

POTENCIJALI TUROPOLJA KAO TURISTIČKE DESTINACIJE

Kuzmec, Gordana

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Križevci college of agriculture / Visoko gospodarsko učilište u Križevcima**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:185:460860>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-23**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Križevci University of Applied Sciences](#)



REPUBLIKA HRVATSKA
VISOKO GOSPODARSKO UČILIŠTE U KRIŽEVCIMA

Gordana Kuzmec, bacc.ing.agr.

**POTENCIJALI TUROPOLJA KAO TURISTIČKE
DESTINACIJE**

Završni specijalistički diplomski stručni rad

Križevci, 2021.

REPUBLIKA HRVATSKA
VISOKO GOSPODARSKO UČILIŠTE U KRIŽEVCIMA

**Specijalistički diplomski struni studij *Menadžment u
poljoprivredi***

Gordana Kuzmec, bacc.ing.agr.

**POTENCIJALI TUROPOLJA KAO TURISTIČKE
DESTINACIJE**

Završni specijalistički diplomski stručni rad

Povjerenstvo za obranu i ocjenu specijalističkog diplomskog stručnog rada:

1. Dr.sc. Kristina Svržnjak, prof. v. š. Predsjednica Povjerenstva
2. Dr.sc. Sandra Kantar, prof. v. š. Mentorica i članica Povjerenstva
3. Dr.sc. Silvije Jerčinović, prof. v. š. Član Povjerenstva

SADRŽAJ

| | |
|--|-----------|
| 1. UVOD..... | 1 |
| 1.1. Predmet rada | 1 |
| 1.2. Cilj i svrha rada..... | 1 |
| 1.3. Hipoteza..... | 1 |
| 1.4. Sadržaj i struktura rada | 2 |
| 2. PREGLED LITERATURE..... | 3 |
| 2.1 Turopolje..... | 3 |
| 2.2. Turizam | 4 |
| 2.3. Ruralni turizam | 5 |
| 2.4. Destinacija..... | 5 |
| 2.5. Ruralna turistička destinacija..... | 11 |
| 2.6. Turistička zajednica | 11 |
| 2.7. Destinacijska menadžment organizacija | 12 |
| 2.8. Katastar turističkih atrakcija | 12 |
| 3. MATERIJALI I METODE | 13 |
| 4. REZULTATI SEKUNDARNIH IZVORA PODATAKA | 15 |
| 4.1. Turističke atrakcije destinacije Turopolje..... | 15 |
| 4.2. Smještajni i ugostiteljski objekti..... | 16 |
| 4.3. Aktivnosti u Turopolju | 18 |
| 4.4. Aktivnosti turista na istraživanju prirodnih bogatstava Turopolja..... | 18 |
| 4.5. Aktivnosti turista u obilasku izletišta Turopolja..... | 19 |
| 4.6. Sportske i rekreativne aktivnosti turista u Turopolju..... | 20 |
| 4.7. Dostupni turistički paketi destinacije Turopolje..... | 22 |
| 4.7.1. Izlet - Bogatstvo životopisne baštine Turopolja | 22 |
| 4.7.2. Izlet - Plemenita općina Turopoljska | 22 |
| 4.7.3. Izlet - Doživljaj turopoljskog sela..... | 23 |
| 4.7.4. Izlet - Doručak u Turopolju | 23 |

| | |
|--|----|
| 4.7.5. Izlet - Čarobne zaštitnice Turopolja | 24 |
| 4.7.6. Izlet - Andautonija - „Rimski Zagreb“ | 24 |
| 4.8. Dolasci i noćenja u Turopolju 2017. – 2019. godine..... | 25 |
| 4.9. KATASTAR TURISTIČKIH ATRAKCIJA | 27 |
| 4.9.1. – Katastar poznatih atrakcija destinacije Turopolje | 27 |
| 4.9.2.- Potencijalne atrakcije destinacije Turopolje..... | 32 |
| 5. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE - STRUKTURIRANI INTERVJU S DIONICIMA U TURIZMU | 37 |
| 5.1. Intervju s predstavnikom Odbora za turizam..... | 37 |
| 5.2. Intervju s predstavnicom Turističke zajednice grada Velike Gorice i predstavnicom Turističke zajednice Zagrebačke županije | 39 |
| 5.3. Primjer dobre prakse upravljanja destinacijom | 44 |
| LITERATURA | 47 |
| POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFIKONA | 51 |
| POPIS SLIKA..... | 51 |
| POPIS TABLICA | 51 |
| POPIS GRAFIKONA | 51 |
| PRILOG 1.: | 52 |
| PRILOG 2.: | 52 |
| PRILOG 3.: | 53 |
| SAŽETAK..... | 55 |
| SUMMARY | 56 |
| ŽIVOTOPIS..... | 57 |

1. UVOD

Hrvatska je prepoznatljiva kao turistička zemlja sa tisuću otoka, s naglaskom na masovni morski turizam. S druge strane pak, kontinentalni dio Hrvatske obiluje neizmjenom prirodnim ljepotama, bogatstvom kulturne baštine, običaja i tradicije, međutim još uvijek je nedovoljno razvijen i prepoznatljiv na turističkoj karti Hrvatske. Jedna od potencijalnih destinacija je upravo i Turopolje.

Turopolje se naziva dio Posavine južno od Zagreba, između desne obale Save na sjeveroistoku i Vukomeričkih gorica na jugozapadu koje obuhvaća oko 600 km² (LZMK, 2021).

1.1. Predmet rada

Predmet ovog rada je analiza destinacije Turopolje te opis postojećih atrakcija koje čine sastavni dio destinacije. Postojeće atrakcije analizirati će se sa aspekta sadašnjeg i budućeg potencijala koje ove atrakcije mogu imati za razvoj turizma i ruralnog turizma te za rast i razvoj destinacije Turopolje. Atrakcije destinacije Turopolje imaju veliki kulturno-povijesni značaj za razvoj turizma i ruralnog turizma, te je zbog bolje valorizacije i korištenja destinacije bolje upravljati destinacijom putem destinacijske menadžment organizacije. Ideja za pisanje ove teme nastala je na temelju autoričinog življenja u Turopolju i želje da se postojeće turističke atrakcije istraže na nov način kako bi se doprinijelo razvoju destinacije, destinacijske menadžment organizacije i turizma.

1.2. Cilj i svrha rada

Cilj ovog rada je utvrditi aktualna obilježja, ponudu i potencijale turističke destinacije Turopolje, kako bi se valorizirala njezina spremnost za turističku ponudu.

Svrha rada je detektirati aktivnosti i ulogu bitnih dionika u turizmu destinacije Turopolje usmjerenih na proširenje turističke ponude, promociju i razvoj potencijalnih atrakcija, kulturne baštine i prirodnih ljepota s ciljem postizanja turističke konkurentnosti.

1.3. Hipoteza

Na osnovu definiranog predmeta, cilja i svrhe rada, postavljena je hipoteza rada koja će se istraživanjem u radu potvrditi ili odbaciti: *Turopolje kao turistička destinacija temelji se na snažnom kulturno-povijesnom identitetu i jačanju komponenti destinacijskog upravljanja.*

1.4. Sadržaj i struktura rada

Završni rad se sastoji od šest poglavlja.

U uvodnom poglavlju predstavljen je predmet, cilj i svrha rada, hipoteza rada, te sadržaj i struktura rada.

U drugom poglavlju donosi se pregled literature, odnosno značenje pojmova koji su osnova ovog rada.

Materijali i metode korišteni u izradi ovog rada obrađuju se u trećem poglavlju.

U poglavlju Rezultati sekundarnih izvora podataka sastoji se od potpoglavlja o turističkim atrakcijama destinacije Turopolje, smještajnim i ugostiteljskim objektima, aktivnostima u Turopolju, aktivnostima turista na istraživanju prirodnih bogatstava Turopolja, aktivnostima turista u obilasku izletišta, sportskim i rekreativnim aktivnostima, dostupnim paketima, organiziranim izletima, te statističkim pokazateljima dolazaka i noćenja turista. Također se metodom Katastara turističkih atrakcija obrađuju tri poznate i tri potencijalne atrakcije.

U sljedećem poglavlju je obrađeno empirijsko istraživanje u obliku strukturiranih intervjua sa dionicima u turizmu, kao i primjer dobre prakse upravljanja destinacijom kroz prikaz destinacije Lika, ponajviše zbog načina na koji je privatni sektor uključen u turističku ponudu destinacije i zbog uvida u prednosti upravljanja destinacijom putem destinacijske menadžment organizacije.

U posljednjem poglavlju nalaze se zaključci rada dobiveni analizom i usporedbom svih rezultata istraživanja, kako empirijskih, tako i teorijskih uz preporuke autorice vezanih uz ključne elemente ovog rada temeljem kojih će se potvrditi ili odbaciti postavljena hipoteza rada.

Istraživanja za potrebe ovog rada se odvijaju u razdoblju pandemije zbog bolesti Covid-19, koja je promijenila načine života i rada svih, onemogućila putovanja, zatvorila ljude u njihove domove, što će se odraziti na promjenu zahtjeva i želja turista. Stoga će i turistički rezultati biti drugačiji u odnosu na pred-pandemijsko razdoblje, što će biti vidljivo i kroz ovaj rad.

2. PREGLED LITERATURE

U teorijskom dijelu rada važno je definirati ključne pojmove i koncepte koji će biti obrađeni u ovom poglavlju.

Turopolje će se analizirati kao turistička destinacija uključujući sve turističke atrakcije i potencijale u povijesnoj, kulturnoj i ekonomskoj perspektivi, koja se sastoji od turističke i ekonomske valorizacije prostora.

2.1 Turopolje

Na petnaestak kilometara udaljenosti od Zagreba nalazi se Turopolje, koje je jedno od naj slikovitijih hrvatskih regija (TZVG, 2021). Administrativno, Turopolje obuhvaća grad Veliku Goricu, općinu Orle, općinu Kravarsko i općinu Pokupsko koje se može vidjeti na slici 1.



Slika 1. Turopolje

Izvor: Turistička zajednica grada Velike Gorice: Turopoljska baština na dlanu, dostupno na: http://www.tzvg.hr/uploads/slike_clanaka/TZVG%20Bastina%20na%20dlanu%202016%20web.pdf

Turopolje je kulturno-povijesna mikroregija u Središnjoj Hrvatskoj. U Srednjem vijeku pa sve do 18. st. prostor južno od rijeke Save do Kupe i Vukomeričkih gorica naziva se

Zagrebačko polje (Campus Zagrabienensis). Jedna je od naj slikovitijih hrvatskih regija koja je u povijesti bila prekrivena gustim hrastovim šumama (www.tzvg.hr). Reljef Turopolja sastoji se od dva dijela – ravničarskog dijela bliže rijeci Savi na sjeveru i blago brežuljkastog dijela u Vukomeričkim goricama na jugu (Tadić, 2018). Vlažnih prostora ima osobito na jugoistoku u šumovitom prostoru Turopoljskog luga, zaštićenog kao značajni krajobraz. To je prostrana šuma koja je prostire sve od sela Kuće koje se nalaze s desne obale rijeke Odre pa sve do Peščenice i Lekenika (Božić, 2016.). Na tom je području početkom 13. stoljeća nastala Plemenita općina turopoljska koju su naseljavali slobodni plemići, koji su zbog vojne obaveze bili oslobođeni plaćanja poreza i svih dužnosti prema gradu Zagrebu. Uvijek kroz svoju povijest, a tako i danas, imali su vrlo važnu ulogu u društvu: inicirali su i financirali gradnju brojnih objekata poput crkve Navještenja Blažene Djevice Marije, starog grada Lukavca, gradske vijećnice, brojnih škola, knjižnica i kapela. Bili su nositelji turopoljskih običaja i njihove suvremene prezentacije. Iz obaveze Plemenite općine turopoljske da se plemići odazovu kraljevom pozivu u vojnu službu stvoren je Turopoljski banderij, počasni zbog turopoljskih plemenitaša, koji je ratovao kao samostalna postrojba pod svojom zastavom, a pod zapovjedništvom hrvatskog bana. Bogata povijest, srdačni domaćini i zanimljive priče privukle su u Turopolje brojne pisce, umjetnike i istraživače iz drugih krajeva Lijepe Naše. Svi su oni iza sebe ostavili veliki trag i brojna djela koja na jedinstven način govore o povijesti i ljepotama ovoga kraja. Neki od njih su Slavko Kolar, Miroslav Krleža, Antun Gustav Matoš, Marija Jurić Zagorka (Turopoljska baština na dlanu, 2016).

Općenito, kako bi neka destinacija, poput Turopolja, postala turistički prepoznata potrebno je aktivno sudjelovanje svih dionika, a ponajprije je važna promidžba i upravljanje destinacijom, odnosno uspostava destinacijske menadžment organizacije. Također, potrebno je istražiti potencijale destinacije Turopolje kako bi se njome čim bolje upravljalo. Veliki je broj turističkih destinacija koje pružaju slične sadržaje, pa je potrebno istaknuti one atrakcije koje će određenu destinaciju izdignuti svojom originalnošću i inovativnošću. U nastavku rada slijedi obrazloženje ostalih pojmova.

2.2. Turizam

S obzirom na to da je Turopolje turistička destinacija, važno je definirati značenje pojma turizam.

Turizam u Republici Hrvatskoj, kao iznimno razvijena grana gospodarstva, podrazumijeva skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetilaca nekog mjesta, ako se s takvim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije

povezana nikakva njihova privredna djelatnost (Ružić, 2008). Kako je predmet rada destinacija Turopolje koja ima obilježja ruralnog područja, važno je odrediti značenje pojma ruralni turizam.

2.3. Ruralni turizam

Prema Svržnjak i sur. (2014) pod pojmom ruralni turizam podrazumijevaju se različiti oblici turizma u ruralnom području kao što su: ekoturizam, seljački turizam, agroturizam, seoski turizam i slično. Općenito, ruralni turizam skupni je naziv za aktivnosti i oblike turizma koji se razvijaju u ruralnom prostoru, a određen je prirodnim i kulturnim resursima koji se tamo nalaze. Prema Dujmoviću (2014.): *„Turizam kao industrija ili kultura aktivnosti usko je poveza s prezentacijom nekog mjesta, kulture, baštine ili događaja i moglo bi se reći da se te prezentacije odvijaju na pozornicama koje su stvorene u interakciji između destinacije, tj. atrakcija i zaposlenog osoblja i turista.“*

Potruga za alternativnim turizmom temelji se na nekim etičkim postulatima: dosljednost s prirodnim vrijednostima okoliša; potpora i poštivanja zajednice domaćina; želja za pozitivne interakcije s lokalnim stanovnicima; težnja prema punim i iskrenim doživljajima, iskustvima (Šuran, 2016).

2.4. Destinacija

Destinacija je, prema Petrić (2011), višeznačan pojam. Ona može predstavljati lokalitet, mjesto, regiju, zemlju, skupinu zemalja, pa čak i kontinent kao odredište turističkog putovanja. S obzirom na promjenjivi prostorni obuhvat, možemo reći da je destinacija fleksibilan, dinamičan prostor čije granice određuje turistička potražnja, tj. sami turisti, neovisno o administrativnim granicama.

U izvornom značenju destinacija je sinonim za odredište, cilj, ali i za sudbinu. Pojam destinacija je u turizam uveden razvojem zračnog prometa i navedeni termin je počeo označavati turističko mjesto, regiju, državu, čak cijeli kontinent. Turistička destinacija je, dakle, prostor koji svojom ponudom mora moći zadovoljiti zahtjeve turista (posjetitelja), a ponuda treba biti izrazito heterogena kako bi mogla udovoljiti različitim, heterogenim zahtjevima turista koji su različite dobi, nacionalnosti, socijalnog i profesionalnog statusa (Alkier Radnić, 2003).

Kako se turističke aktivnosti šire i postaju raznovrsnije, sve je važnije razumjeti njihov utjecaj na mjesta koja ljudi posjećuju radi odmora. Osim što pokušava privući posjetitelje i investitore u određeno područje, menadžment određene destinacije mora zadovoljiti i lokalne mještane te raditi na poboljšanju i ekološkoj zaštiti lokalnog područja. Da bi

primjerice, neko mjesto postalo popularna turistička destinacija, osim što mora posjedovati prirodne atrakcije, kao što su npr. egzotični pejzaž, klima, plaže i srdačno okruženje, potrebno je, prema Alkier Radnić, (2003) donijeti i odluke o razvoju infrastrukture i turističkih objekata, isposlovati investicije, popuniti i obučiti turističko osoblje te odabrati način promoviranja turističkih atrakcija mjesta na način da njegove specifične karakteristike dođu najbolje do izražaja potencijalnim posjetiteljima koje mjesni turistički menadžment želi privući.

Prema Šerić i sur. (2020.), razvoj turističkog gospodarstva ima značajan utjecaj na ekonomske i na neekonomske aspekte razvoja. Ekonomske funkcije turizma se očituju direktnim utjecajem na BDP, razvoj nedovoljno razvijenih područja, platnu bilancu i zapošljavanje, te indirektnim utjecajem na razvoj industrije, građevinarstva i poljoprivrede koji svoje proizvode plasiraju na receptivnom turističkom tržištu.

Prema Gavranoviću (2015), da bi se neko turističko odredište učinkovito moglo natjecati s drugima, treba po nečemu biti prepoznatljivo – po vrijednostima, ljudima, proizvodima, prirodnim potencijalima, ambicijama, kulturi ili pak po kombinaciji svega toga.

Turistička destinacija jedna je od temeljnih nositelja turističke ponude nekog područja koja se karakterizira raznolikošću sadržaja i specifičnim obilježjima. Turističke destinacija promatra se kao amalgam, tj. kombinacija prirodnih i umjetnih atrakcija, pruženih usluga smještaja, hrane i pića kao osnovne djelatnosti turizma te ostalih usluga koje se nude turistima u destinaciji, a nisu isključivo turističke djelatnosti. Gostoljubivost zaposlenih u turizmu kao i lokalnog stanovništva zajedno s pristupom destinaciji, odnosno prometnom povezanošću destinacije s emitivnim tržištima te lokalni prijevoz također utječu na brendiranje i atraktivnost destinacije. Tome treba pridodati destinaciju kao kulturološku potvrdu vrijednosti, neodvojivost procesa proizvodnje usluge, potrošnje odnosno konzumacije turističke usluge od strane turista, te višestruku upotrebu destinacije kako od turista i posjetitelja tako i od lokalnog stanovništva (Bolfek, Jakičić, Lončarić, 2012).

