

Turistička ponuda Sisačko-moslavačke županije

Čihor, Renato

Master's thesis / Diplomski rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:630805>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-30**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
„Dr. Mijo Mirković“

RENATO ČIHOR

TURISTIČKA PONUDA SISAČKO – MOSLAVAČKE
ŽUPANIJE

Diplomski rad

Pula, rujan 2021.

**Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
„Dr. Mijo Mirković“**

RENATO ČIHOR

**TURISTIČKA PONUDA SISAČKO – MOSLAVAČKE
ŽUPANIJE**

Diplomski rad

JMBAG: Renato Čihor, redoviti student

Studijski smjer: 0303065350, redoviti student

Predmet:

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana:

Mentor: dr. sc. Aljoša Vitasović

Pula, rujan 2021.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani Renato Čikor, kandidat za magistra ekonomije, smjera **UPISATI SMJER**, ovime izjavljujem da je ovaj Diplomski rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Diplomskog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

U Puli, XX. rujan 2021. godine



IZJAVA o korištenju autorskog djela

Ja, **Renato Čihor**, dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom „**TURISTIČKA PONUDA SISAČKO – MOSLAVAČKE ŽUPANIJE**“ koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, XX. rujan 2021.

Potpis

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Cilj i svrha istraživanja	1
1.2. Znanstvene hipoteze	2
1.3. Struktura rada.....	2
1.4. Znanstvene metode.....	2
2. TEORIJSKO POIMANJE TURIZMA I TURISTIČKE PONUDE.....	4
2.1. Temeljne determinante turizma	4
2.2. Vrste i funkcije turizma	5
2.3. Odrednice i obilježja turističkog tržišta	9
2.4. Deetminante turističke ponude.....	12
3. KONCEPCIJA RAZVOJA TURIZMA SISAŠKO – MOSLAVAČKE ŽUPANIJE.....	15
3.1. Geografsko – društvena obilježja županije	15
3.2. Valorizacija turističkih resursa	19
3.3. Razvojna obilježja i gospodarski trendovi županije	21
4. KONCEPCIJA TURISTIČKE PONUDE SISAČKO – MOSLAVAČKE ŽUPANIJE	27
4.1. Kvalitativna analiza turističke ponude.....	27
4.2. Kvantitativna analiza turističke ponude	35
4.3. Destinacije Sisačko – Moslavačke županije	39
4.3.1. Sisak	39
4.3.2. Banovina i Turopolje.....	42
4.3.3. Kutina.....	48
4.4. SWOT analiza turizma Sisačko – moslavačke županije.....	53
4.5. Razvoj cikloturizma u SMŽ	55
5. ZAKLJUČAK.....	61
LITERATURA	62
POPIS ILUSTRACIJA.....	66
SAŽETAK	68
SUMMARY	69

1. UVOD

Turizam je jedan od najvažnijih pokretača razvoja gospodarstva u svijetu, te vjerojatno jedina djelatnost koja povezuje narode i zemlje bez ikakvih predrasuda. Pravilno pozicioniranje na dinamičnom i konkurentnom turističkom tržištu uvjetovano je praćenjem suvremenih trendova kroz koje se identificiraju kretanja potražnje, nove tržišne prilike, područja mogućih ulaganja i infrastrukturne potrebe.

Turističko tržište predstavlja mjesto susreta turističke ponude i potražnje, gdje se turistima nude brojne destinacije u koje žele putovati iz užitka ili posla. Na turističkom tržištu obavljaju se poslovni privlačenje, smještaja, vođenja tura i zabave turista. Kao takva turistička tržišta imaju specifična obilježja koja nadilaze izvan uobičajene percepcije turizma kao ograničenog samo na odmor te u svojoj analitici uključuje ljude koji putuju i borave na mjestima izvan svog uobičajenog okruženja. U tom smislu dolazi do izražaja turistička ponuda destinacija i njihovih atrakcija te popratnih turističkih sadržaja koji čine ukupnost turističke ponude.

Brojni domicilni i inozemni turisti znaju za turističku ponudu koja se temelji na suncu, moru i pijesku. Međutim, u kontinentalnoj Hrvatskoj, gdje sunca i mora nema, ponuda se temelji na nekim novim sadržajima koji na specifičan način upotpunjavaju njenu ponudu. Sisačko – Moslavačka županija obuhvaća Posavinu, Banovinu, Moslavinu, te dijelove Korduna i Slavonije. Njezin povoljni prometno – geografski položaj omogućava iznimno dobru povezanost s ostalim dijelovima Hrvatske, kao i susjednim zemljama. Ovu županiju obilježava netaknuta priroda, iskustvo vraćanja u viteške dane, opuštanje u ljekovitim vodama i uživanje u autohtonoj gastronomiji županije. Stoga je predmet ovoga rada istraživanje njezine turističke ponude i potencijala unapređenja turizma ove županije.

1.1. Cilj i svrha istraživanja

Cilj ovog diplomskog rada jest prikazati aktualnost kvalitativne i kvantitativne turističke ponude Sisačko – moslavačke županije (u daljnjem tekstu SMŽ) putem koncepcije razvoja njezina turizma i turističke ponude te provedbe empirijskog

istraživanja među turistima koji su posjetili SMŽ o zadovoljstvu turističkom ponudom ove županije. Svrha je rada ukazati na aktualno stanje turizma u SMŽ, potencijalima njezina razvoja kao i budućim perspektivama turističke ponude županije.

1.2. Znanstvene hipoteze

Za potrebe ovog diplomskog rada izvedene su dvije znanstvene hipoteze, temeljna i pomoćna:

H0: Sisačko – moslavačka županija ima snažne potencijale za razvoj kontinentalnog turizma i njegovih selektivnih oblika.

H1: Turistička ponuda SMŽ svojom kvantitativnom i kvalitativnom ponudom može postići konkurentan položaj u turizmu pred ostalim županijama kontinentalne Hrvatske.

1.3. Struktura rada

Ovaj je diplomski rad podijeljen u šest zasebnih cjelina. U uvodnom dijelu data je uvodna riječ problematike teme, cilj i svrha istraživanja, znanstvene hipoteze, struktura rada te znanstvene metode. U drugom dijelu dat je prikaz terijskog poimanja turizma i turističke ponude, gdje će se obraditi vrste i funkcije turizma te determinante turističkog tržišta i turističke ponude. U trećem poglavlju obrašena je koncepcija razvoja turizma SMŽ, sa geografsko – ekonomskim obilježjima, valorizacijom turističkih resursa te razvojnim obilježjima i trendovima SMŽ. U četvrtom poglavlju prikazat će se kvantitativna i kvalitativna analitika aktualnosti turističke ponude SMŽ, sa njezinim najatraktivnijim destinacijama. U petom poglavlju proved će se empirijsko istraživanje među turistima. U zaključku je data završna misao autora o istraženom temi koja predstavlja njezin znanstveni doprinos.

1.4. Znanstvene metode

U znanstvenom istraživanju, formuliranju i prezentiranju rezultata istraživanja u ovom diplomskom radu koristit će se u odgovarajućim kombinacijama brojne znanstvene metode, a od kojih se navode one najvažnije: metoda analize i sinteze,

induktivna i deduktivna metoda, komparativna metoda, metoda apstrakcije i konkretizacije, metode specijalizacije i generalizacije, metoda klasifikacije i deskripcije, te metoda ukazivanja prednosti i nedostataka.

2. TEORIJSKO POIMANJE TURIZMA I TURISTIČKE PONUDE

Turizam je fenomen i predstavlja skup gospodarskih djelatnosti koji se nalazi pod utjecajem snažnih globalnih promjena, inovacija te brojnih prilika za razvoj turističkih destinacija. Nekada je turizam bio masovni i globalni fenomen koji je podrazumijevao univerzalnu ponudu sunca i mora koje su turisti koristili za vrijeme godišnjeg odmora. Danas je turizam usmjeren na individualnost i selektivne oblike, gdje su snažno izraženi personalizirani zahtjevi turista koji njima formiraju turističku ponudu i potražnju u svim svjetskim turističkim receptivnim i emitivnim zemljama. U ovom poglavlju će biti riječi o osnovnim odrednicama turizma, njegovim funkcijama te vrstama.

2.1. Temeljne determinante turizma

Turizam, kao skup gospodarskih djelatnosti, predstavlja ukupnost odnosa i pojava koji proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako je takvo putovanje poduzeto radi odmora i uživanja te se njime ne zasniva stalno prebivalište i ne poduzima se neka gospodarska djelatnost. Kao takav je gospodarska djelatnost koja obuhvaća turistička kretanja i sve odnose koji proizlaze iz takvih kretanja.

U jednoj od prvih definicija koja je postavljena 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

Najprihvatljivija znanstvena definicija turizma je ona UNWTO – a (2020), gdje se isti definira kao društveni, kulturni i ekonomski fenomen koji podrazumijeva kretanje ljudi u zemlje ili mjesta izvan njihovog uobičajenog okruženja u osobne ili poslovne/profesionalne svrhe. Te ljude nazivaju posjetiteljima (koji mogu biti turisti ili izletnici; stanovnici ili nerezidenti), a turizam je povezan s njihovim aktivnostima, od kojih neke uključuju turističke troškove. Turizam kao gospodarska djelatnost i aktivnost ima dvije komponente: statičku i dinamičku. Dinamička komponenta se odnosi na putovanje turista koje se mora poduzeti da bi do turističke aktivnosti uopće došlo, dok se statička komponenta odnosi na boravak u destinaciji koji mora osigurati

zadovoljenje potreba turista i ispunjenje očekivanog turističkog doživljaja (Čavlek, 2011.).

Suvremeni turizam sve je intenzivniji, komercijalno organiziran, poslovno orijentiran skup aktivnosti čiji korijeni mogu biti na industrijskom i postindustrijskom zapadu. Velika aristokratska turneja po kulturnim znamenitostima u Francuskoj, Njemačkoj i posebno Italiji - uključujući one povezane s klasičnim rimskim turizmom - imala je korijene u 16. stoljeću (Walton, 2015.). Međutim, brzo je rastao, proširujući svoj zemljopisni raspon kako bi obuhvatio alpski krajolik tijekom druge polovice 18. stoljeća, u intervalima između europskih ratova.

Danas je koncepcija suvremenog turizma toliko razvijena da turisti svojim spoznajama o destinacijama i ukupnoj turističkoj ponudi formiraju velike zahtjeve jer su puni informacija i žele doživjeti snažno transformacijsko iskustvo destinacije u koju putuju. Stoga se suvremeni turizam treba prilagođavati njihovim potrebama da bi njegove razvojne perspektive imale značajan razvoj.

2.2. Vrste i funkcije turizma

Turizam je danas generirao niz koristi temeljem svoga progresivnog razvoja, a na njega su utjecale funkcije turizma. Iste obuhvaćaju društvene (humanističke, neekonomske) i ekonomske. Društvene funkcije turizma pridonose humanističkim vrijednostima turizma (obogaćivanju čovjeka novim spoznajama, doživljajima i aktivnostima) i povezuju se s izvornim motivima turističkih kretanja, koji nisu u vezi s postizanjem gospodarskih ciljeva, a dijele se na one s neposrednim djelovanjem (zdravstvene, rekreacijske i kulturne funkcije) i s posrednim djelovanjem (socijalne, obrazovne i političke funkcije) (Hrvatska enciklopedija, 2020.). Ove funkcije se još u znanosti tretiraju i kao neekonomske te obuhvaćaju (Stanić i Vujić, 2017:16): zdravstvenu funkciju, zabavnu funkciju, kulturnu funkciju, socijalnu i političku funkciju turizma. Zdravstvena funkcija turizma se ogleda u funkciji očuvanja zdravlja turista i liječenja ukupnog stanovništva neke zemlje. Zabavna i kulturna funkcija turizma odnose se na psihološke aspekte odmora turista, jer atraktivni turistički sadržaji iz obaslti zabave i kulture doprinose njihovom odmoru te i čine boravak bogatim i sadržajnim. Socijalna funkcija turizma se odnosi na smanjenje društvenih i klasnih razlika među stanovništvom. Politička funkcija turizma doprinosi kreiranju mira u svijetu

i stvaranju razumijevanja među ljudima. Ove navedene funkcije omogućuju turistima zadovoljavanje njihovih zabavnih i rekreacijskih potreba te djeluju na pojedinca turista, ali i na društvo u cjelini.

Za razliku od društvenih ili neekonomskih, ekonomske funkcije turizma predstavljaju aktivnosti usmjerene na postizanje konkretnih gospodarskih učinaka (turistička potrošnja, izvoz roba i usluga, izravne investicije, poboljšanje devizne bilance, aktiviranje turističkih potencijala, povećanje zaposlenosti, razvoj nedovoljno razvijenih područja i sl.) na razini poduzeća i organizacija izravno ili neizravno uključenih u kreiranje turističke ponude, ali i na području turističke destinacije (mjesto, regije ili države) gdje se odvijaju pojedine faze turističke potrošnje. Bartoluci (2013) je precizirao ove funkcije: multiplikativna koja opisuje turističku snagu u multiplikaciji turističkog dohotka prilikom inicijalne faze turističke potrošnje; induktivna koja se razvila iz multiplikativne te stvara potrebu za pokretanjem nive turističke ponude u proizvodnji dobara određene turističke destinacije; konverzijska koja uključuje sposobnost turizma da pretvori negospodarske resurse u gospodarske; ekonomska funkcija zapošljavanja je jedna od najvažnijih u turizmu, budući da je turizam radno intenzivna djelatnost; te konačno izvozna funkcija turizma se vidi u turističkoj potrošnji van mjesta prebivališta, odnosno kada potrošnja tih dobara dobiva izvozna obilježja.

Navedene funkcije usmjeravaju turistički razvoj i njihova implementacija u turističkoj praksi uvelike doprinosi snažnom razvoju turizma današnjice.

Turizam se danas sve više usmjerava na razvoj selektivnih oblika turizma, odnosno turističkih kretanja. Tako se vrste turizma razlikuju prema (Hrvatska enciklopedija, 2020.): trajanju boravka turista (izletnički, vikend, boravišni), stupnju mobilnosti turista (stacionarni, mobilni, tranzitni), dobnoj strukturi turista (dječji, omladinski, obiteljski, »treće dobi«), nacionalnoj pripadnosti (domaći, inozemni), načinu organizacije putovanja (individualni, organizirani, mješoviti), tržištu na kojem se odvija organizacija putovanja (emitivni, receptivni), broju sudionika (individualni, grupni), godišnjem dobu (ljetni, zimski), prostornom obuhvatu (lokalni, regionalni, nacionalni, međunarodni, interregionalni, intraregionalni), vremenu kada je određeni resurs najatraktivniji (predsezonski, sezonski, posezonski, izvansezonski), prostoru na kojem se odvija turističko putovanje (primorski, planinski, termalno-kupališni, jezerski,

seoski, gradski), utjecaju na platnu bilancu (aktivni, pasivni), te ostale vrste turizma (elitni, poticajni / incentive, radnički, socijalni, sindikalni).

Sukladno klasifikaciji Strateškog marketing plana turizma Republike Hrvatske od 2010.-2014. godine selektivni oblici turizma podijeljeni su u dvije skupine (Strateški marketing plan turizma RH, 2014.):

Tablica 1. Posebne vrste turizma

Blage (soft) aktivnosti	Grube (hard)aktivnosti
kampiranje	kanu, kajak
pješaćenje (hiking)	proučavanje kanjona (canyoing)
biciklizam	proučavanje pećina (caving)
riječne ekspedicije	planinski biciklizam
aktivnosti vezane uz prirodu	cross country skijanje
jahanje	planinarenje, penjanje
ribolov	paraglajding
lov	rafting
	slobodno penjanje (free climbing)
	safari

Izvor: Strateški plan turizma Republike Hrvatske 2010.-2014., <http://iztzg.hr/UserFiles/Pdf/strategija/Izvjestaj-9-Marketing-koncepcija-turistickog-razvoja.pdf>, pristupljeno 17.06.2021.

Dvije osnovne podjele selektivnih oblika turizma uključuju podjele na blage i grube aktivnosti. Tako se u blage aktivnosti ubraja kampiranje, pješaćenjem biciklizam, riječni turizam, aktivnosti u prirodi, jahanje, lov i ribolov. Grube aktivnosti uključuju uporabu kanua, proučavanje kanjona i pećina, planinski biciklizam, cross country skijanje te planinarenje i penjanje, paraglajding, rafting, slobodno penjanje te safari razgledavanje. Ove dvije skupine se uvelike razlikuju, prvenstveno zbog toga što blage aktivnosti uključuju sigurnost, postojanost, intenzitet i aktivnosti koje su namijenjene turistima koji su skloni sigurnim turističkim aktivnostima. Za razliku od njih, grube aktivnosti uključuju sklonost riziku i ponekad čak znaju biti opasne po život, a turisti skloni tim aktivnostima su avanturisti kojima je strah od nepoznatog nepoznata pojava i koji su skloni riskirati da bi doživjeli turističko uzbuđenje. Današnji turisti imaju

specifičan životni standard kojeg turistički subjekti trebaju uzeti u obzir prilikom formiranja ponude za ciljano tržište. Danas su turisti voljni uložiti više novca za željenu uslugu, no ujedno racionalnije i promišljeno raspolažu svojim slobodnim vremenom. Stoga sudionici turističkog tržišta trebaju uložiti napore u istraživanje tržišta, kao i preferencija turista, da bi mogli znati koje vrste selektivnih oblika turizma im ponuditi.

