjetitelj naiđe. Cilj je uspostaviti jedinstvenu komunikaciju prema tržištu koja jasno pokazuje što destinacija jest, za koga je relevantna i kako se njezini sadržaji mogu iskusiti.

U operativnom smislu, povećanje prepoznatljivosti znači da destinacija mora imati jasnu, dosljednu i dovoljno diferenciranu javnu sliku. Ta slika temelji se na ključnim elementima ponude koji su već identificirani kao strateški: terme i *wellness* sadržaji, umjetnička i kulturno-povijesna baština te sigurne i dostupne zone za šetnje i izlete u prirodi. To podrazumijeva ne samo da se o tim elementima komunicira, nego da se komunicira u koordiniranom obliku i s jasnim pozicioniranjem. U praksi, to znači da se destinacija ne predstavlja samo kao skup pojedinačnih atrakcija ili događaja, nego kao cjelina s jasnim očekivanim doživljajem za određene ciljne skupine: obiteljski posjet s

djecom, vikend bijeg za parove, boravak s naglaskom na dobrobit i opuštanje, kraći aktivni boravak u prirodi, kulturno-edukativni posjet.

Digitalna prisutnost destinacije ključan je element ovog cilja jer digitalni kanali postaju glavni izvor informiranja, inspiracije i odluke o kupnji za ciljane segmente. To podrazumijeva dostupnost kvalitetnog, ažurnog i vjerodostojnog sadržaja koji objedinjuje informacije o smještaju, sadržajima, događanjima, dostupnosti i mogućnostima kretanja. To uključuje i tehnički aspekt: mrežnu stranicu koja nije samo informativna, nego i funkcionalna (npr. pregledni itinerari, označene rute s trajanjem i zahtjevnošću, kalendar događanja, sezonske preporuke, mogućnost upita ili rezervacije), te aktivne komunikacijske kanale na društvenim mrežama koji su usmjereni na stvarnu publiku destinacije. U tom smislu, cilj nije samo objavljivati sadržaj, nego strukturirano voditi potencijalnog posjetitelja kroz proces od „želim ideju za vikend“ do „znam kamo idem, što ću raditi i gdje ću biti smješten“.

Ovaj cilj je i odgovor na identificirane slabosti u SWOT analizi. Na radionici je istaknuto da destinacija formalno ima društvene mreže, brend i web stranicu, ali da su prisutni problemi u nekoliko područja: koordinacija između turističke zajednice i ostalih dionika, nestabilna ili ograničena digitalna infrastruktura, nedovoljna razina ulaganja u stvaranje kvalitetnog sadržaja i sl. Također je istaknut rizik reputacije, jer negativne recenzije, tehnički problemi, zastarjeli podatci ili neodgovoreni upiti izravno utječu na odluku o dolasku. U tom kontekstu, povećanje digitalne prisutnosti ne shvaća se samo kao oglašavanje, nego kao upravljanje dojmom i povjerenjem u realnom vremenu.

Istovremeno su prepoznate jasne prilike. Naveden je prostor za razvoj digitalnih formata interpretacije baštine i prirode (primjerice QR kodovi, audio vodiči, multimedijalne priče vezane uz lokalitete), suradnje s kreatorima sadržaja koji komuniciraju prema mlađim segmentima tržišta, razvoj virtualnih obilazaka i preglednih video-formata koji prikazuju aktivnosti u destinaciji, te uključivanje lokalne zajednice i mladih dionika u stvaranje sadržaja. Dodatno, zajedničko digitalno pozicioniranje uz podršku županijske razine daje dodatni doseg, posebno prema zagrebačkom i užem regionalnom tržištu kratkih i impulzivnih boravaka. Time se destinacija ne oslanja samo na tradicionalne kanale promocije (tiskani materijali, povremeni nastupi u medijima), nego stvara trajan i samoodrživ komunikacijski kanal koji može proizvoditi i plasirati sadržaj tijekom cijele godine.

Ovaj cilj ima i vrlo konkretnu provedbenu ulogu u turističkom poslovanju. Jačanjem jasno prepoznatljive slike destinacije i uspostavom dosljedne digitalne prisutnosti stvara se nužan preduvjet za komercijalizaciju objedinjenih sadržaja i itinerara te za usmjeravanje posjetitelja prema manje opterećenim zonama i terminima, što pridonosi održivosti. Istovremeno se povećava vidljivost lokalnih proizvoda, ugostiteljske ponude s lokalnim sastojcima, malih smještajnih kapaciteta i interpretiranih kulturnih i prirodnih točaka koje inače ostaju izvan fokusa. Time ovaj cilj izravno podupire ostale ciljeve plana: bez jasne i dosljedne komunikacije prema tržištu nema produljenja boravka, nema ravnomjernog prostornog rasterećenja i nema stabilnog povrata na ulaganja u sadržaje, infrastrukturu i ljudske kapacitete.

#### 6.4.4. Razvijanje održivih oblika turizma i praćenje kapaciteta nosivosti destinacije

Razvijanje održivih oblika turizma i praćenje kapaciteta nosivosti destinacije usmjereno je na to da se rast turizma na području Bisera Zagorja događa pod uvjetima koji su dugoročno prihvatljivi za prostor, za stanovnike i za samu ponudu. Ovaj cilj polazi od činjenice da se u destinaciji već sada pojavljuju obrasci opterećenja prostora: koncentracija posjetitelja u najatraktivnijim točkama i u kratkim vremenskim razdobljima, oslanjanje na jednodnevne posjete bez većeg ekonomskog učinka po gostu, pritisak na komunalnu infrastrukturu (kanalizacija, otpad, rasvjeta, pristupne ceste), kao i vidljiva ranjivost prirodnih područja i pojedinih povijesnih lokaliteta zbog ograničenog održavanja i neujednačene razine uređenosti. Cilj je uspostaviti model upravljanja koji istodobno omogućuje privlačenje posjetitelja, ali pod uvjetima koji ne narušavaju prostorne, ekološke i društvene kapacitete destinacije.

U praktičnom smislu, održivi oblici turizma u ovom kontekstu nisu apstraktan koncept, nego konkretni tipovi doživljaja i načini korištenja prostora. To uključuje boravak u prirodi kroz jasno označene i sigurnosno pripremljene šetne i planinarske rute, umjerene rekreacijske aktivnosti s malim ekološkim otiskom, interpretirane obilaski kulturne i sakralne baštine s vođenjem i kontroliranim pristupom, lokalnu gastronomiju temeljenu na kratkim lancima opskrbe i sezonskim namirnicama, te *wellness* programe koji privlače goste tijekom cijele godine, a ne samo u vršnim terminima. Takav pristup stvara veću vrijednost po posjetitelju, potiče duži boravak i ravnomjernije koristi resurse destinacije, umjesto da opterećuje samo nekoliko točaka interesa u kratkom periodu.

Praćenje kapaciteta nosivosti destinacije predstavlja drugu, upravljačku komponentu ovog cilja. To podrazumijeva da destinacija mjeri i razumije vlastitu granicu prihvatljivog korištenja prostora, odnosno koliko posjetitelja pojedina lokacija može prihvatiti bez narušavanja sigurnosti, bez negativnih utjecaja na okoliš i bez narušavanja komunalnih funkcija za lokalno stanovništvo. Praćenje kapaciteta uključuje elemente kao što su broj posjetitelja u osjetljivim zonama (primjerice pristup utvrđi, stazama i vidikovcima), stanje infrastrukture (npr. razina opterećenja kanalizacije i parkirnih površina u vršnim terminima), učestalost pritužbi i sigurnosnih incidenata te zadovoljstvo lokalnog stanovništva i posjetitelja. U tom smislu, cilj je uspostaviti sustav koji redovito prikuplja podatke, interpretira ih i koristi ih za donošenje odluka o upravljanju prostorom i programiranju aktivnosti.

Ovaj cilj izravno odgovara na slabosti istaknute u SWOT analizi. U analizi su jasno istaknuti infrastrukturni manjkovi, osobito u području kanalizacije, rasvjete, signalizacije, dostupnosti javnog prijevoza i digitalne informacijske infrastrukture. Također je prepoznat rizik od preopterećenosti pojedinih lokacija u sezoni, pojava nekontroliranog jednodnevnog posjećivanja bez odgovarajuće potrošnje i pojave nedostatne urednosti prostora, uključujući zapuštene parcele, otpad i manjkavu komunalnu opremu. Uz to je naglašeno da sporost realizacije infrastrukturnih zahvata i nedovoljno održavanje mogu dovesti do pada percepcije kvalitete destinacije i narušavanja njezine prepoznatljivosti.

Istovremeno su u SWOT analizi i strateškim dokumentima prepoznate prilike koje izravno podupiru ovaj cilj. Tu se ubrajaju dostupni nacionalni i europski izvori financiranja za zelenu i komunalnu infrastrukturu, razvoj mreže pješačko-biciklističkih staza i odmorišta, digitalne informacijske točke i interpretacijske ploče, i generalno projekte kojima se povezuje zaštita prostora s turističkim korištenjem prostora. U okviru programskih aktivnosti već je najavljeno označavanje staza i ruta, razvoj bolje signalizacije i usmjeravanje posjetitelja na unaprijed definirane točke. Time se ne razvija samo fizička infrastruktura, nego i alat upravljanja tokovima posjetitelja: jasno označena staza znači da se posjet odvija kontrolirano, s predvidivim intenzitetom korištenja, umjesto da se odvija stihijski i nekontrolirano.

Ovaj cilj također ima važnu društvenu dimenziju. Upravljanje nosivim kapacitetom u destinaciji ove veličine nije pitanje samo prirode i baštine, nego i svakodnevnog života stanovnika. Ako kanalizacija nije prilagođena intenzitetu vršnih dana, ako prometni prilaz nije siguran za lokalno stanovništvo ili ako buka i opterećenje prostorom manifestacije prelaze razinu prihvatljivog, destinacija dugoročno gubi potporu lokalne zajednice. U tom smislu, ovo nije cilj samo u funkciji turizma, nego i cilj u funkciji dugoročne kvalitete života stanovnika područja Biser Zagorja. Time se izbjegava scenarij u kojem destinacija postaje atraktivna za posjetitelje, a istovremeno sve manje ugodna za život.

U provedbenom smislu, razvijanje održivih oblika turizma i praćenje kapaciteta nosivosti destinacije stvara osnovu za nekoliko tipova upravljačkih odluka. Prvo, daje kriterije za prioritet ulaganja u infrastrukturu, jer jasno pokazuje koja su područja već sada izložena pritisku i zahtijevaju ulaganja u rasvjetu, signalizaciju i sigurnost pristupa. Drugo, daje podlogu za usmjeravanje komunikacije, jer omogućuje aktivno upućivanje posjetitelja na manje opterećene zone i na termine izvan vršne sezone. Treće, daje osnovu za vrednovanje manifestacija i javnih događanja, prvenstveno namijenjenih turistima, jer omogućuje odlučivanje koji događaj ostaje, koji se nadograđuje i kojim sadržajem, te u kojem terminu se održava kako bi učinak bio pozitivan, a ne destabilizirajući.

Ovaj cilj time postaje ključan alat za dugoročno održivu konkurentnost destinacije Biser Zagorja. On osigurava da razvoj ponude, promocija i privlačenje gostiju ostaju u skladu s kapacitetima prostora i zajednice, da komunalni sustavi i okoliš nisu dovedeni u stanje preopterećenja i da turizam ne troši resurse brže nego što ih destinacija može obnoviti, održavati i interpretirati.

## 6.5. Marketinška koncepcija

U kontekstu pozicioniranja područja Biser Zagorja unutar turističke ponude Krapinsko-zagorske županije i šire kontinentalne Hrvatske, potrebno je strateški razvijati jasan i konzistentan tržišni identitet destinacije koji se oslanja na tri osnovna stupa ponude: termalno i *wellness* iskustvo, kulturnu i umjetničku baštinu te boravak u prirodi. Marketinška koncepcija destinacije temelji se na razvoju integriranog turističkog proizvoda kroz tri razine: osnovnu, očekivanu i proširenu.

Osnovni proizvod uključuje smještaj i temeljne usluge boravka, kao što su kvalitetan i dosljedan smještajni standard, komunalna i tehnička infrastruktura dostatna za boravak gostiju, osnovna dostupnost (pristup cestom, parkiranje), stabilna komunikacijska infrastruktura i osnovna informacijska podrška (informativne točke, pregledni kontakti i lako razumljivi podatci o tome što se može raditi u destinaciji). U slučaju Bisera Zagorja, osnovni proizvod uključuje prvenstveno termalne i *wellness* kapacitete u Tuheljskim Toplicama, ali i privatni smještaj, manje objekte i boravišne kapacitete koji sve više preuzimaju ulogu mjesta povratka nakon aktivnosti u prirodi ili obilaska kulturnih lokaliteta. U ovoj razini nužno je osigurati da standard boravka i standard komunikacije prema gostu budu pouzdani, dovoljno personalizirani i utemeljeni na lokalnom identitetu. Smještaj mora omogućiti ugodan boravak, razumljiv pristup informacijama i dojam sigurnosti te mora jasno pokazati da se gost nalazi na području koje ima specifične vrijednosti, a ne u generičkom kontinentalnom smještaju.

Očekivani proizvod uključuje i dostupne aktivnosti tijekom boravka, odnosno aktivnosti koje se percipiraju kao logičan nastavak smještaja: primjerice korištenje *wellness* programa, lagane šetnje u prirodi uz jasno označene rute, posjet kulturnim i povijesnim lokalitetima u Klanjcu, razgled memorijskih i identitetskih točaka te pristup manjim lokalnim događanjima. U ovoj razini proizvod mora biti razumljiv, predvidiv i izvediv bez dodatnog opterećenja gosta – dakle, ono što gost očekuje jest da postoji jasna informacija gdje može otići, što ga ondje čeka i koliko to traje.

Prošireni proizvod predstavlja oblikovanje cjelovitog doživljaja destinacije kroz kombinaciju termalnog opuštanja i oporavka, kulturne i umjetničke interpretacije te rekreacije u prirodi, uključujući manifestacije i tematske programe. On uključuje organizirane itinerare i definirane boravke koji u jednom logičkom slijedu povezuju, primjerice, jutro u *wellness* centru, razgled galerije i povijesne jezgre, vođenu šetnju ili kraći izlet uz vidikovce i zaštićene krajobraze, degustaciju lokalnih proizvoda i sudjelovanje u odabranim događanjima. Ova razina proizvoda više nije samo odgovor na pitanje „gdje ću biti smješten“, nego i na pitanje „što ću raditi u subotu popodne i nedjelju ujutro“. Upravo ovaj dio proizvoda, koji povezuje *wellness*, kulturu i prirodu, strateški je ključan jer izravno podupire ciljeve produljenja boravka, povećanja potrošnje po gostu i rasterećenja najopterećenijih lokacija kroz usmjeravanje gostiju na unaprijed oblikovane točke interesa i razdoblja posjete.

Polazište marketinške koncepcije je da se sve tri razine – osnovna, očekivana i proširena – moraju razvijati istodobno i moraju se predstavljati tržištu kao sastavni dijelovi iste destinacije. To znači da se smještaj ne promovira izolirano od sadržaja, sadržaji se ne promoviraju izolirano od lokalne baštine, a manifestacije se ne promoviraju izolirano od lokacije i kapaciteta prihvata. Time se povećava vjerojatnost da destinacija bude prepoznata kao mjesto za cjeloviti vikend ili kraći odmor, a ne samo kao mjesto jednodnevnog izleta. Ovo je posebno važno za Biser Zagorja, budući da blizina većeg emitivnog tržišta donosi velik broj kratkih dolazaka, ali istodobno stvara rizik ograničene potrošnje i opterećenja prostora bez jasne koristi za lokalnu zajednicu. Funkcija marketinške koncepcije je upravo transformirati jednodnevnu posjetu u kratki boravak, a kratki boravak u ponovljeni dolazak.

Kako bi se povećala učinkovitost marketinških aktivnosti, Turistička zajednica područja Biser Zagorja provela je ciljanu segmentaciju tržišta te je plan usmjeriti poruke, kanale i sadržaje na specifične skupine posjetitelja s najvišim potencijalom boravka i potrošnje.

Za obiteljski segment, destinacija će razvijati ponudu vikend-boravaka koja kombinira sadržaje sigurnog boravka za djecu (terme i vodeni sadržaji, dječje aktivnosti u prirodi, šetne rute prilagođene kraćim nogama, interpretacija kroz igru), posjet kulturnim lokalitetima koji su prezentirani razumljivo i vizualno, te obiteljski prilagođenu gastro ponudu. Naglasak će biti na osjećaju sigurnosti, jednostavnosti organizacije i jasnoj informaciji o tome što obitelj može raditi u roku od nekoliko sati, bez komplikacije i bez potrebe za dugom pripremom.

