

Analiza turizma na ivanečkom području i prijedlog razvoja novog turističkog proizvoda

Indir, Katarina

Master's thesis / Diplomski rad

2025

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Science / Sveučilište u Zagrebu, Prirodoslovno-matematički fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:217:447452>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-13**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Faculty of Science - University of Zagreb](#)



Katarina Indir

**Analiza turizma na ivanečkom području i prijedlog
razvoja novog turističkog proizvoda**

Diplomski rad

Zagreb

2025.

Katarina Indir

**Analiza turizma na ivanečkom području i prijedlog
razvoja novog turističkog proizvoda**

Diplomski rad

predan na ocjenu Geografskom odsjeku
Prirodoslovno-matematičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu
radi stjecanja akademskog zvanja
magistre geografije

Zagreb

2025.

Ovaj je diplomski rad izrađen u sklopu diplomskog sveučilišnog studija *Geografija; smjer: istraživački (Baština i turizam)* na Geografskom odsjeku Prirodoslovno-matematičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, pod vodstvom izv. prof. dr. sc. Ivana Zupanca

TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA

Sveučilište u Zagrebu
Prirodoslovno-matematički fakultet
Geografski odsjek

Diplomski rad

Analiza turizma na ivanečkom području i prijedlog razvoja novog turističkog proizvoda

Katarina Indir

Izvadak: Ovaj rad usmjeren je na analizu potencijala ivanečkog područja za razvoj ruralnog turizma kroz očuvanje i interpretaciju lokalne tradicije i kulturne baštine. Ivanec, smješten u zapadnom dijelu Varaždinske županije, posjeduje bogatu povijesnu i kulturnu baštinu koja bi mogla predstavljati temelj za stvaranje autentičnih turističkih doživljaja. Istraživanjem su identificirani ključni prirodni i kulturni resursi te društveni čimbenici koji podržavaju razvoj turizma, s naglaskom na očuvanje tradicijskih zanata i običaja. Prijedlog novog turističkog proizvoda usmjeren je na interpretaciju lokalne baštine i angažiranje posjetitelja kroz autentična iskustva koja doprinose očuvanju kulturnog identiteta ivanečkog kraja. Time se ne samo obogaćuje turistička ponuda, već i doprinosi razvoju zajednice kroz valorizaciju i zaštitu lokalne baštine te poticanje ruralnog turizma kao jednog od čimbenika revitalizacije područja.

39 stranica, 8 grafičkih priloga, 3 tablice, 36 bibliografske reference; izvornik na hrvatskom jeziku

Ključne riječi: ruralni turizam, kulturna baština, Ivanec, turistički proizvod, interpretacija, autentična iskustva

Voditelj: izv. prof. dr. sc. Ivan Zupanc

Povjerenstvo: izv. prof. dr. sc. Ivan Zupanc
izv. prof. dr. sc. Petra Radeljak Kaufmann
izv. prof. dr. sc. Vedran Prelogović

Tema prihvaćena: 8. 2. 2024.

Rad prihvaćen: 16. 1. 2025.

Rad je pohranjen u Središnjoj geografskoj knjižnici Prirodoslovno-matematičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, Marulićev trg 19, Zagreb, Hrvatska.

BASIC DOCUMENTATION CARD

University of Zagreb
Faculty of Science
Department of Geography

Master Thesis

Analysis of tourism in the Ivanec area and a proposal for the development of a new tourist product

Katarina Indir

Abstract: This paper focuses on analysing the potential of the Ivanec area for developing rural tourism through the preservation and interpretation of local traditions and cultural heritage. Ivanec, located in the western part of Varaždin County, boasts a rich historical and cultural heritage that could serve as a foundation for creating authentic tourist experiences. The research identifies key natural and cultural resources, as well as social factors that support tourism development, with an emphasis on preserving traditional crafts and customs. The proposed new tourism product aims to interpret the local heritage and engage visitors through authentic experiences that contribute to the preservation of the cultural identity of the Ivanec area. This not only enriches the tourist offer but also contributes to community development by valorising and protecting local heritage and promoting rural tourism as one of the factors for revitalizing the region.

39 pages, 8 figures, 3 tables, 36 references; original in Croatian

Keywords: rural tourism, cultural heritage, Ivanec, tourism product, interpretation, authentic experiences

Supervisor: Ivan Zupanc, PhD, Associate Professor

Reviewers: Ivan Zupanc, PhD, Associate Professor
Petra Radeljak Kaufmann, PhD, Associate Professor
Vedran Prelogović, PhD, Associate Professor

Thesis title accepted: 08/02/2024

Thesis accepted: 16/01/2025

Thesis deposited in Central Geographic Library, Faculty of Science, University of Zagreb, Marulićev trg 19, Zagreb, Croatia.

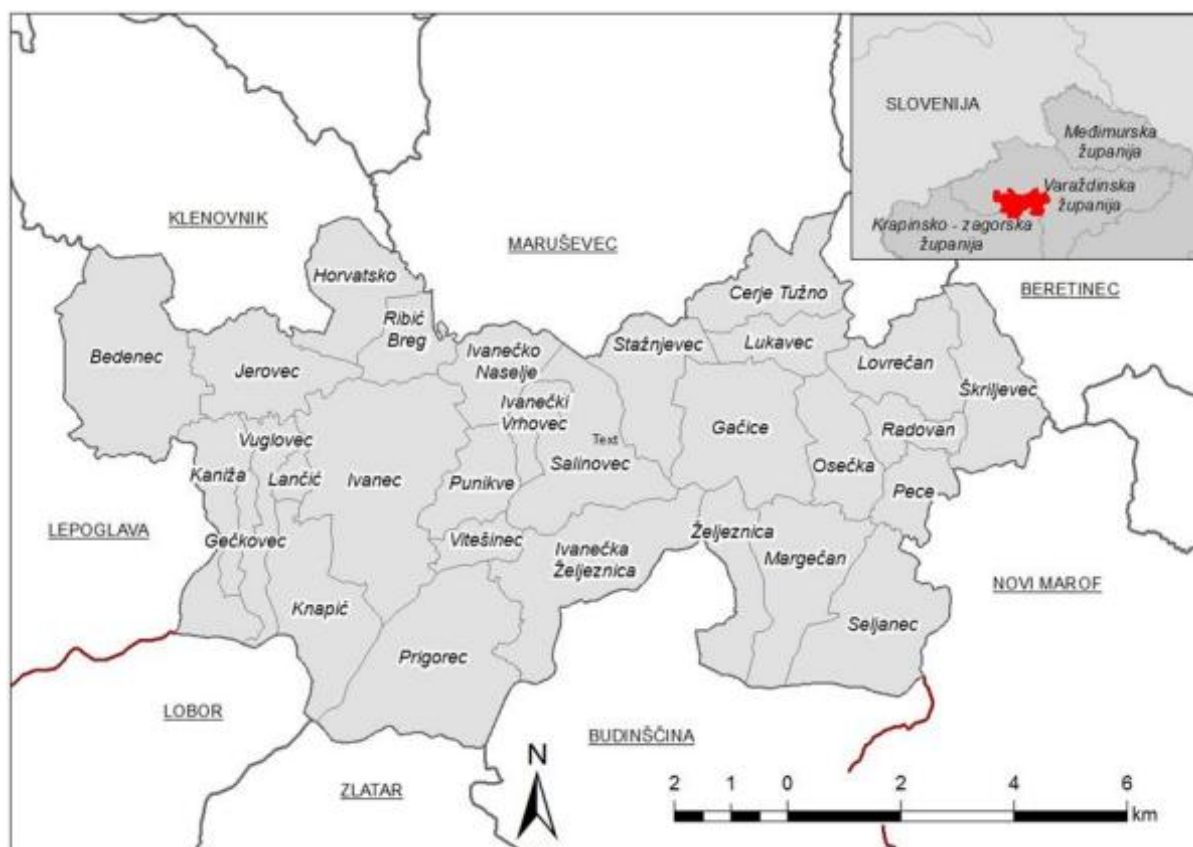
Sadržaj

1. Uvod	1
2. Cilj i metodologija rada.....	2
3. Pregled dosadašnjih istraživanja	3
4. Ruralni turizam.....	4
5. Turistička atrakcijska osnova ivanečkog područja.....	6
5.1. Prirodna turistička osnova	8
5.2. Kulturno – povijesna turistička osnova	12
6. Osnovni demografski i turistički pokazatelji	15
7. Valorizacija i interpretacija kulturne baštine.....	21
8. Novi turistički proizvod	23
8.1. Ponuda i potražnja	25
8.2. Marketing i promocija	28
9. Faktori realizacije novog turističkog proizvoda (SWOT analiza)	31
Zaključak.....	34
Literatura	36
Izvori	38

1. Uvod

Ovo istraživanje obuhvaća administrativni Grad Ivanec koji uključuje Ivanec i 28 pripadajućih naselja (Sl. 1) u kojima ukupno živi 12 723 stanovnika (DZS, 2021).

Mreža naselja oblikovana je na sjevernim padinama Ivančice, uglavnom uz njen glavni greben, te na padinama i obroncima zapadno i istočno od Ivanca. Manji broj naselja smješten je u prostranoj zavali Lepoglavsko-ivanečkog polja (Kraš, 1996). Danas administrativno-teritorijalna jedinica Ivanec obuhvaća 29 naselja (Bedenec, Cerje Tužno, Gačice, Gečkovec, Horvatsko, Ivanec, Ivanečka Željeznica, Ivanečki Vrhovec, Ivanečko Naselje, Jerovec, Kaniža, Knapić, Lančić, Lovrečan, Lukavec, Margečan, Osečka, Pece, Prigorec, Punikve, Radovan, Ribić Breg, Salinovec, Seljanec, Stažnjevec, Škriljevec, Vitešinec, Vuglovec, Željeznica).



Sl. 1. Istraživano područje – Grad Ivanec koji obuhvaća 29 naselja

Izvor: Harjač, 2018.

Grad Ivanec prostire se na površini od 95,81 km² što čini 7,59 % teritorija Varaždinske županije, u čijem se zapadnom dijelu nalazi te zauzima južni dio mikroregije poznate kao Gornje porječje rijeke Bednje. Prema Strategiji razvoja Grada Ivanca 2014. – 2020. godine, u strukturi stanovništva, sudjelovanje poljoprivrednog stanovništva je smanjeno, a ponajviše u samom urbanom središtu grada Ivanca. Stoga je prisutan proces deagrarizacije na samom području, što govori kako procesi urbanizacije sve više prodiru u ovaj tradicionalni agrarni kraj.

Prometno-geografski položaj većinom se oslanja na dva važna europska cestovna pravca, *Zagreb – Varaždin – Budimpešta* i *Zagreb – Krapina – Maribor – Graz* koja su kroz Ivanec povezana magistralnim cestovnim pravcem *Varaždin – Ivanec – Sv. Križ Začretje*. Od slovenske granice Ivanec je udaljen 20 km, međunarodnog graničnog prijelaza Macelj 28 km, a od mađarske granice, graničnog prijelaza Goričan, 60 km (Strategija razvoja, 2014).

2. Cilj i metodologija rada

Ivanec, kao manji grad smješten u ruralnom području, ima ključnu ulogu u razvoju cijelog ivanečkog kraja, stoga je važno sagledati trenutno stanje i istražiti moguće pravce budućeg razvoja. Postojeća literatura o različitim aspektima turizma istražena je metodama analize i dedukcije. Kvantitativni podaci preuzeti su većim dijelom na stranicama Državnog zavoda za statistiku te su tablično i grafički obrađeni, a dio je ustupljen i od Turističke zajednice Grada Ivanca. Analizirani podaci odnose se na svih 29 naselja Grada. Podaci o stanovništvu posljednja dva međupopisna razdoblja 2001. – 2011. i 2011. – 2021. godine također su u manjoj mjeri korišteni zbog usporedbe na široj razini i prikaza trenda.

Predmet ovog istraživanja jest pregled i analiza postojećeg stanja turizma na području Grada Ivanca putem analize spomenutih kvantitativnih podataka (smještajni kapaciteti, turistički dolasci i noćenja) kao i inventarizacija postojeće atrakcijske osnove, sa idejnim prijedlogom novog turističkog proizvoda. Ovaj rad rezultat je promišljanja o vrijednosti baštine ivanečkog područja i ideje kako ju dodatno valorizirati i pretvoriti u turistički proizvod dostupan za posjetitelje 365 dana u godini, a nadahnut je i osobnim interesom za lončarstvo i keramiku. Stoga, cilj ovog rada je i osmisliti i kreirati proizvod koji se temelji na okolišnim i kulturnim

vrijednostima promatranog područja te ispitati samu mogućnost realizacije takvog tipa projekta s obzirom na trenutno stanje turizma ivanečkog kraja i njegov potencijal.

3. Pregled dosadašnjih istraživanja

Dosadašnja istraživanja ruralnog turizma u Hrvatskoj ističu njegove specifične izazove i potencijal, posebno u kontekstu Hrvatske kao zemlje čiji je turizam većinom usmjeren na ljetni odmor na obali. Razvoj ruralnog turizma, uključujući agroturizam, u Hrvatskoj je počeo jačati tek početkom 2000.-ih, kada su organizirane inicijative poput Prvog europskog kongresa o ruralnom turizmu 2003. godine. Pravni okvir uspostavljen je Zakonom o ugostiteljskoj djelatnosti iz 2003. godine, koji omogućava registraciju turističkih seljačkih gospodarstava (Tomljenović, 2006).

Franić i Grgić (2002) definirali su ruralni turizam kao selektivni oblik turizma izvan gradskog okruženja, naglašavajući njegov značaj za razvoj nerazvijenih područja, sprječavanje iseljavanja, te očuvanje tradicije i povijesti. Demonja i Ružić (2010) pak ukazuju na važnost ruralnog turizma za diversifikaciju turističke ponude u Hrvatskoj, posebno uz podršku fondova Europske unije. Naglašavaju se promjene u turizmu, gdje suvremeni trendovi potiču individualna i održiva iskustva umjesto masovnog turizma. Roberts i Hall (2001) izdvajaju ključne elemente ruralnog turizma, personalizirani kontakt s lokalnim stanovništvom i sudjelovanje u lokalnim aktivnostima.

Među domaćim radovima koji istražuju ili koriste baštinu i tradiciju kao ključne elemente turističke ponude te naglašavaju njihovu važnost i primjenjivost u razvoju turizma i održivom razvoju lokalnih zajednica, ističu se radovi autora D. Demonje, P. Ružića i R. Baćca. Također, u doktorskoj disertaciji A. Lukića pod nazivom *Tipologija ruralnih područja Hrvatske - geografski aspekt* autor se osvrće na probleme koji se tiču ruralnih područja Hrvatske u kontekstu njihovoga vrednovanja i planiranja održivoga razvoja, a i izradio je odgovarajuću ruralnu tipologiju. Istraživanje je objavljeno u knjizi *Mozaik izvan grada – tipologija ruralnih i urbaniziranih naselja Hrvatske* (2012). Uloga gradova u odnosu na okolno područje i sustav središnjih naselja u Hrvatskoj bila je tema brojnih geografskih istraživanja, uključujući radove Njegača (1999), Vreska (2008) i Zupanca (2008).