Turistička destinacija danas je odgovor na sve promjene u životu i stavovima pojedinaca vezano za korištenje slobodnog vremena, uživanje i odmor, ona čini prostornu cjelinu turističke ponude, ona treba raspolagati dostatnim elementima ponude, treba biti orijentirana turistima i tržištu, neovisna je o administrativnim granicama, te se njome upravlja. Iz navedenih obilježja proizlazi činjenica da destinacija ima i proizvodnu funkciju ponude odmora, koja kombinacijom elemenata ponude „proizvodi“ destinacijski proizvod. Kao takva destinacija je konkurentna jedinica u receptivnom turizmu odnosno turistička destinacija je proizvod, dok izraz odredište predstavlja cilj.

Turističke destinacije su dinamične s promjenjivom ponudom i ovise o tržištu koje se razvija u kvantitativnom i kvalitativnom smislu, a njegovim oscilacijama pridonose tipovi turista s jasnim preferencijama, motivima i željama.

Prema Buhalisu (2000) destinaciju treba analizirati sa više aspekata kako bi se mogao formirati destinacijski proizvod koji će biti konkurentan na turističkom tržištu i koji će moći ispuniti turistički cilj, a to je zadovoljstvo turista. Analiza turističke destinacije treba obuhvaćati slijedeće elemente:

- atrakcije destinacije koje trebaju obuhvaćati prirodne, umjetne, izgrađene, svrhovito izgrađene atrakcije, baštinu i posebna događanja,
- pristupačnost destinacije, dakle analiza cjelokupnog infrastrukturnog sustava koji se sastoji od staza, terminala i vozila,
- sadržaje destinacije koji trebaju obuhvaćati smještajne sadržaje i ugostiteljske objekte, maloprodajne objekte i ostale turističke usluge,
- dostupne pakete destinacije koji podrazumijevaju turističke pakete od posrednika i grosista,
- aktivnosti u destinaciji koje trebaju obuhvatiti sve aktivnosti koje su dostupne u destinaciji i koje turisti poduzimaju tijekom boravka,
- pomoćne usluge u destinaciji koje obuhvaćaju usluge koje turisti koriste kao što su banke, telekomunikacija, pošte, kiosci, bolnice itd.

Turisti su vođeni različitim motivima prilikom donošenja odluke o dolasku u destinaciju i, u većini slučajeva, tipologija destinacije koja je bazirana na atrakcijama destinacije, predstavlja glavni motiv putovanja. Sa aspekta atrakcije destinacije se mogu klasificirati na slijedeće:

- destinacije u kojima dominiraju prirodne atrakcije (planinske destinacije, jezerske destinacije, morske destinacije itd.),
- destinacije u kojima dominiraju atrakcije koje je stvorio čovjek (kulturne destinacije, destinacije tematskih parkova ili zabavnih parkova itd.) (Magaš, Vodeb, Zadel, 2018).

Ukoliko se kao kriterij uzme privlačna snaga destinacije, tada se destinacije mogu podijeliti na:

- primarne destinacije - primarnim destinacijama se smatraju destinacije koje raspoložu sa atrakcijama koje imaju privlačnu snagu koja je prepoznata na međunarodnoj razini i primarne destinacije su glavni cilj putovanja turista u kojima se zadržavaju duže vrijeme,

- sekundarne destinacije - su takve destinacije koje raspolažu atrakcijama manje privlačne snage. Sekundarne destinacije nisu glavni cilj putovanja nego njih turisti posjećuju na svom putu prema primarnim destinacijama. Takve destinacije su uglavnom izletničke destinacije, u njima se turisti kraće zadržavaju jer ne raspolažu atrakcijama koje bi turiste zadržali dulje vrijeme (Magaš, Vodeb, Zadel, 2018).

Današnji turisti na svojim putovanjima obično posjećuju više destinacija, kombiniraju uglavnom jednu primarnu i više sekundarnih destinacija, a primarne destinacije, ovisno o njihovoj primarnoj privlačnosti, se mogu podijeliti kao što je prikazano u tablici 1.

Tablica 1.: Tipovi turističkih destinacija - podjela prema privlačnosti primarne destinacije i aktivnosti u destinaciji

| Tip turističke destinacije | Kupci | Aktivnosti |
|---------------------------------------|-------------------|---|
| Urbana | Posao Dokolica | Sastanci - konferencije - izložbe Obrazovanje - religija - zdravlje Razgledavanje - kupovina - zabava - kratak predah |
| Morska | Posao Dokolica | Sastanci - konferencija - izložbe More - sunce - pijesak - sport |
| Alpska | Posao Dokolica | Sastanci - konferencije - izložbe Skijanje - planinski sportovi - zdravlje |
| Ruralna | Posao Dokolica | Sastanci - konferencije - izložbe Opuštanje - poljoprivreda - učenje - sportovi |
| Autentični Treći svijet | Posao Dokolica | Istraživanje poslovnih mogućnosti - sastanci Avantura - autentičnost - dobročinstvo - posebni interesi |
| Jedinstvena - egzotična - ekskluzivna | Posao Dokolica | Sastanci - povlačenje u osamu Posebne prigode - bračno putovanje - obljetnice |

Izvor: I. Magaš, D., Vodeb, K., Zadel, Z.: *Menadžment turističke organizacije i destinacije*, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2018., str. 14.

Nadalje, destinacije se mogu klasificirati prema još nekoliko kriterija. Vukonić (Magaš, Vodeb, Zadel, 2018) razlikuje homogene i heterogene destinacije, gdje homogenim destinacijama smatra destinacije sa jednim resursom, a heterogenim destinacijama destinacije sa mnoštvom resursa. Lumsdon (Magaš, Vodeb, Zadel, 2018) razlikuje „stopover“ ili međudestinacije, destinacije kratkog zadržavanja i dnevno posjećene destinacije. Pod „stopover“ ili međudestinacijama smatra destinacije koje su smještene na

polovici putovanja prema glavnoj destinaciji. Pod destinacijama kratkog zadržavanja smatra destinacije koje imaju nacionalnu ili međunarodnu privlačnost, a dnevno posjećenim destinacijama smatra destinacije koje su prepoznate na regionalnoj razini i u kojima se turisti zadržavaju najviše jedan dan. Prema Svjetskoj turističkoj organizaciji (UNWTO) (Magaš, Vodeb, Zadel, 2018) destinacije su podijeljene u tri grupe, a to su udaljena destinacija, odnosno najudaljenije mjesto u odnosu na domicil, glavna destinacija, odnosno mjesto gdje je provedeno najviše vremena i motivirajuća destinacija, odnosno mjesto koje posjetitelj smatra primarnim ciljem posjeta.

Na ovom mjestu važno je istaknuti da pažljivo upravljanje destinacijom i njezin razvoj mijenja i tipologiju destinacije. Osim toga, pažljivo upravljanje i razvoj destinacije rezultira njenom većom atraktivnosti i kvaliteti, a time i boljom cijenom, povećanom broju posjetitelja itd. Destinacija, kao i svaki drugi proizvod, ima svoj životni ciklus i prilikom upravljanja destinacijom mora se uzeti u obzir faza razvoja i obrasci faza životnog ciklusa, te na temelju toga treba strateški upravljati razvojem turizma u destinaciji (Magaš, Vodeb, Zadel, 2018). U tablici 2. je prikazan životni ciklus destinacije i utjecaji koje turizam ima na destinaciju u pojedinoj fazi životnog ciklusa destinacije.

Tablica 2.: Životni ciklus destinacije i utjecaji turizma na destinaciju u pojedinoj fazi životnog ciklusa

| Analiza utjecaja | Uvođenje | Rast | Zrelost | Saturacija | Opadanje |
|-----------------------------------|-----------------------------|---|--|--|--|
| SITUACIJA | nova, popularna destinacija | sve više ljudi zainteresirano za investiranje u turističku infrastrukturu | maksimalan broj posjetitelja, povećavanje infrastrukture | prekoračen max broj posjetitelja, premještanje izvorne potražnje | smanjenje potražnje, posebna tur. ponuda za povećanje broja posjetitelja |
| KARAKTERISTIKE DESTINACIJE | | | | | |
| Broj turista | Nekoliko | Mnogi | Previše | Mnogi | Mnogi |
| Brzina rasta | Spori | Brzi | Brzi | Spori | Opadanje |
| Smještajni kap. | Vrlo nizak | Nizak | Visok | Vrlo visok | Vrlo visok |
| Popunjenost | Niska | Vrlo visoka | Vrlo visoka | Visoka | Niska |
| Cijene | Visoke | Vrlo visoke | Visoke | Niske | Vrlo niske |
| Izdaci po Turistu | Visoki | Vrlo visoki | Vrlo visoki | Niski | Vrlo niski |
| Tip posjetitelja | Skitnice | Inovatori | Inovatori | Sljedbenici | Jeftini-masovno tržište |
| Imidž i atrakcije | Nizak | Vrlo visok | Visok | Nizak | Vrlo nisko |
| Percepcija turista | Gosti | Gosti | Kupci | Kupci | Stranci |
| MARKETING | | | | | |
| Cilj marketi. | Podići svijest | Obavijestiti | Uvjeriti | Uvjeriti | Vjernost/nova tržišta |
| Strateško | Ekspanzija | Prodiranje | Obrana | Obrana | Ponovno |

| | | | | | |
|-------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|---------------------------|-----------------------------|-----------------------------------|
| usmjerenje | | | | | uvođenje |
| Marketing izdaci | Rastući | Visoki | Visoki | Opadajući | Konsolidirani |
| Proizvod | Osnovni | Poboljšan | Dobar | Pogoršan | Raspad |
| Promocija | Uvod | Oglašavanje | Travel Trade | Travel Trade | Travel Trade |
| Cijena | Visoka | Visoka | Niža | Niska | Ispod graničnog troška |
| Distribucija | Samostalna | Samostalna | Travel Trade | Travel Trade | Travel Trade |
| EKONOMSKI UTJECAJ | | | | | |
| Zapošljavanje | Nisko | Visoko | Vrlo visoko | Visoko | Nisko |
| Međunarodna razmjena | Niska | Vrlo visoka | Vrlo visoka | Visoka | Niska |
| Isplativost privatnom sektoru | Negativna | Rastuća | Vrlo visoka | Visoka | U opadanju |
| Prihodi po stanovniku | Niski | Vrlo visoki | Vrlo visoki | Niski | Vrlo niski |
| Investicije | Niske | Vrlo visoke | Vrlo visoke | Niske | Vrlo niske |
| Državni prihodi i porezi | Niski | Vrlo visoki | Vrlo visoki | Niski | Vrlo niski |
| Ekonomska struktura | Uravnotežena | Orijentirana turizmu | Dominacija turizma | Ovisna o turizmu | Neuravnotežena i neisplativa |
| Ovisnost o posrednicima | Neznatna | Niska | Visoka | Pretežna | Pretežna |
| Uvoz | Nizak | Vrlo visok | Vrlo visok | Vrlo visok | Visok |
| Inflacija | Niska | Vrlo visoka | Vrlo visoka | Visoka | Niska |
| SOCIJALNI UČINCI | | | | | |
| Vrste turista | Alocentrični ¹ | Alocentrični | Midcentrični ² | Psihocentrični ³ | Psihocentrični |
| Odnosi mještana i turista | Euforija | Apatija | Nadražujući | Antagonizam | Konačni |
| Demografija u okolini | Imigracija i starije stanovništvo | Mladi rade u turizmu, uravnoteženija | Uravnotežena | Uravnotežena | Imigracija i starije stanovništvo |
| Migracije u odredište | Niska | Visoka | Vrlo visoka | Visoka | Niska |
| Stopa zločina u odredištu | Niska | Visoka | Visoka | Vrlo visoka | Vrlo visoka |
| Struktura obitelji | Tradicionalna | Ostvarena | Moderna | Moderna | Moderna |
| UTJECAJ NA OKOLIŠ | | | | | |
| Okolina i krajobraz | Nepokvarena | Poboljšan | Bez poštovanja | Zagađen | Oštećen |
| Zaštita i baština | Nepokvarena | Poboljšana | Bez poštovanja | Raspad | Oštećen |
| Ekološka uzurpiranost | Nepokvarena | Poboljšana | Bez poštovanja | Raspad | Oštećen |
| Onečišćenje | Neznatno | Nisko | Visoka | Vrlo visoko | Vrlo visoko |
| Zagušenja i promet | Niska | Nisko | Vrlo visoka | Vrlo visoko | Nisko |
| Erozija | Niska | Visoka | Vrlo visoka | Vrlo visoko | Vrlo visoka |

Izvor: 1. Magaš, D., Vodeb, K., Zadel, Z.: Menadžment turističke organizacije i destinacije, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2018., str. 19-21.

¹ Tip turista koji traži neotkrivene ili egzotične destinacije, avanturističkog je duha, voli individualna putovanja, ne planira mnogo unaprijed

² Posjeduje osobine psihocentričnog turista i alocentričnog turista

³ Tip turista koji ne voli avanturu, ali i organizirana putovanja sa definiranim hotelskim smještajem

Ono što najviše utječe na oblikovanje jedne destinacije su, kao i kod svakog proizvoda, zahtjevi turista i zadovoljavanje potreba turista. Tehnologija omogućuje brži razvoj destinacije, omogućava bržu komunikaciju, brže zadovoljavanje potražnje. Ona će sigurno i u budućnosti utjecati na oblikovanje razvoja destinacije, a stalno osluškivanje potreba turista i prilagođavanja istima, utjecat će na brži razvoj, povećanje konkurentnosti i atraktivnosti destinacije.

2.5. Ruralna turistička destinacija

Ruralna turistička destinacija prema Tubiću (2019.) predstavlja splet međusobno povezanih elemenata koju čine atrakcije, infrastruktura (smještajni kapaciteti), dostupnost ili prometna povezanost, komunikacijske aktivnosti, odnosno promocija i informacijska tehnologija; uz strogi naglasak da ona predstavlja jedinstvenu cjelinu tek onda ako su njezini upravljački elementi u uzajamnoj sinergiji. Suvremeni turistički razvoj teži ka uključivanju, savjetovanju i obavješćivanju lokalnog stanovništva o svim novim turističkim projektima i atrakcijama. Najčešće se navedene radnje realiziraju putem različitih udruga građana (Lisjak, 2015.).

Promatrana destinacija se sastoji od različitih podsustava kao što je turistička zajednica, kulturno-umjetničke udruge i Udruženje obrtnika-Ugostitelj. Međutim, iako u sustavu turističke ponude sudjeluju i drugi članovi koji se bave pružanjem usluga prijevoza i organizatora putovanja i drugih aktivnosti, ne postoje udruge pružatelja tih usluga, a upravo su udruge građana značajan čimbenik koje u suradnji sa turističkom zajednicom destinacije pridonosi strateškom upravljanju i turističkom djelovanju destinacije.

2.6. Turistička zajednica

Republika Hrvatska, za potrebe razvoja turizma, ima uspostavljenu turističku društvenu organizaciju koja se mijenjala kroz povijest od turističkih društava, turističkih saveza, pa do sustava turističkih zajednica. Turističke zajednice osnivaju se radi promicanja i unapređenja turizma Republike Hrvatske i gospodarskih interesa pravnih i fizičkih osoba koje pružaju ugostiteljske i druge turističke usluge ili obavljaju drugu djelatnost neposredno povezanu s turizmom na način da upravljaju destinacijom na razini za koju su osnovane. Sustav turističkih zajednica čine: turističke zajednice mjesta, turističke zajednice općina, turističke zajednice gradova, turističke zajednice područja, turističke zajednice županije, Turistička zajednica Grada Zagreba i Hrvatska turistička zajednica (Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, NN 152/08). Na području Turopolja, kao vodeća organizacija odgovorna za turistički razvoj djeluje

Turistička zajednica grada Velika Gorica (u daljnjem tekstu TZVG), koju je 1997. godine osnovalo gradsko Poglavarstvo. Djelokrug rada TZVG obuhvaća promoviranje Velike Gorice i Turopolja kao turističke destinacije. Smještena je na Trgu kralja Tomislava 2 u Velikoj Gorici. Ima četiri zaposlenice, te u svom radu upravlja Centrom za posjetitelje Velike gorice koji su izgradili u partnerstvu sa gradom Velika Gorica.

2.7. Destinacijska menadžment organizacija

Destinacijska menadžment organizacija (DMO) se može definirati kao tijelo koje je zaduženo za suvremeni proces upravljanja u turističkoj destinaciji. Tradicionalni proces upravljanja se sastoji od javnog i privatnog sektora, dok se suvremeni proces sastoji od koalicije i partnerstva mnogih organizacija i interesnih skupina, javnih, privatnih i neprofitnih (Petrić, 2011). Zbog složenosti turističkih proizvoda sve je zadaće destinacijskog menadžmenta potrebno pažljivo planirati, organizirati, voditi i kontrolirati, uz vrlo visoku razinu brige o ljudskim resursima.

Uz aktivnosti destinacijskih menadžment organizacija u koordinaciji i vođenju različitih subjekata turističkog sustava, uspješni destinacijski menadžment obuhvaća i aktivnosti destinacijskih menadžment kompanija (u daljnjem tekstu DMK) i to u razvoju složenih turističkih proizvoda koji u sebi sadrže dodatne razloge za dolazak turista, osobito u razdobljima niske potražnje. Destinacijske menadžment kompanije jedan su od ključnih aktera u diversifikaciji i podizanju ukupne vrijednosti destinacijske ponude (www.htz.hr).