Za parove i posjetitelje motivirane *wellness* sadržajem, destinacija će nuditi boravke koji kombiniraju tretmane i termalne sadržaje s mirnim kulturnim doživljajima i kraćim izletima u prirodu. U ovom segmentu ključni argument nije samo opuštanje, nego opuštanje koje je povezano s lokalnim karakterom mjesta, kulturnim sadržajem manjeg intenziteta i diskretnim, uređenim ambijentom.

U segmentu aktivnog i *outdoor* posjetitelja, destinacija će razvijati ponudu laganih planinarskih i pješačkih ruta, rekreativnog boravka u prirodi, vidikovaca i krajobraznih točaka koje su jasno označene, sigurne i interpretirane. U ovom segmentu očekivanje posjetitelja nije samo fizička aktivnost, nego osjećaj da je prostor uređen, da je dostupan i da je iskustvo vođeno i smisleno. Ovdje se osobito cilja na posjetitelje iz šire zagrebačke zone koji traže kvalitetan jednodnevni ili vikend bijeg u prirodu bez složene logistike.

Za kulturom motivirane posjetitelje i školske te obrazovne grupe, destinacija će razvijati strukturirane sadržaje interpretacije kulturne i umjetničke baštine, uključujući posjet umjetničkim zbirkama, memorijskim kućama i povijesnim lokalitetima, uz jasno vođene priče, edukativne materijale i mogućnost povezivanja s drugim sadržajima boravka (gastronomija, priroda, *wellness*). Ovaj segment je strateški važan jer neovisno o sezoni generira posjete, a uz dobar program stvara potencijal za ponavljanje posjete svake godine s novim generacijama.

Ovako definirana marketinška koncepcija Bisera Zagorja postavlja jasnu logiku predstavljanja destinacije prema tržištu: prvo se osigurava pouzdan i prepoznatljiv osnovni proizvod (smještaj, infrastruktura, informacija), zatim se diferencira očekivani proizvod kroz gastronomiju, *wellness* i kulturni sadržaj, a zatim se sve to povezuje u prošireni proizvod koji strukturirano i ciljano nudi cjeloviti boravak za jasno definirane segmente posjetitelja. Time se stvara jasan identitet destinacije, povećava vrijednost svakog dolaska i postavlja održiva osnova za rast turizma u razdoblju 2026.–2030.

## 6.6. Mjere i aktivnosti

U razdoblju 2026.–2030. provodit će se skup prioriternih mjera koje operacionaliziraju strateški fokus Plana upravljanja destinacijom Biser Zagorja. Svaka mjera predstavlja programski okvir unutar kojeg se realiziraju povezani projekti. Navedene mjere

usmjerene su na povećanje vrijednosti boravka, zaštitu resursa, podizanje kvalitete i upravljanje rastom potražnje.

### **Mjera 1. Integrirano oblikovanje boravišnog doživljaja i objedinjavanje ponude**

Cilj mjere je pretvoriti Tuhelj, Klanjec i Veliko Trgovišće u jedinstvenu boravišnu destinaciju kroz razvoj strukturiranih itinerara i paketa proizvoda za jasno definirane ciljne skupine (obitelji, parovi s motivom *wellnessa*, aktivni posjetitelji, posjetitelji motivirani kulturom). Mjera će se provoditi kroz dva ključna projekta:

- **Projekt „Otkrij Biser Zagorja“.** Projekt je nastavak aktivnosti uspostave gotovih višednevnih prijedloga boravka koji povezuju termalno i *wellness* iskustvo u Tuheljskim Toplicama, kulturnu baštinu i umjetničke sadržaje u Klanjcu i Velikom Trgovišću te prirodne lokalitete i vidikovce u području Cesarske gore, Cesargrada i Sutle. Planirane podaktivnosti uključuju definiranje tematskih ruta (primjerice: *wellness* i umjetnost; vikend s djecom u prirodi; kulturno-memorijalni posjet), standardizirano opisivanje tih ruta (trajanje, pristupačnost, lokacije, očekivani sadržaji), izradu komunikacijskih materijala te postavljanje minimalnih operativnih standarda za ulazne točke u itinerar (radno vrijeme, osnovne informacije na lokaciji, označenost pristupa).
- **Projekt „Istaknuta (TOP) događanja Bisera Zagorja“.** Tema projekta je korištenje odabranih manifestacija i događanja kao pokretača dolazaka izvan vršne sezone. Podaktivnosti uključuju odabir nekoliko istaknutih događanja godišnje s jasnim identitetom i ciljnom publikom, usklađivanje termina događanja s ciljem produljenja boravka (primjerice događaj u subotu s popratnim programom kroz nedjelju prijedodne), usklađivanje ugostiteljske i eno-gastro ponude s tim događanjem te razvoj pogodnosti i paketa (popusti, organizirani obilasci, dodatne aktivnosti u okolici). Projekt definira manifestacije kao tržišni alat, a ne samo lokalni društveni sadržaj.

Ova mjera stvara uvjete da destinacija prijeđe iz pretežito jednodnevnog posjećivanja na kraći boravak s jasnim razlogom dolaska i jasnim slijedom aktivnosti. Izravno je povezana s ciljem jačanja integriranog doživljaja destinacije i produljenja boravka u destinaciji.

### **Mjera 2. Očuvanje i interpretacija kulturne i prirodne baštine**

Cilj mjere je zaštititi i dugoročno aktivirati kulturnu i prirodnu baštinu kao nosivi sadržaj destinacije te osigurati da posjetitelj dobije razumljiv i vođen doživljaj umjesto fragmentiranog obilaska pojedinačnih točaka. Mjera se provodi kroz sljedeći prioritetni projekt:

- **Projekt „Galerija, baština i identitet Bisera Zagorja“.** Tema projekta je interpretacija kulturnih sadržaja destinacije na način prilagođen posjetitelju. Podaktivnosti uključuju usklađivanje prezentacije kulturnih sadržaja kao što su umjetnička ostavština i galerijski fundus u Klanjcu, povijesne točke od nacionalnog značaja te sakralna i plemićka baština, razvoj standardiziranih vođenih obilazaka i kratkih edukativnih programa, organizaciju vremena posjeta, izradu jasne informacijske i vizualne signalizacije, te nadopunu digitalno

dostupnih materijala (audio vodiči, QR kodovi, pregledne informacije o kontekstu lokaliteta).

Ova mjera služi dvostrukoj svrsi: osigurava očuvanje ključnih identitetskih vrijednosti prostora i pretvara ih u sadržaj koji motivira dolazak tijekom cijele godine, osobito izvan najopterećenijih termina.

### **Mjera 3. Razvoj zelene i posjetiteljske infrastrukture**

Cilj mjere je nastaviti stvarati infrastrukturne uvjete za siguran, jasan i kontroliran boravak posjetitelja u prostoru, uz smanjenje pritiska na najizloženije zone. Ova mjera premošćuje ključne slabosti istaknute u SWOT analizi (nedostatak kanalizacije, slabije održavanje, nedovoljna turistička signalizacija, nedostatak uređenih pješačko-biciklističkih koridora) i prevodi ih u fazne infrastrukturne zahvate koji mogu biti financirani kroz nacionalne i EU izvore.

- **Projekt „Biciklistička staza Biser Zagorja“.** Tema projekta je izgradnja moderne, dvosmjerne staze duljine 9,5 km u Općini Veliko Trgovišće, povezujući naselja Jezero Klanječko i Dubrovčan. Cilj projekta je poticanje održive mobilnosti, povećanje sigurnosti biciklista te smanjenje emisija stakleničkih plinova. Staza će biti prilagođena svim korisnicima, uključujući osobe s invaliditetom, te povezati biciklistički promet s javnim prijevozom. Financirana bespovratnim sredstvima i općinskim proračunom, staza donosi i razvoj lokalnog turizma, cikloturizma i kvalitetniji način života za stanovnike Općine Veliko Trgovišće te okolnih naselja u sklopu Urbane aglomeracije Zagreb.
- **Projekt „Održavanje mreže zelenih staza“.** Tema projekta je nastavak operativnog upravljanja mrežom već označenih pješačkih i biciklističkih ruta koje su prezentirane putem interaktivne karte, uz dodatno unaprijeđenje standarda održavanja, dopune signalizacije i proširenja sadržaja. Ključni naglasak stavlja se na redovitu provjeru stanja trase i oznaka, otklanjanje oštećenja i nejasnoća u označavanju, dopunu informativnih ploča te ujednačavanje načina prezentacije ruta prema duljini, trajanju i razini zahtjevnosti. U sklopu projekta planira se priprema zapisa za navigaciju koji će posjetiteljima omogućiti lakše planiranje i korištenje ruta, te redovita izrada i tisak promotivnih karata i materijala kojima se mreža staza dodatno približava različitim ciljanim skupinama. Projekt se provodi u suradnji s jedinicama lokalne samouprave i drugim relevantnim subjektima u destinaciji, kako bi se mreža razvijala kao zajednički resurs i pouzdan alat usmjeravanja kretanja posjetitelja. Ova mjera je nužna potpora svim ostalim mjerama jer osigurava da destinacija u praksi može prihvatiti posjetitelje pod uvjetima koji su kontrolirani i održivi, te da doživljaj na terenu odgovara razini obećanja koja se daje kroz promociju.
- **Projekti „Pedaliraj i uživaj! Biser Zagorja otkriva - Tuhelj bike!“ i „Pedaliraj i uživaj! Biser Zagorja otkrivaj - Klanjec bike!“.** Tema projekata je uspostava mreže sustava javnih bicikala u Općini Tuhelj i Gradu Klanjcu. Projekt se ističe regionalnom suradnjom, povezivanjem Klanjca i Tuhlja unutar mreže javnih bicikala, uz integraciju s postojećim linijama javnog prijevoza. Time će se omogućiti jednostavno kombiniranje različitih oblika mobilnosti – bicikla,

autobusa i vlaka – što će povećati kapacitet i učinkovitost prometnog sustava, smanjiti gužve i potaknuti ekološki održivu mobilnost.

- **Projekti „Izgradnja nogostupa uz Bolničku ulicu - Tuheljske Toplice“ i „Izgradnja nogostupa od D205 do parka tradicijskih igračaka u Svetom Križu - Tuheljske Toplice“.** Tema projekata je nadogradnja postojeće infrastrukture na načina da se stanovnicima, jednodnevnim posjetiteljima i turistima omogući siguran i održiv pristup turističkim atrakcijama - pristup parku tradicijskih igračaka iz smjera Tuheljskih Toplica te pristup izvoru termalne vode i vodeničkom kolu koje simbolizira izvor.

#### **Mjera 4. Digitalna vidljivost i komercijalizacija ponude**

Cilj mjere je **povećati dostupnost destinacije na tržištu** kroz jasnu komunikaciju, vidljiv kalendar, digitalnu interpretaciju i jednostavnije putanje od informiranja do rezervacije. Mjera odgovara na identificirane slabosti vezane uz razmrvljen marketing, spore reakcije, nedovoljnu prisutnost suvremenih formata i rizik reputacije zbog neusklađenih ili zastarjelih informacija.

- **Projekt „Digitalna ulazna točka destinacije“.** Tema projekta je uspostava centralizirane digitalne platforme koja objedinjeno prikazuje ponudu smještaja, *wellness* sadržaja, kulturnih točaka i prirodnih lokacija, aktivnosti na otvorenom, kalendar događanja i sezonske preporuke. Podaktivnosti uključuju redizajn i proširenje sadržaja postojeće mrežne stranice, standardizirani prikaz itinerara i gotovih prijedloga boravka, uvođenje logične i vidljive mogućnosti rezervacije ili upita, te izradu komunikacijskog plana za društvene mreže s jasnim ciljnim skupinama.

Ova mjera osigurava da destinacija ima jedinstven glas prema tržištu, da posjetitelj dobiva točne informacije i da se sadržaji koje destinacija razvija mogu uistinu „prodati“ kao boravišni paket, a ne samo spomenuti kroz opći opis.

#### **Mjera 5. Upravljanje ljudskim potencijalima**

Cilj mjere je uvesti sustavno upravljanje kadrovskom osnovom, kako bi rast potražnje bio održiv i prihvatljiv za lokalnu zajednicu.

- **Projekt „Program standarda i kompetencija“.** Tema projekta je povećati razinu profesionalnosti i ujednačenosti usluge u destinaciji. Podaktivnosti uključuju ciklus edukacija i radionica za pružatelje usluga (smještaj, ugostiteljstvo, vođenje posjeta), osnove komunikacije s gostima, upravljanje pritužbama i reputacijom te razumijevanje uloge destinacije kao cjeline. Projekt uključuje i osnovne upute za gastro ponudu temeljenu na lokalnim sastojcima, čime se povezuje tržišni identitet destinacije sa svakodnevnom operativnom praksom.

Ova mjera osigurava da destinacija ne raste samo kroz proizvode i promociju, nego i kroz sustavno upravljanje kadrovskom osnovom. Ona je bitna za održivost modela u kojem se očekuje produženje boravka, veća potrošnja po posjetitelju i ravnomjernije korištenje prostora.

## 7. Prijedlog smjernica i preporuka za razvoj ili unaprjeđenje destinacije

### 7.1. Smjernice i preporuke za jedinicu lokalne samouprave

Polazeći od provedene SWOT analize, definiranih razvojnih smjerova i prioritetnih mjera za razdoblje od 2026.-2030. godine, u nastavku se nalaze smjernice i preporuke jedinicama lokalne samouprave na području TZ Biser Zagorja, odnosno Općini Tuhelj, Gradu Klanjcu i Općini Veliko Trgovišće. Uloga jedinica lokalne samouprave osobito je važna u onim područjima koja su neposredno povezana s uređenjem prostora, infrastrukturom, komunalnim standardom, prostornim planiranjem, uvjetima poslovanja pružatelja usluga, kvalitetom javnih sadržaja te koordinacijom lokalnih dionika.

Preporučuje se da se provedba Plana upravljanja destinacijom promatra kao zajednički okvir djelovanja turističke zajednice i jedinica lokalne samouprave, u suradnji s komunalnim službama, nositeljima kulturne i prirodne baštine te pružateljima smještaja, ugostiteljskih i drugih turističkih usluga. Takav pristup može dodatno ojačati usklađenost ulaganja i operativnih aktivnosti, a ujedno olakšati ostvarenje ciljeva koji traže suradnju više sektora.

Daje se smjernica da jedinice lokalne samouprave, u okviru svojih nadležnosti i planova ulaganja, nastave jačati temeljne prostorne i komunalne preduvjete za prihvat posjetitelja. SWOT analiza ukazala je na niz izazova koji su prisutni u određenim dijelovima destinacije, među kojima se posebno ističu pitanja kanalizacije, javne rasvjete na pristupnim zonama, stabilnosti mobilnog signala i kvalitete pješačko-biciklističkih površina. Preporučuje se da se, u mjeri u kojoj je to izvedivo, navedene komponente uvrste u prioritete općinskih i gradskih planova kapitalnih ulaganja te da se postupno rješavaju one točke koje su izravno povezane s iskustvom posjetitelja, osobito na lokacijama koje su već sada najizloženije posjetima, kao što su ulazi u termalni kompleks te pristupi prirodnim i povijesnim lokalitetima, šetnicama, vidikovcima i stazama.

Daje se preporuka da se u suradnji s komunalnim poduzećima i nadležnim službama nastavi razvijati redovit režim održavanja zona veće posjećenosti, uključujući rasvjetu, sanitarne uvjete, odvoz otpada i uređenost zelenih površina. Time se može spriječiti da turistička potražnja u pojedinim terminima stvori osjećaj preopterećenosti prostora, a istodobno se podiže sigurnost posjetitelja i kvaliteta života stanovnika, što je prepoznato kao važan preduvjet održivog razvoja destinacije.

Daje se smjernica da jedinice lokalne samouprave u prostornom planiranju i upravljanju javnim površinama dodatno podupru razvoj mreže označenih šetnica te pješačkih i biciklističkih ruta, koje su identificirane kao jedan od ključnih razvojnih elemenata destinacije. SWOT analiza ukazala je na to da za dio staza postoji prostor za uređenje i označavanje, da signalizacija nije uvijek dosljedna te da pristupi atrakcijama nisu na svim mjestima ujednačeno sigurni i prepoznatljivi. Preporučuje se da se prostorni planovi i komunalne investicije, u mjeri mogućeg, usklade s mjerom razvoja zelene i posjetiteljske

infrastrukture te s povezanim projektima, kako bi se postigla veća funkcionalnost terena i bolja usmjerenost kretanja posjetitelja.

