

AGROTURISTIČKI POTENCIJALI MOSLAVINE

Čelina, Andrea

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:185:139871>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-27**



Repository / Repozitorij:

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



REPUBLIKA HRVATSKA
VELEUČILIŠTE U KRIŽEVCIMA

Andrea Čelina, studentica

AGROTURISTIČKI POTENCIJAL MOSLAVINE

ZAVRŠNI RAD

Križevci, 2024.

REPUBLIKA HRVATSKA
VELEUČILIŠTE U KRIŽEVCIMA

Stručni prijediplomski studij *Poljoprivreda*

Andrea Čelina, studentica

AGROTURISTIČKI POTENCIJAL MOSLAVINE

ZAVRŠNI RAD

Povjerenstvo za obranu i ocjenu završnoga rada:

- | | |
|--|----------------|
| 1. Dr.sc. Sandra Kantar, prof.struč. stud. | – Predsjednica |
| 2. Dr.sc. Kristina Svržnjak, prof.struč. stud. | – Mentorica |
| 3. Dr.sc. Silvije Jerčinović, prof.struč.stud. | – Član |

Križevci, 2024.

SADRŽAJ

1.	UVOD.....	1
2.	PREGLED LITERATURE	2
2.1.	Ruralni turizam.....	2
2.1.1.	<i>Ruralna turistička destinacija</i>	3
2.1.2.	<i>Profil ruralnog turista</i>	5
2.1.3.	<i>Turizam kao strategija razvoja</i>	6
2.1.4.	<i>Terminologija</i>	8
2.1.5.	<i>Klasifikacija ruralnog turizma</i>	10
2.1.6.	<i>Razvoj turizma na ruralnom području</i>	12
2.2.	Seoski turizam	13
2.3.	Agroturizam.....	14
2.3.1.	<i>Tipologija agroturizma</i>	16
2.3.2.	<i>Turisti u agroturizmu</i>	18
2.3.3.	<i>Vlasnici agroturističkih gospodarstava</i>	19
2.4.	Agroturizam u Hrvatskoj	20
3.	MATERIJAL I METODE	22
4.	REZULTATI I RASPRAVA.....	23
4.1.	Atrakcije u Moslavini	25
4.1.1.	<i>Park prirode Lonjsko polje</i>	26
4.1.2.	<i>Seoski turizam Kezele</i>	27
4.1.3.	<i>Bučijada</i>	28
4.1.4.	<i>Festival igračaka</i>	29
4.1.5.	<i>Božićna priča</i>	30
4.1.6.	<i>Moslavačka vinska cesta</i>	31
4.1.7.	<i>Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju Naftalan</i>	32
4.2.	SWOT analiza Moslavine.....	33
4.3.	Potencijali turističke atrakcije Moslavine	34
5.	ZAKLJUČAK.....	39
6.	LITERATURA	40
7.	SLIKE I TABLICE.....	43
	SAŽETAK	44

1. UVOD

Agroturizam je dio turističke ponude koja se uklopila u koncept turizma. Specifičan je po tome što se kroz agroturizam turistima nudi autohtona ponuda destinacije, što znači da turisti mogu vidjeti, doživjeti, osjetiti, probati gotovo sve što je vezano za kraj u koji su došli. Agroturizmom se bave vlasnici poljoprivrednih gospodarstava koji turistima nude domaću hranu i piće, obilazak gospodarstva, kontakt sa životinjama, uvid u način na koji domaćini žive, rade i brinu se za imanje. Ovakav oblik turizma vrlo je bitan za razvoj područja u kojem se nalazi agroturistički objekt jer svojom ponudom privlači turiste. Pozitivni efekti agroturizma mogu se očitovati kroz ruralni razvoj destinacije, a i šire kao što je ruralni razvoj županije u kojoj se agroturistički objekt nalazi te Republike Hrvatske. Stoga je cilj ovog rada prikazati agroturističke potencijale Moslavine s naglaskom na postojeće i potencijalne turističke atrakcije.

Prema podacima Turističke zajednice Grada Kutine Moslavina raspolaže vinogorjima, a moslavačku vinsku cestu odlikuje ljepota prirodnog krajolika, tradicija vinogradarstva i dobra vina. Na pitomim obroncima Moslavačke gore smještene su brojne vinarije, kleti i seoska gospodarstava gdje se vinogradi uzgajaju još od rimskog doba. Danas se vinogradarstvo temelji na privatnoj inicijativi mnoštva malih i nekoliko većih vinarija pa u tom smislu predstavljaju najveći agroturistički potencijal u istraživanoj regiji.

Rad je koncipiran kroz nekoliko poglavlja i potpoglavlja. U uvodnom dijelu se čitatelja uvodi u tematiku, cilj rada i koncept rada, a u pregledu literature navode se osnovne definicije i podaci vezani uz pojmove ruralni turizam, seoski turizam i agroturizam. Nakon toga slijedi poglavlje Materijal i metode rada koji se temelji na analizi podataka dobivenih iz turističkih zajednica Grada Kutine i turističkih zajednica Bjelovarsko-bilogorske županije. Poglavlje Rezultati istraživanja prikazuje agroturizam Moslavine s naglaskom na glavne atrakcije spomenutog područja koja su poznata kako u Republici Hrvatskoj tako i izvan nje. Zadnje poglavlje je zaključak u kojem se ukratko prikazuju rezultati istraživanja kako bi se dale preporuke za donositelje odluka u agroturizmu.

2. PREGLED LITERATURE

U ovom poglavlju prikazat će se osnovni pojmovi vezani uz istraživanu tematiku kao što je ruralni turizam, seoski turizam i agroturizam.

2.1. Ruralni turizam

Ruralni turizam skupni je naziv za različite aktivnosti i oblike turizma koji se javljaju izvan gradova i onih područja na kojima se razvio masovni turizam, a uvjetovan turističkim atrakcijama koje se nalaze u ruralnom području (Demonja i Ružić, 2010). Najčešća definicija ruralnog turizma je da je to vrsta turizma koji se odvija u ruralnim prostorima. Međutim, Bršćić (2019) naglašava da je navedena definicija u mnogim slučajevima nepotpuna i općenito je teško odrediti konkretniju definiciju koja bi se mogla odnositi na sva ruralna područja te da ruralni turizam uključuje boravak na gospodarstvu te posebne oblike aktivnosti kao što su odmor u prirodi, ekoturizam, pustolovni, sportski, zdravstveni i kulturni turizam, hodanje, penjanje, jahanje, lov, ribolov, edukacija i dr. Osim toga, bitan dio ruralnog turizma je poljoprivreda, proizvodnja u poljoprivredi, ponuda poljoprivrednih proizvoda temeljena na tradiciji, gastronomija temeljena na starim receptima, turistička usluga i svi oni resursi koji su prisutni u ruralnom turizmu.

Svjetska turistička organizacija koncept ruralno turizma sagledava kroz prirodne resurse, ruralno nasljeđe, ruralnom načinu života i ruralnim aktivnostima (slika 1).

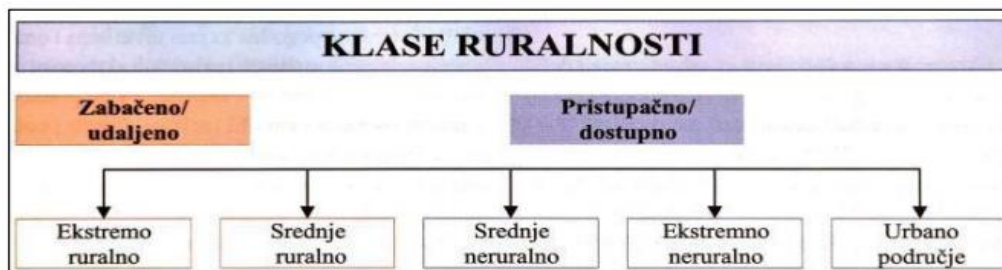


SLIKA 1. KONCEPT RURALNOG TURIZMA

Izvor: Svjetska turistička organizacija (UNWTO), <https://www.unwto.org/>, pristupljeno 30.6.2023.

U Republici Hrvatskoj, ruralni prostor zauzima 91,6% ukupne površine što je vrlo veliki potencijal za razvoj ruralnog turizma (Demonja i Ružić, 2010.).

Ruralno područje može se klasificirati na dva temeljna područja, a to su: klasa ruralnosti (slika 2) prema udaljenosti i prema dostupnosti iako brojne nacionalne vlasti za određivanje i definiranje ruralnog područja najčešće koriste kriterij zasnovan na gustoći naseljenosti stanovništva (Bartoluci i sur., 2015).



SLIKA 2. KLASE RURALNOSTI

Izvor: Page i Connell (2006)

2.1.1. Ruralna turistička destinacija

Turističke destinacije s obzirom na zemljopisno obilježje kategoriziraju se u tri grupacije kao što su to:

- *Morske destinacije* – uključuju primorska odmarališta, prirodne plaže, krstarenje uz obalu, šetnje uz obalu i sl.
- *Ruralne destinacije* – uključuju najčešće jezera i planine, ali i posjet i boravak u zabačenijim seoskim/ruralnim mjestima, odmor i boravak na agroturističkim gospodarstvima, posjete vinogradima i vrtovima, odmor na rijekama i kanalima i sl.
- *Urbane destinacije* – uključuju posjet manjim i većim gradovima (Tubić, 2019)

Ruralna turistička destinacija odnosi se na područja izvan urbanih centara koja nude turističke atrakcije i aktivnosti usredotočene na prirodne ljepote, kulturne tradicije i autentične seoske doživljaje. Takve destinacije sve su popularnije među turistima koji traže mir, prirodu i autentična iskustva daleko od gradske buke jer im pružaju jedinstvena iskustva koja omogućavaju turistima da se povežu s prirodom, uživaju u lokalnoj kulturi i gastronomiji te sudjeluju u aktivnostima koje su autentične i održive. Ruralni prostor zauzima više od 90% hrvatskog teritorija, a najpoznatije ruralne destinacije u Hrvatskoj svakako su Istra, Gorski kotar, Slavonija te već spomenuta Moslavina (Lupilu.hr).

Glavne karakteristike ruralnih destinacija su:

- Mirna sredina
- Odsutnost buke i vibracija
- Očuvani okoliš
- Aktivnosti na otvorenom
- Komunikacija s domaćinima
- Domaća, autohtona hrana
- Upoznavanje seljačkih poslova (Demonja i Ružić, 2010).

Kada se definiraju pojmovi vezani za turističku destinaciju i kada se definira turistička destinacija vrlo je bitno obratiti pažnju i konkretizirati podjelu turističkih destinacija koje su temeljni dio turizma i njegovog funkcioniranja. U tablici 1. prikazani su kriteriji podjele turističkih destinacija prema različitim autorima.