2.8. Katastar turističkih atrakcija

Kako bi se omogućila preglednost turističkih atrakcija i proizvoda neke destinacije, od velike važnosti je katastar turističkih atrakcija. Katastar je prema Kušenu (2002) novi sustav turističkih atrakcija zasnovan na složenim odnosima između turističkih resursa i turističkih motiva i aktivnosti, potencijalnih i stvarnih turističkih atrakcija, turističkih iskustava i turističkih proizvoda. To je trodimenzionalni model s klasifikacijom i tipologijom turističkih atrakcija, zajedno s procjenom njihovog marketinškog i razvojnog potencijala. Sustav se temelji na konvergentnim svojstvima turizma, odnosno na procesu konverzije turističkih resursa (koji posjeduju sjeme atraktivnosti) u (destinacijski) turistički proizvod.

Turopolje kao kulturno-povijesna regija zbog svojeg značaja treba se promatrati kao destinacija, a čemu u prilog idu i svi elementi koji definiraju neku destinaciju, kao što je na primjeru Turopolja to kombinacija povijesnih, kulturnih, tradicionalnih, te modernih obilježja koja zajedno čine turističku ponudu.

3. MATERIJALI I METODE

U radu su zastupljene teorijske i empirijske metode rada. U teorijske metode rada ubrajaju se pregled relevantne literature, definiranje pojmova i navođenje klasifikacija, te znanstvene metode rada kao što su indukcija, dedukcija, deskripcija i kompilacija.

Podaci korišteni za izradu rada potječu iz sekundarnih izvora domaćih autora knjiga, članaka iz stručnih časopisa i ostalih publikacija objavljenih u fizičkom ili elektroničkom obliku.

Osim sekundarnih izvora, u radu su korišteni i primarni izvori podataka dobiveni provedbom strukturiranih intervjua s dionicima u turizmu Turopolja.

Kako bi se stekao kompletan dojam o destinaciji Turopolje, metodom Katastra turističkih atrakcija obrađene su tri već prepoznate i najposjećenije atrakcije ove destinacije, kao i tri potencijalne, za koje autorica smatra da posjeduju najveći potencijal za proširenje turističke ponude destinacije Turopolje.

Prilikom izrade rada korištene su znanstvene metode indukcije i dedukcije, deskripcije i kompilacije. Temeljem analize pojedinačnih činjenica, induktivnom metodom, došlo se do zaključka o općem sudu, odnosno deduktivnom metodom su se iz općih sudova izveli opći i pojedinačni zaključci, što je bilo posebno korisno u kreiranju zaključka. Metoda deskripcije je korištena u radu za opisivanje činjenica, procesa i predmeta. Kod preuzimanja tuđih opažanja, stavova, zaključaka i spoznaja korištena je metoda kompilacije.

Međutim, okosnicu rada čini empirijska metoda rada, odnosno iskazi ispitanika u intervjuu koji su interpretirani i analizirani u kontekstu relevantnih i aktualnih teorijskih spoznaja o istraživanoj temi.

Jedan od načina na koji se razgovorom dolazi do informacija je intervju. Svrha intervjua uvijek je "prikupljanje korisnih informacija koje će unaprijediti znanje". Istraživački intervju je izvanredna i umjetno stvorena situacija koju inicira intervjuer s ciljem prikupljanja informacija važnih za neki istraživački problem vodeći pritom računa o znanstvenim zadaćama opisivanja, predviđanja i objašnjavanja (Žentil Barić, 2016).

S obzirom na epidemiološke mjere, intervjui su provedeni elektroničkim putem s predstavnikom Odbora za turizam Hrvatskoga sabora, predstavnicom Turističke zajednice grada Velike Gorice i predstavnicom Turističke zajednice Zagrebačke županije. Ispitanici su odabrani prema kriteriju uključenosti u turizam s nacionalne, regionalne i lokalne razine. Rezultati intervjua upotrijebljeni su kako bi se destinacija Turopolje teorijski

elaborirala kao destinacija koja uz već prepoznate atrakcije, obiluje i turističkim potencijalima koji će uz uspostavljanje kvalitetne menadžment organizacije ovu destinaciju pretvoriti u rado posjećenu, na dobrobit svih dionika.

4. REZULTATI SEKUNDARNIH IZVORA PODATAKA

U ovom poglavlju će se obraditi destinacija Turopolje na osnovu trenutno postojećih turističkih atrakcija, katastra turističkih atrakcija ove destinacije, te kroz analizu iskaza ispitanika dobivenih provedbom strukturiranih intervjua.

4.1. Turističke atrakcije destinacije Turopolje

Prema podacima TZVG, Turopolje je destinacija koja obiluje prirodnim, kulturnim, tradicijskim, povijesnim i drugim atrakcijama. Atrakcije Turopolja koje se mogu istaknuti su:

1. znamenitosti:

- Muzej Turopolja,
- Arheološki park Andautonija,
- Stari grad Lukavec,
- Vrata od Krča,
- drveno graditeljstvo: drvene kurije – Župna crkva sv. Tri kralja u Donjoj Lomnici, Kurija Robić u Beševcu, Kurija Zlatarić u bukevju, Kurija Alapić u Vukovini, Kurija Modić Bedeković u Donjoj Lomnici, Župni dvor u Starom Čiču,
- sakralni objekti: Drvena kapela sv. Barbare u Velikoj Mlaci, Kapela ranjenog Isusa u Pleškom polju, Kapela sv. Ivana Krstitelja u Buševcu, Kapela presvetog Trojstva u Pokupskom Gladovcu, Kapela sv. Jurja u Lijevim Štefankima, Kapela sv. Roka u Cvetković Brdu, Kapela sv. Petra i Pavla u Pokupskom Cerju, Kapela sv. Trojstva u Lučelnici,
- ostale znamenitosti: Dvorac Lukavec, Dvorac Plavšić-Kušević, Turopoljska vijećnica, Andautonija, Drveni most na Odri, rijeka Odra, Rimsko Gradišće, Ad Fines, Turopoljski lug, Turopoljska svinja, čardak obitelji Debić, Kupa, Rezervat sive čaplje Kravaršćica

2. kulturne ustanove:

- Muzej Turopolja,
- Pučko otvoreno učilište,
- Galerija Galežnica,
- Scena Gorica,
- knjižnice,
- javni spomenici,

- spomenik poginulim braniteljima u Domovinskom ratu „Golubica“,
- skulptura „Legenda“,
- skulptura „Razlistalo drvo“ Dore Kovačević,
- brončani kip „Bombaša“,
- spomen obilježje Vladimiru Nazoru,
- kiparska priča „Ivana Brlić Mažuranić, Gita i Hlapić“,
- kip „Dječak s guskom“,
- skulptura „Ptica na zemlji“,
- skulptura „Fontana“,

3. događanja - manifestacije - na području Turopolja se tijekom cijele kalendarske godine organiziraju i odvijaju različita događanja, od kojih se mogu istaknuti slijedeća:

- Turopoljski fašnik,
- Turopoljsko Jurjevo,
- Festival ruža,
- Perunfest,
- VG Fest,
- Gastro Turopolja,
- Prosinac u Gorici,
- Međunarodna smotra folkloru,
- Turopoljski Chill&Grill,
- Gastro-etno biciklijada

4.2. Smještajni i ugostiteljski objekti

Sjedište Turopolja, a ujedno i najveće gospodarsko, kulturno i prometno središte Zagrebačke županije je Velika Gorica. Velika Gorica je moderan grad uređenih parkova, trgova i igrališta, grad prijatelj djece, mladosti i sporta.

Prema podacima TZVG (2021), turisti u Turopolju mogu potražiti smještaj u nekom od hotela: Hotel Garden Hill, Hotel Royal Airport, Hotel Time, Hotel Pleso, Hotel Dream VG, Hotel Phoenix, u hostelu: Hostel Choice, prenoćištima: Sobe bijela ruža, Prenocište Pleška, Prenocište Stari jasen, sobama u domaćinstvima: Chop old house rooms & apartment, Elvis rooms airport, Marko airport rooms, KE-TO Zagreb Airport Rooms, Filipovic rent a car & apartments, Sobe Residence Garden, Sobe Tina, Rooms Kaktus, London Rooms Zagreb Airport, Sobe Airport Zagreb, TARA GARDEN – rooms and apartments, Sobe Cool Rooms, Sobe Aerodrom, Sobe Divna, Sobe Garden rooms Pleso, Sobe Ivac, Sobe Stanić, Sobe Tiban, apartmanima: Modern & luxury apartment, Apartman

Sokol, Apartman Nadalina, Apartman Anna, Studio apartman Romeo, Apartman Maja, Apartman T&M, TARA GARDEN rooms and apartments, Albert, Maja's lovely place, Apartman Kristian, Apartman MMVG, Paula & Matej Airport Zagreb, Valentina, Big Hill, Airport M.A.M., Apartmani Fly Inn, Apartman Lucia, Apartmani Pavić, Apartmani Lu&In, Apartman Dawn, Apartman Porin, Mia Airport Studio apartman, Apartman Luna, Vila Maria, Apartman TIAC, Airport Apartment Zagreb, Apartmani Lu&La ili kućama za odmor: Kuća za odmor Kostanjevec, Kuća za odmor Villavera, Wellness House Gudci, Villa Rosa, Kuća za odmor Julia, Kuća za odmor Katulić, Kuća za odmor Baotić, Klet Šaban, Pilot's Manor, Kuća za odmor Off the Grid, Kuća za odmor „Podgaj“, Vila Maria, Kuća za odmor Trumbetaš, Kuća za odmor Klara – Imanje Trumbetaš, Imanje Sremić.

Prema podacima Ministarstva turizma Republike Hrvatske kategorizirani turistički objekti na dan 01. 02. 2021. su kategorizirani turistički objekti, odnosno hoteli sa 3 i 4 zvjezdice. Broj smještajnih jedinica i kategoriziranih turističkih objekata prikazan je u tablici 3.

Tablica 3.: Kategorizirani turistički objekti u Turopolju (Zagrebačka županija, stanje 01. 02. 2021. godine)

| | KATEGORIJA | BROJ SMJEŠTAJNIH JEDINICA (soba) |
|----------------|----------------------------|---|
| HOTEL | 3* | 174 |
| | 4* | 241 |
| Ukupno | | 415 |
| | | BROJ SMJEŠTAJNIH JEDINICA |
| KAMP 4* | Kamp parcele | 49 |
| | Smješt. jed. u građevinama | 4 |
| | Smještajni kapacitet | 155 |

Izvor: izrada autorice prema podacima Ministarstva turizma: Popis kategoriziranih turističkih objekata u Republici Hrvatskoj (1.2.2021.), dostupno na: <https://mint.gov.hr/pristup-informacijama/kategorizacija-11512/arhiva-11516/11516>

Prema riječima predstavnice Turističke zajednice Grada Velike Gorice (intervju): „Velika Gorica je u proteklih 10 godina značajno povećala cjelokupnu turističku ponudu. Smještajni objekti su povećali kapacitet šest puta, ali su i značajno podigli razinu kvalitete smještaja. Velika Gorica ima 40% kreveta u kategoriji hoteli, što je značajno iznad nacionalnog udjela.“

U Turopolju turisti mogu uživati u vrhunskoj gastronomskoj ponudi. Stara, autohtona jela se mogu konzumirati u pivnicama, a delicije suvremene kuhinje u restoranima. Vrijedni proizvođači su iz svojih voćnjaka i vinograda pripremili za posjetitelje vrhunske rakije,

likere i kvalitetna vina. Neki od ugostiteljskih objekata na području Turopolja u kojima turisti mogu kušati turopoljske specijalitete su:

- restorani i bistroi: Fork restoran & Bar, Bistro chop Old House – Kitchen, Wine & Beer, Bistro Babriga, Bistro Crni grozd, Restoran Gorička Klet, Restoran Grof, Restoran Izletišta Ključić Brdo, Izletišta Odranski ribič, Bistro Jadran, Restoran London, Restoran Mon Ami, Restoran pastuh, Phoenix Gorica, Restoran Regata, Restoran Za vašu dušu,
- pivnice i konobe: Konoba Bukara, Pivnica Turopolje,
- pizzerie: Pizzeria Gavran, Pizzeria Gracija, Pizzeria Kaktus, Pizzeria Memy, Pizzeria Monument, Pizzeria Ziher,
- slastičarne: Memy, Mozart,
- razni proizvođači: Brigljević – rakije i liker, Haluga obiteljsko gospodarstvo, Udruga vinogradara i vinara Grozd, Pčelarska udruga „Turopolje“, Radovan Petrović – pčelarstvo (TZVG, 2021).

4.3. Aktivnosti u Turopolju

Aktivnosti u Turopolju koje su dostupne turistima i koje turisti poduzimaju tijekom svog boravka su istraživanje prirodnih bogatstava Turopolja, obilazak izletišta i bavljenje sportom i rekreacijom.

4.4. Aktivnosti turista na istraživanju prirodnih bogatstava Turopolja

Turisti u Turopolju mogu istražiti brojna prirodna bogatstva. Nizinsko područje Turopolja bilo je močvarno, obraslo gustim šumama u kojima je živjelo pragovedo Tur po kojemu je Turopolje dobilo ime. U nizinskim predjelima uspijeva odlična hrastovina, dok su Vukomeričke gorice prekrivene bukovim i brezovim šumama, te lijepim vinogradima. U Turopolju se nalazi izuzetno bogatstvo prirodnih pojava sadržanih u bujnoj raznolikosti raslinstva i mnogobrojnim vrstama životinjskog svijeta. Flora Turopolja broji preko 450 vrsta od kojih se ističu hrast lužnjak, hrast kitnjak, grab, običnu vrba, lijeska, bazga, topola, rogoz, lopoč i druge. U vodama Turopolja, Odri s pritocima Lomnicom, Bunom i Lekenikom, živi 22 vrste riba iz 7 porodica među kojima su autohtone vrste crvenokica, platica, uklija, štika, klen, grgeč i druge. Turopolje je ptičji raj u kojem živi 220 vrsta ptica: crna žuna, orao kliktaš, crna roda, ševa, djetlić i druge (TZVG, 2021).

4.5. Aktivnosti turista u obilasku izletišta Turopolja

Brojna izletišta u prirodi Turopolja pružaju turistima doživljaj zelenog i toplog srca ovog kraja gdje svatko može naći nešto za sebe. Neka od izletišta Turopolja su:

- izletišta Ključić brdo – smješteno na prekrasnim brežuljcima Vukomeričkih gorica. Kompleks izletišta obuhvaća brojne brežuljke, pašnjake, šume, voćnjake, vinograde, kao i zoo park gdje turisti mogu pogledati uzgajališta divljih svinja, konja, muflona, srna, jelena, fazana, divljih patki i domaćih životinja,
- izletišta Odranski Ribič – nalazi se u stoljetnoj šumi turopoljskog hrasta uz rijeku Odru do koje se može prošetati stazom koja se nalazi na prostranom posjedu iza restorana. Izletišta je idealno mjesto za odmor, rekreaciju, obiteljske ili poslovne izlete i ručkove,
- Western ranch Cowboy – nalazi se u Vukomeričkim Goricama i nudi originalna jela u ugodnom ambijentu restorana,
- Etno kuća Novo Čiče (Slika 1.) – smještena je u neposrednoj blizini stare Pučke škole i učiteljskog doma koji su pod zaštitom Ministarstva kulture. Sastoji se od unutrašnjeg prostora kojeg čini stara centralna prostorija s kuhinjom, spavaća soba i radna soba s tkalačkim stanovima, mašinama za šivanje, kolovratima i vanjskog prostora na kojem je predstavljena zbirka poljoprivrednog alata, pribora i mnoštva upotrebnih predmeta (TZVG, 2021).



Slika 2: Etno kuća Novo Čiče

Izvor: Turistička zajednica grada Velike Gorice: Izletišta – oaze mira i tišine, dostupno na: <http://www.tzvg.hr/sadržaj/pregled/izletista-oaze-mira-i-tisine/250?c=64>

- Avanturopolje- smješteno u mjestu Novo Čiče u sklopu OPG-a Grgar. Domaćini pružaju doživljaj kulturno-povijesnih sadržaja, turističke usluge i cijelu paletu

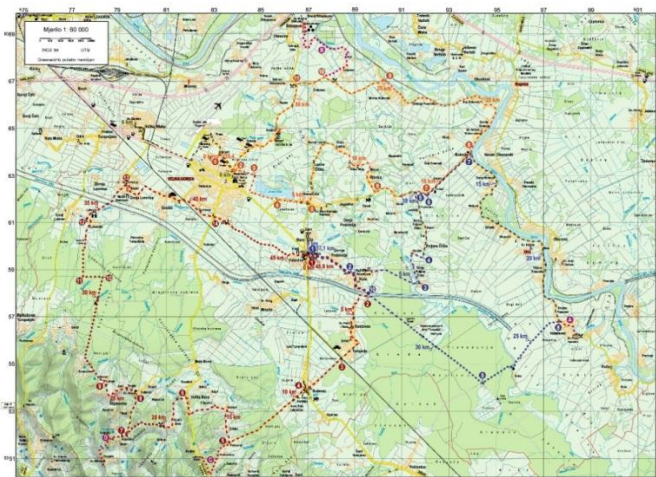
zabavno-avanturističkih ponuda. U ponudi je paintball, quad tour, bacanje sjekire, streličarstvo, airsoft duel, go-kart, GranTour 4-seter, kanui, bicikliranje.

- Ranch Kurilovec – koji je smješten nekoliko kilometara južno od centra Velike Gorice, u neposrednoj blizini glavne ceste Zagreb-Sisak. Proteže se na 55.000 m² i na ranču se mogu pronaći konji različitih boja, veličina i karaktera od kojih su neki dresirani za školu jahanja u sklopu koje se nude individualni sati jahanja, terensko jahanje te škole jahanja za djecu stariju od 10 godina. U sklopu ranča su i dva terena za paintball, te klasične društvene igre poput biljara, pikada i stolnog nogometa (TZVG, 2021).