Ipak, i u teoriji i praksi vrste turizma uključuju masovni turizam, koje obilježava velik broj turista, organizirano putovanje, paket-aranžmani agencija i turoperatora, niske cijene) i alternativni ili održivi turizam, koje obilježava alternativa sadržajima i ponašanju turista, motivi turista u fokusu, ponuda u ravnoteži s okruženjem). Kada se u planiranju i razvoju turizma destinacija od strategije masovnosti (jednostavan i jeftin proizvod, velik fizički obujam prometa) okreće diversifikaciji ponude (fokus na motivima koji ljude pokreću na turistička putovanja, turizam usmjeren na zadovoljavanje specifičnih potreba užeg segmenta tržišta), riječ je o specifičnim oblicima turizma, tj. turističkim kretanjima uvjetovanim određenim motivom (dominantno turističkim) koji turiste pokreće na putovanje u destinaciju gdje je turistička ponuda prilagođena (sadržajima, proizvodima, cijenom) ostvarenju željenoga doživljaja (specifičan interes turista) (Hrvatska enciklopedija, 2020.).

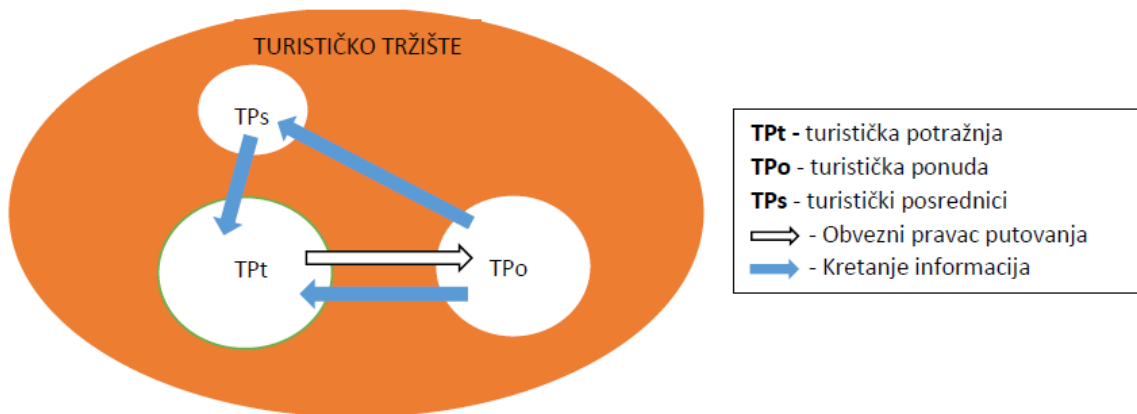
Čorak (2006) je precizirala selektivne oblike turizma, kao značajne vrste turizma, koje obuhvaćaju podjele zasnovane na prirodnim resursima (zdravstveni turizam, sportski turizam, nautički turizam, ekoturizam, seoski turizam, lovni i ribolovni turizam, naturizam, robinzonski turizam i dr.) i specifične oblike turizma zasnovane na društvenim resursima (kongresni turizam, kulturni turizam, gastronomski i enofilski turizam, turizam događanja, vjerski turizam, turizam na umjetno stvorenim atrakcijama, casino-turizam i dr.). Selektivni turizam danas poželjna osnova za razvoj ukupne turističke djelatnosti jer je on orijentiran na individualnost, a svaki turist se osjeća posebnim kada zna da se njemu posvećuje posebna pažnja. Stoga danas turisti i biraju različite selektivne oblike turizma, sukladno svojim preferencijama, jer na taj način zadovoljavaju svoje individualne motive i ispunjavaju svoje posebne turističke želje i zahtjeve.

2.3. Odrednice i obilježja turističkog tržišta

Turističko tržište je kompleksno. Njegovu definiciju je najpreciznije odredio Pirjavec (2008), prikazujući ga kao skup odnosa ponude i potražnje koji nastaju pod utjecajem turističkih kretanja. Kada se o njemu govori u smislu koncentracije turizma na tom tržištu, onda se prvenstveno misli na mjesto dominacije turističke ponude, a sekundarno turističke potražnje. Ono je uvjetovano predmetom razmjene na tom tržištu, što ovdje to predstavlja turistički proizvod i usluga te se isto znatno razlikuje od robnog tržišta. Taj je razlog što se na njemu primarno trguje uslugama koje su specifične za turistički sektor, a ne robom, kako je to uobičajeno na ostalim tržištima. Tako je turističko tržište prvenstveno tržište usluga, sa svim značajkama koje karakteriziraju tržišta usluga, ali i sa brojnim drugim posebnostima (Pirjavec, 2008.)

Turističko tržište definira se kao skup odnosa ponude i potražnje u području usluga i dobara što služe za podmirenje turističkih potreba na određenom prostoru, odnosno skup odnosa ponude i potražnje koji nastaju pod utjecajem turističkih kretanja (Pirjavec, 2008.). Na njemu djeluju i turisti kao tražitelji turističkih usluga te turistički subjekti kao nuditelji istih.

Grafikon 1. Prikaz djelovanja turističkog tržišta



Izvor: Pirjavec, B., Turizam - jučer, danas,, Veleučilište u Karlovcu, Karlovac, 2008., str. 60.

Iz grafikona 1. je vidljivo kretanje turističke potražnje i ponude, gdje turistička potražnja uvijek putuje ka turističkoj ponudi jer ustvari zahtjevi turista formiraju ponudu. Tako se ostvaruje komunikacije turističke ponude i potražnje na izravan ili neizravan

način ili putem turističkih posrednika. Turistički posrednici, kako bi što uspješnije prodavali usluge ponude, nastoje se što više približiti svojim kupcima (Pirjavec, 2008.).

Formiranjem turističke ponude i potražnje na turističkom tržištu formirala su se emitivna tržišta. Ona su se prvenstveno formirala zbog dislociranosti same turističke ponude od turističke potražnje. Emitivno turističko tržište je ono na kojemu se nalazi velika koncentracija turističke potražnje (Galičić i Laškarin, 2015.). Emitivna tržišta su specifična za tržišta turističke potražnje jer na njih djeluju brojni čimbenici, kao na primjer atraktivni čimbenici, komunikativni čimbenici i receptivni čimbenici. Na emitivnim turističkim tržištima djeluju emitivne zemlje. Iste predstavljaju sve zemlje i sva područja u kojima je zapažen veći intenzitet i sklonost stanovništva putovanjima (Čaličić i Laškarin, 2015.).

Turističko tržište karakteriziraju značajna obilježja koje ga čine prepoznatljivim, atraktivnim, učinkovitim te sposobnim dovesti turističku ponudu i potražnju u ravnotežu. Turistička tržišta u svijetu su danas jedna od najmoćnijih pokretača ekonomskog rasta. To dokazuje zarada od prihoda međunarodnog turizma koji je dosegao je 1,7 milijardi USD u 2018. godini (Rahmianti et. al., 2019.). Stoga su međunarodna turistička tržišta pet najboljih gospodarskih sektora na svijetu nakon kemijskog i naftnog, ali ispred prehrambene i automobilske industrije. Turističko tržište stoga obuhvaća širok spektar djelatnosti kako bi se uslužili domaći i inozemni posjetitelji iz posao u slobodne svrhe. Podržavajuće djelatnosti su u rasponu od smještaja i prijevoza do hrane i pića, maloprodaje i kulture te sporta i rekreacije. Stoga ono ima značajne koristi za sve zemlje, posebno za lokalne zajednice koje su u mogućnosti kreirati radnu snagu i kreacije poduzetništva u turizmu.

Iskoristivost je jedna od najvažnijih karakteristika turističke industrije. Proizvodi usluge u turističkoj i putničkoj djelatnosti troše se onako kako se proizvode. Hotelske sobe i sjedala se u tom smislu ne mogu skladištiti za terminsku prodaju (Kaiser 2018.). Na primjer, ako na večer nije rezervirana hotelska soba, ista se ne može rezervirati večeras i prodati je sutra. Time se želi naglasiti kako se neiskorišteni kapaciteti u turizmu ne mogu naknadno prodati. Kako nesigurnost u potražnji kupaca koristi ovu karakteristiku, hoteli i turističke agencije imaju tendenciju prekomjerno rezervirati dostupne sobe i mjesta (Kaiser, 2018.). Pronalaženje alternativnog proizvoda za kupca i život s posljedicama prebukiranja statistički je ekonomičniji.

Nedosljednost je sledeće obilježje turističkog tržišta gdje se turistički proizvodi uvijek razlikuju. Čak se i ista hotelska soba u istom tjednu s istim vremenom može različito percipirati zbog različitog odnosa turističkih djelatnika prema turistu (Rahmaiti et. al., 2015.). Uvijek se radi o iskustvu koje kupac stječe. Racionalni atributi proizvoda poput cijene, noćenja i dodatnih usluga mogu se usporediti samo u manjoj mjeri. Izazovno je riješiti kupčevu percepciju proizvoda (opaženu kvalitetu) jer na njega jako utječu brojni neovisni aspekti poput vremena, kvalitete ponude turističke usluge, drugih kupaca i slično. Stoga je proizvod vrlo nedosljedan i ne može se standardizirati.

Ulaganje i nepokretnost su obilježja koja se odnose na imovinu turističkih subjekata. Govoreći o hotelima i ostalim smještajnim objektima, imovina je obično velika kapitalna investicija. Hoteli imaju namještaj, restorane, televizore, praonice rublja, bazene, saune itd. - uloženi kapital koji se mora isplatiti. I to nije sve - sva ta ulaganja vezana su uz jedan lokalitet, što znači da te turističke tvrtke u velikoj mjeri ovise o atraktivnosti regije, zemlje, okolice i tako dalje (Rahmaiti et. al., 2015.).

Turističko tržište je orijentirano na ljude. Turističke djelatnosti se u potpunosti temelje na ljudima. Interakcija između osoblja i kupca određuje opaženu kvalitetu proizvoda. Za razliku od opipljivih proizvoda gdje kupac kupuje određene značajke, kvalitetu proizvodnje, trajnost itd., kvaliteta odmora proizlazi iz osobnih interakcija, počevši od informacija i procesa rezerviranja tijekom boravka do putovanja kući (Kaiser, 2018.).

Neodvojivost je obilježje turističkog tržišta gdje se većina putničkih proizvoda istodobno prvo proda, proizvede i potroši. To je aspekt koji jasno razlikuje turizam od opipljivih proizvoda (Kaiser, 2018.). Na primjer, hotelska soba kada se plati, ista se ne može ponijeti kući sa sobom. Također se ne može uživati u vožnji alpskim saonicama u svojoj dnevnoj sobi. Turistički proizvodi mogu se konzumirati samo u prostorijama dobavljača.

Neopipljivost je jedna od najbitnijih značajki turističkog tržišta. Turistički proizvodi su nematerijalni. Noć u hotelu, dan u skijalištu, mirni let s lijepom pratnjom i nasmijani turistički vodič koji vodi turiste do vrha alpske planine - sve se to ne može dirati (Kaiser, 2018.). Turizam se odnosi na utrošeno vrijeme i stečeno iskustvo. Proizvodi koje prodaju turističke tvrtke ne mogu se reproducirati ili ponovno upotrijebiti. Ni osjećaj konzumacije ne može se zaokupiti u punoj mjeri (Rahmaiti et. al., 2015.).

Nefleksibilnost je posljednje obilježje turističkog tržišta. Putnički proizvodi prilično su nefleksibilni u smislu kolebanja. Hoteli ne mogu promijeniti svoje kapacitete dovoljno brzo da reagiraju na spontana kolebanja potražnje (Rahmaiti et. al., 2015.). Stoga takve tvrtke pokušavaju uravnotežiti visoke i niske zahtjeve, tako da ne predstavlja preveliki gubitak za tvrtku kada sobe u hotelu ostanu prazne, a za kupce kada više nema stolova na raspolaganju.

Sva navedena obilježja karakteristična su za postojanje i egzistenciju turističkog tržišta. Na njemu se nude turističke usluge, susreće se turistička ponuda i potražnja te djeluju i turisti sa strane potražnje te turistički subjekti sa strane turističke pnude. Svi oni zajedno utječu na formiranje obilježja turističkog tržišta koja ga čine specifičnim u odnosu na druga robna tržišta.

2.4. Deetrinante turističke ponude

Turizam je složen sektor koji uključuje širok spektar gospodarskih operacija. Turistička ponuda je jedna od operacija. Izuzetno je pouzdan u prirodnom, umjetnom ili umjetnom djelovanju, kao i regulatornim komponentama uključenim u stvaranje turističkog proizvoda. Elementi opskrbe zemljopisno su ograničeni na određeno mjesto, stoga poduzeća koja drže udjele trebaju pružati proizvode i usluge stavljajući troškove i predviđajući promociju svojih pojedinačnih proizvoda i prihoda. Utječe na cijelu turneju putovanja od početka turneje do njenog gracioznog i zadovoljavajućeg završetka.

Turistička ponuda širok je pojam koji obuhvaća čimbenike koji upravljaju razinom ponude, prostorne karakteristike ponude, različite vrste ponude i motive za postavljanje takvih zahtjeva. Cooper (2004) definira turističku ponudu kao raspored količine bilo kojeg proizvoda ili usluge koju ljudi žele i mogu kupiti po svakoj određenoj cijeni u skupu mogućih cijena tijekom nekih navedenih razdoblja". U tom smislu turisti generiraju turističke zahtjeve.

Ljestvica i veličina turističke ponude razlikuju se s vremenom, a ponekad i sa sezonama. Vrijeme ponude za turističkim uslugama napreduje ili se mijenja. Takve bi promjene mogle biti posljedica pojave takozvanih „novih turista“ (Cooper, 2004.). Ovi

turisti žele doživjeti nešto novo i očekuju visokokvalitetnu uslugu i vrijednost za njihov novac.

Cooper (2004) identificira tri glavne vrste ponude: stvarnu, potisnutu i latentnu ponudu. Stvarna turistička ponuda također se naziva učinkovitim ponudom te dolazi od turista koji su uključeni u stvarni proces turizma. Druga vrsta ponude je takozvana potisnuta ponuda koju stvaraju dvije kategorije ljudi koji zbog okolnosti uglavnom nisu u mogućnosti putovati izvan njihove kontrole. Prva skupina obuhvaćala bi one dijelove stanovništva koje bi željelo biti uključeno u proces turizma, ali zbog određenih razloga ne može.

Definicija turističke ponude trebala bi proizaći iz definicije turizma. Stoga se to može definirati kao opskrba cjelokupnom imovinom, uslugama i robom u kojoj posjetitelji mogu uživati ili kupiti, a prigodom putovanja posjetitelja (UNWTO; 2019.).

Statistici turističke ponude može se pristupiti na dva načina (UNWTO, 2019.):

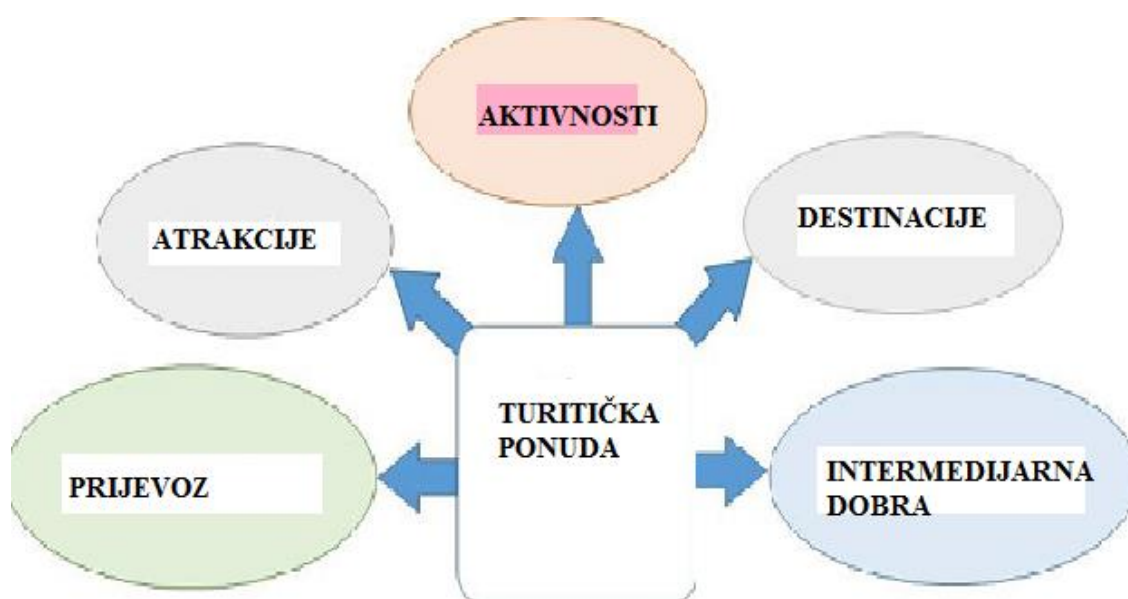
- Statistika o proizvodnji (strukturi) poduzeća itd., Npr. opskrba se tumači kao DJELATNOST poduzeća kao što su opskrba HORECA-e, prijevoz i maloprodajne usluge;
- Statistika o rezultatima takvih aktivnosti, tj. PROIZVODI, koji također mogu biti usluge, koje posjetitelji troše.

Opća je svrha statistike o opskrbi turizma procjena doprinosa turističkog sektora općem društveno-ekonomskom procesu u zemlji i utvrđivanje učinaka turizma, razlikujući izravne učinke od neizravnih ili induciranih učinaka.

Turistička ponuda izvodi se zbrajanjem vrijednosti turističkih proizvoda koje turistička industrija prodaje turistima. U obzir se uzimaju usluge smještaja, hrane, prijevoza i ostale maloprodaje. Svojstva turističke ponude su sljedeća (Tutorialsprint, 2021.)

- Turistička ponuda nije kvarljiva (ne može se skladištiti kao proizvodi).
- Ne može se konzumirati prije kupnje.
- Potrebno je premještanje s jednog mjesta na drugo radi njezine potrošnje.
- Zemljopisno je fiksirana na različitim mjestima.

