



**PLAN UPRAVLJANJA DESTINACIJOM
KRAPINA
2025.-2029.**

Zagreb, listopad 2025.

**PLAN UPRAVLJANJA DESTINACIJOM
KRAPINA
ZA RAZDOBLJE 2025.-2029.**

Naručitelj:

TZ Grada Krapine

Autori:

Dr.sc. Renata Tomljenović

Dr.sc. Snježana Boranić Živoder

Dr. sc. Ivo Beroš

Dr. sc. Luka Valožić

Dr. sc. Mira Zovko

Sadržaj:

1. POLAZIŠTE.....	5
1.1. Ciljevi.....	5
1.2. Planski pristup.....	5
2. PROFIL DESTINACIJE	7
3. ANALIZA STANJA.....	8
3.1. Performanse turističkog sektora	8
3.2. Ugostiteljski objekti.....	21
3.3. Turističke atrakcije.....	22
3.4. Turističke usluge.....	23
3.5. Organizacija upravljanja turizmom	24
4. RESURSNA OSNOVA	27
4.1. Kultura i baština	27
4.2. Priroda i okoliš.....	29
4.3. Javna turistička infrastruktura.....	30
4.4. Komunalna infrastruktura	30
4.5. Prometna infrastruktura	34
4.6. Analiza stanja digitalizacije.....	35
4.7. Analiza stanja pristupačnosti osobama s invaliditetom	38
4.8. Analiza organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji.....	39
4.9. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala.....	40
4.10. Analiza komunikacijskih aktivnosti.....	41
4.11. Trendovi i analiza konkurencije	42
5. POKAZATELJI ODRŽIVOSTI	46
5.1. Obavezni pokazatelji održivosti – metodologija i rezultati.....	46
5.2. Specifični pokazatelji održivosti – metodologija i rezultati	55
6. RAZVOJNI SMJER S MJERAMA I AKTIVNOSTIMA.....	59
6.1. SWOT analiza.....	59
6.2. Strateški okvir.....	66
6.3. Mjere i aktivnosti	74
7. SMJERNICE I PREPORUKE ZA DIONIKE RAZVOJA.....	88
7.1. Smjernice i preporuke po skupinama dionika	88
7.2. Smjernice i preporuke za učinkovitu provedbu Plana	89
7.3. Smjernice za praćenje pokazatelja održivosti	92

8.	PROJEKTI.....	94
8.1.	Projekti u funkciji ostvarenja pokazatelja održivosti	95
8.2.	Projekti od posebnog značaja za razvoj destinacije	112
9.	MJERENJE NAPRETKA I IZVJEŠĆE O PROVEDBI.....	113
9.1.	Podrška provedbi plana.....	113
9.2.	Izvješćivanje o provedbi	113
9.3.	Izmjene i dopune plana.....	113
9.	ZAKLJUČAK.....	114
	Prilog 1: Popis i vrsta zaštićenih kulturnih dobara	115

1. POLAZIŠTE

Plan upravljanja destinacijom Krapina za razdoblje 2025. – 2029. izrađen je s ciljem uspostave koordiniranog, održivog i strateški usmjerenog razvoja turizma na području destinacije. Dokument proizlazi iz Zakona o turizmu (NN 156/2023), Pravilnika o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom (NN 112/2024), te Smjernica Ministarstva turizma i sporta za izradu i provedbu planova upravljanja. Izrada dokumenta podijeljena je u dvije faze: analiza stanja i izrada strateškog i operativnog okvira. Plan predstavlja temelj za usklađeno djelovanje dionika, ulaganje u projekte od važnosti za destinaciju te sustavno praćenje i prilagodbu turističkog razvoja.

1.1. Ciljevi

Ciljevi izrade Plana upravljanja destinacijom Krapina su:

- Analizirati postojeće stanje turizma i relevantne prostorne, društvene i gospodarske pokazatelje;
- Izračunati pokazatelje održivosti destinacije prema propisanoj metodologiji;
- Definirati razvojna načela, viziju i strateške ciljeve turizma;
- Definirati mjere i aktivnosti, kao i smjernice za implementaciju koje se odnose na sve ključne dionike;
- Identificirati projekte od značaja za razvoj destinacije, s posebnim naglaskom na one strateške, vrijednosti veće od 1.000.000 eura, koji imaju izrađenu dokumentaciju i značajan razvojni potencijal;
- Osigurati uključivanje i koordinaciju dionika te uspostaviti okvir za sustavno praćenje i izvještavanje o provedbi plana.

1.2. Planski pristup

Pristup definiranju plana temelji se na principima participativnog planiranja, održivog razvoja i multidisciplinarnosti. Korištena je metodologija definirana pravilnikom (NN 112/2024) i smjericama Ministarstva turizma i sporta, uključujući

- metodologiju izrade plana upravljanja destinacijom,
- metodologiju izračuna pokazatelja održivosti,
- metodološke smjernice za provedbu primarnih istraživanja.

U okviru participativnog dijela procesa, održane su dvije radionice.

U fazi analize stanja 13. svibnja 2025. godine, uz sudjelovanje predstavnika Turističke zajednice Grada Krapine, Gradske uprave i poduzeća, institucija u kulturi, udruga te predstavnika turističkog sektora. Radionica je bila strukturirana u četiri tematska bloka: (1) identitet i vizija, (2) izazovi i potrebe, (3) suradnja i koordinacija, (4) prioriteti i razvojni projekti.

Za dodatni doprinos sudionika, pripremljeni su i radni listovi – strukturirani upitnici otvorenog tipa – koje je bilo moguće ispuniti na radionici ili dostaviti naknadno. Prikupljeni uvidi analizirani su i integrirani u relevantna poglavlja analize stanja. Na temelju ovako prikupljenih podataka i uvida izrađena je sustavna i realna slika stanja turizma u Krapini, koja će poslužiti kao osnova za oblikovanje daljnjih strateških i operativnih elemenata Plana upravljanja.

Druga radionica, održana 16. lipnja 2025., bila je usmjerena na predstavljanje ključnih elemenata Plana upravljanja turizmom – uključujući viziju, misiju, strateški pravac, prioritete i mjere. Sudionicima su prikazani rezultati analize stanja i SWOT-a, te su pozvani da komentiraju prioritete i identificiraju ključne projekte za grada.

2. PROFIL DESTINACIJE

Lokacija	Sjeverozapadna Hrvatska, Krapinsko-zagorska županija, u dolini rijeke Krapinice
Prometna povezanost	Vrlo dobra: autocesta A2 (Zagreb–Macelj), željeznička pruga, blizina granice sa Slovenijom
Udaljenost od glavnog grada i glavnih emitivnih tržišta	50 km od Zagreba, cca 40 min vožnje; do Beča i Budimpešte cca 3–4 sata
Geografska obilježja	Brežuljkasto područje Hrvatskog zagorja, šume, vinogradi, povijesni brežuljci
Klimatska obilježja	Umjereno kontinentalna klima s toplim ljetima i hladnim zimama
Broj stalnih stanovnika	11.530 stanovnika (Popis 2021.)
Broj turista (2024.)	15.157 dolazaka (9.576 u obiteljskom smještaju, 5.581 u hotelima i hostelima)
Prosječna duljina boravka (2024.)	Oko 1,48 noćenja – stabilna kroz godine (od 1,37 do 1,55). U obiteljskom smještaju dulja nego u hotelima (1,55 vs. 1,37 dana).
Turistički kapaciteti (2024.)	305 kreveta u 51 objektu; rast kapaciteta od 43,9 % u odnosu na 2019.
Ugostiteljski sadržaji	Restorani i izletišta: Kramberger (grad), Vuglec Breg, Preša, Krapina Nova, KTC restoran
Najpopularnije atrakcije	Muzej krapinskih neandertalaca, nalazište Hušnjakovo, Tjedan kajkavske kulture
Glavni turistički proizvod	Kulturni i izletnički turizam, baština, manifestacije, tranzitno zaustavljanje
Prostor – turističke zone	Kneipp, Strahinjščica
Turistička infrastruktura	Šetnice, biciklističke rute, dječja igrališta, interpretacijske staze

3. ANALIZA STANJA

Grad Krapina smješten je u sjeverozapadnom dijelu Hrvatske te zauzima središnje mjesto unutar Krapinsko-zagorske županije, čije je administrativno i kulturno središte. Sa svojih 47,72 km² površine i više od 12.000 stanovnika, Krapina pripada urbanim sredinama visoke gustoće naseljenosti, znatno iznad državnog i županijskog prosjeka. Reljefno i klimatski, prostor Grada Krapine pripada istočnim obroncima Alpa i karakterizira ga kontinentalna klima s izraženim sezonskim razlikama, što stvara povoljne uvjete za boravak tijekom cijele godine.

Povoljan geoprometni položaj – neposredna blizina autoceste Zagreb–Macelj i granice sa Slovenijom – čini Krapinu lako dostupnom iz Zagreba i šireg pograničnog područja, a time i potencijalno atraktivnom za jednodnevne i vikend posjete, ali i duži boravak. Grad je funkcionalno integriran u širu regiju i ima izraženu gravitaciju prema Zagrebu, što dodatno oblikuje njegov turistički potencijal.

Gospodarska osnova Grada temelji se na malom i srednjem poduzetništvu okupljenom u moderno opremljenim poduzetničkim zonama, dok dodatni razvojni potencijal proizlazi iz sinergije kulturnih, obrazovnih i društvenih institucija koje oblikuju njegov identitet. Povijesno nasljeđe, manifestacije, te razvijena kulturna i obrazovna infrastruktura dodatno jačaju potencijal za ubrzaniji razvoj turizma temeljenog na kulturnim, edukativnim i društvenim doživljajima.

Analiza stanja ključna je faza u procesu izrade Plana upravljanja turizmom jer pruža sveobuhvatan pregled prostorno-društvenog, gospodarskog i institucionalnog konteksta na kojem se temelji oblikovanje strateških smjernica i mjera. Njezina je svrha prepoznati ključne resurse, ograničenja, trendove i izazove koji utječu na razvoj turizma te stvoriti pouzdanu osnovu za oblikovanje smjernica i izbor razvojnih prioriteta koji odgovaraju stvarnim mogućnostima destinacije.

3.1. Performanse turističkog sektora

Analiza komercijalnih smještajnih kapaciteta i fizičkog turističkog prometa na prostoru Grada Krapine napravljena je temeljem podataka dostupnih iz sustava eVisitor. Smještajni objekti u sustavu eVisitor razvrstani su prema obilježjima *Vrsta objekta* i *Podvrsta objekta*, a u skladu sa Zakonom o ugostiteljskoj djelatnosti¹ i pripadajućim važećim pravilnicima o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata². Za potrebe ove analize, smještajni objekti su razvrstani u manji broj grupa (tablica 3.1.). Kriterij definiranja grupe je bila važnost vrste/podvrste objekta (broj objekata, ostvareni turistički promet) unutar turističkih kapaciteta Grada Krapine, mogućnost povezivanja s drugim sličnim vrstama/podvrstama te mogućnost izvještavanja.

¹ NN 85/15, 121/16, 99/18, 25/19, 98/19, 32/20, 42/20 i 126/21

² Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine Hoteli (NN 56/16), Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine Kampovi (NN 54/16), Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu (NN 9/16), Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu (NN 54/16) i Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (NN 54/16)

Tablica 3.1. Definicija grupa smještajnih objekata

Grupa	Vrsta objekta (eVisitor)	Podvrsta objekta (eVisitor)
Hoteli i hosteli	Hoteli	Sve podvrste
	Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	Hostel
Obiteljski smještaj	Objekti u domaćinstvu	Sve podvrste
	Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	Sve podvrste
	Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	Apartman, Studio apartman, Kuće za odmor, Soba za iznajmljivanje

Pregled turističkog prometa napravljen je za razdoblje koje obuhvaća 2019., 2022., 2023. i 2024. godinu. Godine 2020. i 2021. nisu relevantne za usporedbu zbog krize nastale kao posljedica pandemije uzrokovane virusom COVID-19 i stoga su izostavljene iz ove analize. Zbog jednostavnosti, u tekstu će se pod „razdoblje 2019.-2024.*“ podrazumijevati razdoblje za koje je napravljena analiza turističkog prometa (obuhvaća 2019., 2022., 2023. i 2024. godina).

S obzirom na to da se broj registriranih objekata mijenja na dnevnoj bazi, u analizu stanja u pojedinoj godini su uključeni svi oni objekti koji su u toj godini ostvarili barem jedno noćenje³.

Komercijalni turistički kapaciteti

Pregled objekata koji su u 2024. godini djelovali na području Grada Krapine prikazan je u tablici 3.2. iz koje je vidljivo da se trećina kreveta nalazila se u grupi Hoteli i hosteli, a preostale dvije trećine nalaze se u obiteljskom smještaju.

Tablica 3.2. Pregled aktivnih turističkih objekata na području Grada Krapine u 2024. godini.

Vrsta	Broj objekata	Broj kreveta	Zbirno
Hoteli	1	40	Hoteli i hosteli: 4 objekta, 102 kreveta
Hosteli	3	62	
Objekti u domaćinstvu	34	144	Obiteljski smještaj: 47 objekata, 203 kreveta
Objekti na OPG-u	6	25	
Apartmani	2	4	
Kuće za odmor	4	26	
Studio apartmani	1	4	

Izvor: eVisitor

³ Sustav eVisitor točno bilježi noćenja i dolaske, no problem predstavljaju kapaciteti, pogotovo u slučajevima kada dolazi do promjene vlasništva nad objektom i sl. U tom slučaju se isti objekt pojavljuje kao dva (ili više zapisa) u istoj kalendarskoj godini, broj noćenja i dolazaka je dobro izračunat, ali je moguće da se kapaciteti prikazuju dvostruko.

U tablici 3.3 prikazan je broj kreveta u Gradu Krapina po svim godinama razdoblja 2019.-2024. *, zajedno s promjenom broja kreveta u 2024. u odnosu na 2019., odnosno 2023. godinu.

Tablica 3.3. Broj registriranih kreveta u Krapinsko-zagorskoj županiji u razdoblju 2019.-2024.* godina prema vrstama smještajnih kapaciteta*

Vrsta/Godina	2019.	2022.	2023.	2024.	Δ 24/1*9	Δ 24/23*
Hoteli i hosteli	110	102	102	102	-7,3%	0,0%
Obiteljski smještaj	102	156	177	203	99,0%	14,7%
Ukupno kreveta	212	258	279	305	43,9%	9,3%

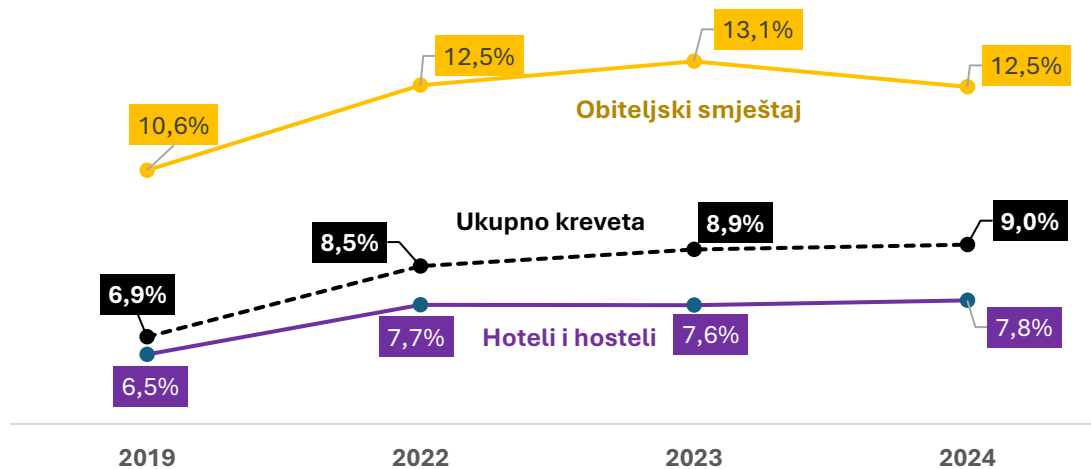
* U posljednja dva stupca prikazana je promjena broja kreveta u 2024. u odnosu na 2019. (stupac Δ 24/19), odnosno 2023. godinu (stupac Δ 24/23).

Izvor: eVisitor

Broj kreveta u Krapini se u 2024. u odnosu na 2023. povećao za 43,9%, a u odnosu na 2019., rast iznosi 9,3%. Rast je isključivo generiran rastom broja kreveta u obiteljskom smještaju: u odnosu na 2019. godinu, u 2024. je dvostruko više kreveta u obiteljskom smještaju, a u odnosu na 2023. godinu u 2024. je zabilježen rast od 14,7%.

Udio s kojim turistički smještajni kapaciteti Grada Krapine učestvuju u smještajnim kapacitetima Krapinsko-zagorske županije prikazani su na slici 1. Udio kreveta u komercijalnim smještajnim kapacitetima u Gradu Krapini je narastao sa 6,9% u 2019. na 9,0% u 2024. godini. Narastao je i udio kreveta u obiteljskom smještaju: sa 10,6% na 12,5%, s time da je najveći bio u 2023., kada je iznosio 13,1%. Udio kreveta u hotelima je porastao sa 6,5% u 2019. na 7,8% u 2024. kao posljedica pada broja kreveta u hotelima na razini županije. Treba istaknuti i da se na području Grada Krapine nalazi polovica kreveta u hostelima na području Krapinsko-zagorske županije.

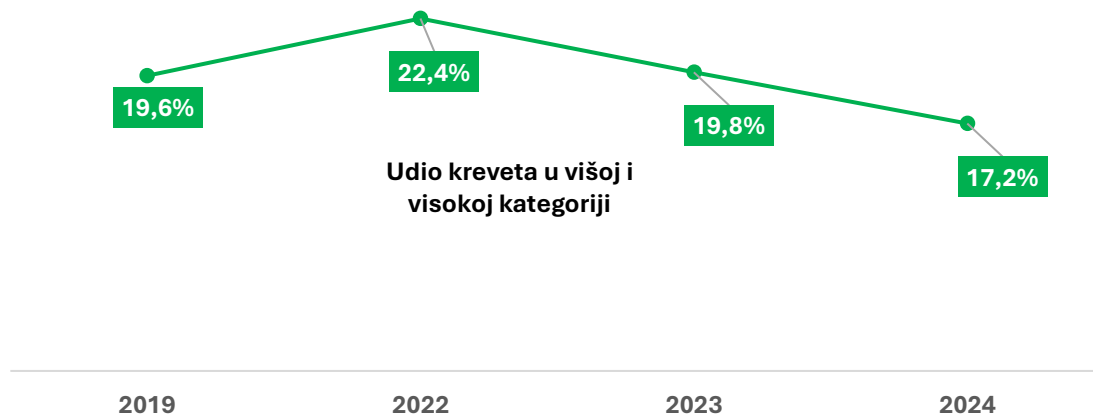
Slika 3.1. Udio turističkih smještajnih kapaciteta u Gradu Krapini u smještajnim kapacitetima u Krapinsko-zagorskoj županiji u razdoblju 2019.-2024.* prema vrstama smještajnih kapaciteta.



Izvor: eVisitor

Gledano prema kategoriji smještaja, u vrsti Hoteli i hosteli nema objekata više i visoke kategorije (4* i 5*). U obiteljskom smještaju postoje objekti u kategoriji 4*, a njihov udio u ukupnom broju kreveta u obiteljskom smještaju u Krapini prikazan je na slici 3.2.

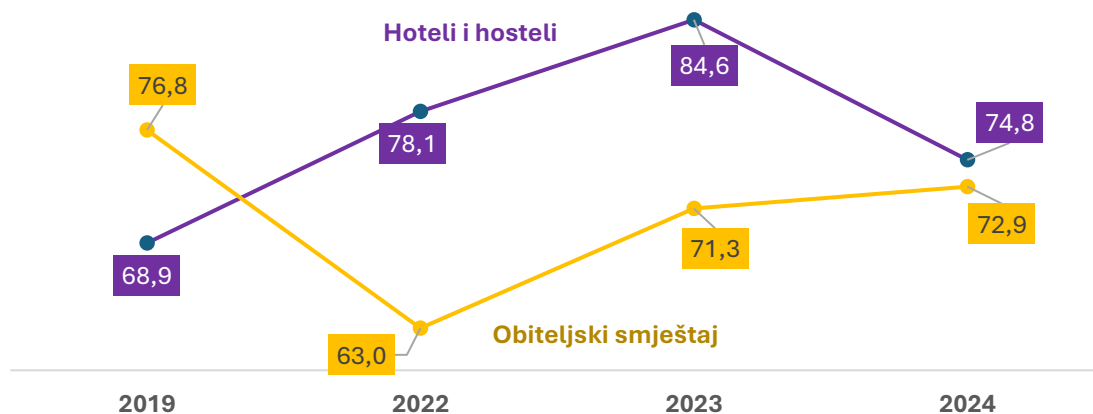
Slika 3.2. Udio smještajnih kapaciteta više i visoke kategorije (4* i 5*) u obiteljskom smještaju u ukupnom kapacitetu obiteljskog smještaja u Gradu Krapini u razdoblju 2019.-2024.*,



Izvor: eVisitor

Udio kreveta u objektima više i visoke kategorije u obiteljskom smještaju je u 2024. manji nego li je bio 2022. (tada je bio najveći), što ukazuje da je većina novo registriranih objekata u obiteljskom smještaju u kategoriji 3* ili niže. Za usporedbu, u Krapinsko-zagorskoj županiji je u 2024. udio kreveta u objektima više i visoke kategorije u obiteljskom smještaju bio 32,0%.

Slika 3.3. Iskorištenost turističkih smještajnih kapaciteta u Gradu Krapini u razdoblju 2019.-2024.* prema vrstama smještajnih kapaciteta.



Izvor: eVisitor

Iskorištenost kreveta prikazana je na slici 3. Iskorištenost kapaciteta u vrsti Hoteli i hosteli je rasla do 2023. godine, a u 2024. je zabilježen pad iskorištenosti. S druge strane u obiteljskom smještaju je najmanja iskorištenost bila u 2022. godini, a od tada raste i 2024. je dosegla 72,9 dana, što je i dalje

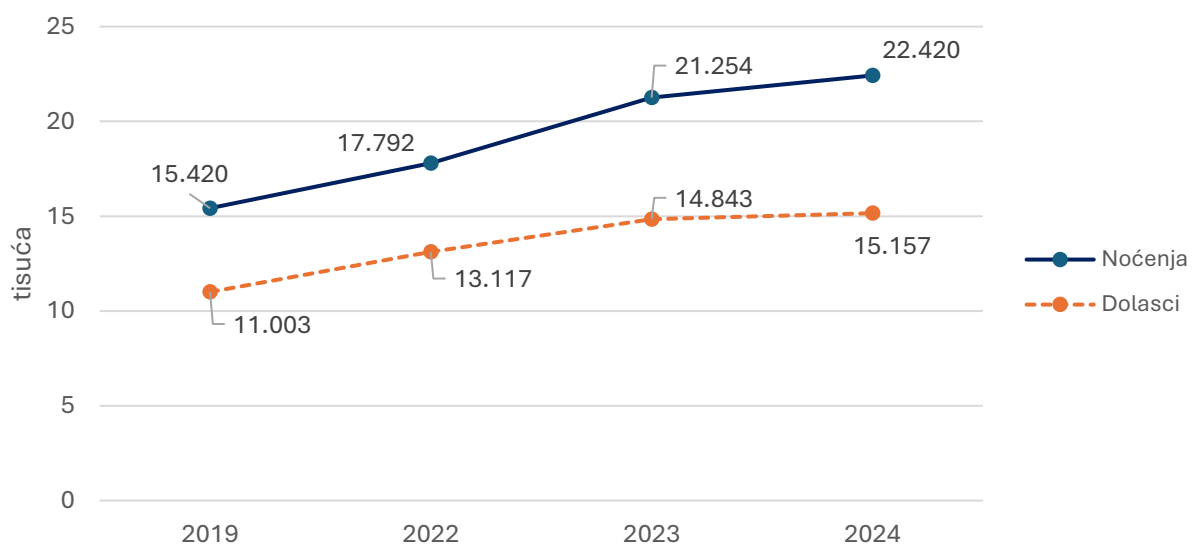
manje nego li 2019. godine. U odnosu na iskorištenost u Krapinsko-zagorskoj županiji, iskorištenost u vrsti smještaja Hoteli i hosteli je znatno manja (u 2024. je iskorištenost u županiji u vrsti smještaj Hoteli i hosteli bila 228,4 dana), ali je iskorištenost u obiteljskom smještaju bolja (u županiji je u 2024. bila 62,2 dana).

Turistički dolasci i noćenja⁴

Broj noćenja i broj dolazaka stabilno rastu. U 2024. godini je zabilježeno 5,5% više noćenja i 2,1% više dolazaka u odnosu na 2023. godinu, odnosno 45,4% više noćenja i 37,8% više dolazaka u odnosu na 2019. (slika 3.4).

Prosječna duljina boravka turista u komercijalnim smještajnim objektima u Gradu Krapini bila je u svim promatranim godinama oko 1,5 noćenja.

Slika 3.4. Broj noćenja i dolazaka u Krapinsko-zagorsku županiju u razdoblju 2019.-2024.*



Izvor: eVisitor

Noćenja i dolasci u Grad Krapinu u razdoblju 2019.-2024.* prema vrsti smještajnih kapaciteta prikazani su u tablici 3.4. U vrsti smještaja Hoteli i hosteli broj noćenja i dolazaka je stalno rastao do 2023., kada je ostvareno najviše dolazaka i noćenja. U 2024. došlo je do smanjenja broja noćenja i dolazaka za više od 10% u odnosu na 2023. godinu. U obiteljskom smještaju je tijekom cijelog razdoblja rastao broj noćenja i dolazaka. U 2024. je ostvareno 17,2% više noćenja i 13,6% više dolazaka u odnosu na 2023. godinu, a u odnosu na 2019. godinu rast broja noćenja i dolazaka je veći od 80%.

⁴ Analiza turističkog prometa (noćenja i dolazaka) u Gradu Krapini napravljena je na temelju podataka o komercijalnim smještajnim objektima, dostupnim iz sustava eVisitor. Smještajni objekti su razvrstani u manji broj grupa, a kriterij definiranja grupe je bila važnost vrste/podvrste objekta (broj objekata, ostvareni turistički promet) unutar turističkih kapaciteta Grada Krapine, mogućnost povezivanja s drugim sličnim vrstama/podvrstama te mogućnost izvještavanja. Grupe u koje su objekti razvrstani su Hoteli i hosteli te Obiteljski smještaj, a njihova definicija je dana u tablici 3.1.

Tablica 3.4. Broj ostvarenih noćenja (N) i dolazaka (D) u Grad Krapinu u razdoblju 2019.-2024.* prema vrstama smještajnih kapaciteta.

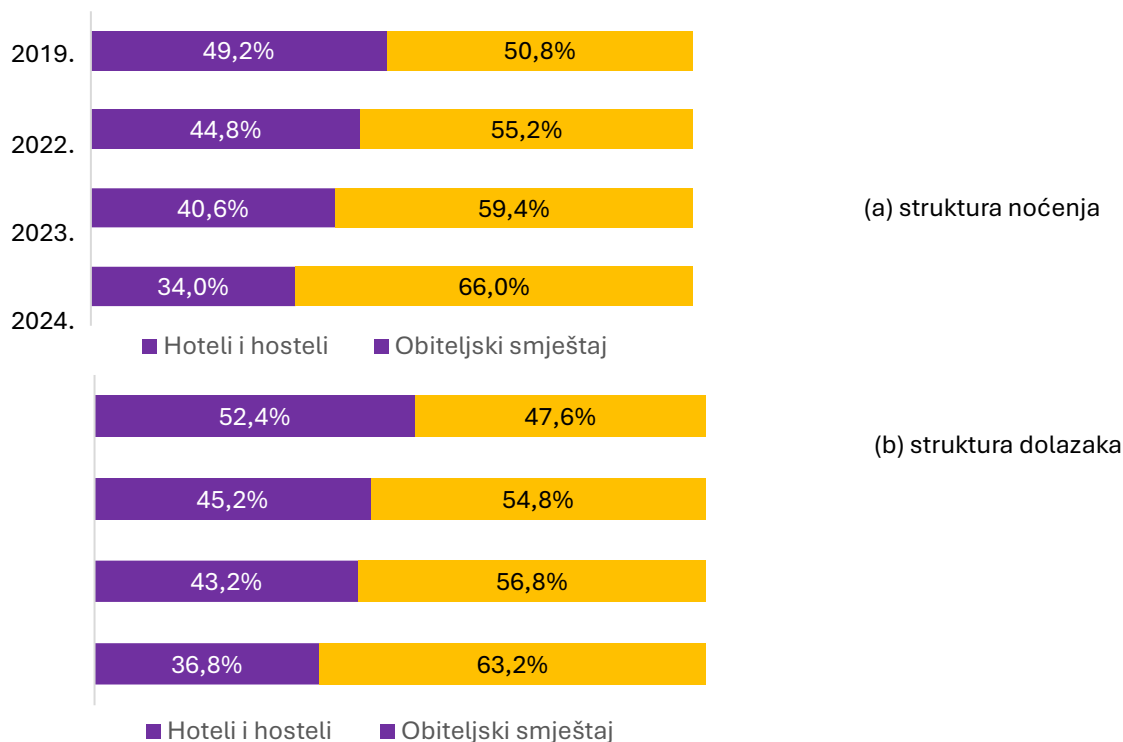
Vrsta/Godina		2019.	2022.	2023.	2024.	Δ 24/19	Δ 24/23*
Hoteli i hosteli	N	7.582	7.971	8.627	7.625	0,6%	-11,6%
	D	5.770	5.930	6.410	5.581	-3,3%	-12,9%
Obiteljski smještaj	N	7.838	9.821	12.627	14.795	88,8%	17,2%
	D	5.233	7.187	8.433	9.576	83,0%	13,6%
Ukupno	N	15.420	17.792	21.254	22.420	45,4%	5,5%
	D	11.003	13.117	14.843	15.157	37,8%	2,1%

* U posljednja dva stupca prikazana je promjena u 2024. u odnosu na 2019. (stupac Δ 24/19), odnosno 2023. godinu (stupac Δ 24/23).

