

# Analiza obilježja usluga ekoturizma na području Općine Pisarovina

---

**Lovre, Monika**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2022**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Zagreb, Faculty of Forestry and Wood Technology / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet šumarstva i drvne tehnologije**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:108:623613>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-02-27**



*Repository / Repozitorij:*

[University of Zagreb Faculty of Forestry and Wood Technology](#)



**FAKULTET ŠUMARSTVA I DRVNE TEHNOLOGIJE SVEUČILIŠTA  
U ZAGREBU**

**ŠUMARSKI ODSJEK**

**SVEUČILIŠNI DIPLOMSKI STUDIJ**

**URBANO ŠUMARSTVO, ZAŠTITA PRIRODE I OKOLIŠA**

**MONIKA LOVRE**

**ANALIZA OBILJEŽJA USLUGA EKOTURIZMA NA  
PODRUČJU OPĆINE PISAROVINA**

**DIPLOMSKI RAD**

**Zagreb, 2022.**

**FAKULTET ŠUMARSTVA I DRVNE TEHNOLOGIJE SVEUČILIŠTA  
U ZAGREBU**

**ŠUMARSKI ODSJEK**

**ANALIZA OBILJEŽJA USLUGA EKOTURIZMA NA  
PODRUČJU OPĆINE PISAROVINA**

**DIPLOMSKI RAD**

Diplomski studij: Urbano šumarstvo, zaštita prirode i okoliša

Predmet: Ekoturizam

Ispitno povjerenstvo: 1. Prof. dr. sc. Stjepan Posavec

2. Prof. dr. sc. Damir Barčić

3. Doc. dr. sc. Karlo Beljan

Student: Monika Lovre

JMBAG: 0068230031

Broj indeksa: 3275/16

Datum odobrenja teme: 25.04.2022.

Datum predaje rada:

Datum obrane rada:

**Zagreb, rujan, 2022.**

## DOKUMENTACIJSKA KARTICA

Naslov	Analiza obilježja usluga ekoturizma na području Općine Pisarovina
Autor	Monika Lovre
Adresa autora	Pisarovinska Bregana 13
Mjesto izrade	Zagreb
Vrsta objave	Diplomski rad
Mentor	Prof. dr.sc. Stjepan Posavec
Godina objave	2022.
Obujam	Broj stranica 35, tablica 9, slika 6, grafova 4 i navoda literature 47
Ključne riječi	ekoturizam, održivi razvoj, turistička ponuda i potražnja, Općina Pisarovina
Sažetak	<p>Tema ovog diplomskog rada su obilježja ekoturizma u Republici Hrvatskoj, odnosno postoji li mogućnost razvitka ekoturizma na području Općine Pisarovina. Općina Pisarovina površinom od 145,07 km<sup>2</sup> je najveća Općina u Zagrebačkoj županiji s najmanjom gustoćom naseljenosti koja iznosi 25,43 % stanovnika/km<sup>2</sup> što rezultira velikim potencijalom za razvoj ekoturizma. Ukratko su prikazane glavne specifičnosti i načela Općine Pisarovina, te je tablično i grafički prikazana trenutna turistička ponuda i potražnja u Općini Pisarovina. S obzirom na vrlo homogenu i siromašnu trenutačnu ponudu prikazana je tablica prijedloga proširenja ponude za razvoj ekoturizma. Također u radu analiziran je vlastiti prijedlog otvaranja rekreacijskog parka na području privatne šume u vlasništvu autorice. Opisana je misija i vizija, kratkoročni i dugoročni ciljevi, SWOT analiza, strategija usluge, strategija cijena i kalkulacija troškova. Kroz cijeli rad naglašava se važnost održivog razvoja i zaštite prirode i okoliša.</p>

## BASIC DOCUMENTATION CARD

Title	Analysis of the characteristics of ecotourism services in the area of the Municipality of Pisarovina
Author	Monika Lovre
Address of Author	Pisarovinska Bregana 13
Thesis performed at	Faculty of Forestry and Wood Technology, University of Zagreb
Publication Type	Master's thesis
Supervisor	Prof. dr.sc. Stjepan Posavec
Publication year	2022.
Volume	Number of pages 35, tables 9, pictures 6, graphs 4 and references 47
Keywords	ecotourism, sustainable development, tourist supply and demand, Municipality of Pisarovina
Abstract	<p>The topic of this thesis is the characteristics of ecotourism in the Republic of Croatia, that is, whether there is a possibility of developing ecotourism in the area of the Municipality of Pisarovina. The municipality of Pisarovina, with an area of 145.07 km<sup>2</sup>, is the largest municipality in Zagreb County with the lowest population density of 25.43% inhabitants/km<sup>2</sup>, which results in great potential for the development of ecotourism. The main specificities and principles of the Municipality of Pisarovina are briefly presented, and the current tourist offer and demand in the Municipality of Pisarovina are presented in tables and graphics. Given the very homogeneous and poor current offer, a table of proposals for expanding the offer for the development of ecotourism is presented. The paper also analyzed her own proposal for opening a recreation park in the area of a private forest owned by the author. It describes the mission and vision, short-term and long-term goals, SWOT analysis, service strategy, price strategy and cost calculation. Throughout the work, the importance of sustainable development and protection of nature and the environment is emphasized.</p>



# IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

OB FŠDT 05 07

Revizija: 2

Datum: 29.04.2021.

„Izjavljujem da je moj diplomski rad izvorni rezultat mojega rada te da se u izradi istoga nisam koristio drugim izvorima osim onih koji su u njemu navedeni“.

U Zagrebu, 23.9.2022 godine

---

*vlastoručni potpis*

Monika Lovre

## **ZAHVALA**

*Najveće hvala mojim roditeljima, sestri i bratu, što su bili uz mene, poticali me u mom radu i vjerovali u moj uspjeh, a posebno hvala mom zaručniku na potpori i razumijevanju tijekom studiranja. Također želim se zahvaliti mojim kolegama koji su postali prijatelji i ovaj period studiranja učinili ljepšim i nezaboravnim.*

*Hvala svim profesorima i djelatnicima Fakulteta šumarstva i drvne tehnologije na prenesenom znanju.*

*Posebno se zahvaljujem svom mentoru prof.dr.sc. Stjepanu Posavcu što je svojim stručnim znanjem i savjetima, ali i velikoj količini truda, motivacije i razumijevanja pomogao i podržao pisanje ovog diplomskog rada. Neizmjereno hvala na stalnoj dostupnosti i susretljivosti.*

# SADRŽAJ

1. UVOD I PROBLEMATIKA.....	1
1.1. Uloga i značaj ekoturizma.....	4
1.2. Uloga šumarstva i razvoj ekoturizma u Hrvatskoj.....	5
2. CILJ RADA.....	7
3. MATERIJALI I METODA RADA.....	8
3.1. Objekt istraživanja.....	8
3.1.1. Zagrebačka županija.....	8
3.1.2. Općina Pisarovina .....	8
3.1.3. Zaštićena prirodna baština.....	9
3.1.4. Kulturna i etnološka baština.....	10
3.2. Metoda rada.....	12
3.2.1. Obilježja turističkog tržišta.....	12
3.2.2. Čimbenici koji utječu na turističku potražnju.....	13
3.2.3. Marketing miks 4P .....	14
4. REZULTATI.....	16
4.1. Pregled turističke ponude i potražnje Zagrebačke županije.....	16
4.2. Pregled turističke ponude i potražnje Općine Pisarovina .....	18
4.3. SWOT analiza turističkog razvoja Općine Pisarovina .....	20
4.5. Implementacija ideje rekreacijske zone LOVrE.....	24
4.5.1. SWOT analiza rekreacijske zone LOVrE.....	26
4.5.2. Strategija usluge .....	27
4.5.3. Strategija promocije.....	27
4.5.4. Strategija cijena .....	28
5. ZAKLJUČAK .....	32
6. LITERATURA.....	33



## POPIS SLIKA

Slika 1: Shematski prikaz marketing mix elemenata.....	15
Slika 2: Shematski prikaz strateških ciljeva i prioriteta Općine Pisarovina.....	21
Slika 3: Udaljenost Zagreb – Bregana Pisarovinska.....	25
Slika 4: Katastarska čestica šumskog zemljišta .....	25
Slika 5: Skica rekreacijske zone LOVrE.....	27
Slika 6: Primjer zone za odmor uz stolove i klupe.....	30

## POPIS TABLICA

Tablica 1: Površina šuma i šumskog zemljišta u vlasništvu RH; Gospodarska jedinica Pisarovinski lugovi i Gospodarska jedinica Gračec-Lučelnica.....	9
Tablica 2: Zaštićena kulturna dobra.....	11
Tablica 3: Broj turističkih dolazaka i noćenja u Zagrebačkoj županiji u razdoblju 2018. – 2020.16	
Tablica 4: Broj i vrsta smještajnih kapaciteta u Zagrebačkoj županiji ožujak 2022. g. ....	17
Tablica 5: Smještajni objekti na području Općine Pisarovina 2022.g.....	18
Tablica 6: Prijedlozi ponude za razvoj ekoturizma na području Općine Pisarovina.....	23
Tablica 7: Cjenik usluga u rekreacijskom parku LOVrE .....	28
Tablica 8: Kalkulacija troškova .....	28
Tablica 9: Procjena prihoda .....	31

## POPIS GRAFOVA

Graf 1: Broj turističkih dolazaka i noćenja u Zagrebačkoj županiji u razdoblju 2018. – 2020. ....	16
Graf 2: Broj i struktura raspoloživih komercijalnih smještajnih kapaciteta (ležajevi) prema turističkim zajednicama Zagrebačke županije.....	17
Graf 3: Smještajni objekti na području Općine Pisarovina .....	18
Graf 4: Broj turističkih dolazaka i noćenja u Općini Pisarovina u razdoblju 2018. – 2021. ....	19

# 1. UVOD I PROBLEMATIKA

Turističke aktivnosti polako prodiru u sve društvene sektore i imaju važnu gospodarsku i ekonomsku ulogu. Turizam obuhvaća aktivnosti osoba koje putuju i borave u mjestima izvan, njihovog uobičajenog okruženje ne dulje od jedne uzastopne godine za slobodno vrijeme, posao i druge svrhe (WTO, 1999). Pojedinci postaju turisti kada dobrovoljno napuste svoju okolinu, u kojoj se nalaze, te odlaze posjetiti neku drugu sredinu. Ti će se pojedinci obično baviti različitim aktivnostima, bez obzira na to koliko je to okruženje (destinacija) blizu ili daleko (Hall, 2008; Holloway & Taylor, 2006.; Jafari, 2002). Dakle, turisti su posjetitelji, a ono što oni rade dok su u posjeti drugom mjestu može se smatrati turizmom. Konferencija o međunarodnim putovanjima i turizmu koristiti izraz 'posjetitelji' (osim stanovnici) za opisivanje pojedinaca koji posjećuju drugu zemlju. Ova je definicija pokrivala dvije klase posjetitelja: Turisti su klasificirani kao privremeni posjetitelji koji ostaju najmanje 24 sata na odredištu. Ako putuju radi rekreacije, zdravlja, sporta, odmora, studija ili religije, njihov bi se posjet mogao kategorizirati kao slobodno vrijeme. Alternativno, izletnici, uključujući putnike na krstarenju mogu se smatrati privremenim posjetiteljima ako na odredištu borave manje od 24 sata. Međutim, ove definicije ne uzimaju u obzir domaće turiste. U 1976. Institut za turizam u RH predložio je da se turizam definira kao privremeno kratkotrajno kretanje ljudi do odredišta izvan mjesta na kojima normalno žive i rade. Dakle, turizam uključuje kretanje ljudi u razne svrhe, uključujući dnevne posjete ili izlete (Cooper, 2008; Holloway & Taylor, 2006). Na temelju ekonomskog doprinosa, turizam se smatra najvećom gospodarskom granom u svijetu (Naisbitt, 1994). Nedostatak odgovarajućeg ekonomskog mjerenja turizma često vodi i podcjenjivanju koristi od turizma, posebice u usporedbi s ostalim gospodarskim sektorima (Spurr, 2006). Turizam se teško može svesti na jednu gospodarsku djelatnost te ga je potrebno analizirati kao skup različitih djelatnosti čija potražnja nije vezana samo uz turističku potražnju. Dodatna teškoća u mjerenju ekonomskog doprinosa turizma proizlazi iz obilježja turističkih proizvoda koji su dijelom neopipljivi i nije ih lako mjeriti ni fizičkim niti financijskim pokazateljima. Turističku industriju čine hoteli, restorani, atrakcije, maloprodaja, prijevoz, putničke agencije, agencije za marketing i niz drugih tvrtki, organizacija i komponenta.