Slika 1. Komponente turističke ponude



Izvor: obrada autora prema Tutorialspoint (2021): Tourism Management – Supply, dostupno na https://www.tutorialspoint.com/tourism_management/tourism_management_supply.htm, pristupljeno 20.06.2021.

Turistička ponuda povezana je s osiguravanjem ključnih elemenata turizma destinacije ili odredišta domaćina. Takva bi se determinanta turističke ponude trebala proširiti za održavanje, promociju i upravljanje turističkim objektima i resursima. Turistički resursi potrebni za turističku opskrbu kreću se od prirode prema čovjeku. Potrebna infrastruktura uključuje telekomunikacije, smještaj i prijevoz. Usluge turističke recepcije uključuju putničke agencije, turističke urede, tvrtke za iznajmljivanje i menadžere za posjetitelje.

Ona temeljna karakteristika turističke ponude koja je razlikuje od ostalih usluga je način na koji mobilno stanovništvo koje posjećuje destinacije može konzumirati turistički proizvod, uslugu ili iskustvo. Suprotno tome, ponuda elemenata su često zemljopisno fiksni elementi na određenim mjestima (npr. hoteli, restorani ili atrakcije posjetitelja). To znači da tvrtke trebaju uložiti znatne kapitalne investicije različitih oblika turističkih usluga i centara u turističku proizvodnju na temelju očekivanja kojima će se destinacija dopasti posjetiteljima i pomaže u promociji njihovih pojedinačnih proizvoda i usluga.

3. KONCEPCIJA RAZVOJA TURIZMA SISAŠKO – MOSLAVAČKE ŽUPANIJE

Sisačko-moslavačka županija je dio kontinentalne Hrvatske i pripada unutarnjem dijelu hrvatskog turističkog tržišta. Svojim geografskim smještajem na južnom dijelu središnje Hrvatske zauzima centralni i povoljan položaj za razvoj kontinentalnih oblika turizma. U ovom će poglavlju biti riječi o geografsko – ekonomskim obilježjima županije, valorizaciji njezinih turističkih resursa te o njezinim razvojnim obilježjima i trendovima koji imaju potencijala unaprijediti turistički razvoj.

3.1. Geografsko – društvena obilježja županije

SMŽ je županija smještena u kontinentalnoj Hrvatskoj, u njezinom središnjem dijelu prema užnoj granici sa Bosnom i Hercegovinom. Kao takva je dio administrativno-teritorijalnog ustroja Republike Hrvatske sa sjedištem u Sisku. Smještena je u južnom dijelu središnjeg dijela Republike Hrvatske, na području na kojem se dotiču Panonska i Gorska Hrvatska. Županija graniči sa Zagrebačkom, Karlovačkom, Bjelovarsko-bilogorskom, Brodskoposavskom i Požeško-slavonskom županijom, a na jugu i s Bosnom i Hercegovinom (SMŽ, 2018.).

U županiji su integrirana četiri znalajna geografska dijela: Posavina, Banovina, Moslavina, Kordun i dio Slavonije. SMŽ je razvojno prometno čvorište te ima povoljan prirodan prometni položaj, a to je razlog njezine iznimne povezanosti sa ostatkom Hrvatske.

Županija ima površinu od 4.468 km² te je kao takva jedna od najvećih županija u Hrvatskoj, a tome ide u prilog i činjenica da zauzima 7,9% kopnenog teritorija Hrvatske. U strukturi ukupne površine, najveći udio čine poljoprivredne površine (52 %), zatim slijede šumsko zemljište (44 %) i neplodne površine (4 %) (SMŽ, 2018.). Ovako determinirana struktura zemljišta je vrlo povoljna i čini izdašan potencijal za razvoj gospodarstva i turizma SMŽ.

Prostor Sisačko-moslavačke županije može se podijeliti u tri geografske cjeline (SMŽ, 2018.):

- gorska područja (područja Zrinske, Trgovske, Petrove te dijelova Moslavačke gore),
- brdsko-brežuljkasta područja (Banovina, Moslavina, Vukomeričke gorice i Psunji),
- područja riječnih dolina, terasa i naplavnih ravni (ravnice Posavine i Pokuplja).

SMŽ obuhvaća teritorijalni ustroj kojega danas čini 19 jedinica lokalne samouprave sa statutom općine te 7 gradova. One su sljedeće (SMŽ, 2018.): Sisak, Glina, Hrvatska Kostajnica, Kutina, Novska, Petrinja i Popovača, 12 općina: Donji Kukuruzari, Dvor, Gvozd, Hrvatska Dubica, Jasenovac, Lekenik, Lipovljani, Majur, Martinska Ves, Popovača, Sunja, Topusko i Velika Ludina te 456 naselja. Sisak je determiniran kao političko, administrativno i gospodarsko središte županije.

Tablica 2. Razvojne potrebe i problemi SMŽ

RAZVOJNI PROBLEMI	RAZVOJNE POTREBE
<p>1. Stanovništvo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Neravnomjerna naseljenost uzrokuje i velike razlike u razvijenosti pojedinih dijelova županije • Ukupno demografsko kretanje SMŽ-a je izrazito negativno • Kontinuiran proces starenja stanovništva • Izražen proces napuštanja i propadanja seoskih sredina • Nedovoljno razvojnih projekata za zadržavanje i zapošljavanje mladih osoba na području županije <p>2. Socijalna skrb</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rastući broj korisnika socijalne skrbi upućuje na veliku socijalnu ugroženost stanovništva SMŽ • Visok udio mladih radno sposobnih nezaposlenih osoba među stalnim korisnicima socijalne skrbi • Stanje socijalne ugroženosti posebno je prisutno na područjima od posebne državne skrbi 	<p>1. Stanovništvo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Utvrditi i kontinuirano provoditi mjere poticanja nataliteta (zapošljavanje mladih, rješavanje stambenog pitanja mladih obitelji, subvencioniranje vrtića, rodiljne naknade) • Sustavnim mjerama poticati ujednačen društveno-gospodarski razvoj SMŽ-a • Jačati razvoj poljoprivrede, seoskog, izletničkog i ekoturizma te jačati ljudske resurse u tim sektorima kao preduvjeta za sprječavanje napuštanja i propadanja sela • Izraditi program potreba mladih na području SMŽ-a • Kontinuirano provoditi zacrtane mjere za zapošljavanje i zadržavanje mladih na području županije <p>2. Socijalna skrb</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jačati gospodarstvo i politiku zapošljavanja kako bi se smanjio udio nezaposlenih osoba među korisnicima socijalne skrbi

<ul style="list-style-type: none"> • Sve veći udio starog stanovništva zahtijeva širenje mreže izvaninstitucionalne socijalne skrbi • Ratne posljedice koje se negativno odražavaju na duševno zdravlje stanovništva <p>3. Zdravstvo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nedostatak liječnika specijalista svih profila • Manjak zdravstvene njege i fizikalne terapije u kući • Nerazvijen sustav palijativne zdravstvene skrbi • Nedovoljna opremljenost u sekundarnoj zdravstvenoj zaštiti • Postojeći industrijski pogoni ne odgovaraju ekološkim standardima i predstavljaju velik rizik za javno zdravlje <p>4. Obrazovanje</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manjak predškolskih ustanova • Nedostatak usluge produženog boravka u mnogim školama • Prevelik broj škola koje rade u dvije smjene • Nedostatci srednjoškolskih obrazovnih programa ili njihova nedostupnost u najbližoj srednjoj školi uzrokuje odlazak mnogih učenika na školovanje u Zagreb • Propadanje nekadašnjih područnih škola u ruralnim sredinama • Nepostojanje učeničkog doma u Sisku što uzrokuje odlazak mnogih učenika u Zagreb • Nedostatak državne strategije srednjoškolskog i visokoškolskog obrazovanja • Rubni i najslabije razvijeni dijelovi županije su najviše pogođeni nedostatkom visokoškolskih obrazovnih ustanova 	<ul style="list-style-type: none"> • Izraditi i sustavno provoditi mjere za razvoj područja od posebne državne skrbi • Širiti mrežu izvaninstitucionalne socijalne skrbi, osobito pružanje njege u kući starijim i nemoćnim osobama • Jačati sustavan angažman cijele zajednice u radu s ratnim stradalnicima i žrtvama nasilja, te poticati njihovu uključenost u društvene aktivnosti <p>3. Zdravstvo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Izgraditi hitni bolnički prijem u sustavu OB Sisak • Osnovati nacionalni forenzički centar u Popovači • Izgraditi novi dom zdravlja u Petrinji • Povećati ulaganja u opremljenost bolnica • Jačati preventivne zdravstvene programe • Modernizirati i rekonstruirati postojeće objekte <p>4. Obrazovanje</p> <ul style="list-style-type: none"> • Povećati kapacitete i opremljenost postojećih vrtića te izgraditi nove • Poticati osnivanje privatnih vrtića • Podržavati i razvijati izvannastavne programe (radionice, tečajevi, smotre, natjecanja) • Modernizirati, dograditi i povećati opremljenost škola kako bi se osiguralo provođenje nastave u jednoj smjeni. • Poticati osnivanje novih učeničkih domova kao najboljeg načina sprječavanja odlaska mladih ljudi na školovanje izvan Sisačko moslavačke županije (zbog demografskih i prometnih posebnosti županije) • Dovršiti započete projekte izgradnje i stavljanje u funkciju novih obrazovnih ustanova (vrtići u Sisku, Jasenovcu, Hrvatskoj
--	--

<ul style="list-style-type: none"> • Nedostatak visokoškolskih obrazovnih institucija na području županije • Jedini sisački Fakultet nije dovoljno kadrovski ojačan i prepoznatljiv kao središnja regionalna institucija razvoja i istraživanja 	<p>Dubici, osnovne škole u Popovači, Novskoj i Mošćenici te srednje Strukovne škole u Sisku)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prenamijeniti prostore nekadašnjih područnih škola u seoskim sredinama • Poticati osnivanje privatnih visokoškolskih obrazovnih ustanova s pravom javnosti • Metalurški fakultet u Sisku učiniti središnjom regionalnom institucijom razvoja i istraživanja • Nastaviti s potporama za učenike i studente • Srednjoškolske ustanove opremiti i osposobiti za brzu transformaciju obrazovnih strategija
---	---

Izvor: SMŽ (2018): Županijska razvojna strategija Sisačko – moslavačke županije, dostupno na https://www.smz.hr/images/stories/gospodarstvo/2018/zrs_smz_2018.pdf, pristupljeno 20.06.2021.

SMŽ se ubraja u jedne od slabije razvijenih županija. Tme u prilog govori i indeks razvijenosti ove županije koji je uvršten u I. skupinu jedinica područne (regionalne) samouprave čija je vrijednost indeksa razvijenosti manja od 75 % prosjeka Republike Hrvatske. Budući da njezin indeks razvijenosti iznosi 48,50% (SMŽ, 2018.), može se reći da je SMŽ vrlo slabo gospodarski i demografski razvijena županija. Najlošije rangirane općine s indeksom razvijenosti manjim od 50 % (I. skupina) su (SMŽ, 2018.): Donji Kukuruzari, Dvor, Hrvatska Dubica, Sunja i Gvozd, u sljedećoj su (II. skupina: od 50 % do 75 %): Glina, Hrvatska Kostajnica, Jasenovac, Majur, Martinska Ves, Novska, Petrinja i Topusko. U III. skupini od 75 % do 100 % svrstani su Kutina, Lekenik, Lipovljani, Popovača, Sisak i Velika Ludina. U IV. (100 % do 125 %) i V. skupini (>125 %) nema niti jednog mjesta iz Sisačko-moslavačke županije.

Županija nije ni demografski snažno razvijena u odnosu na ostale županije Hrvatske. Na ovom području živi 172.439 stanovnika te isti čine 4,02% ukupne populacije Hrvatske. Ova se vrijednost može komparirati sa veličinom jedne od hrvatskih urbanih aglomeracija, čime je vidljivo da na vežem prostoru živi manji broj

stanovnika. Gustoća naseljenosti ove županije iznosi 38,6 st/km², što ju čini znatno nižom od hrvatskog prosjeka koji iznosi 75,7 st/km². Stoga SMŽ karakterizira izrazito neravnomjerna naseljenost.

Odluka Vlade Republike Hrvatske o razvrstavanju jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave prema stupnju razvijenosti od 27. prosinca 2013. godine (NN 158/2013) se očituje u gušćoj naseljenosti gradskih sredina (Sisak, Petrinja, Kutina i Novska), dok su pojedina seoska naselja gotovo potpuno napuštena (dijelovi Banovine i Posavine) (SMŽ, 2018.). Problematika neravnomerne naseljenosti doprinosi znatnim razlikama u razvijenosti pojedinih dijelova županije. Demografski trendovi SMŽ su aktualno negativnih tendencija, gdje je zamjetno smanjenje broja stanovnika sa svakim narednim popisom. Prema zadnja dva popisa iz 2001. i 2011. godine, stanovništvo SMŽ je pokazalo tendenciju pada za 6,98%, gdje se kao glavni uzroci ovih depopulacijskih kretanja mogu pripisati iseljavanju mladih osoba u potrazi za radnim mjestom, ali i otprije izraženom procesu deruralizacije.

SMŽ je geografski i prirodno vrlo povoljno područje za život i razvoj turizma zbog izrazitih neiskorištenih potencijala, ali je demografski i u percipiranom razvojnom smislu SMŽ nižeg stupnja razvijenosti.

3.2. Valorizacija turističkih resursa

Turistički resursi SMŽ determinirani su kao značajni za razvoj njezina turističkog sektora, a ističu se prirodni, društveni i kulturni resursi koji se eksploatiraju u turističke svrhe u ovoj županiji. Cijeli teritorij županije karakterizira raznolikost i atraktivnost prirodnog krajobraza i bioraznolikosti. Takvi resursi su značajni za razvoj turizma koji ima ključnu ulogu u razvoju županije. U županiji djeluju Turistička zajednica Sisačko-moslavačke županije, Turističke zajednice gradova Siska, Petrinje, Kutine, Novske, Popovače i Hrvatske Kostajnice, Turističke zajednice Topusko i Lipovljani, Turističke zajednice općina Lekenik i Jasenovac (SMŽ, 2018.) koje značajno doprinose upravljanju razvojem njezinih turističkih resursa.

Cijelo poručje županije kao dio svoje turističke ponude i resursa ističe bogatstvo biljnog i životinjskog svijeta, a tradicionalne djelatnosti poljodjelstva i stočarstva u županiji doprinijele su formiranju poljoprivrednih gospodarstva akoji turisima nude smještaj ruralnog karaktera.

Slika 2. Park prirode Lonjsko polje kao najznačajniji turistički resurs SMŽ



Izvor: Visitadriatic.eu (2021): Lonjsko Polje, dostupno na www.visitadriatic.eu/hrvatske-regije/nacionalni-parkovi/park-priodelonjsko-polje/, pristupljeno 20.06.2021.

Značajni turistički resursi SMŽ koji doprinose razvoju turizma su bogati izvori hipotermalne ljevakovite vode u Topuskom, koji sa svojim geotermalnim svojstvima predstavljaju značajan ekonomski potencijal za ovu županiju. Županija posjeduje i bogatu kulturno – povijesnu baštinu, koju čine arheološka nalazišta iz rimskog doba, prapovijesti i antike, a ista su zaštićena kao područja od posebne državne skrbi zbog specifičnosti ove namjene.

Topusko predstavlja značajan turistički potencijal kao izvor hipertermalnih ljevakovitih voda, koje zbog njezina učinka posjećuju brojni turisti. Još prethistorijski Kolapjani, Stari Rimljani, srednjovjekovni velikaši, kraljevi i carevi habsburški skupljali su se tamo zbog zdravlja. Veliki ekonomski potencijal nalazi se u geotermalnim izvorima. Područje SMŽ je integrirano u ekološku mrežu NATURA 2000 zbog velike biološke vrijednosti (Razvojna agencija Sisačko-moslavačke županije SIMORA d.o.o.,

2013-2014). Stoga su turistički resursi SMŽ visoko valorizirani, a isti se temelje primarno na dostupnosti prirodnih resursa i netaknute prirode, pa je razvoj turizma SMŽ prijenosan na eksploataciju prirodnih ljepota.

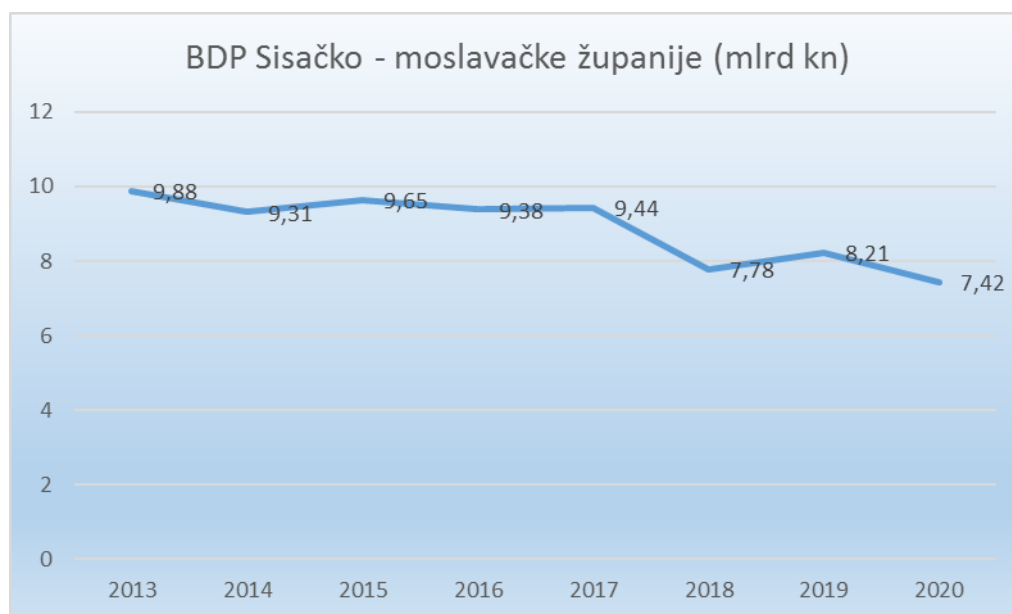
3.3. Razvojna obilježja i gospodarski trendovi županije

SMŽ obilježavaju relativno usporena i stagnirajuća gospodarska kretanja koja determiniraju ujedno i stagnirajuća razvojna obilježja ove županije. Na području SMŽ je registrirano ukupno 5.728 poslovnih subjekata, od kojih je aktivno samo 3.680 (DZS, 2021.), a broj poslovnih subjekata iz godine u godinu pokazuje tendenciju pada za prosječno 4,8%. Osnovne gospodarske aktivnosti koje potiču napredak razvoja SMŽ su obrtništvo, trgovina i prerađivačka industrija.