TABLICA 1. KRITERIJ PODJELE TURISTIČKIH DESTINACIJA

Kotler, Bowen, Makens (1999)	Površina Surface	• Makro destinacije • Mikro destinacije	• Macro destinations • Micro destinations
Vukonić (1995)	Struktura resursa Resource structure	• Homogene destinacije (samo jedan resurs) • Heterogene destinacije (više resursa) • Homogeneous destinations (a single resource) • Heterogeneous destinations (more resources)	
Buhalis (2000)	Osnovna atrakcija/veza s geografskom lokacijom Basic attraction/link to geographic location	• Urbane • Primorske • Planinske • Ruralne • Autentične destinacije • Jedinstvene/egzotične/ekskluzivne	• Urban • Littoral • Mountain • Rural • Authentic destinations • Unique/exotic/exclusive
Keller (1998)	Broj integriranih proizvoda Number of integrated products	• Tradicionalne • Lokacijski utemeljene	• Traditional • Location-based
Bieger (2000)	Područje ovisno o strukturi resursa i udaljenosti od mjesta stanovanja Area depending on resource structure and distance from the home location	• Homogene-udaljene • Homogene-bliske domicilu • Heterogene-udaljene • Heterogene-bliske	• Homogeneous-distant • Homogeneous-close to domicile • Heterogeneous-distant • Heterogeneous-close
Sinclair, Stabler (1997)	Percepcija turista Tourists' perception	• Komplementarne • Supstitutivne	• Complementary • Substitutive
Lue, Crompton, Fesenmeier (1993); Hitrec (1995)	Prostorni obuhvat Spatial coverage	• Putovanja u jednu destinaciju • Kružno putovanje s jednom žarišnom destinacijom • Osnovna destinacija (u kojoj turist boravi) te služi za posjet drugima u radijusu osnovne destinacije • Regionalno kružno putovanje; posjet nizu destinacija u regiji • Lančano putovanje; tipični itinerer s posjetom nizu destinacija bez žarišnog odredišta • Single destination trips • Round trip with a single focus destination • Main destination (where tourists stay) that serves to visit other destinations in the radius of the main destination • Regional round trip, visit to several destinations in a region • Chain trip; a typical itinerary including a visit to several destinations without a focus destination	

Izvor: Petrić, 2011

2.1.2. Profil ruralnog turista

Turisti su temeljni dio svake turističke destinacije jer bez njih ne bi bilo niti turizma. Dolaze najčešće radi odmora, rekreacije, zdravlja, studija ili sporta. Ruralni turisti se razlikuju po tome što najčešće posjećuju mjesta kao što su jezera i planine, zabačena ruralna seoska imanja, agroturistička gospodarstva, vinograde, nacionalne parkove te druga slična mjesta. Vjeruju da ruralna područja obilježava sporiji način života nego u urbanim sredinama i žele naučiti više o načinu života na selu u prošlosti i u sadašnjosti, pa samim time žele postati dio lokalne zajednice (Tubić, 2019).

Ruralni turisti i posjetitelji dijele se u različite skupine, među kojima su obitelji koje dolaze radi odmora, sportaši i avanturisti, lovci, ali i ljubitelji gastronomije. Nešto kvalitetnija podjela turista zasigurno je ona koju je objasnila Petrić (2011), po tipu turista, a to su:

- Dnevni posjetitelji
- Posjetitelji na kratkim posjetima
- Obitelji, posebno s malom djecom
- Stariji građani
- Ljudi s posebnim interesima (biciklizam, planinarenje, šetnje, lokalna povijest, gastronomija i enologija i slično)
- Sektor obrazovanja i ostale skupine (škole, vrtići)
- Osobe s posebnim potrebama

Većina turista koji posjećuju Hrvatsku dolazi zbog kulturne baštine, povijesti, prirodnih ljepota i ljudi, želeći osjetiti kulturu i način života lokalnog stanovništva te sudjelovati u većini ponuđenih aktivnosti.

Tako se uz kulturne, gastronomske, zabavne, obrazovne programe na kopnu i moru nude sudjelovanje u poljoprivrednim aktivnostima, a jedna od tih aktivnosti je i sudjelovanje turista u berbi grožđa (slika 3.) što je karakteristično za vinogradarska područja kao što je i Moslavina.



SLIKA 3. RURALNA TURISTICA KOJA SUDJELUJE U BERBI GROŽĐA

Izvor: <https://euractiv.jutarnji.hr/euractiv/hrana-i-poljoprivreda/da-hrvatska-zeli-imala-bi-turizam-cijele-godine-ruralni-turizam-zapostavljeni-dio-ekonomije-bez-strategije-i-interesa-tone-u-propast-9238379>

2.1.3. Turizam kao strategija razvoja

U mnogim državama turizam je glavni izvor prihoda od kojega većina stanovništva živi, pa je tako strategija, odnosno dugoročno planiranje turizma ključna kako bi se ostvarili postavljani planovi, želje ili potreba. Za ostvarivanje prihoda od bilo koje grane, pa tako i turizma, ovisi o tome koliko se u turizam ulaže i koliko ga se razvija i potiče na svim razinama od državne, regionalne i lokalne razine. Budući da neke države imaju raznovrsniju ponudu turističkih atrakcija to im daje značajnu prednost u privlačenju posjetitelja.

Na razvoj turizma uvelike utječe povoljno ekonomsko okruženje, poboljšanje prometne infrastrukture, dostupnost više zračnih linija, kao i pojeftinjenje avionskih karata čime je mobilnost posjetitelja sve veća. U posljednjih nekoliko godina sve više sudionika shvaća važnost ekološke očuvanosti, nastoje se minimizirati negativni utjecaji na prirodu i kulturu, turisti se sve više obrazuju o važnosti zaštite okoliša i teži se tome da razvoj turizma ne prelazi prirodne i društvene granice prihvatljivih promjena (Čavlek i sur., 2011)

Kao primjer lokalne turističke strategije na slici 4. prikazana su osnovna strateška uporišta razvoja turizma grada Klanjca i sve što je uz to vezano kako bi se predočilo koliko je strategija bitna i kako se ona radi i provodi.

Strateška uporišta razvoja turizma Klanjca proizlaze iz analitičke faze dokumenta te se mogu sažeti u 6 ključnih uporišta

Strateška uporišta razvoja turizma Klanjca



SLIKA 4. STRATEŠKA UPORIŠTA RAZVOJA TURIZMA KLANJCA

Izvor: Horvath, HTL, (2020)

Na slici 5. prikazane su smjernice razvoja temeljne politike i načela na kojima će se graditi turistički identitet grada Klanjca.

Strateške smjernice razvoja predstavljaju osnovne politike i načela na kojima će se graditi turistički identitet Klanjca

KULTURA I UMJETNOST – KLJUČNI FOKUS RAZVOJA

Ključno područje razvoja na kojem će Klanjec izgraditi svoju poziciju na turističkom tržištu su kultura i umjetnost. Iako raznolika resursna osnova pruža mogućnost razvoja i drugih turističkih doživljaja, radi ograničenih financijskih i kadrovskih resursa Klanjec mora najveći dio svojih kapaciteta usmjeriti na navedeni segment ponude u kratkom i srednjem roku. U tom smislu, potrebno je osmisliti i implementirati *quick-win* aktivnosti kroz koje će turistički proizvod Klanjca ostvariti najznačajniji kvalitativni napredak. Također, na području razvoja kulture i umjetnosti, Klanjec mora značajno unaprijediti i diversificirati trenutni kulturni proizvod, primarno u kontekstu odmaka od statičnosti ponude te implementacije digitalnih rješenja u interpretaciju resursa kulture i povijesti na interaktivan i dinamičan način. Jasna orijentacija Klanjca razvoju kulture i umjetnosti pozitivno će utjecati i na stvaranje sinergija među dionicima koji su uključeni u proces razvoja.

UNAPRIJEDENJE KONKURENTNOSTI UKUPNOG TURISTIČKOG PROIZVODA

Jedan od glavnih ciljeva razvoja turizma Klanjca je unaprijeđenje konkurentnosti ukupnog turističkog proizvoda – primarno kulture i umjetnosti, a potom aktivnog odmora i enogastronomije. Kako bi se konkurentnost proizvoda unaprijedila, ključna su ulaganja u proizvodnu infrastrukturu i prateće razvojne inicijative. S obzirom na već ranije spomenute nedostajuće financijske i kadrovske kapacitete, Klanjec će u narednom razdoblju za financiranje projekata morati koristiti EU i fondove na državnoj razini. Sredstva će biti potrebno ulagati u nedostatke u turističkom lancu vrijednosti, što osim već započetih projekata interpretacije kulturno-povijesne baštine podrazumijeva i ulaganja u sadržaje aktivnog odmora (npr. staze, šetnice i vidikovci) te enogastronomije. S druge strane, unaprijeđenje konkurentnosti bit će rezultat i podizanja kvalitete usluga u ugostiteljskim objektima u onom dijelu gdje trenutno ista nije na zadovoljavajućoj razini.

VALORIZACIJA BLIZINE TRŽIŠTA I SNAŽNIH DIONIKA

Klanjec, uz Tuhelj i Veliko Trgovišće, čini područje kojim u turističkom smislu upravlja TZP Biser Zagorja. Na navedenom se području ostvaruje više od 40% turističkog prometa Županije. U narednom je razdoblju, kroz niz aktivnosti TZ-a područja, potrebno osigurati kapitalizaciju turističkog prometa koji se ostvaruje u Tuheljskim toplicama te na taj način utjecati na unaprijeđenje pokazatelja poslovnih performansi turističkog sektora Klanjca. S druge strane, pri razvoju turističkih doživljaja Klanjca, u obzir je potrebno uzeti i činjenicu kako se u blizini destinacije nalazi potentno tržište grada Zagreba. U tom je smislu, fokus potrebno postaviti na stvaranje doživljaja koji će svojim sadržajem predstavljati snažan motivacijski faktor za vikend posjetitelje koji već tradicionalno borave na području Zagorja. Kroz razvoj proizvoda potrebno je osmišljavati sadržaje atraktivne na međunarodnom tržištu koje već sada prepoznaje atraktivnost Klanjca.

SLIKA 5. SMJERNICE RAZVOJA I NAČELA ZA TURISTIČKI IDENTITET KLANJCA

Izvor: Horvath, HTL (2020)

2.1.4. Terminologija

Često se događa da se u terminologiji izjednačuju pojmovi ruralni, seoski i agroturizam. No, ako se krene od pojma ruralni turizam prije svega se treba spomenuti kako je termin „ruralni“ ustvari tuđica.

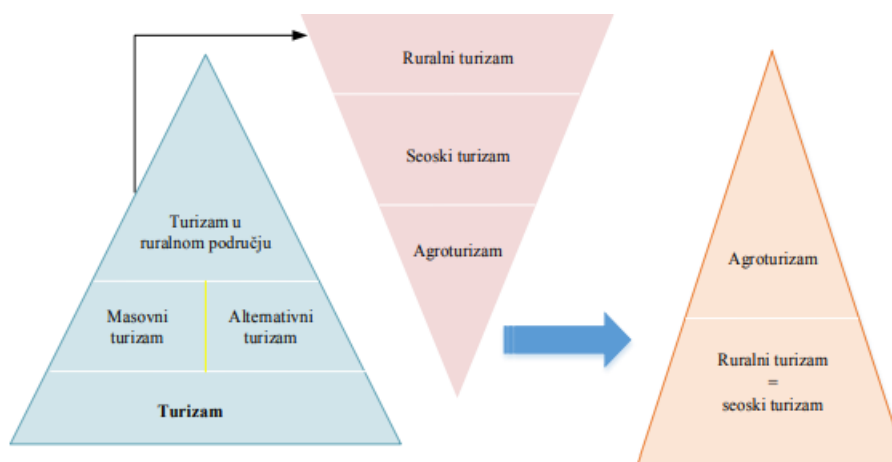
Spomenuti izbor tuđice *ruralni* u stručnim tekstovima poglavito se temeljio na autonomiji izbora stručnog nazivlja, ali i u činjenici da u hrvatskom jeziku ne postoji odgovarajući naziv za cjelokupni izvangradski, koji bi naglašavao razliku između dijela naseljenog (seoskog) prostora i cjelokupnog izvangradskog. Na europskoj razini afirmirali su se stručni termini temeljeni na korijenu riječi *rural* (Demonja i Ružić, 2010).

Činjenica je kako se poimanje ruralnog turizma razlikuje u zemljama Europe, pa je tako npr. u Sloveniji ključni oblik ruralnog turizma zapravo obiteljsko domaćinstvo, dok su u Mađarskoj to usluge i aktivnosti koje se nude u ruralnom ambijentu. Svaka država ima svoju definiciju i klasifikaciju ruralnog turizma, a ovisi o uvjetima pojedine države te mogućnostima i resursima na kojima se ruralni turizam gradi, razvija i unaprjeđuje (Ružić, 2009).