Izvor: eVisitor

Obzirom na različite stope promjene turističkog prometa prema vrsti smještaja, ne čudi da se struktura turističkog prometa potpuno promijenila (slika 3.5). U 2019. godini, turistički promet je bio ravnomjerno podijeljen između vrste smještaja Hoteli i hosteli i obiteljskog smještaja, ali u 2024. je tek nešto više od trećine noćenja i dolazaka ostvareno u vrsti smještaja Hoteli i hosteli.

Slika 3.5. Struktura noćenja i dolazaka u Gradu Krapini u razdoblju 2019.-2024.* prema vrstama smještaja.

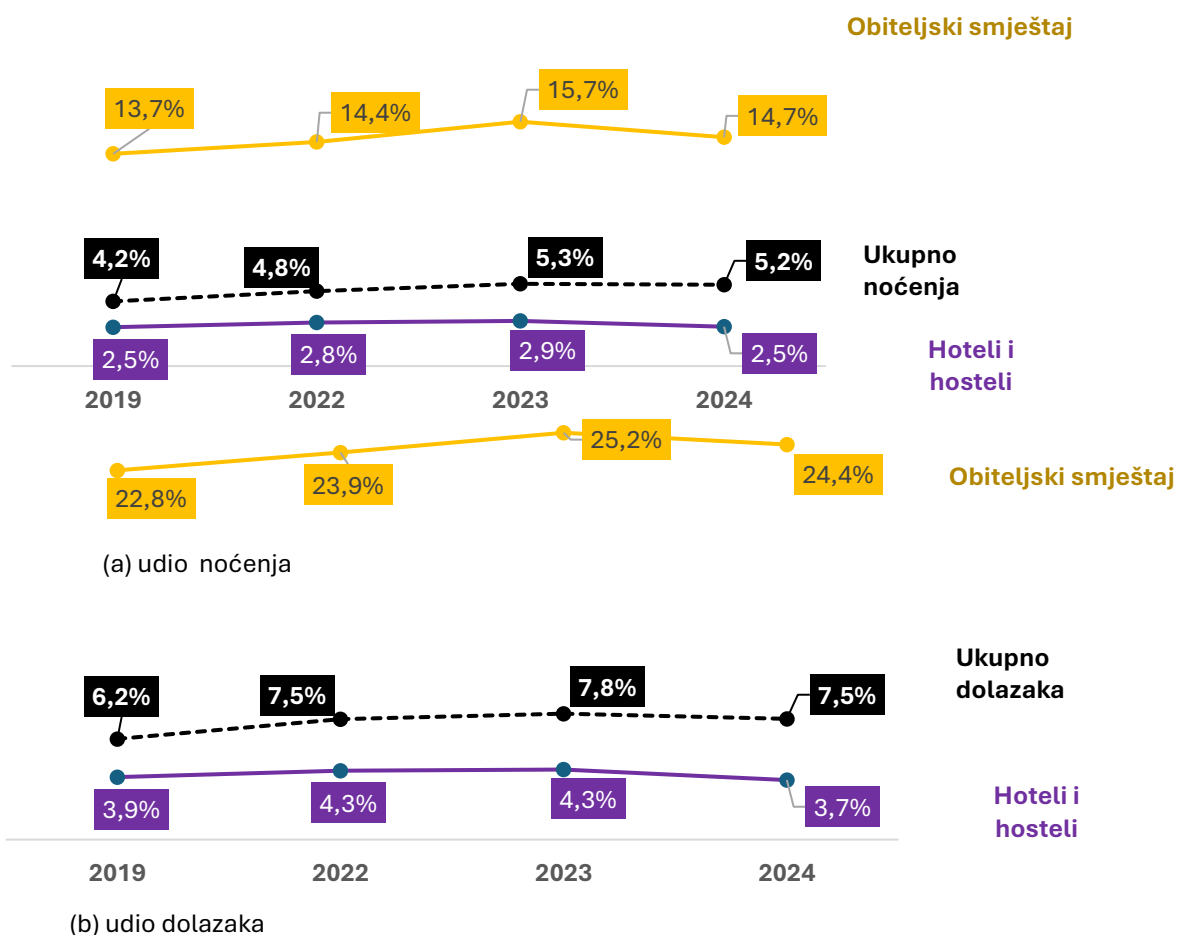


Izvor: eVisitor

Udio noćenja u Gradu Krapini u noćenjima u Krapinsko-zagorskoj županiji je u 2024. bio je 5,2%, što je nešto manje od udjela u 2023. godini. Slično je i s udjelom dolazaka u Grad Krapinu u dolascima u

Krapinsko-zagorsku županiju: udio raste od 2019., najveći je bio 2023. (7,8%), a u 2024. se malo smanjio i iznosi 7,5% (slika 3.6).

Slika 3.6. Udio noćenja i dolazaka u Gradu Krapini u noćenjima i dolascima u Krapinsko-zagorskoj županiji u razdoblju 2019.-2024.* prema vrstama smještajnih kapaciteta.



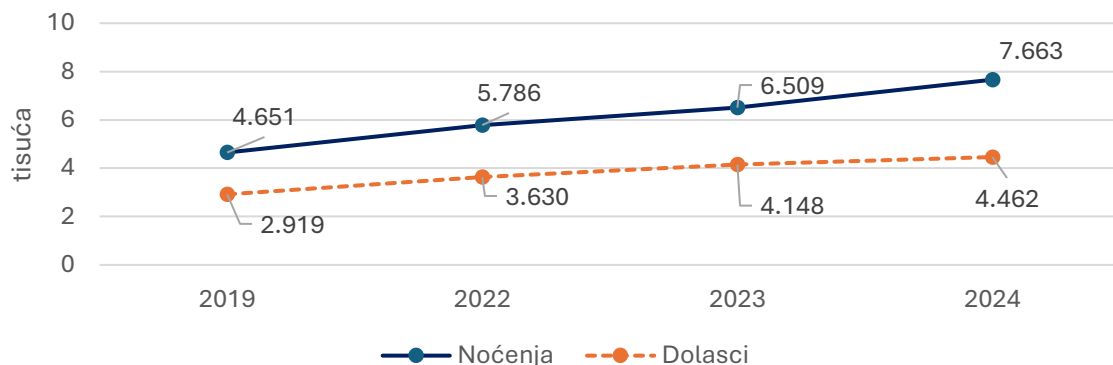
Izvor: eVisitor

Gledano prema vrstama smještaja, udio noćenja u vrsti Hoteli i hosteli ne prelazi 3%, a udio dolazaka je najveći bio u 2023. i iznosio je 4,3%. U obiteljskom smještaju Grad Krapina sudjeluje s oko 15% u noćenjima, a četvrtina svih dolazaka u obiteljskom smještaju u Krapinsko-zagorskoj županiji ostvarena je u Gradu Krapini. Velika razlika udjela noćenja i dolazaka implicira i razliku u duljini boravka. Duljina boravka u obiteljskom smještaju u ostatku županije kreće se od 2,6 (u 2022.) do 2,9 (u 2024.) noćenja, dok je u Gradu Krapini godini između 1,37 (u 2022. godini) do 1,55 (u 2024. godini).

Tržišta

Domaći turisti u Gradu Krapini ostvaruju najveći broj noćenja i dolazaka. U razdoblju 2019.-2024.* broj noćenja i dolazaka domaćih turista rastao je svake godine (slika 3.7). Udio noćenja domaćih turista u Gradu Krapini u promatranom razdoblju kretao se između 30% i 34%, dok je udio dolazaka domaćih turista u ukupnim dolascima u Grad Krapinu između 26% i 30%.

Slika 3.7. Broj noćenja i dolazaka domaćih turista u Gradu Krapini u razdoblju 2019.-2024.* godina.



Izvor: eVisitor

Gledano u odnosu na županiju, udio noćenja i dolazaka domaćih turista u Grad Krapinu u ukupnim noćenjima i dolascima domaćih turista u stalnom je rastu. Udio noćenja u 2019. je bio 2,4%, da bi u 2024. narastao na 3,8%. Slično je udjelom dolazaka domaćih turista koji je sa 3,3% u 2019. narastao na 4,5% u 2024. godini.

Tablica 3.5. Pregled noćenja, dolazaka i duljine boravka domaćih turista u Gradu Krapini u 2024. godini prema vrstama smještaja

Vrsta		Broj	Udio vrste	Udio ukupno	Duljina boravka	Δ 24/23	Δ 24/19
Hoteli i hosteli	N	2.958	38,8%	38,6%	1,3	-2,5%	15,1%
	D	2.339	41,9%	52,4%		-0,4%	23,6%
Obiteljski smještaj	N	4.705	31,8%	61,4%	2,2	35,4%	126,2%
	D	2.123	22,2%	47,6%		17,9%	106,7%
Ukupno	N	7.663	34,2%	100,0%	1,7	17,7%	64,8%
	D	4.462	29,4%	100,0%		7,6%	52,9%

Izvor: eVisitor

U tablici 3.5 prikazan je pregled broja noćenja, dolazaka i duljine boravka domaćih turista u 2024. godini, zajedno s promjenom u odnosu na 2023., odnosno 2019. godinu. Kako se vidi iz tablice, domaći turisti su veći broj noćenja ostvarili u obiteljskom smještaju, ali je u vrsti Hoteli i hosteli ostvaren veći broj dolazaka. I u vrsti Hoteli i hosteli i u obiteljskom smještaju domaći turisti imaju najveći udio u noćenjima (stupac *Udio vrste*), dok je udio u dolascima (posebno u obiteljskom smještaju) znatno manji. Domaći turisti u 2024. su dulje boravili u obiteljskom smještaju. Broj noćenja domaćih turista u Gradu Krapini je u 2024. porastao za 17,7% u odnosu na 2023., a za 64,8% u odnosu na 2019. godinu. Broj dolazaka u 2024. je malo sporije rastao u odnosu na broj noćenja. Rast turističkog prometa domaćih turista u 2024. u odnosu na 2023. godinu je induciran rastom u prometa domaćih turista u obiteljskom smještaju, dok je rast u odnosu na 2019. ipak jednim dijelom uzrokovan rastom prometa domaćih turista u vrsti smještaja Hoteli i hosteli.

Najveći broj noćenja i dolazaka ostvaruju domaći turisti, s izuzetkom 2019. godine, kada su turisti iz Poljske ostvarili najveći broj dolazaka. Među stranim turistima, najbrojniji su turisti iz Poljske, Češke i Njemačke, dok turisti iz ostalih zemalja imaju udjel u noćenjima manji od 3,5%. Na petom mjestu po

broju noćenja u svakoj od promatranih godina je bila druga država, dok je kod dolazaka Austrija na petom mjestu od 2022. godine.

Tablica 3.6. Pet država s najvećim udjelom noćenja u Gradu Krapini po godinama.

2019		2022		2023		2024	
Država	%	Država	%	Država	%	Država	%
Hrvatska	30,2	Hrvatska	32,5	Hrvatska	30,6	Hrvatska	34,2
Poljska	21,1	Poljska	19,5	Poljska	18,0	Poljska	18,5
Češka	11,4	Češka	13,1	Češka	11,6	Češka	11,9
Njemačka	9,7	Njemačka	11,7	Njemačka	10,9	Njemačka	9,2
BiH	4,0	Nizozemska	3,5	Austrija	3,4	Slovenija	2,5

Izvor: eVisitor

Tablica 3.7. Pet država s najvećim udjelom dolazaka u Gradu Krapini po godinama.

2019		2022		2023		2024	
Država	%	Država	%	Država	%	Država	%
Poljska	27,0	Hrvatska	27,7	Hrvatska	27,9	Hrvatska	29,4
Hrvatska	26,5	Poljska	25,2	Poljska	24,2	Poljska	25,3
Češka	14,9	Češka	16,5	Češka	15,5	Češka	15,1
Njemačka	7,9	Njemačka	11,0	Njemačka	8,9	Njemačka	8,8
Slovenija	2,8	Austrija	3,4	Austrija	3,2	Austrija	2,5

Izvor: eVisitor

U odnosu na 2019., turisti iz Poljske, Češke i Njemačke su ostvarili značajan rast broj noćenja (27,5%, 52,3% i 37,8%, respektivno), dok je u odnosu na 2023. broj noćenja turista iz Poljske i Češke porastao za nešto više od 8,5%, dok se broj noćenja turista iz Njemačke smanjio za 11,0%. U 2024. je kod spomenutih država, u odnosu na 2019. godinu, isto zabilježen značajan rast broja dolazaka: kod turista iz Poljske za 29,1%, kod turista iz Češke 39,5%, a kod turista iz Njemačke za 54,1%. U odnosu na 2023., broj dolazaka turista iz Poljske je porastao za 6,9%, broj dolazaka turista iz Češke se neznatno smanjio, a turista iz Njemačke povećao za 1,5%. Treba primijeti da je duljina boravka turista iz Poljske i Češke oko 1,1 noćenja, dok turisti iz Njemačke u prosjeku ostvare 1,8 noćenja, ali njihova duljina boravka se u 2024. godini smanjila na 1,5 noćenja.

Tablica 3.8. Po pet država s najvećim brojem noćenja i dolazaka u Grad Krapinu, u 2024. godini po vrstama smještaja*

a) Hoteli i hosteli, noćenja

	%	Δ19	Δ23
Hrvatska	38,8	15,1	-2,5
Poljska	9,9	-45,3	-30,7
Njemačka	9,6	-7,1	-25,0
Češka	7,6	-9,5	-27,5
Austrija	4,4	69,9	-15,5

b) Hoteli i hosteli, dolasci

	%	Δ19	Δ23
Hrvatska	41,9	23,6	-0,4
Poljska	13,3	-39,1	-27,8
Češka	9,8	-11,4	-29,8
Njemačka	9,3	7,6	-10,3
Austrija	4,2	46,3	-15,5

c) Obiteljski smještaj, noćenja

	%	Δ19	Δ23
Hrvatska	31,8	126,2	35,4
Poljska	23,0	81,4	24,8
Češka	14,1	88,1	26,0
Njemačka	9,0	87,6	-1,0
Nizozemska	2,2	168,9	41,4

d) Obiteljski smještaj, dolasci

	%	Δ19	Δ23
Poljska	32,4	76,4	20,8
Hrvatska	22,2	106,7	17,9
Češka	18,2	70,1	14,5
Njemačka	8,6	112,4	10,8
Slovenija	1,9	96,7	1,1

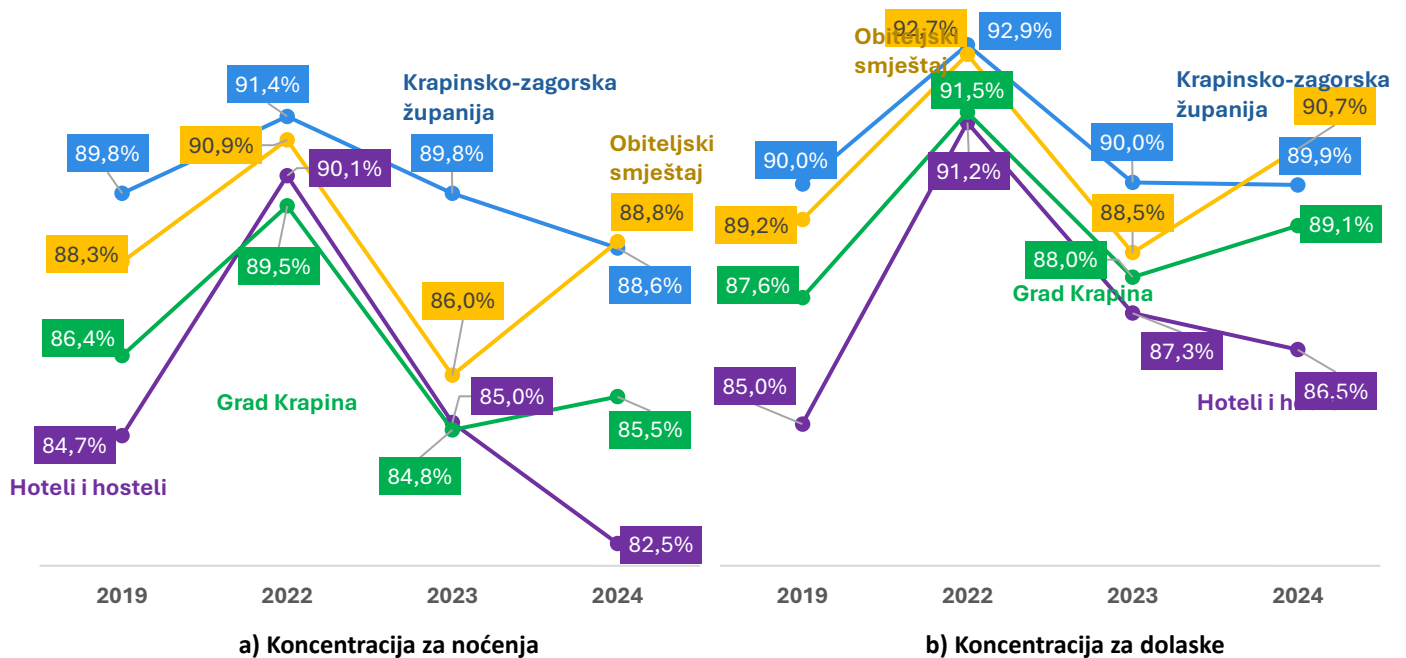
* Prikazani su podatci o državi, udjelu u broju noćenja u vrsti smještaja (stupac %) te promjeni broja noćenja/dolazaka u 2024. godini u odnosu na 2019. godinu (stupac Δ19), odnosno 2023. godinu (stupac Δ23). Svi stupci su izraženi u postocima.

Izvor: eVisitor

Podaci iz tablice 3.8 pokazuju da su sve prikazane države imale smanjeni broj noćenja i dolazaka u hotele i hostele u 2024. u odnosu na 2023. godinu. U odnosu na 2019., značajniji rast bilježe domaći turisti i turisti iz Austrije. U obiteljskom smještaju među pet vodećih država je zabilježen rast od preko 80% u noćenjima te 70% u dolascima. U odnosu na 2023. godinu, u 2024. je zabilježen rast broja noćenja veći od 20% u svim državama osim Njemačke, te rast broja dolazaka veći od 10% u svim državama osim Slovenije.

Na slici 3.8 prikazana je usporedba koncentracije u Gradu Krapini (ukupno i prema vrstama smještaja) i Krapinsko-zagorskoj županiji (samo ukupno). Koncentracija se mjeri kao udio 10 država s najvećim brojem noćenja/dolazaka u ukupnom broju noćenja/dolazaka, a veća koncentracija ukazuje na veću ovisnost destinacije o poremećajima na glavnim tržištima. Prema podacima sa slike 8, koncentracija u Gradu Krapini je nešto niža u odnosu na koncentraciju u Krapinsko-zagorskoj županiji. Također, koncentracija je nešto niža u vrsti smještaja Hoteli i hosteli u usporedbi s obiteljskim smještajem. Bitno je primijetiti da u Gradu Krapini udio noćenja/dolazaka iz prve četiri države po turističkom prometu (Hrvatske, Poljske, Češke i Njemačke) veći od 70% za noćenja, odnosno 75% za dolaske.

Slika 3.8. Udio prvih 10 država prema broju noćenja (lijevo), odnosno dolazaka (desno) u ukupnom broju noćenja/dolazaka u razdoblju 2019.-2024.* za Grad Krapinu, ukupno i prema vrstama smještaja, te za ukupan broj noćenja/dolazaka u Krapinsko-zagorsku županiju.

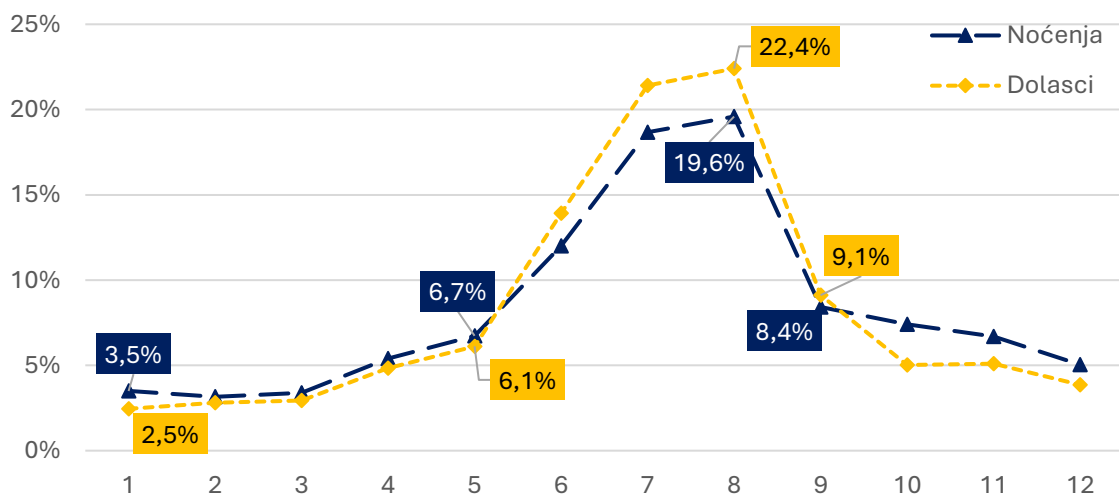


Izvor: eVisitor

Sezonalnost

Na slici 3.9 prikazana je struktura broja noćenja i broja dolazaka u Gradu Krapini u 2024. godini po mjesecima. Najveći broj noćenja se ostvaruje u ljetnim mjesecima, dok je udjel noćenja/dolazaka u prvom kvartalu manji od 5%.

Slika 3.9. Struktura noćenja i dolazaka u Grad Krapinu u 2024. godini po mjesecima.

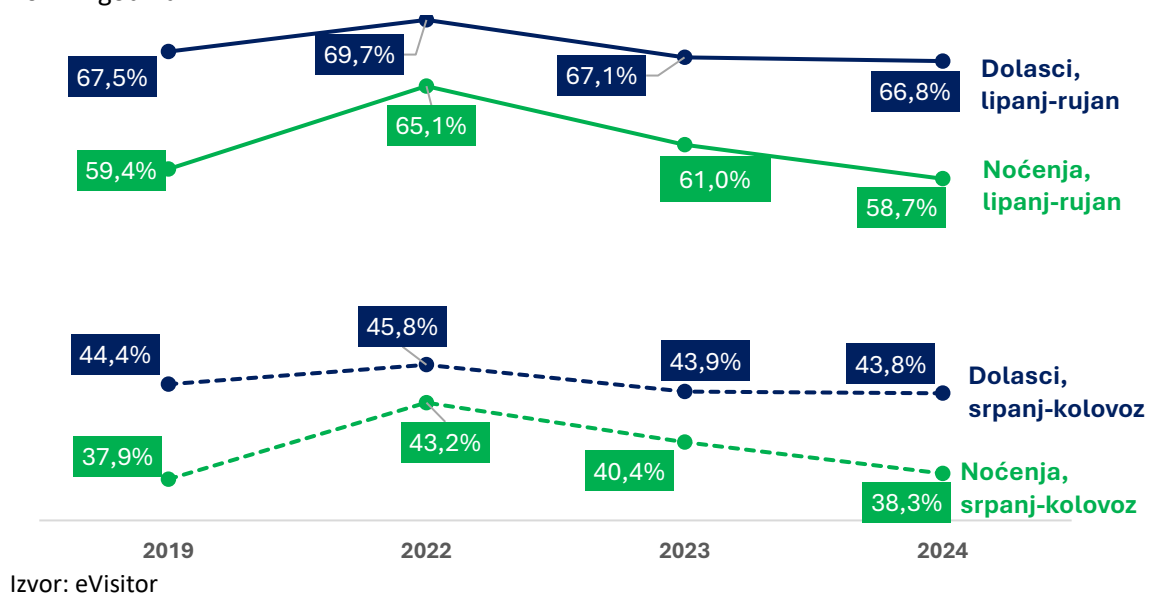


Izvor: eVisitor

Da bi lakše mjerili sezonalnost, uvedene su dvije mjere: Sezonalnost 7-8 i Sezonalnost 6-9. Prva mjera daje udio noćenja/dolazaka u srpnju i kolovozu u ukupnom broju noćenja/dolazaka, dok druga mjera daje udio noćenja/dolazaka u razdoblju od lipnja do rujna u ukupnom broju noćenja/dolazaka.

Na slici 3.10 prikazane su mjere Sezonalnost 7-8 i Sezonalnost 6-9 za noćenja i dolaske u Gradu Krapini. Činjenica da je sezonalnost dolazaka veća od sezonalnosti noćenja sugerira veći broj kraćih boravaka u Gradu Krapini za vrijeme sezone.

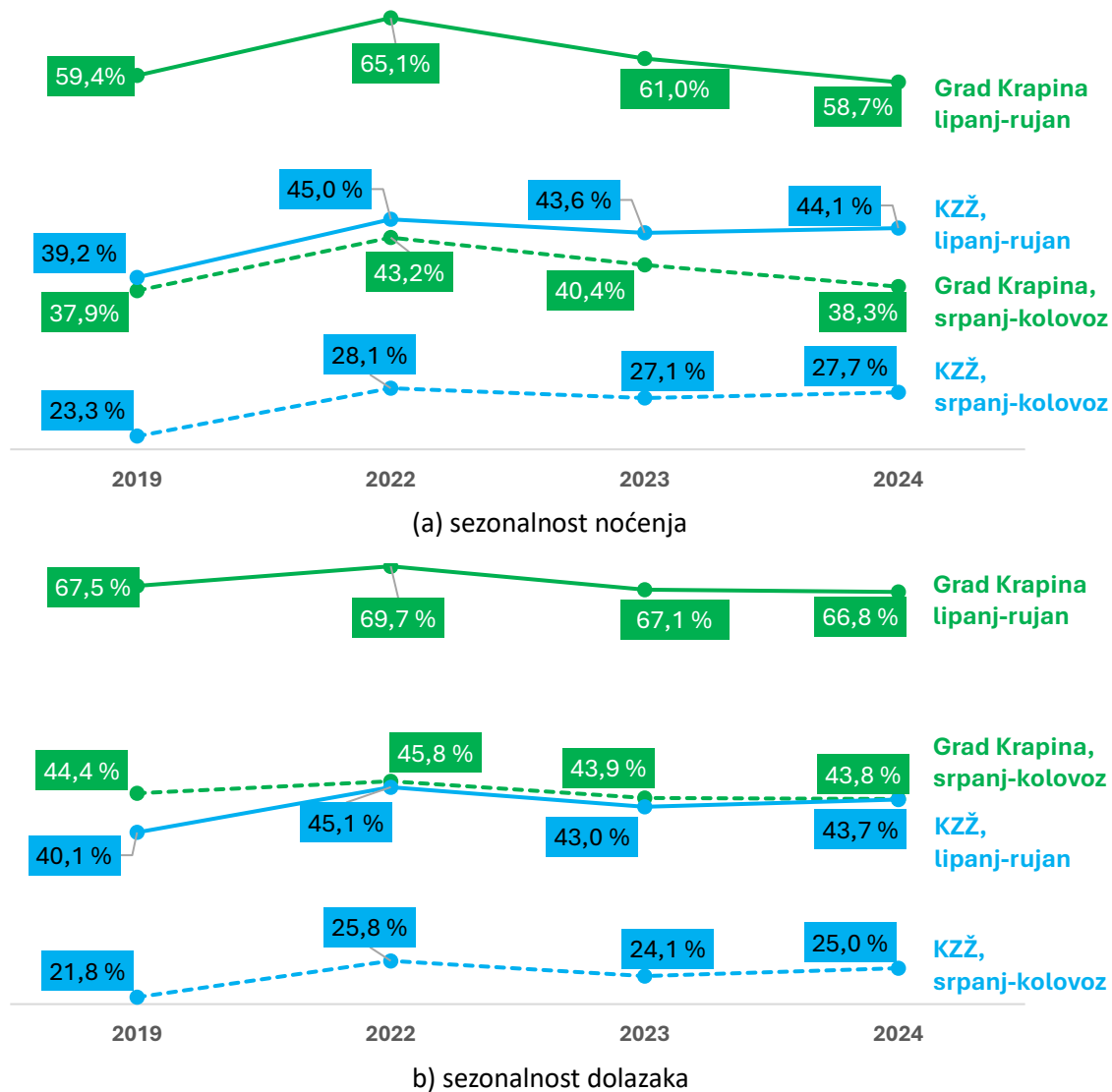
Slika 3.10. Prikaz udjela broja dolazaka i noćenja u srpnju i kolovozu (Sezonalnost 7-8), odnosno u razdoblju lipanj-rujan (Sezonalnost 6-9) u svim dolascima/noćenjima u Gradu Krapini u razdoblju 2019.-2024.* godina.