Glavne gospodarske djelatnosti na području županije su industrija, s posebnim naglaskom na energetiku, naftnu, petrokemijsku i kemijsku industriju, metalurgiju i metalopređivačku industriju, prehrambenu industriju te poljoprivreda i šumarstvo, trgovina, ugostiteljstvo, graditeljstvo, promet i veze (SMŽ, 2018.). Posljednjih godina u županiji su se počele razvijati sofisticirane tehnologije u elektroničkoj industriji, a počela se znatno razvijati i farmaceutska industrija. Ostale gospodarske djelatnosti su zastupljene u manjoj mjeri, a poduzetništvo i obrtništvo se ističu u djelatnosti trgovine, gdje se ukupno 19,6% poslovnih subjekata SMŽ bavi trgovinom.

Broj malih i srednjih poduzeća u SM od 2001. godine pokazuje linearnu tendenciju rasta, a zastupljenost malih trgovačkih društava čini gotovo 98 % ukupnog broja trgovačkih društava u SMŽ-u. Stoga se poduzetništvo SMŽ temelji na razvoju mikro i malih poduzetnika, ali se razmatraju i novi oblici organiziranja djelatnosti i udruživanja u raznim sektorima proizvodnje i pružanja usluga. Jedan od najprihvaćenijih modela je društveno poduzetništvo.

Grafikon 2. Kretanje BDP – a SMŽ od 2013. – 2020. godine



Izvor: izrada autora prema podacima DZS (2021): Bruto domaći proizvod, dostupno na www.dzs.hr > Hrv_Eng > Pokazatelji, pristupljeno 20.06.2021.

Iz grafikna 2. vidljivo je kretanje BDP – a SMŽ koje u promatranom razdoblju pokazuje tendenciju pada. BDP županije se kretao prosječno oko 9,5 mlrd kn još unazad 20 godina, ali njegov značajan pad uzrokovala je svjetska financijska kriza 2008. godine, od kada BDP županije se prosječno zaržava na 9 mlrd kn i ne pokazuje tendenciju rasta, primarno iz razloga jer županiju obilježava depopulacija, slab razvoj poduzetništva, smanjenje broja poslovnih subjekata i nedovoljno razvijeno poslovno okruženje.

U promatranom razdoblju iz grafikona 2. vidljiv je kontinuirani trend pada BDP – a županije, gdje je isti 2013. godine iznosio 9,88 mlrd kn. Od tada pokazuje značajnu tendenciju pada, gdje se do 2017. godine zadržavao na vrijednosti prosjeka od 9,5 mlrd kn. Potom od 2018. godine BDP ove županije pokazuje trendove pada zbog migracije stanovništva u razvijena područja i potrage za poslom i boljim životnim uvjetima. Pandemija COVID – 19 virusom dodatno je doprinijela padu BDP – a županije zbog stagnacije gospodarstva, a uzastopni potresi u Sisku i Petrinji tokom 2020. godine uzrokovali su brojne ekonomske materijalne štete.

U Republici Hrvatskoj je 2019. godine ostvareno 53,2 mlrd kn investicija u dugotrajnu imovinu od čega je u SMŽ investirano 1,4 mlrd kn, a isto predstavlja

povećanje od 5,3% u odnosu na 2018.godinu (DZS, 2019.). Po ovim investicijama ističu se najviše investitori Grada Zagreba koji su osvarili više od 54% poduzetničkih investicija u Hrvatskoj, a usporedbom sa investicijama SMŽ, vidljivo je kako je udio investicija u SMŽ samo 2% u odnosu na cijelu Hrvatsku i 6% u odnosu na rad Zagreb.

Udio izvoza Sisačko-moslavačke županije s inozemstvom u ukupnom izvozu Republike Hrvatske kreće se na razini od oko 3,3 %, dok se udio uvoza županije u ukupnom uvozu RH kreće na razini od 1,2 % (SMŽ, 2018.). U SMŽ najviše izvoze trgovinski partneri zemlje Europske unije, a najviše Austrija, Italija i Njemačka, a od zemalja u okruženju ističu s Srbija i Bsn.

Prema Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti, najznačajnija izvozna djelatnost u Sisačko-moslavačkoj županiji je prerađivačka industrija koja ostvaruje gotovo 98 % ukupnog izvoza, najviše u području proizvodnje kemikalija i kemijskih proizvoda, zatim u proizvodnji računala, slijedi proizvodnja metala, proizvodnja hrane i pića te prerada drva i proizvoda od drva (osim namještaja) (SMŽ, 2018.).

Iz SMŽ su poduzetnici prosječno izveli godišnje 402 milijuna eura, a prema podacima kretanja izvoza isti oscilira, pa je robna razmjena SMŽ stagnirajuća. Prerađivačka industrija čini 92% ukupnog izvoza, a najveći dio zauzimaju kemijska i elektronska industrija, gdje se izrazio ističe tvornica Petrokemija u Kutini.

Tržište rada u SMŽ je relativno dobro razvijeno. Radno sposobnih stanovnika županije ima 113,7 tisuća, što čini udio od 66% u ukupnom broju stanovnika, gdje ovaj radni kontingent ima visok udio.

Poduzetnici županije u 2016. godini izvezli su robe u vrijednosti od 402 mln eura i ako se promatraju podaci kretanja izvoza u protekle četiri godine, vidljive su oscilacije u robnoj razmjeni Sisačko-moslavačke županije. Prerađivačka industrija čini 92% ukupnog izvoza SMŽ, a unutar nje razvijene su kemijska i elektronska industrija, od kojih je najistaknutija tvornica Petrokemija u Kutini.

Tablica 3. Razvojne potrebe i problemi SMŽ u gospodarstvu

RAZVOJNI PROBLEMI	RAZVOJNE POTREBE
<p><i>Opća gospodarska kretanja</i> BDP „per capita“ SMŽ-a nalazi se u sredini ljestvice svih hrvatskih županija Slaba gospodarska aktivnost koja se očituje u velikoj razlici između broja registriranih i aktivnih poslovnih subjekata Slaba razvijenost poduzetničke infrastrukture Nedovoljne aktivnosti na privlačenju ulaganja u SMŽ</p> <p><i>Tržište rada</i> SMŽ ima najveću prosječnu stopu nezaposlenosti u 2015. godini od 32,5 % (RH 16,7 %) Veća nezaposlenost žena u odnosu na muškarce u SMŽ Dugotrajna nezaposlenost - 60,2 % Neusklađenost upisne politike s potrebama rada te zastarjela znanja i vještine u pojedinim zanimanjima Prisutan je trend povećanja nezaposlenosti mladih i osoba starijih od 50 godina</p> <p><i>Poslovno okruženje</i> Pogoršanje pokazatelja produktivnosti, ekonomičnosti i rentabilnosti s tendencijom daljnjeg pada</p>	<p><i>Opća gospodarska kretanja</i> Kreirati i provoditi programe poticanja poduzetničke umreženosti, suradnje s poduzetničkim institucijama, poduzetničkim centrima i zonama Uravnoteženje regionalnog razvoja SMŽ-a Intenziviranje rada na pripremi projekata spremnih na financiranje iz EU fondova i sličnih izvora financiranja Ulagati u razvoj inovacija na području županije</p> <p><i>Tržište rada</i> Uključivati u programe edukacije osobe kojima je otežan pristup tržištu rada prema potrebama gospodarstva Inovirati programe cjeloživotnog obrazovanja, kroz različite oblike stručnog osposobljavanja, usavršavanja te prekvalifikacije i dokvalifikacije u skladu s gospodarskim i razvojnim potrebama Kontinuirano uključivati poslodavce u sustav praćenja potreba vezanih za tržište rada</p> <p><i>Poslovno okruženje</i> Jačati izvoznu orijentaciju glavnih izvoznih djelatnosti, prerađivačke i prehrambene industrije te proizvodnje elektroničke opreme i računala</p>

Poduzetnici u SMŽ u prošloj godini poslovali ispod praga ekonomičnosti	Uskladiti poslovanje obrtnika s međunarodnim standardima i zahtjevima međunarodnog tržišta
Propadanje obrtništva	Poduzeti mjere jačanja konkurentnosti malog gospodarstva
Smanjenje izvoza u svim sektorima gospodarstva	Promicanje uloge važnosti socijalnog/društvenog poduzetništva kroz formalne i neformalne oblike obrazovanja
Trend diversifikacije osnovne djelatnosti obrtnika kako bi lakše opstali na tržištu	Pronalaženje povoljnih izvora financiranja poduzetničkih investicija
Nedovoljno razvijeno socijalno poduzetništvo	
Visoke kamate na investicijske kredite	

Izvor: SMŽ (2018): Županijska razvojna strategija Sisačko – moslavačke županije, dostupno na https://www.smz.hr/images/stories/gospodarstvo/2018/zrs_smz_2018.pdf, pristupljeno 20.06.2021.

Tržište rada je u SMŽ relativno dobro razvijeno. Ovdje je radno sposobno 113,7 tisuća stanovnika, koji predstavljaju radni kontingent a udjelom od 66% u ukupnom stanovništvu. U strukturi zaposlenih po spolu je gotovo podjednako udio zaposlenih muškaraca i žena u ovoj županiji. Iako SMŽ ima viši udio radnog kontingenta, u ovoj županiji je stvarno zaposleno samo 37,5 tisuća osoba, odnosno, samo 33% ukupno radno sposobnog stanovništva, čime je iskorištenost radnog kontingenta SMŽ vrlo mala.

Najveći je broj zaposlenih u pravnim osobama, zatim kod fizičkih osoba, a slijede obrtnici, poljoprivrednici, samostalne profesionalne djelatnosti te radnici kod međunarodnih organizacija i u inozemstvu (SMŽ, 2018.). Najveći broj osoba zapošljava prerađivačka industrija 9343 ili 24,8 %, a slijede je trgovina na veliko i malo, popravak motornih vozila i motocikala 4401 ili 11,7 %, dok je na trećem mjestu po broju zaposlenih osoba javna uprava i obrana, obvezno socijalno osiguranje 3665 ili 9,7 % (SMŽ, 2018.).

Prosječan broj nezaposlenih osoba u SMŽ je 16 tisuća, odnosno, ovdje je prosečna stopa nezaposlenosti 14%. Stopa nezaposlenosti, uantoč negativnim trendovima na tržištu rada pokazuje tendencije pada.

Poslovno okruženje SMŽ je slabo i nerazvijeno, ali prepoznat potencijal iste polako se počeo eksploatirati. Gradovi Hrvatska Kostajnica, Kutina (za četiri od pet zona), Novska, Petrinja, Popovača i Sisak te općine Dvor, Jasenovac, Lekenik, Lipovljani (za jednu od dvije zone) i Velika Ludina (za jednu od dvije zone) su izradile studiju opravdanosti izgradnje poduzetničke zone, dok je općina Lekenik u završnoj fazi izgradnje Poduzetničke zone kroz projekt financiran sredstvima iz EU fondova (SMŽ, 2018.). Time se prilika bespovratnih sredstava iz EU fnodva pokazala vrlo uspješnom metodom gospodarskog i poslovnog napretka županije.

Poduzetničkim zonama u SMŽ upravljaju nadležne JLS koje osnivaju javna trgovačka društva da bi mogle njima upravljati. Na području županije je prisutno 47 poduzetničkih zona koje su u potpunosti opremljene energetsom, komunalnom, prometnom i komunikacijskom infrastrukturom, dok 7 poduzetničkih zona nije opremljeno niti uređeno za prihvrat poduzetnika. Na području Sisačko-moslavačke županije poduzetnička aktivnost se odvija u 23 poduzetničke zone odnosno 48,9 %, a u 24 poduzetničke zone odnosno 51,06 % nema poduzetničke aktivnosti. Krajem 2015. godine u poduzetničkim zonama u funkciji poslovalo je 95 poduzetnika koji su imali 1361 zaposlenika.

Gospodarski trendovi SMŽ su relativno slabije razvijeni u odnosu na druge županije kontinentalne Hrvatske. Ukupna gospodarska slika SMŽ temelji se na razvoju kemijske i prerađivačke industrije, a slaba ponuda na tržištu rada otežava stanovništvu egzistenciju i uzrokuje depopulaciju te migracije u druge dijelove Hrvatske.

4. KONCEPCIJA TURISTIČKE PONUDE SISAČKO – MOSLAVAČKE ŽUPANIJE

Značajan prirodni krajobraz, očuvanje prirodne baštine i resursa, prisutnost tradicijske graditeljske baštine i slabija naseljenost županije veliki su potencijali koji omogućuju SMŽ razvoj turističke ponude. Turistička ponuda županije temelji se prvenstveno na diverzifikaciji turističkog proizvoda kroz njegove selektivne oblike. Već su u SMŽ snažno zastupljeni zdravstveni, lovni i ruralni turizam, a potencijal razvoja i već određeni napreci postignuti su u području cikloturizma, etno i gastroturizma. Bogate tradicijske vrijednosti SMŽ omogućuju županiji održavanje turističkih manifestacija gdje se turistima predstavlja njegovanje običaja i tradicije ovog a područja, a manifestacije se održavaju tokom cijele godine.

U ovom poglavlju će se izvršiti kvalitativna i kvantitativna analiza turizma SMŽ, prikazat će se najrazvijenije destinacije – Kutina, Sisak i Banovina te će se u konačnici izraditi SWOT analiza turističke ponude županije.

4.1. Kvalitativna analiza turističke ponude

Značaj turizma kao jedne od najpotencijalnijih gospodarskih grana očitava se kroz njegove doprinose lokalnom razvoju. Osim što je turizam svake godine u porastu utječe i na brojne druge ekonomske aktivnosti. Svaki dio puta nekog proizvoda ili usluge dobiva na posebnom značaju ako se kroz njega promovira turizam i odnos prema turistu. Premda razvoju u turizmu velikim dijelom pridonose međunarodne velike kompanije njime se uglavnom bave mala obiteljska gospodarstva.

Mala obiteljska gospodarstva proširivanjem svoje ponude turističkim elementima utječu na lokalni razvoj nekog mjesta, naročito na područjima koja prolaze urbanu obnovu i prilagođavanje poslovanja kako bi privukli brojne turiste iz stranih zemalja. Moderni globalni turistički trendovi stavljaju poseban naglasak na pojavu sve više selektivnih oblika turizma kao protuponudu prema masovnom turizmu koji je specifičan za turistički razvijene zemlje Mediterana.

Hrvatska kao jedan od glavnih primjera kako se iskorištava mediteranski položaj u svoju ponudu sve više uvrštava i one manje poznate oblike turizma, od kojih ćemo navesti samo neke koji se na specifičan način prilagođavaju i razvijaju u samoj SMŽ.

Vrste turizma koje su najzastupljenije u turističkoj ponudi njegovih selektivnih oblika SMŽ su sljedeći (obrada autora prema SMŽ, 2018.):

- Kulturni turizam
- Ekoturizam
- Ruralni turizam
- Zdravstveni turizam
- Gastronomski turizam
- Obalni, pomorski i turizam na unutarnjim vodama
- Sportski turizam
- Obrazovni turizam
- Vjerski turizam

Sisačko-moslavačka županija svojim prirodnim i kulturnim, te povijesnim bogatstvima je itekako atraktivna na tržištu. Upravo očuvanost prostora, rijetka naseljenost županije i očuvana tradicijska graditeljska baština daju velike razvojne mogućnosti u razvoju selektivnih oblika turizma u Sisačko-moslavačkoj županiji, od kojih se neki već uspješno razvijaju, poput zdravstvenog turizma, lovnog turizma, seoskog i ruralnog turizma, cikloturizma, eno i gastroturizma. Specifični oblici turizma su posebna skupina turističkih kretanja uvjetovana određenim, dominantnim turističkim motivima koji turističkog potrošača pokreću na putovanje u destinaciju čija turistička ponuda svojim sadržajima omogućuje da potrošač ostvari svoje interese (SMŽ, 2018.).

Novi, odnosno selektivni oblici turizma, kako se navodi u strategiji razvoja, prepoznati su kao skupina turističkih proizvoda na kojima se treba temeljiti rast i razvoj sustava turizma Hrvatske. Iako Sisačko-moslavačka županija još uvijek nedovoljno iskorištava svoje kapacitete i resurse, u posljednjih nekoliko godina bilježi se rast, osobito smještajnih kapaciteta, ali isto tako i samih dolazaka te noćenja. Letimičnim pogledom na budućnost treba svakako naglasiti pozitivan stav lokalne zajednice i samouprave u ostvarenju županije i njenih lokaliteta kao atraktivne i poželjne

destinacije za mnoge posjetitelje koji još nisu upoznati sa blagodatima prirode i društva. Stanovništvo Sisačko-moslavačke županije pozdravlja porast broja turista, kao i noćenja, sami svjesni ljepote kojom su okruženi i koju su voljni pokazati i otkriti svakom posjetitelju.