Ipak, zajednički ključni elementi ruralnog turizma u svim europskim zemljama su:

- Ruralno okruženje/mirna sredina
- Očuvani okoliš
- Smještaj u tradicionalnim seoskim domaćinstvima
- „Bed & Breakfast“ ili smještajne jedinice sa mogućnošću samostalne pripreme hrane
- Komunikacija sa domaćinima
- Tradicionalna ruralna gastronomija
- Eksterne usluge (aktivnosti u ruralnom okruženju, gastronomija, kulturno povijesna baština, itd)

Na slici 6. Prikazana je razdioba tri ključna pojma ruralnoga turizma, no o samim pojmovima će se objasniti više u idućim potpoglavljima.



SLIKA 6. RAZDIOBA TRI KLJUČNA POJMA RURALNOGA TURIZMA

Izvor: Tubić, D. (2015) Model razvoja ruralnoga turizma Kontinentalne Hrvatske

Ruralni turizam je najširi pojam koji sadržava sve turističke aktivnosti i usluge koje se odvijaju unutar ruralnog područja, odnosno obuhvaća spektar pojavnih oblika turizma, kao što su primjerice seoski turizam, zdravstveni turizam, lovni i ribolovni turizam, kulturni turizam, vjerski turizam, etno i gastro turizam, avanturistički turizam, eko turizam, sportski turizam, kamping turizam, nautički turizam, obrazovni i zavičajni turizam i dr. (Baćac, 2011).

Seoski turizam užiji je oblik od ruralnog turizma, a istovremeno širi pojam od agroturizma. Zapravo to je vrsta turizma čija je turistička ponuda vezana za ambijentalnost sela i njegove uže okolice te prateće tradicionalne aktivnosti (Baćac, 2011).

Agroturizam oblik turizma koji se odvija na poljoprivrednim gospodarstvima i pruža autentično iskustvo seoskog života, omogućuje turistima da uče o tradicionalnim metodama poljoprivrede i uživaju u domaćim proizvodima i lokalnoj kuhinji (Baćac, 2011).

2.1.5. Klasifikacija ruralnog turizma

Iz Hrvatske enciklopedije može se iščitati kako je klasifikacija, postupak razvrstavanja, vrlo bitna jer se njome konkretizira područje odnosno grana, u ovom slučaju ruralni turizam, te ga se smješta tamo gdje treba biti i gdje pripada. Klasifikacijom se konkretizira stvar, grana, pojava i profesija u cilju pojašnjenja i definiranja.

Kako saznajemo od Ružića (2009) atraktivnosti i aktivnosti koje pruža ruralni turizam privlače turiste, a uvelike se razlikuju od urbanog turizma. Najčešće spominjane ruralne aktivnosti su:

- Ture – pješaćenje, pješačke staze, prirodni parkovi, fitness staze, jahanje, ture u kampkućici, motociklizam, biciklizam, trčanje na skijama i sl.
- Aktivnosti na vodi – ribolov, plivanje i boravak na rijekama ili jezerima, kanu i rafting, windsurfing i sl.
- Aktivnosti u zraku – mali zrakoplovi, jedrilice, hang-gliding, balon na topli zrak
- Sportske aktivnosti – tenis, golf, spuštanje i penjanje po stijenama
- Avanturističke aktivnosti – lokalna proizvodnja, poljoprivredna poduzeća
- Kulturne aktivnosti – arheologija, područja pod restauracijom, tečajevi ručnog rada, radionice, folklorne grupe i sl.
- Aktivnosti zdravstvenog karaktera – fitness treninzi, zdravstvene pogodnosti

U tablici 2. može se vidjeti detaljna podjela, te ujedno i razlika u aktivnostima ruralnih i urbanih područja.

TABLICA 2. OECD-OVE AKTIVNOSTI NA RURALNOM I URBANOM PODRUČJU

AKTIVNOSTI	
RURALNE	URBANE
1. Pješaćenje	1. Plivanje
2. Penjanje	2. Odmor na plaži niskog ili srednjeg intenziteta
3. Avanturistički odmor	3. Skijanje ili spust srednjeg intenziteta
4. Kanuing	4. Sportovi koji zahtijevaju umjetnu infrastrukturu poluprirodnog tipa, npr. golf
5. Rafting	5. Gastro-turističke aktivnosti
6. Skijaško trčanje	6. Aktivnosti motivirane nasljeđem
7. Hodanje na krpeljama	7. Obrazovanje
8. Skijanje ili spust niskog intenziteta	8. festivali kulture
9. Istraživanje prirode na otvorenom prostoru, uključujući promatranje ptica, fotografiju itd.	9. Uživanje upoznavanja zanata i obrta
10. Lov	10. Kampiranje
11. Biciklizam	11. Organizirani obilasci i razgledavanje
12. Jahanje	12. Konferencije/konvencije malih i srednjih razmjera
13. Uvažavanje krajolika/pejzaža	13. Jedrenje/krstarenje
14. Proučavanje ruralnog naslijeđa	14. Morski ribolov
15. Obilazak malih gradova i sela	
16. Opuštanje i odmor	
17. Manifestacije/konferencije malih razmjera	
18. Ruralni festivali	
19. Ribolov na rijekama, jezerima i kanalima	
20. Sportovi koji zahtijevaju prirodna okruženja	

Izvor: Tubić, D. (2019) Ruralni turizam

2.1.6. Razvoj turizma na ruralnom području

Razvoj ruralnog turizma na ruralnom području povezuje se s pojavom širokog prihvaćanja pojma „pejzaž“. Obilježava ga vremensko razdoblje gdje selo postaje novi objekt interesa bogatim društvenim klasama. Krajem 18. stoljeća, u vremenskom razdoblju *Velikih putovanja po Europi*, odnosno Grand Toura, odlazak na ruralna područja prestaje biti privilegija aristokracije, tako da se u ista uključuju bogata i srednja klasa čiji su odlasci na selo temeljeni kao model orijentacije na prirodu (Tubić, 2019).

Kroz povijest vremena se mijenjaju navike turista, isprepleću se interesi, a u cilju zadovoljenja vlastitih potreba, želja, novih znanja i drugog. To znači da se s vremena na vrijeme mijenjaju navike odlaska na određene destinacije kao na primjer odlazak u destinacije koje su u priobalju, u unutrašnjosti, odlazak u gradove, odlazak na selo i drugo.

U jednoj od prvih definicija iz 1905. godine, turizam se opisuje kao pojava modernoga doba, izazvana povećanom potrebom za odmorom i promjenom klime, probuđenim i njegovanim smislom za ljepote krajolika, radosti i užitak boravka u slobodnoj prirodi (Hrvatska enciklopedija, 2021).

Današnji turisti imaju različite zanimacije, želje i potrebe, a to znači da određeni posjetitelji kombiniraju u jednom odmoru od 7-10 dana odlazak na različite destinacije u kojima može biti kombinacije ruralnog, urbanog turizma, svaki zasebno ili izmijenjeno u intervalima. Kao što se može vidjeti jednostavno nema pravila niti neke šablone prema kojoj se turisti ponašaju. Pogotovo kada se radi o turistima koji dolaze iz dalekih zemalja jer oni žele u kratko vrijeme posjetiti i vidjeti što je više toga moguće, dok turisti koji su bliže znaju se usredotočiti na jedno područje pri svakom dolasku. Današnji trend „zdravog života“ u turističkom smislu znači da se javlja ponovna težnja koja se potvrđuje željama za susretom sa selom, ali s povećanim naglaskom na široki ruralni prostor i divlju prirodu (Ružić, 2009).

2.2. Seoski turizam

Baćac (2011) objašnjava kako je seoski turizam uži oblik od ruralnog turizma, a istovremeno širi pojam od agroturizma. Oblik turizma zapravo je fokusiran na boravak turista u ruralnim područjima, pružajući im autentično iskustvo života na selu i jedinstvena je prilika za bijeg od užurbanosti gradskog života i uživanje u autentičnom ruralnom iskustvu.

Prednosti seoskog turizma:

- Ekološka održivost: Promiče zaštitu okoliša i očuvanje prirodnih resursa
- Ekonomija: Prihod za lokalno stanovništvo, stvaranje novih radnih mjesta i podrška lokalnoj ekonomiji
- Socijalna održivost: Povezivanje zajednice, jačanje društvenih veza i edukacija o važnosti očuvanja kulturne i prirodne baštine
- Kulturna baština: Očuvanje i promocija lokalnih običaja, tradicija i kulturnih vrijednosti

Glavne značajke seoskog turizma u Moslavini su:

- Autentičnost: Turisti imaju priliku doživjeti svakodnevni život na selu, sudjelovati u poljoprivrednim aktivnostima, upoznati lokalne običaje i tradicije
- Priroda: Moslavina je bogata prirodnim ljepotama, uključujući Moslavačku goru, šume, rijeke i jezera. Ovo područje idealno je za aktivnosti na otvorenom kao što su planinarenje, biciklizam i ribolov
- Gastronomija: Seoski turizam nudi degustaciju domaćih proizvoda, uključujući svježe voće i povrće, domaći med, rakije, te poznata moslavačka vina
- Kultura i baština: Posjetitelji mogu istraživati povijesne lokalitete, dvorce, stare crkve i etnografske muzeje koji prikazuju život i običaje Moslavine kroz povijest.

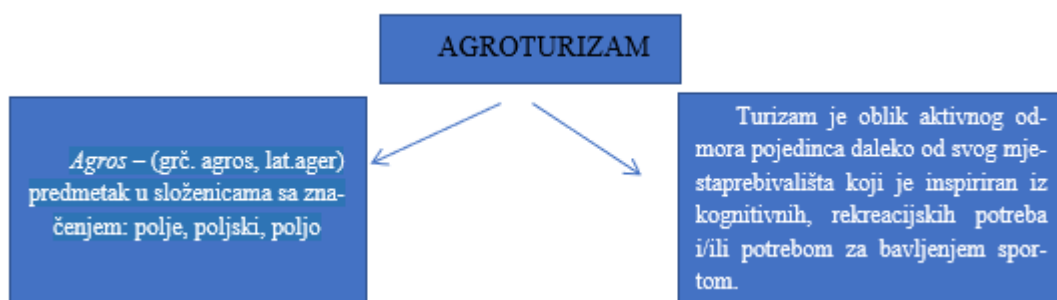
Moslavina, smještena u središnjoj Hrvatskoj, poznata je po svojoj bogatoj prirodnoj i kulturnoj baštini, vinogradima, šumama i tradicionalnoj kuhinji., pa je tako „pun pogodak“ nazivati ju pretečom seoskog turizma. Jedna od najpoznatijih mjesta seoskog turizma u Moslavini su zasigurno Popovača, Garešnica, Čazma i Voloder.

Popovača, koja je poznata po vinogradima i vinskim cestama, odlično je mjesto za ljude koji žele obići vinske podrume, degustirati vina pa čak i sudjelovati u berbi grožđa. U Garešnici se nalazi nekoliko obiteljskih gospodarstava koja nude smještaj, ali i aktivnost poput jahanja. Po prirodnim ljepotama i ruralnom ambijentu poznata je Čazma, a u srcu Moslavine smješten je Voloder, poznat po manifestaciji Voloderske jeseni.

Aktivnosti koje se mogu konzumirati kroz seoski turizam Moslavine su biciklizam, planarenje, lov i ribolov, uz kulturne festivale i edukativne radionice zasigurno su jedni od najvažnijih čimbenika koji privlače turiste (Turistička zajednica Sjeverna Moslavina, 2011).