4.6. Sportske i rekreativne aktivnosti turista u Turopolju

Aktivan odmor u Turopolju turisti mogu provoditi u slijedećim aktivnostima:

- pješaćenje na pješačko poučnoj stazi Šumarica – idealna za provođenje dana bez automobila, proteže se u dužini od 9 kilometara, a laganim hodom staza se prijeđe za dva sata,
- planinarenje i izviđači – planinarenje je aktivnost kojom se mogu baviti svi članovi obitelji, a na području Turopolja aktivnosti planinarenja i izviđanja provode planinarski klub Horizont VG, Planinarsko društvo „Velika Gorica“ i izviđački odred Tur,
- bicikliranje - grad Velika Gorica sa svojom velikom mrežom pješačko-biciklističkih staza, kao i cijelo Turopolje od Posavine do Vukomeričkih gorica, je idealan prostor za biciklizam. Na prostoru grada, biciklisti mogu uživati u 35 kilometara uređenih biciklističkih staza koje se protežu uz glavne gradske ceste i obilaznice, kao i u smjeru prema Velikoj Mlaci. Uz rekreaciju, na biciklističkim rutama turisti mogu upoznati prirodne ljepote, kulturno-povijesne i etnološke vrijednosti Turopolja. Na slici 2. su prikazane rute 4 biciklističke staze u Turopolju: Velika Gorica - Novo Čiče - Bukevje - Ščitarjevo, Vukovina - Poljana Čička - Bukevje - Veleševac - Kuče, Vukovina - Rakitovec - Buševac - Ključić Brdo - Lukavec i Velika Gorica - Pleso - Velika Mlaka (TZVG, 2021).



Slika 3: Rute 4 biciklističke staze u Turopolju

Izvor: Turistička zajednica grada Velike Gorice: Biciklizam, dostupno na: <http://www.tzvg.hr/sadrzaj/pregled/biciklizam/247?c=64>

- odlazak u ribolov - velikogoričko područje je raj za ribiče zbog obilja rijeka koje su ekološki još uvijek čiste, a dobrim gospodarenjem je održan riblji fond. Sava i njeni rukavci Odra i "Mrtva Odra" najpopularnija su odredišta ljubitelja ribolova, ali velik broj ribiča je i na Kupi, posebice ljeti, kada je Kupa i odredište većeg broja kupača i izletnika. Uz rijeke za ribolov se koriste i privatni ribnjaci te jezera ostala od šljunčarenja, a najveće među njima je jezero Čiče,
- odlazak u lov - na širem području grada Velike Gorice je aktivno ukupno dvadesetak lovačkih društava s oko 650 aktivnih članova koji se brinu o očuvanju i uzgoju divljači te o gospodarenju lovištima, a najveća lovišta se nalaze u turopoljskoj ravnici, Turopoljskom lugu i Vukomeričkim goricama. Prirodne ljepote i lovni fond, dobra prometna povezanost s gradom Velikom Goricom, Zagrebom, a time i Europom potakli su posljednjih godina uspješan razvoj lovnog turizma,
- aeronautika - ljubitelji letenja mogu doživjeti Turopolje leteći sportskim avionima koji polijeću sa letjelišta Buševac,
- jahanje - ljubitelji jahanja u Turopolju mogu uživati u prirodi i jahati na konjima Ranča Kurilovec,
- skijanje na vodi - bilo da se radi o iskusnim skijašima na vodi ili da turisti žele doživjeti navedeno prvi puta, isto mogu uživati u Turopolju od svibnja do listopada na jezeru Vukovina,

- paintball - turisti koji se žele opustiti i zabaviti u prirodi s prijateljima uz paintball mogu isto iskusiti na dvije lokacije u Turopolju, neposredno pokraj izletišta Ključić Brdo (TZVG, 2021).

4.7. Dostupni turistički paketi destinacije Turopolje

Turistički proizvodi Turopolja koji se u ovome trenutku mogu izdvojiti su proizvodi vezani uz prirodu, te proizvodi vezani uz kulturno povijesno nasljeđe. Proizvodi vezani uz prirodu ponajviše se odnose na izletnički turizam u ruralne predjele Turopolja, obilazak brojnih kapelica i crkava, hodanje uređenim stazama kroz šume i obronke, biciklizam na uređenim i označenim stazama, te lov i ribolov na Savi, Kupi i šodericama. Proizvodi vezani uz kulturno nasljeđe odnose se na tematske ture i obilaske crkvice, kapela, kurija i muzeja te razna događanja i festivali. Turistička zajednica Grada Velika Gorica trenutno ima u ponudi šest različitih programa izleta u Turopolje.

4.7.1. Izlet - Bogatstvo životopisne baštine Turopolja

Polazak iz Zagreba u jutarnjim satima, kraća vožnja do Velike Mlake, gdje se nalazi drvena kapela Sv. Barbare. Ova je građevina najljepši i najreprezentativniji primjer drvenog baroknog sakralnog graditeljstva Sjeverne Hrvatske. Građena je od turopoljske hrastovine «planjki» i svjedoči o preko tri stoljeća tradicije gradnje u drvetu. Najstariji dio crkve potječe iz sredine 17.st. a interijer crkve je ukrašen slikama i ornamentikom do najmanjeg detalja. Nakon razgledavanja uz stručno vodstvo, imat ćete priliku čuti izvedbu tradicionalnih crkvenih pjesama. Vožnja do Velike Gorice, glavnog i najvećeg gradskog središta u Turopolju. U središtu Gorice nalazi tzv. Turopoljski grad - jednokatna zgrada podignuta sredinom 18.st. U njoj je bilo sjedište "Plemenite općine Turopoljske", a danas je ovdje Muzej Turopolja, u kojem je lijepo prezentirana bogata kulturno-povijesna i etnografska baština Turopolja. Nakon obilaska članovi kulturno-umjetničkog društva prezentirat će vam tradicionalni način izrade nakita i načina češljanja, a imat ćete priliku i sami se okušati u ovim vještinama. Ručak u restoranu uz nastup KUD-a – tradicionalne pjesme i plesovi (TZVG, 2021).

4.7.2. Izlet - Plemenita općina Turopoljska

Polazak iz Zagreba u jutarnjim satima, kraća vožnja do Velike Mlake, gdje se nalazi drvena kapela Sv. Barbare. Ova je građevina najljepši i najreprezentativniji primjer drvenog baroknog sakralnog graditeljstva Sjeverne Hrvatske. Građena je od turopoljske hrastovine "planjki" i svjedoči o preko tri stoljeća tradicije gradnje u drvetu. Najstariji dio crkve potječe iz sredine 17.st. a interijer crkve je ukrašen slikama i ornamentikom do

najmanjeg detalja. Vožnja do Velike Gorice, glavnog i najvećeg gradskog središta u Turopolju. U središtu Gorice nalazi se tzv. Turopoljski grad - jednokatna zgrada podignuta sredinom 18.st. U njoj je bilo sjedište "Plemenite općine Turopoljske", a danas je ovdje Muzej Turopolja, u kojem je lijepo prezentirana bogata kulturno-povijesna i etnografska baština Turopolja. Nakon obilaska posjet obiteljskom obrtu izrade likera na tradicijski način u Velikoj Gorici. Stara turopoljska obitelj Brigljević, danas svoj plemićki grb koristi kao zaštitni znak svojih proizvoda – voćnih likera i rakija, u cijelosti pripremljenih na tradicionalni način, za čiju kvalitetu su primili i brojna priznanja. Obilazak destilerije i degustacija. Ručak u restoranu s domaćim specijalitetima. Vožnja do obližnjeg sela Donja Lomnica, i kratko zaustavljanje kod drvene jednokatne kurije Modić-Bedeković iz 1806. godine. Ona je lijepi primjer tradicionalne ladanjske arhitekture, kakvu je gradilo niže plemstvo u Turopolju (restauracija u tijeku). Slijedi posjet dvorcu - kaštelu Lukavec, s unutrašnjim dvorištem, četiri kule na uglovima, puškarnicama i opkopima. Lukavec je imao iznimno burnu povijest, mijenjao brojne gospodare i uvijek bio simbol turopoljskog plemstva. U Lukavcu su se održavala "spravišća" na kojima se birao župan, u njemu se se čuvale turopoljske povlastice, pečat i zastave sve do sredine 19. st. (TZVG, 2021).

4.7.3. Izlet - Doživljaj turopoljskog sela

Polazak iz Zagreba u jutarnjim satima, vožnja do Buševca, tipičnog turopoljskog sela, koji danas ima nešto više od 1000 stanovnika. Ovdje se nalazi obrt izrade tamburica Katulić, instrumenta prisutnog u izvornoj narodnoj glazbi u cijeloj kontinentalnoj Hrvatskoj. Svi instrumenti izrađeni su od najkvalitetnijih materijala javora i smreke, i koriste ih mnogi profesionalni i amaterski ansambli. Obilazak obrta uz vodstvo domaćina. U selu se nalazi jedna od najznačajnijih turopoljskih drvenih ljepotica – kapelica Sv. Ivana Krstitelja iz 17. st., sagrađena od turopoljske hrastovine bila je uzorak za gradnju niza drvenih kapela u Turopolju i Pokuplju. Inače iznimno vrijedni interijer se restaurira, tako da je moguć samo vanjski obilazak. Ovdje su i obnovljeni čardak i mala etno-radionica s tradicionalnim tkalačkim stanom. Članovi KUD-a prikazat će vam "Turopoljske mladečke" - skraćeni prikaz običaja Turopoljske svadbe. Turopoljske svadbe bile su poznate po mnoštvu običaja vezanih uz prošnju, voženje opreme, dolazak mladenke a trajale su obično tri dana. Nakon domaćeg ručka uz zvukove tamburice, posjet lokalnom vinskom podrumu i degustacija vina (TZVG, 2021).

4.7.4. Izlet - Doručak u Turopolju

Jutarnja vožnja do sela u Turopolju gdje ćete pogledati kako se pripremao i pekao kruh na tradicionalni način i kušati pravi turopoljski doručak – slaninu, domaći kruh, kobasice... uz

zvukove tradicionalne glazbe. Večera s nastupom kulturno-umjetničkog društva. Ručak ili večera s izvrsnim turopoljskim specijalitetima uz nastup kulturno-umjetničkog društva koje će vam predstaviti pjesme i plesove Turopolja i Posavine, uz kratku školu tradicijskog plesa za sve goste (TZVG, 2021).

4.7.5. Izlet - Čarobne zaštitnice Turopolja

Odlazak prema Pokuplju i Vukomeričkim goricama. Drvene ljepotice ovoga kraja, razasute po slikovitim selima, građene su u razdoblju od 17. do početka 20. st. Nakon obilazaka kapela Sv. Petra i Pavla, kapele Sv. Trojstva i Sv. Ilije, zaustavljanje u Pokupskom, centru srednjeg Pokuplja. Ovdje se nalazi iznimni primjer barokne župne crkve Uznesenja Bl. Dj. Marije iz 1739., izgrađena je po uzoru na češku graditeljsku obitelj Dientzenhofer. Slijedi posjet kapeli Sv. Jurja u Lijevevim Štefankima, koja pripada najstarijim i najvrednijim drvenim kapelicama, izgrađena je 1677. g. sa baroknim interijerom - ornamentikom i biljnim ukrasima i bogato urešenim oltarom iz 18.st. Odlazak na ručak s domaćim specijalitetima. Nastavak obilaska kapelica – Sv. Ivana Krstitelja, Sv. Roka, Sv. Antuna i Duha Svetoga. Na povratku prema Zagrebu posjet drvenoj kapeli Sv. Barbare. Ova je građevina najljepši i najreprezentativniji primjer drvenog baroknog sakralnog graditeljstva Sjeverne Hrvatske. Građena je od turopoljske hrastovine «planjki» i svjedoči o preko tri stoljeća tradicije gradnje u drvetu. Najstariji dio crkve potječe iz sredine 17.st. a interijer crkve je ukrašen slikama i ornamentikom do najmanjeg detalja (TZVG, 2021).

4.7.6. Izlet - Andautonija - „Rimski Zagreb“

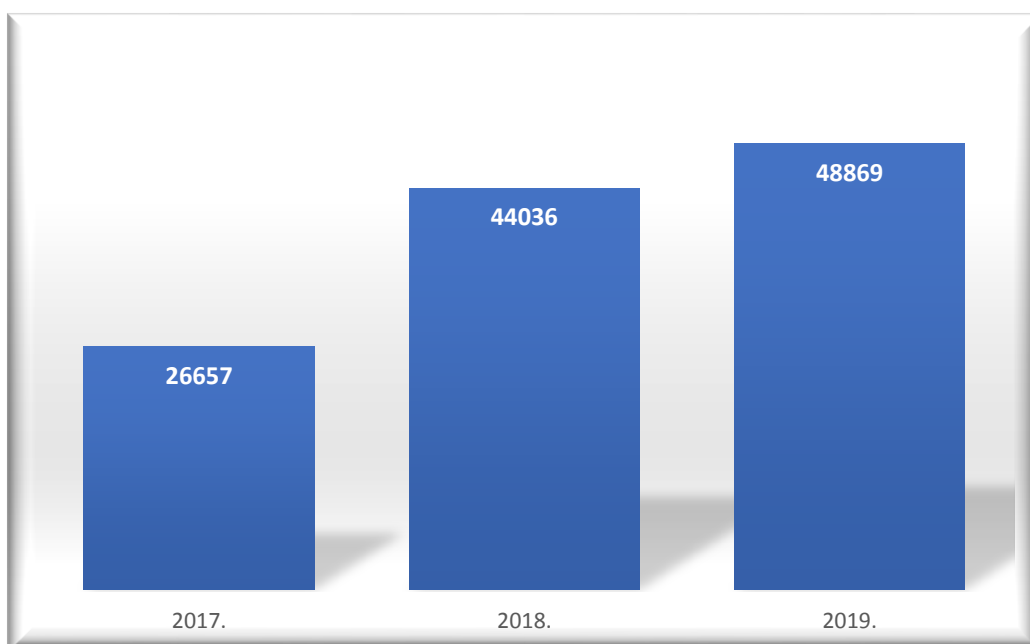
Tridesetih godina 1 st. prije Krista započelo je rimsko osvajanje Panonije, a bogatstvo rimskih arheoloških lokaliteta u cijeloj Hrvatskoj neprocjenjivo je blago, koje čeka da ga otkriju i dožive znatiželjnici. Jedno takvo nalazište je i nekadašnji rimski grad Andautonia, koju stručnjaci zovu “Rimski Zagreb”, a udaljena je svega 12 km od današnjeg grada. Od samog početka (1. do 4. st. poslije Krista) Andautonia je kao savska luka i mjesto na istaknutim cestovnim prometnicama imala veliku stratešku važnost. Iskopavanja su na prostoru Ščitarjeva započela su 1969. g., a od 1994. g., ovdje je otvoren Arheološki park, prvi takve vrste u Hrvatskoj. Danas na lokalitetu posjetitelji mogu razgledati dijelove rimskog grada: rimsku ulicu, gradsko kupalište i dvije zgrade, a pruža im se i uvid u rimsku nekropolu koja se na ovoj lokaciji nalazila u 1. st. Na lokalitetu je pronađeno i mnogo predmeta za svakodnevnu upotrebu, a materijal se čuva u Arheološkom muzeju u Zagrebu i u Muzeju Turopolja u Velikoj Gorici. Nakon obilaska nalazišta sa stručnim arheologom, imat ćete priliku pogledati rad "Rimljanina" - lončara i okušati se u izradi

keramike, i/ili sudjelovati u rimskim igrama. Slijedi ručak na lokalitetu, "rimska" kuhinja (TZVG, 2021).

4.8. Dolasci i noćenja u Turopolju 2017. – 2019. godine

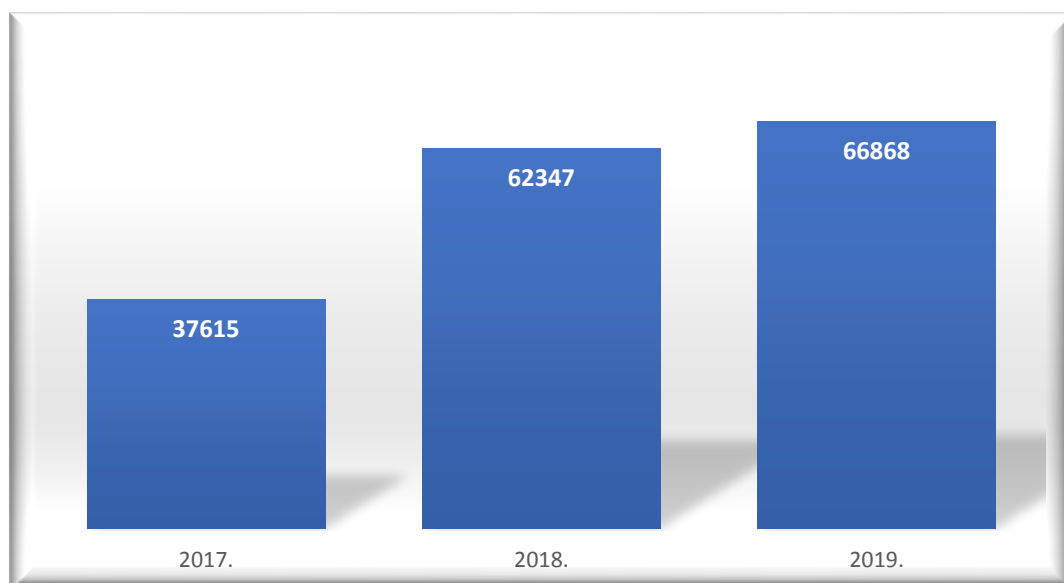
Podaci o dolascima i noćenjima turista u Turopolju pokazatelj su smjera postojećih aktivnosti na razvoju turizma i turističke ponude Turopolja. Prema evidenciji TZ grada Velike Gorice, predstavnica navodi: „*Velika Gorica ima oko 70 smještajnih objekata, ukupnog kapaciteta 800 kreveta, u kategorijama hotela, prenoćišta, apartmana, soba u domaćinstvu, te kuća za odmor u ruralnom prostoru. Ugostiteljskih objekata u gradu i izletišta u okolici imamo oko 25. Postojeći objekti zadovoljavaju potražnju, a prostora ima za daljnji razvoj u kategoriji kuća za odmor u ruralnom prostoru.*“

Uz izuzetak 2020. godine, kada je cijeli svijet zahvatila pandemija Covid-19 i onemogućila kretanje i turističke obilaske, podaci o dolascima i noćenjima turista u Turopolju za razdoblje od 2017. – 2019. godine su prikazani u grafikonima (1. i 2.) u nastavku.