Mnoge ljepote kriju se upravo u lokalnim raritetima koji su manje poznati, a samim time i manje oštećeni, jer ipak se radi o prirodnim bogatstvima. Neke od tih prirodnih bogatstava je narod s vremenom oblikovao kako bi im služio u korist šire zajednice, ne obazirući se na rast i razvoj turizma koji se događao oko njih. Turističke osobitosti Sisačko-moslavačke županije koje ju čine različitim od drugih regionalnih destinacija su: termalno lječilište Topusko, Park prirode Lonjsko polje, milenijska povijest Siska, povijesna baština Vojne krajine i turskih ratova, osebujno i svjetski vrijedno drveno graditeljstvo, sakralna arhitektura, bogata lovna i ribolovna područja, zaštićena prirodna područja, vrhunska gastronomska i vinska ponuda. Tu jedinstvenost i autentičnost potrebno je njegovati i razvijati kako bi Sisačkomoslavačka županija postala prepoznatljivom na domaćem i međunarodnom turističkom tržištu (SMŽ, 2018.).

Slika 3. Termalno lječilište Topusko



Izvor: Topterme.hr (2021): O nama, dostupno na <http://www.topterme.hr/o-termama-a1-3>, pristupljeno 20.06.2021.

Grad Sisak je značaja destinacija koja nudi brojne turističke atrakcije i uvelike doprinosi razvoju turizma SMŽ. Kao administrativno središte županije, Sisak naglašava njezin turistički razvoj, koji se osobito temelji na povijesnim građevinama i nalazištima iz rimskog doba. Tako se u gradu nalazi 23 zaštićena nalazišta iz prapovijesti te 31 antičko.

Slika 4. Dvorac Veliki Kaptol kao najznačajnija turistička atrakcija Siska



Izvor: Top destinacije (2021). Sisak – znamenitosti, dostupno na <https://topdestinacije.hr/sisak-znamenitosti-jednog-od-najstarijih-hrvatskih-gradova/>, pristupljeno 20.06.2021.

Od velikog je turističkog značaja stara fortifiacijska utvrda Stari Grad iz 16. stoljeća. Ista predstavlja jedan od autentičnih i specifičnih te očuvanih objekata povijesne baštine, kao spomen na veliku bitku kod Siska protiv Turaka. To je jedan od rijetkih i očuvanih objekata u obliku trokutaste fortifikacije u Hrvatskoj iz vremena kada su Turci ratovali. Osim nje, Sisak još obiluje brojnim utverdama kojih u gradu ima 41, a isto tako i kaštelima koji su djelomično očuvani. Jedna od njih je i petrinjska jezgra grada iz 13. stoljeća, Stari grad Kostajnice, Stari grad Zrin i dijelovi cistercijske crkve u Topuskom.

Slika 5. Utvrda Sari grad u Sisku



Izvor: Klinko (2021): Utvrda Star grad Sisak, dostupno na <https://klinfo.rtl.hr/dogadjanja/utvrda-stari-grad-sisak/>, pristupljeno 20.06.2021.

U 2017. godini je SMŽ pristupila izradi Operativnog plana razvoja cikloturizma na području županije do 2020. godine s ciljem umrežavanja svih dionika u turizmu u svrhu objedinjavanja ponude za cikloturiste, povezivanja postojećih biciklističkih ruta, postavljanja odgovarajuće jedinstvene signalizacije na sve postojeće staze, povećanja broja biciklističkih staza, povećanja ponude turističkih usluga i proizvoda za cikloturiste te prilagođavanja postojećih turističkih standarda "Bike&Bed" smještajnih objekata (SMŽ, 2018.).

Osim razvoja cikloturizma, SMŽ radi na promociji svojih tradicionalnih manifestacija, od kojih su naznačajnije Voloderska jesen u Voloderu, Dani graditeljske baštine u Krapju, Viteški turnir u Sisku, Dan sela Čigoć - "Europskog sela roda" u Čigoću, Kvirinovi poetski susreti u Sisku, Kutinski vinski dani u Kutini, Državna konjogojska izložba u Sunji, Županijska smotra izvornog folklora Martinski susreti te još cijeli niz tradicionalnih manifestacija.

Slika 6. Manifestacija Voloderska jesen



Izvor: Explore Croatia (2021): Voloderske jeseni, dostupno na <https://explorecroatia.eu/destinacije/sisacko-moslavacki-kraj/dodite-na-voloderske-jeseni-tamo-gdje-su-dani-veseli/>, pristupljeno 20.06.2021.

Na području SMŽ je razvidno djelovanje brojnih kulturnih ustanova koje potiču razvoj kulturnog turizma Županije. Tako se u SMŽ razvija i unapređuje kultra umjetničkog stvaralaštva, potče se kulturna djelatnost, kulturni život, te se osiguravaju uvjeti za obavljanje i razvitak različitih djelatnosti kulture, a naročito knjižničarske, arhivske, kazališne, glazbene, muzejske i galerijske. To su domovi kulture, odnosno pučka učilišta, narodne i gradske knjižnice, muzeji, arhiv i galerije. Djelatnost domova kulture je raznolika i kreće se od scenske, glazbene, filmske, galerijske, obrazovne i knjižničarske pa do nakladničke djelatnosti (SMŽ, 2018.).

SMŽ je razvila kvalitetu mrežne knjižnice, gdje su objedinjene narodne i gradske knjižnice sa statusom ustanova, a tu najviše djeluju osnovnoškolske, srednjoškolske i visokoškolske knjižnice, ali je prisutno samo nekoliko specijaliziranih knjižnica.

Značajan dio u razvoju turizma SMŽ zauzimaju i kultra i umjetnost. Muzejsku djelatnost pokrivaju tri ustanove: Gradski muzej Sisak i Muzej Moslavine Kutina te Memorijalni muzej spomen područja Jasenovac (SMŽ, 2018.). Gradski muzej Sisak je muzej općeg tipa te obavlja muzejsko-galerijsku djelatnost. U okviru njega postoji 5 odjela: kulturno-povijesni, arheološki, etnografski, galerijski i numizmatički, kao i više različitih zbirki, a zapošljava 25 osoba. Muzej Moslavine je zavičajni muzej koji obuhvaća arheološki, etnografski, kulturno-povijesni i galerijski odjel te brojne zbirke (SMŽ, 2018.). Memorijalni muzej spomen područja Jasenovac ima novi postav od 2006. godine koji ide ukorak s konceptima suvremene historiografije i muzeologije.

Slika 7. Izloženi primjerak Memorijalnog muzeja spomen područja Jasenovac



Izvor: Spomen područje Jasenovac (2021): Foto galwrija, dostupno na <http://www.jusp-jasenovac.hr/Default.aspx?sid=6402>, pristupljeno 20.06.2021.

U potencijalu napretka svog turističkog razvoja i ponude, SMŽ je 2016. osnivala Interpetacijski centar baštine Banovine. To je ustanova u kulturi čije su djelatnosti predstavljanje i promicanje materijalne i nematerijalne, povijesne, kulturne i prirodne baštine na području Banovine i njeno stavljanje u funkciju radi unaprjeđenja ponude kulturnih sadržaja u svrhu razvoja kulturnog turizma, predstavljanje i promoviranje lokaliteta od povijesno-kulturnog značaja na području Banovine te osmišljavanje programa njihovog oživljavanja i dostupnosti (SMŽ, 2018.). Osim toga, 2017. godine je osnovan i Kulturni centar braće Radić u Martinskoj Vesi, čija je temeljna djelatnost promocija naslijeđa braće Stjepana i Antuna Radića, a temelji se na izdavačko-informativnoj djelatnosti, edukaciji, organiziranju i održavanju kulturno-umjetničkih radionica, predstava, koncerata, predavanja, izložbi i sličnih manifestacija.

Veliku ulogu u promociji turizma SMŽ ima Turistička zajednica SMŽ. Ita je osnovana temeljem Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (8NN 52/19) te djeluje na području Grada Siska. Datum osnivanja jest 25.6.1992. godine održavanjem osnivačke Skupštine. Razlog osnivanja je promicanje i unaprjeđenje turizma i gospodarskih interesa pravnih i fizičkih osoba uključenih u pružanje ugostiteljskih i drugih usluga povezanih s turizmom područja Sisačko – moslavačke županije (sukaldno Zakonu NN 52/19). Sjedište zajednice se nalazi u zgradi Mali Kaptol u Sisku u ulici Rimska b.b. Mali Kaptol je zgrada koja je smještena na lijevoj obali rijeke Kupe u Sisku.

Slika 8. Logo Turističke zajednice SMŽ



Izvor: TZ SMŽ (<https://turizam-smz.hr/page/5/?paged=5> (3.12.2018))

Ranija namjena TZ je bila za ugostiteljsku djelatnost, još kada je zagrebački Kaptol bio u feudalnom posjedništvu Siska. Tako se TZ spominje već u arhivu 1800.

godine, gdje je prostor adaptiran 2 puta. TZ SMŽ je danas izvrstan promotor turizma SMŽ i uvelike doprinosi razvoju kvalitativne turističke ponude ove Županije.

Novi, odnosno selektivni oblici turizma, kako se navodi u strategiji razvoja, prepoznati su kao skupina turističkih proizvoda na kojima se treba temeljiti rast i razvoj sustava turizma Hrvatske. Iako Sisačko-moslavačka županija još uvijek nedovoljno iskorištava svoje kapacitete i resurse, u posljednjih nekoliko godina bilježi se rast, osobito smještajnih kapaciteta, ali isto tako i samih dolazaka te noćenja. Letimičnim pogledom na budućnost treba svakako naglasiti pozitivan stav lokalne zajednice i samouprave u ostvarenju županije i njenih lokaliteta kao atraktivne i poželjne destinacije za mnoge posjetitelje koji još nisu upoznati sa blagodatima prirode i društva. Stanovništvo Sisačko-moslavačke županije pozdravlja porast broja turista, kao i noćenja, sami svjesni ljepote kojom su okruženi i koju su voljni pokazati i otkriti svakom posjetitelju. Mnoge ljepote kriju se upravo u lokalnim raritetima koji su manje poznati, a samim time i manje oštećeni, jer ipak se radi o prirodnim bogatstvima Neke od tih prirodnih bogatstava je narod s vremenom oblikovao kako bi im služio u korist šire zajednice, ne obazirući se na rast i razvoj turizma koji se događao oko njih.

4.2. Kvantitativna analiza turističke ponude

Hrvatska kao jedna od najatraktivnijih destinacija na Mediteranu se u zadnjih desetak godina može pohvaliti sa porastom interesa za manje poznate oblike turizma poput ekoturizma, ruralnog turizma ili pak sportsko – rekreacijskog turizma. Naime, sve veći broj turista temelji svoje boravljenje u nekoj destinaciji na istraživanju lokalne ponude i tajni koje mogu otkriti samo lokalni stanovnici. Iz tog razloga je također povećana i ponuda smještajnih kapaciteta u manjim sredinama, otvorene su mogućnosti zarade za male poduzetnike i obiteljska gospodarstva.

Kvantitativna analiza turističke ponude SMŽ obuhvaća statističku obradu podataka i pokazatelja turističkog prometa kroz odabrano razdoblje da bi se dobio uvid u status i položaj SMŽ na turističkom tržištu.

Tablica 4. Turistički dolasci i noćenja u Sisačko-moslavačkoj županiji 2018. i 2019. godine

	2018	2019	Indeks
Dolasci (u 000)	39	38	97,4
Noćenja (u 000)	99	95	96,0

Izvor. Hrvatska turistička zajednica (2019): Turizam u brojkama 2019, dostupno na https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-07/HTZ%20TUB%20HR_%202019%20%281%29.pdf, pristupljeno 20.06.2021.

Iz tablice 3. vidljivi su turistički dolasci i noćenja u SMŽ za 2018. i 2019. godinu. U 2020. godini ovi pokazatelji nisu razmatrani zbog nemjerodvnosti, a čemu je razlog pandemija COVID – 19 virusom, gdje statistika dolazaka i noćenja ne korelira sa kontinuiranim dosadašnjim turističkim trendovima, pa je 2020. godina izuzeta iz analitike.

I dolasci i noćenja turista su u 2019. godini pokazali blažu tendenciju pada za 1.000 turista u dolascima i za 4.000 turista u noćenjima. Razmjerno tome, pao je i indeks omjera dolazaka u navedenim godinama. Iako ovaj pad nije značajan, u odnosu na 2016. i 2017. vidi se značajan rast broja dolazaka od 10.000 turista u dvije godine te rast broja noćenja za 16.000 noćenja u dvije godine. Ova tendencija rasta je poželjna i u budućim perspektivama rasta turističkog prometa SMŽ, za kojega se očekuje oporavak nakon redukcije pandemije.

Tablica 5. Struktura gostiju u SMŽ od 2015. – 2019. godine

Godina	Dolaci			Noćenja		
	Domaći	Strani	Ukupno	Domaći	Strani	Ukupno
2015	15.000	13.000	28.000	50.000	36.000	86.000
2016	17.000	12.000	29.000	54.000	36.000	90.000
2017	19.000	18.000	37.000	51.000	33.000	84.000
2018	22.000	17.000	39.000	58.000	41.000	99.000
2019	23.000	15.000	38.000	57.000	42.000	98.000

Izvor: interna dokumentacija Turističke zajednice SMŽ

U promatranom razdoblju SMŽ je zabilježila pozitivan trend rasta dolazaka i noćenaj turista. Tako je zabilježen rast od 27% 2019. godine u odnosu na 2015. te rast u noćenjima od 13% 2019. u odnosu na 2015. godinu. Zamjetan je veći udio dolazaka i noćenja domaćih od stranih turista u promatranom razdoblju. Razlog tomu je slabija prepoznatljivost SMŽ na europskim i međunarodnim turističkim tržištima. Također, u SMŽ nema dovoljno ponude smještajnih kapaciteta, nema dovoljno atraktivne turističke ponude, a i ovo područje nije pogodno turističkim investicijama, pa samim time i stagnira turistička potražnja za boravkom u ovoj destinaciji. Ž

Tablica 6. Ponuda smještajnih kapaciteta SMŽ od 2015. – 2019.

		2015	2016	2017	2018	2019
Seljačka domaćinstva	Broj subjekata	50	65	56	51	21
	Broj kreveta	166	180	132	96	113
Hoteli	Broj subjekata	3	3	3	6	3
	Broj kreveta	224	224	239	626	385
Privatni smještaj/apartmani	Broj subjekata	42	42	37	47	44
	Broj kreveta	176	188	174	203	248

Izvor: interna dokumentacija Turističke zajednice SMŽ

U ponudi smještajnih kapaciteta dominiraju seljačka domaćinstva, gdje je istih bilo prosječno 50, a 2019. je zamjetan pad broja seljačkih domaćinstava na njih 30. Broj postelja koje su nudila seljačka domaćinstva je bio prosječno 152, gdje je zamjetan pad broja ovih postelja u 2018. godini jer su se mnoga seljačka domaćinstva tada pretala baviti turističkim najmom.

U SMŽ je prisutno samo tri hotela, gdje je iznimno 2018. godine još tri turistička objekta dobilo status malog obiteljskog hotela, pa je time porastao i broj smještajnih kapaciteta u hotelima za gotovo dvostruko, a bi pokazao trend pada u 2019. godini.

Broj subjekata privatnog smještaja i apartmana u turističkoj ponudi je pokazao tendenciju rasta za pet novih apartmana do 2018. godine, a prosječno se u privatnom smještaju SMŽ nudi 185 postelja. Iz navedenih podataka je razvidno da je ponuda smještajnih kapaciteta SMŽ mala i nedostatna, kako po pitanju hotelijerstva, tako i privatnog smještaja.

Kvantitativna analiza turističke ponude SMŽ je pokazala kako su turistički pokazatelji županije slabo razvijeni i stagnirajući te imaju vrlo mali udio u ukupnom

turističkom prmetu Hrvatske. To ukazuje na činjenicu da je SMŽ vrlo slabo turistički razvijena županija, kako po broju dolazaka i noćenja, tako i po ponudi smještajnih kapaciteta. U SMŽ uglavnom dolaze domicilni gosti iz obližnjih županija ili oni sa mora željni provoda u kontinentalnij Hrvatskoj. Ova analiza treba biti smjernica u ograničenjima razvoja turizma SMŽ da bi se razvilinrazvojni ciljevi i strategije u kojem smjeru turistička ponuda SMŽ treba ići da bi napredovala.

4.3. Destinacije Sisačko – Moslavačke županije

Iako je SMŽ jedna od slabije razvijenih županija u turističkom smislu, kao najznaajnije i prepoznatljive destinacije na turističkom tržištu koje posjećuju brojni turisti su Kutina, Sisak te Banovina i turopolje, o kojima će biti riječi u ovom potpoglavlju.

4.3.1. Sisak

Sisak je "glavni" grad Sisačko – moslavačke županije, bogate turističke ponude I velikog broja hotela te gastronomskih objekata. Smješten na priobalju rijeke Save, pogodan je za razvitak turizma na unutarnjim vodama, te svojom bogatom poviješću veliki je predvodnik kulturnog turizma. Turističke osobitosti grada Siska koje ga čine drugačijim od ostalih gradova u županiji su: milenijska povijest Siska, povijesna baština Vojne krajine I turskih ratova te različite manifestacije I događanja.

Veliki Kaptol je jedan od najvrednijih primjeraka arhitekture klasicizma u Sisku; građen 1830.g.; u zgradi je 1839.g. izvedena prva kazališna predstava na hrvatskom jeziku štokavskog narječja, "Juran i Sofija" I. K. Sakcinskog. Ili „Turci pod Siskom“. Veliki Kaptol nalazi se na Trgu bana Josipa Jelačića u samoj blizini Starog mosta. Od 2009. godine sjedište je biskupije u Sisku. Zaštitnik grada Siska je sisački biskup i mučenik sveti Kvirin. Nedaleko od Velikog Kaptola nalazi se I mali kaptol koji je jedan od najstarije zidanih kuće u 18 stoljeću te je nedavno posto sjedište Turističke zajednice Sisak.