Preporučuje se da jedinice lokalne samouprave, u koordinaciji s turističkom zajednicom i drugim uključenim partnerima, podrže označavanje, fizičko uređenje i kategorizaciju ruta prema duljini, trajanju i zahtjevnosti, te postavljanje informacijske i sigurnosne signalizacije. Daje se preporuka da se ključne ulazne točke u područja kulturnih i prirodnih vrijednosti opreme osnovnim elementima prihvata posjetitelja, uključujući pregledne informacijske ploče, mogućnost pravilnog odlaganja otpada i sigurna mjesta za zaustavljanje vozila, a rasvjeta se preporučuje ondje gdje je prikladna i opravdana. Takvim pristupom omogućuje se jasnije kretanje posjetitelja, smanjuje se nenadzirano korištenje osjetljivih prostora i jača upravljanje opterećenjem prostora.

Daje se preporuka da se, u suradnji s turističkom zajednicom, kulturnim ustanovama i udrugama, razvijaju minimalni standardi interpretacije, poput jasnih informativnih ploča, vođenih obilazaka u unaprijed definiranim terminima i digitalnih materijala dostupnih posjetiteljima putem mobilnih uređaja. Time se baština može predstaviti na način koji je razumljiv i koristan posjetitelju, a istodobno se olakšava upravljanje posjetima. Također se preporučuje da se, gdje je to primjenjivo, za osjetljivije lokalitete pripreme jednostavni planovi održavanja i osnovni sigurnosni protokoli, kako bi se rizici od oštećenja, nesigurnog pristupa i preopterećenja sveli na prihvatljivu razinu.

Daje se smjernica da jedinice lokalne samouprave nastave djelovati kao partner u podizanju kvalitete smještajne i ugostiteljske ponude, osobito u dijelu koji se odnosi na uvjete poslovanja, informiranost i usklađenost s pravilima. SWOT analiza istaknula je da destinacija ima snažan motiv dolaska kroz *wellness* ponudu te rast smještajnih kapaciteta, ali se također navode izazovi povezani s neujednačenom kvalitetom usluge, skromnijom zastupljenošću lokalnih jela u pojedinim objektima, ograničenjem sadržaja za mlađe goste, slabijom digitalnom prisutnošću i pojavama koje upućuju na potrebu boljeg uređenja segmenta privatnog smještaja. Preporučuje se da se kroz partnerski odnos s turističkom zajednicom i nadležnim službama nastavi jačati informiranje i suradnja s pružateljima usluga, osobito u segmentu kuća za odmor i privatnog najma, kako bi se poticala urednost evidencija i ujednačavanje kvalitete ponude.

Također se preporučuje da se u dijalogu s pružateljima usluga i turističkom zajednicom potiče veće uključivanje lokalnih proizvoda i sezonskih jelovnika, čime se može dodatno povećati prepoznatljivost destinacije i potrošnja po gostu. Daje se smjernica da se, u okviru mogućeg, potakne sudjelovanje pružatelja usluga u edukacijskim programima koji se odnose na standarde usluge, komunikaciju s gostom i digitalnu prodaju, budući da SWOT analiza upućuje na to da razvoj kompetencija predstavlja jednu od tema koje najviše utječu na dugoročnu konkurentnost.

U području manifestacija preporučuje se da jedinice lokalne samouprave manifestacije promatraju i kao alat upravljanja turizmom, uz zadržavanje njihove kulturne i društvene vrijednosti za lokalnu zajednicu. SWOT analiza istaknula je snagu društvene kohezije i motiviranost organizatora, a istodobno je ukazala na izazove vezane uz sezonalnost, ograničene resurse, komunikacijski doseg, buku i rast troškova izvedbe. Preporučuje se

da se ključne manifestacije planiraju tako da, uz lokalnu funkciju, mogu doprinijeti dolascima u razdobljima smanjene potražnje i da se, gdje je moguće, sadržajno povezuju s ponudom *wellnessa*, kulturnim obilascima i šetnjama u prirodi. Daje se smjernica da se, u suradnji s turističkom zajednicom, unaprijed odabere nekoliko istaknutih događanja kojima se daje jasniji identitet i komunikacijska uloga, te da se za njih osigura odgovarajuća logistička podrška, uključujući sigurnost, čistoću i upravljanje bukom. Preporučuje se i da se pri odabiru termina vodi računa o ravnomjernijoj raspodjeli kroz godinu te o mogućnosti da događanja budu dodatni razlog za boravak koji traje dulje od jednog dana.

Preporučuje se da jedinice lokalne samouprave doprinesu digitalnoj vidljivosti destinacije kroz pravodobnu razmjenu točnih i ažurnih informacija. SWOT analiza ukazala je na važnost bolje koordinacije informacija među dionicima, osobito u situacijama kada promjene na terenu utječu na iskustvo posjetitelja. Preporučuje se da se imenuju kontaktne točke koje će u suradnji s turističkom zajednicom dostavljati ažurne informacije o radovima, statusu pristupa pojedinim lokalitetima, promjenama radnih vremena i kalendaru događanja. Daje se preporuka da se informacije o ključnim atrakcijama, pristupima stazama i mogućnostima parkiranja redovito usklađuju i prosljeđuju turističkoj zajednici radi objave putem digitalnih kanala. Time se može umanjiti rizik negativnih dojmova i ocjena koji proizlaze iz neažurnih ili nejasnih informacija.

U segmentu upravljanja opterećenjem prostora i kvalitete života stanovnika preporučuje se da jedinice lokalne samouprave, u suradnji s turističkom zajednicom, razvijaju redovit uvid u utjecaj turističke aktivnosti na prostor i zajednicu. Preporučuje se praćenje opterećenosti pojedinih lokacija u vršnim terminima, stanja komunalne infrastrukture i čistoće u razdobljima najveće posjećenosti, kao i općeg dojma stanovnika o utjecaju turizma. Daje se preporuka da se takvi uvidi koriste pri određivanju investicijskih prioriteta te pri usmjeravanju posjetitelja prema manje opterećenim lokacijama i terminima. Ovakav pristup može pomoći da turizam ostane društveno prihvatljiva i dugoročno korisna djelatnost.

Daje se smjernica da jedinice lokalne samouprave podrže razvoj ljudskih potencijala u turizmu kroz poticanje edukacije i uključivanje lokalnih aktera, osobito mladih. SWOT analiza ukazala je na motiviranost i gostoljubivost lokalne radne snage, ali i na izazove povezane s nedostatkom određenih stručnih profila, koordinacijom među dionicima i ujednačenošću profesionalnih standarda. Preporučuje se da se u suradnji s turističkom zajednicom, obrazovnim ustanovama i udrugama razvijaju programi stalnog usavršavanja koji obuhvaćaju kvalitetu usluge, komunikaciju s gostima, vođenje manjih skupina kroz kulturne i prirodne sadržaje, upravljanje pritužbama i korištenje digitalnih alata. Daje se preporuka da se manifestacije i projekti, gdje je moguće, koriste i kao prilika za uključivanje mladih i jačanje interesa za rad u turizmu, čime se ujedno podupire očuvanje autentičnosti destinacije.

Zaključno, daje se smjernica da jedinice lokalne samouprave provedbu Plana upravljanja destinacijom sagledaju kao koordinirani proces s turističkom zajednicom, u kojem se infrastrukturni prioriteti, intervencije u prostoru, komunikacijske aktivnosti i minimalni

standardi usluge postupno usklađuju. Preporučuje se da Tuhelj, Klanjec i Veliko Trgovišće, uz uvažavanje svojih specifičnosti, nastave jačati međusobnu povezanost kako bi područje Biser Zagorja prema tržištu djelovalo kao jedinstvena destinacija, a prema stanovnicima kao održiv prostor u kojem turizam doprinosi kvaliteti života.

## 7.2. Smjernice i preporuke za turističku zajednicu

Uloga turističke zajednice područja nije ograničena na promociju destinacije, već obuhvaća i potporu razvoju destinacije kroz planiranje, usmjeravanje dionika, podizanje standarda kvalitete, upravljanje reputacijom, oblikovanje tržišno razumljivih ponuda te operativnu podršku jedinicama lokalne samouprave u pripremi infrastrukturnih i interpretacijskih zahvata. Preporučuje se da TZ Biser Zagorja svoju ulogu dodatno usmjeri prema koordinacijskom i razvojnom djelovanju, pri čemu se naglasak stavlja na povezivanje sadržaja Tuhlja, Klanjca i Velikog Trgovišća u jedinstvenu destinacijsku cjelinu i na usmjeravanje aktivnosti prema prioritetima utvrđenima u Planu upravljanja destinacijom.

Prije svega, preporučuje se turističkoj zajednici da nastavi jačati ulogu u oblikovanju i komercijalizaciji integriranog boravišnog doživljaja destinacije. Analiza upućuje na to da destinacija raspolaže trima komplementarnim sadržajnim uporištima, odnosno termalnim i *wellness* središtem, kulturno-povijesnom i umjetničkom jezgrom te krajobrazom koji omogućuje rekreaciju i boravak na otvorenom, pri čemu postoji prostor da se ta cjelina još jasnije predstavi posjetitelju kroz unaprijed pripremljene prijedloge boravka. Daje se smjernica da turistička zajednica nastavi razvijati i javno objavljivati tržišno razumljive itinerare za ključne ciljne skupine, poput vikend boravaka za parove s naglaskom na *wellness* i kulturni sadržaj, obiteljskih boravaka s djecom, boravaka s laganom rekreacijom u prirodi te boravaka usmjerenih na umjetnost i baštinu. Preporučuje se da se itinerari standardiziraju tako da posjetitelj dobije jasnu strukturu boravka, uključujući trajanje aktivnosti, razinu zahtjevnosti, udaljenosti, okvirni troškovni raspon i kontaktne točke. Time se olakšava planiranje posjeta, povećava vjerojatnost produljenja boravka i usmjerava potrošnja na više lokacija unutar destinacije, čime se dodatno podupire strateški cilj jačanja integriranog doživljaja destinacije.

Daje se smjernica da turistička zajednica preuzme snažniju koordinacijsku ulogu u razvoju i upravljanju manifestacijama kao alatom za usmjeravanje posjeta tijekom godine. SWOT analiza ukazuje na motiviranost organizatora i izražen društveni kapital, ali i na izazove povezane s vidljivošću, sezonalnošću i nedovoljno jasnim pozicioniranjem pojedinih događanja. Preporučuje se da turistička zajednica, u suradnji s jedinicama lokalne samouprave i organizatorima, provede selekciju događanja koja imaju potencijal privući ciljne skupine posjetitelja i postati prepoznatljiv dio ponude destinacije. Daje se preporuka da se za odabrana događanja unaprijed definira tržišna uloga, plan komunikacije i sadržajni raspored koji potiče noćenje, uz uključivanje ugostiteljske i eno-gastro ponude te dodatnih sadržaja poput organiziranih obilazaka baštine i vođenih šetnji. Preporučuje se da turistička zajednica učinke tih događanja prati kroz osnovne pokazatelje, kao što su noćenja u terminu događanja, komunikacijski doseg i povratne

informacije posjetitelja, te da se na temelju tih uvida događanja postupno unapređuju ili prilagođavaju.

Daje se smjernica da turistička zajednica dodatno konsolidira komunikacijsku platformu destinacije kao operativno održiv sustav pouzdanih informacija i sadržaja. SWOT analiza ukazala je na potrebu za jačom koordinacijom komunikacije, ujednačenijim tonom i bržim ciklusom odgovora, uz rizike koji mogu nastati zbog neažurnih ili nedovoljno jasnih informacija. Preporučuje se da turistička zajednica nastavi razvijati jednu središnju digitalnu točku destinacije koja objedinjeno prikazuje smještaj, *wellness* ponudu, kulturne sadržaje i baštinu, šetnice i biciklističke rute s opisom trajanja i zahtjevnosti, kalendar događanja te sezonske preporuke. Daje se preporuka da se mrežna stranica kao digitalna točka sustavno koristi kao referentni izvor u svim komunikacijskim kanalima turističke zajednice i partnera, kako bi posjetitelj dobio dosljednu i provjerljivu informaciju bez potrebe za dodatnim traženjem.

Daje se smjernica da turistička zajednica razvije minimalne standarde interpretacije kulturne i prirodne baštine, uz oslanjanje na partnerski rad s ustanovama kulture, čuvarima baštine, turističkim vodičima i lokalnim udrugama. Preporučuje se da se za prioritetne lokalitete izradi sadržajno provjeren i razumljiv opis za širu publiku, da se postave vizualno dosljedne informacijske ploče, pripreme digitalni vodiči i audio materijali dostupni putem mobilnih uređaja te da se organiziraju vođeni obilasci u jasno komuniciranim terminima. Daje se preporuka da turistička zajednica koordinira korištenje interpretacijskih sadržaja u javnim kanalima, kako bi se osigurala ujednačena prezentacija i izbjegle interpretacije koje bi mogle umanjiti vrijednost baštine. Ovakav pristup olakšava i pripremu projekata za financiranje, jer pokazuje da destinacija ima unaprijed razrađen način upravljanja posjetom i interpretacijom.

Preporučuje se turističkoj zajednici da dodatno osnaži suradnju s pružateljima smještaja, ugostiteljima i proizvođačima lokalnih proizvoda, s ciljem postupnog podizanja razine kvalitete i jačanja vidljivosti lokalne gastronomske ponude. SWOT analiza upućuje na to da postoji prostor za veću prisutnost lokalnih namirnica i ponude koja ima prepoznatljiv potpis mjesta, uz istodobnu potrebu za ujednačavanjem kvalitete usluge i jačom integracijom manjih proizvođača u vidljivi kanal ponude. Daje se smjernica da turistička zajednica razvije zajednički okvir gastronomske prepoznatljivosti destinacije u kojem se izdvajaju lokalne namirnice, sezonski proizvodi i jelovnici koje pružatelji usluga mogu primjenjivati u svakodnevnoj ponudi. Preporučuje se organizacija radionica i edukacija za ugostitelje i iznajmljivače, kako bi se lokalni proizvodi uključili kao standardni dio ponude, a ne samo kao prigodni sadržaj tijekom manifestacija. Daje se preporuka da se takva ponuda vidljivo poveže s itinerarima i preporukama boravka, čime se povećava potrošnja po posjetitelju i jača korist za lokalnu zajednicu.

Daje se smjernica da turistička zajednica uvede sustavnije praćenje turističkih tokova, razine opterećenosti i percepcije kvalitete boravka te da te uvide koristi za upravljanje destinacijom. SWOT analiza istaknula je rizike povezane s opterećenjem ključnih lokacija u kratkim vremenskim intervalima, komunalnim izazovima i mogućim negativnim dojmovima posjetitelja i stanovnika. Preporučuje se uspostava osnovnog modela praćenja pokazatelja koji uključuje noćenja i posjete po lokacijama i

razdobljima, povratne informacije posjetitelja, pritužbe i primjedbe, kao i vidljive komunalne izazove na točkama veće posjećenosti. Daje se preporuka da se ti uvidi periodično dijele s jedinicama lokalne samouprave kako bi se zajednički lakše postavljali prioriteta ulaganja i operativnih intervencija, te da se na temelju njih posjetitelje upućuje prema manje opterećenim lokacijama i terminima. Time se podupire upravljanje kapacitetom nosivosti destinacije i čuva kvaliteta doživljaja.

Daje se smjernica da turistička zajednica nastavi djelovati kao facilitator razvoja ljudskih potencijala u turizmu destinacije. SWOT analiza ukazuje na motiviranost i iskustvo lokalnih dionika, uz istodobno prisutne izazove u pogledu dostupnosti stručnih profila, koordinacije i ujednačenosti standarda. Preporučuje se da turistička zajednica, u suradnji s obrazovnim ustanovama, udrugama i pružateljima usluga, organizira kontinuirane programe usavršavanja koji obuhvaćaju komunikaciju s gostima, standardizirano vođenje manjih grupa, interpretaciju kulturne i prirodne baštine, upravljanje pritužbama i reputacijom, digitalnu prisutnost i prodaju te prezentaciju lokalnih proizvoda. Daje se preporuka da se programi planiraju kao ciklički proces, čime se s vremenom gradi profesionalna baza destinacije i smanjuje reputacijski rizik povezan s neujednačenom kvalitetom usluge.