Kao odgovor na negativne utjecaje klasičnog turizma, razvio se fenomen zvan ekoturizam. Ekoturizam, turizam koji se fokusira na prirodni okoliš, velik je i rastući dio turističke industrije. Brojne su koristi za unapređenje ovakve vrste turizma, ali istovremeno, ako se provodi bez znanstvene osnove i dobro obučenog kadra može imati štetne i nepovratne posljedice na prirodna područja. Obrazovanje i svijest ključni su čimbenici za održivu provedbu ekoturizma. Ekoturizam, također poznat kao turizam prirode, turizam s malim utjecajem, zeleni turizam, bio-turizam, ekološki odgovoran turizam, prilično je mlad koncept koji je uveden sredinom 1980-ih i od tada brzo raste. Broj putovanja godišnje raste za 10-15 % u cijelom svijetu. Godine 1990. Međunarodno društvo za ekoturizam (TIES) dalo je definiciju i načela

ekoturizma kao: "Odgovorno putovanje u prirodna područja koje čuva okoliš i poboljšava dobrobit lokalnog stanovništva". Honey opisuje dodatne karakteristike ekoturizma koje uključuje "praksu malog utjecaja, obrazovnog, ekološki i kulturno osjetljivog putovanja koje koristi lokalnim zajednicama i zemljama domaćinima"

Neka od osnovnih načela ekoturizma prema TIES-u su:

- obrazovanje turista o važnosti zaštite okoliša
- minimiziranje negativnih utjecaja na prirodu i kulturu koji mogu nanijeti štetu destinaciji
- isticanje važnosti odgovorna poslovanja, koje se provodi u suradnji s lokalnom vlašću i stanovništvom radi zadovoljavanja lokalnih potreba i stvaranja koristi od zaštite okoliša
- težnja maksimalnoj ekonomskoj koristi za zemlju domaćina, odnosno lokalna poduzeća i zajednice, a naročito za stanovništvo koje živi u prirodnim i zaštićenim područjima i oko njih
- težnja da razvoj turizma ne prelazi društvene i prirodne granice prihvatljivih promjena koje određuju istraživači u dogovoru s lokalnim stanovništvom
- minimiziranje upotrebe fosilnih goriva, očuvanje lokalnog biljnog i divljeg životinjskog svijeta i uklapanje u prirodno i kulturno okruženje
- stvaranje nezaboravnog iskustva za posjetitelje koje će povećati njihov senzibilitet prema zemlji domaćinu.

Kronologija definicije "Ekoturizma"

- Ceballos Lascurain, 1987.-Ekoturizam definiran je kao putovanje u relativno nenarušena prirodna područja s posebnim ciljem proučavanja, divljenja i uživanja u krajoliku i njegovim divljim životinjama i biljkama
- Ziffer, 1989.-Oblik turizma prvenstveno inspiriran prirodnom poviješću nekog područja, uključujući njegove autohtone kulture. Ekoturist posjećuje relativno nerazvijena područja u duhu uvažavanja, sudjelovanja i osjetljivosti. Ekoturist prakticira racionalno korištenje divljih životinja i prirodnih resursa i pridonosi posjećenim područjima kroz rad ili financijska sredstva usmjerena na izravnu korist za očuvanje mjesta i ekonomsku dobrobit lokalnog stanovništva.
- The National Ecotourism Strategy, 1994.-Ekoturizam je turizam temeljen na prirodi koji uključuje obrazovanje i interpretaciju prirodnog okoliša te se njime upravlja da bude ekološki održiv.
- McCormick, 1994.- Svrhovito putovanje u prirodna područja kako bi se razumjela kultura i prirodna povijest okoliša, pazeći da se ne promijeni cjelovitost ekosustava, istovremeno stvarajući ekonomske dobiti korisne za lokalno stanovništvo. Ekološki odgovorno putovanje i posjećivanje relativno neometanog područja.
- Weaver, 2001.- Ekoturizam je oblik turizma koji potiče učenje i uvažavanje prirodnog okoliša ili neke njegove komponente unutar povezanog kulturnog konteksta.

- UNWTO, Ekoturizam se odnosi na oblike turizma koji imaju sljedeće karakteristike: Svi oblici turizma koji se temelje na prirodi u kojima je glavna motivacija turista promatranje i uvažavanje prirode kao i tradicionalnih kultura koje prevladavaju u prirodnim područjima .

U daljnjem tekstu dat će se definicije i razlike ruralnog turizma i agroturizma u odnos na ekoturizam. Često su definicije ovih vrsta turizma usko povezane a u teoriji ako se zajedno provode mogu imati značajan gospodarski i ekonomski doprinos.

Pojam ruralni turizam definiran je na više načina, razlikuje se od zemlje do zemlje, a prilično je teško pronaći univerzalnu definiciju, zbog njegove složene višestrane prirode, budući da nije samo temeljen na farmi, kako se često smatra (Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj, 1994). Također se može naći i definicija "turizam u područjima s niskom gustoćom naseljenosti" (Europska komisija, 2000). Ruralni turizam, agroturizam i seoski turizam često se koriste kao sinonimi, iako ne postoji široko primjenjiva i općeprihvaćena definicija za ovaj oblik turizma, svi se slažu da nudi „jedinstvena i specifična iskustva (Sasu & Epuran, 2016). S druge strane, agroturizam je noviji pojam koji se pojavio krajem dvadesetog stoljeća, izravno povezan s poljoprivrednim aktivnostima. Ovaj oblik ruralnog turizma obično je sekundarna djelatnost, a poljoprivreda ostaje glavni izvor prihoda i zanimanja poljoprivrednika (Darău et al., 2010.) Značenje agroturizma, kao i ruralnog turizma, također se razlikuje među različitim geografskim regijama, ali u EU se široko definira kao „gospodarski višedimenzionalni razvoj poljoprivrednih gospodarstava i višedimenzionalni razvoj ruralnih područja“ (Zoto et. al., 2013). Osim toga, agroturizam se često smatra dijelom ekoturizma, jer su oba povezana i podložna prirodnim atrakcijama (Zoto et al., 2013). Ipak, u slučaju ekoturizma, glavna motivacija ekoturista je promatranje i uvažavanje prirode i lokalnih tradicija povezanih s prirodom (Dorobanțu & Nistoreanu, 2012), uz podizanje svijesti o očuvanju prirodnih i kulturnih dobara, minimizirajući negativne utjecaje na okoliš, osiguravajući zapošljavanje i stvarajući gospodarske koristi za lokalne zajednice (Svjetska turistička organizacija, 2002). Stoga se ekoturizam razlikuje od drugih oblika turizma po bliskosti s prirodom, racionalnom eksploatacijom turističkih resursa (Nistoreanu, Dorobanțu, 2011). Sve u svemu, ruralni turizam, agroturizam i ekoturizam imaju mnogo dodirnih točaka u pogledu tipa turista koji se odlučuju za ovakav odmor, kvaliteti vremena kojoj teže.

## 1.1. Uloga i značaj ekoturizma

Pojam ekoturizam pojavio se u rječniku prije četrdeset godina. Ova ideja o održivom turizmu pojavila se početkom 1980-ih i putnicima je ponudila način da minimiziraju štetu nanесenu okolišu prilikom posjeta egzotičnim lokacijama. Do 1990-ih ovo je postalo uobičajeni oblik putovanja, osobito kako je svijest javnosti o klimatskim promjenama i ograničenim resursima našeg planeta rasla. Ujedinjeni narodi su 2002. godinu proglasili godinom ekoturizma, a u sljedećem desetljeću ovaj oblik održivog turizma postao je sve popularnija ponuda diljem svijeta. Kostarika je prva zemlja koja započinje promocijom i prakticiranjem ekoturizma. Njihova je vlada promovirala mogućnosti ekoturizma od 1980-ih, a do 1990-ih Kostarika bila je poznata diljem svijeta kao primjer za razvoj održivog turizma. To je jedan od najpopularnijih oblika turizma za gospodarstvo Kostarike, posebice zbog zaštićenih područja i nacionalnih parkova, poput otoka Cocos, 25% kopna u zemlji zaštićeno je i pretvoreno u rezervate i zaštitne parkove kako bi se sačuvalo za buduće generacije. Australija je još jedno popularno odredište održivog turizma, čija vlada također promiče ekoturističke odmore otprilike u isto vrijeme kada i Kostarika. Jedna od njihovih vodećih organizacija za održivi turizam, Ecotourism Australia, osnovana je 1991. Od tada radi na promicanju ekoturizma u zemlji i potiče domoroce da stvore visokokvalitetna ekoturistička iskustva za posjetitelje.

Ekoturizam pomaže u razvoju lokalne zajednice pružajući alternativni izvor sredstava za život. Mnogi vide ekoturizam kao održiv način zaštite prirodnog okoliša i stvaranja društvenih i gospodarskih koristi za lokalne zajednice. Ekoturizam obuhvaća niz aktivnosti temeljenih na prirodi koji potiču posjetitelje na uvažavanje i razumijevanje prirodne i kulturne baštine i kojima se upravlja tako da budu ekološki, ekonomski i društveno održivi. Stoga je ekoturizam prihvaćen kao alternativni oblik održivog razvoja. Ekoturizam je posljednjih godina privukao sve veću pozornost, ne samo kao alternativa masovnom turizmu, već i kao način promicanja gospodarskog razvoja zemlje i očuvanja okoliša. Cilj ekoturizma je očuvati resurse, posebno biološku raznolikost i održivo korištenje resursa (Bansal & Kumar, 2011.; Tewodros, 2010.). Ekoturizam se sve više priznaje kao opcija održivog razvoja za ruralne zajednice, ona koja može potaknuti gospodarski razvoj (Vogt, 1997.) i promovirati zaštitu okoliša u isto vrijeme (Cater, 2002.). Ako okoliš nije ostvario barem neto korist prema svojoj održivosti i ekološkoj cjelovitosti, tada aktivnost nije ekoturizam.

Osim mnogobrojnih pozitivnih strana ekoturizma postoje i mogući rizici za ostale elemente ekosustava

- Ekosustav: Izgradnja smještaja, centara za posjetitelje, infrastrukture i drugih usluga ima izravan utjecaj na okoliš, od uklanjanja vegetacije, promjene uvjeta staništa, uznemiravanja životinja, utjecaja na odvodnju itd.

- Tlo: Na određenim korištenim područjima može doći do zbijanja tla. Također dolazi do uklanjanja tla i erozije
- Vegetacija: Koncentrirano korištenje oko objekata ima negativan učinak na vegetaciju. Učestalost požara može se promijeniti zbog turista i upravljanja turizmom.
- Voda: Povećani zahtjevi za slatkom vodom, odlaganje otpadnih voda
- Zrak: Avioprijevoz može uzrokovati onečišćenje iz emisija
- Divlje životinje: Uznemiravanje od strane posjetitelja može se pojaviti za sve vrste, uključujući one koje nisu privlačne turistima. Navikavanje na ljude može uzrokovati promjenu ponašanja divljih životinja, kao što je prilaženje ljudima radi hrane.

## 1.2. Uloga šumarstva i razvoj ekoturizma u Hrvatskoj

Usluge koje pružaju šume pokrivaju širok raspon ekoloških, političkih, ekonomskih, društvenih i kulturnih razmatranja i procesa. Ta raznolikost znači da nema jednostavnih rješenja za upravljanje, a upravljanje nije tehnički proces, već proces koji nužno mora uključivati niz konkurentskih interesnih skupina i pogleda. Općenito govoreći, usluge šuma mogu se kategorizirati prema nizu kriterija koji uključuju specifične procese.

- Ekološke usluge:  
Reguliranje vodnog režima, održavanje kvalitete tla i opskrba organskim materijalima, ograničavanje erozije i zaštita tla od izravnog utjecaja oborina, reguliranje klime, stanište za druge vrste.
- Gospodarske usluge  
Jasno je da šume čine osnovu raznih industrija uključujući preradu drva i izradu papira... Međutim, šume također sadrže proizvode koji su neophodni za održivost ruralnih poljoprivrednih zajednica. Ovi proizvodi uključuju stočnu hranu, divljač, voće, građevinski materijal, ljekovito bilje (Sousson, 1995).
- Sociokulturne usluge  
U socijalne funkcije ubrajaju se zdravstvena i rekreacijska funkcija koje utječu na psihičko i fizičko zdravlje čovjeka te turistička uloga šume.
- Estetske usluge i vrijednosti  
Ovaj općenitiji skup usluga ističe ideje estetike i ljepote kao komponente usluga šuma. Iz perspektive turista, ove vrijednosti mogu biti visoko klasirane među prioritetima donošenja odluka o izboru mjesta za putovanje, što bi značilo da je zaštita ovih usluga važna za ekoturizam. Slikovite i pejzažne vrijednosti također mogu biti važne za lokalno stanovništvo.