Slika 9. Prvi drveni most na Kupu u Sisku



Izvor: Hotspots (2017): Šetnja kroz Sisak, dostupno na <http://hotspots.net.hr/2017/10/setnja-kroz-sisak/>, pristupljeno 20.06.2021.

Po starim zapisima prvi drveni most na rijeci Kupu izgrađen je daven 1862. Godine te je spojio "Vojni" i "Civilni" Sisak tj. lijevu i desnu obalu rijeke Kupe. 1934. Godine izgrađen je zidani most, koji postaje jedan od simbola grada, a Sisčani ga zovu Stari most. Od 2010. Godine most je zatvoren za promet svih vozila težih iznad dvije tone radi toga što je građen od tradicionalnih sisačkih materijala, opeke i kamena koje su s vremenom i lagano propale ali je i dalje prometan za sve ostale vrste vozila te pješaka i biciklista. Najljepši i najpoznatiji način dolaska na "Stari most" je hodom najpoznatijom šetnicom grada Siska uz rijeku Kupu, šetnicom Slave Striegla. Ona je žila kucavica grada, mjesto za priču, druženje i okrijepu u nekom od brojnih kafića.

Stari grad je tvrđava iz 16. st. pod kojom se odigrala Bitka kod Siska 22. lipnja 1593. Stari grad je izgrađen 1544., u svrhu obrane grada od Turskih nasrtaja. Tvrđava je 8 spomenik nulte kategorije. Od Starog grada do centra Siska ima cca dva kilometra cestom ili kilometar i pol šetnicom. Danas se tamo nalazi muzej, koji prikazuje povijest tvrđave, ali i Siska. Taj je muzej čuvar više od tri tisuće godina stare povijesti grada. Stalni postav muzeja privlači mnoge posjetitelje. Osim muzeja, u sklopu tvrđave se nalazi restoran, jedno od omiljenih mjesta održavanja vjenčanja, krštena te maturlnih zabava. Također Stari grad je mjesto održavanja Viteškog turnira koji se održava svake

godine od 2003. u znak pobjede nad turcima na zadnjoj crti obrane u tvrđavi “Stari grad”.

Slika 10. Sajam cvijeća u Sisku



Izvor: Hotspots (2017): Šetnja kroz Sisak, dostupno na <http://hotspots.net.hr/2017/10/setnja-kroz-sisak/>, pristupljeno 20.06.2021.

Iskopina ostataka starorimske arhitekture vidljivi jugozapadni bedem s kulom s kraja 2. i početka 3. stoljeća, unutar bedema ostatci žitnice sagrađene početkom 4. stoljeća. Iskopine Siscije su vidljive i na nekim drugim mjestima u blizini arheološkog parka, upravo pisajući ovaj završni naišli su arheolozi na novu iskopinu u gradu Sisku. Desetke metara dalje svake godine se organizira manifestacija “Sisački sajam cvijeća”. Sajam cvijeća je 2002.

Slika 10. Arheološki park u Sisku



Izvor: Hotspots (2017): Šetnja kroz Sisak, dostupno na <http://hotspots.net.hr/2017/10/setnja-kroz-sisak/>, pristupljeno 20.06.2021.

Godine u Velikom kaptolu prepoznat od strane turističke zajednice grada kao zanimljivi turistički project, te se održava odonda do dan danas.

4.3.2. Banovina i Turopolje

Pod obroncima Zrinske gore u živopisnoj Banovini isprepletenoj brojnim rijekama, potocima, termalnim izvorima i izvorima pitke vode, utr je put bana Josipa Jelačića koji je vodio kroz nizinsko i ravno Turopolje prema Zagrebu i dalje. Budući da je ova pokrajina u povijesti bila jedina pod upravom hrvatskog bana, nazvana je Banovinom. Preciznije, od 1595. godine uz naziv Pokupska, rabio se i Banska krajina, da bi nakon diplome cara Leopolda, od 1703. za cijelo područje između Kupe i Une prevladavao naziv Banska krajina. Ovaj naziv rabljen je sve do ukinuća krajiških pukovnija 1873., otkada se to područje naziva Bansko okružje, sve do konačnog razvojačenja Vojne krajine 1881., otkad se u pravilu rabi naziv Banovina.

Nastala su brojna sela, zaseoci, općine i gradovi koji obiluju povijesnom i etnografskom baštinom, te ostacima sakralnih građevina.

Jedan od najbitnijih događaja za povijest Lekenika jest uručivanje carskog dekreta glinskom pukovniku Josipu Jelačiću o njegovu imenovanju za bana Kraljevine Hrvatske, Slavonije i Dalmacije 25. ožujka 1848. godine. Krenuvši prema Zagrebu, odlučio je pristati u odmorište u Lekenik, gdje mu je i uručen carski dekret od strane poštara Josipa Klempaja koji je do dana današnjeg ostao zabilježen kao glasnik sretne i ponosite vijesti za bana Jelačića.

Petrinja se kao urbano naselje postupno formira izvan stare turske utvrde iz 1592., a njezin nagli razvoj počinje u 18. stoljeću. Zbog svog strateškog položaja 1753. Petrinja postaje vojno i upravno središte Banske krajine, a 1777. dobiva carske povlastice kao vojni komunitet. Najznačajnija građevina je stan generala Banske brigade koja se najčešće spominje kao Generalija. Zgrada Generalije je danas prenamijenjena u zgradu Općinskog suda. Uređenje trga, danas Strossmayerovog šetališta započela je krajem 18. stoljeća, kada su napravljeni i najznačajniji urbanističko – arhitektonski zahvati u tom dijelu grada. Trg je početkom 19. stoljeća služio kao sajmište i paradni trg za obilježavanje raznih manifestacija i značajnih događaja u gradu. Strossmayerovo šetalište zaštićeno je 1969. godine i danas pripada kategoriji spomenika parkovne arhitekture. Ističu se lipe ilirike zasađene u vrijeme Napoleonove ilirije do 1809. do 1813. i razno ukrasno bilje i egzote. Parkom dominira župa svetog Lovre, koji je inače i zaštitnik grada Petrinje. Crkva je izgrađena 1780., a u potpunosti je uništena u Domovinskom ratu 1992. godine, a nova je izgrađena po načelu faksimila u razdoblju od 1996. do 2000. godine.

Slika 11. Crkva sv. Lovre sa parkom ispred



Izvor. TZ Petrinja (2021): Kultura, dostupno na <https://petrinjaturizam.hr/upoznaj-petrinju/kultura/>, pristupljeno 20.06.2021.

Rijeka Kupa i grad Petrinja vezani su brojnim povijesnim događajima, a Kupski most predstavljao je svojevrsnu graničnu razdjelnicu između Civilne i Vojne Hrvatske u vrijeme Banske krajine sve do 1783. Kupa je između Bresta i Petrinje prvi put premoštena 1594., a konstruirani metalni most sa dva luka koji je otvoren 1898. srušen je u vrijeme Domovinskog rata krajem rujna 1991., a novoizgrađeni je svečano pušten u promet 4. svibnja 1998. Hrastovička gora je sjeverozapadni izdanak Zrinske gore, u koju je oštro usječena dolinom rječice Petrinjčice, a na njoj se nalazi mnoštvo okamina mekušaca i školjki koje žive samo u slanoj vodi, što potvrđuje da je gora nekada zadržavala more (Panonsko more). Zahvaljujući prirodnim i kulturno – povijesnim znamenitostima, selo Hrastovica i Hrastovička gora postale su popularno izletišta za ljubitelje prirode.

Uspostavljene su planinarske staze i biciklističke rute koje vode iz središta Hrastovice, gdje se nalazi crkva sv. Bartola, kroz kestenovu šumu s brojnim izvorima

pitke vode do najvišeg vrha Cepeliša (416 metara) sa novouređenim planinarskim domom. Inače, selo Hrastovica prvi se put spominje 1206. u darovnici hrvatskog kralja Andrije II., te se kroz povijest često spominje. 12. veljače 1905. u Hrastovici je održana prva skupština Hrvatske pučke seljačke stranke koju je predvodio Stjepan Radić.

Topusko se kroz povijest spominjalo još od 13. stoljeća, a najznačajniji početak razvoja spominje se u 19. stoljeću kada su započeta brojna istraživanja i ispitivanja termalnih izvora. Nalazi se na samoj granici Korduna i Banovina, uz tok rijeke Gline i između Petrove i Zrinske gore, a dobro je prometno povezana sa većim gradovima u blizini; Glina, Petrinja, Sisak, Karlovac i Zagreb. U neposrednoj okolini Topuskog nalaze se brojni izvori pitke vode od kojih je najpoznatiji Jelačićevo vrelo, gdje je ban osobno, često u svojim pohodima rado posjećivao vrelo, te se ono kasnije po njegovom naređenju uredilo zajedno sa okolišem. Ono po čemu je Topusko poznato su termalni izvori. Postoje tri glavna i nekoliko manjih, te izbijaju na površinu sa dubine od 1500 metara i vulkanskog su podrijetla.

Termalne vode u Topuskom su po kvaliteti među najboljima u Europi, a može se pohvaliti i blatnim kupkama tzv. Cretne ili Tresetne kupke, kakvih ima još samo u Češkoj.

Letovanić "selo pokraj Kupe" se nalazi u SMŽ I jedno je od napoznatijih mjesta u županiji. Radi svoje pozicije uz rijeku Kupu, koja protječe kroz selo I povoljnih klimatskih uvjeta u ljetnim mjesecima je odlična turistička destinacija za ljude koji žele uživati u prirodi koja ga krasi uz rijeku I u samoj rijeci koja u ljetnim mjesecima idealne temperature I niskog vodostaja te je tako prigodna za kupaće da se bave različitim aktivnostima. Osim po rijeci Kupi Letovanić je poznat po svojoj tradiciji I očuvanju starih objekata. Tako se u samom centru nalazi stara kepelica Sv. Fabijana I Sebastijana. O njoj se spominje već 1729. Na groblju da bi 1771. Bila podignuta nova kapela za koju je uporabljena stara građa, a također I slikane kasete stropa. Građena je kao jednodostorna građevina s poligonalnim svetištem u širini broad I vitkim tornjićem nad pročeljem.

Nad ulazom je drveno pjevalište, a pod je popločan opekom. Unutrašnjost je svođena koritastim svodom. Mali barokni oltar je prenesen iz stare kapele, a na njemu je slika sv. Sebastijana i kipovi sv. Roka i sv. Florijana te drvene, barokne kanonske tablice. Iza oltara je drveno raspelo koje možda potječe iz 17. st. Početkom 20. st.

kapela je izvana letvana i prežbukana, a povećani su i prozori. Tom je obnovom uklonjen i stari tabulat. U novije je vrijeme ispred ulaza pridodan trijem, dok su fasade vraćene u prvotno stanje.

Slika 12. Kapelica sv. Fabijana i Sebastijana



Izvor: Hrvatski restauratski zavod (2021): Kapelica sv Fabijana i Sebastijana, dostupno na <https://www.hrz.hr/index.php/aktualno/novosti-i-obavijesti/3939-glavni-oltar-drvene-kapele-sv-fabijana-i-sebastijana-u-letovanicu>, pristupljeno 20.06.2021.

Kapela je u dobrom građevnom stanju. Trajno je zaštićeno kulturno dobro Republike Hrvatske. 17 Nedaleko od kepelice sv. Fabijana i Sebastijana boravi jedan ugledni čovjek, voditelj HKUD "Poculica" Letovanić I dobitnik prestižne nagrade koja se dodjeljuje udrugama ili pojedincima za doprino lokalnoj zajednici zbog promocije i očuvanja kulturne baštine, profesor Božidar Škofač. Nagradu je zalužio radi aktivnog višegodišnjeg sudjelovanja u očuvanju kulturne baštine svoga zavičaja na području graditeljske tradicijske baštine, etnografskog predmeta, kao i zaštiti nematerijalne kulturne baštine.

U razdoblju od 2005. do 2014. na vlastitoj je parceli obnovio 5 drvenih zgrada: 3 katnice, 1 prizemnicu te krušnu peć i radni atelijer, koristeći uglavnom svoja financijska sredstva. Također je otkupio i obnovio najstariju kuću u selu izuzetne vrijednosti, monumentalnu drvenu katnicu "Vukčevu hižu" iz 1763. godine. Nakon obnove opremio ju je pripadajućim inventarom te ju je 2014. stavio u funkciju cijelog sela. Jedna od najvećih privatnih etnografskih zbirki u Hrvatskoj upravo je zbirka Božidara Škofača, čije je formiranje započeo u rodnoj kući s naslijeđenim predmetima starog pokućstva. Zbirka danas broji više od 5.000 predmeta i zaštićeno je kulturno dobro Republike Hrvatske. Među etnografskim predmetima posebno se ističu bogati uporabni tekstil i raskošne nošnje. Dio zbirke je otvoren za javnost i do danas ju je razgledalo oko 10.000 ljudi.

Slika 13. Vukčeva hiža



Izvor: Journal.hr (2018): Stara romantična kuća, dostupno na <https://www.journal.hr/lifestyle/putovanja/letovanic-vukceva-iza-tradicijska-kuca/>, pristupljeno 0.06.2021.

Također, 1975. godine osnovao je KUD „Poculica“, u kojem je do danas ostao koreograf i umjetnički voditelj, a mogu se pohvaliti sakupljanjem izvornih napjeva.

4.3.3. Kutina

Kutina je mali grad udaljen svega 70 kilometara od glavnog grada Zagreba. Smješten je na ograncima Moslavačke gore, te na rubu Lonjskog polja koje je jedno od najvećih močvarnih područja u ovom dijelu Europe. Pod ograncima Moslavačke gore protežu se vinogradi po kojima se još od davnina sade i obrađuju razne vrste vinove loze.

Zamišljen kao središnje i početno mjesto kutinske i moslavačke eno – gastronomske ponude, Vinski dvor otvoren je 2002. godine kao izložbeni i arhivski prostor u kojem se mogu održavati razna vinske priredbe. Skupine koje posjećuju Kutinu i njene znamenitosti redovito barem jednu večer provedu uz predstavljanje moslavačkih vina. Moslavina je domovina triju izvornih sorti grožđa od kojih se dobiva vino moslavac, dišeća ranina (belina) i, među njima najpoznatiji i najkvalitetniji, škrlet kojeg je pedesetih godina prošlog stoljeća opisao i afirmirao agronom Lujo Miklaužić. Škrlet daje krasno bijelo vino s laganim slatkastim okusom u svojoj polusuhoj varijanti.

Slika 14. Vinski dvor u Kutini



Izvor: Kutina Places (2021): Vinski dvor, dostupno na <http://www.kutinaplaces.com/lokacije/posjetite/vinski-dvor>, pristupljeno 20.06.2021.

Posljednjeg vikenda u svibnju Dvor je domaćin Izložbi vina koja se u Kutini održava od 1994. godine, te se po broju izlagača i izložaka svrstava među najveće u Hrvatskoj, a jedina je izložba izvornih hrvatskih sorti. Zidovi Vinskog dvora oslikani su sa nekoliko motiva. Akademski slikar Predrag Lešić, rođeni Kutinjanin naslikao je vinskog boga Bacchusa, a najpoznatiji vinski brijeg Ilovčak djelo je Želimira Šiška. Masivna hrastova ulazna vrata izrezbarena su vinskim motivima posebno prikazima tradicijskog načina dobivanja vina, te lozinim listovima i grozdovima. Izrezbarena je i tzv. Vinogradska ptica čvorak koja voli obrstiti grozdove te godina izrade vrata i uređenja Vinskog dvora 2001. godine. Time je Vinski dvor postao prvi od moslavačkih objekata važnih za vinarstvo i vinogradarstvo uređenih u 21. st., a način na koji je uređen odražava veliku želju za očuvanjem tradicije i nasljeđa predaka koji su stoljećima uzgajali lozu na plodnim obroncima Moslavačke gore.

Nedaleko od Vinskog dvora nalazi se jednokatna palača sagrađena početkom 20. st., a pripadala je obitelji Ausch. Godine 1983. dodijeljena je Muzeju za potrebe galerije. 10 Najvrijedniji dio stalne zbirke darovali su mnogi umjetnici, te Republički fond za kulturu između 1970. – 1980. godine. Među 700 djela umjetnika 20. st. zastupljeni su: Joso Bužan, Ferdinand Kulmer, Ivo Kalina, Stipe Sikirica, Kruno Bošnjak, Zlatko Kauzlarić Atač, te mnogi drugi. Najviše je djela darovao akademski slikar Ivan Milat, a 1972. zbirka je obogaćena radovima Rudolfa Donassya (1919. – 1966.), prvog akademskog slikara rođenog u Kutini. Na obali rijeke Kutinice u vrijeme neposredne turske opasnosti, u 15 i 16. stoljeću postojala je manja utvrda od hrastovih balvana i kolaca s kamenim i ciglenim ojačanjem temelja. Prema istraživanjima nalazila se oko 450 metara od Galerije. Unutrašnji bedem bio je okružen jarkom širine oko 20 metara ispunjenim vodom iz Kutinice. Da je Kutina u doba najveće turske opasnosti imala izvanrednu stratešku važnost svjedoči činjenica da postoje arheološki ostatci na samom kraju današnje Radičeve ulice na južnoj periferiji grada i Turskog stola u šumi pored bazena u istočnom dijelu Kutine.