Preporučuje se da turistička zajednica u javnom nastupu i u partnerskim odnosima sustavno vodi proces pozicioniranja destinacije kao jedinstvene cjeline, uz dosljedno oslanjanje na trojni identitet *wellnessa* i opuštanja, kulturne i umjetničke baštine te prirodnog krajolika za rekreaciju. Daje se smjernica da se u komunikaciji prema županijskoj i nacionalnoj razini ti elementi uvijek prezentiraju povezano, kako bi se izbjegla fragmentacija slike destinacije i osigurao jasniji tržišni dojam o tome što posjetitelj može očekivati tijekom boravka.

Ovim pristupom turistička zajednica dodatno učvršćuje svoju koordinacijsku ulogu i stvara preduvjete za provedbu ciljeva održivog rasta i ravnomjernijeg razvoja destinacije do 2029. godine.

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

U provedbi Plana upravljanja ključnu ulogu, uz jedinice lokalne samouprave i TZ Biser Zagorja, imaju i ostali dionici destinacijskog sustava: pružatelji smještaja i ugostiteljskih usluga, privatni iznajmljivači, organizatori manifestacija, kulturne ustanove, sportske i rekreativne udruge, turistički vodiči, lokalni proizvođači hrane i vina, obrtnici i obiteljska poljoprivredna gospodarstva, obrazovne ustanove i druge organizacije civilnog društva koje aktivno oblikuju iskustvo boravka gostiju ili utječu na doživljaj destinacije. Daje se smjernica da se svi navedeni dionici promatraju kao aktivni nositelji kvalitete i održivosti destinacije, a ne samo kao pojedinačni pružatelji usluga. Preporučuje se da djeluju koordinirano, s jasnom ulogom u integriranom turističkom proizvodu destinacije, jer upravo kvaliteta njihove izvedbe određuje razinu zadovoljstva gosta, duljinu boravka, razinu potrošnje, reputaciju destinacije i opterećenje prostora.

**Za pružatelje smještaja i vlasnike kuća za odmor** daje se smjernica da standard kvalitete usluge i komunikacije s gostom usklade s prioritetima Plana upravljanja, osobito u pogledu prepoznatljivosti destinacije, sigurnosti boravka i dostupnosti informacija. Preporučuje se da se boravišna usluga ne tretira isključivo kao noćenje, nego kao ulazna točka u iskustvo destinacije. To podrazumijeva da gost na licu mjesta dobije jasne i ažurne informacije o tome što može raditi u destinaciji u vremenskom okviru od jednog ili dva dana: koje šetnice i vidikovce može posjetiti, koja kulturna lokacija je otvorena i u kojem terminu, koje događanje se održava, gdje može kušati lokalne proizvode, gdje može sigurno provesti vrijeme s djecom. Preporučuje se da smještajni objekti preuzmu ulogu “orijentacijskog mjesta” za gosta, s preglednim i točnim informacijama koje su usklađene s porukama TZ-a, a ne vlastite, nepovezane preporuke. Time se izravno podupire strateški cilj jačanja integriranog doživljaja destinacije i smanjuje rizik da gost ostane isključivo unutar jedne lokacije bez interakcije s ostatkom područja. Daje se smjernica da pružatelji smještaja surađuju s TZ-om tijekom izrade i ažuriranja itinerara i komunikacijskih materijala, te da na vlastitim kanalima (mrežne stranice, profili na rezervacijskim platformama, komunikacija prije dolaska) dosljedno komuniciraju destinaciju kao cjelinu s tri komplementarne vrijednosti: *wellness* i opuštanje, kultura i umjetnost, priroda i rekreacija.

**U području ugostiteljske i gastronomske ponude** preporučuje se da ugostitelji, proizvođači hrane i pića te obiteljska poljoprivredna gospodarstva aktivno rade na vidljivoj integraciji lokalnih proizvoda i sezonskih namirnica u ponudu. SWOT analiza prepoznala je da lokalni proizvođači i autentična domaća kuhinja predstavljaju snagu destinacije, ali istovremeno navela ograničenost gastronomske ponude s jasnim lokalnim potpisom, osobito u redovnoj, a ne samo prigodnoj, ponudi. Daje se smjernica da ugostiteljski subjekti, u suradnji s TZ-om i drugim partnerima, identificiraju i jasno označe proizvode i jela koja nose lokalnu vrijednost te da takve proizvode i jela predstave kao sastavni dio boravišnog iskustva gosta. Preporučuje se da se lokalne namirnice, vina i specifični proizvodi kraja pozicioniraju kao dodana vrijednost boravka, a ne samo kao popratna roba. Istodobno se preporučuje da ugostitelji i pružatelji usluga hrane i pića preuzmu aktivnu ulogu u usmjeravanju gostiju prema lokalnim atrakcijama i sadržajima te da komuniciraju informacije o destinaciji u skladu s preporukama TZ-a, umjesto da ponuda ostane izolirana i samodostatna. Time se istovremeno povećava potrošnja po gostu, jača identitetska vidljivost destinacije i stvara direktna ekonomska korist za lokalne proizvođače, što je prepoznato kao tržišna prilika i dio održivog modela razvoja turizma.

**Za organizatore manifestacija i nositelje događanja** preporučuje se profesionalizacija definiranja programa, upravljanja i komunikacije događaja kako bi manifestacije imale jasno definiranu tržišnu ulogu i prepoznatljiv učinak na dolazak i zadržavanje gostiju. SWOT analiza ističe da manifestacije imaju potvrđen pozitivan gospodarski efekt na lokalnu zajednicu, ali i da se suočavaju s izazovima sezonalnosti, ograničenih resursa, ponekad nedovoljno snažnog marketinga i pada interesa publike kroz vrijeme. Daje se smjernica da se manifestacije planiraju i programiraju kao elementi cjelovitog boravka, a ne kao pojedinačni događaji. To znači da se preporučuje razvijanje sadržaja tijekom dva dana (primjerice subota popodne i nedjelja prijepodne), integriranje lokalne gastronomske i enološke ponude, organizirani ili vođeni obilazak kulturnih i prirodnih

sadržaja te jasna komunikacija prema ciljnim skupinama (obitelji s djecom, parovi motivirani *wellnessom*, posjetitelji koji traže kulturni sadržaj). Preporučuje se da organizatori manifestacija surađuju s TZ-om u pogledu rasporeda događanja, kako bi raspored manifestacija podržavao ciljeve ravnomjerne raspodjele posjećenosti kroz godinu i rasterećenja vršnih termina, umjesto da se događaji koncentriraju u kratkom razdoblju i generiraju preopterećenje prostora bez ostvarenja željenog dodatnog noćenja. Daje se smjernica da se mjeri učinak manifestacija (broj noćenja, potrošnja, zadovoljstvo posjetitelja, percepcija stanovništva) te da se na temelju tih podataka odlučuje koje je događaje potrebno zadržati, unaprijediti ili restrukturirati.

**Za kulturne ustanove, čuvare baštine i interpretacijske aktere** (galerije, muzejske zbirke, memorijalne lokalitete, sakralnu baštinu, povijesne lokalitete i udruge koje njima upravljaju) daje se smjernica da pristupe vlastitim lokalitetima kao aktivnim elementima destinacijske ponude, a ne samo kao zaštićenoj baštini. Preporučuje se da se kulturni sadržaj interpretira na način koji je posjetitelju razumljiv, vremenski prihvatljiv i jasno pozicioniran u širem identitetskom kontekstu destinacije. To podrazumijeva izradu konzistentnih, sažetih i stručnih opisnih materijala na lokaciji, razvijanje vođenih tura u unaprijed objavljenim terminima, uspostavu kontaktne točke za upite i grupe, te pripremu digitalno dostupnih sadržaja (audio vodiči, kratki video sadržaji, QR kodovi na licu mjesta). Preporučuje se da ustanove i udruge koje upravljaju kulturnim i povijesnim točkama djeluju u suradnji s TZ-om kako bi svi ključni lokaliteti bili uključeni u zajedničke itinerare i kako bi komunikacijski sadržaj bio ujednačen, vjerodostojan i usklađen s imidžem destinacije. Daje se smjernica da se kulturne ustanove uključe i u procjenu nosivog kapaciteta pojedinih lokaliteta, posebno onih koji su strukturno osjetljivi ili prostorno ograničeni (npr. povijesne jezgre, sakralni interijeri), te da aktivno surađuju u izradi jednostavnih pravila korištenja prostora za posjetitelje (primjerice maksimalna veličina grupe, preporučena duljina boravka, pravila ponašanja).

**Za udruge i dionike u području rekreacije i sadržaja u prirodi**, uključujući sportsko-rekreativne klubove i inicijative koje vode posjetitelje kroz prirodni prostor (lagane pješačke ture, obiteljske šetnje, promatranje krajolika, interpretacija prirode), daje se smjernica da svoje aktivnosti usklade s načelima sigurnosti, održivosti i nosivog kapaciteta prostora. SWOT analiza identificirala je prirodne resurse i krajobrazne kao izrazitu snagu destinacije, ali je upozorila na slabosti vezane uz neoznačene ili nedovoljno sigurne staze, nedostatnu signalizaciju, neujednačenu uređenost pristupnih zona i izostanak kontroliranog vođenja tokova posjetitelja. Preporučuje se da udruge i rekreacijski subjekti surađuju s TZ-om i jedinicama lokalne samouprave u definiranju prioritarnih ruta koje će se komunicirati prema tržištu kao "službene", uključujući njihovu duljinu, zahtjevnost, očekivano trajanje i preporuke za ponašanje. Daje se smjernica da se za svaku takvu rutu izradi osnovni sigurnosni protokol (signalizacija, orijentacijske točke, informacija o mobilnom signalu, preporuke za vremenske uvjete), te da se te informacije učine javno dostupnima u digitalnom obliku. Preporučuje se da udruge i terenski vodiči aktivno sudjeluju u educiranju posjetitelja o prihvatljivom korištenju prostora (odlaganje otpada, kretanje po označenim trasama, poštivanje mira lokalne zajednice), budući da održivo korištenje prostora izravno utječe na dugoročnu atraktivnost destinacije i na prihvaćenost turizma od strane stanovnika.

**Za pružatelje specijaliziranih usluga i aktivnosti** (vođene ture, tematske interpretacije, privatno vođeni izleti, edukativni programi za djecu, *wellness* programi s elementima prevencije i oporavka, mali kreativni i edukativni radionički formati) preporučuje se da dodatno razviju portfelj usluga, te da razvijene usluge pozicioniraju kao dio ukupnog boravišnog iskustva, a ne samo kao izdvojen dodatak. Daje se smjernica da se takvi sadržaji vremenski i sadržajno uklapaju u itinerare koje TZ razvija za ciljane skupine posjetitelja, te da budu predstavljeni kao jasni “paketi vrijednosti” koji mogu motivirati dodatnu noć boravka ili produženje posjeta tijekom vikenda. Preporučuje se da se takve usluge usklade s načelima interpretacije destinacije, odnosno da prenose priču o kulturnoj, povijesnoj ili prirodnoj vrijednosti prostora na način koji je dosljedan ostatku komunikacije destinacije. Time se izbjegava fragmentirana i nepovezana ponuda koja zbunjuje gosta i snižava razinu percepcije profesionalnosti destinacije, što je identificirano kao rizik u SWOT analizi.

**Za obrazovne ustanove, kulturne ustanove, udruge mladih i druge aktere koji sudjeluju u prijenosu znanja** preporučuje se da aktivno sudjeluju u podizanju kompetencija destinacije i u stvaranju kadrovske baze potrebne za održivi rast turizma. SWOT analiza je utvrdila da destinacija posjeduje motivirane i obrazovane ljude, ali i da se suočava s nedostatkom stručnih profila, poteškoćama u zadržavanju radne snage i nedostatkom standardiziranog seta vještina u uslužnim djelatnostima koje su vidljive gostu. Daje se smjernica da se, u suradnji s TZ-om, organiziraju strukturirani programi usavršavanja i prijenosa kompetencija koji obuhvaćaju teme standarda usluge, interpretacije baštine i prirodnih vrijednosti, sigurnog vođenja posjetitelja u prostoru, komuniciranja s gostima i upravljanja njihovim očekivanjima, rada s digitalnim kanalima te upravljanja reputacijom destinacije. Preporučuje se da se u te programe uključuju mladi, kao i osobe koje već rade u turizmu, s ciljem smanjenja ovisnosti o vanjskoj radnoj snazi i očuvanja lokalne autentičnosti usluge, koja je identificirana kao snaga destinacije.

**Za sve ostale dionike koji na bilo koji način utječu na doživljaj destinacije** – uključujući komunalne subjekte, obrtnike, pružatelje tehničkih usluga na događanjima, prijevoznike i druge dobavljače koji sudjeluju u isporuci turističkog iskustva – daje se smjernica da prepoznaju turizam kao zajednički interes i zajedničku odgovornost. Preporučuje se da ovi dionici surađuju u pružanju osnovnih standarda komunalne i sigurnosne infrastrukture tijekom vršnih termina, osobito u kontekstu manifestacija i visoko posjećenih lokacija, te da aktivno sudjeluju u očuvanju urednosti prostora, jer je čistoća, sigurnost i funkcionalnost osnovne infrastrukture izravno povezana s percepcijom kvalitete destinacije i s dugoročno održivom potporom lokalnog stanovništva turizmu. Daje se smjernica da se komunikacija između tih dionika i TZ-a vodi redovito i operativno, kako bi se omogućilo pravovremeno uklanjanje uočenih problema (npr. neadekvatne rasvjete, neuređenih parcela, nedostatka informativne oznake na kritičnom raskrižju) koji su u SWOT analizi prepoznati kao slabosti i prijetnje reputaciji destinacije.

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

Naziv projekta	Otkrij Biser Zagorja
Cilj projekta	Cilj projekta je ojačati integrirani doživljaj destinacije Biser Zagorja kroz uspostavu unaprijed osmišljenih višednevnih prijedloga boravka koji tematski i organizacijski povezuju ključne motive dolaska. Time se nastoji produljiti boravak, potaknuti ravnomjernija prostorna raspodjela posjeta između Tuheljskih Toplica, Klanjca i Velikog Trgovišća te povećati ukupna potrošnja posjetitelja kroz jasnije strukturirane sadržaje i preporučene aktivnosti.
Opis projekta	Projekt je nastavak aktivnosti uspostave gotovih višednevnih prijedloga boravka koji povezuju termalno i wellness iskustvo u Tuheljskim Toplicama, kulturnu baštinu i umjetničke sadržaje u Klanjcu i Velikom Trgovišću te prirodne lokalitete i vidikovce u području Cesarske gore, Cesargrada i Sutle. Planirane podaktivnosti uključuju definiranje tematskih ruta (primjerice: wellness i umjetnost; vikend s djecom u prirodi; kulturno-memorijalni posjet), standardizirano opisivanje tih ruta (trajanje, pristupačnost, lokacije, očekivani sadržaji), izradu komunikacijskih materijala te postavljanje minimalnih operativnih standarda za ulazne točke u itinerar (radno vrijeme, osnovne informacije na lokaciji, označenost pristupa).
Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Broj turističkih noćenja na 100 stanovnika u vrhu sezone (ZL-1)</li> <li>• Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom turista i posjetitelja u destinaciji (ZT-1)</li> <li>• Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim opterećenjem (TP-1)</li> <li>• Prosječna duljina boravka turista u destinaciji (TP-2)</li> </ul>
Nositelj	TZ Biser Zagorja
Lokacija provedbe	Projekt se provodi na području Biser Zagorja, s ključnim točkama u Tuheljskim Toplicama, Klanjcu te na prirodnim lokalitetima i rutama na području Cesarske gore, Cesargrada i doline Sutle.
Planirani rokovi početka i završetka provedbe projekta	Projekt se planira provoditi etapno tijekom razdoblja 2026.–2030., uz pretpostavku da se osnovna struktura ruta i komunikacijskih materijala uspostavi u početnim godinama provedbe, a zatim kontinuirano nadograđuje i prilagođava.
Provedbeni koraci	Provedba projekta obuhvaća definiranje tematskih ruta koje povezuju ključne motive i lokacije unutar destinacije te njihovu razradu u jasno strukturirane prijedloge višednevnog boravka. Slijedi standardizirano opisivanje svake rute, uključujući procjenu trajanja, razine pristupačnosti, točaka početka i završetka, preporučenih sadržaja i usluga te očekivanog iskustva posjeta. Paralelno se izrađuju komunikacijski materijali za tržišnu prezentaciju itinerara, u formatu prilagođenom digitalnim i tiskanim kanalima. U provedbi je potrebno utvrditi minimalne operativne standarde za ulazne točke itinerara, s naglaskom na usklađena radna vremena, dostupnost osnovnih informacija na lokaciji te jasno označene pristupe. Nakon inicijalne uspostave, provodi se testiranje ruta u praksi, prikupljanje povratnih informacija posjetitelja i dionika te korektivne dorade sadržaja i

	operativnih elemenata, uz redovno ažuriranje komunikacijskih materijala.
Procijenjena vrijednost	<b>25.000,00 EUR u 2026. godini</b>
Okvirni izvori financiranja	Uključene JLS, potencijalno i nacionalni te europski izvori za aktivnosti interpretacije, unapređenja posjetiteljske infrastrukture i jačanja destinacijskih proizvoda, ovisno o uvjetima javnih poziva u razdoblju provedbe.
Status izrade potrebne studijske/projektne dokumentacije	Implementacija projekta ne zahtijeva izradu studijske/projektne dokumentacije.