Šume nude širok raspon rekreacijskih mogućnosti. One su ključno stanište za divljač i ribu lovcima i ribolovcima. Šume su pozadina za rekreativne aktivnosti kao što su

planinarenje, šetnja, promatranje ptica, promatranje divljih životinja i druge slične aktivnosti. Veliki broj studija bave se proučavanjem ekonomskih vrijednosti rekreacijskih aktivnosti na otvorenom. U gospodarskom smislu, šume mogu generirati rekreacijski prihod kroz naknade za korištenje ili ulaznice u slučaju parkova i zaštićenih prirodnih područja i kroz rastući sektor ekoturizma.

Ekoturizam je sve češće spominjan oblik turizma u Hrvatskoj, ali nažalost jedan je od najniže rangiranih po turističkom prometu i prihodima. Unatoč obilju resursa za razvoj ekoturizma u Hrvatskoj, ovaj oblik turizma je slabo razvijen. U usporedbi s prirodnim ljepotama i kulturno-povijesnom baštinom, Hrvatska znatno zaostaje u razvoju i promicanju kontinentalnog turizma te razvoju ekoturizma. Potrebno je naglasiti da razvojem turizma u Hrvatskoj ne bi smjeli dominirati proizvodi poput sunca i mora već treba ulagati napore za unapređenje zaštite okoliša i očuvanje kvalitete prirodnih resursa. Promicati odgovorno i održivo upravljanje i razvoj ekoturističke ponude. Na području Hrvatske postoje samo dvije institucije koje se bave certificiranjem ekoturističkih objekata, na području Istre Eco Domus i na području Dalmacije Dalmatia Green. Na svjetskoj i europskoj razini daleko je veći broj institucija za certificiranje ekoturističkih objekata.

## **2. CILJ RADA**

Cilj ovog diplomskog rada je naglasiti značaj održivog razvoja turizma i ekoturizma koji predstavlja odgovorniji oblik turizma za putovanje onih turista koji streme uživanju u prirodi i njihovoj odgovornosti prema istoj. Jasno i sažeto definirati što je ekoturizam i prikazati njegove glavne značajke.

Usporediti će se karakteristike koje posjeduju ruralni turizam, agroturizam i ekoturizam i naglasiti benefite njihove sinergije.

Prikazati će se postojeća ponuda i potražnja u Općini Pisarovina. Istaknuti značaj razvoja ekoturizma, agroturizma te ruralnog turizma na području Općine i opisati potencijalne pozitivne učinke ovakve vrste turizma.

Predložiti će se moguće aktivnosti iz područja ekoturizma u kojima sudjeluju proizvodi i usluge koje pružaju šumski ekosustavi. Predstaviti ideju rekreacijskog parka na privatnom zemljištu i procijeniti isplativost pomoću kalkulacije troškova i procjene prihoda.



## 3. MATERIJALI I METODA RADA

### 3.1. Objekt istraživanja

#### 3.1.1. Zagrebačka županija

Zagrebačka županija smještena je u sjevernoj Hrvatskoj i ima površinu od 3 060 km<sup>2</sup>, prosječna gustoća naseljenosti u Zagrebačkoj županiji iznosi 103,7 stanovnika po km<sup>2</sup>. Izgled Zagrebačke županije naliči na prsten, osim prekida u malom dijelu sjeverne strane. S vanjske strane, Zagrebačka županija graniči sa 6 županija i Republikom Slovenijom (Karlovačka i Sisačko - moslavačka na jugu, Bjelovarsko-bilogorska i Koprivničko-križevačka na istoku, Varaždinska i Krapinsko-zagorska na sjeveru i Republika Slovenija na zapadu), a s unutrašnje strane s Gradom Zagrebom. Sjedište Županije nalazi se u Zagrebu. Na ukupni razvoj županije značajni utjecaj imaju povoljan geografski položaj, dobra prometna povezanost, velik udio raspoloživog poljoprivrednog zemljište, ugodna kontinentalna klima, te bogato povijesno – kulturno i prirodno nasljeđe. (Strategija turističkog razvoja Zagrebačke županije do 2025.)

Struktura prostora prema ukupnoj površini Zagrebačke Županije

- Poljoprivredne površine: 1.721,7 km<sup>2</sup> , 56,3%
- Šumske površine: 1.055,1 km<sup>2</sup>, 34,5%
- Vode: 85,63 km<sup>2</sup>, 2,8%
- Infrastruktura (ceste, željeznice): 73,4 km<sup>2</sup>, 2,4%
- Ostalo zemljište: 97,9 km<sup>2</sup>, 3,2%
- Izgrađena područja: 24,5 km<sup>2</sup>, 0,8%

#### 3.1.2. Općina Pisarovina

U južnom dijelu Zagrebačke županije, smjestila se Općina Pisarovina koja graniči s gradovima: Zagreb, Velika Gorica, Karlovac, Jastrebarsko, te općinama Pokupsko, Klinča Selo i Lasinja. Zauzima površinu od 145,07 km<sup>2</sup>, što čini udio od 4,7% površine Županije, te predstavlja prostorno najveću Općinu u Županiji a broji svega 3678 stanovnika i predstavlja Općinu s najmanjom gustoćom naseljenosti na području Zagrebačke županije. Općina se sastoji od četrnaest naselja: Pisarovina, Lučelnica, Bratina, Bregana Pisarovinska, Donja Kupčina, Dvoranci, Gorica Jamnička, Gradec Pokupski, Jamnica Pisarovinska, Lijevo Sredičko, Podgorje Jamničko, Selsko Brdo, Topolovec Pisarovinski i Velika Jamnička, koja su grupirana u četiri prostorno-funkcionalne cjeline. Naselja su ruralnog karaktera sastoje se od niza zaselaka i raštrkanog su tipa. (Strategija Razvoja Općine Pisarovina 2014. – 2020.).

Klima u Pisarovini je umjereno kontinentalna. Ljeta su vruća i suha s prosječnim temperaturama od 20 °C, dok su zime hladne s prosječnim temperaturama od 1 °C. Nema izrazito sušnih niti vlažnih razdoblja, a godišnja količina padalina smanjuje se od zapada prema istoku. Prosječna količina oborina na ovom području je 935,1 mm/m<sup>2</sup>. Tlo je smeđe kiselo i blago vlažno. Općina Pisarovina pripada nizinskom, peripanonskom dijelu Hrvatske, te se nalazi na spoju panonske nizine i planinske Hrvatske, odnosno Dinaridskog gorja što rezultira bogatom florom i faunom. Na području Općine Pisarovina planski su izgrađeni Pisarovinski ribnjaci koji se koriste za rekreaciju i ribolov ali su i dom mnogih zaštićenih vrsta. Na temelju svojih geografskih karakteristika, niske gustoće naseljenosti, očuvanosti prirode i bogatim kulturno povijesnim nasljeđem Općina Pisarovina ima velik potencijal razvoja seoskog turizma, agroturizma i ekoturizma. Šume osim gospodarskih, ekoloških i socijalnih funkcija imaju i važnu ulogu u razvoju turizma. Na području Općine Pisarovina više od 34 % zauzimaju šume. Prema vrsti drveća najzastupljeniju drvenu zalihu ima obična bukva (50,71%), obični grab (29,29%) i hrast kitnjak (14,85%), a ostale vrste drveća su znatno manje zastupljene.

Tablica 1: Površina šuma i šumskog zemljišta u vlasništvu RH; Gospodarska jedinica Pisarovinski lugovi i Gospodarska jedinica Gračec-Lučelnica

Gospodarska jedinica	Namjena šume	Obraslo	Neobraslo	Neplodno	Ukupno
		ha			
Pisarovinski lugovi	Gospodarske	1.942,73	24,01	30,95	1.997,69
	Posebne namjene	70,67			70,67
Pisarovinski lugovi -ukupno		2.013,40	24,01	30,95	2.068,36
Gračec - Lučelnica	Gospodarske	981,57	2,42	5,38	989,37
Gračec – Lučelnica ukupno		981,57	2,42	5,38	989,37
UKUPNO		2.994,97	26,43	36,33	3057,73

Izvor: Internetske stranice Ministarstva Poljoprivrede, Šumskogospodarska osnova 2016. – 2025.

### 3.1.3. Zaštićena prirodna baština

Na prostoru Općine Pisarovina predlažu se mogući prostori zaštite od devastacije te unapređivanje:

a) Zaštićeni krajolik: Dolina rijeke Kupe

Načini zaštite:

- Stavljanje pod posebnu zaštitu Odlukom o proglašenju ovog prostora zaštićenim krajolikom
- Zaustavljanje daljnje devastacije prostora

- Reguliranje postojeće i nove izgradnje
- Saniranje cijelog područja zaštićenog krajolika.

b) Prostor uz potok Brebernicu i šumske površine kao potez šire zaštite posebnog ornitološkog rezervata Crna Mlaka

Načini zaštite:

- Očuvanje prirodnog integriteta i specifičnih obilježja cjeline
- Očuvanje ravnoteže ekološkog sustava, naročito režima voda, kako bi se održale karakteristike biotopa
- Očuvanje prostora prirodnih krajobraza od daljnje izgradnje i štetne prenamjene
- Izbjegavanje vođenja trasa infrastrukturnih sustava koji narušavaju vizualni identitet.

NATURA 2000 područje

Natura 2000 najveća je koordinirana mreža zaštićenih područja na svijetu. Nudi utočište za najvrednije i najugroženije vrste i staništa u Europi. Prostire se preko 18% kopnenog područja EU-a. Ekološka mreža sastavljena je od područja važnih za očuvanje ugroženih vrsta i stanišnih tipova Europske unije. Njezin cilj je očuvati ili ponovno uspostaviti povoljno stanje. Natura 2000 je temeljni program kojim Europska unija pokušava zaustaviti negativne trendove na svom teritoriju. Dio Općine Písarovina nalazi se u obuhvatu ekološke mreže:

područja očuvanja značajna za ptice- POP

- Pokupski bazen, ozn.: HR1000001

područja očuvanja značajna za vrste i stanišne tipove- POVS

- Kupa, ozn.: HR2000642
- Ribnjaci Písarovina, ozn.: HR2000451

### 3.1.4. Kulturna i etnološka baština

Prema podacima iz Web Registra kulturnih dobara Republike Hrvatske to jest podacima sadržanim u informacijskom sustavu Ministarstva kulture i medija ([www.min-kulture.hr](http://www.min-kulture.hr), stanje rujan 2021.) na području Općine Písarovina nalazi se 6 zaštićenih nepokretnih kulturnih dobara, 1 preventivno zaštićeno kulturno dobro te 4 evidentirana kulturna dobra (Tablica 2). Nepokretna kulturna dobra obuhvaćaju povijesna naselja seoskih obilježja, dijelove naselja, grupe građevina, civilne građevine, sakralne građevine i drugo. Kulturna i etnološka baština značajna su stavka u razvoju turizma na području Općine Písarovina

Tablica 2: Zaštićena kulturna dobra

Povijesna građevina i sklop ili dio građevine s okolišem	Naselje	Status
Zavičajni muzej Donja Kupčina	Donja Kupčina	Zaštićeno, Z-1585-regionalni značaj
Crkva sv. Marije Magdalene	Donja Kupčina	Zaštićeno, Z-2353-regionalni značaj
Crkva sv. Martina sa župnim dvorom	Jamnica Pisarovinska	Zaštićeno, Z-263-regionalni značaj
Crkva Presvetog Trojstva	Dvoranci	Zaštićeno, Z-2355-regionalni značaj
Crkva sv. Duha	Lučelnica	Zaštićeno, Z-2356-regionalni značaj
Crkva sv. Vida	Podgorje Jamničko	Zaštićeno, Z-2070-regionalni značaj
Sklop stare upravne zgrade Jamnice	Pisarovina	Preventivno zaštićeno, P-5414- regionalni značaj
<b>Arheološke zone i nalazišta</b>		
Prapovijesno nalazište-brončano doba	Lijevo Sredičko	Evidentirano
Lomača- prapovijest	Donja Kupčina	Evidentirano
Srednjovjekovna utvrda i naselje- prapovijest	Gradec Pokupski	Evidentirano
Srednjovjekovna utvrda i naselje- prapovijest	Lijevo Sredičko	Evidentirano

Izvor: Registar kulturnih dobara Ministarstva kulture i medija RH, srpanj 2020.