Grafikon 1.: Dolasci turista u Turopolje u razdoblju 2017. do 2019. godine

Izvor: izrada autorice prema podacima Državnog zavoda za statistiku: *Turizam u 2017., 2018., 2019.*, dostupno na: www.dzs.hr



Grafikon 2.: Noćenja turista u Turopolju u razdoblju 2017. do 2019. godine

Izvor: izrada autorice prema podacima Državnog zavoda za statistiku: *Turizam u 2017., 2018., 2019.*, dostupno na: www.dzs.hr

U grafikonu 1. su predstavljeni ukupni podaci o dolascima i noćenju turista u grad Veliku Goricu, općinu Orle, općinu Kravarsko i općinu Pokupsko. Kao što se može vidjeti iz podataka uzlazni trend dolazaka i noćenja turista u Turopolju pokazuje da turisti sve više dolaze u Turopolje.

Prema podacima predstavnice TZ grada Velike Gorice: „*Broj noćenja se četiri puta povećao, u 2011. godini ostvareno je 15.000, a u 2019. godini 66.000 noćenja. Udio stranih gostiju dosegao je 82%. Prihod od turističke pristojbe je u 2011. godini iznosio 52.000 kuna, a u 2019. godini je s tog naslova ostvaren prihod od 317.000 kuna.*“

Iz ovog poglavlja je razvidno kako destinacija Turopolje obiluje turističkom ponudom u kojoj se za sve kategorije turista mogu pronaći sadržaji. Tako će za one posjetitelje ili turiste čiji su interes kulturne znamenitosti i tradicionalna drvena arhitektura biti zanimljiv veliki broj znamenitosti i kulturnih ustanova koje vrijedi posjetiti. Također, Turopolje, a ponajviše grad Velika Gorica su domaćin velikog broja manifestacija koje se održavaju tijekom cijele godine. Za one koji su skloniji aktivnom odmoru, ova destinacija obiluje šumskim pješačkim stazama, biciklističkim stazama, lovnim i ribolovnim, te raznim adrenalinskim aktivnostima. Bogata gastronomska ponuda je dostupna u zavidnom broju ugostiteljskih objekata i izletišta. Kako bi se kompletna ponuda upotpunila, u ponudi je i dovoljno smještajnih kapaciteta u raznim kategorijama, od onog hotelskog do kuća za odmor u ruralnom dijelu Turopolja. Međutim, unatoč povećanom broju turista, pokazatelji

govore kako je se oni sve manje zadržavaju u Turopolju, stoga je potrebno promovirati više novih sadržaja i organizirati višednevne programe, koji bi bili privlačni za turiste kao i njihovo dulje zadržavanje.

4.9. KATASTAR TURISTIČKIH ATRAKCIJA

Turopolje obiluje povijesnim, kulturnim, sportskim i drugim atrakcijama, a većina atrakcija je prepoznata u turističkoj ponudi Turopolja i uvrštene su u turističku kartu Turističke zajednice grada Velika Gorica i TZ Zagrebačke županije. Iz svih navedenih atrakcija destinacije Turopolje, autorica će u nastavku obraditi nekoliko najpoznatijih i najposjećenijih atrakcija Turopolja, kao i nekoliko onih koje predstavljaju potencijal za obogaćivanje turističke ponude Turopolja.

Metodologija Katastra je postupak temeljem kojeg se turističke atrakcije, kako one koje su već prepoznate tako i one potencijalne, vrednuju, te se na osnovu rezultata izvode zaključci pomoću kojih se planira razvoja turizma ili marketing neke destinacije. Prema Golji (2017), marketing u turizmu obuhvaća sistemsko i koordinirano prilagođavanje poslovne politike turističkih poduzeća i turističke politike države na lokalnoj, regionalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini, da bi se postiglo optimalno zadovoljenje potreba određenih grupa potrošača i tako ostvario profit ili drugi dugoročni cilj.

4.9.1. – Katastar poznatih atrakcija destinacije Turopolje

Metoda Katastra turističkih atrakcija autora Kušena za sada je provedena samo za Koprivničko-križevačku i Splitsko-dalmatinsku županiju (www.katastar-attrakcija.info/pregled.aspx). Autorica će primijeniti metodu Katastra na tri poznate i tri potencijalne atrakcije u destinaciji Turopolje, te je mišljenja da bi se u skorij budućnosti ta metoda trebala provesti za sve atrakcije Turopolja zbog lakšeg upravljanja destinacijom.

Muzej Turopolja


| | |
|---------------------------|--|
| Kategorija 1: | Zaštićena kulturno-povijesna baština |
| Kategorija 2: | Nepokretni spomenik |
| Naziv: | Muzej Turopolja |
| Motivi/aktivnosti: | Edukacija |
| Županija: | Zagrebačka županija |
| Grad: | Velika Gorica |
| Naselje: | Velika Gorica |
| Google maps: | https://www.muzej-turopolja.hr/ |
| Opis: | Današnji Muzej Turopolja, nekadašnja gradska vijećnica Plemenite općine turopoljske, tzv. turopoljski grad, izgrađen je sredinom 18. stoljeća uz gradski park u središtu Velike Gorice. U njoj su se do 1947. godine održavala „spravišća“ |

| | |
|--|--|
| | <p>(skupštine) u velikoj dvorani na prvom katu, a uz nju su bili „arkivi“ (arhivi) s važnim ispravama Plemenite općine. Nakon toga ova je zgrada imala različite namjene: služila je kao Đački dom, Zadružna štedionica, a od 1960. godine tamo se nalazi Muzej Turopolja u kojem se čuva arheološka, etnografska i kulturno-povijesna građa velikogoričkog područja s preko 3500 predmeta.</p> <p>Etnografska zbirka Muzeja Turopolja pokriva današnje velikogoričko područje. Ono se prostire jugoistočno od Zagreba između rijeka Save i Kupe. U to područje ulazi dio Posavine, plodna ravnica Turopolja, Vukomeričke gorice i dio Pokuplja. Brojem predmeta to je najveća i najraznolikija zbirka koja materijalnim svjedočenjem pokriva sve aspekte života ovog područja. U stalnom postavu Muzeja Turopolja prezentirana je kroz cjeline: Izrada i obrada platna, odijevanje, graditeljstvo i uporabni predmeti od drva te stanovanje.</p> <p>Kulturno povijesna zbirka Muzeja Turopolja nastala je samim osnivanjem muzeja 1960. godine. Zbirka sadrži brojne obrtničke predmete i alate, kao i hladno i vatreno oružje. Među najvrednijim eksponatima u zbirci svakako su grbovnice turopoljskih plemenitaša, listine o dodjeljivanju plemstva, razni dokumenti te stare fotografije. Arheološka zbirka pruža uvid u najraniju povijest Turopolja, prezentiranu nalazima pleistocenske faune, kljova i zuba vunastog mamuta (30 – 20 000 godina prije sadašnjosti). Slijede nalazi od kamenog do rimskog doba te od srednjeg do novog vijeka. Potječu iz sondažnih, zaštitnih i sustavnih arheoloških istraživanja provedenih na raznim lokalitetima od 1962.god., dvije godine nakon osnutka Muzeja.</p> <p>Likovna zbirka Muzeja Turopolja oblikovala se već u prvim danima postojanja muzeja koji je osnovan 1960. godine. Tijekom niza godina prikupljeno oko 422 djela. Zbirka čuva zavidan broj njihovih skulptura i reljefa. Većinom su to portreti i prizori iz svakodnevnog života, vezani za život u prirodi, na selu. U Zbirci se nalazi nekoliko djela, slika i grafika, umjetnika začetnika nove hrvatske povijesti kao što su: Bela Čikoš Sesija, Menci Klement Crnić, Branko Šenoa, Tomislav Krizman.</p> <p>Osim stalnog postava koji se nalazi na prvome katu, u prizemlju je smješten galerijski prostor u kojem se održavaju povremene izložbe ili zanimljive likovne radionice za djecu, mlade i njihove roditelje.</p> |
| Slika: |  |
| Izvor: | Turistička zajednica grada Velika Gorica |
| Sezonalnost: | cjelogodišnja |
| Nosivi kapacitet: | Veliki (preko 5 000 posjetitelja) |
| Boravišno izletničke značajke: | Edukativne |
| Stupanj iskorištenosti potencijala: | Srednji (do 3 000 posjetitelja) |
| Fizička dostupnost: | Pješice, biciklom, automobilom, autobusom |
| Javna prometna | Javna cesta |

| | |
|---|----------------------------|
| dostupnost: | |
| Javna vremenska dostupnost: | dostupno |
| Interpretacija i opremljenost: | Parkiralište za automobile |
| Naplata ulaza: | Da |
| Kategorija turističke atrakcije: | Lokalna, međugradska |
| Stupanj tržišne spremnosti: | Spreman/potpuno opremljen |

Arheološko nalazište Andautonija

| | |
|---------------------------|---|
| Kategorija 1: | Zaštićena kulturno-povijesna baština |
| Kategorija 2: | Nepokretni spomenik |
| Kategorija 2: | Arheološko nalazište |
| Naziv: | Arheološko nalazište Andautonija |
| Motivi/aktivnosti: | Edukacija, užitak |
| Županija: | Zagrebačka županija |
| Grad: | Velika Gorica |
| Naselje: | Šćitarjevo |
| Google maps: | http://www.tzvg.hr/sadrzaj/pregled/arheoloski-park-andautonija/238?c=27 |
| Opis: | <p>Arheološko nalazište Andautonija predstavlja jedinstveno mjesto zanimljive povijesti. Pokraj naselja Šćitarjevo, na prostoru od 2500 četvornih metara, vidljivi su ostaci starog antičkog grada iz doba Rimskog carstva (1. - 4. stoljeće), a od 1994. godine ovdje je otvoren arheološki park gdje posjetitelji mogu razgledati ostatke rimskog grada.</p> <p>Uz dio glavne ulice opločene kamenim pločama, otkrivene u dužini od 27 m, protežu se trijemovi s očuvanim temeljima za stupove kolonade. S istočne strane ulice otkopan je veći dio zgrade gradskog kupališta (terme), s polukružnim bazenom, hodnicima i kanalima te dijelom hipokausta (sistem za zagrijavanje prostorija). Sa zapadne strane otkrivena je prilazna ulica koju prate dvije monumentalne zgrade.</p> <p>Istraživanja su pokazala da se ovaj dio grada više puta obnavljao u razdoblju od 2. do 4. st. Nalazi zidnih slikarija, kockica mozaika, pragova i uređaja za grijanje upućuju na vrlo luksuzno uređenje zgrada, a nađene keramičke i staklene posude, svjetiljke, brončani i srebreni nakit i drugi predmeti za svakodnevnu upotrebu nadopunjuju sliku o tom rimskom gradu i govore o trgovini, proizvodnji i životu u gradu.</p> <p>Iskopavanja su također pokazala da se u 1. stoljeću, prije izgradnje termi, na ovom prostoru nalazilo gradsko groblje, uništeno kasnijom poplavom i novijom izgradnjom. Želite li biti dio rimskog svijeta bar na jedan dan pozivamo vas da posjetite Andautoniju u proljeće kada se održava manifestacija „Proljeće u Andautoniji“, poznato i kao „Dani Andautonije“, te u rujnu kada posjetitelji imaju priliku sudjelovati na Dionizijskim svečanostima. Obje manifestacije kroz razne izložbe, radionice i igraonice prezentiraju posjetiteljima pojedine teme iz rimskog života, a tko želi može isprobati rimsku odjeću, hranu i piće prema starim receptima te zaigrati antički nogomet.</p> <p>Nakon obilaska prezentiranog dijela rimskog grada posjetioci mogu razgledati i najznačajnije kamene spomenike nađene na području Andautonije, župnu crkvu sv. Martina te prošetati Šćitarjevom u kojem je još sačuvano nekoliko tipičnih</p> |

| | |
|--|--|
| | dvorišta s drvenim kućama. |
| Slika: |  |
| Izvor: | Turistička zajednica grada Velika Gorica |
| Sezonalnost: | cjelogodišnja |
| Nosivi kapacitet: | srednji (do 2 000 posjetitelja) |
| Boravišno izletničke značajke: | Izletničke, rekreacijske, povijesno-edukativne |
| Stupanj iskorištenosti potencijala: | mala |
| Fizička dostupnost: | Pješice, biciklom, automobilom, autobusom |
| Javna prometna dostupnost: | Javna cesta |
| Javna vremenska dostupnost: | dostupno |
| Interpretacija i opremljenost: | Parkiralište za automobile |
| Naplata ulaza: | NE |
| Kategorija turističke atrakcije: | Lokalna, međugradska |
| Stupanj tržišne spremnosti: | Spremna/potpuno opremljena |

Dvorac Lukavec

| | |
|---------------------------|---|
| Kategorija 1: | Zaštićena kulturno-povijesna baština |
| Kategorija 2: | Nepokretni spomenik |
| Naziv: | Dvorac Lukavec |
| Motivi/aktivnosti: | Edukacija, užitek, rekreacija, zabava, dokolica |
| Županija: | Zagrebačka županija |
| Grad: | Velika Gorica |

| | |
|---------------------------------------|---|
| Naselje: | Lukavec |
| Google maps: | http://www.tzvg.hr/sadrzaj/pregled/stari-grad-lukavec/237?c=27 |
| Opis: | <p>Jedina obrambena utvrda u Turopolju, grad Lukavec, u pisanim se izvorima prvi puta spominje 1256., no točna godina izgradnje nije poznata. Prvobitna građevina, koja je s vremenom stradala, bila je podignuta od hrastovine o čemu nam svjedoče ostaci palisada i konstrukcije prilaznog drvenog mosta koji su otkriveni tijekom novije obnove utvrde. Nova drvena utvrda podignuta je u vrijeme turskih osvajanja (1474.-1475.) i više je puta razarana. Arhitektonska koncepcija zidane utvrde završena 1752. godine u obliku renesansnog kaštela, opkoljenog vodom, kulama za bočnu obranu sa 70 puškarnica i visokim ulaznim tornjem, svjedočila je o snazi, slozi i plemićkom statusu općine turopoljske koja ga je podigla.</p> <p>Iznad ulaznih vrata gdje se nalazi uklesani grb Plemenite općine turopoljske kojeg pridržavaju dva lava i natpis Insignia Universitatis Nobilum Campi Turopolya 1752., uzdiže se toranj u kojem se nalazi kapelica sv. Lucije, zaštitnice Turopolja. U dvorani na prvom katu održavala su se plemenitaška spravišća - izborne skupštine na kojima se birao župan, te se čuvao arhiv Plemenite općine turopoljske sve do 1848. kada je prenesen u Turopoljsku vijećnicu, današnji Muzej Turopolja.</p> <p>Uoči dana sv. Jurja 23. travnja, stari grad Lukavec tradicionalno oživi za vrijeme jurjevskih svečanosti kada se ispred njega pali najveći krijes kojim se simbolički tjera zima, a slavi nadolazeće proljeće. Također, čitajući zanimljivu povijest starog grada Lukavca možete pronaći podatak kako su se nekoć upravo na tom mjestu održavala suđenja vješticama, a dokaz tomu je i "copnički" zatvor koji se nalazi u prizemlju kaštela. Poznata hrvatska spisateljica Marija Jurić-Zagorka velik dio radnje romana "Kći Lotrščaka" smjestila je u Turopolje, upravo u starom gradu Lukavcu gdje su prema njenim riječima vještice često stizale u pohode.</p> <p>A kakve su još priče vezane uz ovaj dvorac moguće je vidjeti i doživjeti krajem svibnja na Legendfestu – festivalu narodnih priča, legendi i mitova Zagrebačke županije. Tijekom dva dana programa oko zidina i u samom dvorcu možete susresti divove, patuljke, vještice, čarobnjake, vile, vojnike, plemiće a brojni pjesnici i pripovjedači svojim skečevima, glazbenim i plesnim točkama oživljavaju brojne zanimljive legende.</p> |
| Slika: |  |
| Izvor: | Turistička zajednica grada Velika Gorica |
| Sezonalnost: | cjelogodišnja |
| Nosivi kapacitet: | Veliki (preko 5 000 posjetitelja) |
| Boravišno izletničke značajke: | Izletničke, rekreacijske, povijesno-edukativne |


| | |
|--|---|
| Stupanj iskorištenosti potencijala: | veliki |
| Fizička dostupnost: | Pješice, biciklom, automobilom, autobusom |
| Javna prometna dostupnost: | Javna cesta |
| Javna vremenska dostupnost: | dostupno |
| Interpretacija i opremljenost: | Parkiralište za automobile |
| Naplata ulaza: | NE |
| Kategorija turističke atrakcije: | Lokalna, međugradska, regionalna |
| Stupanj tržišne spremnosti: | Spremna/potpuno opremljena |

4.9.2.- Potencijalne atrakcije destinacije Turopolje

Kao što je već ranije rečeno, uz već poznate atrakcije Turopolja, u radu će biti predstavljene i neke potencijalne atrakcije, za koje se pretpostavlja da će u skoroj budućnosti postati atraktivnije za posjet turistima. Tri atrakcije Turopolja koje čine veliki potencijal za obogaćivanje turističke ponude u destinaciji Turopolje su Jezero Čiče, Etno selo Novo Čiče i Lov na turopoljski tartuf u šumi Turopoljski lug.