Kada se promatraju sve godine razdoblja 2019.-2024.* godina, nešto veća sezonalnost je bila u 2022. godini, najviše kao posljedica promjena u turističkom prometu za vrijeme pandemijskih godina. U 2024. sezonalnost je na razini 2019. godine.

Slika 3.11. prikazuje usporedbu mjera Sezonalnost 6-9 i Sezonalnost 7-8 između Grada Krapine i Krapinsko-zagorske županije za noćenja i za dolaske. Sezonalnost u Gradu Krapini je znatno veća od sezonalnosti u županiji, što se pogotovo vidi kod dolazaka: udio dolazaka u Grad Krapina tijekom srpnja i kolovoza je veći od udjela dolazaka u županiju tijekom razdoblja od lipnja do rujna.

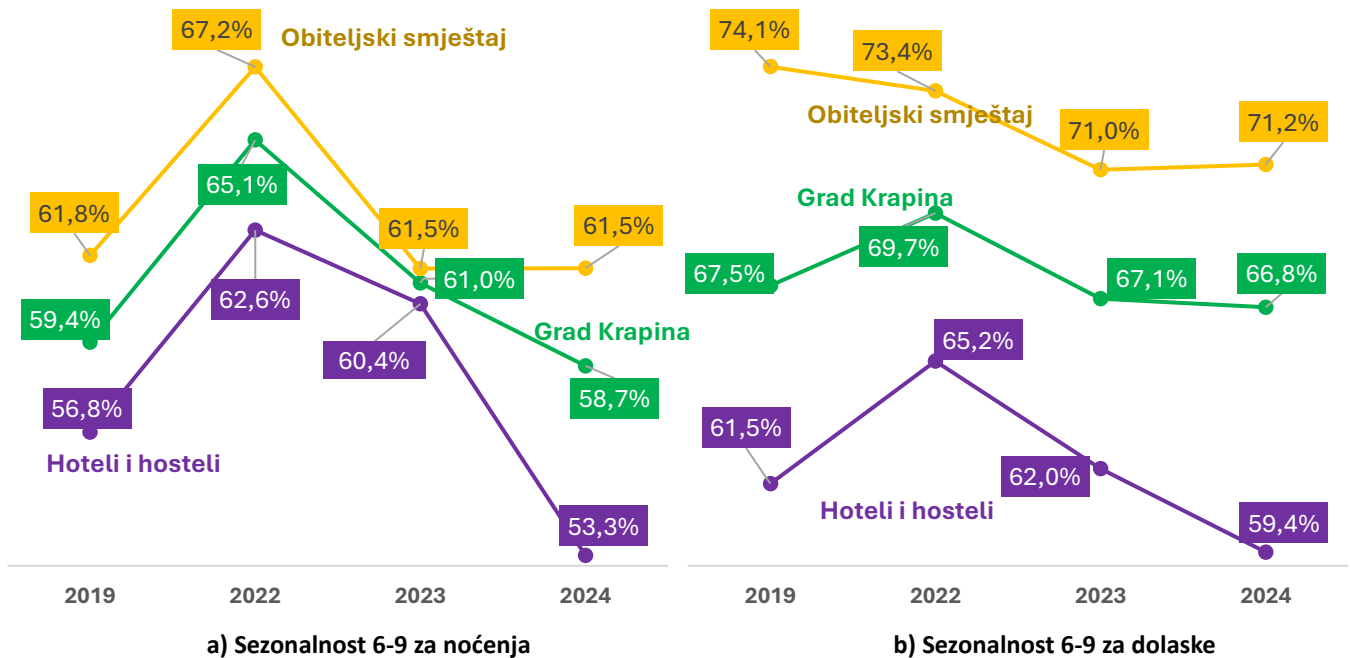
Slika 3.11. Usporedba udjela noćenja (a), odnosno dolazaka (b) u razdoblju od lipnja do rujna, odnosno srpanj-kolovoz u ukupnom broju noćenja/dolazaka u razdoblju 2019.-2024.* za Grad Krapinu i Krapinsko-zagorsku županiju.



Izvor: eVisitor

Na slici 3.12 je prikazano ponašanje mjere Sezonalnost 6-9 za noćenja i dolaske u Grad Krapinu prema vrstama smještaja. Najveća sezonalnost je u obiteljskom smještaju, a najmanja u vrsti Hoteli i hosteli. Sezonalnost je bila najveća u 2022. godini, a u 2024. je u svim vrstama smještaja na razini 2019. godine.

Slika 3.12. Prikaz udjela noćenja od lipnja do rujna (lijevo), odnosno dolazaka od lipnja do rujna (desno) u ukupnom broju noćenja/dolazaka u razdoblju 2019.-2024.* godina za Grad Krapinu prema vrstama smještaja.



Izvor: eVisitor

3.2. Ugostiteljski objekti

Gastronomska ponuda destinacije obogaćuje turistički doživljaj destinacije. Grad Krapine nudi nekolicinu raznolikih ugostiteljskih objekata, od tradicionalnih restorana do objekata brze prehrane i slastičarni. Ipak, unatoč toj raznolikosti, ponuda restorana u samom gradu ostaje ograničena i nedovoljno konkurentna u odnosu na susjedne destinacije.

Poznatiji restorani, poput Vuglec Brega i restorana Preša, nalaze se izvan urbanog središta. Ovi objekti uspješno spajaju kvalitetnu gastronomiju s atraktivnim ambijentom i dodatnim sadržajima. U samom središtu grada, kao najreprezentativniji restoran izdvaja se Pub & restoran Kramberger, koji nudi kreativnu interpretaciju tradicionalne kuhinje. Međutim, objekt raspolaže ograničenim kapacitetom, osobito zbog nedostatka prostora na otvorenom, što smanjuje njegovu atraktivnost u toplijem dijelu godine. Ostali ugostiteljski objekti u gradu, iako funkcionalni za svakodnevnu potrebu lokalnog stanovništva i kraćih posjeta, uglavnom ne nude diferenciranu ponudu ni ambijent koji bi odgovarao zahtjevnijim turistima.

Tablica 3.9. Ugostiteljski objekti u Krapini

Ugostiteljski objekt	Glavna obilježja
Restorani i pubovi	
Vuglec Breg (Škarićevo)	Restoran izvan grada s ponudom tradicionalnih jela iz krušne peći. Uključuje vinski podrum i smještaj. Fokusiran na vikend posjete.
Restoran Preša (poviše grada)	Kombinira tradicijsku i modernu kuhinju, atraktivan zbog panoramskog pogleda i terase.
Kramberger (centar Krapine)	Najkvalitetniji gradski restoran s lokalno inspiriranim jelima. Nedostaje mu vanjski prostor, što ograničava sezonsku upotrebu.
Krapina Nova (poslovna zona)	Usmjeren na dnevnu ponudu i grupne obroke. Praktičan, ali bez izraženog gastronomskog identiteta.
KTC restoran (trgovački centar)	Nudi gablece i catering. Masovna ponuda, funkcionalna za lokalno stanovništvo.
Brza hrana i slastice	
Picikato (centar)	Pizze iz krušne peći. Jednostavna ponuda, stabilna lokalna baza korisnika.
Garozzo (Lj. Gaja)	Moderni fast food s fokusom na kebab i roštilj. Cilja mlađu publiku.
Don Sale (centar)	Hamburgeri, palačinke i sendviči. Popularno među mlađima i turistima u pokretu.
Bistro Trica	Domaća kuhinja, stabilna lokalna klijentela. Ograničen turistički potencijal.
Yeti (kod kolodvora)	Fast food i slastice, orijentiran na prolazne goste i mlade.
Relax (kod kolodvora)	Slastičarna s osnovnom ponudom kolača i pića. Uslužuje lokalne korisnike i putnike.

3.3. Turističke atrakcije

Atrakcije Grada Krapine karakterizira raznolikost, izražena povezanost s identitetom prostora i mogućnost korištenja tijekom cijele godine. U nastavku su razvrstane prema tematskim skupinama, uz kratak opis sadržaja, ulogu koju trenutačno imaju u turističkoj ponudi te njihov razvojni potencijal. Obuhvaćene su one koje su već uključene u ponudu i poznate među posjetiteljima, dok je ostala kulturna i prirodna baština, odnosno potencijalne turističke atrakcije, obrađena u četvrtom poglavlju.

- **Kulturno-povijesna jezgra**

Povijesna cjelina Grada Krapine, zaštićena kao kulturno dobro, obuhvaća niz arhitektonskih i ambijentalnih elemenata koji čine osnovu za interpretaciju urbanog razvoja, svakodnevice i identiteta prostora. Dobra razina očuvanosti i prostorna povezanost s ostalim atrakcijama čine je važnim dijelom turističkog doživljaja grada.

- **Sakralna baština**

Na području grada ističu se tri sakralna objekta različitog vremenskog i stilskog karaktera: neogotička župna crkva sv. Nikole izgrađena početkom 20. stoljeća, franjevački samostan i crkva sv. Katarine u središtu grada te barokna crkva Majke Božje Jeruzalemske na Trškom Vrh, jedna od najljepših u ovom dijelu Hrvatske. Crkve se koriste u kulturnoj i vjerskoj ponudi, a pojedine i kao koncertni prostori.

- **Muzeji, galerije i memorijalne kuće**

Muzej krapinskih neandertalaca, smješten uz nalazište na Hušnjakovu brdu, nositelj je prepoznatljivosti Krapine u europskim razmjerima te je višestruko nagrađivan zbog kvalitete interpretacije. Doživljaj lokaliteta dodatno obogaćuje park skulptura Forma Prima, smješten u neposrednoj blizini muzeja, koji omogućuje boravak u prirodnom ambijentu i povezuje arheološku temu s umjetničkim izražajem. Muzej oldtimera Presečki čuva i predstavlja vrijednu zbirku tehničke i industrijske baštine, dok rodna kuća Ljudevita Gaja i Galerija Grada u kući Majcen nude sadržaje povezane s književnošću, jezičnom poviješću i likovnom umjetnošću.

- **Nematerijalna baština i lokalne priče**

Nematerijalna komponenta atrakcijske osnove uključuje tradiciju gostoljubivosti utjelovljenu kroz Krapinskog vandrčeka, zatim legende o Čehu, Lehu i Mehu te o Crnoj kraljici – gospodarici Krapine i okolnih utvrda. Ove priče prisutne su u lokalnoj kulturi i manifestacijama, a dodatna valorizacija moguća je kroz razvoj *storytelling* ponude i tematskih ruta.

- **Manifestacije i festivali**

Krapina ima snažnu manifestacijsku scenu. Tjedan kajkavske kulture, središnji kulturni događaj u rujnu, objedinjuje koncertne, izložbene i edukativne sadržaje, a Festival kajkavskih popevki, koji se održava od 1966., nosi visoki simbolički i kulturni značaj. Glumački festival dodatno pridonosi kulturnom imidžu destinacije. Vuzem u Krapini, Ljeto u Krapini, Noć krapinskog pračovjeka i Advent u Krapini privlače lokalno i regionalno stanovništvo, uz sadržaje za različite ciljne skupine, uključujući i obitelji s djecom.

- **Prirodne atrakcije i okoliš**

Hušnjakovo brdo, osim što je arheološki lokalitet, dio je prirodne ambijentalne cjeline koja uključuje šume i šetnice. Jezero Dolac i rječica Krapinica nadopunjuju sliku prostora kao pogodne destinacije za kraće boravke i rekreaciju. Planina Strahinjčica s uređenim stazama dodatno proširuje turističku ponudu za planinare i ljubitelje prirode, a krajobrazna obilježja i vizure pridonose prepoznatljivosti destinacije.

Zaključno, turističke atrakcije Krapine čine razgranat, tematski raznolik i prostorno koncentriran sustav pogodan za razvoj interpretacijskih ruta, tematskih doživljaja i selektivnih oblika turizma. Daljnji razvoj sustava turističkih atrakcija zahtijeva jače programsko povezivanje, osmišljavanje zajedničkih interpretacijskih okvira i usklađeno djelovanje različitih aktera u smjeru jasnije profilirane i doživljajno zaokružene ponude.

3.4. Turističke usluge

Na području Krapine djeluje nekoliko lokalnih turističkih agencija (npr. Presečki tours, Potočki Travel), čije se poslovanje dominantno temelji na uslugama za domicilno stanovništvo – poput prodaje turističkih aranžmana i organizacije prijevoza. Međutim, ograničena lokalna receptivna ponuda ne predstavlja ozbiljan nedostatak s obzirom na profil i funkciju destinacije. Krapina je važno odredište u Krapinsko-zagorskoj županiji za jednodnevne posjete, a brojne agencije iz cijele Hrvatske uključuju je u svoje izletničke programe.

Motiv dolaska najčešće je posjet Muzeju krapinskih neandertalaca, koji se ističe kao najprepoznatljivija i najposjećenija kulturna atrakcija županije. Nakon muzeja, programi izleta najčešće uključuju posjete drugim atrakcijama u okolici – poput dvoraca (npr. Veliki Tabor, Trakošćan), toplica (Tuheljske, Krapinske, Stubičke). U tom kontekstu, Krapina ima višestruku funkciju: kulturno-edukativnu, logističku (zbog pristupačnosti i parkirališta) i, ponekad, ugostiteljsku (ručak, kratki boravak u centru).

Iako ovakvi obilasci ne zahtijevaju nužno snažnu domicilnu receptivnu infrastrukturu, postoji prostor za unaprjeđenje kroz jaču lokalnu koordinaciju i razvoj ponude dodatnih sadržaja u Krapini, kao što su tematske šetnje, radionice, i mogućnosti kupnje lokalnih proizvoda. Bolja disperzija posjetitelja te njihovo dulje zadržavanje u gradu povećao bi ekonomske i društvene koristi od turizma.

Ponuda najma vozila u Krapini postoji, ali je ograničene vidljivosti i dostupnosti – nekoliko lokalnih pružatelja nudi najam osobnih i kombi vozila (npr. K-TRANS, TRANS PUTNIC), a Muzej oldtimera Presečki dodatno nudi najam restauriranih starodobnih vozila za posebne prigode.

Trgovačka ponuda u Krapini usmjerena je primarno na lokalno stanovništvo. U centru se nalaze manje trgovine. Najistaknutije mjesto za kupnju suvenira je suvenirnica u sklopu Muzeja krapinskih neandertalaca, koja nudi raznovrsne proizvode s prapovijesnim motivima, uključujući autorske kolekcije lokalnih umjetnika. Izvan stalne muzejske ponude, prodaja suvenira u gradu organizira se pretežno povremeno, najčešće u sklopu većih manifestacija poput Tjedna kajkavske kulture, kada se održavaju sajmovi i izložbe poput Zagorskog likovnog salona. Tada se posjetiteljima nude tradicijski, umjetnički i lokalno proizvedeni suvenirni iz cijele regije. Stalna ponuda izvan muzeja i manifestacija zasad nije dovoljno razvijena, što predstavlja prostor za unaprjeđenje – osobito kroz podršku lokalnim obrtnicima i otvaranjem mjesta u gradskom središtu gdje bi posjetitelji tijekom cijele godine mogli pronaći autentične proizvode.

3.5. Organizacija upravljanja turizmom

Grad Krapina i Turistička zajednica Grada Krapine (TZG Krapine) dva su glavna aktera u upravljanju i razvoju turizma. Grad Krapina kroz svoju upravu, planiranje i financiranje osigurava institucionalni i infrastrukturni okvir, dok TZG Krapine operativno provodi destinacijski marketing, razvoj proizvoda i organizaciju događanja. Suradnja ova dva aktera ključna je za cjelovit i održiv razvoj destinacije.

U Turističkoj zajednici Grada Krapine stalno su zaposlene dvije osobe, uz povremeno angažiranje vanjskih suradnika za provedbu specifičnih aktivnosti, osobito u razdoblju održavanja manifestacija. TZG Krapine, sukladno Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19), svoj rad definira godišnjim Programom rada. Za 2025. tim se programom definiraju četiri osnovna pravca djelovanja: razvoj i marketing destinacije, osiguravanje cjelovitije zastupljenosti lokalnih i regionalnih interesa, poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji te uvođenje „zelenih“ elemenata u turističku ponudu. Program se temelji na strateškim dokumentima grada, županije i države, a TZG Krapine aktivno sudjeluje u izradi strateških dokumenata Grada, uključujući i Strategiju razvoja Urbanog područja Krapina (2021.–2027.).

Ukupni planirani prihodi TZG Krapine za 2025. godinu iznose oko 464 tisuće Eura, što predstavlja povećanje od 24 % u odnosu na 2024. Najveći udio u prihodima ostvaruje se iz proračuna Grada Krapine (58 %), pri čemu se 78 % tog iznosa odnosi na programsku, a ostatak na redovnu djelatnost. Izvorni prihodi, koji obuhvaćaju turističku pristojbu i članarinu, iznose 71.000 Eura odnosno 15 % ukupnih prihoda, pri čemu dominira članarina s udjelom od 85 % unutar te stavke. Prihodi iz sustava turističkih zajednica čine dodatnih 14 %, dok su gospodarski prihodi planirani u iznosu od 30.000 Eura (6,5 %).

Predviđeni rashodi za 2025. iznose oko 464 tisuće Eura, čime je postignuta uravnoteženost proračuna. Struktura rashoda pokazuje snažan fokus na operativne i sadržajne aktivnosti: najveći iznos – 332.500 Eura odnosno 72 % svih rashoda – usmjeren je na razvoj turističkog proizvoda, ponajprije kroz podršku razvoju manifestacija. Unutar toga se izdvajaju Tjedan kajkavske kulture (90.000 Eura), Advent u Krapini (50.000 Eura) i Noć krapinskog pračovjeka (19.000 Eura), uz još desetak manifestacija manjeg obujma. Administrativni rashodi iznose ukupno 106 tisuća Eura (22,9 %), uključujući plaće zaposlenih (65.000 Eura neto), doprinose, materijalne i uslužne troškove. Rashodi za komunikaciju i oglašavanje znatno su smanjeni u odnosu na prethodnu godinu te iznose svega 6.000 Eura (1,3 %), pri čemu se najveći dio odnosi na tiskane materijale i održavanje internetske stranice. Manji iznosi planirani su za destinacijski menadžment (4.100 Eura) i potporu turističkoj industriji (2.000 Eura).

Ova struktura prihoda i rashoda odražava operativnu orijentaciju TZG Krapine na podršku lokalnim manifestacijama i razvoju tematskih sadržaja. Usporedno s time, ključne preduvjete za razvoj turizma – od prostornog planiranja i uređenja do infrastrukturnih ulaganja – osigurava Grad Krapina.

U skladu s time, Grad Krapina prepoznaje turizam kao jednu od strateških razvojnih grana i aktivno sudjeluje u njegovu planiranju, razvoju i upravljanju. Turistički razvoj temelji se na bliskoj suradnji s TZG Krapine, koju Grad sufinancira. Grad osigurava sredstva za redovno poslovanje i provedbu programskih aktivnosti TZ-a, osobito za manifestacije, razvoj proizvoda i upravljanje destinacijom. TZG Krapine, s druge strane, aktivno sudjeluje u oblikovanju gradskih strateških dokumenata i operativnih mjera, kao što su Strategija razvoja urbanog područja Krapina i Akcijski plan energetske i klimatske održivosti razvitka (SECAP), te provodi godišnji program rada u koordinaciji s prioritetima Grada. Suradnja uključuje i partnerstvo u projektima kulturne i turističke infrastrukture te zajednički nastup u promociji destinacije.

Strateški okvir turizma na razini grada definiran je kroz nekoliko međusobno povezanih dokumenata. Ključni među njima je Strategija razvoja urbanog područja Krapina 2021.–2027., koja predstavlja temeljni razvojni dokument za urbano područje, uključujući Grad i okolne općine. Ona postavlja ciljeve vezane uz valorizaciju kulturne i prirodne baštine, stvaranje uvjeta za turističke investicije (posebice u smještajne kapacitete), te jačanje manifestacijske i outdoor ponude. Komplementarno tome, Provedbeni program Grada Krapine 2022.–2025. operativno razrađuje gradske intervencije i mjere, uključujući proračunske okvire i nositelje provedbe.

U fokusu gradskog djelovanja su ključni strateški projekti s turističkim potencijalom:

- Projekt „Crna kraljica“ – višefazna revitalizacija arheološke zone Stari grad i Parka skulptura Forma Prima, uključujući pješački most kao prostornu poveznicu i atrakciju.

- Budući bazenski kompleks „Šemničke toplice“ – investicija u zdravstveni i rekreacijski turizam s procijenjenom vrijednošću većom od 16 milijuna Eura.
- Rekonstrukcija objekta Magistratska 13 kao budućeg centra za posjetitelje i sjedišta TZG Krapine.
- Kružna pješačka i interpretacijska staza Hušnjakovo – proširenje sadržaja oko Muzeja krapinskih neandertalaca.
- Projekt „Strahinjščica“ – razvoj infrastrukture za aktivni turizam (planinarenje, biciklizam).

Dodatno, kroz Akcijski plan energetske i klimatske održivosti, Grad Krapina prepoznaje turizam kao sektor osjetljiv na klimatske promjene i uključuje mjere za njegovu prilagodbu i otpornost, što dodatno učvršćuje pristup održivom razvoju destinacije.

Zaključno, Grad Krapina ima višerazinsku i proaktivnu ulogu u razvoju turizma – kao strateški planer, investitor u infrastrukturu, partner turističkoj zajednici i nositelj projekata koji turizam integriraju u širi društveni, okolišni i gospodarski kontekst.

4. RESURSNA OSNOVA

Uspješan razvoj turizma temelji se na jasnom razumijevanju i valorizaciji prostornih, infrastrukturnih, prirodnih, kulturnih i društvenih resursa destinacije. Ovo poglavlje daje sveobuhvatan pregled ključnih sastavnica koje čine resursnu osnovu grada Krapine i određuju njegove razvojne potencijale, ograničenja i diferencijacijske prednosti na turističkom tržištu.

Analiza obuhvaća materijalne i nematerijalne resurse, javnu i komunalnu infrastrukturu, prometnu i digitalnu povezanost, te dostupnost i kvalitetu javnih usluga i ljudskih potencijala. Poseban naglasak stavljen je na stanje kulturne i prirodne baštine, turističke i energetske infrastrukture, kao i na izazove u području pristupačnosti, digitalizacije i organiziranosti usluga u destinaciji.

U sklopu poglavlja obrađeni su i suvremeni trendovi na tržištu, analiza konkurentskih destinacija te komunikacijske aktivnosti koje utječu na vidljivost i pozicioniranje grada Krapine u svijesti posjetitelja i dionika.

Cilj ove analize nije samo utvrditi trenutno stanje, već i prepoznati strateški važne razvojne točke koje mogu poslužiti kao oslonac za održivi i inkluzivni razvoj turizma u županiji.

4.1. Kultura i baština

Kulturna baština Grada Krapine obuhvaća širi spektar materijalnih i nematerijalnih dobara – od povijesne urbane jezgre i sakralnih objekata do muzeja, memorijalnih kuća, lokalnih legendi i kulturnih praksi. Dio tih sadržaja već je valoriziran kao turistička atrakcija, dok drugi ostaju važni s aspekta očuvanja identiteta, planiranja prostora i mogućnosti uključivanja u budući razvoj kulturnog turizma.

Tablica koja slijedi donosi pregled značajnijih lokaliteta, njihov status zaštite, razinu valorizacije i ocjenu privlačnog potencijala u kontekstu planiranja turističkog razvoja. Uključeni su i sadržaji koji trenutačno nisu u funkciji turizma, ali imaju vrijednost u smislu simboličkog značaja, prostorne integracije ili mogućnosti interpretacije. Ovakav sustavan pregled omogućuje prepoznavanje resursa koji bi u budućnosti mogli biti uključeni u kulturnu i turističku ponudu grada kroz dodatna ulaganja, interpretacijske sadržaje ili integraciju u tematske cjeline.

Tablica 4.1. Kulturna baština grada Krapine

Kategorija	Atrakcija	Turistička valorizacija	Privlačni potencijal
Povijesne cjelina	Grad Krapina - Kulturno-povijesna cjelina grada kao zaštićeno kulturno dobro	- Turistički interpretirana kulturna dobra	Visok
Crkve	Župna crkva sv. Nikole - Neogotička građevina sagrađena 1901. - 1903 ; vrijedne orgulje	- Dio kulturne i vjerske ponude	Visok
	Franjevački samostan i crkva sv. Katarine - Smješteni u urbanom prostoru Krapine	- U crkvi se održavaju koncerti	Srednji

Tablica 4.1. nastavak

Kategorija	Atrakcija	Turistička valorizacija	Privlačni potencijal
Muzeji/ Galerije/Rodne kuće/Parkovi	Crkva Majke Božje Jeruzalemske na Trškom Vrh - Jedna od najljepših baroknih crkava u ovom dijelu Hrvatske	- Tijekom ljeta se održavaju proštenja	Srednji
	Muzej krapinskih neandertalaca - Muzej najpoznatijeg svjetskog nalazišta neandertalskog čovjeka (otvoren 2010.); dobitnik brojnih nagrada i priznanja	- Stručna vodstva na hrvatskom i engleskom jeziku; organizacija brojnih događanja i edukativnih programa	Visok
	Muzej oldtimera Presečki - Tematski muzej vezan za tehničku kulturu	- Prezentacija povijesti automobilizma i motociklizma	Visok
	Rodna kuća Ljudevita Gaja - U kući je smješten Muzej Ljudevita Gaja	- Obilasci muzeja; eksponati vezani za Ljudevita Gaja i njegov život	Srednji
	Galerija grada – kuća Majcen - Galerija je otvorena povodom 800-te godišnjice postojanja grada	- Organizacija izložbi	Srednji
	Park skulptura Forma Prima u šumi Josipovac - Neposredno uz nalazište pračovjeka na brdu Hušnjakovo (simbolika vezana uz arheološko nalazište)	- Dio 'doživljaja' vezan za posjet Muzeju krapinskih neandertalaca	Visok
	Krapinski Vandrčec - Tradicija gostoljubivih čašćenja (Statut)	- Događanja/ <i>Storytelling</i>	Srednji
Kultura života i rada	Legenda o Čehu, Lehu i Mehu - Legenda o tri brata i njihovoj sestri Vilini	- <i>Storytelling</i>	Srednji
	Crna Kraljica - Legenda o Crnoj kraljici, gospodarici Krapine, Cesargrada i Medvedgrada	- <i>Storytelling</i>	Srednji
	Festival kajkavskih popevki u Krapini - Hrvatski glazbeni festival koji se organizira od 1966. godine; zamišljen kao završnica Tjedna kajkavske kulture	- Tjedan kajkavske kulture posjećuje više desetaka tisuća posjetitelja	Srednji
Manifestacije/ festivali	Ljeto u Krapini - Niz zabavnih događanja – koncerata, predstavi, izložbi, noćni uspon na Strahinjčicu	- Privlači posjetitelje iz šireg područja	Srednji
	Noć krapinskog pračovjeka - Održava se u lipnju; radionice za djecu, predstave	- Sadržajima za djecu privlači obiteljske goste	Srednji
	Vuzem u Krapini - Manifestacija uskrasne tematike - izložba pisanica, dječji programi, kreativne radionice, lokalni proizvodi	- Atraktivna za obitelji i lokalne/regionalne posjetitelje	Srednji

Tablica 4.1. nastavak

Kategorija	Atrakcija	Turistička valorizacija	Privlačni potencijal
	Glumački festival - Festival ima dugačku tradiciju; održava se tijekom jeseni	- Etablirani festival; privlači turiste i posjetitelje	Visok
	Tjedan kajkavske kulture - Održava se u rujnu; posvećen hrvatskoj glazbi i kulturnoj baštini; brojni koncerti i događanja	- Privlači turiste i posjetitelja	Visok
	Advent u Krapini - Traje od kraja studenoga do kraja prosinca; uključuje klizalište, koncerte, predstave na ledu, kreativne i dječje radionice uz gastro ponudu i štandove	- Privlači lokalne i obiteljske posjetitelje te dodatno oživljava centar grada tijekom blagdana	Srednji

4.2. Priroda i okoliš

Prirodna baština Grada Krapine sastavni je dio identiteta prostora i važan element atraktivnosti destinacije. Planinski reljef, vodeni tokovi, jezera i arheološki lokaliteti u prirodnom okruženju oblikuju prostorni doživljaj te pružaju mogućnosti za boravak na otvorenom, rekreaciju, edukaciju i tematsku interpretaciju. U tablici 4.2. su prikazani ključni prirodni resursi s naglaskom na njihova prirodna obilježja, aktualnu razinu turističke valorizacije te procijenjeni potencijal u kontekstu održivog razvoja turizma.