Na području Općine Pisarovina nalazi se zavičajni muzej Donja Kupčina na otvorenom koji je po veličini drugi u hrvatskoj. Nastao je sredinom 20. st., a prepoznatljiv je po bogatoj zbirci starog namještaja, drvenog, keramičkog i željeznog posuđa te narodnim nošnjama. Osim kulturne i etnološke baštine valja spomenuti i neke od manifestacija koje utječu na turizam. Tradicionalne manifestacije također čine značajan dio turističke ponude Općine kroz prezentaciju običaja pisarovinskog kraja. Na području Općine već duži niz godina organiziraju se sljedeće manifestacije:

- Kupske večeri sportska, kulturno – umjetnička manifestacija na kojoj se prezentiraju bogatstva pisarovinskog kraja. Manifestacija je zabavnog karaktera uz bogatu gastro ponudu. Održava se pored mosta na rijeci Kupi
- Koncert u Zavičajnom muzeju Donja Kupčina, manifestacija kulturnog karaktera. Nastoji se promovirati i sačuvati kulturno blago, oživjeti stari zanati

i vještine. Gastro ponudom i prezentacijom starih domaćih jela i zabavnim programom s naglaskom na etno glazbu.

- Dani Kruha, manifestacija se održava na glavnom trgu u Pisarovini, podrazumijeva održavanje sajma na kojem se promoviraju, prodaju i kušaju domaći proizvodi
- Kupska atletska utrka, manifestacija sportskog karaktera promovira načela zdravog života s naglaskom na bavljenje rekreacijom i sportom.
- Biciklijada, sportska manifestacija sastoji se od rekreacijske vožnje biciklom na području Općine Pisarovina te posjeta Zavičajnom muzeju Donja Kupčina, sportsko – kulturna manifestacija koja ima za cilj privući posjetitelje iz Karlovca, Jastrebarskog i Zagreba.

## **3.2. Metoda rada**

### **3.2.1. Obilježja turističkog tržišta**

Turističko tržište je skup odnosa ponude i potražnje u području usluga i dobara što služe za podmirenje turističkih potreba na određenom prostoru, odnosno odnosa ponude i potražnje koji nastaju pod utjecajem turističkih kretanja (Vukonić i Čavlek, 2001.). Turistički proizvod definiran je kao kombinacija materijalnih i nematerijalnih elemenata, poput prirodnih, kulturnih i umjetnih resursa, atrakcija, objekata, usluga i aktivnosti usmjerenih na određenu točku interesa koja služi kao srž marketinškog miksa destinacije. i stvara cjelokupno iskustvo posjetitelja koje uključuje emocionalne aspekte potencijalnih kupaca (UNWTO).

Karakteristike turističkog proizvoda:

#### **1. Neopipljivost:**

Neopipljivost znači da se proizvod ne može izravno vidjeti, kušati ili osjetiti prije njegove kupnje i konzumiranja. Mnogi turistički proizvodi su nematerijalni. Usluge vezane uz turističku industriju ne mogu se vidjeti, dodirnuti ili osjetiti. Osoba može doživjeti obilazak ili povezane usluge, ali ne dobiva nikakav opipljiv proizvod u ruke. Stoga su proizvodi putovanja poput iskustva leta, krstarenja ili iskustva pogleda.

#### **2. Neodvojivost:**

Turistički proizvodi ne mogu se odvojiti od svog pružatelja. Na primjer, hotelski gost ne može doživjeti šaltersku uslugu ako recepcionar nije tu, niti recepcionar može pružiti uslugu ako nema gosta.

#### **3. Kvarljivost:**

Turistički proizvodi ne mogu se skladištiti za prodaju u budućnosti. Kvarljivost znači da proizvod ima rok trajanja, a kada taj rok istekne, proizvod više nije dostupan u prodaji. Svi turistički proizvodi su kvarljivi, poput kapaciteta hotela, ulaza u turistička mjesta itd. Ne mogu se

skladištiti dok potrošač ne odluči. Stoga se usluge putovanja moraju potrošiti čim se proizvedu.

4. Heterogenost:

Element ljudskog čimbenika stvara razliku između jednog i drugog proizvoda, turistička iskustva na jednom mjestu možda neće biti slična onom doživljenom na drugom mjestu. Na primjer, čak i unutar istog restorana, zbog velikog broja poslužitelja, način posluživanja jednog gosta može se razlikovati od načina posluživanja drugog.

5. Nemogućnost vlasništva:

Vlasništvo nad turističkim proizvodom nije prenosivo na potrošača. Potrošač ima pravo koristiti samo proizvod koji je platio određeni broj dana ili tjedana.

6. Nepokretnost:

Turistička atrakcija kao što je vodopad, planina, plaža, flora i fauna ne može se premjestiti s mjesta gdje se izvorno nalazi na drugo mjesto.

7. Sezonalnost:

Za svaki turistički proizvod ili područje postoji određeno vrijeme u kojem ga većina turista posjećuje, a koje je poznato kao špica sezone. Vremenska ograničenost turističke potražnje jedan je od glavnih uzroka sezonalnosti u turizmu

### 3.2.2. Čimbenici koji utječu na turističku potražnju

Ekonomski čimbenici imaju veliki utjecaj na turističku industriju na globalnoj i lokalnoj razini. Fluktuacije u globalnom i lokalnom gospodarstvu mogu utjecati na razinu potražnje i ponude u turizmu u lokalnim područjima ili globalno. Tijekom recesije potražnja za turizmom bila je pogođena u cijelom svijetu. Veća gospodarska aktivnost dovodi do povoljne potražnje za turističkim uslugama na globalnoj razini. Kada su gospodarska aktivnost i zaposlenost visoki, ljudi imaju dovoljno raspoloživog dohotka za trošenje na turizam i putovanja. To dovodi do povoljne potražnje, s druge strane niža gospodarska aktivnost i zaposlenost dovode do niske potrošnje turističkih usluga i manje potrošnje.

Geopolitički čimbenici također utječu na potražnju za turizmom. Stabilna geopolitička situacija može dovesti do zdravog povećanja potražnje za turizmom, dok nestabilnost može negativno utjecati na nju. Ljudi vole putovati u zemlje koje nude sigurno okruženje i gdje mogu u miru uživati u odmoru. Međutim, u vrijeme kada građanski rat ili terorizam remete lokalno gospodarstvo i državu, takvo okruženje nije baš poticajno za turiste. Na taj način geopolitički čimbenici mogu imati veliki utjecaj na turističku industriju u cijelom svijetu. Stabilno geopolitičko okruženje privlači turiste i dovodi do veće zaposlenosti i prihoda i obrnuto. Ako su odnosi između bilo koje dvije nacije napeti, to također može rezultirati negativnim učinkom na potražnju za turizmom. Ako su odnosi između dvije susjedne države loši, broj turista iz jedne u drugu ostaje nizak.

Tehnološki čimbenici također imaju sličan pozitivan učinak na turističku industriju i potražnju za putovanjima i turizmom. U naprednim zemljama, nekoliko mjesta unatoč tome što nisu geografski atraktivni ili prirodno lijepi, gradovi privlače veliki broj turista zbog tehnoloških čimbenika. Tehnološki čimbenici doveli su do potpuno novog spektra turističkih aktivnosti. Zapadni gradovi imaju nekoliko takvih turističkih žarišta koja su atraktivna zbog tehnologije i poslovanja. Osvijetljeni zapadni metro-grad s atraktivnim vlakovima i automobilima te ogromnim trgovačkim i zabavnim centrima bilježi veći broj turista zbog tehnološkog razvoja. Tehnologija je pomogla rastu potražnje za turizmom i na druge načine, povezala je odredišta i ljude. Ljudi imaju više opcija za putovanja koja su s vremenom postala sve jeftinija. Tehnologija je smanjila troškove marketinga i smanjenju cijena putovanja. Osim toga, povećale su se i mogućnosti smještaja za ljude i smanjili troškovi njihova boravka u inozemstvu. Možete birati između tisuća turističkih odredišta diljem svijeta. Blogovi, web-mjesta i društveni mediji intenzivno oglašavaju svaku turističku destinaciju i ljudi mogu prikupiti sve informacije za koje smatraju da su im potrebne za planiranje putovanja. Pad troškova putovanja također je doveo do porasta broja putnika koji putuju u slobodno vrijeme.

Sociokulturni čimbenici također imaju važnu ulogu u potražnji za turizmom. Milijuni ljudi svake godine odlaze na vjerska putovanja. Osim toga, ljudi također idu na kulturna putovanja kako bi upoznali kulture drugih naroda. Kultura i religija glavne su sile koje utječu na potražnju za turizmom diljem svijeta. Svaka kultura ima svoju jedinstvenu privlačnost i snagu.

### 3.2.3. Marketing miks 4P

“4Ps of Marketing” ili “Product Mix” jedna je od najvažnijih i najpopularnijih teorija u marketingu. Pomaže marketinškim stručnjacima da osmisle funkcionalnu marketinšku strategiju koja se fokusira na sve glavne čimbenike koji se odnose na proizvod/uslugu, cijene, distribuciju i promotivne aktivnosti. Kako bi neka tvrtka bila uspješna i konkurentna na tržištu, treba osigurati da je proizvod/usluga najviše kvalitete i da zadovoljava potrebe kupaca na očekivani način, pa čak i više.

Uloga marketinškog miksa u turizmu je dovesti kupce ili turiste do destinacije, proizvoda ili usluge koju turistička tvrtka želi prodati. Četiri dijela marketinškog miksa u turizmu uključuju proizvod, cijene, promociju i mjesto ili distribuciju. Proizvod ili usluga je ona koja je posebno usmjerena na turističko tržište, ali može varirati od materijalnog proizvoda, kao što je suvenir, do nematerijalnog proizvoda, kao što je obilazak grada autobusom. Određivanje cijena još je jedan važan aspekt uloge marketinškog miksa u turizmu. Cijene moraju biti postavljene tako da svi konkurenti koji nude isti posao ili zamjenski posao budu usporedivi.

Promocija je uloga marketinškog miksa u turizmu. Obuhvaća sve načine na koje tvrtka plasira i reklamira poslovanje. To može uključivati tipične vrste marketinga, kao što je postavljanje oglasa u turističkim časopisima i ponuda kupona za popust u turističkim vodičima te putem društvenih mreža. U turizmu je također korisno stvarati zajednička ulaganja s drugim turističkim poduzećima.

Ako se radi o turističkom proizvodu, onda ovaj dio marketinškog miksa podrazumijeva distribuciju proizvoda na police trgovina ili druge načine dovođenja do turista koji plaćaju. Kada se radi o turističkoj usluzi, ona obično uključuje privlačenje turista tamo gdje se usluga nalazi.



Slika 1: Shematski prikaz marketing mix elemenata



## 4. REZULTATI

### 4.1. Pregled turističke ponude i potražnje Zagrebačke županije

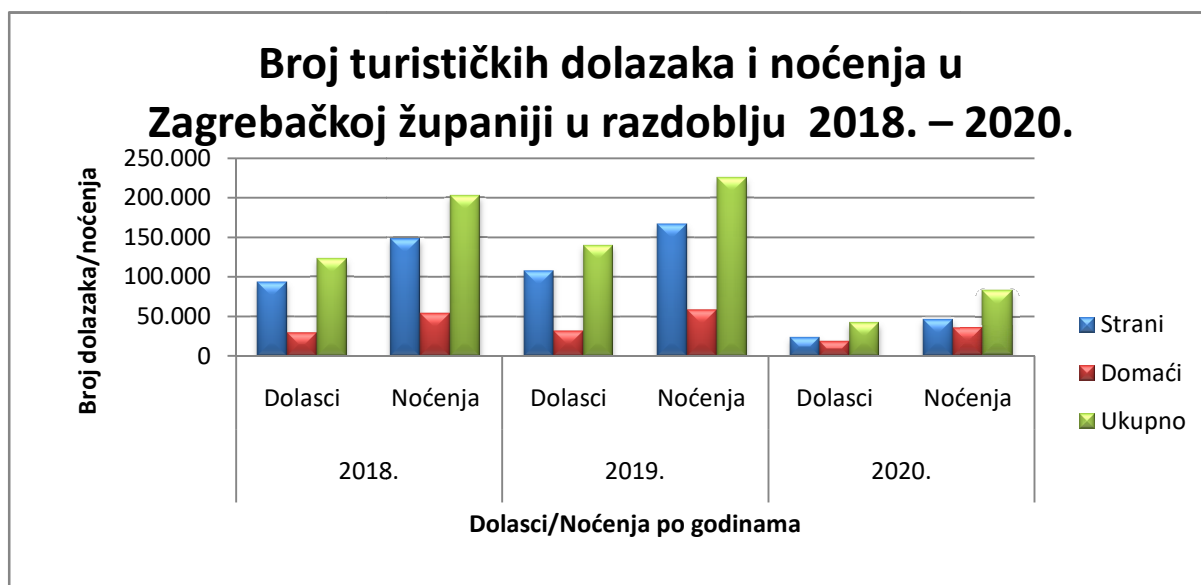
U ovom poglavlju dani su tablični i grafički podaci turističke ponude na području Zagrebačke županije, podaci o vrsti turističkog smještaja te broj dolazaka i noćenja od 2018. do 2020. godine.