Jezero Čiče

| | |
|---------------------------|--|
| Kategorija 1: | Sportsko-rekreacijska |
| Kategorija 2: | Sportovi na vodi, kupalište, windsufing, skijanje na vodi, kupanje |
| Naziv: | Jezero Čiče |
| Motivi/aktivnosti: | rekreacija, užitek |
| Županija: | Zagrebačka županija |
| Grad: | Velika Gorica |
| Naselje: | Novo Čiče |
| Google maps: | https://www.google.com/maps/place/Jezero+%C4%8Ci%C4%87e/@45.7105254,16.0907445,15z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x47667dd018ede8c3:0x3609500d6c1cc7f0!8m2!3d45.7111999!4d16.0956173 |
| Opis: | Jezero Čiče nastalo je u svrhu eksploatacije šljunka 1963. godine te danas površinom od preko 100Ha i dubinom od preko 50ak metara, značajno prelazi preko zakonskih i prirodnih uvjeta eksploatacije. Od sredine sedamdesetih počinje intenzivna eksploatacija šljunka koji se nalazio ispod samo osamdesetak centimetara humusa. Eksploataciju je organiziralo Komunalno poduzeće Velkom koje je na samom rubu istočnog ulaza u Veliku Goricu, tik uz „Zmajevu pistu“, otvorilo rudarsko polje, izgradilo separaciju šljunka i asfaltnu bazu iz koje je idućih pedesetak godina dolazio asfalt kojim su |

| | |
|--|--|
| | <p>asfaltirane skoro sve gradske ulice i prometnica sela i naselja na području Općine. Na taj način je do 1990. godine nastalo poveće jezero, nazvano Jezero Čiče, koje je davalo šljunak ne samo za potrebe Općine nego i Grada Zagreba pa i regije. Već od samih početaka jezero su počeli koristiti stanovnici Velike Gorice, Turopolja i Zagreba te razne sportske udruge, a prvenstveno ribolovci i skijaši na vodi. Europsko prvenstvo u skijanju na vodi, održano je na jezeru Čiče 1979. godine.</p> |
| Slika: |  |
| Izvor: | Udruga Jezero Čiče |
| Sezonalnost: | cjelogodišnja |
| Nosivi kapacitet: | srednji (do 2 000 posjetitelja) |
| Boravišno izletničke značajke: | Izletničke, rekreacijske, sportske aktivnosti |
| Stupanj iskorištenosti potencijala: | mala |
| Fizička dostupnost: | Pješice, biciklom, automobilom, autobusom |
| Javna prometna dostupnost: | Javna cesta |
| Javna vremenska dostupnost: | dostupno |
| Interpretacija i opremljenost: | Parkiralište za automobile |
| Naplata ulaza: | NE |
| Kategorija turističke atrakcije: | Lokalna, međugradska |
| Stupanj tržišne spremnosti: | nespremna/potpuno neopremljena |
| Mjere unapređenja: | Sanacija obale, prestanak eksploatacije šljunka, priprema sunčališta i kupališta te uvođenje infrastrukture potrebne za cjelodnevni boravak |

Prema riječima predstavnice Turističke zajednice grada Velika Gorica: „*Veliko jezero Čiče u budućnosti postati vrijedan turistički potencijal kada se u potpuno zaustavi*

eksploatacija šljunka i završi proces sanacije obale. Već danas turističku atraktivnost ima susjedno malo jezero Ježevo koje je u funkciji ribolovnog turizma.“


Etno selo Novo Čiče

| | |
|-----------------------------|--|
| Kategorija 1: | Zaštićena kulturna baština |
| Kategorija 1.1. | Pojedinačne zgrade i građevine |
| Kategorija 2: | upoznavanje tradicije, dokoličarska edukacija |
| Naziv: | Etno selo Novo Čiče |
| Motivi/aktivnosti: | Užitak, edukacija |
| Županija: | Zagrebačka županija |
| Grad: | Velika Gorica |
| Naselje: | Novo Čiče |
| Google maps: | https://www.google.com/maps/place/Etno+Ku%C4%87a+Novo+%C4%8C%C4%87e/@45.7031605,16.1149292,15z/data=!4m5!3m4!1s0x0:0x47001b2226a087ea!8m2!3d45.7031305!4d16.1242311 |
| Opis: | <p>Etno selo Novo Čiče nudi poseban i nezaboravan ugođaj turopoljskog ambijenta prikazujući nekadašnji način života u ovim krajevima te brojne zaboravljene predmete.</p> <p>Etno selo Novo Čiče nalazi se u neposrednoj blizini stare Pučke škole te učiteljskog doma koji su pod zaštitom Ministarstva kulture. Stara Pučka škola, koja datira iz 1897. godine, obnovljena je te je dana na korištenje članovima KUD-a Novo Čiče.</p> <p>Etno selo se sastoji od unutrašnjeg i vanjskog izložbenog prostora. Unutarnji prostor čini stara centralna prostorija s kuhinjom, spavaća soba i radna soba s tkalačkim stanovima, mašinama za šivanje, kolovratima. Tavanski prostor je namijenjen za izložbu pisanih materijala iz prošlosti, kao i za izložbu alata opreme i pribora.</p> <p>Vanjski dio zbirke čine poljoprivredni alati, pribor i mnoštvo upotrebnih predmeta. Posebno ističemo starinski bunar te zanimljiv cvjetni vrt u kojem možete razgledavati mnogobrojne vrste cvijeća. Trenutno se može razgledati preko 120 vrsta cvijeća koje je posađeno iz svih krajeva Republike Hrvatske. Nedavno je postavljena još jedna drvena manja kuća i krušna peć. Kuća je otvorena za organizirane i individualne posjete.</p> |
| Slika: |  |
| Izvor: | Turistička zajednica Grada Velika Gorica |
| Sezonalnost: | cjelogodišnja |
| Nosivi kapacitet: | srednji (do 3 000 posjetitelja) |
| Boravišno izletničke | Izletničke, rekreacijske, sportske aktivnosti, društvene, tradicijske |

| | |
|--|---|
| značajke: | |
| Stupanj iskorištenosti potencijala: | srednja |
| Fizička dostupnost: | Pješice, biciklom, automobilom, autobusom |
| Javna prometna dostupnost: | Javna cesta |
| Javna vremenska dostupnost: | dostupno |
| Interpretacija i opremljenost: | Parkiralište za automobile |
| Naplata ulaza: | NE |
| Kategorija turističke atrakcije: | Lokalna, regionalna, međugradska |
| Stupanj tržišne spremnosti: | spremna/potpuno opremljena |
| Mjere unapređenja: | |

Lov na Turopoljski tartuf

| | |
|---------------------------|--|
| Kategorija 1: | Biljni svijet |
| Kategorija 2: | dokoličarska edukacija, avanturizam edukacija |
| Naziv: | Turopoljski lug-Lov na turopoljski tartuf |
| Motivi/aktivnosti: | Užitak, edukacija, gastro doživljaj |
| Županija: | Zagrebačka županija |
| Grad: | Velika Gorica |
| Naselje: | Turopoljski lug |
| Google maps: | https://www.google.com/maps/place/Turopoljski+Lug/@45.6342244,16.2167356,13z/data=!4m5!3m4!1s0x0:0x67376688b60ac480!8m2!3d45.6342244!4d16.2167356 |
| Opis: | <p>Turopoljski lug tek je ostatak velike prapovijesne šume između Velike Gorice i Siska. Vrata od krča ljudskih su ruku djelo, spomenik kulture izvorno postavljen 1779. godine u znak sjećanja na krčenje šume, a danas simbol stoljetne povezanosti lokalnog stanovništva i šumskog bogatstva. Ovim šumama nekad je slobodno lunjala turopoljska svinja, drevna autohtona pasmina na čijem se očuvanju predano radi, a njezino je meso prava poslastica, posluživana i na bečkom dvoru.</p> <p>Želite li se povezati sa šumom te turopoljskom florom i faunom, idealna je šetnja po uređenoj stazi, kao što je devet kilometara duga poučna staza Šumarica kroz pitome ljepote Vukomeričkih gorica, između sela Krušak i Kozjača. A ovdašnje šume kriju i nedavno otkriveno podzemno blago – crne tartufe.</p> |

| | |
|--|--|
| Slika: |  |
| Izvor: | Around Zagreb |
| Sezonalnost: | cjelogodišnja |
| Nosivi kapacitet: | mali (do 300 posjetitelja) |
| Boravišno izletničke značajke: | Izletničke, rekreacijske, aktivan odmor |
| Stupanj iskorištenosti potencijala: | mala |
| Fizička dostupnost: | Pješice, biciklom, automobilom |
| Javna prometna dostupnost: | Javna cesta |
| Javna vremenska dostupnost: | dostupno |
| Interpretacija i opremljenost: | Parkiralište za automobile |
| Naplata ulaza: | NE |
| Kategorija turističke atrakcije: | Lokalna, međugradska |
| Stupanj tržišne spremnosti: | poluspremna/poluopremljena |
| Mjere unapređenja: | |

Predstavница TZ grada Velika Gorica ističe: „*To je lov kojem dajemo punu podršku. Restorani su uvrstili u svoju ponudu jela s crnim tartufom iz Turopoljskog luga, a sve zainteresirane lovce povezujemo s vodičem koji se specijalizirao za taj oblik aktivnog odmora.*“

Kao što je već prethodno napomenuto, pored ovih šest atrakcija bilo bi dobro analizirati i sve ostale atrakcije na ovom području, kako bi se čim uspješnije predstavili turistički resursi destinacije i omogućila njihova evaluacija, te na taj način olakšalo upravljanje destinacijom.

5. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE - STRUKTURIRANI INTERVJU S DIONICIMA U TURIZMU

U svrhu istraživanja potencijala Turopolja kao turističke destinacije, provedeno je empirijsko istraživanje u vidu strukturiranih intervju s dionicima u turizmu. Ispitanici su odabrani prema kriteriju uključenosti u turizam s nacionalne, regionalne i lokalne razine. Pitanja nisu ista za sve ispitanike, već se razlikuju, budući da se radi o tri različite razine upravljanja sustavom turizma, međutim upravo takvim pristupom se postiglo sagledavanje ukupne slike ruralnog turizma, odnosno turizma promatrane destinacije Turopolje. Iskazi ispitanika su ponegdje prepričani, a ponegdje navedeni u izvornom obliku. Originalni intervjui se nalaze se u osobnoj arhivi autorice.

5.1. Intervju s predstavnikom Odbora za turizam

Odbor za turizam Hrvatskoga sabora provodi poslove utvrđivanja i praćenja provođenja politike, a u postupku donošenja zakona i drugih propisa Odbor ima prava i dužnosti matičnoga radnog tijela u područjima koja se odnose na:

- koncepciju i strategiju razvoja hrvatskog turizma,
- utvrđivanje i praćenje provedbe politike turističkog razvoja Republike Hrvatske,
- ugostiteljsku i turističku djelatnost i s njima neposredno vezane djelatnosti,
- praćenje koncesija u turizmu,
- razvojne programe u turizmu od osobite važnosti za gospodarski razvoj Republike Hrvatske,
- utvrđivanje i praćenje provedbe politike zaštite i očuvanja kakvoće turističkog prostora.

Odbor se sastoji od 13 članova iz redova zastupnika Hrvatskoga sabora i tri imenovana člana iz redova znanstvene i stručne zajednice.⁴

Prema mišljenju predstavnika Odbora za turizam omjer zastupljenosti kontinentalnog turizma u ukupnom turizmu Republike Hrvatske nije dovoljan, budući da taj udjel u ukupnim smještajnim kapacitetima iznosi svega 5-6%. Takav omjer se posebno odražava na sezonalnost hrvatskog turizma i prevladavajući oblik ljetnog turizma duž jadranske obale. Zbog takvog stanja u turizmu, predstavnik Odbora smatra kako se potencijal kontinentalnog turizma nedovoljno koristi, te bi upravo taj način zastupljenosti turističke ponude omogućio produljenje turističke sezone u Hrvatskoj, značajno doprinio povećanju broja gostiju u predsezoni i postsezoni i na taj način ravnomjerno opteretio izgrađene i

⁴ www.sabor.hr/hr/radna-tijela/odbor-za-turizam-10-saziv-hrvatskoga-sabora

prirodne kapacitete, što bi na kraju dovelo do veće održivosti turističkog sektora i smanjenja negativnih učinaka na okoliš. Prema riječima predstavnika Odbora za turizam: „*... razvoj kontinentalnog turizma, osobito u sjevernim i istočnim dijelovima RH doprinio bi ukupno većoj gospodarskoj aktivnosti tih područja, zapošljavanju ljudi, većoj ekonomskoj sigurnosti i manjem demografskom odljevu stanovništva iz tih područja.*“

Upravo kako bi se kontinentalni prostor više aktivirao u smislu razvoja turizma, predstavnik Odbora smatra kako je napredak prespor i nedovoljan. Također smatra kako ni EU fondovi nisu dovoljno iskorišteni, te se: „*Očekuje (se) snažnija podrška financijskih institucija u državnom vlasništvu kao što su HAMAG-BICRO i HBOR u smislu potpore poduzetnicima u turizmu na manje razvijenim područjima kontinentalne Hrvatske.*“

Uz sve navedeno, predstavnik Odbora smatra kako je i doprinos mnogih nevladinih udruga koje sudjeluju u raznim vidovima kontinentalnog, odnosno ruralnog turizma veliki, međutim i tu je potrebna programska i financijska podrška državnih institucija.

Na pitanje o aktivnostima koje je nužno poduzeti kako bi se kontinentalni turizam više razvio, predstavnik Odbora smatra kako je potrebno: „*Prvo, osim deklarativnog potrebno je i stvarno zalaganje i poduzimanje konkretnih mjera koje idu u prilog svim poduzetnicima, obrtnicima, OPG-ima i drugim ljudima koji su zainteresirani razvijati posao u domeni turizma na kontinentu. To podrazumijeva niz kontinuiranih i usklađenih aktivnosti vezano za poticanje potražnje za turističkim uslugama u tim područjima, razvijanje turističke i ugostiteljske ponude te snažne marketinške aktivnosti koje će popularizirati turistička odredišta na kontinentu u zemlji i inozemstvu. Sve ove aktivnosti moraju biti uključene u programe financiranja manje razvijenih i ruralnih područja RH, kroz različite izvore i institucije koje u tome sudjeluju.*

Uz ulaganja u privatne kapacitete, važno je ulagati u okoliš koji mora biti privlačan i ugodan za boravak gostiju. Treba naći optimalan spoj prirodnih i infrastrukturnih, izgrađenih pretpostavki za razvoj turističke ponude na tim područjima. To podrazumijeva sustavno ulaganje u prometne kapacitete, javne usluge, informiranje, signalizaciju turističkih atrakcija i slično.

Potrebno je kroz ta ulaganja voditi računa o zaštiti prirode i sustava kulturnih vrijednosti na pojedinim destinacijama. Treba identificirati, posebno vrednovati i zaštititi povijesne lokalitete i krajolike koji mogu povećati atraktivnost destinacije. Nije nevažno reći da sve to zahtijeva dobro osmišljenu strategiju, plan koji će zahtijevati dugo razdoblje provedbe, a to znači i velika financijska sredstva i ljudske kapacitete za provedbu.

Konkretni stvari na aplikativnoj razini trebaju obuhvatiti diverzifikaciju objekata ruralnog turizma, razvoj tradicijskih obrta, nadalje, na primjer iznajmljivanje bicikala, proizvodnju lokalne hrane, reorganizaciju lokalnog javnog transporta u svrhu turizma, nove oblike ugostiteljske ponude (hrana i piće) i sl. Nove ideje i poslovi traže i više ulaganja u stalni proces učenja i usavršavanja novih vještina.“

Predstavnik također smatra kako su turističke zajednice previše usitnjene, sa iznimno malim financijskim potencijalom koji je nedovoljan za ozbiljnije akcije, te smatra kako je upravo reorganizacija i okrupnjavanje unutar HTZ-a važan i neizbježan put u jačanju doprinosa HTZ-a razvoju destinacija ruralnog, odnosno kontinentalnog turizma, te bi na taj način mogli biti: „ ... *ključni nositelji razvoja destinacijskog managementa. Poželjno u suradnji s HTZ-om.*“ Zaključno, predstavnik Odbora za turizam ističe kao je za sve navedene promjene potreban čvrsti strateški okvir i odluka najviših organa vlasti koja će uključiti sve dionike u turizmu sve do lokalne razine, kako bi se iskoristila sva sredstva i to mora biti: „*permanentni cilj s punom uključenosti svih lokalnih aktera i onih iznad lokalne razini koji tome mogu doprinijeti.*“

5.2. Intervju s predstavnicom Turističke zajednice grada Velike Gorice i predstavnicom Turističke zajednice Zagrebačke županije

Turistička zajednica grada Velike Gorice, zapošljava četiri zaposlenice i upravlja Centrom za posjetitelje Velike Gorice koji su izgradili u partnerstvu s gradom Velika Gorica.

Godine 2012. u suradnji s Institutom za Turizam izradili su studiju Strategija turističkog razvoja Velike Gorice s akcijskim planom. Rezultati strateški promišljenog pristupa razvoju turizma nakon deset godina su vidljivi u razvijenosti turističke ponude destinacije, a i smjer daljnjeg razvoja je jasno postavljen u odgovorima na pitanja.

Predstavnica TZVG ističe materijalna i nematerijalna kulturna dobra, te očuvanu prirodu kao turistički potencijal Turopolja. Prema njenim riječima turističke atrakcije koje privlače posjetitelje u Turopolje su brojni dobro očuvani primjerci drvenog graditeljstva, od sakralnih objekata do kurija i čardaka, arheološki park Andautonija, stari grad Lukavec, Muzej Turopolja i Centar za posjetitelje u centru Velike Gorice. Za one koji su skloniji aktivnijem odmoru na raspolaganju su i takvi sadržaji, kao što su jahanje u više konjičkih klubova, paintball i razni društveni adrenalinski sportovi, bicikliranje, airsoft, panoramska vožnja quadom uz pratnju vodiča na pojedinim ekstremnim dionicama.

Uz navedene atrakcije iz TZZŽ, kao prepoznate atrakcije još ističu i Vrata od krča u Turopoljskom lugu koji je kao spomenik kulture izvorno postavljen 1779. godine u znak

sjećanja na krčenje šume i poučnu stazu Šumarica koja se proteže kroz pitome ljepote Vukomeričkih gorica u dužini od devet kilometara.