Što se tiče Grada Ivanca i okolnog područja, istraživanja Feletara (1997) analiziraju demografske i prostorne promjene, ističući prijelaz s poljoprivrednog na industrijski karakter kroz procese deagrarizacije i urbanizacije. No, radovi i istraživanja koja se bave valorizacijom i mogućnostima turističke interpretacije baštine ivanečkog područja rijetko su zastupljeni. Važno je spomenuti rad koji pruža dubinsku analizu povijesnog i suvremenog razvoja Ivanca, zbornik *600 godina Ivanca* i monografiju *Ivanec kroz stoljeća* (Batinić i dr., 2017) koji doprinosi razumijevanju društvenih i gospodarskih promjena koje su oblikovale ovo područje. Međutim, niti navedena monografija ne bavi se primarno turističkim aspektom ovog prostora.

4. Ruralni turizam

Ruralni turizam oblik je turizma koji se u najširem smislu odnosi na turizam na ruralnom području, a uključuje sve aktivnosti koje se provode na tom području (Demonja i Ružić, 2010). Glavne karakteristike ruralnog turizma uključuju mirnu okolinu bez buke, očuvanu prirodu, interakciju s lokalnim stanovništvom, uživanje u tradicionalnoj gastronomiji, fizičku aktivnost te sudjelovanje u svakodnevnim seoskim aktivnostima i upoznavanje tih običaja.

Ruralni turizam u Europi posljednjih šezdesetak godina prolazi kroz značajan razvoj, tijekom kojeg se nametnuo kao važan segment u očuvanju ruralnih područja i postao integralni dio održivog razvoja. Nakon II. svjetskog rata, razvoj ruralnog turizma bio je potaknut porastom slobodnog vremena i većom dostupnošću osobnih vozila. U to vrijeme još nije postojala razvijena ekološka svijest niti želja za aktivnim i raznolikim oblicima turizma – čimbenicima koji, uz ekonomske aspekte, danas značajno utječu na globalne turističke trendove i imaju izravnu povezanost s ruralnim krajevima. Danas se promatra kao poseban dio turizma koji ima ne samo ekonomsku vrijednost, već i važnu ulogu u revitalizaciji ruralnih sredina i očuvanju prirodnih i kulturnih resursa. Suvremeni pristupi ruralnom turizmu u Europi naglašavaju njegovu komplementarnost s drugim oblicima turizma, kao i važnost očuvanja lokalnih resursa. Zahvaljujući diversifikaciji turističke ponude, ruralni turizam pridonosi očuvanju okoliša te ekonomskom i socijalnom održivom razvoju. Tijekom godina, ruralni turizam u Europi postao je sredstvo za revitalizaciju lokalnih gospodarstava, otvaranje novih radnih mjesta i osiguranje dodatnih prihoda, posebno u područjima gdje je primarna gospodarska aktivnost bila

poljoprivreda. Osim svojih ekonomskih prednosti, on pomaže u očuvanju kulturne baštine, pružajući turistima priliku za upoznavanje s tradicionalnim načinom života, običajima, zanatima i lokalnim gastronomskim specijalitetima. Zbog svega navedenog, ruralni turizam prepoznat je kao važan alat za unaprjeđenje kvalitete života i očuvanje identiteta ruralnih zajednica u Europi.

U Hrvatskoj, ruralni turizam počinje se intenzivnije razvijati početkom 2000-ih godina, kada se javlja potreba za sustavnim istraživanjem njegovih potencijala i prilika. Prema Strategiji razvoja turizma Republike Hrvatske, domaća potražnja za ruralnim turizmom još je uvijek nedovoljno razvijena, a sektor se suočava s raznim izazovima, uključujući nedovoljno poticajno institucionalno okruženje. Ipak, Hrvatska posjeduje bogatu ruralnu baštinu koja može biti ključan resurs za razvoj ovog specifičnog oblika turizma.

Ruralni turizam u Hrvatskoj nudi različite vrste smještaja i aktivnosti specifične za ruralne krajeve, kao što su boravak na seoskim gospodarstvima, vinske ceste i mala obiteljska gospodarstva. Također, sve veća povezanost kulturnog i ruralnog turizma pridonosi očuvanju lokalne baštine, a kulturni turizam na ruralnim područjima postaje popularan oblik turističke ponude. Na taj način, turizam omogućava ekonomsko vrednovanje tradicije i običaja, što u konačnici doprinosi očuvanju kulturno-povijesne baštine i poboljšanju uvjeta života u ruralnim krajevima. Hrvatska pripada europskom mediteranskom području koji spada u najznačajniju receptivnu zonu svijeta (Kušen, 2002). Iako razvoj ruralnog turizma u Hrvatskoj napreduje sporije nego u nekim drugim europskim zemljama, on ima značajan potencijal za doprinosi ravnomjernijem regionalnom razvoju, očuvanju okoliša i podršci lokalnim zajednicama. Glavni ciljevi razvoja ruralnog turizma u Hrvatskoj su stvaranje dodatnih radnih mjesta, motiviranje mladih za ostanak na selu i očuvanje lokalnog identiteta. Unatoč izazovima, ruralni turizam prepoznat je kao sredstvo za dugoročno unaprjeđenje kvalitete života u ruralnim područjima Hrvatske te kao prilika za održivi razvoj u skladu s europskim iskustvima i trendovima.

Jedan od zanimljivih pokušaja razvoja ruralnog turizma na ivanečkom području bio je projekt *Rent-a-Klijet*, čiji je cilj bila valorizacija klijeti kao autentičnih turističkih smještajnih kapaciteta. Projekt *Rent-a-Klijet* započeo je 2007. godine i bio je pokušaj poticaja ruralnog turizma na ivanečkom području, a cilj je bio iskoristiti rastući interes za selektivne oblike turizma i pružiti autentično iskustvo povezano s lokalnom baštinom, domaćim poljoprivrednim proizvodima i slično. Iako je inicijativa imala potencijal povećanja prepoznatljivosti Ivanca kao turističke destinacije i očuvanje kulturne baštine, njezina realizacija nije bila potpuno uspješna.

Tadašnji župan Ž. Kolar naglasio je da klijeti predstavljaju tradiciju i nacionalno blago, a zakon ne dopušta njihovu prenamjenu u stambene objekte ili objekte za iznajmljivanje jer se izdaju u poljoprivrednim zonama - klijet se može registrirati samo kao spremište za voće i povrće, što otežava njezinu pretvorbu u smještajni objekt [1]. Uz zakonsku „prepreku“, glavni izazovi bili su nedostatak koordinacije među sudionicima, kao i manjak promocije i prilagodbe tržištu, što je spriječilo projekt da ostvari svoj potencijal. Ipak, ideja iza projekta ostaje relevantna u kontekstu daljnjih nastojanja za razvoj održivog i autentičnog turizma u ovom području.

5. Turistička atrakcijska osnova ivanečkog područja

Temelj razvoja svake turističke destinacije čini njena resursna osnova - složena mreža elemenata koji zajedno tvore koherentnu cjelinu. Resursi koji omogućuju razvoj turističkih atrakcija teško se mogu replicirati ili umjetno kreirati ako na tom mjestu ne postoji odgovarajuća osnova (Kušen, 2001; 2002).

Turističke atrakcije određene su resursima koji su dostupni na određenom području, a u slučaju Ivanca, ta regija obiluje takvim resursima. Međutim, pojam "turističke atrakcije" nije uvijek jasno definiran i razlikuje se ovisno o pristupu različitih autora. Na primjer, Kušen (2002) je analizirao turističke atrakcije Hrvatske i razvio vlastitu kategorizaciju koja je prikazana na slici 2. Iako različiti autori nude različite pristupe ovoj klasifikaciji, generalno, turističke atrakcije predstavljaju one značajke destinacije koje privlače posjetitelje, bilo da su prirodne, kulturne, povijesne, ili čak moderni, ljudskim radom oblikovani objekti.

Kategorizacija turističkih atrakcija koju je razvio Kušen temelji se na različitim vrstama resursa koji čine destinaciju atraktivnom za posjetitelje. Prirodne atrakcije obuhvaćaju sve ono što nam priroda nudi, poput krajolika, klime, voda, biljaka i životinja. Ove atrakcije čine temelj za mnoge oblike turizma, od ekoturizma do avanturističkog turizma. S druge strane, kulturno-povijesne atrakcije odnose se na resurse koji predstavljaju kulturnu i povijesnu baštinu određenog područja. Tu spadaju spomenici, muzeji, crkve i drugi kulturni objekti, a posebno su važni festivali, manifestacije i tradicije koje čine destinaciju jedinstvenom. Turistička

suprastruktura, koja uključuje infrastrukturu koja omogućava turistima uživanje u boravku, poput sportskih objekata, wellness centara i sličnih ustanova, također je ključni element turističke ponude. Uz sve to, postoje i specifične atrakcije, poput kasina, koje privlače posjetitelje zbog svoje posebnosti. Ovaj pristup omogućava bolje razumijevanje svih aspekata turističke ponude i otkriva gdje postoji prostor za daljnji razvoj turizma u određenom području.

Kategorija	Podkategorija	Primjeri atrakcija
Prirodne atrakcije	Geološke značajke	Špilje, planine, nizine, otoci
	Klima	Meditranska, planinska klima
	Voda	More, rijeke, jezera, vodopadi
	Biljni svijet	Šume, botanički vrtovi
	Životinjski svijet	Divljač, zoološki vrtovi
	Prirodna baština	Nacionalni parkovi, rezervati
Kulturno-povijesne atrakcije	Kulturno-povijesna baština	Spomenici kulture, arheološka nalazišta
	Kulturne i vjerske ustanove	Muzeji, crkve, kazališta
	Manifestacije	Festivali, predstave
	Kultura života i rada	Gastronomija, folklor
Atraktivna turistička suprastruktura	Sportsko-rekreacijski objekti	Skijališta, tereni
	Lječilišni objekti i ustanove	Toplice, wellness centri
Atrakcije zbog atrakcija		Casino

Sl. 2. Funkcionalna klasifikacija turističkih atrakcija

Izvor: izrađeno na temelju Kušen (2002.)

Ključni element turističke atrakcijske osnove dakle čini njena atrakcijska komponenta, koja obuhvaća sve prirodne i društvene atrakcije koje privlače posjetitelje. No uz nju, važne su i osnovne usluge (izravni resursi) poput smještajnih kapaciteta, turističkih lokaliteta i proizvoda, ali i potporni (neizravni) resursi kao što su sustav vodoopskrbe, elektroopskrbe, prometna infrastruktura i slično. Ova složena mreža atrakcijske osnove preduvjet je na kojem se gradi cjelokupna turistička ponuda destinacije.

5.1. Prirodna turistička osnova

Prirodna osnova prostora može imati veliki utjecaj na razvoj turizma (Kušen, 2002). U prirodnu osnovu ubrajaju se geološke značajke prostora, klima, voda, biljni i životinjski svijet te zaštićena prirodna područja.

Reljefna obilježja, geomorfološke strukture i oblici dominantno su prirodno obilježje krajolika koje obuhvaća fizičke značajke i elemente reljefa, koji su rezultat visina, hipsometrijskih odnosa, nagiba i ekspozicija. Oblikovanje i intenzitet pojave pojedinih reljefnih oblika rezultat je međuovisnosti geoloških, pedoloških i klimatskih obilježja (Dumbović Bilušić, 2015). Područje grada Ivanca može se morfološki podijeliti na planinsko područje, prigorje i nizinu (Strategija razvoja, 2014).

Središnji dio Ivančice čine trijaski dolomiti i vapnenci, dok su u podnožju prisutne tercijarne naslage. Sjeverne padine Ivančice karakterizira izrazita strmina. Zbog dinamike reljefa omogućeno je planinarenje, skijanje, vožnja brdskim biciklima te paragliding. Najniži dijelovi područja prekriveni su livadama, dok su blago nagnuti dijelovi brda iskorišteni kao oranice. Viši tereni obuhvaćaju vrtove, vinograde i voćnjake, dok su šume dominantne na visinama iznad 400 metara. U nižim predjelima šumski pokrov čine hrast kitnjak i grab, a na višim nadmorskim visinama prevladava bukva [2]. Najviši vrh Ivančice s visinom od 1061 metar smješten je u središnjem dijelu Ivančice, odnosno na južnoj granici Grada Ivanca. Jame i spilje na području Ivančice zasad su slabo istražene i nisu turistički vrednovane. No, Ivanečko područje je naročito značajno po velikom broju umjetnih speleoloških objekata, odnosno podzemnih prostora nastalih djelovanjem čovjeka - rudnika. Najveći očuvani rudnik na ivanečkom području i sjeverozapadne Hrvatske je rudnik „Kraševski zvir“ čija ukupna duljina svih kanala iznosi 361,4 m. Kako dubina rudnika iznosi -16,4 m, za siguran ulazak i posjet Rudniku osoba treba imati speleološka znanja i vještinu.

Klima je od iznimne važnosti u razvoju turizma, budući da je jedan od ciljeva omogućiti posjetiteljima boravak u prirodnom krajoliku i uživanje u prirodnim ljepotama. Klimatske značajke Ivanca definiraju geografska širina i udaljenost od mora, dok lokalni čimbenici, poput reljefa i Ivančice kao najviše planine sjeverno od Save, dodatno oblikuju klimatske uvjete. Prema Köppenovoj klasifikaciji, ovo područje ima umjereno toplu kišnu klimu s toplim ljetima (Cfb) kao i u većem dijelu kontinentalne Hrvatske. Tijekom zime javljaju se snijeg i mraz, no snježni pokrivač nije trajan. Ljetni mjeseci su topli, ali ne pregrijani, a oborine su ravnomjerno

raspoređene tijekom cijele godine [3]. Dva maksimuma oborina, u proljeće ili rano ljeto te kasnu jesen, doprinose povoljnim uvjetima za ratarstvo, posebno za uzgoj kukuruza. Taj je tip klime nazivan i klimom bukve, prema prevladavajućem šumskom raslinju i vrlo je važan za ratarstvo, jer je prikladan za uzgoj kukuruza [2]. Od kultivirane vegetacije, najveću važnost imaju vinogradi, posebno tijekom berbe grožđa, ali i za organizirane posjete klijetima (vinske ceste ili staze) ili boravak u njima.

Što se hidrogeografske osnove tiče, ivanečki prostor sadrži resurse podzemnih voda smještene u karbonatnim formacijama čija je glavna hidrogeološka značajka sekundarna pukotinska poroznost (Strategija razvoja, 2014). Ivanec je siromašan turistički atraktivnim vodama, ali ipak, na sjevernoj strani Ivančice nalaze se prirodni izvori poput izvora Žgano Vino, Bistrica, Beli Zdenci, Šumi, Melišće i Vuglovec, kao i nekoliko manjih izvorišta. Rijeka Bednja je preplavljena muljem, zbog čega ima samo lokalnu važnost u kontekstu ribolova. Državnim planom za zaštitu voda Bednja je svrstana u vode II. kategorije, dok su prethodno navedeni izvori svrstani u vode I. kategorije. Športsko ribolovno društvo "Ivanec" gospodari vodama na ovom području, pa je u njihovoj nadležnosti rijeka Bednja. Uz Ivanečke bajere nalazi se Ribički dom kapaciteta 60 mjesta i 200 mjesta na vanjskoj natkrivenoj terasi.