Tablica 4.2. Prirodna baština grada Krapine

Kategorija	Atrakcija	Turistička valorizacija	Privlačni potencijal
Planine, gore	Strahinjčica - Planina površine 200 km ² s najvišim vrhom Sušec (847 m)	- Dvije planinarske staze duljine 4,6 i 4,9 km	Visok
Rječice	Krapinica - Rječica koja protječe kroz Krapinu (duga oko 26 km)	- Šetnica uz rijeku	Srednji
Jezera	Jezero Dolac - Kružna staza Hušnjakovo povezuje jezero Dolac, Muzej i kapelu sv. Tri kralja	- Šetnica koja povezuje atrakcije	Visok
Spilje, jame	Hušnjakovo brdo u Krapini - Najznačajnije nalazište fosilnog čovjeka u Hrvatskoj - Ostaci više desetaka pleistocenskih ljudi neandertalskog tipa koji su živjeli u srednjem paleolitu	- Nalazište interpretirano kroz Muzej krapinskih neandertalaca koji se nalazi u neposrednoj blizini Hušnjakova brda - Muzej je dobitnik nagrade Europske mreže kulturnog turizma (2021.)	Visok

Dio prostora već je uključen u turističke tokove kroz interpretacijske centre, šetnice i planinarske staze, dok ostali elementi predstavljaju rezervu za daljnju aktivaciju. Sustavno promišljanje i integracija prirodne baštine u prostorne i razvojne planove može pridonijeti jačanju cjelovitog turističkog doživljaja Krapine.

4.3. Javna turistička infrastruktura

Javna turistička infrastruktura predstavlja ključnu sastavnicu prostorno-funkcionalne strukture turističke destinacije jer izravno ili posredno oblikuje doživljaj posjetitelja, povećava pristupačnost i interpretaciju atrakcija te omogućuje razvoj selektivnih oblika turizma. Prema Pravilniku o javnoj turističkoj infrastrukturi (NN 136/21), u ovu kategoriju ulaze objekti, sadržaji i prateća oprema koji posjetiteljima omogućuju informiranje, edukaciju, boravak i rekreaciju, a koji su javno dostupni i usmjereni na jačanje atraktivnosti i funkcionalnosti destinacije.

Na području Grada Krapine javna turistička infrastruktura uključuje niz sadržaja koji pridonose kulturnom, aktivnom i obiteljskom turizmu. U nastavku je pregled ključnih javnih sadržaja koji već čine dio turističke ponude te mogu poslužiti kao osnova za daljnje planiranje, nadogradnju ili bolje povezivanje u integrirani turistički proizvod.

Tablica 4.3. Javna turistička infrastruktura na području Grada Krapine

Vrsta	Naziv i lokacija
Kongresni centri	Vuglec breg – Krapina (50 mjesta)
Vidikovci	Vidikovac "Pračovjek" - Krapina Vidikovac "Tri kralja" - Krapina
Biciklistička odmoršta	Bike odmorište Krapina Bike odmorište Krapina - Hušnjakovo
Biciklističke rute	ZaZaKr (Zabok, Začretje, Krapina) Biciklistička staza uz vodotok rijeke Krapinice (Krapina)
Tematske staze	Kajbumščakov put (Krapina)
Staze	Staza uz jezero Dolac (Krapina)
Šetnice	Kružna staza Hušnjakovo

Izvor: Popis javne turističke infrastrukture – TZ Krapinsko-zagorske županije

4.4. Komunalna infrastruktura

Komunalna infrastruktura jedan je od ključnih preduvjeta za razvoj turizma. Kvaliteta energetske sustava, vodoopskrbe, odvodnje, gospodarenja otpadom i digitalne povezanosti izravno utječe na atraktivnost i funkcionalnost destinacije, kako za posjetitelje tako i za lokalno stanovništvo i dionike u turizmu. U nastavku je dan pregled stanja temeljne komunalne infrastrukture relevantne za održivi razvoj turizma grada Krapine.

Energetska infrastruktura

Područje Grada Krapine električnom energijom opskrbljuje HEP ODS d.o.o., Elektra Zabok. Na gradskom području nalazi se ukupno 70 transformatorskih stanica 20/0,4 kV, od kojih je 43 izvedeno u kabelskoj varijanti s podzemnim srednje naponskim (SN) priključnim vodovima. Dodatno, 6 transformatorskih stanica kabelske izvedbe koristi se isključivo za potrebe autoceste. Ukupna instalirana snaga transformatorskih stanica iznosi 29.010 kVA. Dužina srednje naponske mreže (SN 20 kV) na području Grada iznosi oko 95,5 km, od čega je 69,5 km podzemnih vodova, uključujući 16,7 km vodova na koridoru autoceste koji također služe isključivo potrebama autoceste. Niskonaponska mreža (NNM) ukupno obuhvaća približno 131 km, od čega je 112 km nadzemne i 19 km podzemne mreže.

Područjem Grada prolazi trasa magistralnog plinovoda Rogatec–Zabok, kao dio nacionalnog plinovodnog sustava Republike Hrvatske. Opskrba plinom omogućena je putem tri mjesne redukcijske stanice (MRS) smještene u Mihaljekovom Jarku, Parku Matice hrvatske i Ulici Matije Gupca. Distribucijska mreža prirodnog plina obuhvaća približno 172 km plinskih cijevi namijenjenih opskrbi krajnjih korisnika. Radi unaprjeđenja energetske infrastrukture, u zoni Krapina Nova – Jug izvedeni su novi priključci za plin i elektroenergetsku mrežu, čime je poboljšana dostupnost energetske resursa za stambene i poslovne subjekte.

Vodoopskrba i odvodnja

Glavni vodoopskrbni sustav Grada Krapine opskrbljuje se vodom iz tri izvorišta: „Gorjak–Jazvišćak“, „Strahinje“ te zdenaca KB-1 u Podgori i na lokaciji „Grobotek“. Sustav uključuje tri vodospreme: „Šabac“, „Trški Vrh“ i „Strahinje“. Uz glavni sustav djeluju i četiri podsustava: „Tkalci“, „Trški Vrh II“, „Paradižum“ i „Krateks“. Izvorišta se nalaze u sjevernom dijelu sustava, dok se potrošači nalaze pretežno uzduž doline rijeke Krapinščice, u gotovo linearnoj konfiguraciji. Manji broj potrošača nalazi se na višim nadmorskim visinama te se njihova opskrba osigurava putem podsustava koji crpe vodu iz glavnog vodoopskrbnog sustava Krapina.

Ukupna duljina javne vodoopskrbne mreže na području Grada iznosi približno 240 km. Prema posljednje dostupnim podacima iz 2021. ⁵ godine, broj priključaka na mrežu iznosio je 4.770, a godišnja potrošnja pitke vode iznosila je 500.739 m³, odnosno prosječno 39,9 m³ po stanovniku.

Sustav javne odvodnje još uvijek ne pokriva cjelokupno područje Grada Krapine. Ukupna duljina izgrađene kanalizacijske mreže iznosi oko 40 km, a na sustav je priključeno 1.832 domaćinstava i 341 pravna osoba. U naseljima koja nisu obuhvaćena sustavom, odvodnja se rješava putem septičkih jama i privremenih ispusta koji se prazne u lokalne kanale i vodotoke.

Kako bi se unaprijedilo stanje u ovom području, Grad Krapina kontinuirano provodi Program izgradnje cjelovitog kanalizacijskog sustava s pripadajućim kolektorima i uređajem za pročišćavanje otpadnih voda. U sklopu tog programa proveden je projekt odvodnje aglomeracije Krapina, dovršen 2022.

⁵ <https://krapina.hr/wp-content/uploads/2024/06/Sluzbeni-glasnik-08-2023.pdf>

godine. Njime su izgrađene i rekonstruirane komunalne vodne građevine te uspostavljen integrirani sustav⁶ za učinkovito upravljanje odvodnjom i pročišćavanjem komunalnih otpadnih voda.

Gospodarenje otpadom

Na području Grada Krapine organizirano je prikupljanje otpada iz kućanstava, tehnološkog i drugog otpada. Poslove gospodarenja otpadom – uključujući prikupljanje, prijevoz, odvajanje i zbrinjavanje – obavlja komunalno društvo Krakom d.o.o., koje je ujedno nadležno i za čišćenje javnih prometnih i zelenih površina. Komunalni otpad zbrinjava se na odlagalištu neopasnog otpada Gorjak, smještenom na području Općine Jesenje.

Organizirani odvoz otpada u sklopu javne usluge provodi se prema sljedećem rasporedu: miješani komunalni otpad odvozi se jednom u dva tjedna, reciklabilni otpad također jednom u dva tjedna, dok se glomazni otpad odvozi jednom godišnje prema unaprijed definiranom rasporedu. Reciklažno dvorište nalazi se u naselju Bobovje.

Prema posljednjem Izvješću o komunalnom otpadu u Republici Hrvatskoj (MZOiZT, 2024.), na području Grada Krapine organiziranim prikupljanjem otpada obuhvaćeno je 11.574 stanovnika. Prosječna godišnja količina proizvedenog otpada po stanovniku iznosi 217,49 kg. U 2023. godini prikupljeno je ukupno 2.402,08 tona komunalnog otpada, od čega 1.705,47 tona miješanog komunalnog otpada, dok su količine odvojeno prikupljenih frakcija iznosile: 87,03 t papira, 43,58 t plastike, 18,33 t stakla, 10,74 t metala, 492,41 t glomaznog otpada, 22,03 t tekstila i 6,49 t biootpada. Stopa odvojenog prikupljanja iznosila je 30,6 %, što je i dalje ispod nacionalnog prosjeka koji iznosi 48 %¹.

U suradnji s Fondom za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost, Grad Krapina kontinuirano ulaže u opremu za odvojeno prikupljanje otpada. Do sada je isporučeno 52 spremnika zapremine 1.100 litara za eko-otoke, 20 spremnika za biootpad, te više od 4.000 spremnika za plastiku (120 litara). U tijeku je i nabava kompostera koji će u narednom razdoblju biti podijeljeni domaćinstvima, s ciljem smanjenja količine biootpada na odlagalištima i povećanja stope odvojeno prikupljenog otpada.

Planom gospodarenja otpadom Grada Krapine za razdoblje 2017.–2022. (Službeni glasnik Grada Krapine, br. 10/17) postavljen je integralni koncept cjelovitog gospodarenja otpadom s ciljem smanjenja količina trajno odloženog otpada te očuvanja okoliša, klime i zdravlja stanovništva. Prema Izvješću o provedbi Plana gospodarenja otpadom Grada Krapine (2022.), na području Krapinsko-zagorske županije nalazi se devet odlagališta, od čega je sedam aktivno, a dva zatvorena, s dugoročnim planom zatvaranja preostalih s obzirom na otvaranje Regionalnog centra za gospodarenje otpadom Piškornica⁷. Iz istog izvješća proizlazi da u posljednje četiri godine nije bilo zabilježenih značajnijih pojava ilegalnih odlagališta otpada u prirodi.

Plan iz 2017. godine potrebno je ažurirati u skladu s novim Zakonom o gospodarenju otpadom (NN 84/21 i 142/23). Naime, Plan je izrađen prema ranijem zakonodavnom okviru te ga je potrebno uskladiti s aktualnim Planom gospodarenja otpadom Republike Hrvatske (NN 84/23), koji se temelji na

⁶ Aglomeraciju Krapina čine Grad Krapina i općine Đurmanec, Jesenje i Radoboj.

⁷ <https://www.rcgo-piskornica.hr/>

hijerarhiji gospodarenja otpadom u EU i novim europskim regulatornim zahtjevima u području kružnog gospodarstva.

Ublažavanje klimatskih promjena

Grad Krapina je izradio Akcijski plan energetske održivosti razvoja i prilagodbe klimatskim promjenama Grada Krapine (SECAP, studeni 2023.)⁸, koji je na razini gradova i općina ekvivalent Programu ublažavanja klimatskih promjena, prilagodbe klimatskim promjenama i zaštite ozonskog sloja.⁹ U Akcijskom planu definirana je ukupno 21 mjera. Prema vremenskom planu tog dokumenta, jedna mjera se provodi kontinuirano do postizanja dekarbonizacije, jedna do kraja 2025., a jedna do kraja 2026. godine. Preostalih 18 mjera provodi se do 2030. godine. Obzirom da je početak provedbe svih mjera 2023. godina, zaključuje se da su sve mjere trenutno u provedbi te zasad nema informacija (izvještaja) statusu implementacije mjera (do kraja 2025., 2026, 2030., odnosno do postizanja dekarbonizacije).

U Provedbenom programu Grada Krapine za razdoblje 2022. – 2025. jedan od strateških ciljeva je Ekološka i energetska tranzicija za klimatsku neutralnost. Mjerama Programa (1.12. i 1. 13. 1.14.) kontinuirano se osigurava redovito održavanje javnih zelenih površina, održavanje sustava odvodnje oborinskih voda te provodi modernizacija i zamjena javnih rasvjetnih tijela energetske učinkovitima. Tako se rekonstrukcijom rasvjete na području grada zamjenjuje postojeća rasvjeta (gotovo 2.000 rasvjetnih tijela) novim LED rasvjetnim tijelima, u svrhu smanjenja svjetlosnog zagađenja, troškova električne energije i održavanja sustava javne rasvjete te smanjenja emisija CO₂. Nadalje, mjerama Provedbenog programa provode se projekti energetske učinkovitosti te štednje energije, a u tijeku je i projekt kojeg Grad Krapina provodi sa Fondom za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost u svrhu prilagodbe klimatskim promjenama i zaštite ozonskog sloja te izgradnje zelene i klimatski neutralne Hrvatske. U sklopu projekta planirana je sadnja 680 drveća i grmlja diljem grada (što će povećati odliv stakleničkih plinova), kao i izgradnja javnih slavina sa zdravstveno ispravnom pitkom vodom na dječjim i sportskim igralištima na 16 lokacija radi prilagodbe klimi.

U tijeku je i izrada Strategije zelene urbane obnove¹⁰, koja će doprinijeti ublažavanju klimatskim promjenama, budući da su mjere koje se predviđaju usmjerene na povećanje zelene urbane infrastrukture, odnosno povećanju odliva stakleničkih plinova (i prilagodbe klimi). U okviru Programa i planova za energetske učinkovitost KZŽ sudjeluje i Grad Krapina, gdje se sufinanciraju mjere energetske učinkovitosti javnih zgrada i kućanstava (npr. obnova ovojnice zgrade, dizalice topline), kao i korištenje obnovljivih izvora energije. Temeljem iznesenog, može se zaključiti da je u Gradu Krapina sustav za ublažavanje i prilagodbu klimi uspostavljen.

⁸ <https://krapina.hr/kategorija/strateski-dokumenti/akcijski-plan-energetski-i-klimatski-odrzivog-razvitka-grada-krapine-secap/>

⁹ Predstavničko tijelo županije, Grada Zagreba i velikoga grada donosi program ublažavanja klimatskih promjena, prilagodbe klimatskim promjenama i zaštite ozonskog sloja koji je sastavni dio programa zaštite okoliša koji se donosi sukladno zakonu kojim se uređuje zaštita okoliša. Grad Krapina nije svrstan u kategoriju velikih gradova.

¹⁰ <https://krapina.hr/izrada-strategije-zelene-urbane-obnove-grada-krapine/>

Telekomunikacija i dostupnost Interneta

Podatak koji može ukazati na stanje digitalizacije i njegovu prostornu diferenciranost je udio kućanstava s ugovorenim nepokretnim širokopojasnim pristupom na razini općina i gradova u Hrvatskoj. Prikaz korištenja brzina širokopojasnog pristupa, koji je dostupan na web stranici Hrvatske regulatorne agencije za mrežne djelatnosti (HAKOM), prikazuju se podaci o postocima korištenja brzina nepokretnog širokopojasnog pristupa (kućanstva) po pojedinim razredima, može se upotrijebiti u svrhu analize širokopojasnih priključaka privatnih kućanstava po ugovorenim brzinama. Podaci pokazuju ukupni udio kućanstava sa svim ugovorenim brzinama širokopojasnog pristupa (od ≤ 2 Mbit/s do ≥ 10 Gbit/s) za III. tromjesečje 2024. Treba napomenuti da prikazani postotak predstavlja omjer Broja prijavljenih priključaka i broja Privatnih kućanstava. Budući da Broj prijavljenih priključaka obuhvaća i privatna kućanstva koje se ne ubrajaju u kućanstava prema metodologiji Državnog zavoda za statistiku, navedeni postotak može biti veći od 100 %.

Krapina je jedna od 12 jedinica lokalne samouprave Krapinsko-zagorske županije u kojoj je evidentirano više od 50 % kućanstava sa širokopojasnim pristupom uz Klanjec, Zabok i Oroslavje te općine Tuhelj, Đurmanec, Radoboj, Zagorska Sela, Marija Bistrica, Bedekovčina, Veliko Trgovišće i Hum na Sutli. Grad Krapina je s udjelom od 55,37 % kućanstava iznad prosječne vrijednosti (53,35 %) za općine i gradove u Hrvatskoj. Također, to je iznad prosjeka za Krapinsko-zagorsku županiju (44,87 %) u kojoj se vrijednosti kreću u rasponu od oko 28 do 59 %.

Ipak, sugeriraju se daljnje investicije u razvoj širokopojasne mreže te poticanje na njezinu upotrebu u poslovanju i svakodnevnom životu. U usporedbi s primjerice Općinom Bistra (8,61 %) u Zagrebačkoj županiji ili Općinom Bilje (6,56 %) u Osječko-baranjskoj županiji, zabilježene su manje vrijednosti kućanstava s ugovorenim gigabitnim brzinama (2,83 %) iako postoji dostupnost takvog širokopojasnog pristupa (HAKOM - Interaktivni GIS portal). Općenito, nedostatna razvijenost adekvatne suvremene telekomunikacijske mreže ili njezina nedovoljna upotreba utječu na zaostajanje malog i srednjeg poduzetništva u implementaciji poslovnih digitalnih rješenja.

4.5. Prometna infrastruktura

Prema javno dostupnim geoprostornim podacima s poslužitelja Hrvatskih cesta i u skladu s Odlukom o razvrstavanju javnih cesta (NN 86/2024), područje Grada Krapine sadrži oko 10 km autocesta, 25 km državnih te jako male količine cesta koje se klasificiraju kao županijske (0,13 km) ili lokalne (0,36 km). Zbog smještaja u Sjevernoj Hrvatskoj, u blizini Zagreba te uz granicu sa Republikom Slovenijom, prometni položaj Krapine je povoljan pa kroz nju prolazi autocesta A2, odnosno srednjoeuropski pravac E59. Uz navedene ceste, mogu se još spomenuti državne ceste DC1, DC35, DC74, DC206, DC434, DC677 (tablica 4.4).

Tablica 4.4. Popis državnih cesta koje se nalaze u ili prolaze kroz Grad Krapinu

Državna cesta	Povezuje (od - do)
DC1	GP Macelj - Split
DC35	Varaždin - Sveti Križ Začretje
DC74	Đurmanec - Švaljkovec
DC206	GP Hum na Sutli - Krapina
DC434	Bobovje - Mihaljekov Jarek
DC677	Lepajci - Sveti Križ Začretje

Izvor: Odluka o razvrstavanju javnih cesta (NN 86/2024)

Dio cestovnih prometnica vodi se kao nerazvrstane ceste pa se kao dodatni izvor podataka za uvid u razgranatost cestovne mreže i duljinu prometnica može upotrijebiti besplatni i javno dostupni OpenStreetMap. Prema toj bazi podataka, ukupna duljina cesta, ulica i putova (asfaltiranih i neasfaltiranih) na kojima je moguće kretanje automobilima unutar Grada Krapine, iznosi oko 289 km.

Tablica 4.5. Cestovna dostupnost Krapine nekim gradovima i međunarodnoj zračnoj luci

Grad	Procijenjeno vrijeme putovanja automobilom (h:mm)
Zagreb	0:54
Zračna luka Franjo Tuđman	0:46
Varaždin	1:02
Rijeka	2:00
Zadar	3:17
Split	4:24
Osijek	3:21
Ljubljana	1:56
Maribor	0:47
Budimpešta	3:46

Izvor: HAKmap (28.04.2025)

Od ostalih vrsta prometa, valja izdvojiti željeznički promet i prugu R106 od Zaboka do granice sa Slovenijom kod Đurmanca. Ukupna duljina željezničkih pruga koje prolaze kroz Grad Krapinu je oko 10,5 km. Procjene trajanja izravnog putovanja željeznicom od Zagreba do Krapine kreću se od 1 sat i 15 minuta pa do nekoliko sati, ovisno o broju presjedanja i vremenu polaska, ali nužno je barem jedno presjedanje između ova dva gradska središta.

4.6. Analiza stanja digitalizacije

Digitalna transformacija, koja se očituje u sve širem korištenju informacijsko-komunikacijskih tehnologija (IKT), povećava potencijale turističke ponude. Informira i involvira turiste u doživljaj destinacije prije dolaska i za vrijeme boravka. Paralelno se stvara potreba za dodatnim znanjem i kompetencijama dionika u turizmu, što ujedno podrazumijeva i praćenje trendova. U tom kontekstu razvoj turizma i same destinacije ovisio o općem razvoju gospodarsko-društvenih segmenata i podršci

s nacionalne razine, kao što je planirana podrška Ministarstva turizma i sporta koja razvija IT alate za upravljanje turizmom.

Digitalna povezanost

Hrvatski Telekom je na području grada Krapine i susjednih općina implementirao brzi širokopojasni internet, čime su osigurani uvjeti za digitalno povezivanje i dostupnost usluga suvremenim korisnicima. Širokopojasni internet dostupan je i u Poduzetničkoj zoni Krapina Nova – Zapad, Zoni malog gospodarstva, kao i u Poduzetničkoj zoni Krapina Nova – Jug, u skladu sa zahtjevima poslovnih korisnika. Povezivost je osigurana i u samom središtu grada, čime se zadovoljavaju osnovne potrebe stanovništva i doprinosi općoj digitalnoj inkluziji.

Grad Krapina provodi i proces digitalizacije upravljanja imovinom, s ciljem učinkovitijeg evidentiranja, praćenja i planiranja korištenja nekretnina i nepokretne imovine u vlasništvu Grada.

U okviru Strategije razvoja urbanog područja Krapina 2021.–2027. ¹¹, usvojene 2023. godine, utvrđene su postojeće prednosti i slabosti digitalne infrastrukture. Prema podacima za 2021. godinu, na području Grada Krapine 3.944 kućanstava imalo je pristup širokopojasnoj mreži. Brzine veće od 100 Mbit/s bile su tada dostupne samo u urbanom području Grada Krapine, dok su u općinama Jesenje i Đurmanec bile prisutne tek u neznatnim udjelima.

Pametni grad i destinacija

U okviru strategije jedinstvenog digitalnog tržišta, Europska komisija provodi inicijativu WiFi4EU, usmjerenu na poboljšanje bežičnog internetskog pristupa na prostoru cijele Europske unije. Cilj inicijative je omogućiti besplatan Wi-Fi pristup građanima u javnim prostorima, uključujući parkove, trgove, javne zgrade, knjižnice, zdravstvene ustanove i muzeje. Grad Krapina se uključio u ovu inicijativu i realizirao projekt postavljanja bežičnog interneta na ukupno 13 pristupnih točaka unutar gradskog područja. Točke su postavljene na sljedećim lokacijama: Osnovna škola „Ljudevit Gaj“ Krapina, Pučko otvoreno učilište Krapina, Srednja škola Krapina, sportska dvorana Srednje škole Krapina, zgrada Krapinsko-zagorske županije, dvije lokacije na Hušnjakovu, Osnovna škola Augusta Cesarca Krapina, SRC Podgora, Područne škole Podgora, Lepajci, Donja Šemnica i Škarićevo.

Ova inicijativa ne doprinosi samo boljoj digitalnoj povezanosti građana, već i unaprijeđenju turističkog iskustva, osobito u dijelovima grada koji bilježe veću frekvenciju posjetitelja. Dodatno, provedena je i digitalizacija kina u Festivalskoj dvorani Krapina, čime je omogućeno izvođenje raznovrsnog kulturnog programa za djecu i odrasle. U sklopu digitalne tranzicije, Grad Krapina provodi i modernizaciju poslovne infrastrukture s ciljem stvaranja povoljnog okruženja za poduzetništvo, uključujući planiranje prostora za poduzetničke inkubatore, akceleratora i coworking prostore. Ovi sadržaji doprinose i razvoju turističkog segmenta, osobito u kontekstu umrežavanja gradskih usluga i aktivnosti unutar šireg koncepta pametnog grada.

¹¹ https://krapina.hr/wp-content/uploads/2024/10/Strategija_razvoja_urbanog_podrucja_Krapina.pdf

Sustavi za upravljanje odnosima s turistima

Mjere razvoja Grada Krapine, definirane Provedbenim programom Grada Krapine za razdoblje 2022.–2025., uključuju i komponentu digitalne transformacije. Ona obuhvaća uvođenje digitalnih alata u cilju unaprjeđenja investicijskog okruženja, poticanja razvoja poduzetništva i obrta, jačanja konkurentnosti i održivog gospodarstva, obrazovanja, zapošljavanja te održivog upravljanja prirodnim i izgrađenim okolišem. Iako su ove mjere horizontalne prirode, imaju izravan utjecaj na poslovanje i digitalnu prisutnost turističkih subjekata i dionika.

U kontekstu konkretnih sustava za upravljanje odnosima s posjetiteljima, ističe se internetska stranica Turističke zajednice Grada Krapine¹², koja služi za promociju lokalnih znamenitosti, oglašavanje smještajne i gastronomske ponude te informiranje o aktualnostima. Stranica uključuje multimedijske sadržaje, no prema stanju na dan pregleda (18. travnja 2025.) zabilježeno je 30 pretplatnika i 629 pregleda u prethodnih šest mjeseci, što upućuje na ograničeni digitalni doseg.

Uz lokalne resurse, Grad Krapina se za digitalne kanale i analitiku oslanja i na županijske platforme, poput sustava Visit Zagorje, dok podaci s platformi turističkih agencija zasad nisu dostupni niti integrirani u lokalni sustav upravljanja posjetiteljskim iskustvom.

Najposjećenija kulturna institucija u gradu – Muzej krapinskih neandertalaca – na svojim internetskim stranicama nudi informacije o stalnom postavu, edukacijskim programima i kalendaru događanja, uključujući i virtualnu šetnju. Međutim, online rezervacija grupnih¹³ i ostalih aktivnosti trenutačno nije omogućena.

Osim fizičkog oglašavanja i informativne signalizacije, u komunikaciji s posjetiteljima sve značajniju ulogu imaju društvene mreže. Primjerice, Facebook stranica TZ Grada Krapine¹⁴ na dan 18. travnja 2025. imala je 6.400 pratitelja, što predstavlja važan kanal za izravnu komunikaciju s publikom.

Online rezervacijski sustavi

Na području Grada Krapine smještajni objekti prisutni su na globalnim platformama kao što je booking.com, dok Grad dodatno promovira odabrane smještajne kapacitete putem svojih internetskih stranica i društvenih mreža, prvenstveno Facebooka¹⁵. Ove aktivnosti dopunjuju informacijsko-komunikacijske platforme koje djeluju na razini Krapinsko-zagorske županije, uključujući Visit Zagorje, Zagorje Online i Biser Zagorja. Navedene platforme ne služe samo kao izvori informacija o smještaju i turističkim sadržajima, već aktivno umrežavaju lokalnu ponudu i povećavaju njezinu vidljivost. Važno je pritom istaknuti potrebu za odgovornim postupanjem s osobnim podacima korisnika ovih sustava. Briga o privatnosti i usklađenost s regulativama o zaštiti podataka dodatno pridonose vjerodostojnosti pružatelja usluga i izgradnji povjerenja posjetitelja.

¹² <https://www.tzg-krapina.hr/wp/category/smjestaj-u-krapini-i-okolici/>

¹³ <https://mkn.mhz.hr/hr/posjeta/grupne-rezervacije/>

¹⁴ https://www.facebook.com/turistickazajednica.gradakrapine/?locale=hr_HR

¹⁵ <https://krapina.hr/smjestajni-kapaciteti-2/>

Edukacija i digitalne vještine

Na Pučkom otvorenom učilištu Grada Krapine provode se edukacije mladih kadrova, ponajprije u okviru projektno orijentiranih programa, poput edukacije za računalne operatere te edukacije o uzgoju poljoprivrednih kultura na ekološki način. Riječ je o programima koji mogu doprinijeti jačanju lokalnih kompetencija u sektorima koji su relevantni i za razvoj turizma.