2.3. Agroturizam

Agroturizam je oblik turizma koji se odvija na poljoprivrednim gospodarstvima i omogućuje turistima sudjelovanje u poljoprivrednim aktivnostima. Kao što je već napomenuto to je najuži oblik turizma, ali također uključuje aktivnosti kao što su berba voća, hranjenje životinja, vođenje radionica o tradicionalnim metodama poljoprivrede, proizvodnja domaćih prehrambenih proizvoda kao što su vino ili maslinovo ulje. Na slici 7. prikazana je etimologija riječi agroturizam.



SLIKA 7. ETIMOLOGIJA RIJEČI AGROTURIZAM

Izvor: Sznajder i sur. (2009)

Funkcije agroturizma mogu se promatrati kao pozitivne ili negativne te se tada mogu razlikovati kao one povezane s prihodom, zapošljavanjem, očuvanjem prirode, korištenjem postojećih objekata, rekreacijom i edukacijom stanovništva u urbanim i ruralnim područjima (Tubić, 2019).

Funkcije turizma mogu biti soci-psihološke, ekonomske te prostorne i okolišne što je opširnije prikazano u tablici 3.

TABLICA 3. PODJELA FUNKCIJA AGROTURIZMA

FUNKCIJE AGROTURIZMA		
Socio-psihološke	Ekonomske	Prostorne i okolišne
<ul style="list-style-type: none"> - Stjecanje novih vještina - Upoznavanje ljudi - Oživljavanje i očuvanje ruralne tradicije - Obrazovanje 	<ul style="list-style-type: none"> - Dodatne usluge smještaja - Dodatno zaposlenje - Dodatni izvor prihoda - Izvor prihoda za lokalnu zajednicu - Prevladavanje ekonomske recesije - Promocija socio-ekonomskog razvoj 	<ul style="list-style-type: none"> - Pобољшanje (očuvanje) okoliša i zaštite prirode - Razvoj lokalne infrastrukture - Povećanje vrijednosti kuća - Korištenje resursa - Zaustavljanje migracija iz ruralnih područja

Izvor: Yang (2017) From holl area to livable rural area

2.3.1. Tipologija agroturizma

Baćac (2011) objašnjava kako agroturizam zapravo predstavlja tip turističkog seoskog obiteljskog gospodarstva kod kojega je osnovna aktivnost (djelatnost) poljoprivredna proizvodnja, dok turističke usluge smještaja i prehrane gostiju čine dodatnu aktivnost. Također, u cilju pružanja aktivnog odmora gostima te maksimalnog iskorištavanja turističkog potencijala, pored osnovnih ugostiteljskih usluga smještaja i prehrane, na gospodarstvu se mogu organizirati i ostale turističke usluge odnosno aktivnosti. Budući da vlasnik najčešće sa svojom obitelji živi na samom gospodarstvu za turističke usluge koristi višak prostora gospodarstva, pa je tako gost u stalnoj i izravnoj interakciji sa domaćinom i njegovom obitelji tijekom posjeta gospodarstvu. Na taj način iz prve ruke ima mogućnost upoznati se s običajima, tradicijom, načinom i kulturom življenja, ali i proizvodnjom tipičnih proizvoda tog gospodarstva.

Agroturizam, kako navodi Baćac, možemo podijeliti na tri podvrste gospodarstva:

-Prva podvrsta (otvoreni tip)

- Usluge prehrane izletnicima i grupama (maks. 80 osoba)

-Druga podvrsta (otvoreni tip)

- Usluge smještaja i prehrane gostima na smještaju (maks. 20 osoba na gospodarstvu/60 osoba u kampu), usluge prehrane izletnicima i grupama

-Treća podvrsta (zatvoreni tip)

- Smještaj i usluge prehrane samo za goste na smještaju (maks. 20 osoba na gospodarstvu/60 osoba u kampu)

Tubić (2019) prikazuje najčešće primjenjivani kriterij podijele agroturizma temeljen na:

- Obilježjima agroturizma
- Karakteristikama agroturizma
- Sadržaju agroturističke ponude
- Pruženim uslugama i komforu objekta za odmor
- Tržišnom (marketinškom) tipu gospodarstva
- Prirodi interakcije između turista i poljoprivrede i stupnju turističkog doživljaja

Tubić (2019) pokazuje kako jednostavnu kategorizaciju potencijalnih agroturističkih aktivnosti možemo podijeliti na: usjeve, stočarstvo i strojeve, te objekte i korištenje zemlje, dok se detaljna kategorizacija može raščlaniti na:

- Izravna prodaja svježih proizvoda ili proizvoda s dodanom vrijednošću
- Noćenje
- Demonstracije i izložba
- Rekreacija uz plaćanje pristojbe
- Iskustva iz prakse, prve ruke
- Ture
- Čista zabava
- Festivali i manifestacije
- Iznajmljivanje i koordinacija objekata
- Ostale ugostiteljske usluge

Baćac (2011) objašnjava kako se agroturizam može podijeliti i na različite marketinške tipove ovisno o objektima koje gospodarstva mogu ponuditi, odnosno o smještaju:

- Kušaonica
- Ruralna kuća za odmor
- Ruralni B&B – noćenje s doručkom
- Ruralni obiteljski hotel
- Ruralni kamp
- Ruralno kamp odmorište

Tradicionalni i moderni tip agroturizma prema značajkama konstitutivnih elementa turističkog tržišta može se prikazati kroz usporedbu. Takav način prikazuju Ohe i Ciani (2012), a što se može vidjeti u tablici 4. koja prikazuje usporedbu tradicionalnog i modernog tipa agroturizma prema značajkama kao što su ponuda, potražnja i tržište. U tablici 4. prikazana je usporedba tradicionalnog i modernog tipa agroturizma.

TABLICA 4. USPOREDBA TRADICIONALNOG I MODERNOG TIP A AGROTURIZMA

ZNAČAJKE	TRADICIONALAN	MODERAN
– Ponuda	– Korištenje neaktivnih resursa i radne snage – Niska kvaliteta usluge – Niska razina upravljačkih vještina	– Multifunkcionalno korištenje – Visoka kvaliteta usluge – Visoka razina upravljačkih vještina
– Potražnja	– Derivirana – Niska razina potreba	– Izvorna – Visoka razina potreba
– Tržište	– Tržište u opadanju	– Rastuće tržište
– Primjer	– Smještaj za skijaše	– Agroturizam

Izvor: Ohe, Y., Ciani, A. (2012) Accessing demand characteristics of agritourism

Potražnja u tradicionalnom tipu agroturizma je derivirana/sekundarna te turisti imaju nisku razinu potreba, odnosno ne očekuju visoku razinu kvalitete i imaju tendenciju da će biti zadovoljni s jeftinijim proizvodom i uslugama (Tubić 2019).

Nositelji ponuda nemaju poticaj za poboljšanje kvalitete kroz integraciju poljoprivrednih i turističkih aktivnosti te poslovanje mogu voditi s niskom razinom upravljačkih vještina (Ohe i Ciani, 2012).

2.3.2. Turisti u agroturizmu

Stvaranje profila je bitno zbog stvaranja ponude koja će ih privući. Nakon toga ciljano se može kreirati ponuda, a tada je jednostavnije i kreiranje određene cijene za tu ponudu.

U agroturizmu je složena situacija glede stvaranja određenog profila turista jer postoji neujednačena segmentacija ruralnog turizma što se moglo vidjeti u jednom od prošlih poglavlja uz što ide veliki broj definicija i mišljenja (Brščić, 2019).

Najčešće korišteni segmentacijski kriteriji prilikom analize profila turista vezani su za sociodemografske, motivacijske, psihološke i ekonomske karakteristike, uz naznaku da izbor i primjena istih u istraživačkoj analizi isključivo ovisi o afinitetima i sklonostima autora, bilo da je riječ o državi, instituciji, akademskoj zajednici, nositeljima ponude i ostalim inim dionicima (Tubić, 2019; Tubić, 2010).

Budući da je agroturizam u posljednjih pedesetak godina postao svjetski globalni fenomen zbog promjene izazvane globalizacijskim procesima, pojačan je interes sve većeg broja turista za upoznavanjem različitih zemalja, novih kultura, lokalnih običaja i načina života,

potrebno je razlikovati profil agroturističkog turista kako bi turističke destinacije lakše mogle osmisliti nove, inovativne i kvalitetne turističke proizvode temeljene na autohtonosti resursne osnove, tradiciji i u skladu s načelima održivog razvoja (Bosnić, 2011). Podjelu profila agroturista može se prikazati s obzirom na:

- a) Starosna dob
- b) Obrazovanje
- c) Prihod
- d) Životni stil

2.3.3. Vlasnici agroturističkih gospodarstava

Vlasnici agroturističkih gospodarstava ključni su igrači u ruralnom turizmu zbog autentičnih iskustva koja nude. Vlasnici povezuju turiste s prirodom, lokalnom kulturom i tradicionalnim načinom života pa su zbog toga od ključne važnosti za turizam. Najčešće su to poljoprivrednici koji su proširili svoje djelatnosti, a samim time uključili i turističke usluge, poput smještaja, prehrane i organiziranja aktivnosti poput vođenja po farmi, sudjelovanja u poljoprivrednim radovima, te degustacija domaćih proizvoda (Krajnović i sur., 2011).

Sposobnosti vlasnika, odnosno kombiniranje tradicionalne poljoprivrede s turističkom ponudom koja će privući posjetitelje utječe na uspjeh agroturističkog gospodarstva. Vlasnici moraju biti kreativni i fleksibilni, prilagođavajući se tako tržišnim trendovima i potrebama svojih gostiju. Marketing, upravljanje resursima i usklađivanje sa zakonodavnim okvirima koji reguliraju turističku djelatnost samo su neki od bitnih stavki koje moraju biti zadovoljene, pa su tako vlasnicima nerijetko potrebne određene razine poslovnih vještina. Često vlasnici naglašavaju važnost očuvanja okoliša i održivosti u svom poslovanju, što doprinosi dugoročnoj atraktivnosti njihovih ponuda. Također, igraju važnu ulogu u očuvanju i promociji lokalne kulture i tradicija kroz turističku ponudu. (Tubić, 2019.)

2.4. Agroturizam u Hrvatskoj

Hrvatski turizam vrlo je bogat i raznolik te nudi velike mogućnosti kroz različite oblike ponude. Uz sve to Hrvatska ima vrlo povoljan geopolitički položaj te je klima koja se izmjenjuje kroz četiri godišnja doba vrlo privlačna turistima koji dolaze. Vrlo visoko kotira u svijetu i nudi raznovrsnu ponudu kao što su autohtona jela, kultura i aktivnosti što ju svrstava u sami vrh svjetskog turizma¹.

Ruralni turizam se u Hrvatskoj mjestimično počeo razvijati još početkom 1990-ih, a sustavno od 1995. godine na inicijativu Ministarstva turizma Republike Hrvatske koje je poduzelo brojne inicijative i prve aktivnosti vezane za obilazak ruralnog područja, prikupljanje informacija i edukacije inicijatora, drugim riječima, pokrenut je niz nužnih akcija za razvoj turističkih seoskih gospodarstava (Tubić, 2019).

Ruralni turizam u Hrvatskoj sustavno se razvijao u dvije faze kao što su to:

- Prva faza - Od 1995. do 1999. godine,
- Druga faza - Od 2003. do 2004. godine.

Prva faza koja je trajala od 1995. do 1999. godine bila je faza kada je donesen nacionalni program „*Razvoj malog i srednjeg poduzetništva u turizmu s naglaskom na održivi razvoj u ruralnom prostoru*“.

Druga faza započinje 2003. i traje do početka 2004. godine uz aktivnosti koje provodi Vlada Republike Hrvatske kroz resore poljoprivrede i turizma.

Ono što je drugačije u Hrvatskoj u odnosu na neke druge države koje se bave agroturizmom jest to da Hrvatska nema nacionalno udruženje za agroturizam ili za ruralni turizam, već se prema regijama ili županijama prema određenim inicijativama taj dio regulira. S obzirom na sva bogatstva krajolika još uvijek ima mjesta za napredak i kreiranje ponude koja se može dobiti isključivo u Hrvatskoj.