Prirodna baština Ivanečkog kraja slabo je zaštićena, iako posjeduje značajan potencijal. Trenutno je jedino stablo velelisne lipe na trgu u Ivancu registrirano kao zaštićeno, a procjenjuje se da ima ne samo lokalnu, već i regionalnu važnost. No, intenzivno se radi na zaštiti Ivančice, te bi ovo područje Hrvatskog zagorja u budućnosti moglo biti proglašeno parkom prirode - područje Ivanšćice i Bednjanskog kraja osobito je vrijedno zbog svoje prirodne i kulturno-povijesne baštine, a rezultati istraživanja vrsta i staništa koje je Javna ustanova za upravljanje zaštićenim prirodnim vrijednostima na području Varaždinske županije provela na području Ivanšćice potvrđuju visoku razinu biološke i krajobrazne raznolikosti na tom području (Strategija razvoja, 2014). Sam prostor, koji bi obuhvaćao nešto više od 300 kvadratnih kilometara, proteže se kroz pet gradova i devet općina u Varaždinskoj i Krapinsko-zagorskoj županiji, a nedavno je bio predložen za zaštitu kao park prirode kroz javno izlaganje prijedloga Zakona o proglašenju Parka prirode „Zagorske gore“ [4]. Ovaj prostor od izuzetnog je turističkog i edukativnog potencijala, a proglašenjem parka prirode stvorili bi se uvjeti za poboljšanje životnog standarda lokalnog stanovništva kroz razvoj ekološke poljoprivrede, *brendiranje* lokalnih proizvoda, pružanje usluga u turizmu i lakše privlačenje sredstava iz europskih fondova.

Ivančica, poznata i pod nazivima Ivanščica ili Ivonjčica, predstavlja važnu prirodnu osnovu i izuzetno je atraktivna za planinarski turizam i rekreaciju. Sa svojom dužinom od 30 km i širinom od 9 km, ova planina pruža brojne mogućnosti za istraživanje, sport, fotografiranje i različite aktivnosti na otvorenom. Sjeverna padina Ivančice ima izrazito planinsko obilježje, dok cijelo područje obiluje prirodnim ljepotama i speleološkim objektima. Zanimljivo je da se, osim prirodnih, ovdje nalaze i umjetni speleološki objekti poput starih rudnika, koji su povijesno značajni i mogu poslužiti kao pokretači razvoja turističkih sadržaja. Što se tiče događanja i manifestacija temeljenih na prirodnoj baštini, vrijedno je spomenuti već tradicionalni godišnji noćni uspon na Ivančicu (2024. godine bio je 11. po redu), kojem se, osim ivanečkih planinara pridružuju i brojni planinari iz Varaždina, Ludbrega, susjedne Slovenije, Zagreba i drugih gradova i mjesta šire okolice. Postoji još nekoliko planinarskih događaja tijekom godine. Sredinom travnja Ivančica postaje poprište utrke "24h Ivančice," koja privlači brojne zaljubljenike u prirodu i izazove. Cilj je što više puta uspeti se na vrh Ivančice (1060 m/nm) i spustiti do Prigorca u roku od 24 sata. Uspom uključuje dolazak na vrh, uzimanje žiga, spuštanje do Prigorca i prijavu na zapisničarskom stolu. Četiri su glavna planinarska puta do vrha Ivančice – Mrzljak (najlakša staza), Pionir, Prekrižje i Konj (Sl. 3.), a do vrha vodi i makadamska cesta. Na vrhu se nalazi Planinarski dom s domaćom hranom i pićem, dva vidikovca (Stričevo i Piramida) i Kapela Sv. Ivana Krstitelja.



Sl 3. Planinarske staze Ivančice

Izvor: pk-ivanec.hr

Iako je spomenuta utrka prvenstveno namijenjena trkačima, pješački uspon na Ivančicu jednako je atraktivan turistima i lokalnom stanovništvu. Tijekom uspona moguće je uživati u prirodnim ljepotama poput gorskih potoka, slapova i slikovitih vidikovaca, a posebno su značajne rijetke vrste flore, uključujući čak 36 vrsta orhideja. Ivanečko područje je, dakle, odličan primjer destinacije koja spaja bogatu prirodnu baštinu s aktivnostima na otvorenom, pružajući raznovrsne opcije za turiste koji traže mir, avanturu ili istraživanje prirode. Na Ivančici je također razvijeno padobransko jedrenje (*paragliding*), kao opcija avanturističkog turizma temeljenog na prirodnoj osnovi ovog prostora. Uređeno uzletište nalazi se na bivšoj skijaškoj stazi na samom vrhu Ivančice, a sletišta se nalaze u selu Prigorec i u Ivancu – uz dogovor, moguće je organizirati i tandem letove.

5.2. Kulturno – povijesna turistička osnova

Za kulturu i kulturna dobra može se reći da ona predstavljaju *condicio sine qua non* (lat. = prijeko potreban uvjet) društvenog razvoja jedne zajednice, pa u tom kontekstu i jednog užeg područja. Teško je i zamisliti da se stvaranje nacionalnog dohotka ili uopće društvenog bogatstva može ostvariti bez indikatora kulture, materijalnih i nematerijalnih (Grabar, 1990.-1991.). Osim toga, koncept (kulturne) baštine može se smatrati dinamičkim i dogovornim procesom u kojemu se iskazuju kulturni stavovi i potrebe sadašnjeg društva (Dumbović Bilušić, 2015 prema McDowell, 2008).

Kada se spominju izrazi kao što su spomenici kulture, kulturna baština ili slično, misli se na pokretne i nepokretne spomenike, kao i na druge skupine umjetničkih djela; zatim, arheološke nalaze, etnografske zbirke i predmete te druge kulturne vrijednosti, jer se samo imajući u vidu cjelovitost kulturne baštine može govoriti o njenom utjecaju na razvoj društvene zajednice, odnosno društvenog bogatstva (Grabar, 1990.-1991.). Suprotno tradicionalnom poimanju baštine, danas se nastoji težište s materijalne osnove premjestiti na unutarnja, intrinzična obilježja kulturnih vrijednosti i značaja.

Glavni elementi kulturne baštine obuhvaćaju kulturno-povijesne spomenike, način života i rada koji odražavaju lokalne tradicije (*living culture*) te znamenite osobe i povijesne događaje koji su pridonijeli identitetu kraja. Važnu ulogu imaju i manifestacije koje „oživljavaju“ kulturu, kao i kulturne i vjerske ustanove koje pružaju uvid u umjetničko i duhovno nasljeđe. Uz to, turističke staze, putovi i ceste omogućuju turistima istraživanje prostora. Zaštićena kulturna dobra na području Grada Ivanca prikazana su u tablici 1.

Tab 1. Nepokretna, nematerijalna i pokretna kulturna dobra na području Grada Ivanca

Kulturno dobro	Naselje	Vrsta
Crkva sv. Marije Magdalene i kurija - župni dvor	Ivanec	Nepokretno pojedinačno
Arheološko nalazište Stari grad Ivanec	Ivanec	Arheologija
Kurija Cerje Tužno	C. Tužno	Nepokretno pojedinačno
Crkva Sv. Duha	Prigorec	Nepokretno pojedinačno
Crkva sv. Margarete i kurija župnog dvora	Margečan	Nepokretno pojedinačno
Utvrda Gradišće na Cukovcu	Margečan	Arheologija
Crkva Blažene Djevice Marije	Radovan	Nepokretno pojedinačno

Kulturno dobro	Naselje	Vrsta
Tradicijsko lončarstvo na području sjeverozapadne Hrvatske	Bedenec	Nematerijalna

Kulturno dobro	Naselje	Vrsta
Orgulje - pozitiv u crkvi Blažene Djevice Marije	Radovan	Pokretno
Inventar crkve sv. Marije Magdalene	Ivanec	Pokretno

Izvor: izrađeno na temelju *ivanec.hr*

Kulturno-povijesna osnova Ivanca obuhvaća bogatu povijest, kulturne i arhitektonske spomenike te značajne povijesne događaje, koji čine ovaj grad jedinstvenim odredištem za kulturni turizam. Središnje mjesto u očuvanju i prezentaciji baštine zauzima Muzej planinarstva, koji nije samo prostor posvećen planinarskoj povijesti i tradiciji, već i središte povremenih izložbi koje tematiziraju kulturno-povijesnu i umjetničku baštinu. Kroz povijest planinarenja u Ivancu, posjetitelji mogu razumjeti zašto se grad *brendira* kao "planinarski grad" te kako je ova tradicija oblikovala lokalni identitet. U neposrednoj blizini, arheološko nalazište Stari grad Ivanec podsjeća na nekadašnji utvrđeni dvorac koji je dominirao ovim prostorom, dok danas nudi posjetiteljima uvid u bogatu arheološku prošlost. Ovo nalazište simbolizira povijesnu ulogu Ivanca u srednjem vijeku te je vrijedan resurs za daljnja istraživanja i prezentaciju povijesti. Osim toga, rodna kuća lokalnog heroja Josipa Kraša, danas uređena kao muzej, autentičan je primjer arhitekture i načina života krajem 19. i početkom 20. stoljeća. Posjetom ovom objektu posjetitelji se upoznaju s lokalnom poviješću i kulturnim naslijeđem, a posjet je moguć uz prethodnu najavu.

Povijesnu priču Ivanca nadopunjuje i brežuljak Gradišće, na kojem se nalaze ostaci utvrde koja je služila kao prihvat za križare i hodočasnike. Uz nju je vezan i mit o „Vražjem stolčeku“, stijeni kojoj se pripisuju nadnaravna ljekovita svojstva. Tradicija i priroda „isprepliću“ se i u Vodenici Margečan, smještenoj uz rukavac rijeke Bednje, te u Friščićevom mlinu, gdje se posjetitelji mogu upoznati s procesom mljevenja žita nudeći autentične prikaze tradicionalnih tehnologija, a privlače ljubitelje prirode svojom slikovitošću i ambijentom uz rijeku.

Posebnu vrijednost ima i Etnokuća Bedenec, primjer lokalne graditeljske tradicije, koja posjetiteljima pruža autentičan doživljaj starinskog načina života. Sakralna baština Ivanca ističe se brojnim povijesnim građevinama, poput gotičke kapele Sveti Duh u Prigorcu, mjesta zaruka Petra i Katarine Zrinske, te župne crkve Sv. Marije Magdalene, zaštićenog spomenika kulture s oslikanim svodovima. Tu su i kapela sv. Donata, smještena uz obilaznicu, barokna crkva sv. Margarete u Margečanu, s reljefnim grbom obitelji Ožegović, te crkva Blažene Djevice Marije

u Radovanu, poznata po kipu Majke Božje iz 15. stoljeća. Sakralni lokaliteti Ivanca svjedoče o bogatoj prošlosti religijskog života te potencijalno mogu biti (postati) vrijedna turistička i hodočasnička odredišta.

Nematerijalna kulturna baština obuhvaća znanja, vještine, predmete, alate, običaje, izvedbe i slične aspekte koje posjeduju određene zajednice ili pojedinci. Ona ima velik utjecaj na oblikovanje identiteta i osjećaja pripadnosti određenoj kulturnoj sredini. Važno je spomenuti i da ivanečko područje ima čak dvije povijesne postrojbe - viteški red Ivanovaca ostavio je dubok trag u kulturnoj baštini ovog prostora, a njihova povijest seže u 1396. godinu. Povijesna udruga Ivanečki vitezovi danas oživljava tu baštinu kroz rekonstrukciju odora i opreme, čime doprinosi autentičnom doživljaju povijesnih događaja. Kroz ovu povijesnu postrojbu, Ivanec se izdvaja kao rijetki primjer grada koji aktivno njeguje nasljeđe crkvenih viteških redova. Druga postrojba je Ivanečka rudarska četa, osnovana krajem 19. stoljeća na inicijativu vlasnika rudnika uz odobrenje Kraljevskog rudarskog satništva, s ciljem pružanja pomoći rudarima i spašavanja unesrećenih u teškim i opasnim uvjetima rada. Četa je brojala dvadesetak članova, među kojima su bili rudari, zanatlije, bolničari i liječnik, obučeni za različite vrste intervencija. Organizacija rada bila je takva da su neki članovi uvijek bili prisutni u smjenama, dok su se ostali brzo uključivali u spašavanje po potrebi. Članovi čete nosili su prepoznatljive uniforme s rudarskim oznakama i dodatnim detaljima za rangove i funkcije. Uniforme su bile strogo regulirane i šivane uz odobrenje Kraljevskog rudarskog satništva. S vremenom je četa dobila bolje uvjete rada, a njezin angažman spasio je mnoge živote. Uz spašavanje, unutar čete djelovali su i vatrogasci te limena glazba.