Nekadašnji ladanski dvorac grofova Erdody i Steiner sagrađen je sredinom 18. stoljeća i među najstarijim je objektima u Kutini. Barokna je to pravokutna kurija (feudalni dvor sa sudištem), s malim trijemom iznad ulaza na istočnom pročelju. Izvorni, barokni izgled zgrade izmijenjen je prilikom obnove 1895., kada je kurija dobila izgled koji neznatno promijenjen do danas. Kurija je spašena od rušenja upravo osnivanjem muzeja. Prvotna ideja bila je da se napuni eksplozivom i da se sruši ostatak feudalizma umjesto da se u njega ulaže kako bi se obnovio.

Slika 15. Muzej Moslavine u Kutini



Izvor: Katona, H. (2019): Muzej Moslavine u Kutini do rujna zatvoren za posjetitelje, dostupno na <https://044portal.hr/muzej-moslavine-u-kutini-do-rujna-zatvoren-za-posjetitelje/>, pristupljeno 20.06.2021.

Kao Muzej revolucije i arhiv osnovan je 1960. godine, da bi u kasnijem periodu proširio svoju djelatnost na arheologiju i etnologiju. Galerijski odjel otvara se 1972. godine gdje se danas kriju arheološki nalazi iz triju vremenskih razdoblja: prapovijesti, antike i razvijenog srednjeg vijeka. Ostatci su pronađeni na području Moslavine i dijelova Posavine i zapadne Slavonije. Karte, fotografije i originalni predmeti predstavljeni u kulturno – povijesnom odjelu predstavljaju gospodarski, politički, kulturni i vjerski život Moslavaca i Kutinjana. Najstariji predmeti potječu iz 5. tisućljeća prije Krista. Etnografska zbirka svjedoči o bogatoj ostavštini, tradicijskoj kulturi, alatima i drugim pomagalicama potrebnima kod obrednih radnji i blagovanja. Godine 1790. spominje se da je nastojanjem župnika i kanonika Antuna Pozejevića te županijskog suca Dragutina pl. Odobašića sagrađena školska zgrada.

Školu su polazila djeca iz svih okolnih sela, pa i udaljenosti do 12 kilometara. Kasnije je izgrađena i druga zgrada, iz čijeg je učilišta na Crkvenom brijegu znanje

steklo brojno stanovništvo Kutine. Sve do 1875. školu je polazila samo muška mladež. Poslije prvog svjetskog rata postupno se otvara Viša pučka škola, a kasnije se nastava odvija u Osnovnoj i Građanskoj školi. Poslije drugog svjetskog rata jedna zgrada služi osnovnom obrazovanju, a u drugoj je niža gimnazija. Sve do 1964. godine bila je ovo jedina škola u Kutini. Uz brojne učitelje tu je službovao i jedan od najpoznatijih hrvatskih književnika za djecu Mato Lovrak (1899. – 1974.). Često, kada bi učenici napustili nastavu ostao je sam u razredu, te zanesen razmišljao o njihovim postupcima. Za jednog boravka u Kutini sa sjetom je prokomentirao: „Više sam nego siguran, već su tada uz čvoruge na glavicama malih Kutinčana kao posljedice nestašnih igara nastajali obrisi za moje knjige, pa tako i onu Družba Pere Kvržice.“ Danas najstarija škola u Kutini nosi njegovo ime. Nakon protjerivanja Turaka 1687. godine postupno se vraća hrvatsko stanovništvo, a i doseljenici iz drugih zemalja Austro – Ugarske. U kanonskim vizitacijama iz 1710. godine spominju se zidovi i toranj porušene crkve, vjerojatno crkve Svih Svetih koja se spominje 1364. godine. Tijekom restauratorskih radova 2007. otkriveni su do tada neistraženi temelji. Godine 1729. započela je gradnja današnje crkve. Radovi na gradnji crkvene lađe potrajale su 20 godina. Glavni oltar postavljen 1746. godine arhitekturnog je tipa s vrlo bogatim ornamentima i brojnim skulpturama. Kao i većina u ovom dijelu Hrvatske građen je u drvetu, a poslije je mramoriziran. Vrlo vrijedna su i dva bočna oltara; sv. Petra i Žalosnoga Krista, te dvije stilski autohtone barokne ispovjedaonice iz 1761. godine. Iste godine postavljena je i propovjedaonica, vrhunsko djelo Franje Antona Strauba. Predpostavlja se da su naručitelji bili grofovi Erdody. Godine 1765. propovjedaonica je obojana i pozlačena. Smatra se jednom od najljepših iz tog vremena na sjeverozapadu Hrvatske. Posebnu pozornost pljeni anđeo, trubač na ogradi stupa donjnjeg dijela. Svojim stavom i gracioznim držanjem prstiju uzoran je primjer kasno barokne skulpture. Zidovi su potpuno oslikani interpretacijama biblijskih tema, a autor Joseph Gorner se i osobno potpisao 1779. godine, kada je završio ciklus na velikoj kompoziciji svoda.

4.4. SWOT analiza turizma Sisačko – moslavačke županije

SWOT analiza je, najjednostavnija metoda za analizu okruženja. Analiza okruženja ili okoline podrazumljeva istraživanje svih važnijih karakteristika kako vanjskog tako i unutarnjeg okruženja sa svrhom identifikacije strateških čimbenika koji će odrediti budućnost poduzeća. SWOT analiza se, osim za analizu poduzeća, koristi i za analizu različitih segmenata gospodarstva, pa u ovom slučaju i za analizu turističke ponude SMŽ. Na temelju SWOT analize vrši se formiranje planova, misija, vizija i strateških odluka kojima je zadaća ostvarivanje postavljenih ciljeva i stvaranje što je moguće bolje pozicije poduzeća na tržištu. Primjena SWOT analize na području gastronomskog turizma prezentirana je u tablici 11.

Tablica 7. SWOT analiza turizma SMŽ

PREDNOSTI	NEDOSTACI
<ul style="list-style-type: none">• Tradicija jela• Specifičnost prirodnih ljepota i krajobraza za ovu regiju• Lojalnost gostiju i nacionalni specijaliteti• Autentičnost ponude prirodnih i kulturnih resursa SMŽ• Trendovi u turizmu europskih emitivnih tržišta (bliske destinacije, lako dostupne, sigurne, zaštićena priroda, visoki zdravstveni standardi)• Bogata kulturno – povijesna baština• Razvoj selektivnih oblika turizma: kulturnog, zdravstvenog, ruralnog, i lovnog• Brojnost manifestacija u toku ljetne sezone	<ul style="list-style-type: none">• Nedostatak marketinških znanja za promociju turističke ponude SMŽ• Neiskorištenost postojećih prirodnih i kulturnih resursa• Nedovoljna promocija turističkih proizvoda• Neodovoljna ponuda smještajnih kapaciteta• Slaba strateška realizacija selektivnih oblika turizma u SMŽ• Privatni smještaj nije na raspolaganju tokom cijele godine, a razlog tomu jest slaba intenzivnost prometa u zimskim mjesecima•

<ul style="list-style-type: none"> • Ulaganja u edukacije turističkih djelatnika da što kvalitetnije pruže usugu turistima te njihov profesionalni odnos prema turistima • Otvorenost i gostoljubivost domicilnog stanovništva • Velika osobna sigurnost turista u današnje vrijeme 	
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> • Razvoj turizma SMŽ van turističke sezone • Samozapošljavanje i otvaranje OPG – ova i restorana sa tradicionalnom zagorskom i međimurskom hranom • Velik broj seoskih domaćinstava potiče razvoj ruralnog turizma • Prepoznatljivost Hrvatske kao turističke destinacije • Povoljna klimatska obilježja, pitoma mediteranska klima • Biološka raznolikost, ekološki očuvan krajolik i podmorje • Osmišljavanje paket aranžmana koji će biti ponuđeni gostima bliskih zemalja za posjet SMŽ – to zahtijeva rad na marketinškim aktivnostima turizma Istre • Posebnosti ugostiteljske i hotelijerske ponude • Tradicija u turističkoj djelatnosti 	<ul style="list-style-type: none"> • Razvoj međunarodne gastro konkurencije • Sezonalnost ponude • Prometno bliži i jeftiniji turistički sadržaji • Politička nestabilnost SMŽ i slaba gospodarska razvijenost • Neprepoznatljivost SMŽ na turističkim tržištima kao poželjne destinacije • Loš omjer cijene i kvalitete • Prijenos negativnih iskustava

Izvor: izrada autora

Sisačko – moslavačka županija se svakim danom bori protiv depopulacije ruralnih područja, nemobilnosti radne snage, ekonomske krize te posebne prijetnje za našu državu bori se i danas protiv vidljivih tragova ratnih zbivanja, no usprkos tome iskorištava svoje prilike poticanja cjeloživotnog učenja i edukacije, integracija različitih oblika turističke ponude, razvoja specifičnih oblika turizma te korištenja fondova europske unije.

Sisačko – moslavačka županija nalazi svoje snage u povoljnom geostrateškom smještaju, dobroj ekološkoj očuvanosti ruralnog prostora, iskustva u pripremi i provedbi turističkih i ostalih projekata financiranih iz EU fondova te autentičnosti tradicionalnih manifestacija, gastronomije i nematerijalne kulturne baštine te svojom ustrajnošću u boljitak prkosi svojim slabostima nepostojanja koncepta sustavnog ulaganja u integriranu marketinšku komunikaciju, nedostatni smještajni kapaciteti za veće grupe posjetitelja, ograničenja izvora financiranja za investicije u turizmu te poanijanje kvalitetnih sadržaja ponude specifičnih oblika turizma. Prikazanom swot matricom možemo zaključiti da kao i svaka druga županija usprkos preprekama Sisačko - moslavačka županija teži boljitku i napretku u svim segmentima i područjima bitnim za opstanak.

4.5. Razvoj cikloturizma u SMŽ

Kao jedan od najbrže rastućih selektivnih oblika turizma, cikloturizam se sve više razvija u ruralnim područjima zbog okoline koja okružuje biciklističke staze. Mnoge biciklističke staze i rute u Sisačko-moslavačkoj županiji smještene su među najljepšim krajobrazima poput Zrinske gore, doline rijeke Kupa, Sava, Odra i Lonja, te prolaze kroz mala mjesta koja odišu kulturom i baštinom koja se tradicijom prenosi kroz naraštaje. Iako ljudi uživaju u prirodi, bitno je naglasiti da je kultura i baština veliki dio ponude Županije koja između ostalog ima i bogatu povijest.

S vremenom se sve više većih gradova uključilo u provođenje operativnog plana za razvoj cikloturizma kako bi podigli razinu svijesti svojih građana i na taj način osvježili ponudu koju trenutno imaju na svom području. Poseban utisak ostavljaju očuvani ruralni prostori sa tradicijom građenja starih drvenih kuća, jer ipak se

cikloturizam odvija na ekološki prihvatljiv način i njegovim širenjem se podiže svijest o ekologiji i njenom očuvanju.

Iz analize osnovnih prednosti i nedostataka Sisačko-moslavačke županije kao cikloturističke destinacije mogu se detektirati prilike koje joj se pružaju ukoliko se dodatno naglase i unaprijede dobre strane i istovremeno uklone ključni nedostaci. Budući da velika većina cikloturista dolazi individualno, to znači da bi primjereno uređenje najatraktivnijih ključnih ruta moglo odmah značajno povećati potražnju, posebice korisnika cestovnih i hibridnih bicikala.

To bi istodobno pomoglo i agencijama koje se bave organiziranim dolascima cikloturista i destinacijskim menadžment kompanijama, jer bi korisnicima svojih usluga mogle ponuditi atraktivne nove rute. Značajna prilike proizlaze iz činjenice da i Strategija turizma RH do 2020. i Strategija razvoja turizma Sisačko-moslavačke županije za razdoblje 2014.-2020. ističu cikloturizam kao jedan od ključnih proizvoda. Time se olakšava dostupnost fondova EU namijenjenih razvoju cikloturizma kao aktivnosti povoljne za okoliš i važne za međusobno povezivanje regija i država članica Unije.

Trenutno u Županiji postoji 25 županijskih i lokalnih biciklističkih ruta koje su duge gotovo tisuću kilometara te su označene i signalizirane. Županija je prepoznala potencijal cikloturizma te je u suradnji sa Ministarstvom turizma izradila i usvojila Operativni plan razvoja cikloturizma u Sisačko-moslavačkoj županiji.

Slika 16. Mjere za poticanje razvoja cikloturizma u SMŽ

MJERA 5.3. POTICANJE RAZVOJA SELEKTIVNIH OBLIKA TURIZMA Razvoj cikloturizma u Sisačko-moslavačkoj županiji	
KORISNICI	Jedinice lokalne samouprave i turistički subjekti s područja Sisačko - moslavačke županije koji provode cikloturističke projekte
NAMJENA	- trasiranje novih cikloturističkih ruta - uređenje i označavanje starih i novih cikloturističkih ruta - organiziranje cikloturističkih tura - troškovi promocije manifestacije - usluge zaštitarske službe - drugi opravdani troškovi neposredne organizacije cikloturističkih tura - ulaganja u turističku infrastrukturu i opremu za cikloturizam
VRSTA POTPORE	Pomoći unutar općeg proračuna, tekuće donacije, subvencije
INTENZITET I IZNOS POTPORE	Najviši iznos potpore koji se može dodijeliti je 50.000,00 kn Intenzitet potpore: 90 % ukupno opravdanih/prihvatljivih troškova Projekta Neprihvatljivi troškovi: - porez na dodanu vrijednost, carine, uvozne pristojbe i druge naknade - troškovi nagrada i poklona za natjecatelje Temeljem ovoga Javnog poziva svakom pojedinačnom podnositelju prijave može se dodijeliti samo jedna potpora.
KRITERIJI ODABIRA	Kriteriji odabira prijava za dodjelu potpora su: - karakter manifestacije (međunarodna, regionalna, lokalna...) - doprinos projekta razvoju turističke ponude - održivost projekta (procjena pozitivnih učinaka u razmjerno kratkom vremenskom roku, dosadašnja ulaganja) -
PROVEDBA	Županija provodi Javni poziv za dodjelu potpora, župan imenuje Povjerenstvo za provedbu Javnog poziva, donosi Odluku o raspodjeli sredstava na prijedlog Povjerenstva. Korisnik potpore sa Sisačko-moslavačkom županijom potpisuje Ugovor o odobrenim financijskim sredstvima.
REZULTAT	Povećanje broja i dužine cikloturističkih ruta, povećanje turističkog prometa
INDIKATORI	Broj održanih cikloturističkih manifestacija i broj cikloturističkih ruta, broj korisnika cikloturističkih projekata

Izvor: Operativni plan poticanja malog gospodarstva i turizma u Sisačko-moslavačkoj županiji tijekom 2019.

"Sukladno Operativnom planu, a radi aktiviranja svih dionica na ovom području koji svojim aktivnostima i projektima mogu doprinositi daljnjem razvoju cikloturizma na ovom području, Sisačko-moslavačka županija po prvi put ove godine iz vlastitih proračunskih sredstava sufinancira cikloturističke projekte na ovom području. Vidimo veliku šansu da postanemo jedno veliko središte kontinentalnog turizma, a upravo je cikloturizam jedan od alata. Sljedeći tjedan ćemo 16 turističkih objekata dodijeliti 400.000 kn za razvoj turizma u našoj županiji" (portal, 2018)

Osim postojećih biciklističkih ruta i staza osmišljena je i digitalizirana karta, te mobilna aplikacija sa biciklističkim stazama u Sisačko-moslavačkoj županiji. U operativnom planu se između ostalog nalazi i plan poticanja malog gospodarstva i turizma u 2019. godini kako bi se stvorilo povoljno i kvalitetno okruženje za rast i razvoj gospodarstva.