Takve aktivnosti za sada su usmjerene uglavnom na mlađu populaciju, dok je uključivanje drugih dobrih skupina ograničeno. U kontekstu razvoja cjeloživotnog učenja, može se razmatrati mogućnost šireg obuhvata stanovništva, osobito u temama koje prate nove gospodarske trendove i digitalne tehnologije, uključujući digitalne vještine povezane s poslovanjem u turizmu i pružanjem usluga u destinaciji.

Zasad ne postoje objedinjeni podaci o obujmu, financiranju i rezultatima edukacija povezanih s razvojem digitalnih vještina među lokalnim stanovništvom i zaposlenima u turizmu. S obzirom na to da je riječ o prvom Planu upravljanja destinacijom izrađenom sukladno novom zakonodavnom okviru iz 2024. godine, ovaj se segment može promatrati kao prostor za sustavno prikupljanje podataka i uvođenje praćenja, u svrhu cjelovitog sagledavanja upravljanja ljudskim resursima u destinaciji.

Digitalna integracija lokalnih pružatelja usluga

Trenutno ne postoje javno dostupni izvori, niti službeni podaci, na temelju kojih bi se mogla provesti detaljna analiza digitalne integracije lokalnih pružatelja turističkih usluga. Nema sustavno vođene evidencije o stupnju digitalne prisutnosti, korištenju rezervacijskih sustava, dostupnosti online plaćanja ni upravljanju korisničkim iskustvom putem digitalnih kanala. Ovaj nedostatak informacija otežava uvid u razinu digitalne spremnosti dionika na terenu i njihovu integraciju u digitalne turističke ekosustave na lokalnoj i regionalnoj razini.

4.7. Analiza stanja pristupačnosti osobama s invaliditetom

Prema Pravilniku o javnoj turističkoj infrastrukturi (NN 136/21)¹⁶, turističkom infrastrukturu smatra se infrastruktura koja na području turističke destinacije izravno ili neizravno utječe na razvoj turizma i turističke ponude, a djeluje u funkciji stvaranja dodane vrijednosti turističkim sadržajima. Infrastruktura se klasificira kao primarna (izravno povezana s doživljajem destinacije i atrakcijama) ili sekundarna (potporna, posredno doprinosi turističkoj funkciji).

Prema trenutno dostupnim podacima iz evidencije o javnoj turističkoj infrastrukturi (xls.JTI)¹⁷, ukupan broj turističke infrastrukture koja je pristupačna osobama s invaliditetom i smanjenom pokretljivošću iznosi 9, što u ukupnom broju JTI koji iznosi 11, to čini udio od 81,8% (Tablica 4.6.).

¹⁶ https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2021_12_136_2248.html

¹⁷ Treba napomenuti da za slijedeću JTI u evidenciju (xls.JTI) ne postoje kategorije prema kojima se može analizirati pristupačnost: biciklističke rute; pješačke staze; tematske staze; šetnice; stajališta uz more, jezero i sl.; penjališta i info-ploče turistička signalizacija te je stoga broj takve JTI izuzet iz izračuna udjela pristupačne JTI.

Kategorizacija pristupačne JTI zasniva se na najviše 6 značajki: parkirališna mjesta povezana s pristupačnom površinom za kretanje, pristupačna površina za kretanje, pristupačni prilaz, pristupačni ulaz, pristupačni sanitarni čvorovi te pristupačnost viših etaža (ukoliko postoje) .

Tablica 4.6. Javna turistička infrastruktura (JTI) i pristupačne JTI u Gradu Krapini u 2024. godini

Javna turistička infrastruktura (JTI)	Ukupno	Pristupačno
Primarna turistička infrastruktura		
Interpretacijski centar	1	1
Odmorište - vidikovac	2	1
Kupalište	1	1
Plaža	0	0
Planinarska infrastruktura	1	0
Dvorci, kurije, utvrde	1	1
Sekundarna turistička infrastruktura		
Sportski objekti	1	1
Rodne kuće poznatih osoba	1	1
Parkirališta	1	1
Arheološka nalazišta	1	1
Ostalo	1	1
UKUPNO	11	9

Izvor podataka: Evidencija javne turističke infrastrukture Krapinsko-zagorske županije

4.8. Analiza organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji

Funkcionalne djelatnosti i javne usluge u Gradu Krapini čine osnovnu potporu svakodnevnom životu stanovnika te izravno i neizravno utječu na iskustvo posjetitelja. Iako najčešće izvan fokusa turističkog planiranja, upravo ove usluge oblikuju percepciju destinacije kao uređenog, sigurnog i gostoljubivog prostora.

Uslužne djelatnosti, uključujući trgovine, servise, frizerske i druge obrte, lako su dostupne u gradskom središtu i u njegovoj bližoj okolini. Takva koncentracija omogućuje ugodno funkcioniranje kako lokalnom stanovništvu tako i turistima, osobito onima koji borave dulje ili dolaze s obiteljima. Zdravstvena zaštita dostupna je putem Doma zdravlja i hitne medicinske pomoći, što čini važan element sigurnosne infrastrukture za posjetitelje.

Sakralni objekti u Krapini nisu samo mjesta vjerskog okupljanja, već i prostori kulturne baštine i lokalnog identiteta. Njihova prisutnost pridonosi ambijentalnoj vrijednosti prostora, a u nekim slučajevima i kulturnoj ponudi – primjerice kroz organizaciju koncerata i posebnih događanja.

Kulturne, obrazovne i sportske ustanove aktivne su u javnom životu grada i predstavljaju potencijal za razvoj dodatnih sadržaja, radionica i manifestacija koje bi mogle biti usmjerene i prema posjetiteljima. Gradska knjižnica, glazbena škola i sportski centri resurs su koji može nadopuniti kulturnu i rekreativnu ponudu.

Grad pokrivaju sve žurne službe – policija, vatrogasci, hitna pomoć i lokalni ogranak HGSS-a – što osigurava osnovnu sigurnosnu strukturu, uključujući podršku za manifestacije i boravak na otvorenom. Pristupačnost za osobe s invaliditetom napreduje, no standardi još uvijek nisu dosljedno primijenjeni u svim javnim prostorima i objektima.

U cjelini, funkcionalne djelatnosti i javne usluge Krapine stvaraju stabilan temelj za razvoj turizma. Iako izvan uže turističke ponude, njihova kvaliteta, dostupnost i integriranost doprinose općem doživljaju destinacije kao mjesta pogodnog za boravak, istraživanje i povratak.

4.9. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala

Podaci Hrvatskog zavoda za mirovinsko osiguranje i Državnog zavoda za statistiku daju uvid u ljudske resurse i demografske specifičnosti pojedinih županija. Njih upotpunjuju podaci područnih ureda Hrvatskog zavoda za zapošljavanje.

Iako su dostupni recentniji podaci HZMO-a, ovdje (tablica 4.7.) su prikazani podaci za 31. prosinac 2023. kako bi bili usporedivi s posljednjim procjenama broja stanovnika po gradovima i općinama (DZS).

Tablica 4.7. Usporedba procjene stanovništva s brojem osiguranika, korisnika mirovina i nezaposlenih u Gradu Krapini za prosinac 2023.

Grad Krapina	Broj
Procjena ukupnog broja stanovnika (DZS)	11.574
Procjena broja žena/muškaraca (DZS)	5.954/5.620
Ukupni broj osiguranika (HZMO)	6.120
Ukupni broj korisnika mirovina (HZMO)	3.595
Registrirana nezaposlenost (HZZ)	199

Izvor: DZS, HZMO, HZZ.

Prema ovdje navedenim podacima za kraj prosinca 2023. udio nezaposlenog u aktivnom stanovništvu je 3,1 %. Za usporedbu, godišnja prosječna nezaposlenost za Krapinsko-zagorsku županiju za 2023. iznosila je 4,7 %, što je ispod tadašnje (6,2 %) prosječne stope nezaposlenosti na nacionalnoj razini (Godišnjak 2023, HZZ PU Krapina).

Odnos osiguranika (zaposlenih) i korisnika mirovina u Gradu Krapini za navedeni datum iznosio je 1,70. Taj je odnos općenito nepovoljan u Hrvatskoj - na nacionalnoj razini iznosi 1,37, ali postoje velike razlike među gradovima: od 1,21 u Velikoj Gorici do 2,77 u Varaždinu.

Struktura prosječne nezaposlenosti po razinama obrazovanja za travanj 2025. (tablica 4.8.) pokazuje da je među njima manji udio onih koji imaju visoko obrazovanje ili završenu gimnaziju.

Tablica 4.8. Prosječna nezaposlenost u Gradu Krapini po razinama obrazovanja krajem travnja 2025.

Razina obrazovanja	Bez škole i nezavršena osnovna škola	Osnovna škola	SŠ do 3 godine te KV i VKV radnike	SŠ u trajanju od 4 i više godina	Gimnazija	Prvi stupanj fakulteta, stručni studij i viša škola	Fakulteti, akademije, magisterij, doktorat	Ukupno
Broj	6	32	63	43	4	12	11	171

Izvor: HZZ, Područni ured Krapina, 2025.

4.10. Analiza komunikacijskih aktivnosti

Turistička zajednica grada Krapine ključni je nositelj promocije, koordinacije i razvoja turizma u destinaciji. Kroz svoj godišnji Program rada i financijski plan usmjerava aktivnosti na jačanje turističke prepoznatljivosti grada, unapređenje ponude i upravljanje razvojem turizma. Temeljne funkcije TZ-a obuhvaćaju strateško planiranje, razvoj proizvoda, destinacijski menadžment te komunikaciju i promociju na različitim tržištima.

Program rada TZ grada Krapine

Turistička zajednica grada Krapine nositelj je turističke promocije za Krapinu. Sukladno Programu rada i financijskom planu koji se donosi krajem svake godine za narednu godinu provode se aktivnosti vezane uz istraživanje i strateško planiranje, razvoj turističkih proizvoda, komunikaciju i oglašavanje i destinacijski menadžment. Prema Programu za 2025. godinu planirani ukupni prihodi TZ grada Krapine iznose oko 464 tisuće eura, što čini povećanje od oko 25 % u odnosu na prethodnu 2024. godinu. Najveći dio prihoda dolazi iz proračuna općine / grada / županije i državnog proračuna (58 %). Prema financijskom planu za 2025. godinu najviše se planira izdvojiti za razvoj turističkih proizvoda, odnosno, podršku razvoju turističkih događanja.

Mrežna stranica

Mrežna stranica Turističke zajednice grada Krapine (<https://www.tzg-krapina.hr/>) dobro je uređena i na atraktivan način predstavlja grad Krapinu kao turističku destinaciju. Posebno se mogu istaknuti sljedeći elementi:

- **Identitet i povjerenje:** TZ grada Krapine se logom i tekstualno identificira kao vlasnik stranice. Također, daje kontaktne informacije (telefon, e-mail).
- **Organizacija i navigacija:** navigacija je intuitivna i lagana. Glavni izbornik organiziran je u nekoliko cjelina: 'Turistička zajednica grada Krapine', 'O Krapini', 'Događanja', 'Smještaj', 'Gastronomija'. Izbornici 'O Krapini' i 'Događanja' imaju podizbornike u kojima se detaljnije prezentira i opisuje turistička ponuda.

- **Sadržaj stranice:** stranica sadrži atraktivne videomaterijale, ambijentalne fotografije. Tekst je složen na način da se daju osnovne informacije iz kojih se može dobiti 'više'. Informacije su aktualne iako su pojedini tekstovi preopširni, odnosno, nisu složeni s kratkim naslovima i podnaslovima što bi olakšalo čitanje. Za sada je stranica samo na hrvatskom jeziku. Budući da je riječ o stranici koja je u izradi (2025. godina), stranice će biti dostupne i na stranim jezicima.
- **Interaktivnost i personalizacija:** na stranicama ne postoji mogućnost pretraživanja po ključnim riječima niti mogućnost pretraživanja smještaja.

Društvene mreže

Facebook	• Ime stranice je Turistička zajednica Grada Krapine • Facebook stranica ima oko 6,5 tisuća pratitelja • Sadržaj je raznolik, prati aktualna događanja i aktivnosti u Županiji
YouTube	• Promotivni film '830 godina Krapine' u trajanju od nešto više od 10-ak minuta govori o povijesti i glavnih atrakcijama grada Krapine • Promotivni film o Vilibaldu Slugi (8 min) • Na stranici je 28 videozapisa

4.11. Trendovi i analiza konkurencije

Razumijevanje aktualnih turističkih trendova i pozicioniranja grada Krapine u odnosu na konkurentske destinacije ključno je za strateško usmjeravanje razvoja i promocije. Analiza obuhvaća prepoznavanje promjena u motivacijama i ponašanju turista, rastućih niša i očekivanja tržišta, kao i usporedbu s destinacijama koje nude slične proizvode – poput wellnesa, kulturne baštine, boravka u prirodi ili ruralnog odmora. U nastavku se daje pregled ključnih trendova i konkurentskog okruženja relevantnog za daljnje oblikovanje razvojnih prioriteta.

Trendovi

Nakon krize uzrokovane pandemijom COVID-19, koja je gotovo u potpunosti zaustavila turistička kretanja 2020. godine, u 2024. godini međunarodni je turizam bilježio gotovo potpuni oporavak. Posebno o tome svjedoče brojke na Mediteranu koji je u odnosu na 2019. godinu zabilježio rast od 7,9 % i time učvrstio položaj najjače europske i svjetske turističke regije. Rast se bilježi i u potrošnji turista. U Europi su turisti potrošili nešto više od 740 milijardi eura, 14 % više u odnosu na prethodnu godinu. Značajan rast odnosi se na izdatke za hranu i piće, kulturu, rekreaciju i sport, maloprodaju, usluge prijevoza i smještaj. Iako je takav rast posljedica inflacije, dio tog rasta zasigurno je moguće pripisati i promjenama u preferencijama turista.¹⁸

Iako ovi spomenuti trendovi pokazuju pozitivna kretanja, važno je naglasiti i prijetnje turističkim putovanjima. To su daljnja inflatorna kretanja, posebno rast cijena prijevoza i smještaja pa se tako sve više govori o stavljanju prioriteta na 'vrijednost za novac'. Trgovinske napetosti, nedostatak radne

¹⁸ European Travel Commission (2024), *European Tourism: Trends & Prospects* (Q1/2024)

snage, geopolitička neizvjesnost i klimatski ekstremi i dalje se smatraju velikim rizicima za rast turističkih aktivnosti.¹⁹

Promjene društvenih vrijednosti uslijed okolišnih, klimatskih, gospodarskih, tehnoloških i drugih promjena kojima su turisti izloženi, mijenjaju njihove preferencije, navike i potrebe. Nužno je pratiti te promjene kako bi se turistička ponuda prilagođavala suvremenom potrošaču u turizmu te kako bi bila u skladu s trenutkom i s tim osigurala poziciju destinacije na tržištu.

Te promjene je moguće sagledati u nekoliko glavnih grupa:

- **Potreba prilagodbe održivosti turizma**²⁰: iako je tema održivosti prisutna već dugi niz godina, u posljednje vrijeme je vidljivo da turisti pokazuju sve veću sklonost održivim praksama na putovanjima. Naime, pojačan je interes za održivim javnim prijevozom, smještajnim objektima s certifikatima održivog poslovanja, proizvodima s certifikatima čuvanja okoliša. Putnici danas donose svjesnije odluke jer smatraju da održiva turistička putovanja dodaju vrijednost njihovim putovanjima i da ih održive prakse tijekom putovanja inspiriraju da usvoje održive navike u svakodnevnom životu. Ponuda turističkih destinacija ubrzano se prilagođava održivim praksama i sve se više uvode različiti certifikati, kako na razini tvrtki tako i na razini destinacija. Posebno je to istaknuto u Europi koja je u Europskom zelenom planu postavila ciljeve u primjeni ekoloških i drugih standarda. Važno je spomenuti i regenerativni turizam, koncept koji ide dalje od održivosti i koji govori o tome da se nastoji poboljšati stanje u destinaciji nakon posjeta turista, odnosno, da ona postaje bolje mjesto nego što je bila prije turizma.²¹
- **Transformacija kroz putovanja**: zasićenost informacijama i brzina života u suvremenom svijetu poticaj su na traženje putovanja koja će omogućiti odmak od svakodnevnice, doživljaj, osobni rast i vlastitu transformaciju. Posebno je to izraženo u slučaju mlađih generacija, 'Y' i 'Z', koje manje zanimaju masovni turizam i komercijalizacija, a više lokalna zajednica i jedinstvena iskustva. Na cijeni su putovanja koja pridonose vlastitoj transformaciji kroz upoznavanje lokalne zajednice i specifičnosti života, autohtonih elemenata ponude, očuvanih običaja života i rada.
- **Wellbeing putovanja**: riječ je o širokom pojmu koji uključuje tradicionalne aktivnosti joge, meditacije, spa programa, ali i svih drugih aktivnosti koje pridonose unapređenju kvalitete života i upravljanja stresom. Ukratko, fokus je na svemu što pridonosi poboljšanju fizičkog, mentalnog i emocionalnog zdravlja. Cilj je opuštanje, iscjeljenje, obnavljanje energije i povratak ravnoteže tijela i uma. Turisti su usmjereni na programe koji su prilagođeni njihovim individualnim potrebama i posebno cijene holističke sadržaje koji mogu uključivati boravak u prirodi, digitalnu detoksikaciju, masaže, aromaterapije, lagane fizičke aktivnosti, zdravu prehranu i slično.
- **Utjecaj tehnologija**: tehnologija ima veliki utjecaj na sve dijelove putovanja, od faze maštanja i planiranja do boravka u destinaciji. Koliko kvalitetno destinacije i ponuđači proizvoda i usluga uspiju te informacije predstaviti i kroz koje kanale, uvelike može utjecati na odabir i kupnju turista. Veliki rast *online* kupovine bilježe svi – od smještajnih kapaciteta, posrednika, prijevoznika do agencija. Nove tehnologije, poput AI i VR, sve se više primjenjuju u interpretaciji

¹⁹ UN Tourism, *World Tourism Barometer*, Volume 23, Issue 1, January 2025, Madrid.

²⁰ Booking.com (2024), *Sustainable Travel Report 2024*

²¹ <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/trends>

destinacijskih atrakcija – posjetiteljskim centrima, muzejima. Virtualna realnost može danas 'vjerno' prenositi priče i događanja iz daleke prošlosti i pružiti turistima nova i zanimljiva iskustva. Društvene mreže postaju mjesto prikupljanja informacija prije putovanja, dijeljenje sadržaja u destinaciji i pružanje preporuka kroz dojmove i doživljaje nakon povratka kućama.

Konkurenti

U kontekstu razvoja turizma u Gradu Krapini, najrelevantnija konkurencija ne dolazi primarno iz drugih županija ili većih urbanih središta, već iz destinacija unutar same Krapinsko-zagorske županije. Razlog tome leži u činjenici da su:

- ciljne skupine (domaći izletnici, obitelji, školske grupe, posjetitelji iz Zagrebačke i susjednih županija) prostorom i interesima usmjereni na jednodnevne ili vikend destinacije unutar županije,
- sadržaji koje nude pojedine destinacije tematski i funkcionalno slični, pa dolazi do preklapanja u motivima dolaska,
- blizina destinacija omogućuje posjetiteljima brzu i jednostavnu usporedbu ponude, zbog čega se izbor lokacije često donosi spontano i ovisno o percepciji privlačnosti i dostupnosti sadržaja.

Stoga je konkurentnost unutar županije važna dimenzija planiranja razvoja turizma u Krapini – osobito u smislu diferencijacije, pozicioniranja i strateških partnerstava. Komparativna analiza ključnih konkurentskih destinacija županije nalazi se u tablici 4.9.

Tablica 4.9. Ključne konkurentne destinacije županije i komparativna analiza

Destinacija	Tematski fokus	Razina prepoznatljivosti	Tipični posjetitelji	Glavni aduti	Komparativna prednost u odnosu na Krapinu
Krapinske Toplice	Termalni i medicinski turizam	Visoka	Obitelji, stariji gosti, pacijenti	Wellness, lječilište, bazeni	Bolja ponuda za duži boravak, izgrađen brand
Tuheljske Toplice	Obiteljski i zabavni wellness	Vrlo visoka	Obitelji, jednodnevni izletnici	Vodeni park, kamp, hoteli	Razvijena infrastruktura, atrakcije za djecu
Veliki Tabor / Desinić	Kulturna baština i legenda	Srednja do visoka	Kulturni turisti, škole	Dvorac, legenda o Veroniki	Jedinstvena kulturna atrakcija
Donja Stubica	Povijest, planinarenje, wellness	Srednja	Izletnici, planinari, kulturni turisti	Muzej seljačke bune, Sljeme	Snažna povijesna priča, blizina sadržaja u prirodi, terme
Zabok / Pregrada	Enogastronomija, urbani izleti	Niska do srednja	Lokalni izletnici, gastro turisti	Restorani, vinari, manji događaji	Sve jača gastro scena i umreženost s ruralnim turizmom

Uz intraregionalnu konkurenciju, za Grad Krapinu relevantne su i destinacije iz šireg regionalnog okruženja, posebno one koje privlače sličan profil posjetitelja – domaće jednodnevne izletnike, školske grupe, kulturno motivirane goste te obitelji s djecom. Ovdje je naglasak na destinacijama koje se nalaze unutar sat-dva vožnje od Zagreba, nude prepoznatljive kulturne ili muzejske atrakcije, te su uključene u iste skup prilikom odluke o izletu/putovanju. U nastavku su prikazane usporedive destinacije izvan Krapinsko-zagorske županije koje u kontekstu jednodневnih kulturnih izleta predstavljaju konkurenciju Krapini, osobito Muzeju krapinskih neandertalaca. Odabir destinacija temeljen je na blizini Zagrebu, sličnosti tematske ponude, broju posjetitelja i razini prepoznatljivosti.

Tablica 4.10. Ključne konkurentske destinacije izvan županije u kulturno-izletničkom segmentu

Destinacija	Vrsta atrakcije	Sličnost s Krapinom	Ključna prednost u odnosu na Krapinu
Samobor	Povijesna jezgra, manifestacije, priroda	Izletnički karakter, kulturne i gastro ponude	Veća percepcija šarma i tradicije, bliže Zagrebu
Varaždin	Barokni grad, muzeji, Špancirfest	Snažna kulturna komponenta, povijesne jezgre	Razgranata manifestacijska scena, urbano-elitni dojam
Karlovac	Muzeji, tvrđava, akvarij, vojna baština	Kulturna i edukativna ponuda	Višeslojna povijesna priča i raznoliki sadržaji
Čazma	Centar Čazma Natura, prirodna i kulturna baština	Edukacija i interpretacija, obiteljski turizam	Novi centar s fokusom na održivost, suvremeni pristup
Bjelovar	Kulturni centar, manifestacije, gradska jezgra	Urbani sadržaji, povijesni identitet	Veća razvijenost infrastrukture, status administrativnog središta

5. POKAZATELJI ODRŽIVOSTI

Pravilnikom o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma (NN 112/24) definirana je izrada obveznih i specifičnih pokazatelja, nužnih za izradu Plana upravljanja destinacijom. Izračun pokazatelja održivosti destinacije temeljen je na Pravilniku o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma (NN 112/24), Smjernicama za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji, Smjernicama za provođenje istraživanja stavova lokalnog stanovništva o turizmu i utjecaju turizma na kvalitetu života i drugim alatima za upravljanje razvojem turizma u destinaciji dostupnima na mrežnim stranicama Ministarstva turizma i sporta.

5.1. Obavezni pokazatelji održivosti – metodologija i rezultati

P.1. Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone (ZL-1)

Ovaj pokazatelj mjeri intenzitet turizma u destinaciji tijekom vršnog mjeseca glavne turističke sezone, kada je opterećenje infrastrukture i lokalne zajednice najveće. Definira se kao omjer ukupnog broja ostvarenih turističkih noćenja u destinaciji i broja stalnih stanovnika, standardiziran na 100 stanovnika. Cilj pokazatelja je procjena razine opterećenja koju turizam stvara u razdoblju najviše aktivnosti, uzimajući u obzir i infrastrukturne i društvene aspekte.

Pokazatelj se izračunava kao omjer (%) ukupnog broj turista u mjesecu vršne turističke sezone i umnoška broja dana u vršnom mjesecu i broja stanovnika u destinaciji, a umanjen za 100. Učestalost izrade pokazatelja je jednom godišnje.

Tablica 5.1. Podaci potrebni za izračun, izvori i ograničenja

Naziv podatka	Izvor
Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone	<i>eVisitor</i>
Broj dana u vršnom mjesecu	<i>eVisitor</i>
Stalan broj stanovnika u destinaciji	DZS, Statistika u nizu »Gradovi u statistici«

Rezultat: U razdoblju 2022.-2024. kolovoz je bio mjesec s najvećim brojem noćenja u 2022. i 2024. godini, a u 2023. najveći broj noćenja je ostvaren u srpnju. Izračun pokazatelja se može pregledno prikazati kao:

	2022.	2023.	2024.
Broj noćenja u mjesecu s najvećim brojem noćenja	3.956	4.492	4.392
Broj stanovnika Grada Krapine	11.534	11.487	11.574
Vrijednost pokazatelja	1,11	1,26	1,22

P.2. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom (ZL-2)

Ovaj pokazatelj izražava udio (%) stalnih stanovnika koji su zadovoljni razvojem turizma u destinaciji. Pokazatelj se računa kao omjer broja ispitanika koji su izrazili zadovoljstvo turizmom i ukupnog broja ispitanika. Dodatno, analizira se zasebno za one koji ostvaruju izravnu korist od turizma i one koji ne ostvaruju. Izračun pokazatelja provodi se svake dvije godine za destinacije u kategorijama ITR I i II, dok se za destinacije u kategorijama ITR III i IV provodi svake četiri godine.

Tablica 5.2. Podaci potrebni za izračun, izvori i ograničenja

Naziv podatka	Izvor
Udio (%) ispitanika koji su zadovoljni turizmom koji ostvaruju korist od turizma u destinaciji	Anketa lokalnog stanovništva
Udio (%) ispitanika koji su zadovoljni turizmom koji ne ostvaruju korist od turizma u destinaciji	

Rezultat: Udio ispitanika zadovoljnih razvojem turizma u Gradu Krapini je 30,6%. Očekivano, među ispitanicima koji ostvaruju koristi od turizma je razina zadovoljstva veća (40,7%) u odnosu na ispitanike koji nemaju koristi od turizma (28,6%).

Pokazatelj se računa na temelju podataka iz ankete lokalnog stanovništva koja je provedena putem on-line upitnika. Upitnik je bio otvoren za ispunjavanje od 19. svibnja do 29. lipnja 2025. godine.

Anketom je prikupljeno 160 valjanih odgovora.

Izračun pokazatelja se može pregledno prikazati:

	Nemaju korist od turizma	Imaju korist od turizma	Svi zajedno
Ukupno anketiranih	133	27	160
Anketirani zadovoljni razvojem turizma	38	11	49
Vrijednost pokazatelja	28,6%	40,7%	30,6%

P.3. Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji (ZT-1)

Ovim pokazateljem procjenjuje se zadovoljstvo turista koji borave u komercijalnim smještajnim objektima te jednodnevnih posjetitelja, koristeći skalu od 0 do 100. Uz to, mjeri se i neto spremnost turista da preporuče destinaciju. Zadovoljstvo se analizira kroz nekoliko aspekata:

- Percepcija kvalitete usluge
- Percepcija vrijednosti za novac
- Usporedba očekivanog i stvarnog iskustva

Izračun pokazatelja temelji se na:

1. Indeksu zadovoljstva posjetitelja
2. Neto spremnosti na preporuku destinacije

Izrada pokazatelja provodi se svake dvije godine za ITR I i II, a svake četiri godine za ITR III i IV.

Tablica 5.3. Podaci potrebni za izračun, izvori i ograničenja

Naziv podatka	Izvor
Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji	Anketa lokalnog stanovništva
Nepotvrđivanje očekivanja	
Usporedba s idealnim boravkom	
Namjera preporuke destinacije prijateljima, rodbini ili kolegama	
Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji	

Rezultat: Indeks zadovoljstva 84,7. Neto spremnost za preporuku destinacije 57,6%.

Pokazatelj se računa na temelju podataka iz ankete turista i jednodnevnih posjetitelja Grada Krapine koja je provedena putem osobnog intervjua u razdoblju od 25. svibnja do 29. lipnja 2025. godine. Anketiranjem su prikupljena 144 ispravno popunjena upitnika.