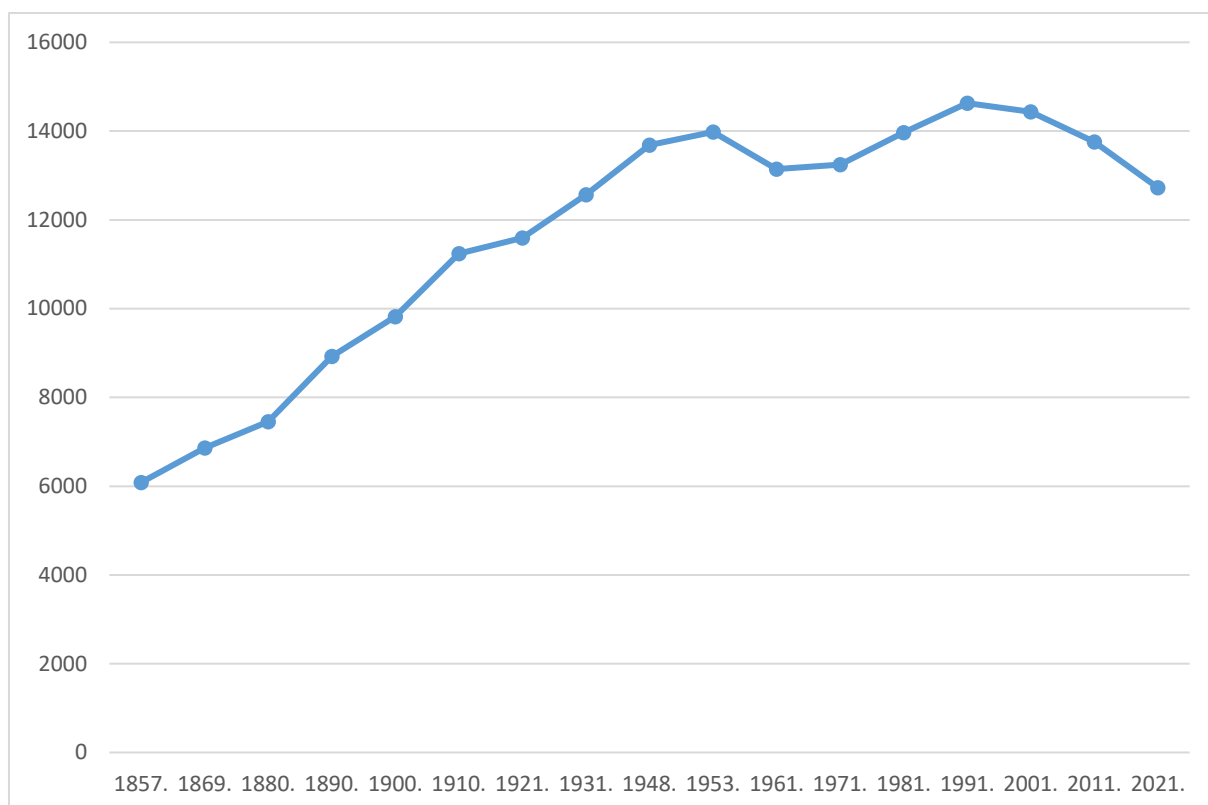
Godine 2006., zahvaljujući inicijativi B. Jagatića Daraboša, četa je ponovno osnovana kao povijesna postrojba Hrvatske vojske. Cilj je bio očuvati ivanečku tradiciju i uključiti ju u turističku promociju grada. Prva smotra nove čete održana je 24. lipnja 2006. tijekom proslave Dana grada Ivanca, a uniforme su izrađene prema izvornim uzorcima iz 19. stoljeća. [1]

Kulturno-povijesna baština ivanečkog područja obogaćena je raznovrsnim manifestacijama. Tijekom godine, Ivanec nudi brojne manifestacije koje odražavaju njegovu kulturnu i društvenu scenu. Među najvažnijima su Međunarodna izložba malih životinja u siječnju, a nakon toga slijedi karnevalska proslava Ivonjski fašnik. Svibanj je rezerviran za proslavu 1. svibnja na Ivančici, dok lipanj donosi raznovrsne događaje poput *Dana grada Ivanca*, *Hrvatskog festivala kiparenja motornom pilom* i *Ivanec Open* teniskog turnira. Turisti i ljubitelji sporta imaju mogućnost sudjelovanja u prethodno spomenutoj brdskoj utrci Ivančica i manifestaciji *Kretanje*

– *zdravlje* u srpnju, dok se u kolovozu održavaju *Seoske igre u Salinovcu* i *Biciklijada ivanečkog kraja Med skrajski bregi*. Kasnije, u kolovozu i rujnu, Ivanec slavi *Dan bedijenske lončarije*, a jesen donosi manifestaciju *Jesen u Ivancu*. Kraj godine obilježavaju *Ivanečki rudarski dani*. Ivanec se ovim manifestacijama profilira kao dinamična destinacija u kojoj se svaka sezona odlikuje novim i specifičnim događanjima, čime se dodatno potiče turistička aktivnost i angažman lokalne zajednice. Manifestacije i festivali su i ključni oblik komodifikacije nematerijalne kulturne baštine.

6. Osnovni demografski i turistički pokazatelji

Većina ruralnog prostora Hrvatske obilježena je depopulacijom i deagrariizacijom. Populacijski razvoj Grada Ivanca posljednjih nekoliko desetljeća obilježen je negativnim demografskim procesima. Veći broj naselja bilježi depopulaciju stanovnika na svom području: usporedbom popisa stanovništva iz 2001., 2011. i 2021. godine broj stanovnika na području Grada pada. Prema popisu stanovništva iz 2021. godine (12 723), ovaj se broj smanjio za 1 035 stanovnika, odnosno 7,52%, u odnosu na broj stanovnika 2011. godine kad je iznosio 13 758 stanovnika (DZS, 2012). U odnosu na 2001. godinu kad je broj stanovnika iznosio 14 434 (DZS, 2002), u 2021. pao je za 11,85%. To je najmanji broj stanovnika otkad se provode službeni popisi baš u Republici Hrvatskoj, a na slici 4 prikazano je i kretanje broja stanovnika Grada Ivanca od 1857. do 2021. godine.



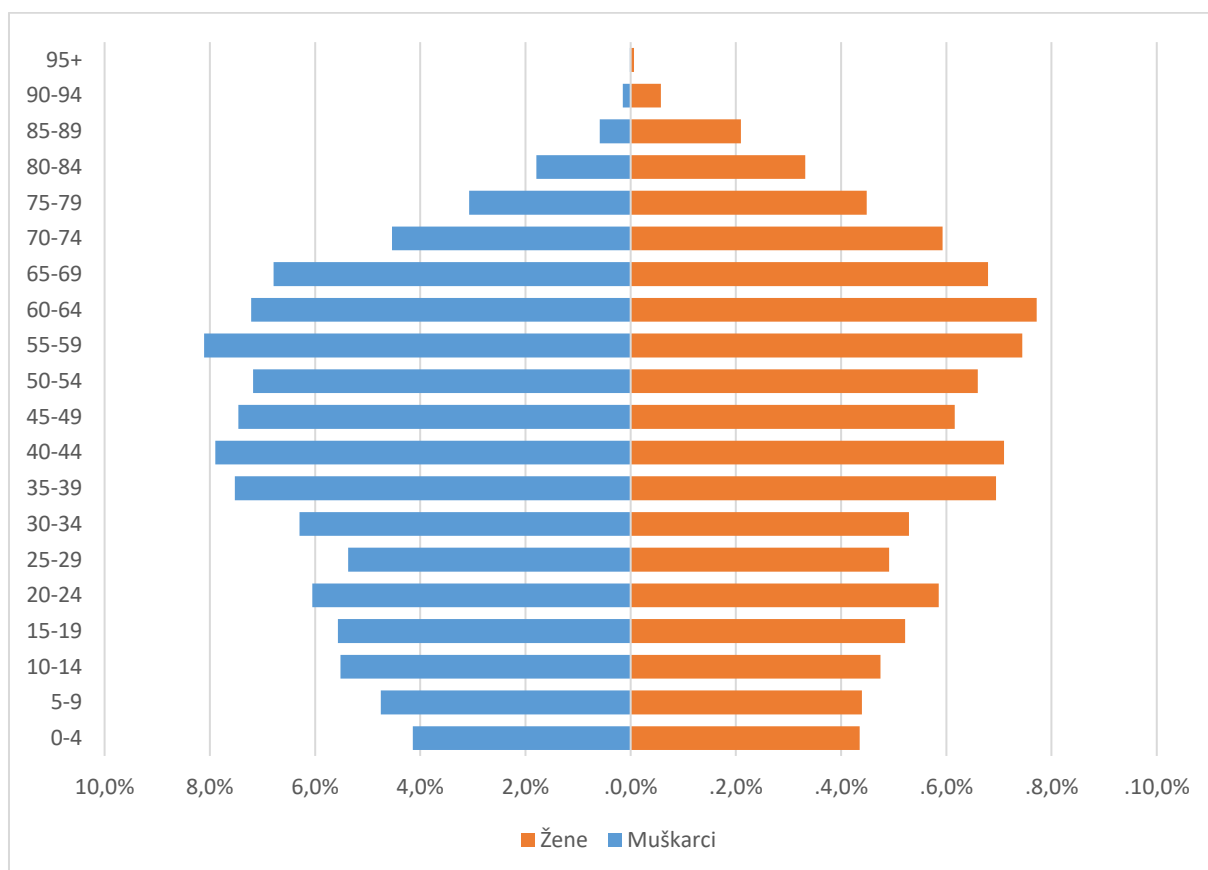
Sl. 4. Kretanje broja stanovnika Grada Ivanca od 1857. do 2021. godine.

Izvor: DZS, 2002, 2022.

Dobno-spolna struktura, prema popisu iz 2021. godine ukazuje na to da je na području Grada Ivanca riječ o starijem, kontraktivnom tipu stanovništva (Sl. 5). Najviše stanovnika administrativne jedinice Grada Ivanca je u zreloj životnoj dobi. No, veći broj starijeg stanovništva donekle može i uvjetovati očuvanje kulturne baštine, pošto mlado stanovništvo većinom nije dovoljno zainteresirano za stare običaje i tradiciju. Primjetno je da najviše stanovnika pripada skupinama od 50 do 64 godine, dok manji broj čine mlađe dobne skupine, poput 0-4 godine (541) ili 5-9 godina (581).

Indeks starenja i koeficijent starosti koriste se za analizu demografske strukture stanovništva, posebno u kontekstu starenja. Ovaj indeks na primjeru Ivanca ukazuje na to da postoji veći broj starijih osoba u odnosu na mlađe, što je očekivano u ruralnim područjima. Koeficijent starosti na primjeru Ivanca ukazuje na nešto nižih 27,7% stanovnika, što znači da gotovo trećina stanovništva ima 65 godina ili više. Broj osoba u dobi od 65 godina i starijih iznosi 2 721, što čini značajan postotak ukupnog broja stanovnika, a broj osoba starijih od 80 godina doseže 484, što je također pokazatelj visoke stope starenja u demografskoj strukturi Ivanca. Ovi trendovi

prikazuju demografske izazove depopulacije i starenja stanovništva, koji mogu utjecati na društvenu i ekonomsku dinamiku u budućnosti. S obzirom na ove brojke, vidljivo je također da broj žena u većini dobnih skupina blago premašuje broj muškaraca, što je tipično za starije dobi, dok u mlađim skupinama postoji manja razlika između broja žena i muškaraca.



Sl. 5. Dobno spolna piramida Grada Ivanca 2021. godine.

Izvor: DZS, 2022.

Broj stanovnika pokazuje pomalo zabrinjavajući trend, što ukazuje na potrebu za učinkovitijim mjerama kako na razini županija, općina, tako i na državnoj razini. U nastavku će se razmatrati turizam kao potencijalno rješenje za otvaranje novih radnih mjesta i očuvanje stanovništva u ivanečkom kraju. Uvođenje turističkih aktivnosti u ruralna područja otvara mogućnost revitalizacije ruralnog prostora (Ćurić, 2010). Ivanec se, kao i mnoga druga manja ruralna područja, suočava s izazovima poput depopulacije i demografskog starenja, što može

značajno utjecati na lokalni gospodarski i društveni razvoj. Međutim, takve okolnosti otvaraju i prostor za razvoj specifičnih turističkih proizvoda, koji mogu doprinijeti revitalizaciji zajednice poticanjem kulturnog i gospodarskog razvoja kroz angažman lokalnog stanovništva i privlačenje posjetitelja.

Što se turističkih pokazatelja tiče, prema podacima Državnog zavoda za statistiku iz 2023. godine, administrativni Grad Ivanec raspolaže s ukupno 125 smještajnih kapaciteta, od čega je 105 stalnih i 20 pomoćnih postelja, što ukazuje na relativno mali turistički kapacitet karakterističan za destinacije koje nisu masovno turistički razvijene. Tijekom 2023. godine ostvareno je ukupno 3 176 dolazaka turista, od čega su domaći gosti činili 968 dolazaka (30,5%), dok je stranih turista bilo znatno više, njih 2.208 (69,5%). Sličan omjer vidljiv je i u ostvarenim noćenjima, gdje je ukupno zabilježeno 6 256 noćenja, od čega 1 736 čine domaći turisti (27,8%), a čak 4 520 strani gosti (72,2%). Prosječno trajanje boravka turista iznosilo je približno 1,97 noći, što sugerira kratkotrajne posjete. Dominacija stranih gostiju u ukupnom prometu upućuje na potencijal za dodatno privlačenje međunarodnih posjetitelja, dok bi razvoj specifičnih turističkih proizvoda mogao doprinijeti povećanju atraktivnosti i za domaće goste. Ipak, trenutni kapacitet smještaja predstavlja izazov za rast turizma te zahtijeva dodatna ulaganja kako bi se potaknuo održiv razvoj.

Za usporedbu, u Tab. 2 prikazani su turistički dolasci i noćenja za 2010. i 2023. godinu preuzeti od Državnog zavoda za statistiku. Što se tiče godina između 2010. i 2023., podaci za Ivanec nisu javno dostupni, no ustupljeni su od strane Turističke zajednice Grada Ivanca i bit će obrađeni u daljnjem poglavlju rada. U 2010. godini Ivanec je zabilježio ukupno 1 054 dolaska turista, od čega su domaći posjetitelji činili 462 dolaska (43,8%), dok je broj stranih dolazaka bio nešto viši, ukupno 592 (56,2%). Kada je riječ o noćenjima, ukupno je ostvareno 1 790 noćenja, pri čemu su domaći gosti ostvarili 755 noćenja (42,2%), a strani turisti 1 035 noćenja (57,8%).

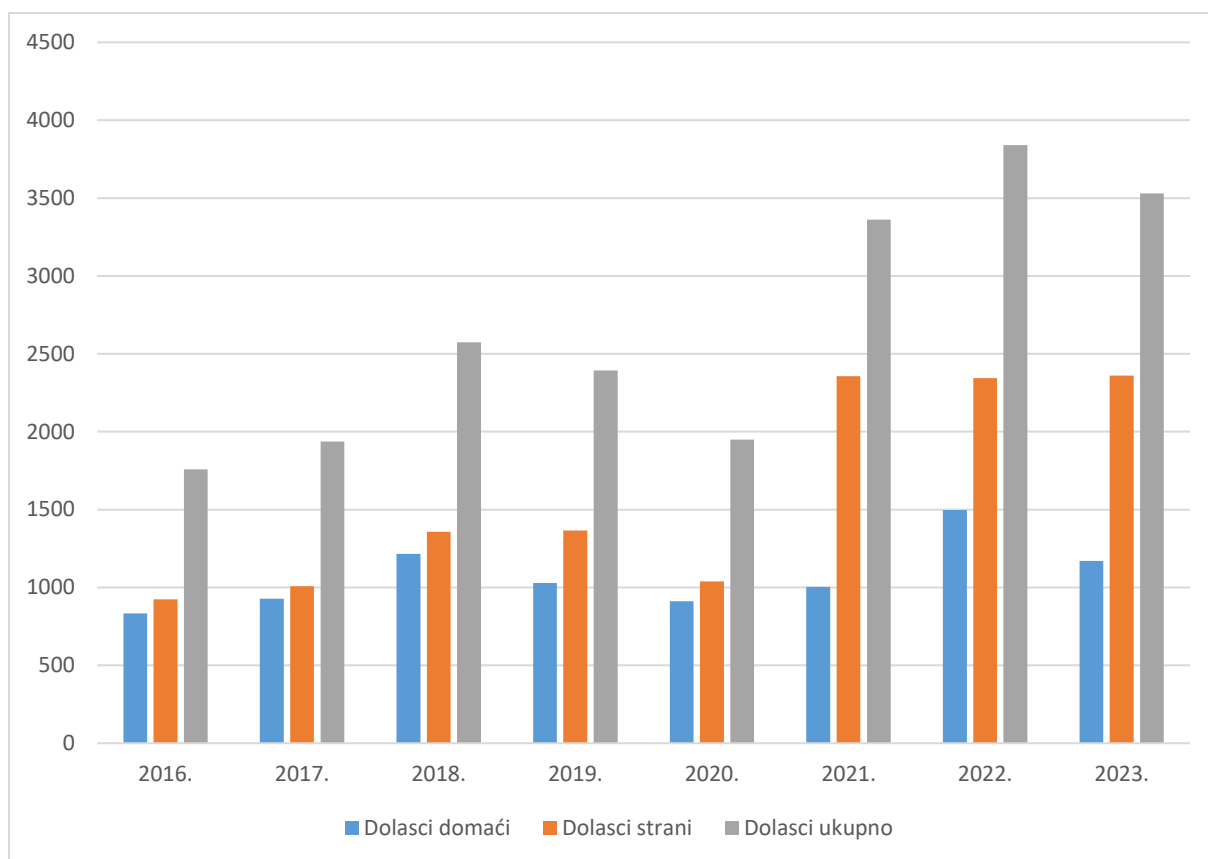
Tab. 2. Turistički dolasci i noćenja u Gradu Ivancu 2010. i 2023. godine.