Slika 17. Programska područja za razvoj prema Operativnom planu

PROGRAMSKA PODRUČJA			
Razvoj gospodarstva		Razvoj turizma	
Aktivnost/Projekt	Iznos u kn	Aktivnost/Projekt	Iznos u kn
– Kapitalne pomoći za nove investicije u proizvodnji	300.000,00	– Subvencioniranje organiziranja dolaska turista na područje SMŽ	600.000,00
– Subvencije za uvođenje normi i sustava	150.000,00	– Poticanje promocije turističke ponude u SMŽ	1.965.500,00
– Subvencije za poticanje inovacija u poduzetništvu	150.000,00	– Unapređenje turističke ponude SMŽ	400.000,00
– Sufinanciranje manifestacija i promocija	150.000,00	– Sufinanciranje projekata razvoja cikloturizma na području SMŽ	200.000,00
– Očuvanje i razvoj tradicijskih i umjetničkih obrta	300.000,00		
– Sufinanciranje obrazovanja za potrebe obrtništva	50.000,00		
– Subvencija kamata na poduzetničke kredite	3.000.000,00		
– Razvoj poduzetničke infrastrukture	2.383.680,00		
– Sredstva za poticanje startupova u gaming industriji	300.000,00		

Izvor: Operativni plan poticanja malog gospodarstva i turizma u Sisačko-moslavačkoj županiji tijekom 2019. godine

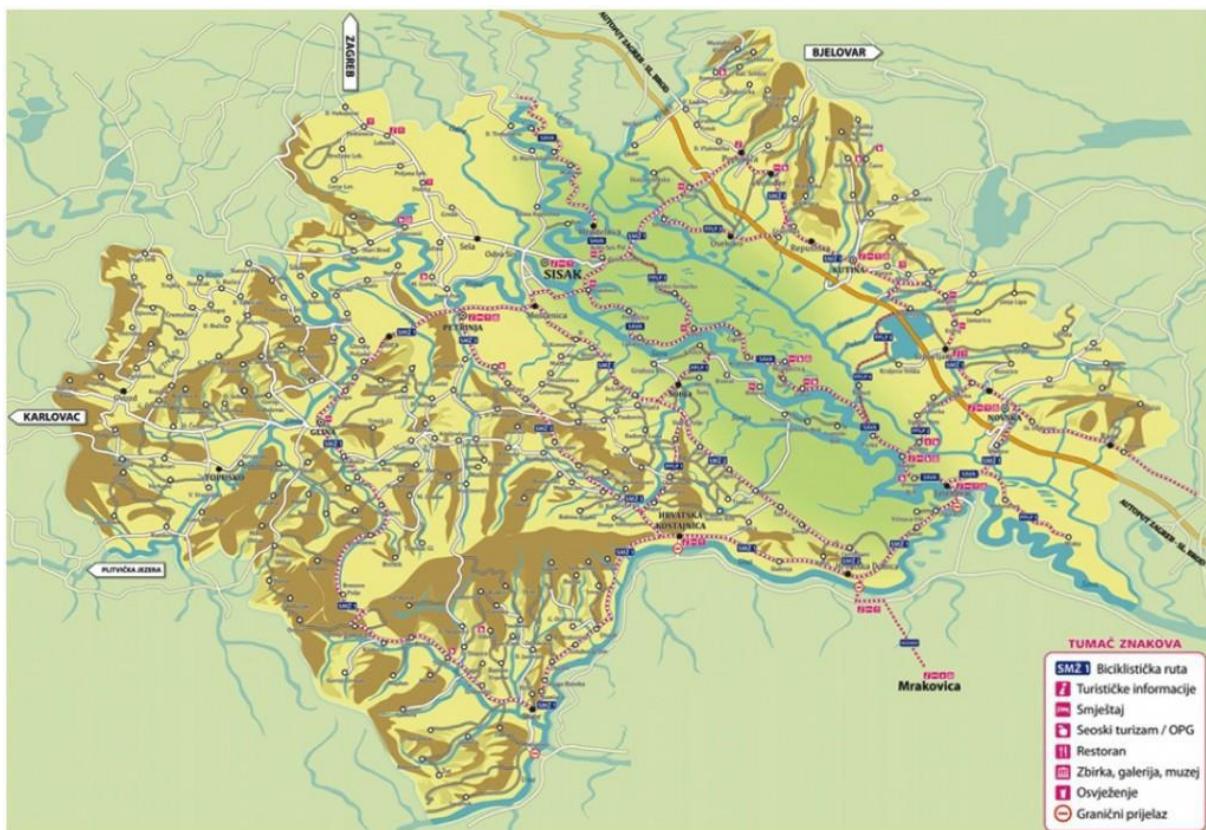
Iako je cikloturizam za većinu stanovnika i dalje nepoznanica i ne vide neke koristi od svega toga, Županija si je dala truda napravivši Operativni plan koji jasno zadaje smjernice po kojima bi se trebalo voditi kako bi cikloturizam postao jedan od generatora razvoja turizma, ne samo na teritoriju kontinentalne Hrvatske, između

ostalog i Sisačko-moslavačke županije, već i na području cijele Hrvatske. Da bi se to ostvarilo potrebno je slijediti smjernice i realizirati projekte, od kojih su najvažniji:

- Infrastrukturni projekti
- Projekti vezani uz zakonsku regulativu
- Projekti vezani uz edukaciju
- Projekti koji se odnose na unapređenje cikloturističke ponude
- Projekti koji se odnose na sustav informiranja i marketing

S obzirom na to je već 2019. i operativni plan vrijedi još ovu i sljedeću godinu, uspio se napraviti pomak, te se uz suradnju sa lokalnom zajednicom i stanovništvom omogućilo ostvarivanje i realiziranje projekata od kojih svakako svi imaju koristi. Svaka lokalna samouprava uključila se u promicanje svijesti o dobrobitima cikloturizma kroz razne edukacije i radionice sa stanovništvom.

Slika 18. Biciklističke rute duž Sisačko-moslavačke županije



Izvor: Operativni plan poticanja malog gospodarstva i turizma u Sisačko-moslavačkoj županiji tijekom 2019. godine

Kroz istraživanje podataka za SWOT analizu lako se može doći do zaključka da je županija iskoristila svoje potencijale i prilike za razvijanje specifičnog oblika turizma, te svoj geografski položaj iskorištava na način da promovira određeni način života u ruralnoj sredini. Iako su neke od prijetnji još uvijek slabo analizirane, zasigurno postoji zasebna služba za prepoznavanje potencijalnih rizika koje određene prijetnje mogu uzrokovati i kako se nositi sa time. Svakako kao jedna od najbitnijih prilika za iskoristiti je razvoj prometne infrastrukture odnosno dovršetak izgradnje autoceste A11, modernizacija željezničke pruge i uređenje plovih puteva koji će uvelike pridonijeti razvoju turizma u Sisačko-moslavačkoj županiji.

5. ZAKLJUČAK

S obzirom da je Sisačko-moslavačka županija jedna od najslabije razvijenih i jedna od najsiromašnijih županija u Hrvatskoj, kroz proučavanje podataka o noćenjima i dolascima turista može se reći da je porast kroz godine odredio uzlaznu putanju turizma i njegove ponude. Svake godine se sve više ljudi odlučuje na posjet Hrvatskoj koji isključuje more i plaže, već gledaju da budu što aktivniji na odmoru, što je i sama Turistička zajednica Sisačko-moslavačke županije prepoznala kao potencijal koji bi mogli iskoristiti u svojoj ponudi. Osim što se svake godine registrira sve više obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava, također se sve više mladih uključuje u razvitak turizma i na taj način uspijevaju povući brojna sredstva iz fondova Europske unije.

Županija se naročito ponosi svojim biciklističkim rutama koje su savršen primjer kako kroz aktivni odmor upoznati Lijepu Našu i njezine skrivene kutke koji oduzimaju dah. Jasno je da treba još poraditi na cjelokupnom imidžu, jer kad se prolazi naprimjer kroz grad Sisak, koji je najveći grad i ima veliku turističku ponudu, osjeti se praznina. Mladi ljudi odlaze, a oni koji su ostali žele svoj dio kolača, do kojeg se ne može tako lako doći. Pohvalno je kod županije i njezinog operativnog plana što ulažu sve više sredstava u gospodarstvo, a i sam turizam, jer smatraju da je on glavni pokretač boljitka.

Iako je Županija bogata poviješću, kulturom i baštinom, za nju se slabo čuje jer se ostavlja dojam neimaštine. Jedan put bana Jelačića, stari grad Siscia, Vinski dvori, muzej Moslavine, skrivaju iza sebe priču koja ostavlja bez daha svakog onog tko se usudi istražiti i zaljubiti se u prekrasne krajolike Moslavačke, Zrinske, Petrove gore. Svaki obronak pruža zadovoljstvo, a oni koji uživaju u aktivnom odmoru svakako će uživati i u Sisačko-moslavačkoj županiji.

Ruralni turizam je nešto što se svakako treba više promovirati jer se u malim mjestima najljepše može osjetiti lakoća življenja, okruženost prirodom i njenim bogatstvima, bez gužvi i prometa, a svaki čardak ili kapelica nude priču punu narodnih ili vjerskih običaja. Letovanić, kao svjetski popularno selo, čak i jedno od najljepših u Hrvatskoj, za svoju veličinu ima bogatu ponudu i povijest, što svakako može biti primjer ostalim selima u kontinentalnoj Hrvatskoj.

LITERATURA

Knjige:

1. Bartolucci, (2013) B.:Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva, Školska knjiga d.d., Zagreb.
2. Cooper, C. (2004): Tourism principles and practice, Financial Times Management, London.
3. Čavlek, N. (2011): Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb.
4. Čavlek, N., Vukonić, B. (2001): Rječnik turizma, Masmedia, Zagreb.
5. Čorak, S. (2006): Hrvatski turizam – plavo, bijelo, zeleno, Institut za turizam, Zagreb.
6. Galičić, V., Laškarin, M. (2015): Principi i praksa turizma i hotelijerstva, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Rijeka.
7. Gržinić, J., Floričić, T. (2015): Turoperatori i hotelijeri u suvremenm turizmu, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula.
8. Hendija, Z. et. al. (2018): Osnovni podaci o turizmu u svijetu i Hrvatskoj 2018. godine, Ekonomski fakultet Zagreb.
9. Jadrešić, V. (2001): Turizam u interdisciplinarnoj teoriji i primjeni, Zbornik istraživanja, Školska knjiga, Zagreb.
10. Pirjevec, B. (2008): Turizam - jučer, danas,, Veleučilište u Karlovcu, Karlovac.

Znanstveni članci:

1. Družić, I. (2010): Dugoročni trendovi i ograničenja hrvatskog turističkog tržišta, Ekonomski pregled, Vol. 61, No. 3 – 4, str. 103 - 136
2. Hrvatska enciklopedija (2019): Turizam, dostupno na www.enciklopedija.hr/natuknica/turizam/, pristupljeno 18.06.2021.
3. Kaiser, S. (2018): Characteristics of the Tourism Industry, dostupno na <https://sebastiankaiser.wordpress.com/2012/05/21/characteristics-of-the-tourism-industry/>, pristupljeno 18.06.2021.

4. Operativni plan poticanja malog gospodarstva i turizma u Sisačko-moslavačkoj županiji tijekom 2019. godine, dostupno na https://smz.hr/images/stories/savjetovanja/11_2019/nacrt_prijedloga_gospodarstvo2020.pdf, pristupljeno 20.06.2021.
5. Rahmiati, F. et. al. (2019): Exploring the Characteristics of Tourism Industry and Antecedents to Competitive Advantage Creation, *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, Vol. 377, No. 2, str. 305 – 308
6. Razvojna agencija Sisačko-moslavačke županije SIMORA d.o.o. (2013-2014), Strategija razvoja turizma Sisačko-moslavačke županije za razdoblje 2014.-2020., dostupno na https://simora.hr/userfiles/file/Razv_strategije/turizam/STRATEGIJA_TURIZMA.pdf, pristupljeno 20.06.2021.
7. SMŽ (2018): Županijska razvojna strategija Sisačko – moslavačke županije, dostupno na https://www.smz.hr/images/stories/gospodarstvo/2018/zrs_smz_2018.pdf, pristupljeno 20.06.2021.
8. Stanić, M., Vujić, T. (2017): Turizam kao faktor ekonomskog razvoja, Zbornik radova Univerziteta Sinergija, Beograd, str, 14 – 19
9. UNWTO (2000): Measuring Tourist supply, dostupno na <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284403837>, pristupljeno 20.06.2021.

Online izvori:

1. DZS (2021): Bruto domaći proizvod, dostupno na www.dzs.hr › Hrv_Eng › Pokazatelji, pristupljeno 20.06.2021.
2. Explore Croatia (2021): Voloderske jeseni, dostupno na <https://explorecroatia.eu/destinacije/sisacko-moslavacki-kraj/dodite-na-voloderske-jeseni-tamo-gdje-su-dani-veseli/>, pristupljeno 20.06.2021.
3. Hotspots (2017): Šetnja kroz Sisak, dostupno na <http://hotspots.net.hr/2017/10/setnja-kroz-sisak/>, pristupljeno 20.06.2021.
4. Hrvatski restauratski zavod (2021): Kapelica sv Fabijana i Sebastijana, dostupno na [https://www.hrz.hr/index.php/aktualno/novosti-i-](https://www.hrz.hr/index.php/aktualno/novosti-i)

- obavijesti/3939-glavni-oltar-drvene-kapele-sv-fabijana-i-sebastijana-u-letovanicu, pristupljeno 20.06.2021.
5. Journal.hr (2018): Stara romantična kuća, dostupno na <https://www.journal.hr/lifestyle/putovanja/letovanic-vukceva-iza-tradicijska-kuca/>, pristupljeno 0.06.2021.
 6. Katona, H. (2019): Muzej Moslavine u Kutini do rujna zatvoren za posjetitelje, dostupno na <https://044portal.hr/muzej-moslavine-u-kutini-do-rujna-zatvoren-za-posjetitelje/>, pristupljeno 20.06.2021.
 7. Klinfo (2021): Utvrda Star grad Sisak, dostupno na <https://klinfo.rtl.hr/dogadjanja/utvrda-stari-grad-sisak/>, pristupljeno 20.06.2021.
 8. Kutina Places (2021): Vinski dvor, dostupno na <http://www.kutinaplaces.com/lokacije/posjetite/vinski-dvor>, pristupljeno 20.06.2021.
 9. Top destinacije (2021). Sisak – znamenitosti, dostupno na <https://topdestinacije.hr/sisak-znamenitosti-jednog-od-najstarijih-hrvatskih-gradova/>, pristupljeno 20.06.2021.
 10. Topterre.hr (2021): O nama, dostupno na <http://www.topterre.hr/o-termama-a1-3>, pristupljeno 20.06.2021.
 11. Turistička zajednica SMŽ (2021): Početna) i opratni linkovi), dostupno na <https://turizam-smz.hr/page/5/?paged=5>, pristupljeno 20.06.2021.
 12. Tutorialspoint (2021): Tourism Management – Supply, dostupno na https://www.tutorialspoint.com/tourism_management/tourism_management_supply.htm, pristupljeno 20.06.2021.
 13. TZ Petrinja (2021): Kultura, dostupno na <https://petrinjaturizam.hr/upoznaj-petrinju/kultura/>, pristupljeno 20.06.2021.
 14. UNWTO (2019): Tourism definition, dostupno na www.unwto.org/facts/eng/pdf/highligts/tourism-definition, pristupljeno 18.06.2021.
 15. UNWTO Tourism highlights, 2018 Edition, Dostupno na: <http://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>, pristupljeno 19.06.2021.

16. Walton, K. (2015): Tourism, dostupno na <https://www.britannica.com/topic/tourism>, pristupljeno 18.06.2021.

POPIS ILUSTRACIJA

Tablica 1. Posebne vrste turizma.....	11
Grafikon 1. Prikaz djelovanja turističkog tržišta.....	13
Slika 1. Komponente turističke ponude.....	17
Tablica 2. Razvojne potrebe i problemi SMŽ.....	20
Slika 2. Park prirode Lonjsko polje kao najznačajniji turistički resurs SMŽ.....	24
Grafikon 2. Kretanje BDP – a SMŽ od 2013. – 2020. godine.....	26
Tablica 3. Razvojne potrebe i problemi SMŽ u gospodarstvu.....	28
Slika 3. Termalno lječilište Topusko.....	33
Slika 4. Dvorac Veliki Kaptol kao najznačajnija turistička atrakcija Siska.....	34
Slika 5. Utvrda Sari grad u Sisku.....	35
Slika 6. Manifestacija Voloderska jesen.....	36
Slika 7. Izloženi primjerak Memorijalnog muzeja spomen područja Jasenovac.....	37
Slika 8. Logo Turističke zajednice SMŽ.....	38
Tablica 4. Turistički dolasci i noćenja u Sisačko-moslavačkoj županiji 2018. i 2019. godine.....	40
Tablica 5. Struktura gostiju u SMŽ od 2015. – 2019. godine.....	41
Tablica 6. Ponuda smještajnih kapaciteta SMŽ od 2015. – 2019.....	42
Slika 9. Prvi drveni most na Kupi u Sisku.....	44
Slika 10. Sajam cvijeća u Sisku.....	45
Slika 11. Crkva sv. Lovre sa parkom ispred.....	48
Slika 12. Kapelica sv. Fabijana i Sebastijana.....	49
Slika 13. Vukčeva hiža.....	51

Slika 14. Vinski dvor u Kutini.....	53
Slika 15. Muzej Moslavine u Kutini.....	55
Tablica 7. SWOT analiza turizma SMŽ.....	57
Slika 16. Mjere za poticanje razvoja cikloturizma u SMŽ.....	61
Slika 17. Programska područja za razvoj prema Operativnom planu.....	62
Slika 18. Biciklističke rute duž Sisačko-moslavačke županije.....	63

SAŽETAK

Sisačko – Moslavačka županija obuhvaća Posavinu, Banovinu, Moslavinu, te dijelove Korduna i Slavonije. Njezin povoljni prometno – geografski položaj omogućava iznimno dobru povezanost s ostalim dijelovima Hrvatske, kao i susjednim zemljama. Ovu županiju obilježava netaknuta priroda, iskustvo vraćanja u viteške dane, opuštanje u ljekovitim vodama i uživanje u autohtonoj gastronomiji županije. Stoga je predmet ovoga rada istraživanje njezine turističke ponude i potencijala unapređenja turizma ove županije.

Cilj ovog diplomskog rada jest prikazati aktualnost kvalitativne i kvantitativne turističke ponude Sisačko – moslavačke županije putem koncepcije razvoja njezina turizma i turističke ponude te provedbe empirijskog istraživanja među turistima koji su posjetili SMŽ o zadovoljstvu turističkom ponudom ove županije. Svrha je rada ukazati na aktualno stanje turizma u SMŽ, potencijalima njezina razvoja kao i budućim perspektivama turističke ponude županije.

Ključne riječi: Sisačko – moslavačka županija, turizam, turistička ponuda, valorizacija, analiza

SUMMARY

Sisak-Moslavina County includes Posavina, Banovina, Moslavina, and parts of Korduna and Slavonia. Its favorable traffic - geographical position enables extremely good connections with other parts of Croatia, as well as neighboring countries. This county is characterized by untouched nature, the experience of returning to knightly days, relaxing in the healing waters and enjoying the indigenous gastronomy of the county. Therefore, the subject of this paper is the research of its tourist offer and the potential for improving the tourism of this county.

The aim of this thesis is to present the topicality of qualitative and quantitative tourist offers of Sisak - Moslavina County through the concepts of its tourism development and tourist offers proved by empirical research among tourists who visited SMZ on the satisfaction of the tourist offer of this county. The purpose of this paper is to point out the current state of tourism in SMC, potential developments and future perspectives of the county's tourist offer.

Key words: Sisak - Moslavina County, tourism, tourist offer, valorization, analysis