Republika Hrvatska veliku važnost pridaje agroturizmu i njegovom napretku, pa su tako u vidu olakšavanja, potpore te suradnje osnovane mnoge institucije. Jedne od najbitnijih su dakako Hrvatska obrtnička komora, Turističke zajednice županija, Upravni odjeli za turizam i gospodarstvo (Balić, 2021), ali i Zajednica ruralnog turizma Hrvatske gospodarske komore osnovana u svibnju 2008. godine, te Zajednica turističkih seljačkih obiteljskih gospodarstava Hrvatske gospodarske komore osnovana još 1995. godine (Grgić i sur., 2015).

¹ Wikipedia, https://hr.wikipedia.org/wiki/Turizam_u_Hrvatskoj

Osim institucionalnih ograničenja javljaju se ograničenja i nedostaci na samim agroturističkim gospodarstvima, a neka od najčešćih su (Zrakić i sur., 2015):

- Prosječno visoka starosna dob članova obitelji,
- Nedovoljna razvijena prometna i komunalna infrastruktura,
- Slaba prometna povezanost,
- Čekanje da se pokrenu projektni natječaji za razvoj agroturizma,
- Broj gostiju ovisi o sezoni te financijama posjetitelja,
- Nedostatak radne snage,
- Nedostatak investicija,
- Nepostojanje marketinške komunikacije.

3. MATERIJAL I METODE

U radu su analizirani osnovni podaci o agroturističkim atrakcijama u Moslavini i opisane su njihove glavne značajke, a informacije su prikupljene iz Turističke zajednice Grada Ivanić-Grad, Turističke zajednice Grada Kutine i Turističke zajednice Bjelovarsko-bilogorske županije.

Za analizu sadašnjih i potencijalnih agroturističkih atrakcija te objašnjenja osnovnih pojmova za potrebe ovog rada, također su korišteni i drugi izvori podataka kao što su knjige, stručni i znanstveni članci, strateški dokumenti i internet izvor navedeni u drugom i četvrtom poglavlju.

Osim navedenoga, u radu je korištena i SWOT analiza koja omogućava detaljan uvid u snage, slabost, prilike i prijetnje agroturizma u Moslavini. U stvari, SWOT analiza predstavlja akronim engleskih riječi snage (Strengths), slabosti (Weaknesses), prilike (Opportunities) i prijetnje (Threats) te je najpoznatija i najviše rabljena metoda za analizu i sažimanje ključnih problema iz poslovne okoline i stratejskih sposobnosti organizacije s potencijalnim utjecajima na razvoj strategije. Ona se tijekom vremena dokazala kao najtrajnija analitička tehnika koja se rabi u stratejskom menadžmentu (Sikavica i sur., 2008).

4. REZULTATI I RASPRAVA

Moslavina je dio Središnje Hrvatske, a uklapa se kao mikroregija koja je podijeljena u tri županije (slika 8), a to su:

- **Zapadna Moslavina** u Zagrebačkoj županiji (općine kloštar Ivanić, Križ, Ivanić Grad)
- **Središnja Moslavina** u Sisačko-moslavačkoj (općine Velika Ludina, Lipovljani, Hercegovac i Velika Trnovitica, gradovi Popovača, Kutina i Garešnica)
- **Sjeverna Moslavina** u Bjelovarsko-bilogorskoj (općina Dubrava i grad Čazma)



SLIKA 8. POLOŽAJ MOSLAVINE U ODNOSU NA DRUGE ŽUPANIJE

Izvor: Moslavina info (2020) Geografsko područje – Moslavina

Sva navedena područja Moslavine imaju svoje turističke specifičnosti i mogućnosti za razvoj agroturizma koji bi se u budućnosti mogao vrlo dobro razvijati zbog toga što je Moslavina već prepoznata po nekoliko turističkih atrakcija kao što su Park prirode Lonjsko polje, Seoski turizam Kezele, Bučijada, Festival igračaka, Božićna priča, Moslavačka vinska cesta te Naftalan, specijalna bolnica.

Udruge, odnosno turističke zajednice, jedne su od najzaslužnijih za promicanje i unaprjeđenje turizma. Njihove glavne funkcije uključuju organizaciju i promociju turističkih manifestacija, očuvanje i predstavljanje kulturne i prirodne baštine, poticanje razvoja turističke infrastrukture, te promociju lokalnih proizvoda i usluga. One surađuju s lokalnim poduzećima, kulturnim ustanovama i drugim dionicima kako bi privukle posjetitelje i potaknule gospodarski razvoj kroz turizam. Turističke zajednice djeluju na lokalnoj, regionalnoj, i nacionalnoj razini, a financiraju se uglavnom iz turističke pristojbe i članarina. Najbitnije turističke zajednice koje obuhvaćaju područje Moslavinu su:

- Turistička zajednica Grada Ivanić Grad
- Turistička zajednica Grada Kutine
- Turistička zajednica Bjelovarsko-bilogorske županije.

Turistička zajednica Grada Ivanić Grad

Turistička zajednica Grada Ivanić-Grada (TZIG) usmjerena je na promociju i razvoj turizma kroz različite manifestacije, kulturne i prirodne znamenitosti, te lokalnu gastronomiju. Grad je poznat po događanjima kao što su Bučijada, Škrletovo, i Ljeto u Ivaniću, koja privlače mnoge posjetitelje. TZIG također promovira biciklističke i pješačke rute, wellness ponude, te tradicionalne smještajne kapacitete. Poseban fokus stavlja se na autohtone proizvode i sezonske aktivnosti.

U Ivanić Gradu možemo pronaći raznolik smještaj, kao što su seoska imanja, kuće za odmor, hotel, ali i bolnica. Raznovrsna je to ponuda pa je tako grad, odnosno smještaj prilagođen raznim tipovima turista.

Doživljaji i manifestacije koje nam grad nudi također su odlična stvar za privlačenje turista koji žele vidjeti i probati nešto novo, nešto drugačije.

Turistička zajednica Grada Kutine

Turistička zajednica Grada Kutine (TZGK) nudi nam različite destinacije i atrakcije. Najzanimljivije destinacije zasigurno su Park prirode Lonjsko polje, jedno od najvećih i najbolje očuvanih močvarnih područja u Europi, ali i Moslavačka gora kojom je okružena Kutina. Te dvije destinacije privlače pregršt turista koji su ljubitelji prirode. Grad je također poznat po svojoj industriji, posebno po rafineriji nafte, ali i po bogatoj kulturnoj baštini i vinogradima koji su dio Moslavačke ceste.

Turistička zajednica Grada Kutine također ima puno različitih smještaja, pa tako turisti mogu birati između hotela i hostela, seoskih domaćinstava te soba i apartmana.

Turistička zajednica Bjelovarsko-bilogorske županije

Turistička zajednica Bjelovarsko-bilogorske županije (TZBBZ) obuhvaća razne gradove i općine. Uz najpoznatije gradove županije, Bjelovar, Daruvar i Čazmu, županija nudi bogate prirodne resurse vezane uz Bilogorsku i Papučku planinu, ali i kulturno-povijesne atrakcije poput dvoraca, crkava, muzeja, galerija i povijesnih spomenika. Uz to, ova županija nudi i sportske atrakcije kao što su bazeni, konjički klubovi, biciklizam i dr. Ova turistička zajednica surađuje s lokalnim zajednicama i poduzetnicima kako bi stvorila atraktivnu turističku ponudu koja uključuje ruralni turizam, vinske ceste, i rekreacijske aktivnosti na otvorenom.

4.1. Atrakcije u Moslavini

Moslavina je regija bogata kulturnim i prirodnim atrakcijama koje imaju značajnu ulogu u razvoju lokalnog turizma jer se, manifestacijama koje se održavaju, privlače posjetitelji te promiču autohtoni proizvodi poput vina, ulja i drugih specijaliteta. Na taj način ne samo da doprinose očuvanju lokalnih običaja i tradicija, već i značajno povećavaju turistički promet u regiji, čineći tako Moslavinu atraktivnom destinacijom za domaće i strane turiste. Događanja koja su navedena i opisana u nastavku Moslavinu pretvaraju u sve „važnijeg igrača“ na turističkoj karti Hrvatske.

4.1.1. Park prirode Lonjsko polje

Park prirode Lonjsko polje (slika 9) je park koji se nalazi u Hrvatskoj, tj. točnije u Moslavini u području srednjeg toka rijeke Save i oko cca 70 km jugoistočno od grada Zagreba. Park prirode Lonjsko polje proteže se na 50,650 hektara.

Zaštićeno područje smješteno je uz lijevu obalu rijeke Save u dužini od stotinjak kilometara. Cijelo je područje Parka izrazito nizinski kraj, nadmorske visine od 90 do 110 m, a po svom karakteru to je poplavno područje s naseljima ruralnog karaktera. Obostrano uz rijeku Savu nalaze se tradicijska seoska naselja s dobro očuvanom tradicijskom arhitekturom u drvu (hrast) te pripadajućim kulturnim krajolikom srednje Posavine (pp-lonjsko-polje.hr).

Uz redovito razgledavanje posjetitelja Park prirode Lonjsko polje pruža i razne programe koji su kulturnog i obrazovnog karaktera. Programi koje možemo pronaći su: Mladi čuvari prirode u Parku prirode Lonjsko polje, Volonterski program, Uzgojni program za Turopoljsku svinju, Uzgojni program za Slavonsko Srijemsko Podolsko govedo, Vikend program, Rekreativni sadržaj, Obrazovni program za djecu, Izletnički program za odrasle, Team building, Posjeti stručnih skupina, Posjetiteljski obrazovni centar, Etnološke zbirke, te turistički sadržaj u bližoj okolici kao i vidikovce (pp-lonjsko-polje.hr).



SLIKA 9. PARK PRIRODE LONJSKO POLJE

Izvor: <https://www.visit-croatia.hr/hr/destinacije/kontinentalna-hrvatska/slavonija/lonjsko-polje-nature-park>

4.1.2. Seoski turizam Kezele

Seoski turizam „Kezele“ (slika 10) dio je Moslavine i njezine ponude. Ovo imanje nalazi se između Ivanić Grada i Čazme.

Obitelj Kezele osnovala je seoski turizam na obiteljskoj tradiciji pripreme kotlovine i proizvodnje vina. Na imanju su za posjetitelje uređene drvene kućice stare oko 100 godina, u kojima se uživaju jela iz domaće kuhinje i vina iz vlastitog podruma. Doživljaj pravog seoskog gospodarstva zaokružuje prekrasan pogled na vinograde, štala s domaćim životinjama i etnografska zbirka s čudesnim starinama. Na ovom imanju svaki putnik dobronamjernik će naći nešto za sebe. Ljubitelji vina posjetit će podrum i upoznati autohtonu moslavačku sortu škrlat, djeca će se zaljubiti u igralište i konje pasmine hrvatski posavac, a rekreativci će prošetati ili odbiciklirati kroz šumu do jezera.

U sklopu gospodarskog imanja „Kezele“ organizirani su razni programi i aktivnosti kao što su izleti (obiteljski, agencijski, za djecu i umirovljenike), proslave (obiteljske, sezonske, svadbene svečanosti), poslovne aktivnosti (tema building, sastanci, seminari, domjenci), aktivnosti oko vinograda (razgled podruma, degustacija vina, upoznavanje autohtone moslavačke sorte škrlat, graševinu, chardonnay, žuti muškat, rajnski rizling, merlot, shiraz i cabernet sauvignon), trgovina (vino, rakije, likeri, suveniri i dr.).