<i>GODINA</i>	<i>DOLASCI</i>			<i>NOĆENJA</i>		
	<i>domaći</i>	<i>strani</i>	<i>ukupno</i>	<i>domaći</i>	<i>strani</i>	<i>ukupno</i>
2010.	462	592	1054	755	1035	1736
2023.	968	2208	3176	1736	4520	6256

Izvor: izrađeno na temelju DZS, 2011., 2024.

Podaci pokazuju sličan omjer između domaćih i stranih posjetitelja u dolascima i noćenjima, s blagom dominacijom stranih gostiju. Ove brojke sugeriraju da je Ivanec već u 2010. godini imao značajan udio stranih turista, no ukupni broj dolazaka i noćenja bio je relativno nizak, što ukazuje na prostor za rast i unapređenje turističke ponude u narednim godinama, što se u nekoj mjeri i ostvarilo. Uspoređujući podatke o turističkim dolascima i noćenjima u Ivancu za 2010. i 2023. godinu, vidi se značajan porast u turističkoj aktivnosti. Broj dolazaka turista u 2023. godini bio je nekoliko puta veći nego u 2010. godini, s naglim povećanjem udjela stranih turista. Domaći turisti čine manji postotak dolazaka u odnosu na strane posjetitelje, što ukazuje na sve veći interes stranaca za destinaciju. Slično tome, broj noćenja također je značajno porastao. Iako su u 2010. godini domaći i strani turisti ostvarivali sličan broj noćenja, u 2023. godini strani turisti dominiraju u ukupnom broju noćenja. Ovaj trend pokazuje da je Ivanec postao atraktivniji za strane posjetitelje, dok domaći turizam ostaje stabilan. Generalno, trend ukazuje na relativno uspješan razvoj turističke ponude Ivanca, koja je privukla značajan broj stranih turista, a u isto vrijeme očuvala interes domaćih posjetitelja. Rastući broj noćenja i dolazaka potvrđuje da je destinacija postala prepoznatljivija i donekle popularnija, a njezina turistička ponuda sve je više utemeljena na privlačenju međunarodnih posjetitelja.

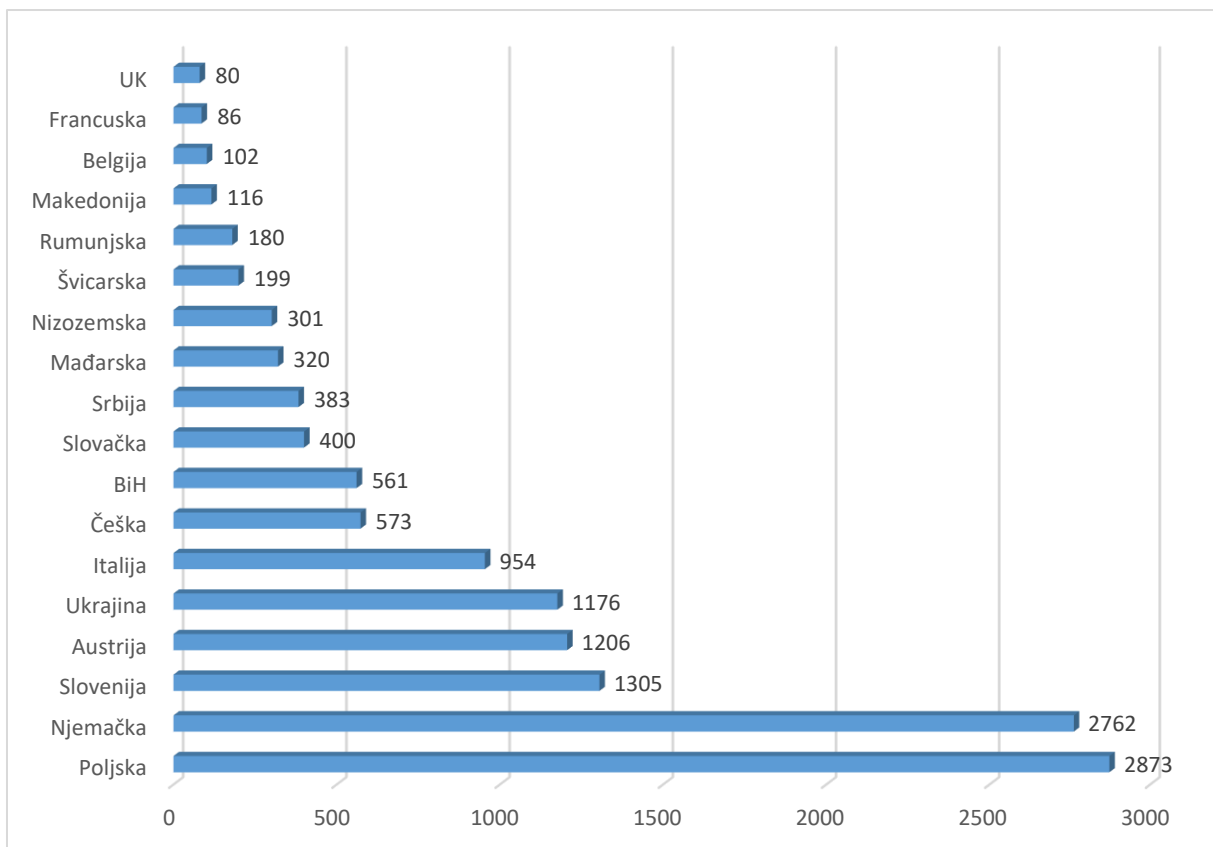
Prethodno analizirani podaci preuzeti su od Državnog zavoda za statistiku; a Turistička zajednica Grada Ivanca u svrhu ovog rada ustupila je relevantne podatke za razdoblje od 2016. do 2024. godine koji su prikazani na SI 6. i nisu javno dostupni. Na području Grada Ivanca u cijelom tom periodu zabilježeno je ukupno 21 347 dolazaka turista te je ostvareno ukupno 42 511 noćenja.



Sl. 6. Dolasci domaćih i stranih turista u Grad Ivanec za razdoblje 2016. - 2024.

Izvor: izrađeno na temelju podataka TZ Ivanec, 2024.

Zanimljivo je još spomenuti i emitivna područja iz koji turisti dolaze u ivanečki kraj. Prema podacima Turističke zajednice Ivanec, u razdoblju 2014. - 2024. godine strani turisti činili su većinu s 14 506 dolazaka (59,66%) i 29 586 noćenja (59,85%), dok su domaći turisti ostvarili 9 809 dolazaka (40,34%) i 19 851 noćenje (40,15%). Ukupni udio stranih turista stoga iznosi približno 60%, dok domaći čine preostalih 40%. Dolasci stranih turista prikazani su na Sl. 7. Najviše su dolazaka ostvarili turisti iz Njemačke (2 762 dolaska, 11,36%), Poljske (2 873 dolaska, 11,82%) i Slovenije (1 305 dolazaka, 5,37%). S obzirom na noćenja, Nijemci su također prednjačili s 7 555 noćenja (15,28%), a slijedili su ih turisti iz Poljske (3 629 noćenja, 7,34%) i Slovenije (2 183 noćenja, 4,42%).



Sl. 7. Dolasci stranih turista u Ivanec u razdoblju 2014. – 2024. godine prema državi

Izvor: izrađeno na temelju podataka TZ Ivanec, 2024.

Turistička zajednica Grada Ivanca osnovana je 2011. godine s ciljem povećanja turističkog prometa, podizanja kvalitete turističkih proizvoda te unaprjeđenja uvjeta boravka gostiju (implementacijom novih turističkih proizvoda, organizacijom manifestacija i generalno „poboljšavanjem imidža“ grada). Velika pozornost posvećuje se kvaliteti turističkih projekata, što ih čini prepoznatljivima i održivima (Strategija razvoja, 2014).

7. Valorizacija i interpretacija kulturne baštine

Kulturna baština često nije samo odraz kulturnih vrijednosti i značenja prošlosti, već uključuje i prilagodbu tih značenja sadašnjim kulturnim, društvenim, javnim i političkim potrebama (Dumbović Bilušić, 2015). Spajanjem kulturne baštine i turizma stimulira se lokalna i regionalna turistička potražnja, potiče se profesionalno upravljanje kulturnim dobrima i njihov

marketing te se omogućuje bolja kontrola nad korištenjem kulturnih potencijala. No, osnovu za turističku valorizaciju kulturne baštine zapravo predstavlja njena interpretacija. Interpretacija je komunikacijski proces koji na edukativan i zabavan način posjetiteljima otkriva značenje baštine i pomaže im u doživljavanju kulturnih dobara (Timothy, 2011), otkriva značenja koja stoje iza turističkih lokaliteta, njihovih priča i ljudi. Jedna od važnih uloga interpretacije je edukacija. Ona pomaže posjetiteljima da kroz informativne i angažirajuće metode steknu znanja o povijesnom, kulturnom ili prirodnom kontekstu lokaliteta. Kroz kreativne pristupe poput vođenih tura, radionica ili digitalnih sadržaja, interpretacija omogućava razumijevanje baštine i povezivanje turista s destinacijom na osobnoj razini. Kvalitetnom interpretacijom povećava se vrijednost lokaliteta baštine u očima posjetitelja (Richards, 1996). Prema Tildenu, interpretacija ne bi trebala samo podučavati, već i provocirati razmišljanje, potičući posjetitelje na vlastita pitanja i zaključke. Interpretacija treba biti holistička, povezujući informacije u širu priču, a ne samo nuditi nepovezane činjenice. Također, sadržaj interpretacije treba prilagoditi posjetiteljima, uzimajući u obzir njihove interese, znanje i očekivanja. Ova načela osiguravaju da interpretacija nije samo informativna već i „angažirajuća“ te prilagođena svakome tko sudjeluje. Osmišljena turistička valorizacija kulturne baštine potiče i optimizira njezinu zaštitu i očuvanje, oplemenjuje turističku ponudu, promovira baštinu kao identitetsko obilježje određenog područja te je pretvara u turistički proizvod - izvor prihoda za društvenu zajednicu (Slunjski, 2017).

U Hrvatskoj se kulturno naslijeđe dijeli u dvije osnovne grupe: materijalno i nematerijalno. Materijalno se dalje razvrstava u nepokretno, pokretno i kulturne krajolike. Elementi kulturne baštine koji posjeduju zakonsku zaštitu prepoznaju se kao kulturna dobra. U nepokretna kulturna dobra ubrajaju se povijesne građevine, kulturno-povijesne cjeline, memorijalna područja i obilježja, te arheološka nalazišta. Prema Pravilniku o obliku, sadržaju i načinu vođenja Registra kulturnih dobara Republike Hrvatske, kulturni krajolici su izdvojeni u posebnu grupu, a dijele se na kulturne i povijesne.

8. Novi turistički proizvod

Područje Ivanca bogato je kulturnom baštinom, tradicionalnim obrtničkim zanatima, i kulinarskom tradicijom. Kako bi se osigurao održivi razvoj turizma u tom području, ključno je prepoznati i dodatno valorizirati kulturnu baštinu. Jedna od takvih prilika je tradicija lončarstva i keramike, koja ima dugu povijest i može se iskoristiti za stvaranje jedinstvenog turističkog doživljaja. Prijedlog novog turističkog proizvoda je cjelodnevna radionica keramike pod nazivom „Lončarski doživljaj Ivanca“ / „*Ivanec artisan pottery experience*“. Tradicijsko lončarstvo je specifična vještina oblikovanja gline i proizvodnje keramičkih posuda na lončarskom kolu, a fokus je na izradi raznolikog posuđa za kuhanje, pečenje, serviranje ili spremanje hrane i pića, dječjim igračkama i slično. Centri te proizvodnje bili su u srednjoj i istočnoj Hrvatskoj [5], a lončari ivanečkog kraja su koristili kolo koje su pokretali nogom dok su im ruke slobodno oblikovale buduće umjetnine. Razvoju lončarstva u ovom području pridonijela su nalazišta kvalitetne zemlje, gline, koja se kopala na nekoliko lokacija (gliništa) u blizini naselja. Iskopana glina zatim se čistila i obrađivala tako da se gazila nogama i tukla drvetom kako bi bila što rahlila. Kasnije se razvio postupak čišćenja motikama kojim se glina prekapala i rahlila. Prije same obrade, glina se je u radionici još jednom posebnim srpom narezala na tanke listiće kako bi se odstranile sve primjese [6]. Tradicionalno lončarstvo stoga nije samo zanat; to je umjetnička vještina koja se prenosila s generacije na generaciju. Dobar primjer očuvanja ove tradicije predstavlja Keramika Mecena koju vodi obitelj iz Jerovca i lončarstvom se bavi već četiri generacije – danas proizvode uporabnu i ukrasnu keramiku poput *cimpleta*, *bidri*, *zдела*, *vajnglina*, peki i slično. Također, važno je spomenuti i manifestaciju "Dan bedijenske lončarije", koja se održava krajem ljeta kod etno kuće u Bedencu i predstavlja jedinstven prikaz života i stvaranja na ovim prostorima, s ciljem obnavljanja uspomene na nekadašnje lončarstvo ovog kraja.