Izračun pokazatelja se može pregledno pokazati

	Prosječna ocjena
Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u Gradu Krapini (A1.)	6,08
Ispunjenje očekivanja (A2.)	6,04
Ocjena boravaka u Gradu Krapini (A3.)	6,12

$$\text{Indeks zadovoljstva} = \frac{6,08 + 6,04 + 6,12 - 3}{18} \times 100 = 84,7.$$

Na temelju indeksa zadovoljstva može se zaključiti da su turisti i posjetitelji dosta zadovoljni boravkom u Gradu Krapini.

Drugi dio pokazatelja kojim se mjeri zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom sastoji se od neto spremnosti za preporuku destinacije. Izračun pokazatelja se sažeto može prikazati kao:

	Ocjena 0-6	Ocjena 7-8	Ocjena 9-10	Ukupno
Vjerojatnost preporuke destinacije prijateljima rodbini i kolegama	10	41	93	144

Udio promotora = 64,6%

Udio odgovaratelja = 6,9%

Neto spremnost za preporuku destinacije = 64,6% - 6,9% = 57,6%.

I neto spremnost za preporuku destinacije ukazuje na dosta visoku razinu zadovoljstva turista boravkom na području Grada Krapine.

P.4. Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom PD-1

Ovaj pokazatelj mjeri dostupnost atrakcija i turističkih lokaliteta osobama s invaliditetom, uključujući fizičku dostupnost te digitalnu i informacijsku pristupačnost. Izračunava se kao omjer broja pristupačnih atrakcija i ukupnog broja evidentiranih atrakcija, izražen u postocima. Pokazatelj se izrađuje svake dvije godine.

Tablica 5. 4. Podaci potrebni za izračun, izvori i ograničenja

Naziv podatka	Izvor
Udio atrakcija (lokaliteta) primarne i sekundarne javne turističke infrastrukture koja je fizički pristupačna osobama s invaliditetom i smanjene pokretljivosti	Popis Javne turističke infrastrukture (MINTS/TZ)
Udio atrakcija (lokaliteta) primarne i sekundarne javne turističke infrastrukture koja je digitalno pristupačna osobama s invaliditetom i smanjene pokretljivosti	

Neobvezujuća preporuka je voditi dodatnu evidenciju o sadržajima, materijalima i opremi (npr. mrežne stranice, društvene mreže, brošure, IKT oprema), koje su informacijski i komunikacijski pristupačne.

Rezultat: 81,8% je u atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom u ukupnom broju turističkih atrakcija.

Napomena: Analiza je izrađena za one atrakcije/lokalitete/objekte za koje su podaci o pristupačnosti bili dostupni.

P.5. Broj organiziranih turističkih ambulanti (SD-1):

Ovaj pokazatelj prati broj uspostavljenih turističkih ambulanti koje djeluju izvan mreže javne zdravstvene službe kako bi se osigurala odgovarajuća zdravstvena skrb za turiste tijekom sezone. Prema Zakonu o zdravstvenoj zaštiti (NN/36/24), turističke ambulante mogu organizirati lokalne i regionalne vlasti, turističke zajednice, ugostiteljski i turistički subjekti, zdravstvene ustanove te privatni zdravstveni radnici. Pokazatelj se izrađuje jednom godišnje.

Tablica 5.5. Podaci potrebni za izračun, izvori i ograničenja

Rbr.	Naziv podatka	Izvor	Ograničenja
1.	Broj turističkih ambulanti uspostavljenih u destinaciji	TZ/MINTS	nema

Rezultat: 0

Napomena: Na području Grada Krapine nije ustrojena posebna turistička ambulanta. Domaći i strani turisti tijekom turističke sezone mogu ostvariti zdravstvenu skrb u ispostavi Doma zdravlja Krapinsko-zagorske županije u Krapini, uz važeću zdravstvenu iskaznicu (HZZO) ili europsku karticu zdravstvenog osiguranja (EKZO).

P.6. Omjer potrošnje vode turista i stanovnika (UVR-1)

Analizira utjecaj turizma na vodne resurse uspoređujući prosječnu potrošnju vode po turističkom noćenju s prosječnom potrošnjom po stanovniku. Izračun temeljen na podacima o isporučenoj vodi u smještajnim objektima.

Učestalost izrade: Svake dvije godine.

Izvor: Anketa, vodovodni podaci.

Rezultat: -

Napomena: budući da javni isporučitelj vode za ljudsku potrošnju dosad nije vodio evidenciju o potrošnji vode u turističkom sektoru, podaci nisu dostupni. Stoga je preporuka uspostaviti sustav praćenja i evidentiranja podataka o potrošnji vode za turistički sektor, do izrade narednog plana upravljanja destinacijom.

P.7. Omjer količine komunalnog otpada po turističkom noćenju i otpada stanovništva (GO-1)

Pokazatelj prati utjecaj turizma na okoliš usporedbom količine otpada generiranog po turističkom noćenju i otpada stanovništva. Izračunava se kao omjer količine otpada nastalog u turističkim smještajima i ukupnog komunalnog otpada u destinaciji tijekom mjeseci s najnižom i najvišom turističkom aktivnošću.

Učestalost izrade: Svake dvije godine.

Izvor: Pružatelj javne usluge, UO JL(R)S za zaštitu okoliša, *eOnto*, *eVisitor*, DZS (Popis stanovništva RH).

Rezultat: -34,2%

Napomena: Količina otpada u kalendarskom mjesecu s najvećim brojem noćenja (79,4 t) je manja u odnosu na količinu otpada koje je generirana u destinaciju u mjesecu s najmanjim brojem noćenja (103,2 t). Stoga je rezultat omjera iskazan u datoteci 'xls izračun obveznih pokazatelja' negativan. Razlog je odlazak stanovništva tijekom ljetne sezone iz destinacije, odnosno relativno malen broj turista koji borave u destinaciji u odnosu na broj stanovnika u tom razdoblju.

P.8. Udio zaštićenih područja u ukupnoj površini destinacije (BR-1)

Prati postotak zaštićenih prirodnih područja i ekološke mreže Natura 2000 unutar destinacije. Podaci se prikupljaju za različite kategorije zaštite te se iskazuju kao udio (%) u odnosu na površinu destinacije.

Učestalost izrade: Svake četiri godine.

Izvor: Bioportal MZOZT, Prostorni planovi, Registar prostornih jedinica.

Rezultat:

- Prema podacima Bioportala (MZOZT), na području Grad Krapine se prema nacionalnoj zaštiti prirodnih područja nalazi jedna zaštićena prirodna vrijednost - paleontološki spomenik prirode Hušnjakovo. Proglašen je prema Zakon o zaštiti prirode 1948. godine. Njegova površina iznosi 2,37 ha i u površini Grada Krapine sudjeluje sa udjelom od 0,05%.
- Podaci o površinama pod europskom ekološkom mrežom Natura 2000 trenutno nisu dostupni na Bioportalu (MZOZT).

Napomena: Podaci baze podataka Bioportal (MZOZT) su u procesu ažuriranja, sukladno Uredbi o izmjeni Uredbe o ekološkoj mreži i nadležnostima javnih ustanova za upravljanje područjima ekološke mreže (87/25) od 5 lipnja 2025. godine, koja stupa na snagu 8 dana od objave (13. lipnja 2025.). Informacija o vremenu prilagodbe Bioportala spomenutoj Uredbi, odnosno GIS preglednika baze na kojem se iskazuje površina pod NATURA 2000, trenutno nije dostupna.

P.9. Omjer potrošnje električne energije turista i stanovništva (UEN-1)

Mjeri sezonalno energetska opterećenje turizma usporedbom potrošnje električne energije po turističkom noćenju s potrošnjom stanovništva. Izračunava se kao omjer finalne potrošnje električne energije u turističkim smještajima i potrošnje po stanovniku destinacije.

Učestalost izrade: Svake četiri godine.

Izvor: HEP-ODS, *eVisitor*, DZS (Statističko izvješće – Stanovništvo RH).

Rezultat: - 1.878,33

Napomena: Ukupna finalna potrošnja električne energije u kućanstvima i smještajnim objektima u mjesecu s najmanje ostvarenim brojem noćenja (1.417.974 kWh) je veća u odnosu na ukupnu finalnu potrošnju u mjesecu s najviše ostvarenih turističkih noćenja (287.235 kWh). Stoga je rezultat omjera iskazan u datoteci 'xls izračun obveznih pokazatelja' negativan. Razlog je odlazak stanovništva tijekom ljetne sezone iz destinacije, odnosno relativno malen broj turista koji borave u destinaciji u odnosu na broj stanovnika u tom razdoblju.

P.10. Sustav prilagodbe klimatskim promjenama (UPK-1)

Pokazatelj procjenjuje postoji li u destinaciji sustav za prilagodbu klimatskim promjenama, temeljem postojanja strateških dokumenata, projekata i mjera.

Učestalost izrade: Svake dvije godine.

Izvor: UO za zaštitu okoliša i upravljanje kriznim situacijama, civilna zaštita, mrežne stranice relevantnih tijela/organizacija.

Rezultat: sustav za prilagodbu klimatskim promjenama je uspostavljen

- dokument za prilagodbu i ublažavanje klimatskim promjenama i procjenu rizika na razini destinacije je donesen²²
- udio mjera u provedbi i implementiranih mjera u ukupnom broju mjera: **100%**
- udio implementiranih mjera u ukupnom broju mjera: **0%**

Napomena: Akcijski plan energetske i klimatske održivosti razvoja Grada Krapine (SECAP, studeni 2023.) definirao je mjere prilagodbe klimi²³. Ukupno je 29 mjera s početkom provedbe 2023. godine, a završetak provedbe planira se do 2030. godine. Stoga se zaključuje kako je od ukupno 29 mjera svih 29 u provedbi, odnosno da konačno nije implementirana niti jedna mjera (provedba do 2030). Dodatno, u okviru Plana razvoja Krapinsko-zagorske županije 2021. – 2027. i Grad Krapina je obuhvaćen mjerom 'Jačanje otpornosti na rizike od katastrofa i unapređenje sustava vatrogastva'. Vatrogasne su postrojbe, uz Gorskou službu spašavanja, Gradsko društvo Crvenog križa Krapina i Hitnu pomoć te ostale specijalizirane ustanove ključni za provođenje mjera sigurnosti i zaštite stanovništva od učinaka klimatskih hazarda.

P.11. Ukupan broj dolazaka turista u vršnom mjesecu (TP-1)

Definira broj turista koji su ostvarili dolazak i noćenje u destinaciji tijekom mjeseca s najvećim turističkim opterećenjem. Podatak omogućuje praćenje turističke potražnje i njenog utjecaja na destinaciju.

Učestalost izrade: Jednom godišnje.

Izvor: *eVisitor*, DZS (Priopćenje Dolasci i noćenja turista u komercijalnom smještaju).

Rezultat: 3.395 dolazaka

Napomena: Najveći ukupni broj noćenja i dolazaka ostvaruje se u mjesecu kolovozu.

²² <https://krapina.hr/wp-content/uploads/2024/02/SECAP-c8d.pdf>

²³ <https://krapina.hr/wp-content/uploads/2024/02/SECAP-c8d.pdf>

P.12. Prosječna duljina boravka turista (TP-2)

Izračunava prosječan broj noćenja po turistu u destinaciji, pružajući uvid u trendove duljine boravka. Omogućuje planiranje turističke ponude i upravljanje resursima.

Učestalost izrade: Jednom godišnje.

Izvor: *eVisitor*, DZS (Priopćenje Dolasci i noćenja turista u komercijalnom smještaju).

Rezultat: 1,47 dana

P.13. Broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (PGS-1)

Prati ukupan broj zaposlenih na mjesečnoj razini u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane prema važećoj nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti (NKD). Ovaj pokazatelj odražava ekonomske trendove u turističkom sektoru, budući da rast ili pad broja zaposlenih može ukazivati na promjene u poslovanju gospodarskih subjekata.

Učestalost izrade: Jednom godišnje.

Izvor: Ministarstvo rada, mirovinskoga sustava, obitelji i socijalne politike; Portal za napredno praćenje tržišta rada; Hrvatski zavod za mirovinsko osiguranje; DZS (Zaposlenost – pregled po županijama).

Rezultat: 155 osoba

Napomena: Iako je Pravilnikom o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma (NN 112/2024) predviđen izračun i udjela zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u ukupnom broju zaposlenih osoba u destinaciji, točan podatak o ukupnom broju zaposlenih osoba nije bio dostupan. Također, zadnji dostupan podatak o broju zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane odnosi se na 2022. godinu.

P.14. Poslovni prihod gospodarskih subjekata u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (PGS-2)

Pokazatelj definira godišnji poslovni prihod gospodarskih subjekata u sektoru turizma i ugostiteljstva prema NKD-u. Rast ili pad prihoda može ukazivati na promjene u poslovnom položaju poduzeća i ukupnom stanju turističkog tržišta. Moguće je pratiti i potpokazatelje poput dodane vrijednosti i brutodobiti / gubitka turističkih djelatnosti na razini destinacije.

Učestalost izrade: Jednom godišnje.

Izvor: FINA, Porezna uprava.

Rezultat: 5.995.038 €

Napomena: Zadnji dostupan podatak se odnosi na 2023. godinu.

P.15. Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija (TI-1)

Obuhvaća kategorizaciju turističkih resursa destinacije, uključujući prirodne (nacionalni parkovi, rezervati, pejzaži) i kulturno-povijesne atrakcije (muzeji, spomenici, nematerijalna baština). Ovaj pokazatelj omogućava bolju organizaciju turističke ponude i očuvanje prirodnih i kulturnih resursa destinacije.

Učestalost izrade: Jednom godišnje.

Izvor: Registar kulturnih dobara RH (MK), Bioportal (MZOZT).

Rezultat: U registru kulturnih dobara Ministarstva kulture i medija, navedeno je 26 zapisa zaštićenih kulturnih dobara za Grad Krapinu, od kojih je prema vrstama: 21 nepokretnih pojedinačnih, tri kulturno-povijesne cjelina i dva arheološka.

Tablica 5.6. Pregled kulturnih dobara prema vrsti na području destinacije Krapina

Vrsta	Broj
Arheologija	2
Nepokretna pojedinačna	21
Kulturno-povijesna cjelina	3
UKUPNO zaštićenih kulturnih dobara	26

Izvor: Registar kulturnih dobara RH

Popis kulturnih dobara nalazi se u Prilogu 1.

Prema podacima Bioportala, na području Grada Krapine nalazi se samo jedno, ali vrlo poznato i značajno zaštićeno područje: Hušnjakovo. Riječ je o polupećini, odnosno paleontološkom spomeniku prirode površine 2,37 ha.

P.16. Status implementacije aktivnosti iz plana upravljanja destinacijom (OUD-1)

Prati provedbu aktivnosti definiranih u strateškim dokumentima destinacije. Ključni elementi uključuju dostupnost strateških dokumenata, njihovu vidljivost online te postotak provedenih aktivnosti. Pokazatelj je važan za ocjenu učinkovitosti destinacijskog upravljanja i održivog razvoja.

Učestalost izrade: Jednom godišnje.

Izvor: Dokumenti i informacije s internetskih stranica TZ-a i upravljačkih tijela destinacije.

Rezultat: -

Napomena: Pokazatelj će se izračunati nakon 12 mjeseci od usvajanja i početka provedbe plana.

P.17. Broj ostvarenih noćenja u smještajnim objektima destinacije po hektaru izgrađenog građevinskog područja JLS (OUP-1)

Definira ukupan broj turističkih noćenja u destinaciji unutar godine dana po hektaru izgrađenog građevinskog područja. Ovim pokazateljem prati se prostorni pritisak turizma na urbanizirane zone, posebno u zonama stanovanja i ugostiteljsko-turističke namjene.

Učestalost izrade: Svake dvije godine.

Izvor: *eVisitor*, jedinice lokalne samouprave, prostorni planovi uređenja gradova i općina.

Rezultat: -

Napomena: Podaci nisu raspoloživi.

5.2. Specifični pokazatelji održivosti – metodologija i rezultati

Specifični pokazatelji održivosti, izrađeni su u skladu s potrebama Grada Krapine te mogućnostima uspostave toka podataka. Dodatno je predloženo i praćenje pokazatelja o zadovoljstvu pojedinim elementima ponude turista, a u budućnosti i jednodnevnih posjetitelja. Cilj je omogućiti praćenje ključnih aspekata održivog razvoja, uz oslonac na dostupne izvore podataka i postojeće sustave monitoringa:

- **1.1.1. Utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva (SZL-1)**

Dodatno se provodi u sklopu ankete lokalnog stanovništva

- **1.1.2. Udio stanovnika koji imaju pozitivno odnosno negativno mišljenje o utjecaju turizma na identitet mjesta (SZL-2)**

Dodatno se provodi u sklopu ankete lokalnog stanovništva

PS.1. Utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva (SZL-1)

Pokazatelj predstavlja procjenu udjela (%) stalnih stanovnika koji pozitivno percipiraju utjecaj turizma na kvalitetu života u destinaciji u ukupnom broju stalnih stanovnika u destinaciji. Bolja percepcija utjecaja turizma na kvalitetu života u destinaciji može doprinijeti i većoj podršci turističkom razvoju, dok pogoršanje percepcije signalizira potrebu pravodobnih prilagodbi u upravljanju turističkim razvojem kako bi se osigurala njegova održivost.

Tablica 5.7. Podaci potrebni za izračun, izvori i ograničenja

Naziv podatka	Izvor
Udio (%) ispitanika s pozitivnom percepcijom utjecaja turizma na kvalitetu života u destinaciji	Anketa lokalnog stanovništva
Udio (%) ispitanika koji su zadovoljni životom u destinaciji	

Rezultat: 77,5% s pozitivnom percepcijom; 54,5% zadovoljno kvalitetom života

Pokazatelj se računa na temelju podataka iz ankete lokalnog stanovništva koja je provedena putem on-line upitnika (detalji kod opisa pokazatelja P2).

Pokazatelj se računa na temelju pitanja o percepciji utjecaja turizma na kvalitetu života u destinaciji te pitanja o kvaliteti života u destinaciji. Izračun se može pregledno prikazati kao:

	Nemaju korist od turizma	Imaju korist od turizma	Svi zajedno
Ukupno anketiranih	133	27	160
Pozitivna percepcija utjecaja turizma na kvalitetu života u Krapini	101	23	124
Vrijednost pokazatelja	75,9%	85,2%	77,5%

Udio ispitanika s pozitivnom percepcijom utjecaja turizma na život u Gradu Krapini je 77,5%. Među ispitanicima koji ostvaruju koristi od turizma je pozitivna percepcija veća (85,2%) u odnosu na ispitanike koji nemaju koristi od turizma (75,9%), ali sve ove vrijednosti su dosta visoke.

Izračun zadovoljstva životom u mjestu pregledno se može prikazati kao

	Nemaju korist od turizma	Imaju korist od turizma	Svi zajedno
Ukupno anketiranih	133	27	160
Pozitivna percepcija zadovoljstva životom u Krapini	75	12	87
Vrijednost pokazatelja	56,4%	44,4%	54,4%

Otprilike polovina stanovništva ima pozitivnu percepciju zadovoljstva životom u Gradu Krapini. Zanimljivo je da na ovom pokazatelju veću pozitivnu percepciju zadovoljstva životom u Krapini pokazuju ispitanici koji nemaju koristi od turizma.

PS.2. Udio stanovnika koji imaju pozitivno odnosno negativno mišljenje o utjecaju turizma na identitet mjesta (SZL.2)

Percepcija učinaka turizma i stavovi koje lokalna zajednica ima prema turističkom razvoju usko su povezani s percepcijom identiteta mjesta. Degradacija identiteta mjesta pridonosi negativnim reakcijama prema turistima i može smanjiti zadovoljstvo životom u mjestu. Identitet mjesta ujedno je i bitan faktor u privlačenju posjetitelja, koji sve češće traže autentično iskustvo i doživljaj lokalne kulture. S druge strane, interakcija s posjetiteljima može imati i pozitivan učinak na identitet mjesta, jačanjem društvene identifikacije kroz veću percepciju posebnosti unutar lokalne zajednice ili povećanu svijest o baštini.

Tablica 5.8. Podaci potrebni za izračun, izvori i ograničenja

Naziv podatka	Izvor
Udio (%) ispitanika s pozitivnom percepcijom utjecaja turizma na autentičnost mjesta	Anketa lokalnog stanovništva
Udio (%) ispitanika s pozitivnom percepcijom utjecaja turizma na očuvanje tradicije, običaja i kulture	

Rezultat:

Kod ovog pokazatelja promatraju se četiri broja: udio ispitanika koji percipiraju utjecaj turizma na autentičnost mjesta, odnosno na očuvanje tradicije, običaja i kulture mjesta bilo pozitivno (ocjene 4 ili 5), bilo negativno (ocjene 1 ili 2). Izračun se provodi na temelju podataka iz ankete lokalnog stanovništva (detalji ankete su opisani kod pokazatelja P2). Za utjecaj turizma na autentičnost mjesta dobiveni su sljedeći podaci:

	Nemaju korist od turizma	Imaju korist od turizma	Svi zajedno
Ukupno anketiranih	133	27	160
Negativna percepcija utjecaja turizma	9	1	10
Pozitivna percepcija utjecaja turizma	71	19	90
Udio stanovnika s negativnom percepcijom	6,8%	3,7%	6,3%
Udio stanovnika s pozitivnom percepcijom	53,4%	70,4%	56,3%

Prema navedenom, udio ispitanika koji imaju negativnu percepciju utjecaja turizma na autentičnost mjesta je izrazito mali (manji od 10%), dok više od polovine ispitanika ima pozitivnu percepciju. Očekivano, udio ispitanika s pozitivnom percepcijom je veći kod ispitanika koji imaju koristi od turizma.

Sličan izračun može se napraviti za utjecaj turizma na očuvanje tradicije, običaja i kulture mjesta.

	Nemaju korist od turizma	Imaju korist od turizma	Svi zajedno
Ukupno anketiranih	133	27	160
Negativna percepcija utjecaja turizma	6	2	8
Pozitivna percepcija utjecaja turizma	79	19	98

Udio stanovnika s negativnom percepcijom	4,5%	7,4%	5,0%
Udio stanovnika s pozitivnom percepcijom	59,4%	70,4%	61,3%

Rezultati su slični rezultatima za pitanje o utjecaju turizma na autentičnost mjesta s time da je na ovom pitanju uočen blagi rast udjela stanovnika s pozitivnom percepcijom utjecaja turizma na očuvanje tradicije, običaja i kulture mjesta.

6. RAZVOJNI SMJER S MJERAMA I AKTIVNOSTIMA

Ovo poglavlje predstavlja ključni dio Plana upravljanja turizmom Grada Krapine u kojem se, na temelju analize stanja, definiraju smjernice i ključni elementi za razvoj turizma. Struktura poglavlja slijedi logičan slijed: od SWOT analize turističkog sustava, preko definiranja vizije, misije i razvojnih ciljeva, do postavljanja strateških prioriteta te konkretnih mjera i aktivnosti. Poglavlje istovremeno postavlja jasan temelj za koordinirani, funkcionalno povezan i održiv razvoj turizma u destinaciji. Pri osmišljavanju strateškog pristupa vodilo se računa da planirani razvojni smjer bude utemeljen na realnim kapacitetima destinacije, uz jasno povezane prioritete, ciljeve i mjere koje podupiru održiv razvoj turizma. Fokus je na projektima i aktivnostima koji stvaraju dodanu vrijednost, potiču suradnju među dionicima i osiguravaju razvoj destinacije u skladu s njezinim prostornim, društvenim i gospodarskim obilježjima.

6.1. SWOT analiza

Tematski strukturirana SWOT analiza u nastavku donosi interpretaciju stanja i razvojnih izazova kroz osam ključnih područja relevantnih za upravljanje turizmom u Gradu Krapini. Svaka cjelina donosi analitički tekst koji povezuje zatečeno stanje s razvojnim potencijalima i ograničenjima, te ističe one aspekte koji mogu poslužiti kao temelj za formulaciju strateških prioriteta i provedbenih mjera. Ovakav pristup omogućuje da SWOT ne bude samo dijagnostički alat, već i poveznica između analize i planiranja.

Turistički promet

Turistički promet u Gradu Krapini pokazuje stabilan rast, uz izražen porast broja noćenja i dolazaka u obiteljskom smještaju, koji čini okosnicu smještajne ponude. No udio kapaciteta više i visoke kvalitete u tom segmentu iznosi svega 17 %, što je znatno ispod županijskog prosjeka od 32 %, a udio dodatno opada od 2022. godine. Hotelski smještaj stagnira, a prosječna duljina boravka gostiju ostaje niska (1,48 dana), što potvrđuje dominaciju kraćih i tranzitnih posjeta. U strukturi gostiju prevladavaju domaći turisti i bliža emitivna tržišta, a više od 70 % noćenja ostvaruju četiri dominantna tržišta (Poljska, Češka, Njemačka i Hrvatska).

Premda Krapina bilježi pozitivne trendove, njezina uloga u ukupnom turističkom prometu županije i dalje je skromna – u 2024. ostvareno je tek nešto više od 5 % županijskih noćenja. Poseban izazov predstavlja činjenica da izletnici nisu uključeni u službenu statistiku, iako čine važan i brojčano značajan segment potražnje. To je osobito vidljivo u slučaju Muzeja krapinskih neandertalaca – najposjećenije kulturne atrakcije u županiji, smještene upravo u Krapini – koji je 2023. zabilježio rekordnih 142.824 posjetitelja. Ipak, zadržavanje izletnika na području grada najčešće je kratkotrajno, bez produljenja boravka ili konzumacije dodatnih sadržaja. Dodatno, izletnička potražnja se ne istražuje niti prati sustavno, što otežava njezinu valorizaciju i onemogućuje strateško planiranje na temelju stvarnog prometa.

Potencijal za razvoj turizma Grada Krapine leži u povezivanju s itinererima i tematskim ponudama šireg zagorskog prostora te u kreiranju višednevnih programa temeljenih na kulturnim, prirodnim i eno-gastronomskim doživljajima. Dodatne mogućnosti otvara usmjerenost na segmente potražnje koji su manje ovisni o sezoni, odnosno nišna tržišta.

Prijetnje proizlaze iz izostanka ulaganja u razvoj hotelskog smještaja, što ograničava sposobnost destinacije da privuče organizirane grupe i goste više platežne moći, te iz pada kvalitete u segmentu obiteljskog smještaja, koji se razvija kvantitativno, ali bez diverzifikacije i bez usmjerenosti na povećanje kvalitete i produljenje boravka. Kratka prosječna duljina boravka i prevelika oslonjenost na nekoliko dominantnih emitivnih tržišta dodatno povećavaju tržišne rizike i smanjuju otpornost destinacije. Odgovor na ove izazove nalazi se u razvoju tematskih proizvoda, integraciji u regionalne itinerere i usmjerenosti na tržišne niše koje odgovaraju strukturi ponude.

Turistički proizvodi i usluge

Turistički proizvodi i usluge u Krapini temelje se prvenstveno na kulturno-povijesnoj baštini, manifestacijama i sadržajima za kraći boravak, s Muzejom krapinskih neandertalaca kao vodećom atrakcijom ne samo grada već i županije. Ugostiteljska ponuda uključuje nekoliko prepoznatljivih objekata. Međutim, prostorna, a time i tematska povezanost između atrakcija, usluga i ugostiteljskih sadržaja predstavlja prepreku njihovoj boljoj integraciji. Prostor između dviju ključnih točaka – Muzeja i središta grada – obilježen je nizom fizičkih prepreka, uključujući prometnicu, željezničku prugu i rijeku. Ta prostorna obilježja oblikuju urbanu strukturu Krapine i zahtijevaju promišljena rješenja koja nadilaze mogućnosti turističke zajednice te podrazumijevaju koordinaciju Grada, nadležnih institucija i strateški pristup prostornom planiranju.

Unatoč kvalitetnoj turističkoj atrakcijskoj osnovi, ponuda ostaje fragmentirana. Pored potrebe za boljom prostornom organizacijom, sadržaji bi mogli biti snažnije tematski objedinjeni kako bi zajednički komunicirali identitet destinacije i potaknuli veće uključivanje posjetitelja u doživljaj grada.

S obzirom na blizinu Zagreba i dobru prometnu dostupnost, organizatori izleta dobro poznaju područje i ne trebaju posredovanje lokalnih agencija, što smanjuje potrebu za klasičnim receptivnim uslugama poput organizacije tura i stručnog vođenja. U takvim okolnostima, domicilne agencije teško pronalaze tržišnu nišu za razvoj složenijih integriranih proizvoda koji bi objedinjavali baštinu, prirodne vrijednosti i gastronomiju. Mnoge atraktivne točke pritom ostaju nepovezane i slabo interpretirane, bez jasne komunikacijske podrške i mjesta u koherentnom narativu destinacije.

Turistička zajednica već ulaže napore u promociju destinacije, podršku manifestacijama i stvaranje prepoznatljivosti, no postojeći naponi uglavnom su usmjereni na pojedinačne atrakcije i događanja, dok objedinjeni tržišni proizvod koji bi povezivao sadržaje u prepoznatljiv doživljaj destinacije tek treba biti uspostavljen.