Posebno se ističu programi za djecu koji u svojoj ponudi sadrže doček djece, radionice po izboru, razgledavanje štala s domaćim životinjama, objed u etno restoranu, jahanje, igranje na velikom dječjem igralištu i šetnja Poučnom stazom kroz šumu Marču (Turistička zajednica Grada Ivanić-Grada).



SLIKA 10. IMANJE „KEZELE“

Izvor: Imanje Kezele

4.1.3. Bučijada

Bučijada u Moslavini (slika 11) svake se godine održava uz različit program za posjetitelje. Održava se početkom 10. mjeseca u Ivanić-Gradu. Tijekom Bučijade bude preko 150 izlagatelja na mnogo lokacija gdje su posjetitelji imali bogati sadržaj za vidjeti, kušati i doživjeti (Turistička zajednica Grada Ivanić-Grada).

Turistička zajednica Ivanić-Grada složila je iznimno bogat i širok program prilagođen svim uzrastima, s najboljim proizvodima i običajima koje ovaj dio Posavine i Moslavine nudi.



SLIKA 11. BUČE KOJE SU BILE IZLAGANE TIJEKOM „BUČIJADE“

Izvor: <https://www.hpdcibaliavinkovci.hr/wp-content/uploads/2022/09/bucijada-Ivanic-Grad.jpg>

4.1.4. Festival igračkaka

Festival igračkaka (slika 12) manifestacija je koja najviše privlači djecu predškolske i školske dobi, a samim time dovodi i roditelje. Djeca uživaju u raznovrsnom programu kojeg im nude sudionici, odnosno izlagatelji svojih proizvoda i obrazovnih igračkaka. Također se nudi rekreativni i obrazovni sadržaj, razne tematske radionice kao što su mali vatrogasci, zemljoradnici, uzgajivači stoke i slično. Na manifestaciji sudjeluju i dječji zborovi pa samim time cijeli događaj čine ljepšim i zanimljivijim (Turistička zajednica Grada Ivanić-Grada).

Kroz dva dana manifestacije djeca i odrasli mogu uživati u carstvu igračkaka, raznim natjecanjima, kazališnim i mađioničarskim predstavama te filmskim dječjim projekcijama.

Dvodnevna manifestacija održava se na „Sportskom parku Zelenjak“, Ivanić-Grad, a za vrijeme trajanja manifestacije dostupni su turistički i ugostiteljski sadržaji tog područja.

Gotovo svake godine nositelji aktivnosti i partneri u organizaciji su Udruga Tetragon, Turistička zajednica Grada Ivanić-Grada, Udruga Tvornica smijeha, Muzej Ivanić-Grada, Pučko otvoreno učilište Ivanić-Grad, Grad Ivanić-Grad, Komunalni centar Ivanić-Grad, Javna vatrogasna postrojba, Dobrovoljna vatrogasna društva i još mnogo njih. Gotovo su sve udruge Ivanić-Grada uključene u manifestaciju pa samim time može se zaključiti da ozbiljno shvaćaju projekte njihovog grada i vrlo dobro rade na promicanju manifestacija.



SLIKA 12. „FESTIVAL IGRAČAKA“ 2023. GODINE U IVANIĆ GRADU

Izvor: <https://www.tzig.hr/manifestacije/festival-igra%C4%8Daka>

4.1.5. Božićna priča

Božićna priča u Moslavini (slika 13) poznata po cijeloj Hrvatskoj, ali i izvan nje. Mnogi turisti tijekom božićnih blagdana dolaze te borave i razgledavaju razne znamenitosti, pa i atrakcije (Salajland).

Neke od zanimljivosti su:

- Bogato osvijetljeno imanje obitelji Salaj
- Tradicijski Božić na selu – Galerija Matešin u Bojani
- Tradicijska moslavačka etno kuća u Mikloušu
- Galerije, izložbe i priredbe u Centru za kulturu
- Crkva sv. Marije Magdalene



SLIKA 13. „BOŽIĆNA PRIČA“ IMANJA OBITELJI SALAJ

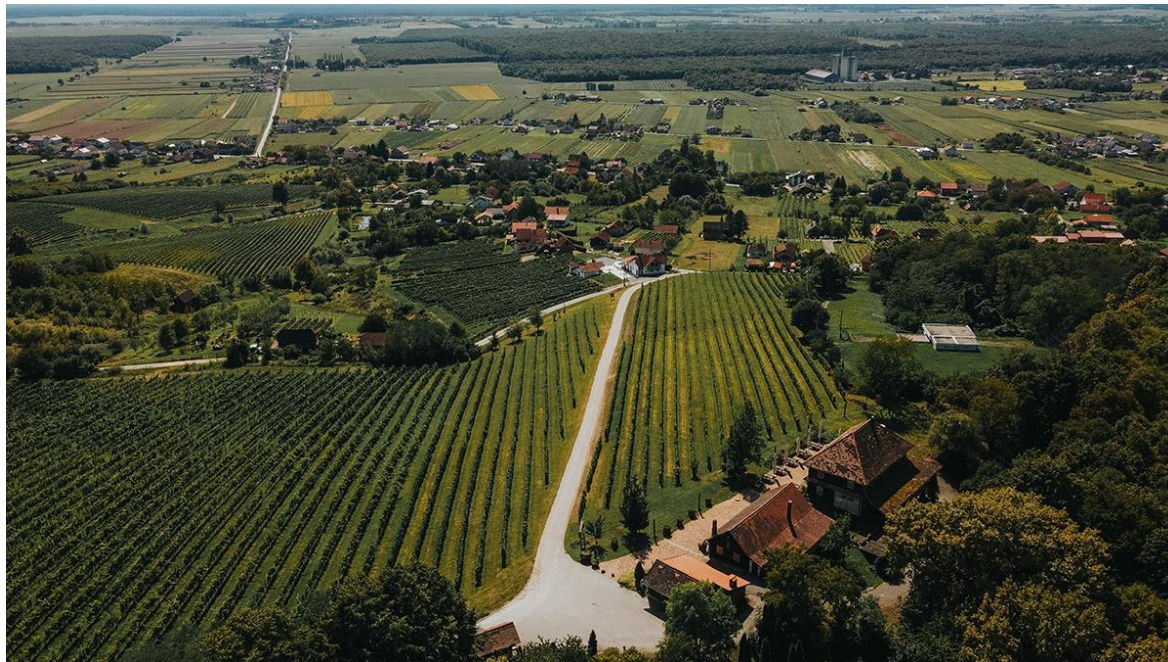
Izvor: <https://www.putovnica.net/dogadanja/bozicna-prica-bajka-cazma-grabovnica-salaj>

4.1.6. Moslavačka vinska cesta

Moslavačka „Vinska cesta“ (slika 14) poznata je po svojoj obilatosti, kvaliteti i dobrom vinu. Na „Vinskoj cesti“ nalazi se više proizvođača i uzgajivača vinove loze koju prerađuju u vino. Svojim znanjem i kvalitetnim tretiranjem vinove loze na Moslavačkom području poznata su bogata i kvalitetna vina koja se mogu običi i kušati u Moslavini (Turistička zajednica Grada Popovače).

Moslavina raspolaže uređenim i stabilnim vinogorjima, a moslavačke vinske ceste odlikuje ljepota prirodnog krajolika, tradicija vinogradarstva i dobra vina. Na pitomim obroncima Moslavačke gore smještene su brojne vinarije, kleti i seoska gospodarstava gdje se vinogradi uzgajaju još od rimskog doba. Danas se vinogradarstvo temelji na privatnoj inicijativi mnoštva malih i nekoliko većih vinarija (Turistička zajednica Grada Popovače).

Moslavina je domovina triju izvornih sorti grožđa moslavac, dišeća ranina (belina) i danas najpoznatije - škrlet. Vino je inspiracija za otkrivanje novih teritorija, posjetu poznatim i novim podrumima, upoznavanje drugih običaja i tradicije. Sve to nudi Moslavačka vinska cesta: odlična vina, domaću hranu i ugodno domaćinstvo u zagrljaju Lonjskog polja i trsnog moslavačkog gorja (Turistička zajednica Grada Kutine).



SLIKA 14. „MOSLAVAČKA VINSKA CESTA“.
Izvor: Turistička zajednica Grada Kutine (2023)

4.1.7. Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju Naftalan

Specijalna bolnica Naftalan (slika 15) za liječenje koristi prirodne resurse još od vremena Rimljana i Grka koji su imali svoje izvore termalnih voda i drugih ljekovitih izvora. Gledajući kroz povijest čovjek je konstantno vodio računa o svom zdravlju i pokušavao se sjediniti s prirodom, te iz prirode crpiti sve što je ljekovito i dobro.

U Naftalanu, za medicinsku rehabilitaciju, koristi se jedinstveno prirodno nalazište ljekovite nafte, i posebne slane termomineralne vode, neprocjenjivo blago koje je ostavilo drevno Panonsko more kada se s ovih prostora povuklo prije dva milijuna godina (Naftalan, specijalna bolnica).

Neki od programa koje specijalna bolnica „Naftalan“ nudi:

- Liječenje
- Rehabilitaciju
- Indikacije
- Kozmetologiju i kozmetiku
- Fizikalnu terapiju
- Fizikalnu medicinu
- Novi kompleks zatvorenih i otvorenih bazena



SLIKA 15. „SPECIJALNA BOLNICA NAFTALAN“

Izvor: <https://naftalan.hr/lijecenje/fizikalna-medicina-i-rehabilitacija>

4.2. SWOT analiza Moslavine

SWOT analiza pruža jasnu sliku snaga koje se mogu iskoristiti za detaljni razvoj, kao i slabosti koje treba riješiti ili barem umanjiti kako bi se povećala konkurentnost i održivost turizma Moslavine (tablica 5). SWOT analiza ključna je za razumijevanje situacije i postavljanje strateških smjernica za budući rast agroturizma u promatranj hrvatskoj regiji.

TABLICA 5. SWOT ANALIZA TURIZMA MOSLAVINE

SNAGE	SLABOSTI
Povijest i kulturni identitet	Neiskorištenog turističkog potencijala
Blizina većih gradova	Needuciranost ponuđača od strane TZ
Želja za razvojem turizma	Nedostatak promotivnih materijala
Lako povezivanje manje zajednice	Zagađenost okoliša industrijom
Moslavačka gora	Lošija demografska struktura
Škrlet - autohtona sorta vina	Loše održavanje destinacije
Gostoljubivost pružatelja usluga u turizmu	Loša prometna povezanost unutar regije
Park prirode Lonjsko polje	Neiskorištenost europskih fondova
PRILIKE	PRIJETNJE
Europski projekti koji financiraju suradnju	Manjkavost financijske pomoći od države
Očuvanost biljnog i životinjskog svijeta	Nedostatak gostiju i prihoda
Posjećenost zaštićenih područja	Klimatske promjene
Uređenost destinacije	Neprivlačnost okoline za određene turiste
Vinski turizam kao trend razvoja	Konkurencija na tržištu
Dostupnost odredišta (zračna luka)	Dominacija industrije

Izvor: Molnar, 2021

Kroz SWOT analizu vidljivo je da je Moslavina ima pregršt snaga i prilika za budući razvoj (agro)turizma, no jedna od prvo navedenih slabosti jest neiskorištenost turističkog potencijala što će se opisati u nastavku rada.

4.3. Potencijali turističke atrakcije Moslavine

U Moslavini postoje velike mogućnosti za razvoj postojećeg agroturizma kao i nadogradnja istoga. Uz to velike su mogućnosti širenja agroturizma jer Moslavina ima kvalitetne potencijale koje treba razvijati i nadograđivati jer nisu u potpunosti iskorišteni kao što to mogu biti. Neki od najznačajnijih agroturističkih potencijala za koje bi bilo dobro da se u budućnosti još više razviju jer bi samim time unaprijedili i turizam Moslavine su:

1. Vlastita domaćinstva i obiteljska gospodarstva

Danas u Moslavini ima 6.856 poljoprivrednih gospodarstava (Lenart, 2023) Na žalost, vrlo je malo onih koja se odlučuju pokrenuti agroturizam kao nepoljoprivrednu djelatnost, kao što je na primjer seosko imanje Kezele. Unatoč potencijalu koji agrarni turizam nudi, mnogi vlasnici poljoprivrednih gospodarstava oklijevaju zbog rizika povezanih s pokretanjem i vođenjem dodatnog posla, kao i zbog nedostatka potrebnih znanja, resursa ili podrške. Ovo ograničava širenje i razvoj ruralnog turizma u regiji.