Prema podacima turističke zajednice Zagrebačke županije, ukupni komercijalni smještajni kapacitet iznosi 3545 ležajeva. Obitaljski smještaj s 1058 ležajeva predstavlja najveću skupinu smještajnih kapaciteta, a nakon toga hoteli s 845 ležajeva.

Tablica 3: Broj turističkih dolazaka i noćenja u Zagrebačkoj županiji u razdoblju 2018. – 2020.

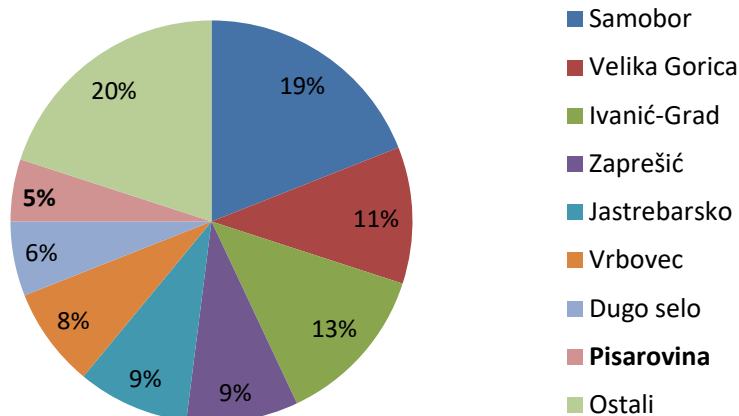
Godine	2018.		2019.		2020.	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
Strani	93.246	148.384	107.646	166.827	23.638	46.429
Domaći	29.704	54.222	32.267	58.734	18.568	35.894
Ukupno	122.950	202.606	139.913	225.561	42.206	82.323

Izvor: Turistička zajednica Zagrebačke županije



Graf 1: Broj turističkih dolazaka i noćenja u Zagrebačkoj županiji u razdoblju 2018. – 2020.

### Broj i struktura raspoloživih komercijalnih smještajnih kapaciteta (ležajevi) prema turističkim zajednicama Zagrebačke županije



Graf 2: Broj i struktura raspoloživih komercijalnih smještajnih kapaciteta (ležajevi) prema turističkim zajednicama Zagrebačke županije

Prema grafu 2. možemo zaključiti kako najveći postotak raspoloživih komercijalnih smještajnih kapaciteta ima grad Samobor a najmanji kapacitet Općina Pisarovina.

Tablica 4: Broj i vrsta smještajnih kapaciteta u Zagrebačkoj županiji ožujak 2022. g.

Podvrsta objekta	Ukupno objekata	Ukupno ležajeva
Hotel	15	845
Integrirani hotel	1	14
Kamp	1	155
Kamp odredište	1	12
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	17	129
Objekti u domaćinstvu	224	1058
Apartman	19	89
Hostel	5	228
Kuća za odmor	14	60
Objekt za robinzonski smještaj	1	12
Planinarski dom	3	73
Prenočište	4	57
Soba za iznajmljivanje	29	426
Studio apartman	6	20
Ostalo	7	367
<b>Ukupno</b>	<b>605</b>	<b>3545</b>

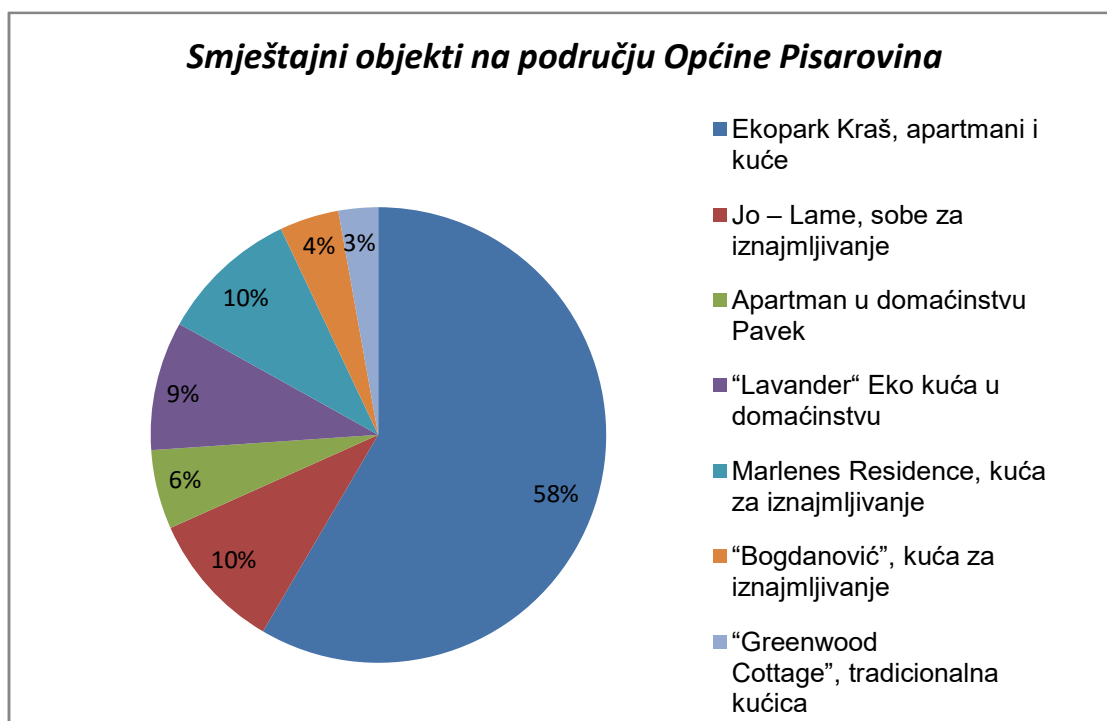
Izvor: Turistička zajednica Zagrebačke županije (eVisitor, ožujak 2022.g.)

## 4.2. Pregled turističke ponude i potražnje Općine Pisarovina

Dalje u tekstu prikazani su tablični i grafički podaci turističke ponude na području Općine Pisarovina, podaci o vrsti i kapacitetu turističkog smještaja te broj dolazaka i noćenja od 2018. do 2021. Godine. Najveći kapacitet ima Ekopark Kraš s 83 ležaja.

Tablica 5: Smještajni objekti na području Općine Pisarovina 2022.g.

Naziv	Kapacitet
Ekopark Kraš, apartmani i kuće	83
Jo – Lame, sobe za iznajmljivanje	14
Apartman u domaćinstvu Pavek	8
“Lavander“ Eko kuća u domaćinstvu	13
Marlenes Residence, kuća za iznajmljivanje	14
“Bogdanović”, kuća za iznajmljivanje	6
“Greenwood Cottage”, tradicionalna kućica	4

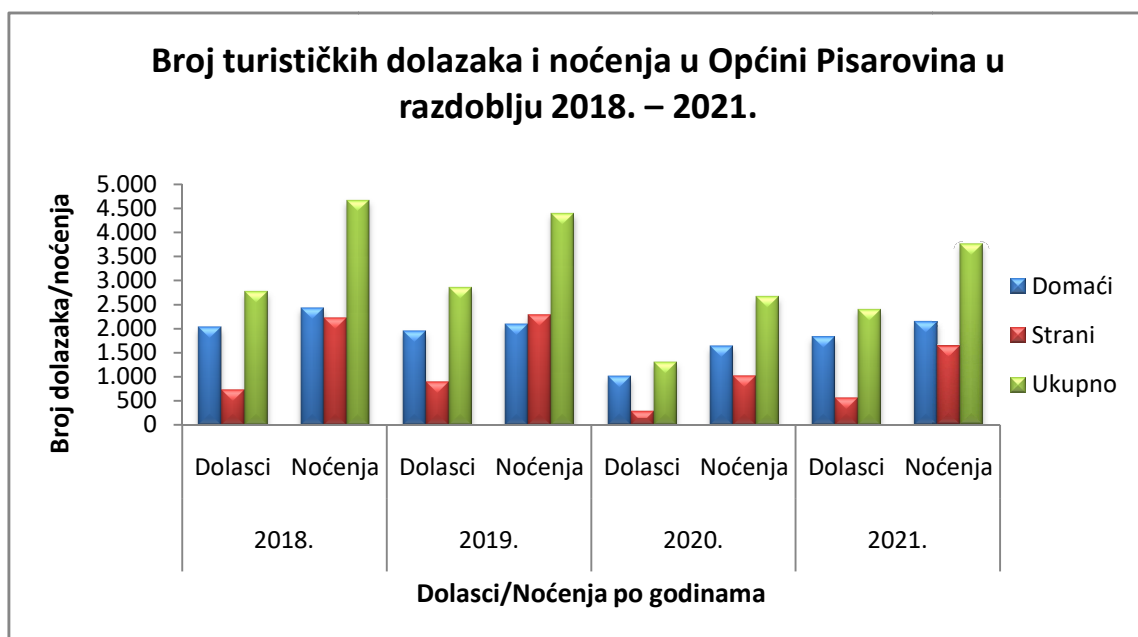


Graf 3: Smještajni objekti na području Općine Pisarovina

Tablica 6: Broj turističkih dolazaka i noćenja u Općini Pisarovina u razdoblju 2018. – 2021.

	2018.		2019.		2020.		2021.	
	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja
Domaći	2.032	2.441	1.950	2.101	1.004	1.644	1.829	2.136
Strani	733	2.233	900	2.292	285	1.027	564	1.638
Ukupno	2.765	4.674	2.850	4.393	1.289	2.671	2.393	3.774

U tablici 7. vidimo da je ukupni broj dolazaka u 2021. godini na području Općine Pisarovina za 89 % veći u odnosu na 2020. godinu, a ukupan broj noćenja manji je za 4%. Broj posjeta i noćenja stranih gostiju veći je u odnosu na prošlu godinu, kao i broj dolazaka domaćih, dok je broj noćenja domaćih turista manji za 15 posto. Bez obzira na porast postotka i dalje se radi o vrlo malom broju turista. Uz unaprjeđenje i proširenje turističke ponude, potrebno je povećati ulaganja u promociju turističkih proizvoda i smještajnih kapaciteta.



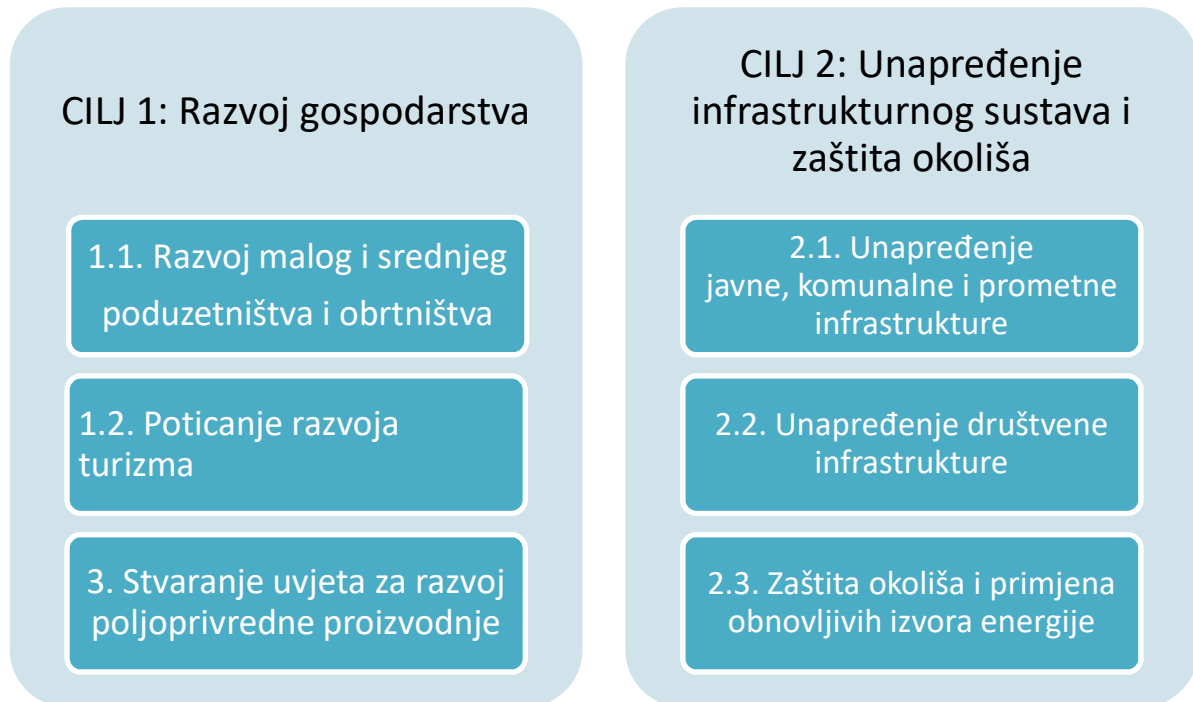
Graf 4: Broj turističkih dolazaka i noćenja u Općini Pisarovina u razdoblju 2018. – 2021.