Neki autori utvrdili su da postoji snažan interes među posjetiteljima za upoznavanje tradicionalnih obrta i stjecanje praktičnih znanja o njihovoj proizvodnji. Ova vrsta turističkog proizvoda u ponudi ne samo da bi privukla posjetitelje, nego bi također mogla potaknuti revitalizaciju tradicionalnih obrta, čime bi se očuvala lokalna kulturna baština. To bi bilo imerzivno iskustvo za turiste, omogućujući im sudjelovanje u stvaranju tradicionalne keramike i stjecanje dubljeg razumijevanja zanatskih tradicija ovog kraja. Pojam koji se provlači kroz literaturu je "*experience economy*" (Richards, 2001) - pasivna "potrošnja" kulturnih usluga sve

više se zamjenjuje participativnim oblicima – interakcijom, učenjem i aktivnim sudjelovanjem. Ovaj razvoj već se vidi kroz brz rast interaktivnih interpretacija u muzejima i drugim kulturnim atrakcijama, kao i kroz sve veću ponudu prilagođenih proizvoda u sektoru slobodnog vremena i turizma. Rastuća potražnja za ovakvim turizmom naglašava potrebu ljudi da se izraze i razviju svoj kreativni potencijal umjesto da se usmjere na pasivnu potrošnju. Kreativne aktivnosti, koje izravno uključuju posjetitelje u lokalnu kulturu i kreativnost lokalnog stanovništva, mogu pružiti mnogo angažiranija i ispunjenija turistička iskustva (Richards, 2011).

Novi turistički proizvod "Lončarski doživljaj Ivanca" pružao bi posjetiteljima jedinstvenu priliku da se upoznaju s bogatom tradicijom lončarstva ivanečkog područja. Ova autentična radionica omogućavala bi gostima/turistima da potpuno „urone“ u svijet tradicionalne izrade keramike, pod stručnim vodstvom lokalnih majstora koji su svoje vještine usavršavali generacijama. Uključivanje lokalnog stanovništva ključan je aspekt ovog proizvoda. Također, održivost i ekološka svijest promovirala bi se kroz korištenje ekološki prihvatljivih materijala u proizvodnji i pakiranju keramičkih proizvoda, kao i recikliranjem gline. Sudionici bi imali priliku iskusiti svaki korak procesa izrade keramike, od pripreme gline do oblikovanja posuda na lončarskom kolu ili pak ručno. Prednost je također mogućnost nošenja vlastitih izrađenih predmeta nazad u mjesto boravišta kao suvenira, stvarajući trajnu uspomenu na posjet ivanečkom kraju. Posebna pažnja bila bi posvećena personalizaciji, gdje turisti mogu kreirati vlastite jedinstvene dizajne i ukrase, koristeći tradicionalne tehnike oslikavanja i glaziranja. Ovo praktično iskustvo ne samo da pruža uvid u tradicionalnu vještinu lončarstva ivanečkog kraja, već i potiče kreativnost i povezanost s lokalnom kulturom. Naglašena veza s prošlošću ostvaruje se korištenjem tradicionalnih tehnika i alata u radionicama, omogućujući posjetiteljima da dožive autentične metode izrade. Baština bi se interpretirala i pričama vezanim uz lončarstvo, kao što su legende i anegdote koje se prenose generacijama.

Doživljaj bi bio dodatno oplemenjen smještajem na lokalnom imanju ili turističkom seljačkom obiteljskom gospodarstvu, gdje gosti mogu doživjeti toplinu i gostoljubivost lokalaca. Kako bi postale konkurentne, destinacije u ruralnim područjima, poput svih drugih turističkih odredišta, moraju zadovoljiti temeljne potrebe turista, posebno kada je riječ o smještaju i prehrani. Osim kuća za iznajmljivanje, kampova i motela, turisti koji dolaze na selo najčešće traže smještaj na seoskim farmama ili gospodarstvima (Petrić, 2006). Ova imanja, često obiteljska gospodarstva s dugom tradicijom, pružala bi autentičnu atmosferu i mogućnost upoznavanja s lokalnim

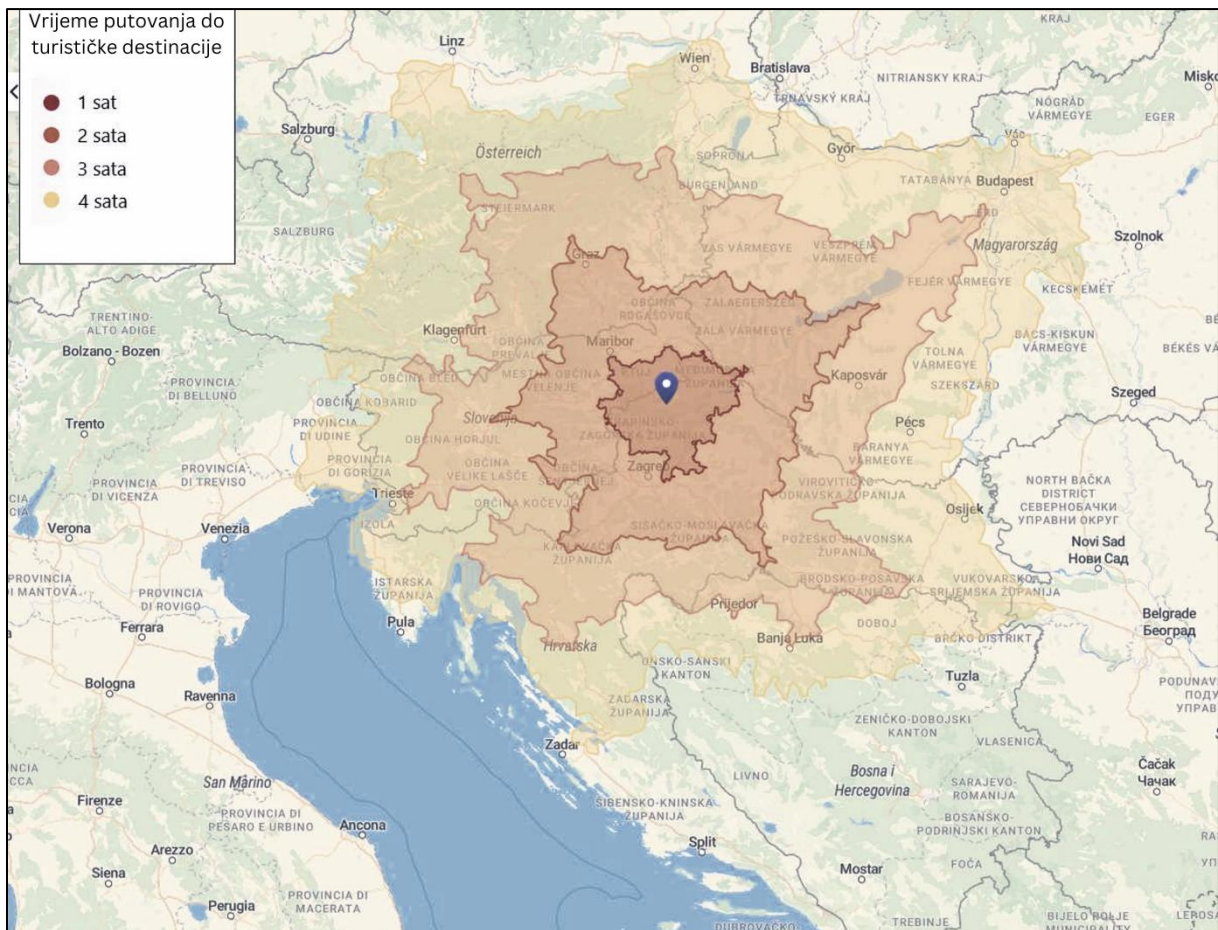
načinom života. Gosti mogu uživati u domaćoj gastronomskoj ponudi, kušajući tradicionalna jela pripremljena od lokalnih sastojaka, često poslužena u keramičkom posuđu izrađenom u lokalnim radionicama. Prijedlog upotpunjavanja programa u popodnevnim satima je primjerice vođena tura kroz lokalne lončarske radionice, gdje posjetitelji mogu vidjeti „majstore na djelu“ i saznati više o povijesti i značaju lončarstva u ovom kraju. Također, mogle bi se organizirati tematske izložbe (stalna postava; kako ne bi bilo financijski iscrpljujuće) koje predstavljaju najbolje primjerke lokalne keramike, od povijesnih artefakata do suvremenih umjetničkih djela, pružajući gostima sveobuhvatan uvid u evoluciju ove tradicije ivanečkog kraja. Fokus bi bio na lončarskoj tradiciji kao nematerijalnoj kulturnoj baštini, prepoznajući njenu važnost u očuvanju lokalnog identiteta. Prezentirali bi se povijesni keramički predmeti - uporabni i ukrasni predmeti iz različitih razdoblja, a dokumentirale bi se tehnike i stilovi karakteristični za ivanečko područje.

Ovaj tip turističkog proizvoda nudio bi praktično iskustvo izrade keramike, ali i pružio dublje razumijevanje kulturne baštine i tradicije Ivanca i okolnih sela. Kroz pažljivo osmišljene aktivnosti i sadržaje, kombinaciju praktičnih radionica, autentičnog smještaja, lokalne gastronomije i edukativnih programa, "Lončarski doživljaj Ivanca" potencijalno bi stvorio iskustvo koje povezuje posjetitelje s bogatom poviješću i živom tradicijom ovog područja, istovremeno podržavajući lokalne obrtnike i očuvanje tradicionalnih vještina i kulturne baštine.

8.1. Ponuda i potražnja

Atraktivnosti turističke destinacije ivanečkog prostora pridonosi i turistička atraktivnost njene bliže i dalje okolice. Masiv Ivančice je atraktivan na cijelom svojem području, a ne samo na području koji pripada Gradu Ivancu. Tu se izdvaja Čevo, kojeg nazivaju i zagorskim Klekom, Ham s livadama na visoravnima Velika Raven i Košenice. Na udaljenosti manjoj od 10 km nalazi se i spomenički kompleks Lepoglava, dvorac Klenovnik i dvorac Maruševac, a nešto dalje dvorci Bele I. i Bele II. Na udaljenosti od 20 km nalazi se barokni Varaždin, dvorac Trakošćan, Arboretum Opeka s dvorcem te dvorci Vidovec, Krkanec, Jalkovec i Šaulovec, spilja Vindija, Mačkova pećina, rijeka Drava i planine Ravna gora i Strahinjšćica.

Na slici 8. dan je kartografski prikaz vremenske udaljenosti do turističke destinacije – Grada Ivanca - označenog plavom točkom u središtu karte. Koristeći gradacije boja, prikaz ilustrira koliko je vremena potrebno za dolazak iz različitih regija, što sugerira praktičnost destinacije za jednodnevne izlete, vikend-turizam i kratkotrajne boravke, a osobito je važno za turiste koji preferiraju brzo dostupne destinacije. Najbliža područja, obojena tamnijom crvenom bojom, nalaze se unutar jednog sata udaljenosti, dok su udaljenije regije prikazane svjetlijim nijansama, do četiri sata putovanja. Karta prometne dostupnosti ovog tipa pomaže u procjeni potencijalne privlačnosti destinacije za posjetitelje iz različitih okolnih regija, odnosno emitivnog turističkog područja iz kojega se očekuju turisti i na kojemu je moguće provoditi intenzivniju promociju ivanečkog područja kao turističke destinacije, kao i novog turističkog proizvoda.



Sl. 8. Cestovna udaljenost Grada Ivanca od potencijalnih emitivnih područja u satima

Izvor: [7]

Regije unutar 2 do 3 sata putovanja (svijetlocrvene i svijetlosmeđe zone) obuhvaćaju šire područje koje uključuje velike urbane centre i populacijski gusto naseljene zone, poput Zagreba, Graza, Ljubljane i Maribora. Zbog blizine, relativno dobre prometne povezanosti ovo bi moglo biti emitivno područje za obitelji, parove i manje grupe koje traže specifična tematska iskustva i sadržaje poput radionice lončarstva temeljene na kulturnoj baštini ivanečkog prostora. Zona od 4 sata putovanja obuhvaća posjetitelje iz znatno udaljenijih regija, poput dijelova Italije, Austrije, Mađarske, Bosne i Hercegovine te drugih dijelova Hrvatske. Za ove posjetitelje destinacija poput Ivanca teško bi mogla biti primarna motivacija za dolazak, osobito ako je glavni turistički proizvod radionica lončarstva. Međutim, takva radionica može biti vrlo atraktivan dodatni sadržaj unutar šireg itinerara. Posjetitelji iz ove zone obično planiraju višednevna putovanja ili prolaze kroz regiju na putu prema drugim većim turističkim destinacijama, poput Zagreba, Varaždina, Plitvičkih jezera ili obale Jadrana. U tom kontekstu, Ivanec se može pozicionirati kao „točka usputnog interesa“ – mjesto gdje se turisti mogu zaustaviti kako bi doživjeli autentičan lokalni doživljaj ili istražili nešto što ne mogu pronaći u većim, urbanijim centrima.

Radionica tradicionalnog lončarstva, koja promovira starinske običaje i kulturnu baštinu ivanečkog kraja, idealna je za turiste koji žele obogatiti svoje putovanje autentičnim iskustvom u selektivnom turizmu. Primjerice, turiste koji prolaze autocestom kroz regiju moglo bi privući kratko zaustavljanje u Ivancu, gdje bi u nekoliko sati sudjelovali u radionici, naučili osnovne tehnike lončarstva i ponijeli vlastiti ručno izrađeni suvenir (ili bi im suvenir bio naknadno poslan ako je riječ o kraćem vremenskom periodu, a ne noćenju). Takav sadržaj potencijalno privlači turiste koji traže personalizirane i autentične doživljaje, umjesto usluga. Dok se usluge pružaju, iskustva se moraju postaviti na način koji angažira kupca kako bi stvorili nezaboravan događaj. Iskustva su osobna, stoga dvije osobe ne mogu imati isto iskustvo - ono je neuhvatljiva kvaliteta koja, unatoč svojoj neopipljivosti, predstavlja snažnu osnovu za neka od inače nerazumljivo čudnih i opasnih zanimanja suvremenog turizma, od bungee jumpinga do „turizma katastrofa“ (Richards, 2001. prema Phipps, 1999).

Ovakav pristup povećava vidljivost i privlačnost Ivanca, ali i doprinosi održivom razvoju turizma, jer potiče putnike na istraživanje manje poznatih destinacija i time potiče razvoj lokalne zajednice. Navedena karta, uz vrijeme putovanja, prikazuje i naglašava strateški položaj destinacije unutar prometnih čvorišta Središnje Europe. Blizina velikih gradova i dostupnost kvalitetne prometne infrastrukture (autoceste, granični prijelazi) dodatno povećavaju njezin potencijal. U praksi, turističke agencije i lokalni dionici mogu koristiti ovakav prikaz za ciljanje

specifičnih tržišta, kao što su obitelji iz okolnih regija, mladi avanturisti, ljubitelji kulturnog turizma ili međunarodni posjetitelji koji preferiraju vikend-bijeg iz urbanih središta, što su ujedno i ciljane skupine posjetitelja. Kao targetiranu „publiku“ mogli bismo uvrstiti i poslovne grupe koje bi pohađale radionicu lončarstva u svrhu *teambuildinga*, što čini vrlo zanimljiv segment tržišta. Poslovni timovi traže aktivnosti koje povezuju tim kroz kreativne, nenametljive i zabavne zadatke. Radionica lončarstva prikladna je za *teambuilding* jer omogućuje sudionicima suradnju, izražavanje kreativnosti i stvaranje nečega konkretnog što mogu ponijeti kao simbol zajedničkog rada. Radionica bi se interpretirala kao prilika za jačanje timske povezanosti, a program bi se mogao personalizirati prema potrebi grupe – od izazova u stvaranju najljepšeg zajedničkog predmeta do osmišljavanja posebnih poruka u lončarskim motivima.