2. Zaštićena područja i staništa različitih životinjskih i biljnih vrsta

U Moslavini postoje mnoga zaštićena područja i staništa puno manje poznata nego što je to Lonjsko polje. Kao primjer može se navesti Regionalni park Moslavačka gora te posebni rezervat Rakita. Stoga bi lokalna ili regionalna zajednica trebala uložiti financijska sredstva u promotivne svrhe u cilju privlačenja posjetitelja na način da se osmisli specifična ponuda kojom bi se pokazale i približile vrednote i ljepote koje posjeduju zaštićena područja i staništa. Ljepota prirode Nacionalnog parka Plitvičkih jezera kao i ljepote otoka Brijuna uz nesvakidašnje životinje kojima je nastanjen te povijesno poučnu turistička tura, zasigurno su najbolji primjeri na koji način bi se prirodne ljepote trebale približiti posjetiteljima.

3. Mogućnost naseljavanja područja s malim brojem stanovništva i obradivost tla

Naseljavanja područja s malim brojem stanovništva nije popularan kod mlađih generacija, dok je kod starijih generacija problem odsječenosti od osnovnih svakodnevnih životnih potreba. Neki dijelovi Moslavine nisu dovoljno razvijeni, pa tako na primjer čak ni Ivanić Grad nema mogućnost obavljanja nekih osnovnih zdravstvenih pretraga, već stanovnici moraju ići čak u Zagreb. Također se javlja i veliki novčani problem kod kupovine strojeva za obrađivanje tla kao i njihovo održavanje, pa se mnogi stanovnici u to ni ne upuštaju.

4. Tradicija i baština svakog ruralnog područja

Tradicija i baština moraju biti zaštitni znak ove vrste turizma, a na njezinom očuvanju radi se vrlo malo. Promjenom valute u Republici Hrvatskoj poskupile su osnovne potrepštine što

osobama koje bi trebale čuvati tradiciju nikako ne ide u korist. „Čuvari“ tradicije zapravo su prosječni ljudi starije dobi, najčešće već u mirovini i bez poticaja države ne žele se ni upuštati u otvaranje nekakvog turizma nego skromno čuvaju ono što posjeduju. Primjer takvog čuvanja tradicije u Moslavini je tradicijski obrt „Kruh Vuk“, koji se bavi izradom folklorne obuće i narodnih nošnji. Ovaj obrt čuva bogatu kulturnu baštinu regije, nastojeći očuvati tradicionalne tehnike izrade obuće i odjeće koje su ključne za očuvanje folkloru i kulturnog identiteta Moslavine. Iako su troškovi proizvodnje i očuvanja takvih zanata visoki, a financijska podrška ograničena, obrtnici poput onih u „Kruh Vuku“ nesebično ulažu trud i strast kako bi prenijeli svoje znanje i vještine na buduće generacije.

5. Enologija

Znanost koja se bavi proučavanjem vina, od uzgoja vinove loze do konačne proizvodnje i degustacije vina. U Moslavini je prisutna kroz proizvodnju lokalnih vina, ali postoji prostor za daljnji razvoj. Kako bi se enologija u Moslavini još više razvila potrebno je ulaganje u edukaciju vinara, modernizaciju opreme i promociju lokalnih vina na širem tržištu. Povećanje svijesti o kvaliteti vina i enološkim praksama moglo bi značajno doprinijeti rastu i prepoznatljivosti moslavačkog vinarstva. Na taj način zasigurno bi se pospješila agroturistička ponuda. Ponude u vidu edukativnih tura za posjetitelje, pokazivanje svih zanimljivosti u procesu izrade vina i njegovo kušanje u vinariji uz autohtona jela sigurno bi povećalo posjećenost vinarijama.

6. Gastronomija

Gastronomija, znanstvena i umjetnička disciplina koja se bavi proučavanjem hrane i pića, njihovom pripremom, prezentacijom i uživanjem, također je zastupljena u Moslavini i to na način da povezuje Kutinu i okolne regije Moslavine s dunjama i tradicionalnom proizvodnjom hrane. Dunje su oduvijek bile prisutne u kutinskim voćnjacima, pa je predloženo da postanu simbol grada pod starim nazivom Kotonja. Lokalna gospodarstva proizvode džemove, rakije i likere od dunja, a jela od dunje redovito se predstavljaju u lokalnim restoranima.²

Uz dunje, značajan dio moslavačke gastronomije čine i vankuši, tradicionalne pogačice punjene svježim sirom, krumpirom ili mesom. Ovi mali jastučići od tijesta, pripremljeni prema starim receptima, predstavljaju omiljeno jelo u seoskim domaćinstvima Moslavine. Vankuši se često poslužuju uz kiselo vrhnje ili domaće mlijeko te su nezaobilazni dio moslavačkih

² Taste of Adriatic, [Moslavačka gastronomska baština \(tasteofadriatic.com\)](http://tasteofadriatic.com)

stolova, posebno tijekom obiteljskih okupljanja i svečanosti. S obzirom na njihovu važnost i prepoznatljivost u moslavačkoj kulturi, bilo bi korisno razmotriti zaštitu vankuša kao specifičnog moslavačkog jela. Time bi se osigurala njihova prepoznatljivost i očuvala autentičnost ovog kulinarskog naslijeđa, što bi dodatno doprinijelo promociji i očuvanju regionalne gastronomije. Ova jela i proizvodi, duboko ukorijenjeni u moslavačku tradiciju, čine gastronomiju regije jedinstvenom, te doprinose očuvanju kulturne baštine i promociji Moslavine kao turističke destinacije.

7. Zanatstvo i ručni radovi

Kako bi se zanatstvo unaprijedilo i približilo turistima ključno je ulagati u edukaciju i obuku mladih zanatlija jer bi se na taj način ujedno i očuvale tradicionalne vještine. Stvaranje specifičnih turističkih ruta koje bi uključivale posjete radionicama omogućilo bi turistima da dožive proces izrade ručnih radova (npr. izrada posuda od gline) i dobiju jedinstveno iskustvo. Na taj način sigurno bi se populariziralo i očuvalo zanatstvo. Povezivanjem zanatlija s lokalnim turističkim zajednicama ručni radovi bi postali dio turističke ponude.

8. Povijesno važna mjesta i područja

Vrlo je malo pažnje posvećeno povijesnim mjestima i područjima. Građevine sagrađene još u davnom 13. stoljeću zasigurno su nešto što bi turisti voljeli vidjeti na svojoj kratkoj turneji u Moslavini. Ostaci srednjovjekovnog grada iz 13. stoljeća, Garić-grada, koji je nekoć bio jedno od najvažnijih utvrđenja u regiji kao i Crkva sv. Marije Magdalene u Čazmi koja je poznata po svojoj arhitekturi sigurno su povijesno važna mjesta kojima se treba posvetiti više pažnje i uz bolju marketinšku promociju iskoristiti.

9. Prirodni resursi

Moslavina je bogata prirodnim resursima koji značajno pridonose njenom ekološkom, gospodarskom i turističkom potencijalu. Neka od ključnih prirodnih bogatstava Moslavine uključuju šumu Žuticu, koja se smjestila u neposrednoj blizini Ivanić-Grada te predstavlja jednu od najvećih kontinentalnih šuma u Hrvatskoj. Osim što je poznata kao drugo najveće kontinentalno nalazište nafte u zemlji, Žutica je i važan prirodni sustav obrane od poplava. Kao sastavni dio poplavnog područja Lonjskog polja, šuma pomaže u zaštiti gradova od izlivanja velikih rijeka.

Žutica ima ključnu ulogu u očuvanju biološke raznolikosti, posebno dabrova. Zahvaljujući projektu iz 1996. godine, kada je nekoliko dabrova pušteno u ovu šumu, njihova populacija se znatno oporavila i sada se smatra spašenom od izumiranja³.

Također, Moslavina ima brojne prirodne izvore pitke vode, poput izvora u Ruškovici, nedaleko od Velike Ludine. Ti izvori su ključni za lokalno stanovništvo i poljoprivredu, ali i za ekoturizam jer privlače izletnike koji cijene netaknutu prirodu.

10. Konjičke staze

Konjičke staze nedovoljno su razvijene, budući da u Moslavini nedostaju i konjički klubovi, kao i domaćinstva s uzgojem konja. Gospodarstva na kojima bi bilo moguće pohađati kraće edukacije o konjima, uvid u aktivnosti i poslove koje su u prošlosti odrađivali za svoje vlasnike, kao i u svakodnevnu skrb o konju, četkanje i hranjenje uz mogućnost jahanja po prirodi bilo bi zanimljivo većini posjetitelja. Turističke agencije bi, u dogovoru sa domaćinstvom, na taj način također mogle proširiti svoju ponudu. Trenutno, ova praznina u ponudi izravno utječe na razvoj agroturističke ponude u ovom području.

11. Vinske ceste

Već spomenute Moslavačke vinske ceste nude bogato iskustvo koje povezuje ljubitelje vina s lokalnim kulturama, poviješću i tradicijom Moslavine. Ovaj turizam ne samo da doprinosi očuvanju vinske tradicije regije, već također pomaže u promicanju ruralnog razvoja i poticanju održivog turizma.

12. Edukacijske farme

Razvoj edukacijskih farmi značajno bi doprinio obrazovanju i podizanju svijesti o važnosti poljoprivrednog i stočarskog gospodarstva, kao i privući posjetitelje koji su zainteresirani za autentična iskustva na selu. Kako bi se povećao broj farmi potrebna su dodatna ulaganja, podrška lokalnih vlasti i razvoj infrastrukture koja bi omogućila njihovo uspješno funkcioniranje.

Moslavina se trenutno suočava s nedostatkom edukacijskih farmi jer regionalni resursi i infrastruktura za razvoj takvih farmi nisu dovoljno razvijeni i to otežava njihovo uspostavljanje. Manjak ulaganja u agrarni sektor i nedostatak potpore za projekte koji bi promicali edu-

³ Turistička zajednica Grada Ivanić-Grada, <https://www.tzig.hr/dozivljaji-kulturna-i-prirodna/%C5%A1uma-%C5%BEutica>

kaciju o poljoprivredi i stočarstvu dodatno otežavaju razvoj farmi. Također, specifične potrebe u zahtjevi za postavljanje edukacijskih farmi, uključujući zaposlenike, opremu i prostor, često su nedostižne, pa se i zbog toga agroturistička ponuda, uključujući i edukacijske farme, ne razvijaju u punom potencijalu.

Svi navedeni potencijali turističke destinacije moslavačke regije vrlo su važni za još bolje privlačenje turista i posjetitelja u istraživano područje. Navedeni potencijali su još uvijek nedovoljno prepoznatljivi na regionalnoj ili nacionalnoj razini kako bi mogli biti osnovni atraktori privlačenja turista u Moslavinu.

5. ZAKLJUČAK

Agroturisti koji dolaze u posjet poljoprivrednom gospodarstvu žele vidjeti prije svega kulturu, običaje, način života, prirodne ljepote ne samo na gospodarstvu nego i u njegovoj neposrednoj blizini. Stoga je uz svakodnevni trud domaćina potrebna i određena podrška lokalne i regionalne zajednice, ali i države kako bi se ostvarili puni turistički potencijali određenog kraja.