### 4.3. SWOT analiza turističkog razvoja Općine Píсарovina

Analizom ponude i potražnje turističkih proizvoda Općine Píсарovina, izrađena je analiza snaga, slabosti, prilika i prijetnji turističkog razvoja ovog područja.

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Povoljan geoprometni položaj</li> <li>• Velik udio obradivih poljoprivrednih površina</li> <li>• Ekološki očuvana okolina</li> <li>• Značajne ribnjačarske površine (Ribnjaci Píсарovina ukupne površine 456 ha)</li> <li>• Šumske površine iznose više od 34% ukupne površine Općine</li> <li>• Lovna ponuda s bogatim fondom divljači</li> <li>• Postojeća športsko-rekreacijska</li> <li>• Vrijedna prirodna baština</li> <li>• Velik potencijal (ruralnog turizma, ekoturizma, cikloturizma, lovnog i ribolovnog turizma, izletničkog turizma)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manjkava infrastruktura</li> <li>• Nedostatak inovativnosti u poduzetništvu</li> <li>• Nizak interes mladih za tradicijskim zanatima</li> <li>• Nedovoljno iskorišten potencijal obradivih poljoprivrednih površina</li> <li>• Nedovoljna iskorištenost Programa ruralnog razvoja</li> <li>• Siromašna ponuda smještajnih kapaciteta</li> <li>• Nedovoljna suradnja turističkog sektora s dionicima gospodarskog, javnog i civilnog sektora</li> <li>• Nisko obrazovano lokalno stanovništvo (prevladava stanovništvo s niskom stručnom spremom: 51,5%, dok je visokoobrazovanih svega 6,8%)</li> </ul>
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maksimalni intenzitet potpore za projekte mladih poduzetnika – do 100%</li> <li>• Mogućnost korištenja EU fondova</li> <li>• Potencijal razvoja ekološke poljoprivrede</li> <li>• Povećana potražnja za ekoturizmom i ruralnim turizmom</li> <li>• Mogućnost povezivanja OPG-a i eko-agro turizma</li> <li>• Uključivanje lokalnog stanovništva</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kriza i recesija globalnog gospodarstva</li> <li>• Slaba kupovna moć stanovništva</li> <li>• Niske otkupne cijene primarnih poljoprivrednih proizvoda</li> <li>• Nedostatak kompetentne radne snage</li> <li>• Neriješeni imovinsko-pravni odnosi</li> <li>• Brži razvoj konkurencije</li> <li>• Elementarne nepogode</li> </ul>

Pri ostvarivanju vizije gospodarskog razvoja Općine Pisarovina ključnu ulogu ima izrada strateških ciljeva. Strateški ciljevi razrađeni su prema snagama, slabostima, prilikama i prijetnjama definiranim u SWOT analizi. Namjeravni ishodi moraju biti jasno definirani, društveno i okolišno prihvatljivi te međusobno usklađeni. Općina Pisarovina ima dva prioriteta strateška cilja a to su razvoj gospodarstva te unapređenje infrastrukturnog sustava i zaštita okoliša.



Slika 2: Shematski prikaz strateških ciljeva i prioriteta Općine Pisarovina

#### 4.4. Uloga šumarstva u razvoju ekoturizma Općine Pisarovina

##### Analiza potražnje

Dislociranost od turističke ponude: Turistička potražnja je u pravilu, više ili manje, prostorno odvojena od turističke ponude, pa ova dislociranost od turističke ponude potvrđuje nužnost putovanja od mjesta stalnog boravka do turističke destinacije. Općina Pisarovina nalazi se na povoljnom geoprometnom položaju za privlačenje turista iz grada Zagreba i okolice tijekom cijele godine. Pisarovina se povezuje s cestovnim pravicima koji povezuju gradove kontinentalne Hrvatske i Jadrana te sa zapadnom, srednjom, istočnom i jugoistočnom Europom. Takva lokacija je dobra prilika tijekom ljeta kao usputna lokacija za odmor turistima koji putuju prema obali.

Heterogenost: Proizlazi iz mnogobrojnih individualnih obilježja pojedinih turističkih korisnika, zbog kojih se oni različito ponašaju na turističkom tržištu. Najčešći predmet analize heterogenosti potencijalnog tržišta su: zemljopisna obilježja, demografska obilježja, psihografska obilježja, bihevioristička obilježja.

**Elastičnost:** Kretanje turističke potražnje je zavisno od kretanja cijena ili dohotka stanovništva. Ukoliko je postotna promjena količine veća od postotne promjene cijena, potražnja je elastična, i obrnuto. Cijene smještajnih objekata na području Općine Pisarovina imaju veću cijenu u vrijeme sezone (ljetni mjeseci) i blagdana. Tako će cijena najma kuće za iznajmljivanje Marlenes Residence za razdoblje od 17.9. do 24.9. iznositi 8979 kn, u razdoblju od 17.12. do 24.12. iznositi 15399 kn, a u razdoblju od 17.8. do 24.8. iznositi 17670 kn.

**Sezonalnost:** Najviše ovisi o ograničenom vremenu, koje turistima stoji na raspolaganju za putovanja, i koje se svodi uglavnom na vrijeme godišnjeg odmora, vikende i blagdane. Nepovoljna vremenska distribucija (izražena ljetna sezonalnost) i nepovoljna prostorna distribucija. Na primjeru Ekoparka Krašograd posjećenost je značajno veća tijekom vikenda i blagdana što može rezultirati lošijom uslugom i nezadovoljstvom gostiju. Na svim smještajnim objektima u Općini Pisarovina zabilježen je najveći broj dolazaka u ljetnim mjesecima.

#### Analiza ponude

**Dislociranost:** Posjetitelji moraju prijeći određenu prostornu udaljenost od svog mjesta stalnog boravka do izabrane turističke destinacije. Ta je prostorna udaljenost veća u odnosu na domicilno stanovništvo, koje je kao konzument ugostiteljskih usluga bliže ugostiteljskim objektima. Prema broju noćenja u Pisarovini najveći je broj noćenja od strane domaćih turista.

**Heterogenost:** Heterogenost turističke ponude, najjednostavnije se može definirati kao jedini mogući odgovor na prisutnu heterogenost turističke potražnje. Stupanj heterogenosti turističke ponude proporcionalan je stupnju razvijenosti gospodarstva i društva u cjelini u kojem se destinacija nalazi. Turistička ponuda može preživjeti na tržištu ako je u trendu s potražnjom i ako je zanimljiva kupcima koji su voljni potrošiti vrijeme i novac da bi posjetili određenu turističku destinaciju i tu zadovoljili svoje potrebe i motive. Općina Pisarovina ima relativno malu ponudu u odnosu na turističku potražnju.

**Neelastičnost:** Za razliku od elastične turističke potražnje, neelastičnost turističke ponude znači da svoj kapacitet ne može mijenjati i prilagođavati trenutnoj potražnji.

**Statičnost:** Može se minimizirati samo efikasnom promocijom, korištenjem različitih medija i promotivnih sredstava kako bi se privukao dovoljan broj zainteresiranih posjetitelja. Bez turističke promocije statična turistička ponuda ne može funkcionirati.

**Sezonalnost:** Cilj je svih sudionika turističke ponude smanjiti sezonske oscilacije u poslovanju, odnosno produljiti turističku sezonu kako bi se postigli što bolji ekonomski učinci.

Općina Pisarovina je najveća Općina u Zagrebačkoj županiji s najmanjom gustoćom naseljenosti što ju čini atraktivnom lokacijom za razvoj ekoturizma. Šume na

području Pisarovine zauzimaju više od 34 % ukupne površine, sporedni šumski proizvodi kao što su ljekovito bilje, med, izrada eteričnih ulja, gljive, šumske bobice i sjemenke, dekorativni predmeti (mahovina, grane, češeri...) mogu se turistički valorizirati. Turistička ponuda na području Općine Pisarovina vrlo je siromašna i homogena. Poboljšanjem kvalitete trenutne turističke ponude i povećanjem turističke ponude i ponude turističkih aktivnosti možemo očekivati i povećanje turističke potražnje. Radi toga, predložene su aktivnosti koje bi unaprijedile turističku ponudu na području Općine Pisarovina.

Tablica 6: Prijedlozi ponude za razvoj ekoturizma na području Općine Pisarovina

Prijedlog aktivnosti	Opis aktivnosti	Mjere realizacije
Fotolov i promatranje ptica	Fotografiranje divljih životinja u šumi. Organiziran odlazak terenskim vozilom duboku u šumu gdje se nalazi osmatračnica za fotolov	Izgradnja promatračnica i najam dalekozora
Kampiranje u šumi	Niz aktivnosti na otvorenom i noćenje u šumi	Izgradnja prostora za kampiranje
Jahanje	Jahanje kroz šumu na rekreativnim stazama	Izgradnja poučnih staza, potpora konjogojstva
Biciklizam	Vožnja bicikla uz poučne staze pod krošnjama šumskog drveća	Izgradnja biciklističkih staza, najam bicikala
Radionice upoznavanja flore i faune	Edukativne radionice upoznavanja turista s autohtonom florom i faunom	Educirani vodiči, izgradnja poučnih staza, organizacija radionica
Obilazak ekoturističkih tura	Organizirane šetnje uz edukativni sadržaj	Educirani vodiči, izgradnja poučnih staza, organizacija radionica
Team building	Organizirano druženje u šumi	Uređenje prostora u šumi
Kajaking	Vožnja kajakom po rijeci kupi	Najam kajaka,



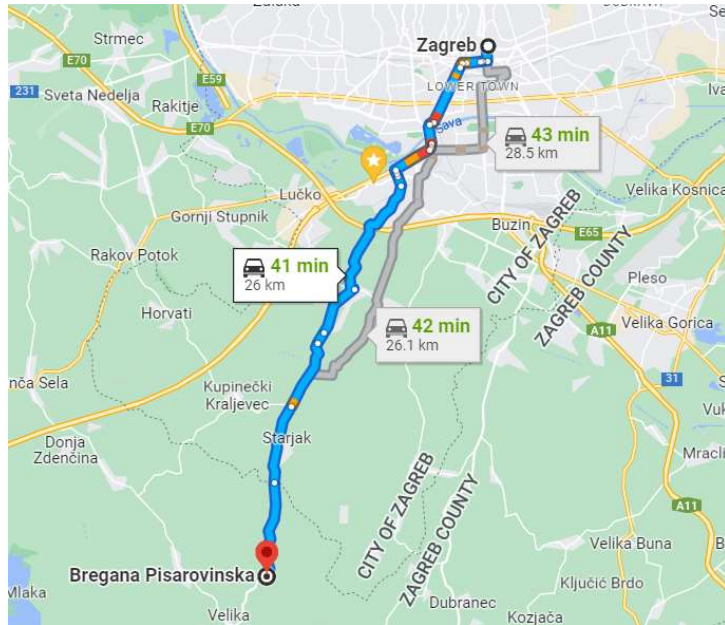
		uređenje toka rijeke Kupe
Lov i ribolov	Lovne i ribolovne aktivnosti mogu biti glavna svrha putovanja	Izgradnja novih osmatračnica i uređenje novih, najam lovne i ribolovne opreme, uređenje površina uz rijeku Kupu za ribolov

#### 4.5. Implementacija ideje rekreacijske zone LOVrE

Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo Lovre donijelo je poslovnu odluku o investiranju u pokretanje nepoljoprivredne djelatnosti u ruralnom području, na vlastitom zemljištu, nedaleko od Zagreba. Domaćinstvo posjeduje nekoliko hektara zemlje, ali počet će na 7057m<sup>2</sup> zemlje (slika 4.), a s obzirom na zaradu moguće je i proširenje u ponudi rekreacijske zone. Velika prednost investitora je u tome što većinu radne snage u provođenju aktivnosti može dobiti iz obitelji i lokalnog stanovništva. Blizina grada je bitna stavka u cijelom tom procesu zbog turističkog potencija tj. zainteresiranosti gradskog stanovništva za provođenjem vremena u prirodi. Vlasnica je završila preddiplomski studij "Urbanog šumarstva, zaštite prirode i okoliša" na fakultetu Šumarstva i drvne tehnologije u Zagrebu te ima predznanja za realizaciju i provođenje predmetne aktivnosti, a nedostatak financijskih sredstva će namiriti kreditom i poticajima iz EU za razvoj rekreacijskog parka i poslovanja. Vlasnica smatra da zbog potražnje za turizmom okrenutim ka prirodi, koji promovira zaštitu i održivi razvoj projekt može ostvariti uspješne prodajne rezultate.