<b>Naziv projekta</b>	<b>Istaknuta (TOP) događanja Bisera Zagorja</b>
Cilj projekta	Cilj projekta je povećati broj dolazaka i noćenja izvan vršne sezone kroz plansko korištenje odabranih manifestacija i događanja kao razloga dolaska i boravka u destinaciji. Time se nastoji smanjiti sezonalnost, produljiti prosječno trajanje boravka te usmjeriti posjetitelje na strukturiraniji boravak koji uključuje i dodatnu potrošnju u ugostiteljstvu, lokalnim doživljajima i povezanim sadržajima u Tuhlju, Klanjcu i Velikom Trgovišću.
Opis projekta	Projekt je usmjeren na odabir i razvoj nekoliko događanja godišnje koja će imati jasno definiran identitet i unaprijed određenu ciljnu publiku, te će se programirati tako da generiraju višednevni boravak, a ne samo jednodnevni posjet. Ključna logika projekta je da se događanja oblikuju i komuniciraju kao organizirani motiv dolaska izvan vršne sezone, pri čemu se termin održavanja usklađuje s namjerom produljenja boravka, primjerice kroz glavni program u jednom danu uz popratne sadržaje sljedećeg jutra. Projekt uključuje i usklađivanje ugostiteljske i eno-gastro ponude s temom i publikom događanja, kao i razvoj pogodnosti i paketnih rješenja koja povezuju događanje s dodatnim sadržajima u destinaciji, poput organiziranih obilazaka, popusta i dodatnih aktivnosti u okolici. Na taj se način manifestacije tretiraju kao planski upravljački i tržišni instrument, a ne samo kao lokalni društveni program.
Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Broj turističkih noćenja na 100 stanovnika u vrhu sezone (ZL-1)</li> <li>• Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom turista i posjetitelja u destinaciji (ZT-1)</li> <li>• Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom (PD-1)</li> <li>• Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim opterećenjem (TP-1)</li> <li>• Prosječna duljina boravka turista u destinaciji (TP-2)</li> </ul>
Nositelj	TZ Biser Zagorja
Lokacija provedbe	Istaknuta događanja SE planiraju i realiziraju u Tuhlju, Klanjcu i Velikom Trgovišću, uz uključivanje pripadajućih lokaliteta i sadržaja u okolici ovisno o temi pojedinog događanja.
Planirani rokovi početka i završetka provedbe projekta	predviđa se da se projekt provodi kontinuirano tijekom razdoblja 2026.–2030., uz godišnji ciklus odabira, pripreme, provedbe i evaluacije istaknutih događanja, te postupnu nadogradnju programa i paketa prema rezultatima i povratnim informacijama.

Provedbeni koraci	Provedba započinje odabirom nekoliko događanja godišnje koja imaju potencijal za privlačenje ciljnih skupina i stvaranje prepoznatljivosti destinacije, uz jasno definiranje identiteta svakog odabranog događanja i publike kojoj je namijenjeno. Nakon odabira slijedi programiranje sadržaja i usklađivanje termina održavanja tako da potiče boravak, uključujući planiranje popratnih sadržaja koji se raspoređuju kroz više dana. Paralelno se uspostavlja suradnja s ugostiteljima i ponuđačima eno-gastro sadržaja radi oblikovanja ponude usklađene s događanjem, kao i suradnja s pružateljima doživljaja i atrakcijama radi uključivanja organiziranih obilazaka i dodatnih aktivnosti. Potom se izrađuju paketni prijedlozi i pogodnosti, uključujući popuste i povezane usluge, te se priprema komunikacija i prodajna prezentacija događanja kao razloga dolaska. Nakon provedbe svakog događanja provodi se prikupljanje podataka i povratnih informacija, analiza učinaka na dolaske, noćenja i potrošnju, te korekcije programa, termina i partnerskih aranžmana za sljedeći ciklus.
Procijenjena vrijednost	<b>103.200,00 EUR u 2026. godini</b>
Okvirni izvori financiranja	Uključene JLS, razmatraju se i nacionalni te europski izvori financiranja za programe koji doprinose razvoju održivog turizma, kulturnih sadržaja i aktivacije lokalne ponude.
Status izrade potrebne studijske/projektne dokumentacije	Implementacija projekta ne zahtijeva izradu studijske/projektne dokumentacije.

Naziv projekta	<b>Galerija, baština i identitet Bisera Zagorja</b>
Cilj projekta	Cilj projekta je povećati dostupnost, prepoznatljivost i razumijevanje kulturnih sadržaja destinacije Biser Zagorja kroz jedinstven i posjetitelju prilagođen sustav interpretacije. Projektom se kulturna i identitetska baština nastoji pretvoriti u sadržaj koji se može kvalitetno doživjeti tijekom boravka, uz jasne informacije na terenu i digitalnu podršku, čime se potiče produljenje boravka, rasterećenje termalne jezgre i ravnomjernije korištenje resursa unutar destinacije.
Opis projekta	Projekt je usmjeren na interpretaciju kulturnih sadržaja na način koji posjetitelju omogućuje razumijevanje vrijednosti lokaliteta, njihovog konteksta i međusobnih veza unutar destinacije. Projekt obuhvaća usklađivanje prezentacije umjetničke ostavštine i galerijskog fundusa u Klanjcu, uključivanje povijesnih točaka od nacionalnog značaja te sakralne i plemićke baštine u jedinstven interpretacijski okvir. Ključni dio projekta je razvoj standardiziranih vođenih obilazaka i kratkih edukativnih programa koji se mogu provoditi tijekom cijele godine, s jasno definiranim trajanjem, sadržajem i načinom provedbe. Projekt uključuje i uvođenje jasne informacijske i vizualne signalizacije koja posjetitelja vodi kroz prostor i omogućuje razumljivo snalaženje, kao i izradu digitalno dostupnih materijala, uključujući zvučne vodiče, kodove za brzi pristup informacijama i sažete interpretacijske tekstove koji objašnjavaju kontekst lokaliteta. Na taj način kulturni sadržaji postaju dostupniji širokom krugu posjetitelja, a doživljaj kulturne baštine postaje ujednačen i kvalitetan bez obzira na način posjeta.

Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Broj turističkih noćenja na 100 stanovnika u vrhu sezone (ZL-1)</li> <li>• Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom turista i posjetitelja u destinaciji (ZT-1)</li> <li>• Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom (PD-1)</li> <li>• Prosječna duljina boravka turista u destinaciji (TP-2)</li> </ul>
Nositelj	TZ
Lokacija provedbe	Projekt se provodi na području destinacije Biser Zagorja, s naglaskom na Klanjec kao središte galerijskih i umjetničkih sadržaja, te na šire područje koje obuhvaća povijesne točke od nacionalnog značaja te sakralnu i plemićku baštinu unutar destinacije.
Planirani rokovi početka i završetka provedbe projekta	U okviru provedbe Plana upravljanja predviđa se provedba u razdoblju 2026.–2030., uz etapnu realizaciju, pri čemu se prvo uspostavlja zajednički interpretacijski okvir i standardizirani obilasci, zatim signalizacija i digitalni materijali, a potom redovita provedba edukativnih programa i nadogradnja sadržaja.
Provedbeni koraci	Provedba projekta započinje mapiranjem kulturnih sadržaja koji ulaze u interpretacijski sustav i usklađivanjem načina njihove prezentacije kako bi posjetitelj dobio dosljedne informacije i logičan slijed obilaska. Slijedi izrada standardiziranih vođenih obilazaka i kratkih edukativnih programa, uključujući definiranje tema, trajanja, ciljnih skupina i osnovnih izvedbenih uputa kako bi programi bili ponovljivi i jednako kvalitetni neovisno o izvođaču. Paralelno se priprema i postavlja informacijska i vizualna signalizacija koja osigurava snalaženje i vodi posjetitelje između lokaliteta. U sljedećem koraku izrađuju se digitalno dostupni materijali, uključujući zvučne vodiče, kodove za pristup sadržaju i pregledne interpretacijske informacije o lokalitetima, s naglaskom na kontekst i značenje baštine. Završno se uspostavlja model redovitog ažuriranja sadržaja i operativnog održavanja signalizacije i digitalnih materijala, kako bi sustav ostao pouzdan i upotrebljiv.
Procijenjena vrijednost	<b>5.000,00 EUR u 2026. godini</b>
Okvirni izvori financiranja	Sredstva JLS za signalizaciju i uređenje pristupa, te nacionalnih i europskih izvora financiranja namijenjenih valorizaciji kulturne baštine, razvoju posjetiteljske infrastrukture i jačanju interpretacije i edukacije u turizmu.
Status izrade potrebne studijske/projektne dokumentacije	Implementacija projekta ne zahtijeva izradu studijske/projektne dokumentacije.

Naziv projekta	<b>Održavanje mreže zelenih staza</b>
Cilj projekta	Cilj projekta je osigurati kontinuirano održavanje i plansku nadogradnju već uspostavljene mreže pješačkih i biciklističkih ruta u destinaciji Biser Zagorja, tako da rute ostanu jasno označene, sigurne i posjetitelju razumljive. Projekt doprinosi produljenju boravka i ravnomjernijoj raspodjeli posjećenosti između Tuhlja, Klanjca i Velikog Trgovišća kroz pouzdanu infrastrukturu aktivnog boravka na otvorenom, uz sustavno unaprjeđenje informiranja i orijentacije na terenu i u digitalnim kanalima.

Opis projekta	Projekt predstavlja nastavak operativnog upravljanja mrežom već označenih pješačkih i biciklističkih ruta koje su prezentirane putem interaktivne karte, uz dodatno unaprjeđenje standarda održavanja, dopune signalizacije i proširenja sadržaja. Ključni naglasak stavlja se na redovitu provjeru stanja trase i oznaka, otklanjanje oštećenja i nejasnoća u označavanju, dopunu informativnih ploča te ujednačavanje načina prezentacije ruta prema duljini, trajanju i razini zahtjevnosti. U sklopu projekta planira se priprema zapisa za navigaciju koji će posjetiteljima omogućiti lakše planiranje i korištenje ruta, te redovita izrada i tisak promotivnih karata i materijala kojima se mreža staza dodatno približava različitim ciljanim skupinama. Projekt se provodi u suradnji s jedinicama lokalne samouprave i drugim relevantnim subjektima u destinaciji, kako bi se mreža razvijala kao zajednički resurs i pouzdan alat usmjeravanja kretanja posjetitelja.
Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom turista i posjetitelja u destinaciji (ZT-1)</li> <li>• Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom (PD-1)</li> <li>• Prosječna duljina boravka turista u destinaciji (TP-2)</li> </ul>
Nositelj	TZ Biser Zagorja
Lokacija provedbe	Područje destinacije Biser Zagorja, kroz postojeću mrežu pješačkih i biciklističkih ruta koje povezuju ili nadopunjuju sadržaje u Tuhlju, Klanjcu i Velikom Trgovišću, uključujući pristupe prirodnim lokalitetima, vidikovcima i točkama odmora.
Planirani rokovi početka i završetka provedbe projekta	Predviđa se etapni pristup kojim se prvo definiraju i kategoriziraju prioritetne dionice, zatim provodi označavanje i opremanje, a potom sustavno širi mreža ruta i uvodi redovito održavanje.
Provedbeni koraci	Provedba projekta započinje dogovorom partnera i mapiranjem postojećih i potencijalnih dionica koje čine mrežu, uz jasno utvrđivanje odgovornosti za pojedine trase i elemente opreme. Nakon toga slijedi odabir i kategorizacija dionica prema duljini, očekivanom trajanju i razini zahtjevnosti, kako bi se rute mogle preporučivati različitim ciljnim skupinama, uključujući obitelji i rekreativne posjetitelje. U sljedećem koraku provodi se fizičko označavanje i signalizacija na terenu, uz postavljanje informativnih ploča koje posjetitelju daju jasne upute o smjeru, trajanju, sigurnosti i pravilima ponašanja. Paralelno se uspostavljaju manja odmorišta s osnovnom opremom te se uvode sigurnosni elementi na mjestima gdje su potrebni. Završno se izrađuje i objavljuje digitalna karta ruta, koja objedinjeno prikazuje mrežu staza i omogućuje planiranje kretanja prije dolaska, te se uspostavlja osnovni režim redovitog održavanja oznaka i opreme kako bi sustav ostao pouzdan.
Procijenjena vrijednost	<b>Na godišnjoj razini - 5.000,00 EUR</b>
Okvirni izvori financiranja	Kombinaciju sredstava JLS za uređenje i opremanje dionica, kao i nacionalnih i europskih izvora financiranja usmjerenih na razvoj zelene infrastrukture, aktivnog turizma, sigurnosti kretanja i održivog upravljanja posjećivanjem.
Status izrade potrebne studijske/projektne dokumentacije	Implementacija projekta ne zahtijeva izradu studijske/projektne dokumentacije.

Naziv projekta	<b>Pedaliraj i uživaj! Biser Zagorja otkriva - Tuhelj bike!</b>
Cilj projekta	Osnovni cilj projekta je unaprijediti održivu mobilnost u Općini Tuhelj kroz uvođenje sustava javnih bicikala, što uključuje nabavu električnih bicikala s punionicama i poboljšanje biciklističke infrastrukture. Projekt također doprinosi smanjenju emisije CO <sub>2</sub> , jačanju zelene infrastrukture te povećanju sigurnosti i učinkovitosti praćenja mobilnosti putem implementacije digitalnih senzora na pametnim pješačkim prijelazima.
Opis projekta	Projekt "Pedaliraj i uživaj! Biser Zagorja otkrivaj-Tuhelj bike!" usmjeren je na poboljšanje održive mobilnosti u Općini Tuhelj kroz uvođenje sustava javnih bicikala. Nabavit će se električni javni bicikli s punionicom, čime će se povećati dostupnost ekološki prihvatljivih prijevoznih opcija i potaknuti korištenje biciklističke infrastrukture. Općina Tuhelj planira i ugradnju digitalnog senzora za brojanje pješaka na postojećem pametnom pješačkom prijelazu, čime će se osigurati veća sigurnost i učinkovitije praćenje mobilnosti. Projekt podržava razvoj zelene infrastrukture, smanjenje emisije CO <sub>2</sub> i doprinosi jačanju turističke ponude regije. Sustav javnih bicikala u Općini Tuhelj predstavlja održivo rješenje za mobilnost, koje je ekološki prihvatljivije i zdravije u odnosu na druge oblike prijevoza. Uvođenjem ovog sustava, građanima će biti omogućeno korištenje bicikala u vlasništvu Općine pod jednakim uvjetima, uz minimalnu naknadu koja pokriva samo troškove održavanja sustava. Glavni cilj nije ostvarivanje komercijalne dobiti, već poboljšanje kvalitete života stanovnika kroz održivu mobilnost i smanjenje emisije štetnih plinova. Inovativnost projekta u Općini Tuhelj ogleda se u uspostavi mreže javnih bicikala koja povezuje Općinu Tuhelj s Gradom Klanjcem i Općinom Veliko Trgovišće unutar Turističke zajednice Biser Zagorja. Iako svaka jedinica lokalne samouprave aplicira zasebno, sve dijele zajedničku viziju: aktivaciju i proširenje postojećih biciklističkih ruta, poboljšanje turističke ponude i unapređenje prometnih rješenja za svakodnevnu mobilnost lokalnog stanovništva. Općina Tuhelj će ponuditi građanima održivu alternativu korištenju osobnih vozila, čime će se smanjiti emisija štetnih plinova, poboljšati opća mobilnost i zdravlje, te smanjiti pritisak na cestovnu infrastrukturu. Projekt u Općini Tuhelj također obuhvaća integraciju s postojećim linijama javnog prijevoza, omogućujući korisnicima jednostavno kombiniranje bicikla s autobusima i vlakovima, čime će se povećati učinkovitost i kapacitet prometnog sustava. Dodatno, Općina Tuhelj je važna turistička destinacija, zahvaljujući Termama Tuhelj, jednoj od najpoznatijih destinacija u regiji. Projekt će doprinositi privlačenju turista u Tuhelj putem bogate turističke ponude područja, uz istovremeno smanjenje ovisnosti o automobilima. Biciklistički sustav će omogućiti posjetiteljima da uživaju u prirodnim ljepotama i kulturnoj baštini Zagorja na održiv način, bez potrebe za korištenjem osobnih vozila. Postavljanje pametnog senzora za brojanje pješaka na pješačkom prijelazu u Općini Tuhelj omogućit će praćenje prometa i optimizaciju prometnih rješenja, čime će se povećati sigurnost svih sudionika u prometu. Projekt "Pedaliraj i uživaj! Biser Zagorja otkrivaj-Tuhelj bike!" pridonosit će održivosti regije, povećati njezinu atraktivnosti za turiste i poslovne subjekte, te omogućiti veću konkurentnost kroz integraciju održivih i ekoloških rješenja u svakodnevnu mobilnost.

Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Broj turističkih noćenja na 100 stanovnika u vrhu sezone (ZL-1)</li> <li>• Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom (ZL-2)</li> <li>• Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom turista i posjetitelja u destinaciji (ZT-1)</li> <li>• Prosječna duljina boravka turista u destinaciji (TP-2)</li> </ul>
Nositelj	Općina Tuhelj
Lokacija provedbe	Tuheljske Toplice
Planirani rokovi početka i završetka provedbe projekta	siječanj 2026. - travanj 2026.
Provedbeni koraci	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Provođenje nabave</li> <li>2. Isporuka robe</li> <li>3. Podnošenje ZNS-a</li> </ol>
Procijenjena vrijednost	<b>31.909,44 EUR</b>
Okvirni izvori financiranja	50% sufinancira Fond za zaštitu okoliša i energetska učinkovitost, 50% financira Općina Tuhelj
Status izrade potrebne studijske/projektne dokumentacije	U provedbi

Naziv projekta	<b>Pedaliraj i uživaj! Biser Zagorja otkrivaj - Klanjec bike!</b>
Cilj projekta	Osnovni cilj projekta je uspostava mreže sustava javnih bicikala u Gradu Klanjcu, komplementarno projektu Općine Tuhelj, kako bi se unaprijedila održiva mobilnost, smanjila upotreba automobila na kratkim relacijama, povezivanja s postojećim linijama javnog prijevoza, omogućujući jednostavno kombiniranje različitih oblika mobilnosti (bicikl, autobus, vlak), što povećava kapacitet i učinkovitost cjelokupnog prometnog sustava te poticanje na korištenje ekološki prihvatljivih prijevoznih sredstava.
Opis projekta	Projekt "Pedaliraj i uživaj! Biser Zagorja otkrivaj-Klanjec bike!" ima za cilj unaprijediti održivu mobilnost u Gradu Klanjcu kroz uspostavu sustava javnih bicikala. Kroz projekt će se nabaviti javni bicikli (električni modeli) s punionicom, čime će se poboljšati dostupnost ekološki prihvatljivih prijevoznih sredstava i potaknuti korištenje biciklističke infrastrukture. Grad Klanjec dodatno će implementirati digitalni senzor za brojanje pješaka na već postojećem pametnom pješačkom prijelazu, čime će se pridonijeti sigurnosti i praćenju mobilnosti. Projekt doprinosi razvoju zelene infrastrukture, smanjenju emisija CO <sub>2</sub> i jačanju turističke ponude regije. Bicikli će biti digitalno upravljani putem aplikacije ili kartičnog sustava, što omogućuje optimizirano korištenje i praćenje, dok će redovito održavanje osigurati dugoročnu pouzdanost i isplativost sustava. Pametni pješački prijelaz u Gradu Klanjcu, opremljen digitalnim senzorom za brojanje pješaka, omogućit će prikupljanje podataka o pješačkom prometu, što će koristiti za buduće planiranje mobilnosti i unaprjeđenje sigurnosti. Automatizirani sustav rada senzora na pametnom pješačkom prijelazu smanjuje potrebu za čestim intervencijama, dok će se analizom prikupljenih podataka moći donositi informirane odluke o prometnim prilagodbama. Stvaranjem mreže

	<p>javnih bicikala omogućuje se bolja povezanost unutar regije, povećava dostupnost biciklističkog prijevoza te doprinosi razvoju zelene infrastrukture i kvaliteti života lokalne zajednice. Sustav javnih bicikala predstavlja oblik individualnog javnog prijevoza koji je pristupačniji, zdraviji i ekološki prihvatljiviji od ostalih prijevoznih opcija. Njegovim uvođenjem omogućit će se korištenje bicikala u vlasništvu jedinica lokalne samouprave pod jednakim uvjetima za sve građane, uz minimalnu naknadu koja pokriva isključivo troškove održavanja sustava. Cilj nije komercijalna dobit, već poboljšanje kvalitete života stanovnika kroz održivu i modernu mobilnost s nultom emisijom štetnih plinova. Inovativnost projekta očituje se u stvaranju mreže javnih bicikala na području Turističke zajednice Biser Zagorja – Grada Klanjca, Općine Veliko Trgovišće i Općine Tuhelj. Iako svaka jedinica lokalne samouprave aplicira zasebno na natječaj, dijele istu viziju – aktivaciju postojećih biciklističkih ruta, njihovu veću dostupnost, širenje turističke ponude te poboljšanje prometnih rješenja za svakodnevne migracije lokalnog stanovništva. Na području Grada Klanjca javni prijevoz nije sustavno organiziran, već ga čine privatne autobusne linije, dok Veliko Trgovišće, zbog neposredne blizine autoceste A2 (Macelj-Krapina-Zagreb), bilježi visoku prometnu opterećenost motornim vozilima. Uvođenje sustava javnih bicikala pružit će građanima održivu i učinkovitu alternativu automobilima, smanjiti emisiju štetnih plinova, poboljšati mobilnost i zdravlje stanovnika te smanjiti opterećenje cestovne infrastrukture. Dodatni element projekta u Gradu Klanjcu je postavljanje digitalnog senzora za brojanje pješaka na pametnom pješačkom prijelazu, koji će omogućiti praćenje pješačkog prometa, optimizaciju prometnih rješenja i povećanje sigurnosti svih sudionika u prometu.</p> <p>Projekt se ističe i regionalnom suradnjom, povezivanjem Klanjca i Tuhlja unutar mreže javnih bicikala, uz integraciju s postojećim linijama javnog prijevoza. Time će se omogućiti jednostavno kombiniranje različitih oblika mobilnosti – bicikla, autobusa i vlaka – što će povećati kapacitet i učinkovitost prometnog sustava, smanjiti gužve i potaknuti ekološki održivu mobilnost. Projekt "Pedaliraj i uživaj! Biser Zagorja otkrivaj-Klanjec bike!" osigurat će infrastrukturu za javne bicikle dostupne građanima, poslovnim subjektima i turistima, uz integraciju s drugim oblicima prijevoza, čime će se dodatno unaprijediti održivost, atraktivnost i konkurentnost regije. Projekt doprinosi razvoju zelene infrastrukture, povećava dostupnost biciklističkog prijevoza za lokalno stanovništvo i turiste te smanjuje emisije CO<sub>2</sub>. Dodatno, u Gradu Klanjcu postavljanjem digitalnog senzora za brojanje pješaka na pametnom pješačkom prijelazu povećava se sigurnost i omogućuje bolje planiranje mobilnosti.</p>
Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Broj turističkih noćenja na 100 stanovnika u vrhu sezone (ZL-1)</li> <li>• Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom (ZL-2)</li> <li>• Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom turista i posjetitelja u destinaciji (ZT-1)</li> <li>• Prosječna duljina boravka turista u destinaciji (TP-2)</li> </ul>
Nositelj	Grad Klanjec

Lokacija provedbe	Klanjec
Planirani rokovi početka i završetka provedbe projekta	siječanj 2026.- travanj 2026.
Provedbeni koraci	1. Provođenje nabave 2. Isporuka robe 3. Podnošenje ZNS-a
Procijenjena vrijednost	<b>31.693,31 EUR</b>
Okvirni izvori financiranja	50 % sufinancira Fond za zaštitu okoliša i energetska učinkovitost, 50% financira Grad Klanjec
Status izrade potrebne studijske/projektne dokumentacije	n/p

<b>Naziv projekta</b>	<b>Izgradnja nogostupa uz Bolničku ulicu - Tuheljske Toplice</b>
Cilj projekta	Izgraditi nogostup dužine 500 metara.
Opis projekta	Izgradnja nogostupa uz nerazvrstanu cestu TUHT 6 Bolnička ulica Tuheljske Toplice. Realizacijom projekta će se na siguran i održiv način omogućiti pješacima pristup izvoru termalne vode i vodeničkom kolu koje simbolizira izvor.
Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Broj turističkih noćenja na 100 stanovnika u vrhu sezone (ZL-1)</li> <li>• Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom (ZL-2)</li> <li>• Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom turista i posjetitelja u destinaciji (ZT-1)</li> <li>• Prosječna duljina boravka turista u destinaciji (TP-2)</li> </ul>
Nositelj	Općina Tuhelj
Lokacija provedbe	Tuheljske Toplice - Bolnička ulica.
Planirani rokovi početka i završetka provedbe projekta	2026.-2029.godine
Provedbeni koraci	1. Izrada projektno-tehničke dokumentacije za nogostup dužine 500 metara u Bolničkoj ulici. 2. Izgradnja nogostupa dužine 500 metara u Bolničkoj ulici.
Procijenjena vrijednost	<b>500.000,00 EUR</b>
Okvirni izvori financiranja	Proračun Općine Tuhelj
Status izrade potrebne studijske/projektne dokumentacije	Trenutni status priprema dokumentacije za nabavu izvođača za izradu projektno tehničke dokumentacije za nogostup dužine 500 metara u Bolničkoj ulici.

<b>Naziv projekta</b>	<b>Izgradnja nogostupa od D205 do parka tradicijskih igračaka u Svetom Križu - Tuheljske Toplice</b>
-----------------------	--

Cilj projekta	Izgraditi nogostup dužine 450 metara.
Opis projekta	Izgradnja nogostupa dužine 450 metara od D205 do parka tradicijskih igračaka u Svetom Križu. Realizacijom projekta će se na siguran i održiv način omogućiti pješacima pristup parku tradicijskih igračaka iz smjera Tuheljskih Toplica.
Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Broj turističkih noćenja na 100 stanovnika u vrhu sezone (ZL-1)</li> <li>• Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom (ZL-2)</li> <li>• Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom turista i posjetitelja u destinaciji (ZT-1)</li> <li>• Prosječna duljina boravka turista u destinaciji (TP-2)</li> </ul>
Nositelj	Općina Tuhelj
Lokacija provedbe	Sveti Križ
Planirani rokovi početka i završetka provedbe projekta	2026.-2029.godine
Provedbeni koraci	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Izrada projektne tehničke dokumentacije za nogostup dužine 103 metara uz ŽC 2215.</li> <li>2. Izgradnja nogostupa dužine 103 metara uz ŽC 2215.</li> <li>3. Izrada projektne tehničke dokumentacije uz nerazvrstanu cestu KRIŽ 9 dužine 347 metara.</li> <li>4. Izgradnja nogostupa uz nerazvrstanu cestu KRIŽ 9 dužine 347 metara.</li> </ol>
Procijenjena vrijednost	<b>400.000,00 EUR</b>
Okvirni izvori financiranja	Proračun Općine Tuhelj
Status izrade potrebne studijske/projektne dokumentacije	Trenutni status nabava za odabir izvođača izrade projektne-tehničke dokumentacije za nogostup dužine 103 metara uz ŽC 2215.

<b>Naziv projekta</b>	<b>Digitalna ulazna točka destinacije</b>
Cilj projekta	Cilj projekta je uspostaviti jedinstvenu i preglednu digitalnu ulaznu točku destinacije Biser Zagorja koja posjetitelju omogućuje brzo razumijevanje ponude, jednostavno planiranje boravka te jasnu putanju od informiranja do slanja upita ili rezervacije. Projektom se želi povećati tržišna dostupnost destinacije, ojačati prepoznatljivost kao jedinstvene cjeline te smanjiti fragmentiranost informacija kroz objedinjeni prikaz sadržaja Tuhlja, Klanjca i Velikog Trgovišća.
Opis projekta	Projekt je usmjeren na nastavak uspostave centralizirane digitalne platforme koja na jednom mjestu objedinjeno prikazuje ključne sastavnice ponude destinacije: smještaj, termalne i wellness sadržaje, kulturne točke, prirodne lokalitete, aktivnosti na otvorenom, kalendar događanja i sezonske preporuke. Projekt se oslanja na postojeću mrežnu stranicu, koja se redizajnira i sadržajno proširuje kako bi postala funkcionalna za planiranje posjeta, a ne samo informativna. Poseban naglasak stavlja se na standardizirani prikaz itinerara i gotovih

	prijedloga boravka, kako bi posjetitelj dobio jasne i izvedive preporuke za jedan dan ili višednevni boravak. Uz informacijski dio, uvodi se logična i vidljiva mogućnost rezervacije ili slanja upita, čime se podupire komercijalizacija ponude. U sklopu projekta izrađuje se i komunikacijski plan za društvene mreže, s jasno definiranim ciljnim skupinama i usklađenim porukama, kako bi digitalna komunikacija bila sustavna, dosljedna i usmjerena na tržišni učinak.
Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Broj turističkih noćenja na 100 stanovnika u vrhu sezone (ZL-1)</li> <li>• Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom turista i posjetitelja u destinaciji (ZT-1)</li> <li>• Prosječna duljina boravka turista u destinaciji (TP-2)</li> </ul>
Nositelj	TZ Biser Zagorja
Lokacija provedbe	Projekt se provodi na razini cijele destinacije Biser Zagorja, s obuhvatom sadržaja i informacija za Tuhelj, Klanjec i Veliko Trgovišće. Provedba je primarno digitalna, kroz mrežnu stranicu i povezane komunikacijske kanale.
Planirani rokovi početka i završetka provedbe projekta	Projekt se provodi etapno, pri čemu se u početnoj fazi provodi redizajn i restrukturiranje mrežne stranice, zatim standardizacija i objava itinerara te uvođenje funkcionalnosti za upite i rezervacije, a potom kontinuirano nadograđivanje sadržaja i komunikacijskih aktivnosti.
Provedbeni koraci	Provedba započinje analizom postojećeg stanja mrežne stranice i definiranjem ciljane strukture sadržaja koja objedinjuje sve ključne tematske cjeline ponude destinacije. Slijedi redizajn mrežne stranice i proširenje sadržaja, uz uspostavu standardiziranog načina prikaza itinerara i gotovih prijedloga boravka, kako bi informacije bile usporedive, jasne i korisne posjetitelju. Nakon toga uvodi se funkcionalnost za slanje upita ili provedbu rezervacije, na način koji je vidljiv i logično integriran u korisnički put, posebno uz smještaj i preporučene boravke. Paralelno se izrađuje komunikacijski plan za društvene mreže, s definiranjem ciljnih skupina, sadržajnih formata i ritma objava, kako bi se promet prema digitalnoj platformi sustavno usmjeravao i pretvarao u upite i dolaske. U završnoj fazi uspostavlja se redovito ažuriranje sadržaja, osobito kalendara događanja i sezonskih preporuka, kako bi platforma ostala vjerodostojna i relevantna tijekom cijele godine.
Procijenjena vrijednost	<b>6.000,00 EUR u 2026. godini</b>
Okvirni izvori financiranja	Sredstva JLS za digitalni razvoj i promociju, uz mogućnost uključivanja partnera u destinaciji kroz sufinanciranje pojedinih sadržajnih modula, te korištenje nacionalnih i europskih izvora usmjerenih na digitalnu transformaciju, razvoj turističkih proizvoda i jačanje tržišne dostupnosti kontinentalnih destinacija.
Status izrade potrebne studijske/projektne dokumentacije	Implementacija projekta ne zahtijeva izradu studijske/projektne dokumentacije.