Prilike za razvoj leže u integraciji raznolikih sadržaja – kulturne baštine, izletišta, ugostiteljstva i lokalnih proizvoda – u jasno profilirane tematske klastere koji odgovaraju interesima različitih skupina posjetitelja. Tematski klasteri, kao funkcionalno povezane skupine atrakcija, usluga i sadržaja

okupljenih oko zajedničkog motiva, mogu poslužiti kao instrument za prevladavanje prostorne rascjepkanosti i oblikovanje jasnijeg identiteta destinacije. Poseban potencijal imaju ponude za nišne tržišne segmente te za jednodnevne izlete u kombinaciji s gastronomskim doživljajem. U tom kontekstu, ključno je unaprijediti prostornu koheziju destinacije i osnažiti suradnju među dionicima. Bez strateške povezanosti proizvoda i usluga, postoji rizik da se turistička potražnja nastavi koncentrirati oko Muzeja, bez šireg prostornog i gospodarskog učinka koji bi dopriniosio održivosti i ravnomjernijem razvoju destinacije.

Kulturna baština i prirodni resursi

Kulturna i prirodna baština jedan su od najsnažnijih aduta destinacije. Muzej krapinskih neandertalaca i nalazište Hušnjakovo čine ključni temelj identiteta grada, no bogatstvo ostalih lokaliteta tek treba biti u potpunosti uključeno u turističku ponudu.

Kulturno-povijesna jezgra, povijesne lokacije i sakralna baština (Stari grad, Trški Vrh, Franjevački samostan, rodna kuća Ljudevita Gaja) pružaju dobru osnovu za razvoj interpretacijskih sadržaja koji mogu proširiti doživljaj grada izvan klasičnog muzeološkog okvira. Prirodni prostori – šumski krajolik Josipovac, Krapinica, Dolac, Hušnjakovo ili Strahinjčica – nude atraktivan ambijent za boravak na otvorenom, rekreaciju i oblikovanje edukativnih i tematskih programa, no zasad su komunikacijski i interpretacijski nedovoljno prepoznati.

Bogata nematerijalna i povijesna slojevitost grada predstavlja čvrstu osnovu za oblikovanje kvalitetno i suvremeno interpretiranih programa. Legenda o Crnoj kraljici, povijesna ostavština Ljudevita Gaja te lokalne priče i mitovi (poput priče o Čehu, Lehu i Mehu ili Krapinskom Vandrčeku) otvaraju prostor za razvoj kulturnih proizvoda s edukativnom i doživljajnom vrijednošću koja nadilazi lokalne okvire.

Kulturna i prirodna baština grada pružaju dobre prilike za primjenu različitih interpretacijskih formata – edukativnih, participativnih i kreativnih – koji mogu proširiti i obogatiti doživljaj grada.

U tom kontekstu, dugoročnu razvojnu priliku predstavlja i konceptualno proširenje teme krapinskog pračovjeka kao kulturno-narativnog sloja koji se postupno može integrirati u prostorni identitet, dizajn sadržaja i svakodnevicu grada – ne kao tematski park, već kao suvremen okvir koji povezuje arheološku i kulturnu baštinu s lokalnim identitetom i sadržajima relevantnima za današnje posjetitelje.

Javna turistička infrastruktura i povezani resursi

Javna turistička infrastruktura na području Grada Krapine razvija se postupno, no još uvijek postoji značajan prostor za njezino unapređenje. Informacijski punkt djeluje u sklopu Muzeja, dok ostatak prostora trenutačno nije dovoljno opremljen sadržajima za orijentaciju, odmor i interpretaciju. Dodatna signalizacija, standardizirane oznake i tematsko oblikovanje prostora doprinijeli bi boljoj dostupnosti i lakšem korištenju ključnih lokaliteta.

Postoje i pozitivni primjeri – poput revitalizacije šetnice uz Krapinicu i ulaganja u rekreacijsku infrastrukturu – koji potvrđuju smjer razvoja. Ipak, ovi su zahvati zasad prostorno i funkcionalno izdvojeni te ukazuju na potrebu za cjelovitijim pristupom razvoju infrastrukture koja povezuje atrakcije,

sadržaje i javne prostore u koherentnu cjelinu. Planirani projekti, uključujući interpretacijski centar Crna kraljica, Centar za posjetitelje i druge inicijative, važan su korak prema jačanju infrastrukture koja podupire kvalitetu boravka i olakšava orijentaciju posjetitelja. Uz to, postoji prostor za nadogradnju sadržaja poput informativnih ploča, odmorišta, javnih toaleta, vidikovaca i signalizacije, koji bi dodatno obogatili ponudu i unaprijedili prostornu povezanost grada.

Podržavajući resursi – javni prijevoz, parkirališta, biciklistička infrastruktura i rješenja za pristupačnost osobama s invaliditetom – pružaju solidnu osnovu za unapređenje mobilnosti, bolje povezivanje atrakcija i olakšavanje kretanja posjetitelja kroz grad. Njihov razvoj treba biti usklađen s turističkim funkcijama prostora i integriran u širi koncept razvoja destinacije. Uspostava multifunkcionalnih prostora za edukacije, radionice i prezentacije otvorila bi dodatne mogućnosti za aktivnije uključivanje lokalne zajednice, razvoj tematskih sadržaja i jačanje društvene i turističke uloge javnih prostora.

Daljnji razvoj javne turističke infrastrukture leži u definiranju prioritetnih zona ulaganja, standardizaciji elemenata urbane opreme (informativne ploče, signalizacija, odmorišta, klupe, vidikovci) i primjeni održivih, nenametljivih i funkcionalnih rješenja. Kvalitetno oblikovan prostor, usmjeren na lakšu orijentaciju posjetitelja i korištenje tematskih sadržaja – poput kružnih staza, interpretacijskih punktova, povezanih kulturnih lokaliteta i prirodnih ambijenata – doprinosi ne samo atraktivnosti destinacije, već i jačanju identiteta grada kao mjesta susreta lokalne zajednice i turista.

Prometna dostupnost

Grad Krapina smješten je na sjecištu važnih prometnih pravaca, što osigurava izvanrednu cestovnu dostupnost, osobito u kontekstu dnevnih i vikend posjeta iz Zagreba i okolnih dijelova sjeverne Hrvatske. Istovremeno, dolazak u samo središte grada može biti manje intuitivan za posjetitelje zbog nedostatka jasne signalizacije i orijentacijskih elemenata. Parkirališta u centru često su opterećena lokalnim prometom, što dodatno otežava pristup posjetiteljima.

Željeznička povezanost postoji, ali zasad ne ostvaruje značajniju ulogu u turističkom prometu. Pješačka dostupnost ključnih točaka, osobito između Hušnjakova i središta grada, otežana je infrastrukturnim i prometnim barijerama, dok je biciklistička mreža slabo razvijena i nepovezana. Takvo stanje otežava logično, ugodno i sigurno kretanje posjetitelja kroz gradsku jezgru i prema okolnim sadržajima, osobito za one koji žele istraživati destinaciju bez korištenja automobila.

Održiva prometna rješenja trenutačno se razvijaju kroz pojedinačne inicijative i projektne prijedloge, koje mogu poslužiti kao temelj za oblikovanje cjelovitog pristupa mobilnosti u funkciji turizma. Prilika leži u oblikovanju integriranog koncepta održive prometne pristupačnosti, koji uključuje sigurnu i logično povezanu biciklističku mrežu, kvalitetne pješačke koridore, jasnu signalizaciju te bolje povezivanje atrakcija putem javnog prijevoza i suvremenih oblika mobilnosti. Dugoročno, prometna dostupnost može prerasti iz puke funkcije dolaska u aktivno sredstvo oblikovanja identiteta grada, njegovog doživljaja i atraktivnosti za posjetitelje.

Organiziranost, ljudski potencijali i institucionalni okvir

Turistički sustav u Krapini organiziran je kroz djelovanje Turističke zajednice grada Krapine, koja, unatoč ograničenim kadrovskim i financijskim kapacitetima, kontinuirano doprinosi vidljivosti destinacije kroz promotivne i programske aktivnosti. Sustav se temelji na suradnji s Gradom, ustanovama i udrugama te na visokom stupnju osobne angažiranosti pojedinaca. Iako je u manjim sredinama poput Krapine svakodnevna komunikacija među dionicima česta i neformalna, upravo takav kontekst otvara prostor za uvođenje diskretnih, ali jasnih oblika strukturirane suradnje – kako bi se osigurao kontinuitet, usklađenost i transparentnost u praćenju zajedničkih ciljeva.

Strateški dokumenti na razini Grada (Provedbeni program Grada Krapine 2022 – 2025; Strategija razvoja urbanog područja Krapina 2021 – 2027) prepoznaju važnost turizma, a sve izraženija svijest o njegovoj ulozi u lokalnom razvoju pruža dobru osnovu za daljnju integraciju turizma u sektorsko planiranje. Ipak, za snažnije usmjeravanje razvoja i učinkovitije upravljanje turističkim tokovima potrebno je dodatno razviti specijalizirane alate, analize i sustave praćenja učinaka. To otvara prostor za buduće jačanje znanja i vještina, osobito u području interpretacije, komunikacije i planiranja u turizmu.

Koordinirano upravljanje sadržajima i doživljajem destinacije otežano je činjenicom da se dio ključnih atrakcija nalazi izvan formalne nadležnosti Turističke zajednice, pa i Grada Krapine. U takvim okolnostima, dodatnu vrijednost ima razvoj međusektorske suradnje, jasno definiranje uloga i komunikacijskih protokola te jačanje povezanosti sa županijskom i nacionalnom razinom upravljanja turističkim sustavom.

Upravo u domeni organizacije i institucionalne suradnje leže značajne prilike: kako za jačanje operativnih i financijskih kapaciteta Turističke zajednice, tako i za razvoj strateških alata i platformi koji omogućuju strukturirano planiranje, praćenje učinaka i povezivanje s razvojnim ciljevima Grada. Pod tim uvjetima, turistički sustav u Krapini može prerasti iz operativno orijentirane strukture u proaktivnog koordinatora održivog i integriranog razvoja turizma na lokalnoj razini.

Komunikacijske aktivnosti i tržišni položaj

Komunikacijske aktivnosti Turističke zajednice grada Krapine karakterizira kontinuirana prisutnost u javnom prostoru, s osobitim naglaskom na podršku manifestacijama, promociju kulturne baštine i aktivnost na digitalnim platformama. Vizualni identitet destinacije dosljedno se koristi u promotivnim materijalima, a digitalna prisutnost – uključujući mrežnu stranicu i društvene mreže – prati sezonalnost i aktualnosti u gradu. U komunikaciji je prepoznat jasan napor u stvaranju pozitivne slike o destinaciji, no i dalje se otvara prostor za snažnije profiliranje Krapine kao cjelovite turističke destinacije.

Promotivne poruke trenutačno su uglavnom usmjerene na atrakcije, manifestacije i događanja, dok integrirani narativi koji bi objedinjavali identitetske i tematske slojeve grada tek trebaju biti sustavno razvijeni. S obzirom na snažan identitet temeljen na prapovijesti i kajkavskoj baštini, otvara se prilika za oblikovanje komunikacijske strategije koja povezuje lokalne resurse u jedinstvenu i prepoznatljivu priču. Dodatno, destinacija zasad nije jasno tržišno pozicionirana u odnosu na konkurentska odredišta

u regiji, a prisutnost u specijaliziranim kanalima te suradnja s medijima i influencerima može se dodatno ojačati.

U uvjetima ograničenih resursa, Turistička zajednica oslanja se na vlastite kapacitete i partnersku podršku, pri čemu se ističe kvalitetna suradnja s medijima u lokalnom i regionalnom okruženju. Ipak, ograničeni financijski kapaciteti otežavaju preciznije usmjeravanje komunikacije prema nišnim tržištima. Lokalna turistička zajednica ima ključnu ulogu u oblikovanju komunikacijskih sadržaja i identitetskih narativa, dok su aktivnosti usmjerene na emitivna tržišta prvenstveno u domeni županijske turističke zajednice. U tom kontekstu, dodatno jačanje suradnje sa županijskom razinom u segmentiranju i prilagodbi poruka prema ciljnim tržištima može doprinijeti većoj prepoznatljivosti Krapine unutar destinacije Zagorje.

U komunikacijskom smislu, prilike se otvaraju kroz razvoj tematskih narativa – prapovijest, Ljudevit Gaj, Crna kraljica, kajkavska kultura – te jačanje suradnje sa stručnjacima iz područja digitalnog marketinga, dizajna i interpretacije. Kroz osmišljavanje integriranih poruka i sustavnu prisutnost u relevantnim kanalima, Krapina može dodatno ojačati svoj tržišni položaj kao dobro organizirana i atraktivna destinacija kulturnog značaja i autentičnih sadržaja.

Održivo upravljanje razvojem i otpornost destinacije

Krapina posjeduje sve ključne pretpostavke za razvoj održivog i otpornog turizma, temeljenog na očuvanoj prirodnoj i kulturnoj baštini, prostornoj kompaktnosti i aktivnoj lokalnoj zajednici. Uspostavljen je strateški okvir za klimatsku i energetske tranziciju – Grad Krapina donio je Akcijski plan energetske održivosti razvoja i prilagodbe klimatskim promjenama (SECAP), a provedba planiranih mjera je u tijeku. Paralelno se razvija i Strategija zelene urbane obnove, što dodatno potvrđuje usmjerenost grada prema održivosti.

Zelene površine, dobra opremljenost atrakcija s infrastrukturom pristupačnom osobama s invaliditetom (81,8 %), te visoka razina svijesti o okolišnim temama u lokalnoj zajednici dodatno pridonose otpornosti destinacije. U sklopu sustava javnog zdravstva osiguran je pristup zdravstvenim uslugama turistima, iako ne postoji zasebna turistička ambulanta.

S druge strane, održivost se zasad primarno ostvaruje kroz pojedinačne projekte, bez integriranog modela upravljanja koji bi povezao sve sektore i dionike. Ne postoji metodologija kojom bi se sustavno pratile ključne dimenzije održivosti, uključujući utjecaje turizma na okoliš, potrošnju resursa ili zadovoljstvo lokalne zajednice. U službenoj statistici nisu obuhvaćeni izletnici, iako čine važan segment potražnje – osobito u kontekstu Muzeja krapinskih neandertalaca i manifestacija – što otežava planiranje, regulaciju prometa i razvoj ponude. Mobilnost je i dalje dominantno oslonjena na osobna vozila, dok je razvoj održivih oblika prijevoza i mikromobilnosti tek u začetku.

Tablica 6.1. Konsolidirana SWOT analiza: stanje, potencijali i izazovi turizma destinacije Krapina

Snage	Slabosti
Porast turističkog prometa i stabilan interes posjetitelja, osobito u kategoriji izletničkog turizma	Kratko zadržavanje posjetitelja, dominantno jednodnevni ili tranzitni oblici boravka
Muzej krapinskih neandertalaca kao atrakcije međunarodnog značaja	Ovisnost o ograničenom broju emitivnih tržišta i tendencija sve veće sezonske koncentracije potražnje u ljetnim mjesecima
Autentični kulturni identitet temeljen na prapovijesti, kajkavskoj baštini i povijesnim ličnostima	Nepovezanost atrakcija i sadržaja, nedostatak prostorne i tematske kohezije turističke ponude
Prostorna kompaktnost grada pogodna za razvoj tematskih cjelina i interpretativnih ruta	Ograničeni kapaciteti Turističke zajednice za kompleksnije oblike destinacijskog menadžmenta
Aktivna i uključena lokalna zajednica, te kvalitetna međusektorska suradnja na operativnoj razini	Skromna interpretacija i valorizacija prirodne baštine i nematerijalnih kulturnih resursa
Postojanje strateških razvojnih dokumenata (npr. Akcijski plan održivog energetskog razvoja i prilagodbe klimatskim promjenama (SECAP), Strategija zelene obnove) i započeta provedba mjera	Prometna i infrastrukturna barijera između ključnih točaka (npr. Muzej – centar grada)
Razvijena lokalna medijska scena i povoljna percepcija djelovanja Turističke zajednice u javnosti	Slaba biciklistička i pješačka infrastruktura, mobilnost dominantno oslonjena na automobile
	Ograničeno korištenje tržišnih podataka i nedostatak pokazatelja održivosti
Prilike	Prijetnje
Rast potražnje za autentičnim, dostupnim i održivim destinacijama	Smanjeni kapaciteti lokalne zajednice uslijed demografskih trendova i odlaska mladih
Rast interesa za kontinentalni turizam unutar Hrvatske i regije, osobito među domaćim i bliskim tržištima	Povećana konkurencija drugih manjih destinacija koje se strateški i digitalno brže pozicioniraju
Dostupnost sredstava iz EU fondova za zelenu tranziciju, digitalizaciju, održivu mobilnost i baštinu	Povećana osjetljivost tržišta na sigurnosne, okolišne i društvene čimbenike (klima, zdravlje, krize)
Nacionalne i županijske strategije koje podupiru razvoj održivog turizma	Inflacija i promjenjivi ekonomski uvjeti koji mogu smanjiti platežnu moć posjetitelja/turista.
Jačanje suradnje sa županijskom TZ u pozicioniranju Krapine unutar destinacije Zagorje	Porast očekivanja turista u pogledu održivosti, dostupnosti i digitalne podrške – uz rizik da destinacija ne prati taj tempo
Porast vrijednosti obrazovnog (dokoličarska edukacija), kulturnog i baštinskog turizma u kontekstu trendova na turističkom tržištu	

U promišljanju održive budućnosti, prilike se nalaze u jačanju sustavnog pristupa – uključujući razvoj i praćenje pokazatelja održivosti, upravljanje nosivim kapacitetima i usmjeravanje posjetitelja prema manje opterećenim atrakcijama. Dodatni iskoraci mogu se ostvariti kroz jačanje edukacije dionika, uključivanje lokalnog stanovništva u oblikovanje ponude te promicanje okolišno odgovornih praksi – poput uvođenja zelenih certifikata, razvoja digitalnih interpretacijskih alata ili prostorne disperzije posjetitelja. Na taj način, Krapina se može pozicionirati kao primjer male destinacije koja koristi svoju kompaktnost i lokalne resurse za pametno i dugoročno održivo upravljanje. Potencijalne prijetnje uključuju neujednačenu provedbu mjera i nedovoljnu koordinaciju među nadležnim tijelima, kao i rizik da održivost ostane deklarativni prioritet bez konkretne operativne provedbe.

Svodna SWOT analiza donosi sažeti pregled ključnih snaga, slabosti, prilika i prijetnji koje proizlaze iz tematskih poglavlja analize. Riječ je o kompaktnom prikazu najvažnijih unutarnjih obilježja turističkog sustava Grada Krapine i vanjskih čimbenika koji oblikuju njegovo razvojno okruženje. Ova sinteza služi kao temelj za definiranje strateškog okvira, kako bi daljnje planiranje bilo utemeljeno na realnim mogućnostima i jasno prepoznatim izazovima.

6.2. Strateški okvir

Strateški okvir turističkog razvoja Grada Krapine oblikovan je na temelju rezultata sveobuhvatne analize stanja i SWOT analize, uvažavajući specifične prostorne, organizacijske i razvojne karakteristike destinacije. U njegovoj pripremi uzeti su u obzir strateški dokumenti Grada Krapine (Strategija razvoja urbanog područja Krapina 2021.–2027., Provedbeni program Grada Krapine 2022.–2025., Akcijski plan održivog energetskog razvoja i prilagodbe klimatskim promjenama – SECAP, Strategija zelene urbane obnove), nacionalni okvir (Strategija razvoja održivog turizma Republike Hrvatske do 2030.) te relevantni dokumenti na razini županije i regije, uključujući Plan razvoja Krapinsko-zagorske županije i Razvojni sporazum Sjever.

U izradi okvira polazi se od koordinacijske, promotivne i razvojne uloge Turističke zajednice Grada Krapine, u skladu s važećim zakonodavnim okvirom i stvarnim prostornim mogućnostima destinacije. Strateški okvir temelji se na načelima održivog, uključivog i otpornog razvoja, pri čemu se preporuke prethodnih razvojnih dokumenata koriste u dijelu u kojem su usklađene s lokalnim razvojnim prioritetima i upravljačkim ovlastima.

Struktura strateškog okvira obuhvaća četiri međusobno povezana elementa: viziju i misiju razvoja turizma, prostornu organizaciju destinacije, opća načela i strateške ciljeve, te prioritete, mjere i aktivnosti predviđene za četverogodišnje razdoblje provedbe.

Vizija i misija

Vizija razvoja turizma Grada Krapine temelji se na zaključcima tematske SWOT analize, razvojnim dokumentima Grada i smjernicama definiranim kroz participativni proces. U njezinu su središtu vrijednosti održivosti, odgovornog upravljanja prostorom, očuvanja lokalne baštine i kvalitete života, a sadržajno se nadovezuje na viziju Grada Krapine kao modernog i održivog urbanog središta. Vizija

turizma usklađena je s vizijom razvoja Krapinsko-zagorske županije, koja promiče razvoj turizma nove generacije, utemeljenog na zelenim praksama i kulturnoj raznolikosti.

Krapina u tom okviru doprinosi specifičnim naglaskom na prostornu kompaktnost, sadržaje temeljene na kulturi, baštini i mogućnostima za neformalno učenje te aktivnu ulogu lokalne zajednice, čime se jasno pozicionira kao urbano središte s jakim kulturnim i povijesnim identitetom unutar šireg krajolika Zagorja. Ova usklađenost ključna je za učinkovito pozicioniranje Krapine unutar destinacije Zagorje (Krapinsko-zagorska županija) i za strateško povezivanje razvojnih napora na lokalnoj i regionalnoj razini.

VIZIJA TURIZMA DESTINACIJE KRAPINA

Krapina je održiva kontinentalna destinacija u kojoj se kvalitetno živi i razvija turizam temeljen na jedinstvenom povijesnom naslijeđu, bogatoj i očuvanoj kulturi života i rada te raznovrsnim doživljajima, uz odgovorno upravljanje prostorom i aktivnu ulogu lokalne zajednice.

Misija razvoja turizma Grada Krapine nadovezuje se na misiju Grada, koja ističe odgovorno upravljanje, održivost i održavanje visoke razine kvalitete života, te je usklađena s misijom razvoja turizma Krapinsko-zagorske županije, koja naglašava koordinaciju, uključivost i valorizaciju lokalnih resursa. Misija turizma Grada Krapine usmjerena je na operativno djelovanje: povezivanje dionika, razvoj tematskih sadržaja i održivo korištenje prostora, kako bi se dugoročno oblikovao prepoznatljiv i održiv turistički imidž destinacije.

MISIJA RAZVOJA TURIZMA DESTINACIJE (GRADA) KRAPINA

Razvoj turizma u Krapini temeljimo na suradnji, osluškivanju potreba zajednice i odgovornom korištenju lokalnih resursa. Povezujemo dionike kroz konkretne projekte, potičemo razvoj tematskih sadržaja i jačamo vrijednosti koje proizlaze iz kulturne, povijesne i prirodne baštine. Na taj način gradimo prepoznatljiv turistički identitet Krapine kao živog, kvalitetno organiziranog i sadržajno bogatog odredišta kontinentalne Hrvatske.

Opća načela i ciljevi razvoja turizma

Polazeći od vizije i misije, razvoj turizma u Krapini temelji se na načelima koja osiguravaju ravnotežu između očuvanja prostora, interesa zajednice i održivog turističkog razvoja. Načela predstavljaju vrijednosni okvir ovog Plana, osiguravajući da ciljevi i mjere budu usmjereni prema održivom, uključivom i otpornom razvoju, u skladu s prostornim, društvenim i gospodarskim karakteristikama grada. Ona također služe kao osnova za usklađivanje ovog Plana s lokalnim, regionalnim i nacionalnim razvojnim dokumentima.

Tablica 6.2. Načela održivog razvoja turizma u destinaciji Krapina

Načela	Obrazloženje
<i>Održivost</i>	Razvoj turizma u Krapini temelji se na očuvanju prostora, baštine i resursa. Uvažava se osjetljiva prostorna struktura grada – nalazište Hušnjakovo, povijesna jezgra i vrijedni krajobrazi – uz kontinuirano praćenje nosivih kapaciteta. Održivost je temelj dugoročnog razvoja destinacije, osobito u kontekstu klimatskih promjena.
<i>Kvaliteta</i>	Kvaliteta se temelji na sadržajima koji proizlaze iz obilježja prostora Krapine – njezine baštine, svakodnevice i vizualnog identiteta. Važan je cjelokupni dojam destinacije – uređenost prostora, jasna i dobro strukturirana ponuda te uvjeti za ugodan boravak. Tehnološki alati koriste se promišljeno, kao podrška korisnicima.
<i>Pristupačnost</i>	Pristupačnost podrazumijeva destinaciju u kojoj su turističke atrakcije i usluge fizički i sadržajno dostupni za sve skupine posjetitelja. Krapina teži tome da bude dobro organizirana, sigurna i lako razumljiva za snalaženje i kretanje. Informacije su dostupne, jasno strukturirane i jednostavne za korištenje, a tehnologija služi kao podrška planiranju posjeta i orijentaciji u prostoru.
<i>Zadovoljstvo</i>	Zadovoljstvo u turizmu podrazumijeva ravnotežu između interesa posjetitelja, dionika u turizmu i lokalne zajednice. Gradi se kroz uključivanje dionika, njegovanje lokalnog identiteta i stvaranje osjećaja dobrodošlice. Cilj je da turizam doprinosi kvaliteti boravka posjetitelja, zadovoljstvu onih koji rade u turizmu te njegovanju visoke razine kvalitete života lokalnog stanovništva.
<i>Sigurnost</i>	Krapina pruža osjećaj sigurnosti zahvaljujući jasnoj prostornoj organizaciji, kvalitetnim javnim uslugama i mirnom urbanom okruženju. Sigurnost uključuje otpornost na krizne situacije, pravodobne i točne informacije te zaštitu privatnosti. Promatra se kao trajna vrijednost boravka i ključan element kvalitete destinacije.

Strateški ciljevi predstavljaju operacionalizaciju načela i razvojnog usmjerenja definiranih vizijom i misijom te čine osnovu za oblikovanje prioriteta, mjera i aktivnosti u provedbenom dijelu.

Formulirani su kroz pet tematskih područja – ekonomskog, kulturološkog, ekološkog, socijalnog i infrastrukturnog – i usklađeni s ciljevima Plana upravljanja destinacijom Krapinsko-zagorske županije, uz njihovu prilagodbu specifičnostima i razvojnim potencijalima Grada Krapine.

Tablica 6.3. Strateški ciljevi razvoja turizma Krapinsko-zagorske županije prema tematskim područjima

Tematsko područje	Strateški cilj
Ekonomski ciljevi	Povećati turističku potrošnju i produljiti boravak kroz razvoj kvalitetne i tematski osmišljene ponude, bolju prostornu povezanost atrakcija i unapređenje ukupne kvalitete destinacije.
Kulturološki ciljevi	Očuvati i interpretirati kulturnu baštinu Krapine – osobito povijesnu jezgru i ambijentalne vrijednosti grada – kroz suvremene pristupe interpretaciji i oblikovanju urbanog prostora.
Ekološki ciljevi	Očuvati kvalitetu prirodnog i urbanog okoliša te osigurati da razvoj turizma bude u skladu s načelima održivosti i odgovornog korištenja resursa.
Socijalni ciljevi	Povećati koristi turizma za lokalno stanovništvo, osigurati njihovo aktivno sudjelovanje u razvoju i provedbi turističke ponude te jačati osjećaj pripadnosti prostoru i lokalnoj zajednici.
Infrastrukturni ciljevi	Unaprijediti kvalitetu i dostupnost javne turističke infrastrukture, osobito u pogledu pristupačnosti, sadržaja za aktivni boravak i digitalnih rješenja koja olakšavaju snalaženje i informiranje posjetitelja.

Strateški pravac i prioriteti

Strateški pravac predstavlja središnji element strateškog okvira i poveznicu između vizije, načela i prioriteta razrađenih kroz mjere i aktivnosti. Njegova je uloga usmjeriti razvojni napor prema zajedničkom cilju, definirati temeljnu orijentaciju turističke politike i osigurati koherenciju između aktivnosti svih dionika uključenih u turistički sustav.

STRATEŠKI PRAVAC TURIZMA DESTINACIJE (GRADA) KRAPINE

Održivi razvoj turističke ponude temeljen na očuvanju i valorizaciji kulturne i prirodne baštine, unapređenju prostorne organizacije i javne infrastrukture te jačanju suradnje između dionika turističkog sustava.

Strateški pravac definiran ovim Planom sažima temeljne smjernice turističkog razvoja Grada Krapine i predstavlja odgovor na izazove i prilike identificirane kroz analizu stanja. Ujedno operacionalizira viziju i misiju razvoja Krapine kao održive, prepoznatljive i uključive destinacije nove generacije.