Misija i vizija rekreacijske zone LOVrE

- Misija
  - Promicanje prirodnih ljepota Općine Pisarovina, poticanje lokalnog stanovništva i turista na bavljenje sportom i rekreacijom. Populariziranje važnosti očuvanja i zaštite prirode i okoliša. Otvaranje novih radnih mjesta za lokalno stanovništvo.
- Vizija
  - Poboljšati gospodarski razvoj i broj turističkih dolazaka na području Općine Pisarovina, smanjiti stopu nezaposlenosti lokalnog stanovništva. Podići svijest lokalnog stanovništva i turista o šumama kao nacionalnom prirodnom bogatstvu.



Slika 3: Udaljenost Zagreb – Bregana Pisarovinska



Slika 4: Katastarska čestica šumskog zemljišta

#### 4.5.1. SWOT analiza rekreacijske zone LOVrE

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Privatno vlasništvo šume</li> <li>• Mogućnost većeg broja posjetitelja</li> <li>• Raznolik sadržaj unutar parka</li> <li>• Prirodno okruženje i čist zrak</li> <li>• Blizina glavne ceste</li> <li>• Mogućnost organiziranja škole u prirodi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visoki početni troškovi</li> <li>• Zauzimanje tržišne pozicije</li> <li>• Neiskustvo u provedbi projekata</li> <li>• Sezonalni karakter</li> <li>• Nedostatak zaokružene destinacijske ponude</li> </ul>
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Financiranje iz EU fondova</li> <li>• Uključivanje lokalnog stanovništva i širenje turističke ponude</li> <li>• Rast potražnje za ovakav tipom turizma</li> <li>• Jeftino reklamiranje putem društveni mreža</li> <li>• Homogena trenutačna ponuda i neiskorišten potencijal ekoturizma</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Državni zakoni i regulative</li> <li>• Loše tržišne prilike</li> <li>• Nedobivanje financijskih sredstava</li> <li>• Nezainteresiranost lokalnog stanovništva</li> <li>• Mala potražnja ovakvog tipa usluge</li> <li>• Loši vremenski uvjeti</li> <li>• Deagrarizacija</li> </ul>

Utvrđivanje ciljeva:

Kratkoročni ciljevi:

- Promovirati zdrav način života i važnost rekreacije
- Promovirati važnost očuvanja okoliša i zaštite prirode
- Povećanje kvalitete turističke ponude
- Izrada vlastite web stranice
- Povezivanje s lokalnim udrugama i turističkom zajednicom Pesarovina
- Procjena troškova i potreba zapošljavanja
- Korištenje EU fondova
- Ispitivanje zadovoljstva korisnika uslugom

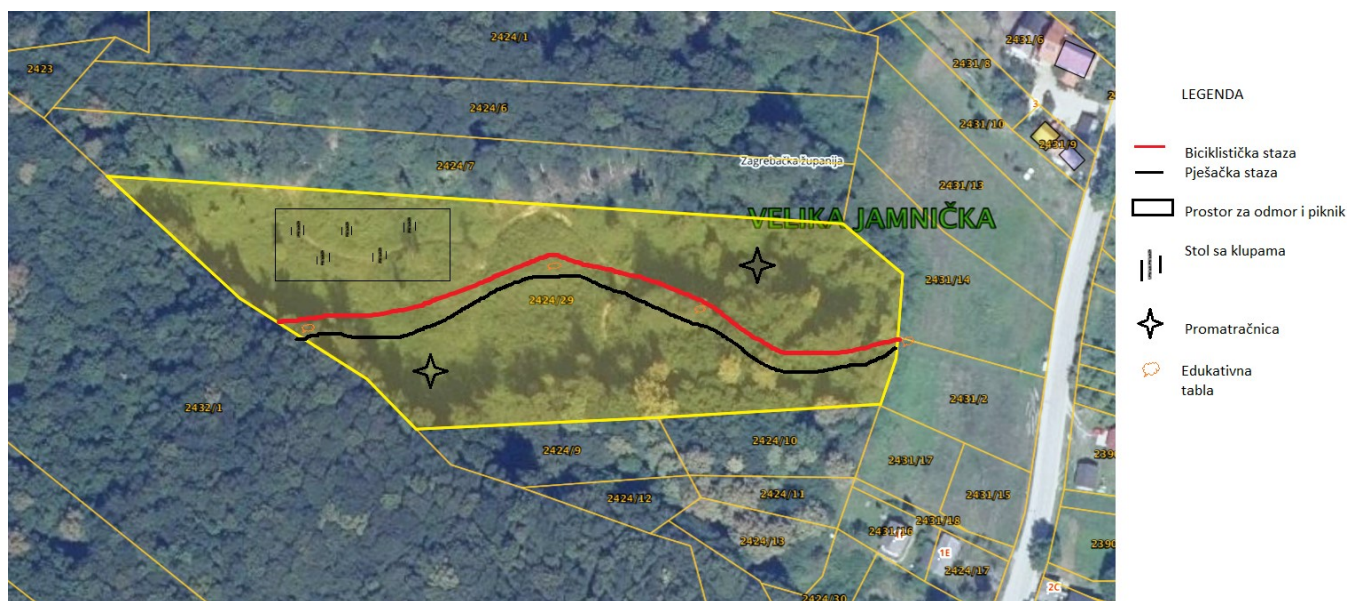
Dugoročni ciljevi:

- Povećanje opsega ponude
- Ulaganje u razvoj novih usluga

- Usavršavanje zaposlenika
- Promocija na turističkim sajmovima
- Daljnja usavršavanja
- Vodeća pozicija ovakvog tipa turizma u županiji

#### 4.5.2. Strategija usluge

Izgradnja rekreacijske zone s biciklističkom stazom i ostalim popratnim sadržajem predstavlja novitet na području Općine Pisarovina. Cilj je privući dionike raznovrsnih interesa kao što su biciklisti i pješaci, napravili bi se specijalizirani putevi za utrku/vožnju biciklima a ostatak prostora bi bio iskorišten za stazu namijenjenu pješacima. Uz staze bi se nalazile edukativne table u obliku listova naših autohtonih vrsta koje rastu na području Općine Pisarovina. Budući da nam je na prvom mjestu zaštita prirode, ideja je da se postavi dovoljan broj koševa za smeće. Materijal koji bi se koristio za izradu predmeta u ekoparku bio bi isključivo iz prirode, prvenstveno od drveta. Drvo bi se koristilo od odumrlih stabala ili onih stradalih u vjetroizvalama. Osim biciklističkih i poučnih staza predviđeno je postavljanje promatračnica za fotolov i promatranje ptica te predviđena mjesta za piknik i odmor. Nabavljeno je 17 bicikala od kojih 2 profesionalna, 6 dalekozora od kojih jedan za noćno promatranje.



Slika 5: Skica rekreacijske zone LOVE

#### 4.5.3. Strategija promocije

Promocija je jedan od najvažnijih dijelova marketinga, a promocijske aktivnosti važan su čimbenik za plasiranje proizvoda odnosno usluge na tržištu. Tijekom promocije želim naglasiti sve benefite prirode i kretanja po prirodi kao i značaj edukacije na ovom području, posebice za mlade i lokalno stanovništvo. Dakle, cilj je izravna komunikacija s ciljanim skupinama kao što su školske grupe, tvrtke uz moguće kreiranje posebnih ponuda i pogodnosti u prvoj godini poslovanja. Za korištenje promocije koristit će se sljedeći alati:

- izravni marketing (cilj: izravnom komunikacijom s pažljivo odabranim klijentima postići željenu reakciju te im prilagoditi ponudu)
  - obilazak škola i predstavljanje posebne ponude za škole, razrede
  - posebna ponuda za tvrtke (team building)
- Internet (web stranica, Facebook, Instagram) – izrada vlastite web stranice. Veću pažnju usmjeriti prema društvenim mrežama koje su postale glavni način današnjeg marketinga

#### 4.5.4. Strategija cijena

U sklopu razvoja strategije cijena, uzeta je obzir prosječna cijena za ove usluge u Republici Hrvatskoj.

Tablica 7: Cjenik usluga u rekreacijskom parku LOVrE

Opis	Cijena po osobi	Grupna* cijena po osobi
Pješački obilazak šume	40 kn/dan	30 kn/dan
Biciklistički obilazak šume s vlastitim biciklom	40 kn/dan	30 kn/dan
Biciklistički obilazak šume + najam bicikla	60 kn/dan	50 kn/dan
Biciklistički obilazak šume + najam profesionalnog bicikla	100 kn/dan	/
Fotolov + najam opreme	70 kn/dan	60 kn/dan
Noćni fotolov	100 kn/noć	/
Objedinjena ponuda	130 kn/dan	120 kn/dan

\*Grupa: više od 10 ljudi

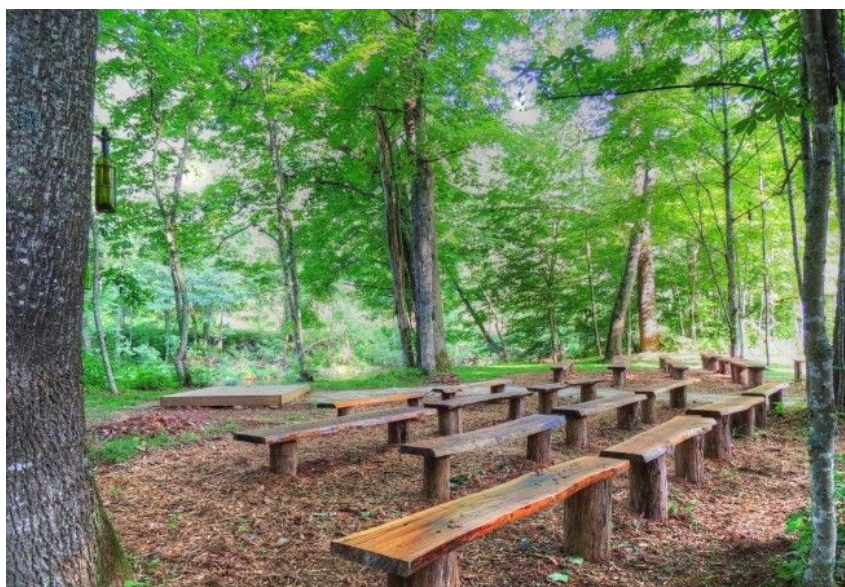
Tablica 8: Kalkulacija troškova

Opis	Količina	Jedinični trošak	Ukupno HRK
Troškovi otvaranja OPG-a	1	600 kn	600 kn
Troškovi javnog bilježnika	1	1100 kn	1100 kn

Pripremni radovi (Čišćenje podrasta i čišćenje ručnim alatima)	400 m <sup>2</sup>	25 kn/m <sup>2</sup>	10000 kn
Orezivanje oštećenih grana uz površinu biciklističke staze, visina krošnje ≤ 5 m	20 kom	1600 kn	32000 kn
Orezivanje oštećenih grana uz površinu biciklističke staze, visina krošnje > 5 m	7 kom	2200 kn	15400 kn
Ograda uz biciklističku stazu (Iskop jame, postava konstrukcije, premaz zaštitnim sredstvom)	20 m	300 kn/m	6000 kn
Prijelazni most preko potoka (Pripremni radovi, zemljani radovi, nabava i doprema, sklapanje konstrukcije, premazivanje)	10 m <sup>2</sup>	3600 kn/m <sup>2</sup>	36000 kn
Edukativni pano (Nabava, doprema, postava)	4 kom	2000 kn/kom	8000 kn
Edukativni pano s kartom (Nabava, doprema, postava)	2 kom	2500 kn/kom	5000 kn
Drvena tabla s biciklističkim znakom (Nabava, doprema, postava)	3 kom	300 kn/kom	900 kn
Promatračnica (Nabava, doprema, postava)	2 kom	4000 kn/kom	8000 kn
Bicikl	15 kom	2100 kn/kom	31500 kn
Profesionalni bicikl	2 kom	15000 kn/kom	30000 kn
Dalekozor	5 kom	1500 kn/kom	7500 kn
Dalekozor za noćno promatranje	1 kom	5000 kn/kom	5000 kn
Stol	5 kom	2000 kn/kom	10000 kn
Klupa	15 kom	1800 kn/kom	27000 kn

Koš za smeće	5 kom	150 kn/kom	750 kn
Troškovi održavanja	godišnje		3500 kn
Troškovi oglašavanja (tiskanje letaka, radio stanica, društvene mreže)	godišnje		3500 kn
<b>Trošak UKUPNO</b>	<b>241 750 kn</b>		

Pregledom kalkulacije troškova najveći trošak su pripremni radovi tako orezivanje oštećenih grana uz površinu biciklističke staze (do 5 metara i iznad 5 m) iznosi 19 % ukupnog troška, a izgradnja prijelaznog mosta iznosi 15 % troškova. Najmanji postotak troškova (<1 %) odnosi se na otvaranje OPG-a i troškove javnog bilježnika.