Zaključno, primarna ciljana skupina turista su oni koji traže autentična iskustva – obitelji, ljubitelji kulturnog turizma, poslovni timovi, kao i učenici. Obiteljima se nudi prilika za kvalitetno zajedničko vrijeme kroz interaktivno iskustvo u kojem djeca uživaju u stvaranju, dok roditelji cijene edukativni aspekt. Obiteljima s djecom koje žive u urbanim sredinama i nemaju puno kontakta s ruralnim područjima ovo bi bila prilika za odlazak u prirodno okruženje, izvan grada. Ljubitelji kulture pronalaze vrijednost u upoznavanju lokalnog obrtničkog naslijeđa, dok školske grupe mogu radionicu koristiti kao praktični edukativni alat za učenje o baštini i tradiciji ivanečkog kraja. Radionica bi trebala biti prezentirana kao jedinstvena prilika da se osjeti i "dotakne" povijest vlastitim rukama, stvarajući nešto osobno i trajno. Interpretacija radionice bila bi usmjerena na stvaranje osjećaja povezanosti s tradicijom i lokalnom zajednicom, pri čemu posjetitelji kroz praktično oblikovanje gline ne samo da uče o povijesti lončarstva u Ivancu nego i stvaraju vlastiti unikatni suvenir. No, cilj je da svaki posjetitelj ode ne samo sa suvenirom, već s uspomenom na trenutak kada je bio dio tradicije Ivanca.

8.2. Marketing i promocija

U Godišnjem izvješću o provedbi Provedbenog programa Grada Ivanca za razdoblje 2021.-2025. godine, vezano u promociju na turističkom tržištu navedeno je da se kontinuirano šalju newsletteri s aktualnim turističkim događanjima i projektima. Poseban naglasak stavljen

je na daljnje brendiranje Ivanca kao Planinarskog grada, a osiguravanjem promotivnog materijala za različite manifestacije udruga, sajmove, skupove, ističe se vizualni identitet Ivanca i time Ivanec promovira kao sadržajno poželjnu destinaciju kontinentalnog turizma u Hrvatskoj, koja ima sve pretpostavke za razvoj sigurnog i održivog turizma. No, analiza načina na koji se kulturna baština Ivanečkog kraja prikazuje na razglednicama, internetskim stranicama TZ-a i u brošurama otkrila je da su prirodna dobra puno više zastupljena od kulturnih; Grad Ivanec ponajviše se ističe kao „Planinarski grad“. Također, mnogi zaštićeni kulturni objekti nisu uopće prikazani u ovim medijima, a kulturna baština rijetko postaje glavni ili dominantni sadržaj. Millar (1989) naglašava kako je kvalitetna prezentacija ključna za uspješnu turističku valorizaciju baštine, što dovodi do zaključka da trenutni način predstavljanja kulturne baštine Ivanečkog područja nije dostatan za njezino učinkovito turističko vrednovanje.

S obzirom na napredak informatičkih tehnologija, internetske stranice postale su ključan alat za prezentaciju baštine, dok tradicionalni tiskani mediji sve više gube na važnosti (Slunjski 2019, prema Staiff, 2014). Internet omogućava brzo dodavanje multimedijских sadržaja i gotovo neograničen prostor za promociju, što ga čini idealnim medijem za daljnju promidžbu kulturne baštine Ivanečkog kraja. Prezentacija kulturne baštine ključna je za njezinu učinkovitu turističku valorizaciju. Njezin osnovni cilj je prikazivanje atraktivnosti destinacije, informiranje turista o kulturnim vrijednostima, privlačenje što većeg broja posjetitelja i jačanje pozicije destinacije na turističkom tržištu (Timothy i Boyd, 2003). Kao oblik komunikacije, prezentacija pomaže posjetiteljima da bolje razumiju kulturnu baštinu i njezinu važnost u kulturno-historijskom razvoju određenog kraja (Slunjski 2019, prema McKercher i Du Cros, 2002). Uz to, kvalitetna prezentacija doprinosi povećanju percepcije vrijednosti baštinskog lokaliteta među posjetiteljima (Richards, 1996). S napretkom tehnologije, razvili su se novi oblici medija koji se koriste za komunikaciju s turistima, uključujući digitalne platforme uz tradicionalne promotivne alate poput razglednica, brošura i reklama/oglasa. Suvremena informatička tehnologija omogućuje uspostavljanje izravnih komunikacijskih kanala s tržištem, čime se bolje cilja na potrebe i interese posjetitelja i utvrđuje se medij koji je najprimjereniji (Jelinčić, 2010).

S obzirom na to da mnogi objekti kulturne baštine Ivanečkog područja nisu uključeni u prezentaciju ni u turističku ponudu, ne koriste se u potpunosti mogućnosti ruralnog turizma za gospodarsku revitalizaciju i očuvanje tih atrakcija, kao i vrijednosti. Stoga je potrebno uključiti više kulturnih resursa u turističku ponudu kroz međusobno povezivanje i zajedničke

promotivne aktivnosti. Postavlja se pitanje; kako ono što „vrijedi“ - tradicionalno lončarstvo kao baština ivanečkog kraja - predočiti turistima?

Uspješno promoviranje radionice lončarstva u Ivancu kao turističkog proizvoda zahtijeva pažljivo osmišljen marketinški pristup koji spaja autentičnost destinacije, inovativno brendiranje i strateško korištenje promotivnih kanala. Brendiranje proizvoda temelji se na identitetu Ivanca kao mjesta bogate tradicije i autentične baštine, a slogan „*Zaposli ruke, odmori um!*“ jasno komunicira osnovnu poruku – spoj opuštanja, kreativnosti i povezivanja s lokalnom kulturom. Cilj je pozicionirati radionicu kao jedinstveno iskustvo u ruralnom turizmu koje kombinira edukaciju, praktični rad i stvaranje personaliziranih suvenira.

Geografski marketing ovdje igra ključnu ulogu jer ivanečki kraj već donekle nosi simboliku autentičnog ruralnog područja Hrvatske, gdje prirodni i kulturni elementi stvaraju povoljan kontekst za ovakvu ponudu. U promociji radionice posebno se naglašava autentičnost i izvornost prostora – posjetitelji će doživjeti pravi duh regije, kroz lokalne običaje, povijesne tehnike izrade keramike i neposredni kontakt s prirodom.

Promotivni materijali ključni su za dopiranje do ciljanih skupina turista. Kako bi radionica postala prepoznatljiv *brand*, važno je kreirati simbol i vizualni identitet koji evociraju ključne vrijednosti turističkog proizvoda. Logotip bi mogao uključivati tradicionalne motive lončarstva (primjerice jednostavna posuda ili ruka u glini), dok bi boje trebale reflektirati prirodnost i zemljane tonove u skladu s tematikom. Uz slogan „*Zaposli ruke, odmori um!*“, poruka koja se šalje potencijalnim posjetiteljima ističe kako radionica nije samo aktivnost, već doživljaj koji opušta i upoznaje i povezuje posjetitelja s kulturnom baštinom ivanečkog kraja.

Fokus bi bio i na izradi *off-site* brošura koje bi se distribuirale na sajmovima, u turističkim uredima, hotelima i kod raznih partnera. Te brošure bi uz vizualno privlačan dizajn sadržavale ključne informacije o radionici, naglašavajući „*selling points*“: praktično iskustvo oblikovanja gline, mogućnost stvaranja unikatnih suvenira, povezanost s lokalnom tradicijom te edukativnu dimenziju ovog turističkog iskustva, odnosno proizvoda. Praktično iskustvo oblikovanja gline posjetitelje privlači jer im omogućuje stvaranje nečeg vlastitim rukama, dok kulturna dimenzija proizvoda donosi dublje razumijevanje lokalne povijesti i tradicije. Edukativna komponenta čini radionicu zanimljivom obiteljima i školskim grupama, dok personalizirani suveniri nude konkretan rezultat sudjelovanja u aktivnosti – uspomenu koja ima i emocionalnu i estetsku, a možda i uporabnu vrijednost. Primjeri *off-site* materijala su letci koji koriste slike posjetitelja u

procesu rada, uz pripadajuće poruke ili eventualno slogane. S druge strane, *on-site* brošure bile bi informativnog karaktera i dizajnirane za posjetitelje koji su već na lokaciji – sadržavale bi detaljne upute o radionicama, povijesni kontekst lončarstva ivanečkog kraja te dodatne preporuke za istraživanje okolice.

Privlačenje turista ostvarivalo bi se i kroz digitalne kanale poput društvenih mreža. Prema aktualnim trendovima, promocija bi se najviše provodila putem društvenih mreža poput *Facebooka* i *Instagrama*, koje su trenutno najpoznatije među ciljanim potencijalnim posjetiteljima i njihovim dobnim skupinama. Videozapisi i fotografije koje prikazuju radni proces, zadovoljne sudionike i završne proizvode mogu učinkovito privući pažnju i inspirirati potencijalne posjetitelje. Uz to, radionica može biti uključena u šire tematske rute, poput kulturno-gastronomskih tura u sjeverozapadnoj Hrvatskoj, čime bi se povećala vidljivost i privukla pažnja turista koji su već zainteresirani za ovu regiju. Kroz sinergiju brendiranja, autentičnosti i ciljane promocije, radionica lončarstva u Ivancu potencijalno bi se mogla etablirati kao prepoznatljivi simbol kulturnog turizma i nezaobilazno iskustvo za posjetitelje.

9. Faktori realizacije novog turističkog proizvoda (SWOT analiza)

U mnogim europskim zemljama, ruralna zajednica sve više prepoznaje turizam kao ključnu strategiju za održivi razvoj. U područjima koja nisu tradicionalno smatrana turističkim destinacijama, ruralni turizam se razvija na dva načina: prvo, kao rezultat poduzetničkih inicijativa koje imaju za cilj privući posjetitelje, a drugo, povećanje broja turista stvara potrebu za turističkim uslugama, što pak potiče rast lokalnih poduzetničkih aktivnosti. Međutim, važno je napomenuti da turizam u ruralnim područjima ne može biti razvijen jednostavno prilagođavanjem lokalne ponude potražnji. Umjesto toga, razvoj turizma treba biti usmjeren na očuvanje i valorizaciju specifičnih lokalnih karakteristika (Petrić, 2006).

Ciljevi provođenja SWOT analize (Tab. 1.) na primjeru turističkog proizvoda kao što je radionica tradicionalnog lončarstva su prikupljanje relevantnih informacija o snagama i slabostima tog proizvoda, poput kvalitete resursa, te o vanjskim prilikama i prijetnjama, kao što

su turistički trendovi ili konkurencija. Analiza omogućuje uspoređivanje tih informacija kako bi se izradila jasna strategija za promociju i razvoj novog turističkog proizvoda (Previšić, 2007).

Cilj je iskoristiti snage i prilike poput rasta interesa za kulturni turizam kako bi radionica postala atraktivnija, te neutralizirati slabosti i prijetnje kao što su sezonalnost ili ograničena dostupnost, kako bi se osigurala održivost i uspjeh proizvoda. Među najvažnijim uvjetima za razvoj turizma u ruralnim zajednicama su stvaranje sveobuhvatnog turističkog proizvoda koji uključuje lokalne aktivnosti i događanja, učinkovita lokalna vlast koja koordinira promociju i razvoj infrastrukture, te pristup financijskim izvorima za održiv rast. Također, strateško planiranje i koordinacija između poduzetnika i lokalnih vlasti ključni su za uspješan razvoj.

Tab 3. SWOT analiza novog turističkog proizvoda

SNAGE	SLABOSTI
Očuvanje tradicije i identiteta	Nedostatak interesa među mladima
Autentično iskustvo	Potreba za financijskom podrškom
Edukativna komponenta	Manjak iskustva/stručnosti i kooperacije
Ručno izrađeni suveniri, autohtoni proizvod	
PRILIKE	PRIJETNJE
Razvoj selektivnih oblika turizma	Modernizacija i konkurencija
Promocija kroz EU fondove i/ili lokalne inicijative	Demografski problemi
Suradnja s obrazovnim institucijama	Smanjenje kupovne moći
Digitalna promocija	

SWOT analiza lončarske radionice u Ivancu daje cjeloviti uvid u potencijal i izazove ovog novog turističkog proizvoda. Snage radionice leže u očuvanju bogate tradicije i identiteta ivanečkog kraja. Pružanjem autentičnog i edukativnog iskustva, radionica nudi turistima priliku da sudjeluju u stvaranju vlastitih unikatnih suvenira, čime se ne samo zadovoljavaju njihove želje za interaktivnim iskustvima već i potiče svijest o važnosti lokalne baštine. Ručno izrađeni proizvodi mogli bi imati dodatnu vrijednost kao autohtoni suveniri, posebno privlačni u kontekstu selektivnog turizma, poput ruralnog.

Unatoč tome, projekt se suočava i s nekoliko slabosti. Nedostatak interesa među mladima i manjak iskustva u vođenju ovakvih projekata mogu otežati njegovu realizaciju. Financijska održivost radionice također ovisi o dodatnim sredstvima što zahtijeva pažljivo planiranje i apliciranje za potpore. Osim toga, suradnja s lokalnim institucijama i stručnjacima mogla bi unaprijediti organizaciju i kvalitetu radionica, ali za to je potrebna dodatna inicijativa. Suradnja među poduzetnicima, bilo formalna ili neformalna, omogućava veću konkurentnost, smanjenje troškova i podizanje kvalitete usluga. Osim toga, važno je imati kvalitetnu tehničku podršku i prikupljanje informacija, kao i široku podršku lokalne zajednice kako bi se osigurao dugoročni uspjeh turističkog proizvoda (Wilson i dr., 2001).

S druge strane, prilike za razvoj radionice su brojne. Porast interesa za kulturni i ruralni turizam otvara prostor za privlačenje novih posjetitelja, dok digitalna promocija može značajno proširiti vidljivost proizvoda. Iskorištavanjem lokalnih i europskih inicijativa za poticanje tradicijskih obrta i ruralnog turizma te suradnjom s obrazovnim institucijama, radionica može postati važan edukativni i kulturni centar ivanečkog područja. Ipak, ne smijemo zanemariti prijetnje. Modernizacija i industrijski suveniri predstavljaju ozbiljnu konkurenciju, a demografski problemi, poput iseljavanja i starenja stanovništva, mogu dodatno otežati prijenos znanja i angažman lokalne zajednice. Iako, veći postotak starog stanovništva mogao bi značiti i veći interes tog starijeg lokalnog stanovništva za pokretanje ovakvog tipa turističkog proizvoda, obzirom da interesi mlađih generacija vjerojatno nisu toliko usko vezani uz tradicionalne obrte. Također je vrijedno spomenuti da trenutna ekonomska situacija i smanjenje kupovne moći turista mogu utjecati na broj posjetitelja i njihovu spremnost za sudjelovanje u ovakvim aktivnostima.