Moslavina obiluje bogatim kulturnim naslijeđem i prirodnim ljepotama Lonjskog polja koji već neko vrijeme privlači pažnju posjetitelja. Među prepoznatljivim atrakcijama nalaze se značajni povijesni lokaliteti, kao što je stari grad Kutina, te poznati vinski podrumi koji nude autentično iskustvo pijenja lokalnih vina. Dodatno, manifestacije poput Festivala igračaka, Bučijade, Božićne priče Salaj, seoska imanja od kojih je najpoznatije imanje Kezele te pregršt sajmovi naglašavaju kulturni identitet Moslavine i privlače posjetitelje zainteresirane za lokalnu tradiciju i običaje.

Unatoč ovim značajnim atrakcijama, istraživanje pokazuje da mnoge potencijalne atrakcije u Moslavini još uvijek nisu dovoljno prepoznate. Potencijal za razvoj turizma postoji u različitim područjima. Na primjer, prirodni resursi poput planinarskih i biciklističkih staza, koje pružaju mogućnosti za aktivni turizam, nisu dovoljno iskorišteni. Također, tradicionalni zanati i lokalna kuharstva, koja čine važan dio kulturne baštine, još uvijek nisu dovoljno promovirani ili integrirani u turističku ponudu.

Povećana ulaganja u promociju i infrastrukturu ovih nedovoljno prepoznatih atrakcija mogla bi značajno unaprijediti turističku ponudu Moslavine. Korištenje prirodnih ljepota i očuvanje kulturnih posebnosti mogu pružiti dodatne ekonomske koristi lokalnim zajednicama i doprinosti održivom razvoju regije. Time bi se osigurala dugoročna privlačnost Moslavine kao turističke destinacije, a lokalne zajednice bi imale priliku za daljnji razvoj i prosperitet.

6. LITERATURA

1. Baćac R. (2011); Priručnik za bavljenje seoskim turizmom: korak po korak od ideje do uspješnog poslovanja, Zagreb : Ministarstvo turizma Republike Hrvatske
2. Balić, M. (2021): Agroturizam kao oblik održivog poljoprivrednog gospodarenja, Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet
3. Bartoluci, M., Hendija Z. i Petračić M. (2015): Possibilities of sustainable development of rural tourism in Continental Croatia.
4. Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O., i sur (2011): Turizam- Ekonomske osnove i organizacijski sustavi. Zagreb: Školska knjiga
5. Demonja, D., Ružić P. (2010): Ruralni turizam u Hrvatskoj, Zagreb: Meridijani
6. Grgić I., Zrakić M., Gudelj-Velaga A. (2015): Agroturizam u Republici Hrvatskoj i nekim državama Europske unije, Agronomski glasnik 1-2
7. Horvath, HTL (2020): Strategija razvoja turizma grada Klanjca do 2027. godine, Projekt sufinanciran sredstvima Europske Unije
8. Krajnović A., Čičin-Šain D., Predovan M. (2011): Strateško upravljanje razvojem ruralnog turizma
9. Molnar, N. (2021): Potencijali i razvoj ruralnog i agroturizma Moslavine. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile
10. Ohe, Y., Ciani, A. (2012): Accessing demand characteristics of agritourism in Italy. *Tourism and Hospitality Management*, Vol. 18., No. 2., str. 283.
11. Page, J. S., Connell, J. (2006): *Tourism: A Modern Synthesis*. Second Edition. London: Thomson Learning, str. 426.
12. Petrić, L., (2011): Upravljanje turističkom destinacijom: načela i praksa. Split: Ekonomski fakultet u Splitu
13. Ružić, P. (2009): Ruralni turizam, Pula: Institut za poljoprivredu i turizam Poreč
14. Sharpley, R. (2007): *Tourism and Development in the Developing World*
15. Sikavica P., Bahtijarević – Šiber F., Pološki Vokić N. (2008): Temelji menadžmenta, Školska knjiga, Zagreb
16. Sznajder, M., Przezborska, L., Scrimgeour, F. (2009): *Agritourism*, CABI Publishing. Electronic version
17. Tubić, D. (2015): Model razvoja ruralnoga turizma Kontinentalne Hrvatske, doktorska disertacija, Osijek: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Osijeku

18. Tubić, D. (2019): Ruralni turizam, Virovitica: Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici
19. Yang, Y (2017): From holl area to livable rural area: Developing agritourism from a perspective of landscape design as a catalyst for sustainable rural development. Case study in Shenyang, China. Wageningen: Wageningen University, 35.
20. Zrakić M., Grgić I., Batelić K., Tomić M., Mesić Ž., Gugić J. (2015): Mogućnosti i ograničenja razvitka agroturističkog gospodarstva – studij slučaja u Istri, Zagreb: Sveučilište u Zagrebu Agronomski fakultet.

Internet izvori:

1. Brščić, K. (2019): Ruralni turizam, Istrapedia, dostupno na: <https://www.istrapedia.hr/en/natuknice/939/ruralni-turizam> , pristupljeno 29.6.2023.
2. Hrvatska enciklopedija, dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/>
3. Kezele (2023), dostupno na: www.kezele-vino.hr/ , pristupljeno 28.7.2023.
4. Lenart, A. (2023.): Lokalna razvojna strategija LAG-a Moslavina za razdoblje 2023. – 2027, dostupno na: [LRS LAG MOSLAVINA_FIN_V0_APPRRR.pdf \(lag-moslavina.hr\)](https://www.lrs-lag-moslavina.hr/fin/v0/apprrr.pdf)
5. Lonjsko polje (2019): Turistički sadržaji, dostupno na: <https://pp-lonjsko-polje.hr> , pristupljeno 28.7.2023.
6. Lupilu, dostupno na: <https://lupilu.hr/obiteljski-zivot/ruralni-turizam/> , pristupljeno 27.7.2024.
7. Moslavina info (2020) Geografsko područje – Moslavina, dostupno na: <https://www.moslavina.info/geografsko-podrucje/> , pristupljeno 27.7.2023.
8. Moslavina info (2020) Geografsko područje – Moslavina, dostupno na: <https://www.moslavina.info/geografsko-podrucje/> , pristupljeno 27.7.2024.
9. Naftalan, dostupno na: <https://naftalan.hr/> , pristupljeno 28.7.2024.
10. Park prirode Lonjsko polje (2023) O nama, dostupno na: <https://pp-lonjsko-polje.hr/o-nama/o-parku/> , pristupljeno 27.7.2023.
11. Salajland, dostupno na: <https://salajland.com/>, pristupljeno 28.7.2024.
12. Taste of Adriatic (2018), dostupno na: [Moslavačka gastronomska baština \(tasteofadriatic.com\)](https://www.tasteofadriatic.com/) , pristupljeno 29.8.2024.
13. Turistička zajednica Bjelovarsko-bilogorske županije (2022), dostupno na: <https://www.tzbbz.hr/dogadanja-bbz/bjelovar/otvorena-bozhina-bajka-obitelji-salaj-iz-grabovnice-pored-chazme> , pristupljeno 28.7.2024.
14. Turistička zajednica Grada Ivanić grada (2023) Festival igračaka, dostupno na: <https://www.tzig.hr/manifestacije> , pristupljeno 28.7.2024.
15. Turistička zajednica Grada Kutine (2023) Moslavačka vinska cesta, dostupno na: <https://www.tzgp.hr/moslavačka-vinska-cesta> , pristupljeno 30.7.2024.

16. Wikipedia, dostupno na: https://hr.wikipedia.org/wiki/Turizam_u_Hrvatskoj , pristupljeno 30.7.2024.
17. Zaštita prirode SMŽ, dostupno na: <https://zastita-prirode-smz.hr/zastcena-podrucja/> , pristupljeno 30.7.2024.

7. SLIKE I TABLICE

Slike

Slika 1. Koncept ruralnog turizma	2
Slika 2. Klase ruralnosti	3
Slika 3. Ruralna turistica koja sudjeluje u berbi grožđa	6
Slika 4. Strateška uporišta razvoja turizma Klanjca	7
Slika 5. Smjernice razvoja I načela za turistički identitet Klanjca	7
Slika 6. Razdioba tri ključna pojma ruralnoga turizma.	9
Slika 7. Etimologija riječi agroturizam	14
Slika 8. Položaj Moslavine u odnosu na druge Županije.....	23
Slika 9. Park prirode Lonjsko polje	26
Slika 10. Imanje „Kezele“.....	27
Slika 11. Buče koje su bile izlagane tijekom „Bučijade“	28
Slika 12. „Festival igračaka“ 2023. godine u Ivanić Gradu.....	29
Slika 13. „Božićna priča“ imanja obitelji Salaj	30
Slika 14. „Moslavačka Vinska cesta“	31
Slika 15. „Specijalna bolnica Naftalan“	32

Tablice

Tablica 1. Kriteriji podjele turističkih destinacija	4
Tablica 2. OECD-ove aktivnosti na ruralnom i urbanom području.....	11
Tablica 3. Podjela funkcija agroturizma	15
Tablica 4. Usporedba tradicionalnog i modernog tipa agroturizma.....	18
Tablica 5. SWOT analiza Moslavine	33

SAŽETAK

U ovom završnom radu stavljen je naglasak na potencijale agroturizma koje smo ujedno i analizirali. Agroturizam nudi jedinstveno iskustvo koje omogućava posjetiteljima da se povežu s prirodnim okruženjem i tradicionalnim načinom života u ruralnim područjima, dok istovremeno doprinosi održivom razvoju kroz očuvanje prirodnih i kulturnih resursa. Turističke atrakcije, kao što su kulturni događaji, lokalni proizvodi i prirodne ljepote, imaju ključnu ulogu u privlačenju turista i stvaranju ekonomskih koristi za lokalne zajednice.

Cilj istraživanja bio je analizirati kako turističke atrakcije utječu na razvoj agroturizma i u kojoj mjeri doprinose održivom turizmu u ruralnim područjima. Istraživanje je pokazalo da uspješne turističke atrakcije mogu značajno povećati privlačnost agroturističkih destinacija, poboljšati posjećenost i donijeti ekonomsku stabilnost lokalnim zajednicama. Konkretno, pokazalo je da su inovativni i autentični turistički sadržaji ključni za uspjeh agroturizma.

Zaključno, integracija kvalitetnih i privlačnih turističkih atrakcija u agroturizam može značajno unaprijediti razvoj ruralnih područja, osigurati očuvanje kulturne baštine i pružiti ekonomske koristi lokalnim zajednicama, čime se doprinosi održivom razvoju turizma.

Ključne riječi: ruralni turizam, agroturizam, turističke atrakcije, Moslavina



VELEUČILIŠTE U KRIŽEVcima
KRIŽEVCI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

48260 KRIŽEVCI, Milislava Demerca 1, HRVATSKA/CROATIA

IZJAVA STUDENTA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, _____, OIB _____
rođen/a _____ u _____ pod punom odgo-
vornošću svojim potpisom potvrđujem da sam samostalno izradio/la završni rad pod naslo-
vom:

- da je rad napisan u skladu s Uputama za pisanje završnog rada Veleučilišta u Križevcima
- da je rad napisan u duhu hrvatskog jezika i gramatički ispravan
- da je ovo moj autorski rad (niti jedan dio nije nastao kopiranjem ili plagiranjem tuđeg sadržaja)
- da su svi korišteni literaturni izvori odgovarajuće citirani i navedeni u popisu literature
- da je sažetak na engleskom jeziku gramatički ispravan (diplomski studiji)
- da je elektronička verzija ovog rada identična tiskanoj koju su odobrili mentor i članovi Povjerenstva

U slučaju da se u bilo kojem trenutku dokaže suprotno, spreman/na sam snositi posljedice uključivo i poništenje javne isprave stečene na temelju ovoga rada.

U Križevcima, _____

Potpis studenta/studentice