Slika 6: Primjer zone za odmor uz stolove i klupe (Izvor: Pinterest, pristupljeno 21.9.2022.)

Tablica 9: Procjena prihoda

Usluga	Cijena usluge	Broj očekivanih posjeta u godini	Cijena usluge za grupe	Broj očekivanih posjeta u godini	Očekivani godišnji prihod HRK
Rekreativni obilazak šume	40 kn/dan	350	30 kn/dan	120	17600 kn
Biciklistički obilazak šume s vlastitim biciklom	40 kn/dan	150	30 kn/dan	80	8400 kn
Biciklistički obilazak šume + najam bicikla	60 kn/dan	180	50 kn/dan	100	15800 kn
Biciklistički obilazak šume + najam profesionalnog bicikla	100 kn/dan	65	90 kn/dan	/	6500 kn
Fotolov + najam opreme	70 kn/dan	50	60 kn/dan	30	5300 kn
Noćni fotolov	100 kn/noć	30	/	/	3000 kn
Objedinjena ponuda	130 kn/dan	150	120 kn/dan	180	41100 kn
<b>Prihod UKUPNO</b>					<b>97700 kn</b>

Pregledom tablice procjena prihoda najveći prihod očekuje se od prodaje objedinjene ponude te iznos 42 % ukupnog prihoda, nakon toga slijede rekreativni obilazak s 18 % i biciklistički obilazak + najam bicikla sa 16 %. Najmanji udio prihoda očekuje se od fotolova od 5% i noćnog fotolova od 3 % stoga će se u budućnosti uložiti više napora u promociju ove aktivnosti. Planirani povrat uloženog kapitala iznosi 40,41 %.

Ukoliko se procjena prihoda ostvari razdoblje povrata može se očekivati već nakon 3 godine. Ako se poslovanje pokaže isplativim velik dio novca od ostvarenog prihoda uložio bi se za povećanje kvalitete i proširenje usluga na području rekreacijske zone. U planu je izgradnja sanitarnog čvora, 2 bungalova, proširenje staze, hotel za kukce, dječje igralište izgrađeno isključivo od drveta. Osim proširenja ponude u cilju je i organizirati biciklističke utrke i natjecanja te tako povećati prihode od prodaje grupnih ulaznica.



## 5. ZAKLJUČAK

Ekoturizam je novija vrsta turizma koja se sve više prihvaća u svijetu. Kada se pravilno implementira, njegove glavne koristi mogu biti dvostruke; 1. održavanje i zaštita biološke raznolikosti zaštićenih i ruralnih područja. 2. osiguranje dodatnog prihoda za stanovništvo ruralnih i nerazvijenih područja. Preferiraju se mirniji, prirodniji i izvorniji prostori od običnih turističkih središta. Isto tako, pojedinci su umjesto turizma more-pijesak-sunce počeli preferirati aktivnosti kojima se mogu baviti posebno u prirodnim i kulturnim područjima i pomoću kojih mogu naučiti izvorne kulturne vrijednosti i biti u prirodi. U ovom trenutku, aktivnosti "ekoturizma" su posebno nedavno postale sektori koji mogu stvoriti velike promjene kako u socio-kulturnom tako i u ekonomskom aspektu. Glavna svrha nije samo osiguranje socio-ekonomskog razvoja, već i zaštita prirodnih i kulturnih vrijednosti krajolika kako bi se s druge strane osigurala svijest o očuvanju prirode. Ekoturizam treba promatrati u izravnoj vezi s očuvanjem prirode (zaštićenih područja), uz očuvanje autentičnosti i uključivanje lokalnih zajednica u sve faze procesa. Razvojni proces ekoturizma dugotrajan je i zahtijeva stalne napore svih uključenih, ali dugoročno može donijeti veliku korist.

Na primjeru uređenja privatne rekreativne zone prikazane su mogućnosti uvođenja novih proizvoda i usluga iz područja ekoturizma, odnosno proširenje ponude. Uredila bi se površina od 7057 m<sup>2</sup>, sa biciklističkom stazom duljine 2000 m uz stazu se nalaze edukativni panoi, klupe za odmor i koševi za smeće. Osim biciklističke staze predviđena je površina s klupama i stolovima za odmor, u rekreativnoj zoni nude se i usluge fotolova, ovisno o prihodu u cilju je proširenje ponude unutar rekreacijske zone.

Pregledom ponude i potražnje na području Općine Pisarovina možemo zaključiti kako je ponuda siromašna, homogena i neinovativna, kao i na području velikog dijela kontinentalne Hrvatske. Prihodi od turizma na području Općine Pisarovina i dalje bilježe vrlo skromne rezultate. Pregledom snaga i prilika iz SWOT analize Općina Pisarovina ima dobre preduvjete za snažan razvoj ruralnog turizma, agroturizma i ekoturizma. Dobar geoprometan položaj, povoljne geografske karakteristike, niska gustoća naseljenosti i značajan postotak pošumljenosti ipak nisu dovoljni za razvoj turizma bez uključivanja i suradnje lokalnog stanovništva i turističke zajednice. Pošumljenost područja i zaštićene površine, predstavlja priliku za razvoj šumarstva sa proizvodima i uslugama ekosustava (rekreativne, estetske, zdravstvene i socijalne funkcije).

## 6. LITERATURA

1. Bansal, S., Kumar, J., 2011: Ecotourism for Community Development: A Stakeholder's Perspective in Great Himalayan National Park. *International Journal of Social Ecology and Sustainable Development*, 2(2), 31-40.
2. Bien, A., 2009: *A Simple User's Guide to Certification for Sustainable Tourism and Ecotourism*, CESD
3. Cater, E., 2002: Spread and Backwash Effects In Ecotourism: Implications for Sustainable Development. *International Journal of Sustainable Development*
4. Ceballos-Lascurain, H., 1996: Turizam, ekoturizam i zaštićena područja, Švicarska
5. Cooper, C., 2008: *Tourism: Principles and practice*. London
6. Darău, APCM, Brad, ML & Avram, E., 2010. Koncept ruralnog turizma i agroturizma. *Studia Universitatis "Vasile Goldiș", Arad*
7. Dorobanțu, MR & Nistoreanu, P., 2012. Ruralni turizam i ekoturizam – glavni prioriteti u orijentacijama održivog razvoja ruralnih lokalnih zajednica u Rumunjskoj. *Gospodarstvo Transdisciplinarna spoznaja*, XV(1), 259-66.
8. Đukić, A., 2001: *Menadžment prirodnih resursa i ekologija u turizmu, Veleučilište u Dubrovniku*, Dubrovnik
9. Europska komisija, 2000. *Prema kvalitetnom ruralnom turizmu. Integrirano upravljanje kvalitetom (IQM) ruralnih turističkih destinacija*. Bruxelles: Europski centar za eko agroturizam Europska komisija.
10. Hall, C. M., 2008: *Tourism planning: Policies, processes and relationships*. London: Pearson Education.
11. Holloway, J. C., & Taylor, N., 2006: *The business of tourism*, London
12. Honey, M., 2008: "Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise?" (2d ed.). Washington, DC: Island Press, 29–31.
13. Hrvatska turistička zajednica 2014: *Javni poziv za izbor potencijalnih kandidata za razvoj DMK te dodjelu potpora za programe razvoja i uvođenja na tržište složenih turističkih proizvoda za tržište posebnih interesa u 2014. godini*, Zagreb
14. Institut za turizam 2012: *Glavni plan i strategija razvoja turizma Republike Hrvatske*, Izvještaj 9. Marketing koncepcija turističkog razvoja, Zagreb
15. Jafari, J., 2002: *Encyclopedia of tourism*, Oxford
16. Keča, Lj., M. Marčeta, S. Posavec, S. Jelić, Š. Pezdevšek Malovrh, 2017: *Tržišne karakteristike i klaster analiza nedravnih šumskih proizvoda*. Šumarski list, Zagreb
17. Klarić, Z., Gatti, P., 2006: *Hrvatski turizam: plavo bijelo zeleno, Ekoturizam*, 149- 167, Institut za turizam, Zagreb
18. McCormick, K., 1994: *Može li ekoturizam spasiti prašume?*
19. Naisbitt, J., 1994: *Globalni paradoks*, Avon Books, New York
20. Neil, J. i Wearing, S., 1999. *Ecotourism*, Oxford
21. Nistoreanu, P., 2006. *Ecoturism is turism rural*. 3rd ed., Bucharest

22. Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD), 1980: Utjecaj turizma na okoliš, Pariz
23. Organizacija za gospodarsku suradnju i razvoj, 1994: Strategije turizma i ruralni razvoj, Pariz
24. Plan razvoja zagrebacke zupanije za period 2021.- 2027. (pristupljeno 31.5.2022)
25. Posavec S., Šegotić, K., Čaklović, L., 2006: Selection of biological parameters in the evaluation of natural resources, *Periodicum biologorum*, Zagreb
26. Posavec, S., Franjić, J., Škvorc, Ž., Lovrić, M., 2010: Koliko cijenimo socio-ekološke funkcije šuma?, *Međunarodni znanstveni skup*, Zadar
27. Posavec, S., Ravnjak, M., Špela P.M., 2018: Poslovno okruženje za razvoj sporednih šumskih proizvoda u Republici Hrvatskoj, *Nova mehanizacija šumarstva*
28. Provedbeni program Općine Pisarovina za razdoblje 2021-2025. (pristupljeno 25.7.2022.)
29. Roxana, D. M., 2012: Razmatranja o ekoturizmu i turizmu utemeljenom na prirodi - realnosti i perspektive. *Međunarodni časopis za akademska istraživanja u ekonomiji i upravljačkim znanostima*, 1( 5): 215-221.
30. Sasu, K., i Epuran, G., 2016. Pregled novih trendova u ruralnom turizmu, Braşov
31. Sousson, J., Shrestha B.K., and Uprety, L.P., 1995: *The Social Dynamics of Deforestation in Nepal*, New York
32. Svjetska turistička organizacija, 2002: *Ruralni turizam u Europi*, Madrid
33. Strategija razvoja Općine Pisarovina 2014. – 2020. (pristupljeno 22.3.2022.)
34. Strategija turističkog razvoja Zagrebačke županije do 2025. (pristupljeno 25.7.2022.)
35. Španjol, Ž., Barčić, D., Rosavec, R., Dorbić, B.: Biološko-ekološko i prostorno vrednovanje zaštićenih prirodnih vrijednosti u županijama sjeverozapadne Hrvatske, *Šumarski list*
36. Tewodros, K., 2010: *Geospatial Approach for Ecotourism Development: A Case of Bale Mountains National Park, Ethiopia*.
37. *The National Ecotourism Strategy*, 1994
38. UNWTO & ETC, 2011: *Handbook on Tourism Product Development*, Madrid
39. Vogt, H. 1997: *The economic benefits of tourism in the marine reserve of Apo Island, Philippines*
40. Vukonić B., Čavlek N., 2001: *Rječnik turizma*, Masmedia, Zagreb
41. Vukonić, B., Keča, K. 2001: *Turizam i razvoj*. Zagreb: Mikrorad d.o.o
42. Ziffer, K., 1989: *Ekoturizam*
43. Zoto, S., Qirici, E. i Polena, E., 2013: *Agroturizam – održivi razvoj ruralnog područja Korce*, *European Academic Research*
44. Žuvela, I., 1998: *Optimizacija strukture ponude turističke destinacije*, *Ekonomski fakultet Rijeka, Sveučilište u Rijeci, Hrvatska*

45. Williams A. M., King R., Warnes T., Patterson G., 2000: Tourism and international retirement migration: new forms of an old relationship in Southern Europe, *Tourism Geographies*
46. Weaver, D., B., 2001: Stanje suvremenog ekoturizma
47. World Tourism Organization (WTO), 1999: *Tourism Highlights*, Madrid