Sve u svemu, radionica lončarstva ima značajan potencijal, no njen uspjeh ovisit će o kreativnom pristupu, suradnji s lokalnom zajednicom i dobroj strategiji promocije. Kombinacija tradicije i modernih alata, poput digitalnog marketinga, ključna je za stvaranje

održivog i prepoznatljivog turističkog proizvoda koji će potencijalno obogatiti turističku ponudu ivanečkog kraja i istovremeno očuvati njegovu kulturnu baštinu. Za ruralni turizam i turistički proizvod, koji često nudi autentične, manje komercijalizirane doživljaje, važno je prepoznati i koji segmenti tržišta najviše cijene takve vrste aktivnosti. Segmentiranjem se izbjegava i konkurencija fokusirajući se na dio tržišta procijenjenog na naglašene snage i minimalizirane slabosti. Kotler segmentaciju tržišta opisuje kao proces podjele tržišta na manje grupe potrošača s posebnim potrebama, karakteristikama ili ponašanjima, koji zahtijevaju različite proizvode ili marketinške pristupe.

Analiza trenutne situacije ruralnog turizma ivanečkog kraja pokazuje nekoliko ključnih karakteristika. Iako postoji određena turistička ponuda s manjim nedostacima, kao i inicijative za poboljšanje upravljanja destinacijom, marketinga i drugih područja, trenutni okvir ne omogućava značajniji razvoj turizma u ovom ruralnom području niti njegov veći doprinos cjelokupnom razvoju zajednice i lokalne ekonomije. Međutim, važno je napomenuti da postoje značajni prirodni i kulturni resursi, a uz uložene napore i sredstva te želju za napredovanjem, stvara se potencijal i za razvoj ruralnog turizma. Također, potražnja i aktualni turistički trendovi otvaraju dodatne prilike. Iako je trenutno stanje daleko od idealnog, mogućnosti za razvoj selektivnih oblika turizma su velike, te bi bilo korisno razviti detaljnu strategiju i plan razvoja. U Godišnjem izvješću o provedbi Provedbenog programa Grada Ivanca za mandatno razdoblje 2021.-2025. godine, za cilj je navedeno da je potrebno razviti turistički *brand* grada Ivanca kao planinarskog grada, bez spomena kulturne baštine, te razviti konkretne turističke proizvode i usluge uz uključivanje svih relevantnih dionika s područja grada i okolice.

Zaključak

Ivanečko područje ima velike mogućnosti za razvoj turizma, a povezivanje s drugim destinacijama u okolici otvara prostor za specijalizirane oblike turizma, temeljene na povijesno-kulturnoj baštini i prirodnim aktivnostima. Kulturna baština, bilo materijalna ili nematerijalna, neizostavan je dio ruralnog turizma, a to vrijedi i za ivanečko područje. Teško je zamisliti razvoj takvog turizma bez kulture – način života ljudi, njihova kreativnost, običaji i tradicije privlače posjetitelje kao i prirodne ljepote ovoga kraja. Osim toga, kulturna baština često pomaže

destinacijama da postanu prepoznatljive, što potvrđuju mnogi primjeri destinacija koje su se proslavile na „turističkoj karti“ zahvaljujući svom povijesnom i kulturnom nasljeđu. Ivanečko područje tu ima velik potencijal. Nažalost, ruralni krajevi poput ovoga često se suočavaju s iseljavanjem i gubitkom tradicionalnih zanimanja. Upravo tu turizam može donijeti novu energiju – pruža ekonomske mogućnosti i pomaže zajednicama da ožive. Kad bi se kulturna baština poput lončarstva ivanečkog kraja još više uključila u turizam, ne samo da se time ista čuva od zaborava, već i potiče mlade da ponovno ožive stare zanate i vještine. Iako posjeduje bogate resurse, turistički potencijali grada Ivanca još nisu dovoljno razvijeni ni adekvatno predstavljeni na domaćem i stranom tržištu.

Značaj ruralnog turizma ogleda se, između ostalog, u prostornoj očuvanosti i u tom smislu može se tvrditi da ruralni turizam nije »gutač prostora«. Naime, za potrebe turizma iskorištavaju se postojeće strukture i koriste se prirodni materijali u revitalizaciji sačuvane tradicionalne arhitekture, kao i poštivanje ambijentalnosti u gradnji novih građevina i sklopova na ruralnim područjima za stanovanje ili za funkciju turizma, kojima se nastoji pokazati tzv. »duh prostora« (Demonja i Baćac, 2012). Suradnja s lokalnim dionicima u identifikaciji turističkih proizvoda mogla bi dovesti do komercijalizacije određenih ponuda, čime bi Ivanec postao atraktivno odredište za posjetitelje iz šire regije. Ključna je i suradnja s regionalnim turističkim centrima kako bi grad bio prepoznat na turističkoj karti šireg područja, a razvoj ovih modela trebao bi biti usmjeren na povećanje interesa turista i posjetitelja.

Uspješna interpretacija i implementacija kulturno-povijesne baštine kao turističkog proizvoda zahtijeva pažljivo planiranje i upravljanje koje uzima u obzir ravnotežu između korištenja i očuvanja te baštine, s ciljem donošenja koristi lokalnoj zajednici bez narušavanja povijesne autentičnosti. Održivost u tom smislu postaje presudna s obzirom na pritiske koje stvara turizam i potrebu očuvanja kulturnog identiteta. Današnji turisti sve više traže autentična i transformativna iskustva, zbog čega kulturno-povijesna baština postaje važan čimbenik diferencijacije destinacije na konkurentnom tržištu. Razumijevanje procesa interpretacije i turističke implementacije kulturno-povijesne baštine ključno je za uspješan i održiv razvoj turističkih proizvoda i destinacija. Grad Ivanec, sa svojim povoljnim položajem, dobrim prometnim vezama, prirodnim ljepotama i autentičnim načinom života, ima dobru priliku iskoristiti turistički potencijal kako bi poboljšao gospodarsku situaciju i kvalitetu života svojih stanovnika. Iako nije mjesto za masovni turizam, Ivanec ima sve preduvjete za razvoj ruralnog turizma koji će privući one željne mira, prirode i autentičnih iskustava poput radionica lončarstva/keramike. Pokretanje radionice keramike i lončarstva pruža priliku za očuvanje i

oživljavanje kulturne baštine Ivanečkog područja - posjetitelji bi kroz ovakvo iskustvo mogli ne samo naučiti o tradicionalnim zanatima, već i sudjelovati u njihovoj izradi, stvarajući autentične suvenire u obliku rukotvorina. Ovaj novi turistički proizvod spaja bogatu povijest i suvremene turističke potrebe, potiče lokalni razvoj i čuva autentične vrijednosti koje čine ivanečko područje posebnim. Prednosti takve turističke ponude/proizvoda odrazile bi se na cijelu zajednicu, uključujući sve sudionike u ponudi, a posebice lokalno stanovništvo. Međutim, i dalje je važno kontinuirano raditi na povećanju svijesti o vlastitoj kulturnoj baštini i tradiciji, te poticati kreativnost među pružateljima turističkih usluga, jer će to pomoći u daljnjem oblikovanju uspješnih turističkih proizvoda na ruralnim područjima Hrvatske.

Literatura

- Batinić, M., Bračko, Č., Risek, Lj., Držaić, M. (2017): *Ivanec kroz stoljeća 1396.-2016.* Kerschoffset, Zagreb.
- Ćurić, K. (2010.): *Agroturizam kao dodatne djelatnosti na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima*, Praktični menadžment, 1 (1), 101-104.
- Demonja, D., Baćac, R. (2012): *Baština i tradicija u oblikovanju turističke ponude na ruralnom prostoru Hrvatske*, Podravina, 11 (21), 205-2018.
- Demonja, D., Ružić, P. (2010): *Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima*, Meridijani, 20 (3), 905-907.
- Dumbović Bilušić, B. (2015): *Krajolik kao kulturno naslijeđe - metode prepoznavanja, vrjednovanja i zaštite kulturnih krajolika Hrvatske*. Zagreb: Ministarstvo kulture i medija Republike Hrvatske.
- Feletar, D. (1997): *Promjene u prostornoj slici naseljenosti ivanečkog kraja*, u: Zbornik 600 godina Ivanca (ur. Mohorovičić, A.), Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti, Ivanec, 91-104.
- Feletar, P. (2007): *Procesi depopulacije sjeverne Hrvatske između 1948. i 2001. godine*, Podravina: časopis za multidisciplinarna istraživanja 6 (12), 148-158.
- Franić, R., & Grgić, I. (2002): *Razvoj ruralnog turizma u Hrvatskoj: Teorijski okviri i praksa.*, Agriculturae Conspectus Scientificus, 67 (3), 131-141.

- Grabar, I. (1990): *Kulturna dobra kao dio društvenog bogatstva*, Radovi Zavoda za znanstveni rad HAZU Varaždin, br. 4-5, 21.
- Harjač, D. (2018): *Primjena metode scenarija: primjer Grada Ivanca*. Diplomski rad, Sveučilište u Zagrebu, Prirodoslovno-matematički fakultet, Zagreb.
- Jelinčić, D. A. (2010): *Kultura u izlogu*. Meandarmedia, Zagreb.
- Kotler, P., Keller, K.L., Martinović, M. (2014): *Upravljanje marketingom*, 14. izdanje. MATE, Zagreb.
- Kraš, M. (1996): *Prilozi povijesti Ivanca do 1940. godine*. Zlati ajngel, Varaždin.
- Krznar, S., Poljak, S., Jagić, S. et al. (2017): *Ivanec kroz stoljeća (1396. – 2016.)*. Grad Ivanec.
- Kušen, E. (1997): *Mogućnosti turističkog razvoja Ivanca i okolice*, u: *Zbornik 600 godina Ivanca* (ur. Mohorovičić, A.), Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti, Ivanec, 215 – 232.
- Kušen, E. (2001): *Turizam i prostor Klasifikacija turističkih atrakcija*, *Prostor: znanstveni časopis za arhitekturu i urbanizam*, 9 (1), 21.
- Lukić, A. (2009): *Tipologija ruralnih područja Hrvatske – geografski aspekt*. Doktorska disertacija, Sveučilište u Zagrebu, Prirodoslovno-matematički fakultet, Zagreb.
- Millar, S. (1989): *Heritage Management for Heritage Tourism*, *Tourism Management*, 10, 9-14.
- Njegač, D. (1999): *Funkcionalna diferencijacija naselja i centralno-mjesna organizacija Hrvatskog zagorja*, *Hrvatski geografski glasnik*, 61, 25 – 36.
- Opačić, V. T. (2016): *Oblici turizma – predavanja*, Sveučilište u Zagrebu, Prirodoslovno-matematički fakultet, Zagreb.
- Petrić, L. (2006): *Izazovi razvoja ruralnog turizma: dosadašnja praksa u Europi i reperkusije na Hrvatsku*, *Acta turistica*, 18 (2), 134-170.
- Previšić, J., Ozretić Došen, Đ. (2007): *Osnove marketinga*, Adverta, Zagreb, 329.
- Rabičić, B. (2012): *Selektivni oblici turizma*, Drugo prerađeno i dopunjeno izdanje, Visoka turistička škola strukovnih studija, Beograd.
- Richards, G. (1996): *Production and consumption of European cultural tourism*, *Annals of Tourism Research*, 261-283.
- Richards, G. (2001): *The experience industry and the creation of attractions*, *Cultural attractions and European tourism*, 55-69.

- Richards, G. (2011): *Creativity and tourism: The state of the art*, Annals of Tourism Research, 38(4), 1225–1253.
- Roberts, L., Hall, D. (2001): *Rural Tourism and Recreation: Principles to Practice*. CABI Publishing.
- Slunjski, R. (2017): *Turističkogeografski pristup u valorizaciji kulturne baštine*. Podravina, 31 (16), 163 – 172.
- Slunjski, R. (2019): *Turistička prezentacija kulturne baštine Međimurja*. Podravina, 36 (18), 167 - 174.
- Tilden, F. (1977): *Interpreting our heritage*. University of North Carolina Press, Chapel Hill.
- Timothy, D. J., Boyd, S. W. (2003): *Heritage Tourism*, Pearson Education Limited, Harlow.
- Tomljenović, R. (2006): *Kulturni turizam*, u: Hrvatski turizam: plavo, bijelo, zeleno. Institut za turizam, Zagreb, 119-148.
- Vresk, M. (2008): *Gradska i ostala naselja u Hrvatskoj – model izdvajanja*, Hrvatski geografski glasnik, 54 (2), 53 – 57.
- Wilson, S., Fesenmeier, D. R, Fesenmeier, J., John, C. (2001): *Factors for success in rural tourism development*, Journal of tourism research, 40 (2), 132-138.
- Zupanc, I. (2008): *Gradska naselja Hrvatske u popisima stanovništva 1961. – 2001.*, Hrvatski geografski glasnik, 54 (2), 43 – 52.

Izvori

- [1] <https://www.zagorje.com/clanak/vijesti/klijeti-nisu-predvidene-da-se-iznajmljuju-zanovac-nego-da-se-pozove-drustvo-i-zabavi> (3.11.2024.)
- [2] <https://www.ivanec.hr> (12.9.2024.)
- [3] <https://www.neverin.hr/postaja/ivanscica> (4.9.2024.)
- [4] <https://www.varazdinska-zupanija.hr/vijesti/predstavljen-prijedlog-zakona-o-proglasenju-parka-prirode-zagorske-gore.html> (12.9.2024.)
- [5] <https://www.enciklopedija.hr/clanak/loncarstvo-tradicijsko> (17.11.2024.)
- [6] <https://www.mecena.hr/tradicija> (17.11.2024.)
- [7] <https://www.smappen.com> (19.10.2024.)

NN 19/2023 (17.2.2023.), *Pravilnik o obliku, sadržaju i načinu vođenja registra kulturnih dobara Republike Hrvatske.*

Popis stanovništva, kućanstava i stanova u Republici Hrvatskoj: Stanovništvo prema starosti i spolu po naseljima, Državni zavod za statistiku, 2021.

Popis stanovništva, kućanstava i stanova u Republici Hrvatskoj: Stanovništvo prema starosti i spolu po naseljima, Državni zavod za statistiku, 2011.

Popis stanovništva, kućanstava i stanova u Republici Hrvatskoj: Stanovništvo prema starosti i spolu po naseljima, Državni zavod za statistiku, 2001.

Naselja i stanovništvo Republike Hrvatske 1857.-2001, Državni zavod za statistiku, 2001.

Strategija razvoja grada Ivanca 2014. – 2020. Grad Ivanec, 2014.

Turizam u 2023., Državni zavod za statistiku, Statistička izvješća, Zagreb, 2024.

Turizam u 2010., Državni zavod za statistiku, Statistička izvješća, Zagreb, 2011.