Predstavnica također ističe kako: „*U procesu identifikacije i vrednovanja resursa kojima raspolaže naša destinacija, važno je razlučiti da imamo dvije ciljne skupine kojima se obraćamo i nudimo turistički proizvod: goste u tranzitu kojima nudimo usluge smještaja i posluživanja hrane i goste koji dolaze na odmor, traže sadržaj, ponudu kvalitetne hrane, ugodan smještaj.*“

Za goste u tranzitu potrebna je raznovrsna i kvalitetna ponuda hotela i drugih smještajnih kapaciteta, dobra ponuda restorana, ali i usluga prijevoza do Zračne luke, dok za goste koji dolaze na odmor, bilo jednodnevni ili vikend, uz visokokvalitetan smještaj ladanjskog tipa: „*...važna je dostupnost i turistificiranost znamenitosti, kulturni sadržaji, mogućnost organizirane rekreacije, dostupnost sportskih sadržaja i infrastrukture te kvalitetna gastronomska ponuda.*“

Kako bi se radilo na privlačenju turista, TZVG radi na razvoju novih turističkih atrakcija u Turopolju. S obzirom da je u 2020. godini porasla potražnja za kućama za odmor, u 2021. godini se očekuje razvoj upravo takve vrste ponude. Također su u pripremi individualne turističke ture kojima bi se ponudio obilazak najznačajnijih znamenitosti u ruralnom prostoru, s mogućnošću korištenja besplatnog audio vodiča i ponudom restorana na planiranoj ruti. Jedna takva turistička tura organizirala bi se kroz centar Velike Gorice, a prema projekciji TZVG: „*...započinjat će u Centru za posjetitelje, uključit će rutu od Šenoine ulice, Crkve Navještenja Blažene Djevice Marije, nekadašnjeg Rodilišta u Šetalištu Franje Lučića, Muzeja Turopolja, preko povijesne zgrade suda, do Male Gorice i natrag do Kapele sv. Lovre i povijesne zgrade Pučke škole, a sve to kao dio priče o Plemenitoj općini turopoljskoj i povijesnom razvoju Velike Gorice.*“

Također, prema riječima predstavnice TZŽŽ, radi se na razvoju novih turističkih atrakcija. Tako je TZŽŽ sa Hrvatskim šumama potpisala Sporazum o poslovnoj suradnji u svrhu promicanja tartufarstva i turizma...“ *s ciljem zajedničke suradnje na promicanju tartufarstva, istraživanja i razvoja Centra za istraživanje gljivarstva. Pokrećemo aktivnosti na novoj turističkoj ponudi, te na jačanju vidljivosti Zagrebačke županije u vidu promocije lova na tartufe u Turopoljskom lug i na Žumberku. Cilj nam je promocija Zagrebačke županije kroz aktivnosti lova na tartufe sa ciljem stvaranja i povezivanja svih lanaca vrijednosti.*“

S istim ciljem razvoja turizma i prepoznatljivosti Turopolja, Plemenita općina turopoljska je trenutno u procesu ishoda certifikata koji će osigurati brendiranje mesa autohtone turopoljske svinje, koja živi slobodno u turopoljskim hrastovim šumama.

Također, jedan od potencijala za razvoj turizma u Turopolju je i lovni turizam. Iako na širem području postoji ukupno dvadesetak lovačkih društava koje se brine o očuvanju i uzgoju divljači, te gospodari lovištima koja se u Turopoljskom lugu i Vukomeričkim goricama prostiru na čak 50 000 hektara lovišta. Predstavnic TZVG smatra kako unatoč svemu navedenom nema posebne ambicije da se značajnije razvija, međutim s obzirom na lokaciju i područja koja su atraktivna za lovni turizam, kao i dobra prometna povezanost u ponudi je usluga turistima zainteresiranima za lov. Također, predstavnic TZZZ vidi potencijal u dobroj povezanosti, prirodnim ljepotama i lovnom fondu te napominje kako su upravo to razlozi za razvoj lovnog turizma.

Iz sveg navedenog može se zaključiti kako potencijal postoji, veliki prostor lovišta sa dobrim lovnim fondom je također na raspolaganju, međutim potrebno je više angažmana u promociji lovnog turizma u Turopolju i uključivanje svih dionika u njegovo promicanje.

Uz lovni turizam, u Turopolju je prepoznat još jedan veliki potencijal te je TZZZ odlučila promovirati lov na crnog tartufa u Turopoljskom lugu. Predstavnic TZZZ objašnjava: *„Crnog i bijelog tartufa je oduvijek bilo u šumama oko zelenog zagrebačkog prstena, no to nitko nije znao, barem ne široka javnost. Želimo educirati lokalno stanovništvo o važnosti stvaranja dodatnih atrakcija na njihovu prostoru, a posjetiteljima Turopolja ponuditi, kao novi turistički proizvod, „lov“ na tartufe. Također, organizirat ćemo i degustacije jela s tartufima u velikogoričkim restoranima. Upravo s lokalnim licenciranim tartufarima organiziran je prvi lov na crne tartufe za potrebe promocijskih aktivnosti sa novinarima, blogerima i influencerima. Pokrenuta je kampanja u medijima, društvenim mrežama, producirano je više video materijala te se u jako kratkom vremenu od samo par mjeseci, svakako može ustanoviti kako se priča primila i počelo se pričati o tartufima u našoj županiji. U svibnju 2020. započeli smo promociju nove atrakcije „lov na crni tartuf u Turopoljskom lugu“ i posjetiteljima ponudili novi i inovativan turistički proizvod. U kratkom smo roku započeli s promocijom i inovativnim pristupom razvoju gastronomske ponude s tartufima u kombinaciji s autohtonom kuhinjom. Potrebno je razviti svijest lokalnog stanovništva i partnera, a suradnja s Hrvatskim šumama d.o.o. daje nam jedan zamašnjak. Nužno je tržišno se definirati i imati podršku u korištenju šumskog područja Zagrebačke županije, kojim gospodare Hrvatske šume d.o.o. u svrhu razvoja projekta „lov na tartufe“ i sličnih projekata odnosno manifestacija u svrhu promicanja tartufarstva.*

Držim kako smo na pravom putu da tartuf postane brend i motiv dolaska u Zagrebačku županiju.“

Veliki potencijal za sportsko rekreativni centar, turizam, ugostiteljstvo, edukaciju i zabavu predstavlja i Jezero Čiče. Gradska uprava Velike Gorice planira izgraditi sportsko rekreativni centar na jezeru. Predočen je nacrt kako bi trebalo izgledati jezero Čiče kada se na njemu napravi sportsko rekreativni centar, višedesetljetni san Velikogoričana o jezeru Čiče kao uređenom gradskom kupalištu i sportsko-rekreacijskom centru na vodi. Jezero ima potencijal da postane regionalni centar s obzirom na blizinu velikih gradova - Zagreba, Velike Gorice i Siska, kao i zračne luke: *„Atraktivna lokacija s prometnog aspekta, ali i s obzirom na veliku vodenu površinu. Radi se o velikom vodenom licu kojega nema u bližoj okolini, površini obuhvata od 160 hektara, a sama vodena površina zauzima 60 posto površine. Sportaši i rekreativci mogu uživati u kupanju, skijanju na vodi i ostalim aktivnostima“*, ističe predstavnica TZZZ. Istog mišljenja je i predstavnica TZVG, međutim napominje kako već danas turističku atraktivnost ima susjedno malo jezero Ježevo, koje je već u funkciji ribolovnog turizma.

Velika Gorica kao središte i najveći grad Turopolja, koristila je sredstva EU fondova za izgradnju dva hotela i nekoliko projekata ruralnog turističkog razvoja. U pripremi su projekti izgradnje muzeja i razvoja biciklističkih staza. Također, u provedbi je projekt Aglomeracije Turopolja koji će svojim završetkom zasigurno doprinijeti razvoju i podizanju kvalitete života lokalnog stanovništva, a samim time stvoriti i preduvjete za daljnji održivi razvoj turizma u ovoj destinaciji.

Uspješnost turizma kroz povećanje prepoznatljivosti i kvalitete ponude ove turističke destinacije temelji se na upravljanju putem DMO, ističe predstavnica TZVG. Zadatak DMO, u ovom slučaju TZVG i TZZZ, kao i drugih dionika u turizmu iz javnog i privatnog sektora je stvaranje nove vrijednosti, odnosno novog turističkog proizvoda koji će biti kvalitetan, a ujedno i dovoljan razlog za dolazak i boravak turista u ovoj destinaciji.

Iz TZVG ističu kako: *„Turistička zajednica grada Velike Gorice posluje kao DMO dugi niz godina. Dionici su naši članovi koji se bave pružanjem usluga smještaja, pripreme hrane i pića, uslugama prijevoza, kreiranja i provođenja programa kulturnog turizma te sportskog, rekreacijskog i adrenalinskog turizma. Za turizam destinacije Turopolje potrebno je potaknuti razvoj Destinacijskih menadžment kompanija (DMK) koje bi kroz privatno poduzetništvo doprinijele daljnjem razvoju turističkog sektora i povećanju prihoda lokalnog stanovništva od pružanja turističkih usluga.“*

Također iz TZZŽ ističu kako su javna i neprofitna organizacija osnovana temeljem Zakona o turističkim zajednicama, te po modelu destinacijske menadžment organizacije, uređuju sustav turističkih zajednica, ustrojstvo, zadaće i način rada turističkih zajednica, kao i osnovna načela njihovog funkcioniranja i gospodarenja. Cilj im je promicanje hrvatskog turizma na području cijele Zagrebačke županije, a članovi su turističke zajednice općina, gradova, mjesta i područja s područja Zagrebačke županije, danas poznate kao zagrebački Zeleni prsten. *„Upravljanje kvalitetom u turizmu stvara dugoročnu platformu za konkurentno i integrirano upravljanje turizmom, odgovoran i održivi razvoj turizma, valorizaciju prirodne, kulturne i povijesne baštine uz njezino očuvanje, multidisciplinarnost u sektoru turizma, suradnju između privatnog i javnog sektora, unapređenje turističkih lanaca vrijednosti, unapređenje turističke ponude, kvalitete i sadržaja turističkog proizvoda, povećanje turističke potrošnje i zadovoljstva turista te u konačnici izvrsnost, prepoznatljivost i pozicioniranje Zagrebačke županije kao turističke destinacije“*, ističu iz TZZŽ.

Kao što je uvedeno rečeno, ispitanici su direktno uključeni u sustav turizma s nacionalne, regionalne i lokalne razine. Iz svih iskaza je vidljivo kako ruralni turizam u Republici Hrvatskoj, pa tako i u destinaciji Turopolje ima veliki potencijal i mogao bi postati okosnica cjelogodišnje turističke ponude, što bi pridonijelo iskoristivosti svih turističkih kapaciteta Republike Hrvatske i osiguralo održivost turističkog sektora, međutim još uvijek je nedovoljno istaknut. Vidljiv je trud koji turističke zajednice ulažu u promociju predmetne destinacije Turopolje kroz ukupnu turističku ponudu, međutim isto tako je i vidljiv nedostatak upravljačkog menadžmenta. Upravo su se ispitanici složili kako je potrebno poticati udruge subjekata unutar sustava turizma koji bi bili ključni nositelji razvoja destinacijskog menadžmenta u suradnji sa turističkim zajednicama. Kako bi se to sve moglo realizirati, autorica smatra da je potrebno više ulaganja u ruralni turizam na lokalnoj razini, edukacija lokalnog stanovništva zainteresiranog za sudjelovanje u sustavu turizma, također i veći angažman lokalne samouprave kako kroz marketinške aktivnosti u promociji ove turističke destinacije, tako i kroz programe financiranja i ulaganje u turističku infrastrukturu.

Svakako su pohvalni naponi Plemenite općine turopoljske u ishodu certifikata kojim će se brendirati jela mesa od autohtone turopoljske svinje, međutim, otkrivanjem nalazišta crnog tartufa u Turopoljskom lugu svakako se otvara još mogućnosti za razvijanje gastro branda Turopolja, te je prema mišljenju autorice potrebno iskoristiti i ovaj potencijal i uložiti dodatne napore u stvaranje novih dodanih vrijednosti destinacije. Takvi projekti

brendiranja bi uvelike doprinijeli stvaranju imidža destinacije Turopolja i izdvojili ju od sličnih destinacija.

Posebno nezadovoljstvo stvara slaba uključenost domaćeg stanovništva, posebice uključenost poljoprivrednih proizvođača u gastro ponudu destinacije. Iako TZVG već dugu niz godina posluje kako DMO, i sami prema riječima predstavnice iste smatraju kako je potrebno potaknuti razvoj DMK, koja bi omogućila uključivanje privatnog poduzetništva, stvaranje dodatne vrijednosti i povećanje prihoda lokalnom stanovništvu od pružanja turističkih proizvoda i usluga.

5.3. Primjer dobre prakse upravljanja destinacijom

Kako bi što jasnije prikazala upravljanje turističkom destinacijom u sustavu DMK, autorica je kao primjer dobre prakse odabrala Lika destinaciju.

Lika destinacija obuhvaća dijelove tri regionalne cjeline, Ličko-senjske, Karlovačke i Zadarske županije, te se brendira kao destinacija zaštićenih područja.

U sklopu projekta integralnog gospodarskog razvoja Integra Lika 2020, destinacija se profilira kao gastro-destinacija, te u svrhu isticanja kvalitete svojih proizvoda razvijen je sustav kvalitete hrane, pića i suvenira pod nazivom Lika Quality koji provodi Klaster Lika Destination.

U sastavu Lika Quality nalazi se 57 proizvođača s područja Lika destinacije, te je u suradnji Klastera Lika Destination i Poljoprivredne zadruge Lika COOP uspostavljeno zajedničko prodajno mjesto u Nacionalnom parku Plitvička jezera i na taj način su lokalna obiteljska poljoprivredna gospodarstva direktno uključena u turistički razvoj. Također, lokalni ugostitelji u svojoj ponudi koriste lokalno proizvedene proizvode, te su usmjereni na certificiranje restorana koji će u svojoj ponudi imati jela pripremljena od namirnica s oznakom Lika Quality (www.lika-destination.hr/regionalni-sustav-kvalitete/).

Upravo ovo je dobar primjer iz kojeg bi destinacija Turopolje mogla preuzeti sustav povezivanja lokalnih proizvođača u klaster ili poljoprivrednu zadrugu, te bi na taj način aktivno sudjelovali u kreiranju turističkog proizvoda, potenciranju prepoznatljivosti destinacije kroz brendiranje autohtonih proizvoda i bili uključeni u turistički razvoj i turističku ponudu, a samim time egzistirali u funkciji održivog razvoja kroz poticanje lokalne proizvodnje i potrošnje, kao i očuvanje radnih mjesta lokalnog stanovništva i poljoprivrednika.

6. ZAKLJUČAK

Na temelju analize koja obuhvaća elemente destinacije, može se zaključiti da Turopolje ima atrakcije koje su prepoznate i obuhvaćaju prirodne, kulturne, sportske, rekreativne i adrenalinske sadržaje, te smještajne i ugostiteljske kapacitete. Promatrana destinacija pokazuje heterogeni karakter destinacije, s obzirom na raznolikost i broj postojećih atrakcija.

S aspekta atrakcije, destinacija Turopolje se može klasificirati kao destinacija u kojoj više dominiraju atrakcije koje je stvorio čovjek u odnosu na prirodne atrakcije.

Gledano kroz kriterij privlačne snage destinacije, destinacija Turopolje se može svrstati u sekundarne destinacije, s obzirom da se radi o destinaciji koja nije glavni cilj putovanja turista, te je uglavnom izletnička i tranzitna destinacija, gdje se turisti kraće zadržavaju. U prilog tomu ide i odlična ponuda turističkih paketa jednodnevnog izletničkog karaktera.

Destinacija Turopolje ima dvije ciljne skupine turista kojima se obraća i nudi turistički proizvod. Za goste u tranzitu postoji kvalitetna ponuda hotela i drugih smještajnih objekata, kao i dobra ponuda restorana, dok za goste koji dolaze na jednodnevni ili vikend odmor u ponudi je smještaj ladanjskog tipa, dostupnost znamenitosti, kulturnih sadržaja, mogućnost organizirane rekreacije i sportskih sadržaja.

Iako već postoje neke pretpostavke, kao što je postignuta razina turističke ponude i suradnja s vanjskim dionicima koji se bave pružanjem usluga smještaja, pripreme hrane i pića, uslugama prijevoza, kreiranje i provođenje programa kulturnog turizma, te sportskog, rekreacijskog i adrenalinskog turizma, Turopolje kao destinacija teži uključivanju svih ostalih dionika. Cilj je potaknuti razvoj DMK Turopolja kako bi se turizam tog područja bolje i čvršće razvijao.

U tom smislu treba primjenjivati primjere dobre prakse kao što je destinacija Lika koja odlično povezuje vanjske dionike i uključuje lokalne proizvođače i poljoprivrednike u obogaćivanje turističke ponude destinacije kako bi se što je više moguće istaknula i naglasila posebnost i autohtonost Turopolja, ali i povećala održivost poljoprivredne proizvodnje i povećao prihod lokalnog stanovništva. Važan korak u tom smjeru je očuvanje i uzgoj autohtone turopoljske svinje, brendiranje jela od mesa te životinje i promocija tartufarstva s ciljem stvaranja i povezivanja svih lanaca vrijednosti.

Također, trebalo bi uspostaviti katastar turističkih atrakcija Turopolja kako bi se one mogle identificirati, klasificirati i vrednovati te realno sagledati njihovu spremnost za prihvata turistu i kreiranje novih turističkih aranžmana namijenjenih različitim profilima

posjetitelja. Važno je naglasiti da komponente destinacije kao što su turistička ponuda, razvoj destinacije putem projekata i fondova EU, Turopolje kao zaokružena kulturno-povijesna cjelina i brojni drugi potencijali destinacije mogu biti temelj inovativnog upravljanja destinacijom Turopolja putem DMK koja se tek treba uspostaviti.

Potreba za reorganizacijom postojeće turističke zajednice je neizbježan put u jačanju i razvoju destinacije ruralnog, odnosno kontinentalnog turizma što zahtijeva snažan strateški okvir i suradnju svih organa vlasti od nacionalne do lokalne razine, uključujući i privatni sektor i poljoprivredne proizvođače, kao i sve druge dionike zainteresirane za sudjelovanje u razvoju turizma i turističke ponude ove destinacije.

Na temelju svega navedenoga, može se zaključiti da je postavljena hipoteza rada potvrđena, odnosno da se Turopolje kao turistička destinacija temelji na snažnom kulturno-povijesnom identitetu, uz preporuku za jačanjem destinacijskog menadžment upravljanja kao i snažnijeg uključivanja privatnog sektora u kreiranje turističkog proizvoda ove destinacije.