Naziv projekta	<b>Program standarda i kompetencija</b>
----------------	---

Cilj projekta	Cilj projekta je povećati razinu profesionalnosti i ujednačenosti kvalitete usluga u destinaciji Biser Zagorja, kako bi posjetitelj dobio pouzdanu razinu usluge neovisno o mjestu boravka, vrsti smještaja ili pojedinom pružatelju usluge. Projekt je usmjeren na podizanje kompetencija osoba koji izravno oblikuju doživljaj gosta, jačanje standarda komunikacije i postupanja u situacijama prigovora te na uvođenje jasnih, izvedivih smjernica za lokalno utemeljenu gastronomsku ponudu.
Opis projekta	Projekt predstavlja strukturirani program edukacija i praktičnih smjernica čija je svrha uspostaviti minimalne standarde usluge i ojačati znanja i vještine ključnih pružatelja turističkih usluga u destinaciji. Projekt polazi od potrebe da se kvaliteta boravka stabilizira i da se reputacija destinacije gradi na predvidivom, profesionalnom i gostu usmjerenom pristupu. Program obuhvaća edukacije i radionice za pružatelje usluga u smještaju, ugostiteljstvu i vođenju posjeta, s posebnim naglaskom na kvalitetu komunikacije s gostima, upravljanje pritužbama te razumijevanje zajedničke odgovornosti za ukupni dojam destinacije. Dodatno, projekt uključuje izradu osnovnih uputa za gastronomsku ponudu temeljenu na lokalnim sastojcima, kako bi se identitet destinacije vidio u svakodnevnoj praksi, a ne samo u promotivnim porukama.
Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Broj turističkih noćenja na 100 stanovnika u vrhu sezone (ZL-1)</li> <li>• Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom (ZL-2)</li> <li>• Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom turista i posjetitelja u destinaciji (ZT-1)</li> <li>• Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom (PD-1)</li> <li>• Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim opterećenjem (TP-1)</li> </ul>
Nositelj	
Lokacija provedbe	Projekt se provodi na razini cijele destinacije Biser Zagorja, odnosno na području Tuhlja, Klanjca i Velikog Trgovišća. Edukacije i radionice mogu se organizirati na lokacijama koje su logistički dostupne većini sudionika, uz mogućnost provedbe dijela sadržaja i kroz terenski rad u objektima i na lokacijama gdje se usluga pruža.
Planirani rokovi početka i završetka provedbe projekta	Planirano pokretanje projekta je u ranoj fazi provedbe Plana upravljanja, kako bi se što prije postavili minimalni standardi i ojačale kompetencije, a zatim da se program provodi u ciklusima tijekom cijelog razdoblja, uz godišnju nadopunu tema sukladno uočenim potrebama i povratnim informacijama gostiju.
Provedbeni koraci	Provedba započinje identifikacijom ciljnih skupina sudionika, odnosno pružatelja usluga u smještaju, ugostiteljstvu i vođenju posjeta, te definiranjem tematskih cjelina edukacija. Slijedi priprema i provedba ciklusa edukacija i radionica koje obuhvaćaju osnove komunikacije s gostima, postupanje u situacijama prigovora, načine zaštite i jačanja reputacije kroz dosljedno pružanje usluge te razumijevanje destinacije kao zajedničkog sustava u kojem svaka pojedina usluga utječe na ukupni dojam. Paralelno se izrađuju i uvode osnovne upute za gastronomsku ponudu temeljenu na lokalnim sastojcima, kako bi se

	potaknulo uključivanje lokalnih namirnica i prepoznatljivih elemenata područja u jelovnike i prezentaciju ponude. Nakon provedbe edukacija preporučuje se prikupljanje povratnih informacija sudionika i definiranje daljnjih tema, kako bi program ostao praktičan, izvediv i usmjeren na stvarne potrebe destinacije.
Procijenjena vrijednost	
Okvirni izvori financiranja	Sredstva JLS zbog javnog interesa za profesionalizaciju usluga, te kroz nacionalne i europske izvore koji podupiru razvoj ljudskih potencijala, cjeloživotno učenje i jačanje kompetencija u turizmu.
Status izrade potrebne studijske/projektne dokumentacije	Implementacija projekta ne zahtijeva izradu studijske/projektne dokumentacije.

## 9. Popis projekata od posebnog značaja za razvoj destinacije

Naziv projekta	<b>Biciklistička staza Biser Zagorja</b>
Cilj projekta	Projekt „Biciklistička staza Biser Zagorja“ predviđa izgradnju moderne, dvosmjerne staze duljine 9,5 km u Općini Veliko Trgovišće, povezujući naselja Jezero Klanječko i Dubrovčan. Cilj projekta je poticanje održive mobilnosti, povećanje sigurnosti biciklista te smanjenje emisija stakleničkih plinova. Staza će biti prilagođena svim korisnicima, uključujući osobe s invaliditetom, i povezati biciklistički promet s javnim prijevozom. Financirana bespovratnim sredstvima i općinskim proračunom, staza donosi i razvoj lokalnog turizma, cikloturizma i kvalitetniji način života za stanovnike Općine Veliko Trgovišće te okolnih naselja u sklopu Urbane aglomeracije Zagreb.
Opis projekta	Ovim projektom izgradit će se biciklistička staza na dionici između naselja Jezero Klanječko i Dubrovčan na području Općine Veliko Trgovišće, čime se ulaže u biciklističku infrastrukturu naselja koje je u cijelosti obuhvaćeno područjem Urbane aglomeracije Zagreb. Staza će se izgraditi sukladno Glavnom projektu za koji je podnesen zahtjev za izdavanje građevinske dozvole, a navedena dokumentacija nalazi se u prilogu projektne prijave. Izgradnja staze predviđena je na konkretnoj lokaciji: k.č. 2096, 2097, 2098, 2099/1, 2099/2, 2110, 2119, 2147, 2165, 2166, 2190, 2203, 2273, 2317, 2344, 2345, 2348, 2362, 2363/1, 2410, 2411, 2412, 2421, 2436, 2458, 2475, 2508, 2549/1, 2584/1, 2593, 2607, 2625, 2626, 2627, 2628, 2673, 2674, 2675, 2687, 2702, 2708, 2709, 2738, 2760/1, 2760/2, 2791, 2792, 2818, 2820, 2845, 2846, 2864, 2946/3, 2947, 2949, 2950, 2951/1, 2952, 2953, 2955, k.o. Dubrovčan i k.č. 1664/4, 1737/1, 1737/2, 1737/3, 1737/4, k.o. Jezero Klanječko. U skladu sa svim zakonskim pravilima i odredbama, biciklistička staza je predviđena u širini od 2,50 m, a prijelazi s biciklističke staze na razinu kolnika osigurani su ukošenjem rubnjaka na 2,0 cm iznad zastora asfalta kako bi se spriječile urbanističke barijere i omogućilo kontinuirano kretanje biciklista bez zaustavljanja. Duljina novoizgrađene biciklističke staze bit će nešto veća od 9 km, što je ujedno i pokazatelj projekta (RCO58 - Infrastruktura namijenjena biciklima za koju je primljena potpora - 9 km). Predviđena je ugradnja 3 brojača prometa biciklista na tri različite dionice biciklističke rute koja će se izgraditi. Predviđen godišnji broj korisnika infrastrukture namijenjene vožnji biciklom je 10.000, što je ujedno i pokazatelj projekta (RCR64). Projekt doprinosi ostvarenju ciljeva strategija i planova na nacionalnoj i EU razini, ponajprije Strategiji razvoja Urbane aglomeracije Zagreb (SRUAZ) do 2027.: Strateškom cilju SC10: Održiva mobilnost, koji naglašava potrebu razvoja infrastrukture za zdravije i ekološki prihvatljivije oblike prijevoza, Posebnom cilju PC3: Održiva mobilnost u aglomeraciji, koji promiče razvoj sigurnih, pametnih i integriranih prometnih rješenja te Mjeri M3-2: Poticanje zdravih oblika kretanja, gdje biciklistička infrastruktura ima ključnu ulogu u smanjenju motoriziranog prometa i poboljšanju kvalitete života stanovnika. Podrobnija strateška usklađenost je pojašnjena u poglavlju socio-ekonomskog okvira. Konkretno, doprinos PC3, Mjera M3-1 Čisti, integrirani i pametni javni prijevoz očituje se u povećanju održive prometne infrastrukture. Naime, izgradnja biciklističke staze smanjuje ovisnost o automobilima, čime se doprinosi razvoju održivog prometnog sustava u

	urbanoj aglomeraciji. Stazom će se dodatno poboljšati prometne povezanosti naselja Općine Veliko Trgovišće s urbanim središtima (npr. Zabok, Oroslavje i Zagreb), omogućujući lakšu intermodalnu povezanost s javnim prijevozom (željezničke i autobusne linije). Projekt biciklističke staze povećava mobilnost unutar aglomeracije te doprinosi razvoju lokalnih zajednica kroz bolju prometnu dostupnost škole (područna škola Dubrovčan), radnih mjesta te sadržajima poput rekreativnih aktivnosti (povezanost s nogometnim igralištima, street workout) i kulturnih znamenitosti (tematski park u Dubrovčanu).
Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Broj turističkih noćenja na 100 stanovnika u vrhu sezone (ZL-1)</li> <li>• Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom (ZL-2)</li> <li>• Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom turista i posjetitelja u destinaciji (ZT-1)</li> <li>• Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom (PD-1)</li> <li>• Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim opterećenjem (TP-1)</li> <li>• Prosječna duljina boravka turista u destinaciji (TP-2)</li> </ul>
Nositelj	Općina Veliko Trgovišće
Lokacija provedbe	Naselja Jezero Klanječko i Dubrovčan na području Općine Veliko Trgovišće
Planirani rokovi početka i završetka provedbe projekta	Rujan 2025. - rujan 2027. godine
Provedbeni koraci	<p>Izgradnja biciklističke staze u Općini Veliko Trgovišće sastoji se od nekoliko etapa i aktivnosti.</p> <p>Pripremni radovi, koji ukupno iznose 53.500,00 EUR, obuhvaćaju iskolčenje površine i profila, uklanjanje grmlja, rušenje postojećih asfaltnih slojeva, betonskih rubnjaka i barijera, zaštitu komunalnih instalacija te izvođenje geodetskih radova.</p> <p>Donji stroj, čija vrijednost iznosi 276.250,00 EUR, uključuje iskop humusa i pripremu terena te izradu nasipa i planiranje posteljice na projektom predviđene kote.</p> <p>Gornji stroj, najskuplji dio radova s ukupnim iznosom od 802.850,00 EUR, obuhvaća izradu tamponskog sloja i asfaltiranje donjeg i završnog sloja.</p> <p>Sustav odvodnje, vrijedan 84.400,00 EUR, predviđa izradu slivnika, prijelaza preko odvodnih jaraka te mostova.</p> <p>Prometna signalizacija, s ukupnim troškom od 44.000,00 EUR, uključuje privremenu regulaciju prometa tijekom izvođenja radova te postavljanje vertikalne i horizontalne signalizacije.</p> <p>Dio koji se odnosi na armirano-betonski zid, vrijedan 64.000,00 EUR, obuhvaća izradu temelja, betoniranje zidova, drenažu i postavljanje ograda.</p> <p>Na kraju, uređenje zelenih površina, čija je ukupna vrijednost 25.000,00 EUR, uključuje oblaganje humusom i sijanje travne smjese.</p>
Procijenjena vrijednost	<b>1.726.500,00 EUR</b>
Okvirni izvori financiranja	Financijska održivost projekta biciklističke staze u Velikom Trgovišću temelji se na kombinaciji bespovratnih sredstava i lokalnog proračuna Općine Veliko Trgovišće. Ukupni prihvatljivi troškovi projekta iznose 1.381.200,00 EUR, od čega će 1.000.000,00 EUR biti sufinancirano bespovratnim sredstvima, što čini intenzitet potpore od 72,4% - sukladno

	<p>Ugovoru o dodjeli bespovratnih sredstava IP.2.1.02.0011 Biciklistička staza Biser Zagorja kao projekta koji se financira iz „Integriranog teritorijalnog programa” u financijskom razdoblju 2021.-2027. Preostali iznos od 381.200,00 EUR i ostatak troškova financirat će Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije prema Ugovoru o sufinanciranju provedbe EU projekata (referentni broj Ugovora JPF.2025.-2.144) sklopljenom putem javnog poziva za sufinanciranje provedbe EU projekata na regionalnoj i lokalnoj razini u 2025.godini prema Programu sufinanciranja provedbe projekata na regionalnoj i lokalnoj razini u financijskom razdoblju 2021.-2027. te Općina iz vlastitih proračunskih sredstava.</p> <p>Zaključno:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ITU mehanizam – 1.000.000,00 EUR</li> <li>• Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije – 190.600,00 EUR</li> <li>• Općina Veliko Trgovišće – ostatak iznosa do zatvaranja financijske konstrukcije</li> </ul>
<p>Status izrade potrebne studijske/projektne dokumentacije</p>	<p>Ishođena građevinska dozvola.</p>

## 10. Mjerenje napretka i izvješće o provedbi

### 10.1. Podrška i implementacija Plana upravljanja destinacijom

Provedba Plana upravljanja destinacijom Biser Zagorja zahtijeva usklađeno djelovanje svih relevantnih dionika uključenih u razvoj i upravljanje turizmom na području Tuhlja, Klanjca i Velikog Trgovišća. Plan je izrađen kao zajednički okvir koji povezuje javni sektor, privatne pružatelje usluga, ustanove u kulturi, obrazovne institucije, udruge civilnog društva te stručne profile koji podupiru pripremu i provedbu projekata. Takav pristup omogućuje da se mjere i projekti provedu u skladu s realnim kapacitetima prostora i zajednice, uz postupno smanjenje prostorne koncentracije turističkog prometa i jačanje ponude izvan termalne jezgre.

Plan upravljanja destinacijom usvaja se na predstavničkom tijelu lokalne samouprave, sukladno Zakonu o turizmu i pripadajućim pravilnicima. Usvajanjem Plana upravljanja destinacijom isti postaje obvezujući dokument upravljanja turizmom na destinacijskoj razini, čime se osigurava da razvoj turizma ne bude vođen isključivo pojedinačnim inicijativama, nego zajednički dogovorenim prioritetima, mjerama i projektima za razdoblje od 2026.-2030. godine. U pripremi Plana upravljanja destinacijom već je primijenjen participativni pristup kroz uključivanje ključnih dionika, uključujući provedbu radionice za SWOT analizu, što predstavlja dobru podlogu i za provedbenu fazu jer su prioriteti definirani na temelju uvida s terena.

Kao ključni dionici provedbe Plana upravljanja destinacijom Biser Zagorja identificirani su turistička zajednica područja, jedinice lokalne samouprave na području destinacije, privatni sektor u turizmu (smještaj, ugostiteljstvo, pružatelji aktivnosti i doživljaja), institucije kulture i obrazovanja, udruge civilnog društva povezane s prirodnim i kulturnom baštinom te stručnjaci iz područja turizma, upravljanja baštinom, prostornog planiranja i razvoja sadržaja. Uloga svakog od navedenih dionika važna je jer Plan uključuje i sadržajne projekte (itinerari, interpretacija, manifestacije, edukacije) i projekte koji se oslanjaju na komunalnu i posjetiteljsku infrastrukturu (staze, signalizacija, pristupne točke i oprema prostora).

TZ Biser Zagorja ima ulogu glavnog koordinatora provedbe Plana, uz odgovornost da osigura operativnu suradnju dionika, organizira periodične radne sastanke, vodi provedbenu matricu mjera i projekata te priprema redovita izvješća o napretku. S obzirom na naglašenu prostornu koncentraciju turističkih noćenja u zoni Tuhlja i relativno nižu popunjenost kreveta na godišnjoj razini u zoni Klanjec i Veliko Trgovišće, turistička zajednica u provedbenom dijelu osobito treba pratiti učinak projekata koji imaju cilj produljenja boravka, prostornog širenja kretanja posjetitelja te jačanja ponude Klanjca i Velikog Trgovišća kao sadržajnih komplementa termalnom motivu dolaska.

Jedinice lokalne samouprave imaju ključnu ulogu u provedbi dijela mjera koje se odnose na uređenje prostora, komunalne standarde, pristupačnost i sigurnost posjetiteljskih zona, kao i u podršci pripremi projektne dokumentacije i prijavi na izvore financiranja. Privatni sektor ima ulogu nositelja tržišne realizacije, jer upravo pružatelji smještaja, ugostiteljstva i doživljaja pretvaraju prioritetne mjere u konkretne usluge koje posjetitelj

može koristiti. Institucije kulture i obrazovanja, zajedno s udrugama i stručnjacima, posebno su važne za razvoj interpretacije kulturne i prirodne baštine te za provedbu edukativnih i sadržajnih programa koji doprinose cjelogodišnjoj potražnji.