LITERATURA

KNJIGE:

1. Božić, A.: Magna Silva „Turopoljski lug“, Velika Gorica, 2016.
2. Dujmović M.: Kultura turizma, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2014.
3. Gavranović A.: Mediji, turizam, javnost, VPŠ Libertas, Zagreb, 2015.
4. Golja T.: Odabrane teme suvremenog menadžmenta u kulturi i turizmu, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula 2017.
5. Kušen E.: Turistička atrakcijska osnova, Znanstvena edicija Instituta za turizam, Zagreb, 2002.
6. Magaš, D., Vodeb, K., Zadel, Z.: Menadžment turističke organizacije i destinacije, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2018.
7. Petrić, L. (2011): Osnove turizma, Sveučilište u Splitu: Ekonomski fakultet, dostupno na: <https://fdokumen.com/document/knjiga-pdf-lidija-petric.html>
8. Ružić P.: Ruralni turizam, Institut za poljoprivredu i turizam Poreč, Poreč, 2008.
9. Svržnjak, K. i sur.: Ruralni turizam: uvod u destinacijski menadžment, Visoko gospodarsko učilište u Križevcima, Križevci, 2014.
10. Šerić N. i sur.: Upravljanje razvojem specijaliziranog turističkog proizvoda, Redak, Split 2020.
11. Šuran F: Turizam i teritorij, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2016.
12. Tubić D: Ruralni turizam: Od teorije do empirije, Visoka škola za menadžment i informatiku u Virovitici, Virovitica, 2019.

STRUČNI ČLANCI:

1. Alkier Radnić, R.: Marketinški aspekti razvoja turističke destinacije, Tourism and hospitality management, Vol. 9 No. 2., 2003., str. 231-246., dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/181485>, (12.05.2021.)
2. Bolfek, B., Jakičić, D., Lončarić, B.: Polazišta za brendiranje Slavonije kao turističke destinacije, Ekonomski vjesnik: Review of Contemporary Entrepreneurship, Business, and Economic Issues, Vol. XXV No. 2., 2012., str. 363-374., dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/94880> (15.05.2021.)

3. Buhalis, D.: Marketing the competitive destination of the future, *Tourism Management*, Volume 21, Issue 1, 2000., str. 97-116., dostupno na: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S026151779900095> (15.05.2021.)

ZAVRŠNI I DOPLOMSKI RADOVI:

1. Lisjak, M. 2015) – Strateško upravljanje turističkom destinacijom, Diplomski rad, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, dostupno na <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:317328> (30. 06. 2021.)
2. Tadić, P. (2018) - Analiza s prijedlogom poboljšanja upravljanja prometnim tokovima na području grada Velike Gorice, diplomski rad. Preuzeto s <https://repositorij.fpz.unizg.hr/islandora/object/fpz%3A1516/datastream/PDF/view> (20. 06. 2021.)
3. Žentil Barić, Ž. (2016.): Primjena intervjua kao istraživačke metode u knjižničarstvu, Diplomski rad, Sveučilište u Zadru, Zadar

ZAKON:

1. Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08), <https://www.zakon.hr/z/342/Zakon-o-turisti%C4%8Dkim-zajednicama-i-promicanju-hrvatskog-turizma>, preuzeto 28. travnja 2021.

STRATEGIJE I PROGRAMI:

1. Strategija razvoja grada Velike Gorice 2014. - 2020., dostupno na: <http://www.gorica.hr/dokumenti/strategija-draft.pdf> (16.05.2021.)
2. Program rada TZ Zagrebačke županije za 2021., <http://www.visitzagrebcounty.hr/wordpress/wp-content/uploads/2021/02/Program-rada-2021.-%E2%80%93Final.pdf> (16. 06. 2021.)

BROŠURA:

1. Turopoljska baština na dlanu, Turistička zajednica grada Velike Gorice

IZVORI SA INTERNETA:

1. Državni zavod za statistiku: Turizam u 2017., 2018., 2019., dostupno na: www.dzs.hr (25.05.2021.)
2. Katastar turističkih atrakcija: VGUK, dostupno na <http://www.katastar-attrakcija.info/pregled.aspx>, (12. 07. 2021.)
3. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, Hrvatska enciklopedija: Turopolje, dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=62804> (12.05.2021.)
4. Lika destinacija, dostupno na: <https://www.lika-destination.hr/regionalni-sustav-kvalitete/> (20. 06. 2021.)
5. Ministarstvo turizma: Popis kategoriziranih turističkih objekata u Republici Hrvatskoj (1.2.2021.), dostupno na: <https://mint.gov.hr/pristup-informacijama/kategorizacija-11512/arhiva-11516/11516> (20.05.2021.)
6. Odbor za turizam Hrvatskoga sabora, dostupno na: www.sabor.hr/hr/radna-tijela/odbor-za-turizam-10-saziv-hrvatskoga-sabora, (16. 06. 2021.)
7. Turistička zajednica grada Velike Gorice, dostupno na: <http://www.tzvg.hr/> (14.05.2021.)
8. Turistička zajednica grada Velike Gorice: Biciklizam, dostupno na: <http://www.tzvg.hr/sadrzaj/pregled/biciklizam/247?c=64> (22.05.2021.)
9. Turistička zajednica grada Velike Gorice: Gastro vodič, dostupno na: <http://www.tzvg.hr/sadrzaj/gastro-vodic/32?c=33> (20.05.2021.)
10. Turistička zajednica grada Velike Gorice: Izleti u Turopolje, dostupno na: <http://www.tzvg.hr/sadrzaj/izleti-u-turopolje/33?c=33> (24.05.2021.)
11. Turistička zajednica grada Velike Gorice: Izletišta – oaze mira i tišine, dostupno na: <http://www.tzvg.hr/sadrzaj/pregled/izletista-oaze-mira-i-tisine/250?c=64> (20.05.2021.)
12. Turistička zajednica grada Velike Gorice: Novo Čiče, dostupno na: http://www.tzvg.hr/uploads/content/250/document/1/etno_kua_novo_ie.pdf (18.05.2021.)
13. Turistička zajednica grada Velike Gorice: Prirodna bogatstva Turopolja, dostupno na: <http://www.tzvg.hr/sadrzaj/pregled/prirodna-bogatstva-turopolja/251?c=64> (20.05.2021.)
14. Turistička zajednica grada Velike Gorice: smještaj, dostupno na: <http://www.tzvg.hr/sadrzaj/smjestaj/31?c=33> (18.05.2021.)

15. Turistička zajednica grada Velike Gorice: Turopoljska baština na dlanu, dostupno na:
http://www.tzvg.hr/uploads/slike_clanaka/TZVG%20Bastina%20na%20dlanu%202016%20web.pdf (15.05.2021.)
16. Turistička zajednica grada Velike Gorice: Vrata od krča, dostupno na:
<http://www.tzvg.hr/sadrzaj/pregled/vrata-od-krca/236?c=27> (18.05.2021.)
17. Zagrebačka županija: Jezero Čiče, dostupno na: <https://www.locator-tzzz.com/point/193/cice-lake> (15.05.2021.)

POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFIKONA

POPIS SLIKA

| | |
|---|----|
| Slika 1.: Turopolje | 3 |
| Slika 2.: Etno kuća Novo Čiče | 19 |
| Slika 3.: Rute 4 biciklističke staze u Turopolju..... | 21 |
| Slika 4.: Muzej Turopolja..... | 28 |
| Slika 5.: Andautonija | 30 |
| Slika 6.: Dvorac Lukavec | 31 |
| Slika 7.: Jezero Čiče | 33 |
| Slika 8.: Etno selo Novo Čiče | 34 |
| Slika 9.: Lov na Turopoljski tartuf | 36 |

POPIS TABLICA

| | |
|--|----|
| Tablica 1.: Tipovi turističkih destinacija - podjela prema privlačnosti primarne destinacije i aktivnosti u destinaciji..... | 8 |
| Tablica 2.: Životni ciklus destinacije i utjecaji turizma na destinaciju u pojedinoj fazi životnog ciklusa..... | 9 |
| Tablica 3.: Kategorizirani turistički objekti u Turopolju (Zagrebačka županija, stanje 1.2.2021. godine)..... | 17 |

POPIS GRAFIKONA

| | |
|--|----|
| Grafikon 1.: Dolasci turista u Turopolje u razdoblju 2017. do 2019. godine..... | 25 |
| Grafikon 2.: Noćenja turista u Turopolju u razdoblju 2017. do 2019. godine | 26 |

PRILOG 1.:

PITANJA IZ INTERVJUA ZA PREDSTAVNIKA ODBORA ZA TURIZAM

1. Koliki udjel u turizmu zauzima kontinentalni turizam u Republici Hrvatskoj? Po vašem mišljenju, a s obzirom na raznolikost ponude, smatrate li da je to dobar omjer?
2. Koje su konkretne mjere koje država poduzima za turističko aktiviranje kontinentalnog prostora? Da li država dovoljno podupire razvoj kontinentalnog/ruralnog turizma? Zašto? Kako?
3. Što je, prema vašem mišljenju, nužno poduzeti kako bi se kontinentalni turizam više razvio?
4. Da li postojeći sustav turističkih zajednica odgovara potrebama kontinentalnog /ruralnog turizma? Da li ga je potrebno unaprijediti? Kako?
5. Kada govorimo o Destinacijskoj menadžment organizaciji, da li ste upoznati s time i koje je vaše mišljenje o takvom načinu upravljanja? Tko su dionici, prema Vašem mišljenju, koji trebaju sudjelovati u radu DMO-a?
6. Da li je potrebno razvijati Destinacijski menadžment organizacije za upravljanje kontinentalni/ruralni turizam? Koja su obilježja destinacije koja bi se turistički promovirala putem DMO?

PRILOG 2.:

PITANJA IZ INTERVJUA SA PREDSTAVNICOM TZ GRADA VELIKE GORICE

Molim Vas ukratko predstavite tvrtku/organizaciju u kojoj radite. Naziv, broj zaposlenih, djelatnosti, planove za budućnost, ulogu tvrtke/institucije za razvoj turizma...

1. Prema Vašem mišljenju, što je najveći turistički potencijal Turopolja? Molim, nabrojite barem 5 najvažnijih atrakcija.
2. Koliko je povećana turistička ponuda Turopolja u zadnjih 10 godina? U postotku ili iznosima u kunama. 2011.-2021.
3. Koje su trenutno najposjećenije atrakcije na području Turopolja? Zašto. Molim, obrazložite.

4. Da li se radi na razvoju novih turističkih atrakcija u Turopolju? Koje su to nove atrakcije?
5. Prema vašem mišljenju, koliki je turistički potencijal Jezera Čiče? Da li ono može postati turopoljski Jarun? Što je potrebno napraviti?
6. Turopolje obiluje velikim prostorom pod šumskim površinama pogodnim za lovni turizam. Da li je taj potencijal dovoljno iskorišten? Što još treba napraviti?
7. Da li uz klasični lovni turizam uskoro možemo očekivati i lov na crni tartuf, čije stanište je otkriveno u Turopoljskom lugu? Što je potrebno napraviti?
8. Može li crni tartuf Turopoljskog luga biti potencijalni gastro brand? Što je potrebno napraviti?
9. S obzirom na mogućnost korištenja EU fondova i programe Europske unije, da li su ti instrumenti iskorišteni u svrhu poboljšanja turističkog potencijala Turopolja? Na koji način? Koji projekti razvoja Turopolja su provedeni u posljednjih 10-ak godina? Koji su najvažniji?
10. Poljoprivreda ima važnu ulogu u turizmu. Koja su najpoznatija poljoprivredna gospodarstva i poljoprivredne tvrtke i njihovi proizvodi? Koliko su poljoprivredni proizvodi lokalnih proizvođača zastupljeni kroz ponudu u restoranima i hotelima?
11. U Turopolju trenutno ima ? smještajnih i ugostiteljskih objekata. Da li trenutni smještajni i ugostiteljski kapaciteti zadovoljavaju potražnju?
12. Kada govorimo o Destinacijskoj menadžment organizaciji, da li ste upoznati s time i koje je vaše mišljenje o takvom načinu upravljanja? Tko su dionici, prema Vašem mišljenju, koji trebaju sudjelovati u radu DMO-a?
13. Da li je potrebno razvijati Destinacijski menadžment organizacije za upravljanje kontinentalni/ruralni turizam? Kako bi to izgledalo na primjeru Turopolja? Koja su obilježja destinacije koja bi se turistički promovirala putem DMO?

PRILOG 3.:

PITANJA IZ INTERVJUA SA PREDSTAVNICOM TZ ZAGREBAČKE ŽUPANIJE

Molim Vas ukratko predstavite tvrtku/organizaciju u kojoj radite. Naziv, broj zaposlenih, djelatnosti, planove za budućnost, ulogu tvrtke/institucije za razvoj turizma...

1. Prema Vašem mišljenju, što je najveći turistički potencijal Turopolja? Molim, nabrojite barem 5 najvažnijih atrakcija.

2. Koje su trenutno najposjećenije atrakcije na području Turopolja? Zašto. Molim, obrazložite.
3. Da li se radi na razvoju novih turističkih atrakcija u Turopolju? Koje su to nove atrakcije?
4. Prema vašem mišljenju, koliki je turistički potencijal Jezera Čiče? Da li ono može postati turopoljski Jarun? Što je potrebno napraviti?
5. Turopolje obiluje velikim prostorom pod šumskim površinama pogodnim za lovni turizam. Da li je taj potencijal dovoljno iskorišten? Što još treba napraviti?
6. Da li uz klasični lovni turizam uskoro možemo očekivati i lov na crni tartuf, čije stanište je otkriveno u Turopoljskom lugu? Što je potrebno napraviti?
7. Može li crni tartuf Turopoljskog luga biti potencijalni gastro brand? Što je potrebno napraviti?
8. Kada govorimo o Destinacijskoj menadžment organizaciji, da li ste upoznati s time i koje je vaše mišljenje o takvom načinu upravljanja? Tko su dionici, prema Vašem mišljenju, koji trebaju sudjelovati u radu DMO-a?
9. Da li je potrebno razvijati Destinacijski menadžment organizacije za upravljanje kontinentalni/ruralni turizam? Kako bi to izgledalo na primjeru Turopolja? Koja su obilježja destinacije koja bi se turistički promovirala putem DMO?

SAŽETAK

POTENCIJALI TUROPOLJA KAO TURISTIČKE DESTINACIJE

Rad se bavi predstavljanjem potencijala Turopolja kao turističke destinacije, te detektiranjem aktualnih obilježja, ponude i potencijala turističke destinacije Turopolje, kako bi se valorizirala njezina spremnost za turističku ponudu.

Također se utvrđuju aktivnosti i uloga svih dionika u turizmu destinacije Turopolje usmjerenih na proširenje turističke ponude, izgradnju i promociju potencijalnih atrakcija, promociju kulturne baštine i prirodnih ljepota s ciljem postizanja turističke konkurentnosti.

U svrhu istraživanja potencijala Turopolja kao turističke destinacije i ispunjenja cilja rada, autorica je provela strukturirane intervju s predstavnikom Odbora za turizam Hrvatskoga sabora, predstavnicom Turističke zajednice Zagrebačke županije i predstavnicom Turističke zajednice grada Velike Gorice, te se nakon provedenog istraživanja i predstavljenih podataka može zaključiti da je postavljena hipoteza rada potvrđena, odnosno da se Turopolje kao turistička destinacija temelji na snažnom kulturno-povijesnom identitetu i jačanju komponenti destinacijskog upravljanja.

Ključne riječi: Turopolje, turistička destinacija, destinacijska menadžment organizacija

SUMMARY

POTENTIALS OF TUROPOLJE AS TOURIST DESTINATIONS

This work deals with the presentation of the potential of Turopolje as a tourist destination, and the detection of current characteristics, offer and potential of the tourist destination Turopolje, in order to valorize its readiness for the tourist offer.

It also determines the activities and role of all stakeholders in tourism destination Turopolje aimed at expanding the tourist offer, construction and promotion of potential attractions, promotion of cultural heritage and natural beauty in order to achieve tourist competitiveness.

In order to research the potential of Turopolje as a tourist destination and fulfill the goal of the work, the author conducted structured interviews with a representative of the Croatian Parliament's Tourism Committee, a representative of the Tourist Board of Velika Gorica and a representative of the Zagreb County Tourist Board. The set hypothesis of the work was confirmed. Turopolje, as a tourist destination, is based on a strong cultural and historical identity and strengthening the components of destination management.

Keywords: Turopolje, tourist destination, destination management organization

ŽIVOTOPIS

Gordana Kuzmec, rođena Grdenić, 11. listopada 1975. godine u Zagrebu. Osnovnu i Srednju upravnu školu završila je u Velikoj Gorici, te stječe zvanje upravnog i stručnog birotehničkog radnika.

Godine 1994. zapošljava se u Uredu za opće poslove Vlade i Sabora RH, kao daktilograf. 1996. godine se zapošljava u Odboru za gospodarstvo Hrvatskoga sabora, te narednih godina radi i u Odboru za informiranje, informatizaciju i medije, u Uredu potpredsjednice Hrvatskoga sabora, te u Odboru za poljoprivredu kao administrativna tajnica.

Godine 2019., nakon završetka preddiplomskog stručnog studija Poljoprivreda na Visokom gospodarskom učilištu u Križevcima, stječe zvanje bacc. ing. agr., nastavlja raditi u Odboru za poljoprivredu kao viša stručna tajnica.

Iste godine upisuje Specijalistički diplomski stručni studij Menadžment u poljoprivredi na Visokom gospodarskom učilištu u Križevcima.

Tijekom radnog vijeka sudjeluje na Konferenciji o Zajedničkoj poljoprivrednoj politici u Europskom Parlamentu, te u organizaciji međuparlamentarne Konferencije „Uloga parlamenata u oblikovanju budućnosti hrane i poljoprivrede“ 2018. godine u Hrvatskom saboru.

Živi u Novom Čiču kraj Velike Gorice, udana je i majka jednog djeteta.

Gordana Kuzmec, bacc. ing. agr.