Mjerenje napretka temelji se na redovitom praćenju provedbe mjera i na sustavu pokazatelja koji omogućuje razumijevanje stvarnih učinaka Plana. Polazišne vrijednosti za praćenje već su utvrđene u analitičkom dijelu Plana, uključujući ukupni turistički promet, strukturu prometa po jedinicama lokalne samouprave i prepoznatu prostornu koncentraciju posjeta. Napredak se u provedbi treba mjeriti kroz nekoliko komplementarnih skupina pokazatelja: turistički promet i strukturu (noćenja i dolasci, omjer domaćih i stranih gostiju, raspodjela prometa po zonama), duljinu boravka i prostornu raspodjelu kretanja, sezonalnost, pokazatelje kvalitete doživljaja i reputacije (povratne informacije posjetitelja), kao i pokazatelje društvene prihvatljivosti (stavovi lokalnog stanovništva prikupljeni kroz anketne upitnike). U kontekstu analize nosivosti destinacije, u praćenje je potrebno uključiti i pokazatelje koji prate opterećenje osjetljivih točaka, stanje posjetiteljske infrastrukture te učestalost situacija koje stvaraju pritisak na komunalni sustav u vršnim dijelovima turističke sezone.

Izveščivanje o provedbi preporučuje se organizirati kao godišnji ciklus, pri čemu TZ priprema godišnje izvješće o provedbi mjera i projekata, s jasnim osvrtom na ostvarene aktivnosti, uočene prepreke, status pripreme financiranja i realizacije te učinke u odnosu na ključne pokazatelje. Radi operativnosti, preporučuje se uspostaviti i kraći izvještajni ritam kroz interne periodičke preglede tijekom godine, kako bi se na vrijeme uočila odstupanja od Plana i donijele korektivne odluke. U izvješćima je preporučljivo posebno prikazati napredak po zonama, odnosno zasebno za termalnu jezgru Tuhlja te za zonu Klanjca i Velikog Trgovišća, uz zbirni prikaz za destinaciju u cjelini. Time se osigurava da se ciljevi prostornog uravnoteženja turizma prate mjerljivo.

Za učinkovitu provedbu Plana preporučuje se osigurati sljedeće provedbene elemente:

### **Koordinacija i partnerska suradnja**

Preporučuje se uspostaviti jasnu koordinacijsku strukturu, u kojoj TZ redovito okuplja ključne dionike, usklađuje kalendar aktivnosti i vodi evidenciju provedbenih zaduženja. Posebno se preporučuje poticati javno-privatnu suradnju u projektima koji povezuju smještaj, ugostiteljstvo, lokalne proizvode, manifestacije i interpretaciju baštine, jer takvi projekti izravno doprinose produljenju boravka i povećanju vrijednosti po posjetitelju.

### **Redovito praćenje napretka**

Preporučuje se uspostaviti provedbenu matricu mjera i projekata koja sadrži nositelje, partnere, faze provedbe i osnovne rokove te povezati tu matricu s praćenjem pokazatelja. U praksi to znači da se uz svaku mjeru i projekt prate mjerljivi učinci, osobito oni koji su relevantni za ključne izazove destinacije: visoka koncentracija prometa u jednoj zoni, potreba za jačanjem sadržaja izvan termalne jezgre, te potreba za boljom raspodjelom posjeta kroz cijelu godinu.

## **Financijska održivost**

Preporučuje se da se provedba Plana od početka veže uz realne izvore financiranja kroz kombinaciju lokalnih proračuna, nacionalnih izvora, europskih fondova i ulaganja privatnog sektora. Kod projekata koji imaju elemente infrastrukture i baštine preporučuje se pravodobna priprema projektne dokumentacije i partnerstava, kako bi se povećala spremnost za prijave na javne pozive i smanjio rizik od odgoda.

## **Edukacija i jačanje kapaciteta**

Preporučuje se provoditi cikluse edukacija za dionike u turizmu, osobito u segmentima standarda kvalitete usluge, komunikacije s gostima, upravljanja reputacijom i razumijevanja uloge destinacije kao cjeline. Time se podiže ujednačenost ponude i smanjuje rizik da rast potražnje bude praćen neujednačenim doživljajem posjetitelja.

## **Prilagodba Plana u provedbi**

Provedba Plana treba ostati dovoljno fleksibilna da odgovori na promjene u okruženju, uključujući promjene potražnje, infrastrukturna ograničenja ili promjene u raspoloživim izvorima financiranja. Preporučuje se da se godišnja izvješća koriste ne samo za evidenciju realiziranog, nego i za donošenje odluka o korekcijama provedbenih prioriteta, osobito ako praćenje pokaže da se pritisci u termalnoj zoni povećavaju brže od sposobnosti sustava da ih apsorbira ili ako pojedine intervencije u Klanjcu i Velikom Trgovišću ne ostvaruju očekivani učinak na posjećenost i boravak.

Gledano u cjelini, mjerenje napretka i izvješćivanje o provedbi predstavlja operativni mehanizam kojim Plan upravljanja destinacijom Biser Zagorja postaje upravljački alat, a ne samo strateški dokument. Sustavnim praćenjem pokazatelja, redovitim izvješćivanjem i koordinacijom dionika stvara se osnova za pravodobno donošenje odluka, učinkovito usmjeravanje ulaganja i postizanje ciljeva do dvije tisuće dvadeset devete godine, uz očuvanje kvalitete života stanovnika i zaštitu ključnih resursa destinacije.

## **10.2. Izvješće o provedbi**

Redovito praćenje i izvješćivanje o provedbi Plana upravljanja destinacijom Biser Zagorja ključno je kako bi se osigurala njegova provedivost, očuvala usklađenost s načelima održivog razvoja te pravodobno uočile potrebe za prilagodbom mjera i projekata. Svaka aktivnost predviđena Planom treba biti podložna periodičkoj evaluaciji u unaprijed utvrđenim vremenskim intervalima, pri čemu se prati realizacija provedbenih koraka, status financiranja, napredak na terenu te učinci u odnosu na ciljeve Plana. U kontekstu destinacije Biser Zagorja osobito je važno da izvješćivanje bude dovoljno operativno da prepozna razlike između dviju definiranih zona, odnosno termalne jezgre Tuhlja te zone Klanjca i Velikog Trgovišća, kako bi se mjerilo ostvaruje li Plan cilj prostorne i sadržajne integracije destinacije.

U slučaju da se tijekom provedbe uoče prepreke, neželjene posljedice ili odstupanja od planiranih učinaka, preporučuje se da odgovorni dionici bez odgode informiraju nadležna tijela jedinica lokalne samouprave na području destinacije. Takva povratna informacija omogućuje pravodobno donošenje odluka o korektivnim zahvatima ili prilagodbama provedbe, osobito u situacijama kada se pokaže da turistička potražnja raste brže od komunalne i posjetiteljske spremnosti prostora, kada se povećava opterećenje pojedinih lokacija ili kada se planirane aktivnosti ne pretaču u očekivano produljenje boravka i ravnomjerniju raspodjelu posjeta. Ujedno, izvješćivanje služi kao osnova za usklađivanje komunikacijskih i provedbenih prioriteta, kako bi se upravljanje destinacijom temeljilo na činjenicama i mjerljivim učincima.

Radi učinkovitog praćenja provedbe, preporučuje se da Turističko vijeće TZ Biser Zagorja, kao tijelo koje prati provedbu Plana, pripremi i dostavi izvješće o realizaciji Plana za prethodnu godinu predstavničkim tijelima jedinica lokalne samouprave na području destinacije. Izvješće se preporučuje dostaviti najkasnije do kraja ožujka tekuće godine, kako bi se osigurala pravodobna rasprava i integracija nalaza u planiranje aktivnosti i proračunske prioritete za naredno razdoblje. Izvješće treba sadržavati pregled provedenih aktivnosti i projekata po mjerama, status provedbe i financiranja, uočene izazove u provedbi te prijedloge daljnjih koraka i mogućih prilagodbi Plana u skladu s novim okolnostima i potrebama destinacije. Posebno se preporučuje da izvješće jasno prikaže napredak po zonama i u cjelini, kako bi bilo vidljivo u kojoj mjeri Plan doprinosi smanjenju koncentracije turističkog prometa u jednoj zoni te jačanju korištenja kulturnih i prirodnih sadržaja u drugoj zoni, što je jedno od središnjih razvojnih polazišta Plana upravljanja destinacijom Biser Zagorja.

## 11. Zaključak

Plan upravljanja destinacijom Biser Zagorja za razdoblje od 2026.-2030. godine postavlja jedinstven, provedbeno usmjeren okvir za održivo upravljanje turizmom na području destinacije, uključujući Općinu Tuhelj, Grad Klanjec i Općinu Veliko Trgovišće. Dokument objedinjuje izračun prihvatnog kapaciteta i procjenu razine nosivosti na razini zone Tuhelj i zone Klanjec i Veliko Trgovišće te destinacije u cjelini, analizu stanja i resursne osnove, obvezne pokazatelje održivosti, razvojni smjer s mjerama i projektima te sustav praćenja i izvješćivanja, čime se osigurava da se razvoj turizma promatra kao cjelina.

Polazišna pozicija destinacije istodobno je snažna i razvojno specifična. Destinacija raspolaže jasno prepoznatljivom trostrukom identitetskom strukturom koja prirodno povezuje termalni *wellness* u Tuheljskim Toplicama, kulturno-umjetničku jezgru Klanjca i krajobraznu vrijednost prostora Cesarske gore, Cesargrada i doline Sutle, uz dodatne mogućnosti aktivnog boravka i sportskih sadržaja u Velikom Trgovišću. Na toj osnovi definirana je i vizija destinacije kao zelenog i kulturnog mozaika koji spaja *wellness*, umjetnost i prirodu, u skladu s ritmom zagorskog života.

Istodobno, analiza turističkog prometa potvrđuje da je potražnja visoka, ali izrazito prostorno koncentrirana. U 2024. godini ostvareno je 180.276 noćenja, pri čemu zona Tuhelj ostvaruje gotovo cjelokupan udio noćenja, dok zona Klanjec i Veliko Trgovišće bilježe manji, ali rastući promet. Ovaj obrazac jasno upućuje da je sljedeći razvojni iskorak manje vezan uz "više istog", a više uz vođeno širenje boravka na dodatne sadržaje, lokacije i termine kroz godinu.

Iz navedenih razloga Plan kao središnji operativni prioritet postavlja pretvaranje postojećih snaga u strukturirani boravišni doživljaj koji posjetitelju olakšava planiranje, potiče produljenje boravka i prirodno širi potrošnju izvan jedne dominantne točke. U praksi to znači razvoj integriranih itinerara i paketa za identificirane ključne ciljne skupine, uz jasnu logiku da termalna jezgra bude polazište, a kultura i priroda sadržaji koji boravku daju cjelovitost i dodanu vrijednost. Ovakav pristup ugrađen je u strateške ciljeve Plana upravljanja destinacijom, osobito u cilj jačanja integriranog doživljaja destinacije i cilj povećanja prepoznatljivosti i digitalne prisutnosti, uz istovremeno očuvanje i interpretaciju baštine.

Mjere i projekti definirani Planom usmjereni su na konkretne promjene koje su ostvarive kroz razdoblje provedbe: razvoj gotovih prijedloga boravka i minimalnih operativnih standarda na ulaznim točkama doživljaja, jačanje manifestacija kao alata za dolaske izvan vršnih dijelova turističke sezone, uređenje i upravljanje posjetiteljskim zonama u prirodno-povijesnom krajoliku, standardizirana interpretacija kulturnih sadržaja, nastavak uspostave mreže zelenih staza, nastavak razvoja centralizirane digitalne ulazne točke te program podizanja standarda i kompetencija u turističkim uslugama.

Dio Plana posvećen prihvatnom kapacitetu i nosivosti potvrđuje da se održivost u ovoj destinaciji analizira kao praktično pitanje usklađivanja dinamike potražnje s infrastrukturom, prostorom i svakodnevicom lokalne zajednice. Upravljanje nosivošću

ovdje ima dvostruku vrijednost: s jedne strane pomaže očuvati resurse i kvalitetu doživljaja, a s druge strane štiti kvalitetu života stanovnika, osobito u vršnim dijelovima sezone i na najopterećenijim točkama. Stoga Plan upravljanja destinacijom jasno postavlja nosivost kao kriterij za određivanje investicijskih prioriteta, usmjeravanje komunikacije i oblikovanje manifestacijskog kalendara.

Plan usmjerava razvoj prema modelu u kojem destinacija raste kroz veću vrijednost boravka, bolju organiziranost ponude i upravljanje opterećenjem, a ne isključivo kroz rast volumena. Uspješnost provedbe ovisit će o kontinuiranoj suradnji turističke zajednice, jedinica lokalne samouprave, javnih ustanova, privatnog sektora i lokalnih inicijativa, uz realno planiranje i redovito praćenje učinaka. U tom smislu, Plan upravljanja destinacijom potrebno je promatrati kao zajednički okvir koji daje smjer, definira prioritete i omogućuje da se napredak mjeri, a predviđene aktivnosti po potrebi prilagođavaju, s ciljem da destinacija Biser Zagorja do kraja razdoblja provedbe bude prepoznata kao destinacija cjelovitog boravka, stabilne kvalitete i očuvanih vrijednosti.

## Prilog 1. Zaštićena kulturna i prirodna baština

### Popis i vrsta trajno zaštićenih kulturnih dobara

U registru kulturnih dobara Republike Hrvatske evidentirano je 18 zapisa zaštićenih kulturnih dobara u destinaciji, od kojih je prema vrstama: 16 nepokretnih pojedinačnih, jedna kulturno-povijesna cjelina i jedno arheološko.

Tablica 41. Popis i vrsta trajno zaštićenih kulturnih dobara na području destinacije Biser Zagorja

R. br.	Reg. br.	Naziv trajno zaštićenog kulturnog dobra	Naselje	Vrsta
1	Z-4802	Brozova zgrada	Klanjec	Nepokretna pojedinačna
2	Z-7729	Galerija Antuna Augustinčića	Klanjec	Nepokretna pojedinačna
3	Z-4326	Kompleks franjevačkog samostana s crkvom Navještenja Blažene Djevice Marije	Klanjec	Nepokretna pojedinačna
4	Z-4905	Kulturno-povijesna cjelina Grada Klanjca	Klanjec	Kulturno-povijesna cjelina
5	Z-4596	Spomen-park znamenitih Klanjčana	Klanjec	Nepokretna pojedinačna
6	Z-3519	Utvrda Cesargrad	Klanjec	Arheologija
7	Z-2095	Kapela Sv. Florijana	Klanjec	Nepokretna pojedinačna
8	Z-4105	Kapela sv. Filipa i Jakova	Klanjec	Nepokretna pojedinačna
9	Z-4595	Kompleks dvorca "Novi Dvori Klanječki" - Klanjec	Klanjec	Nepokretna pojedinačna
10	Z-2225	Crkva Sv. Josipa - Tuhelj ()	Tuhelj	Nepokretna pojedinačna
11	Z-2226	Crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije i župni dvor	Tuhelj	Nepokretna pojedinačna
12	Z-5008	Dvorac Mihanović	Tuhelj	Nepokretna pojedinačna
13	Z-2236	Crkva Sv. Križa	Tuhelj	Nepokretna pojedinačna
14	Z-2221	Crkva Sv. Margarete	Tuhelj	Nepokretna pojedinačna
15	Z-3524	Crkva Majke Božje od Sedam žalosti i kurija župnog dvora	Veliko Trgovišće	Nepokretna pojedinačna
16	Z-2093	Crkva Blažene Djevice Marije	Veliko Trgovišće	Nepokretna pojedinačna
17	Z-2099	Crkva sv. Jurja	Veliko Trgovišće	Nepokretna pojedinačna
18	Z-2497	Crkva sv. Tri kralja i kurija župnog dvora	Veliko Trgovišće	Nepokretna pojedinačna

Izvor: Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske.

## Popis i vrsta zaštićenih prirodnih područja

U registru Bioportala Ministarstva zaštite okoliša i zelene tranzicije Republike Hrvatske na području destinacije evidentirano je jedno zaštićeno prirodno područje vrste značajni krajobraz.

*Tablica 42. Popis i vrsta zaštićenih prirodnih područja u destinaciji Biser Zagorja*

R. br.	Naziv zaštićenog područja	Naselje	Vrsta
1	Zelenjak – Risvička i Cesarska gora	Klanjec, Tuhelj	Značajni krajobraz

Izvor: Bioportal