U njegovu fokusu je razvoj turističke ponude koja istovremeno povećava atraktivnost destinacije i osigurava ekonomsku, društvenu i okolišnu održivost. Poseban naglasak stavlja se na očuvanje i interpretaciju kulturne i prirodne baštine, unapređenje prostorne organizacije destinacije te jačanje suradnje i koordinacije između dionika turističkog sustava.

Strateški pravac temelji se na integriranom pristupu upravljanju turizmom, gdje su ključne aktivnosti usmjerene na razvoj tematski profiliranih sadržaja i proizvoda, poboljšanje turističke infrastrukture te jačanje komunikacije i suradnje unutar destinacije.

Ostvarenje strateškog pravca konkretizira se kroz četiri međusobno povezana prioriteta, koji usmjeravaju razvojne aktivnosti prema ostvarivanju ciljeva i vizije. Strateški prioriteti predstavljaju operativni okvir za provedbu ovog Plana. Oblikovani su tako da osiguraju jasnoću, provedivost i otvorenost za suradnju između dionika unutar i izvan sektora turizma. Temelje se na ravnoteži između realnih kapaciteta destinacije i potrebe za iskorakom – kroz bolje korištenje postojećih resursa, strateško povezivanje i inovativniji pristup razvoju ponude. Prioriteti omogućuju strukturiranje mjera i aktivnosti i povezivanje tekućih aktivnosti i planiranih projekata u koherentnu cjelinu.

Strateški prioritet 1: Unapređenje koordinacije i kapaciteta za upravljanje turizmom

Turistički sustav u Krapini već se oslanja na dobru i funkcionalnu suradnju između dionika, koja se u manjoj sredini prirodno razvija kroz neformalne kontakte i svakodnevnu komunikaciju. Analiza stanja i SWOT jasno su pokazali da upravo jačanje koordinacije, kvalitetnije upravljanje informacijama i sustavno praćenje razvoja predstavljaju ključne preduvjete za profesionalizaciju turističkog sustava i učinkovitije upravljanje destinacijom. Ovim prioritetom ta se suradnja nadograđuje jasnim, strukturiranim i operativnim modelima koji omogućuju bolje usklađivanje aktivnosti s Gradom i drugim dionicima uključenima u razvoj i upravljanje turizmom, kao i s Turističkom zajednicom Krapinsko-zagorske županije. Time se osigurava kvalitetnije planiranje, praćenje turističkih tokova i učinaka te donošenje odluka temeljenih na pouzdanim podacima i analizama.

Prioritet je usmjeren na tri međusobno povezana područja: uspostavu učinkovitih procesa i mehanizama suradnje, razvoj funkcionalnih analitičkih i digitalnih alata te jačanje organizacijskih i operativnih kapaciteta Turističke zajednice. Ova tri elementa čine temelj za profesionalizaciju rada i osiguranje održivog upravljanja destinacijom.

Prioritet obuhvaća tri međusobno povezana područja:

- Učinkoviti procesi i mehanizmi suradnje:
 - uspostava redovitih koordinacijskih sastanaka i platformi za razmjenu informacija unutar sustava turističkih zajednica, Grada i drugih relevantnih dionika,
 - povezivanje turističkih aktivnosti s razvojnim dokumentima Grada i Županije.
- Razvoj analitičkih i digitalnih alata:
 - uspostava sustava za praćenje učinaka turističkih aktivnosti kroz jasno definirane pokazatelje, uključujući praćenje jednodnevnih posjetitelja, sezonalnosti i opterećenja infrastrukture,
 - razvoj digitalnih i analitičkih alata prilagođenih potrebama Turističke zajednice,
 - jačanje kapaciteta za analizu turističkih tokova, tržišnih podataka i razvojnih potreba te za kvalitetno planiranje razvoja turizma.

- Jačanje organizacijskih i operativnih kapaciteta TZ-a:
 - edukacija djelatnika i jačanje kompetencija u području interpretacije, digitalne komunikacije i rada s posjetiteljima,
 - razvoj internih procedura za rad s posjetiteljima i upravljanje informacijskim točkama,
 - definiranje i primjena standarda kvalitete informiranja, prezentacije i vođenja kroz destinaciju.

Strateški prioritet 2: Valoriziranje turističkih resursa i razvoj turističkih proizvoda

Analiza turističkog razvoja, SWOT i definirani strateški okvir jasno ukazuju na dva ključna izazova za Krapinu: visoku koncentraciju jednodnevnih posjetitelja u Muzeju krapinskih neandertalaca, uz minimalnu disperziju kroz grad, te kratku prosječnu duljinu boravka. Ključ za prevladavanje tih izazova leži u proširenju ponude kroz razvoj tematskih sadržaja i itinerera te postupnoj integraciji priče o krapinskom pračovjeku i nalazištu Hušnjakovo u urbani prostor i doživljaj destinacije. Time se oblikuje prepoznatljiv narativni okvir koji povezuje Muzej i grad u koherentnu cjelinu i potiče posjetitelje na dulje zadržavanje. Istodobno, adresira se prostorna konfiguracija koja trenutačno ograničava prirodno kretanje i zadržavanje posjetitelja u gradskom prostoru, pri čemu rješenja ne zahtijevaju velike infrastrukturne zahvate, već se temelje na funkcionalnom oblikovanju prostora, interpretaciji i signalizaciji.

Razvoj ovog prioritetnog područja izravno proizlazi iz vizije i misije destinacije, koja Krapinu definira kao održivu, prepoznatljivu i tematski profiliranu kontinentalnu destinaciju. U tom kontekstu, produljenje boravka i jačanje prostorne disperzije posjetitelja prepoznati su kao ključni preduvjeti za održiv rast i uravnotežen razvoj.

U tome posebnu ulogu imaju razvijena mreža obiteljskog smještaja i atraktivna prometna povezanost, koji pozicioniraju Krapinu kao logično polazište za istraživanje Zagorja, uz mogućnost povećanja broja dolazaka i noćenja. Povezivanje s Krapinskim Toplicama i drugim destinacijama u okolini dodatno osnažuje taj razvojni smjer.

Ovakav razvojni okvir ne oslanja se isključivo na tržišne prilike, već ga podupire i niz gradskih projekata u području kulture, sporta, boravka u prirodi i valorizacije nematerijalne baštine. Pored razvoja itinerera i paketa, važno je sustavno oblikovati i selektivne turističke proizvode temeljene na enogastronomiji, kulturnoj i prirodnoj baštini. Takvi sadržaji ne samo da potiču dulje zadržavanje, već podižu ukupnu kvalitetu doživljaja i jačaju identitet destinacije.

Cjelokupni pristup temelji se na međusobno povezanim elementima: oblikovanju tematskih turističkih proizvoda, razvoju itinerera koji šire boravak prostorno i vremenski, stvaranju selektivnih sadržaja za specifične ciljne skupine te osmišljavanju interpretacijskog koncepta koji povezuje Muzej, grad i destinaciju u jasnu i prepoznatljivu cjelinu. Svaki od ovih elemenata nadograđuje prethodni, čime se osigurava da turistička ponuda Krapine postane sadržajno bogatija, doživljajno cjelovitija i tržišno konkurentnija.

Prioritet uključuje:

- razvoj turističkih paketa temeljenih na Muzeju krapinskih neandertalaca kao ključnoj atrakciji, uz povezivanje s ostalim sadržajima na području grada,
- jačanje atraktivnosti destinacije za višednevne boravke kroz isticanje komplementarnih sadržaja u bližem okruženju i povezivanje s drugim destinacijama u Zagorju,
- razvoj selektivnih turističkih proizvoda i doživljaja koji odgovaraju interesima specifičnih tržišnih segmenata, uključujući sadržaje temeljene na enogastronomiji, kulturnoj i prirodnoj baštini,
- oblikovanje interpretacijskog koncepta destinacije koji povezuje priču o krapinskom pračovjeku s urbanim prostorom, kulturnom i prirodnom baštinom te suvremenim doživljajem grada.

Strateški prioritet 3: Jačanje prepoznatljivosti destinacije i tržišna diferencijacija

Ovaj prioritet usmjeren je na jačanje tržišnog položaja Krapine, povećanje vidljivosti na ciljanim tržištima i osiguranje pravovremene i jasne komunikacije s posjetiteljima. Fokus je na tržišnom pozicioniranju, podizanju prepoznatljivosti destinacije i prilagodbi poruka specifičnim ciljnim skupinama — od inspiracije do dolaska na destinaciju.

Za razliku od koordinacije unutar turističkog sustava, koja je predmet prvog prioriteta, ovdje je naglasak isključivo na komunikaciji prema van — prema posjetiteljima, turističkom tržištu i organizatorima putovanja (b2b).

Središnju ulogu u tom procesu ima digitalna infrastruktura, osobito mrežna stranica tzg-krapina.hr i društveni kanali, koji trebaju postati glavni informacijski centar za destinaciju. To podrazumijeva da posjetitelji, ali i lokalna zajednica, na jednom mjestu mogu pronaći ažurne informacije o atrakcijama, događanjima, projektima (osobito onima iz prioritetskog područja 4), turističkim sadržajima, infrastrukturi u razvoju i svim relevantnim uslugama.

Promotivne kampanje pratit će realizaciju ključnih infrastrukturnih i kulturnih projekata Grada, kao i razvoj nove turističke ponude, čime se osigurava vidljivost destinacije i potiče ravnomjernija prostorna i vremenska raspodjela posjetitelja.

Ovaj prioritet uključuje:

- jačanje tržišnog pozicioniranja kroz jasno usmjerene komunikacijske aktivnosti i prilagodbu poruka ciljanim skupinama,
- proširenje ciljanih skupina prema nišnim tržištima, uključujući zdravstveni i wellness turizam, kulturne turiste, aktivne turiste, ljubitelje enogastronomije.
- pripremu i provedbu promotivnih kampanja koje podupiru realizaciju infrastrukturnih i kulturnih projekata Grada, uz usklađivanje poruka s fazama njihove realizacije,

- analizu i optimizaciju sadržaja na mrežnoj stranici tzg-krapina.hr i društvenim mrežama, uključujući redizajn koncepta, strukturiranje informacija i uspostavu jednostavnog, responzivnog i korisnički orijentiranog sučelja,
- praćenje učinaka komunikacijskih aktivnosti (posjećenost stranica, angažman na društvenim mrežama, upiti, rezervacije) te kontinuiranu prilagodbu komunikacijske strategije.

Strateški prioritet 4: Razvoj i modernizacija turističke i javne infrastrukture

Razvoj turističke i javne infrastrukture, definiran ovim prioritetom, ključan je za ostvarenje vizije Krapine kao prostorno povezane, ugodne i održive destinacije, koja osigurava kvalitetan boravak i ravnomjernu valorizaciju prostora. Ovaj prioritet logično se nadovezuje na ostale razvojne pravce – dok se u Prioritetu 2 oblikuju tematski proizvodi, sadržaji i interpretacijski koncepti, a u Prioritetu 3 razvijaju komunikacijska i promotivna rješenja, upravo kroz infrastrukturne mjere stvaraju se prostorni i tehnički preduvjeti za realizaciju turističkih proizvoda, korištenje komunikacijskih rješenja i uvođenje novih atrakcija.

Infrastrukturni zahvati obuhvaćaju uređenje javnih prostora, razvoj pješačkih i biciklističkih ruta, opremanje odmorišta i vidikovaca, poboljšanje pristupačnosti te osiguravanje kvalitetne prostorne organizacije turističkih sadržaja. Ujedno, ulaže se u digitalna i pametna rješenja koja unapređuju korištenje prostora – pametne info-točke, digitalna signalizacija, energetske učinkovite rasvjete i sustavi za održivo gospodarenje otpadom.

Digitalna infrastruktura razvijena kroz ovaj prioritet usmjerena je na podizanje kvalitete boravka, sigurnosti, funkcionalnosti i održivosti prostora. Na taj način, fizička i digitalna infrastruktura zajedno čine prostorni i funkcionalni temelj za provedbu svih prethodnih strateških prioriteta – omogućuju razvoj tematskih proizvoda, bolju organizaciju kretanja posjetitelja i ravnomjernu valorizaciju turističkih sadržaja na razini cijele destinacije.

Ovaj prioritet uključuje:

- razvoj tematske, rekreativne i urbane infrastrukture kroz projekte poput obnove arheološke zone Stari grad Krapina (Crna kraljica I), obnove kulturnog doma u Parku skulptura Forma Prima (Crna kraljica II), izgradnje pješačkog mosta (Crna kraljica III), uređenja Šemničkih Toplica, rekonstrukcije Kneippovog lječilišta, razvoja Centra za posjetitelje u zgradi na adresi Magistratska 13., uređenja središnjeg gradskog parka, biciklističkih i pješačkih ruta, vidikovaca i odmorišta,
- ulaganja u digitalnu i pametnu infrastrukturu koja podupire kvalitetu boravka – pametne info-točke, digitalnu signalizaciju, interaktivne karte, energetske učinkovite rješenja i pametne sustave za održavanje prostora,
- primjenu održivih rješenja u svim infrastrukturnim projektima – zelene tehnologije, korištenje obnovljivih izvora energije, sustave za upravljanje otpadom i energetske učinkovitost,

- poboljšanje pristupačnosti i uključivosti javnih prostora i sadržaja, s prilagodbom osobama s invaliditetom, starijim osobama i drugim skupinama s posebnim potrebama.
- Mjere infrastrukturnog razvoja definirane ovim prioritetom usklađene su s razvojnim smjerovima Grada, posebno u dijelu koji se odnosi na održivo korištenje prostora, jačanje javne turističke infrastrukture i poboljšanje dostupnosti atrakcija. Infrastruktura predstavlja prostorni i funkcionalni temelj za provedbu svih prethodnih strateških prioriteta — omogućuje razvoj tematskih proizvoda, bolju organizaciju kretanja posjetitelja i ravnomjernu valorizaciju turističkih sadržaja.

Specifični ciljevi povezani s prioritetima

Specifični ciljevi predstavljaju razvojne smjernice povezane sa strateškim prioritetima i okvir su za provedbu mjera i razvojnih projekata.

Specifični cilj 1	Osnažiti koordinaciju i kapacitete upravljanja destinacijom primjenom digitalnih alata i jačanjem međusektorske suradnje.
Specifični cilj 2	Produljiti boravak posjetitelja i potaknuti njihovu prostornu disperziju kroz razvoj tematskih paketa i integraciju narativa o krapinskom pračovjeku u doživljaj destinacije.
Specifični cilj 3	Unaprijediti tržišnu prepoznatljivost destinacije i osigurati bolju informiranost o ponudi, sadržajima i doživljajima.
Specifični cilj 4	Razviti i modernizirati turističku i javnu infrastrukturu koja omogućuje širenje turističke ponude, bolju prostornu povezanost atrakcija i ravnomjernu valorizaciju prostora.

6.3. Mjere i aktivnosti

Ovo poglavlje donosi sažetak mjera i aktivnosti koje proizlaze iz prethodno definiranih strateških pravaca i prioriteta (tablica 6.1.). One predstavljaju provedbeni okvir za postizanje ciljeva turističkog razvoja, osiguravajući konkretizaciju strateških usmjerenja kroz operativne korake. Mjere su tematski grupirane prema prioritetima te obuhvaćaju opis, aktivnosti, nositelje provedbe i izvore financiranja.

Tablica 6.1. Pregled strateških prioriteta i pripadajućih mjera

Prioritet	Mjera
1. Unapređenje koordinacije i suradnje	1.1. Unapređenje koordinacije i razmjena informacija
	1.2. Jačanje sustava praćenja i planiranja
	1.3. Osnaživanje kapaciteta turističke zajednice i partnera za razvoj i upravljanje turizmom
2. Valoriziranje turističkih resursa i razvoj turističkih proizvoda	2.1. Razvoj paketa „Muzej+“
	2.2. Razvoj preporuka i itinerera za višednevni boravak kroz povezivanje s ponudom u okruženju
	2.3. Razvoj selektivnih turističkih proizvoda i doživljaja
	2.4. Oblikovanje interpretacijskog koncepta destinacije

Tablica 6.1. nastavak

Prioritet	Mjera
3. Jačanje prepoznatljivosti destinacije i informiranje o ponudi	3.1. Unaprjeđenje informiranja unutar destinacije 3.2. Prilagodba promocije novim ciljnim skupinama 3.3. Promotivna podrška razvojnim i infrastrukturnim projektima 3.4. Unaprjeđenje i redizajn mrežne stranice TZ-a i digitalnih komunikacijskih kanala
4. Razvoj i modernizacija turističke infrastrukture	4.1. Razvoj turističke infrastrukture te prometnih i komunalnih rješenja važnih za turizam 4.2. Razvoj digitalne, održive i pristupačne infrastrukture za turizam

Mjere u okviru strateškog prioriteta 1: Unaprjeđenje koordinacije i kapaciteta za upravljanje

Mjera 1.1. Uspostava učinkovitih mehanizama koordinacije i razmjene informacija

Prioritet	1. Unaprjeđenje koordinacije i kapaciteta za upravljanje turizmom
Mjera	1.1. Uspostava učinkovitih mehanizama koordinacije i razmjene informacija
Specifični cilj	Osnažiti koordinaciju i kapacitete upravljanja destinacijom primjenom digitalnih alata i jačanjem međusektorske suradnje.
Opis	Ova mjera usmjerena je na uspostavu jednostavnih, ali učinkovitih mehanizama za koordinaciju i razmjenu informacija unutar destinacije i sa županijskom turističkom zajednicom. Cilj je unaprijediti svakodnevnu komunikaciju među dionicima, osigurati pravovremenu razmjenu informacija o projektima, aktivnostima i planovima te jačati operativnu povezanost s dionicima. Fokus je na razvoju održivih modela suradnje koji se oslanjaju na postojeće dobre prakse, ali ih čine strukturiranim i predvidivim, bez stvaranja dodatnog administrativnog opterećenja.
Aktivnosti	• Uspostava redovitih sastanaka s ključnim dionicima u destinaciji. • Formaliziranje i održavanje dvosmjerne komunikacije s TZ Krapinsko-zagorske županije, radi pravovremene razmjene informacija o projektima, aktivnostima i inicijativama. • Ažuriranje i diseminacija kalendara događanja, informacije o projektima i promotivnim aktivnostima među dionicima. • Korištenje dostupnih digitalnih alata za svakodnevnu razmjenu informacija (e-mail, Drive, WhatsApp, Teams, web stranica TZ-a). • Razmjena informacija o lokalnim inicijativama i mogućnostima uključivanja u županijske programe i zajedničke kampanje.
Nositelji provedbe	TZ grada Krapine
Partneri	Grad Krapina, TZ Krapinsko-zagorske županije, lokalne ustanove, udruge i poduzetnici relevantni za provedbu aktivnosti

Izvori financiranja	Proračun TZ grada Krapine
---------------------	---------------------------

Mjera 1.2. Jačanje sustava praćenja i planiranja	
Prioritet	1. Unapređenje koordinacije i kapaciteta za upravljanje turizmom
Mjera	1.2. Jačanje sustava praćenja i planiranja
Specifični cilj	Osnajiti koordinaciju i kapacitete upravljanja destinacijom primjenom digitalnih alata i jačanjem međusektorske suradnje.
Opis	Korištenje podataka u svakodnevnom radu ključno je za učinkovito planiranje i upravljanje razvojem turizma. Mjera je usmjerena na razvoj analitičkih kapaciteta Turističke zajednice koji omogućuju praćenje ključnih pokazatelja održivosti, razumijevanje ponašanja posjetitelja, osobito jednodневnih, te vrednovanje rezultata vlastitih aktivnosti. Podaci postaju osnova za donošenje odluka, prilagodbu promotivnih aktivnosti i razvoj novih sadržaja. Naglasak je na primjeni digitalnih alata prilagođenih operativnim potrebama TZ-a te na usklađivanju metodologije s analitičkim sustavima TZ Krapinsko-zagorske županije i budućim nacionalnim rješenjima Ministarstva turizma i sporta.
Aktivnosti	• Uspostava sustava za praćenje ključnih pokazatelja održivosti (npr. omjer jednodневnih i višedневnih posjetitelja, opterećenje infrastrukture, sezonalnost). • Prikupljanje i analiza podataka o jednodневnim posjetiteljima kroz alate poput anketa, brojanja posjetitelja na ključnim točkama ili suradnje s Muzejom i ostalim atrakcijama/uslugama • Praćenje rezultata vlastitih aktivnosti – web analitika, društvene mreže, angažman korisnika, upiti i interakcije. • Periodično interno izvještavanje o trendovima i nalazima – unutar TZ-a, prema Gradu Krapini i TZ županije. • Usklađivanje i razmjena podataka s TZ Krapinsko-zagorske županije radi bolje regionalne analitike. • Korištenje podataka kao osnove za prilagodbu promotivnih aktivnosti, razvoja novih sadržaja i planiranja budućih projekata
Nositelji provedbe	TZ grada Krapine, Grad Krapina
Partneri	TZ Krapinsko-zagorske županije, Muzej krapinskih neandertalaca, ostale ustanove i pružatelji usluga u destinaciji
Izvori financiranja	Proračun TZ grada Krapine

Mjera 1.3. Unapređenje analitičkih alata za planiranje i praćenje razvoja turizma

Prioritet	1. Unapređenje koordinacije i kapaciteta za upravljanje turizmom
Mjera	1.3. Unapređenje organizacijskih i operativnih kapaciteta TZ-a
Specifični cilj	Osnajiti koordinaciju i kapacitete upravljanja destinacijom kroz digitalne alate i međusektorsku suradnju.

Opis	Nastavno na mjeru 1, koja uspostavlja učinkovite procese suradnje i razmjene informacija, te mjeru 2, koja razvija funkcionalne digitalne i analitičke alate za praćenje turističkih tokova i planiranje razvoja, mjera 3 usmjerena je na jačanje organizacijskih i operativnih kapaciteta Turističke zajednice. Fokus je na podizanju razine profesionalnih znanja i vještina, razvoju internih procedura i standarda te osnaživanju TZ-a za učinkovito korištenje alata i podataka u svakodnevnom radu. Na taj se način osigurava da Turistička zajednica može kvalitetno preuzeti sve funkcije vezane uz upravljanje razvojem turizma, interpretaciju destinacije i koordinaciju aktivnosti, uključujući i nove uloge povezane s budućim Centrom za posjetitelje.
Aktivnosti	• Jačanje kompetencija djelatnika TZ-a u području interpretacije baštine, prezentacije destinacije i rada s posjetiteljima. • Razvoj internih procedura za rad s posjetiteljima, upravljanje informacijskim točkama i vođenje Centra za posjetitelje. • Podizanje razine vještina i kompetencija u području digitalne komunikacije, praćenja podataka i upravljanja sadržajem na mrežnim platformama. • Razrada standarda usluge, uključujući kvalitetu informiranja, prezentacije i vođenja kroz destinaciju.
Nositelji provedbe	TZ grada Krapine
Partneri	TZ Krapinsko-zagorske županije, Grad Krapina
Izvori financiranja	Proračun TZ grada Krapine, proračun Grada Krapine, ITU mehanizam (u sklopu projekta Centra za posjetitelje) .

Mjere u okviru strateškog prioriteta 2: Valoriziranje turističkih resursa i razvoj turističkih proizvoda

Mjera 2.1. Razvoj paketa „Muzej+“

Prioritet	2. Valoriziranje turističkih resursa i razvoj turističkih proizvoda
Mjera	2.1. Razvoj paketa „Muzej+“
Specifični cilj	Produljiti boravak i potaknuti prostornu disperziju posjetitelja.
Opis	Muzej krapinskih neandertalaca ključna je atrakcija destinacije, no najveći dio posjetitelja zadržava se isključivo na toj lokaciji. Nastavno na strateški okvir i razvojne potrebe utvrđene analizom stanja, ova mjera usmjerena je na oblikovanje prijedloga tematskog itinerera „Muzej+“, koji povezuje Muzej s ostalim sadržajima na području grada. Cilj je potaknuti posjetitelje na dulje zadržavanje i istraživanje šireg prostora kroz jasno strukturirani prijedlog aktivnosti i lokacija. Prijedlog se temelji na postojećim resursima – kulturnim lokalitetima, javnim prostorima, ugostiteljskoj ponudi i interpretacijskim točkama – bez potrebe za stvaranjem novih atrakcija. Time posjetitelji dobivaju orijentacijski alat koji olakšava kretanje kroz grad i obogaćuje doživljaj boravka, dok turističkim agencijama služi kao polazište za oblikovanje izleta, vođenih tura i programa koji uključuju širi prostor Krapine. Na taj način mjera doprinosi

	ravnomjernijoj prostornoj raspodjeli turističke potrošnje i jačanju pozicije Krapine kao integralnog dijela regionalne turističke ponude.
Aktivnosti	• Oblikovanje itinerera „Muzej + centar grada + kulturni/gastronomski sadržaji“ • Razrada kratkih interpretacijskih šetnji kroz grad • Uključivanje lokalnih ugostitelja, OPG-ova i kulturnih partnera (npr. radionice, degustacije, priče o baštini) • Izrada popratnih materijala (karte, signalizacija, info-materijali) • Promocija paketa kroz kanale TZ-a, i partnersku mrežu
Nositelji provedbe	Turistička zajednica Grada Krapine
Partneri	Muzej krapinskih neandertalaca, Grad Krapina, ugostitelji, vodiči, OPG-ovi, udruge, TZ Krapinsko-zagorske županije
Izvori financiranja	Proračun TZ grada Krapine, proračun Grada Krapine; HTZ (Potpora razvoju turističkih proizvoda)

1

Mjera 2.2. Razvoj preporuka za višednevni boravak kroz povezivanje s ponudom u okruženju

Prioritet	2. Valoriziranje turističkih resursa i razvoj turističkih proizvoda
Mjera	2.2. Razvoj preporuka za višednevni boravak kroz povezivanje s ponudom u okruženju
Specifični cilj	Produljiti boravak i potaknuti prostornu disperziju posjetitelja.
Opis	Mjera nadograđuje tematski prijedlog „Muzej+“ proširujući ga na bliže okruženje grada. Cilj je dodatno motivirati posjetitelje na višednevni boravak kroz jasno komunicirane preporuke za istraživanje komplementarnih sadržaja izvan administrativnih granica grada. Povezivanjem s ponudom Krapinskih Toplica i drugih atraktivnih lokaliteta u Zagorju, stvaraju se uvjeti za dulje zadržavanje te za prostornu disperziju posjetitelja na područja koja nude kvalitetne doživljaje u području kulture, prirode, gastronomije, zdravlja/wellnesa i rekreacije. Strukturirane preporuke oblikovane su kao orijentacija za individualne posjetitelje, ali i kao alat koji olakšava turističkim agencijama i vodičima planiranje višednevnih programa i izleta koji uključuju Krapinu kao sastavni dio šireg zagorskog itinerera. Na taj način Krapina prelazi iz pozicije točke na jednodnevnim izletima prema ulozi aktivnog čvorišta za istraživanje Zagorja.
Aktivnosti	• Oblikovanje itinerera i paketa koji povezuju boravak u Krapini s ponudom wellnesa, rekreacije i opuštanja u neposrednoj blizini. • Razrada tematskih prijedloga za višednevne boravke koji uključuju kulturu, gastronomiju, prirodu, zdravlje/wellness i rekreaciju. • Usklađivanje komunikacijskih materijala kako bi se naglasila prostorna povezanost i jednostavna dostupnost svih sadržaja. • Usklađivanje sadržaja i komunikacije s platformom Visit Zagorje i županijskim promotivnim kampanjama. • Informiranje i savjetovanje iznajmljivača o važnosti kvalitetnog opisa lokacije na online platformama (npr. Booking, Airbnb), uz preporuke kako

	jasno dočarati atraktivne elemente lokacije – uključujući Muzej krapinskih neandertalaca, centar grada i blizinu Krapinskih Toplica. • Promocija preporuka kroz mrežne stranice, društvene mreže, tiskane vodiče i promotivne kampanje. • Suradnja s agencijama i vodičima na uvrštavanju Krapine u postojeće i nove višednevne programe.
Nositelji provedbe	Turistička zajednica Grada Krapine
Partneri	Grad Krapina, smještajni kapaciteti, ugostitelji, vodiči, iznajmljivači, Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije te druge turističke zajednice i dionici u neposrednom okruženju, u mjeri u kojoj postoji interes i mogućnosti za suradnju.
Izvori financiranja	Proračun Turističke zajednice Grada Krapine, proračun Grada Krapine, programi Hrvatske turističke zajednice (potpora razvoju turističkih proizvoda i digitalizaciji), zajedničke promotivne aktivnosti s TZ Krapinsko-zagorske županije i partnerima

Mjera 2.3. Razvoj selektivnih turističkih proizvoda i doživljaja

Prioritet	2. Valoriziranje turističkih resursa i razvoj turističkih proizvoda
Mjera	2.3. Razvoj selektivnih turističkih proizvoda i doživljaja
Specifični cilj	Povećati duljinu boravka i prostornu disperziju posjetitelja
Opis	Dok mjera 2.1. pomaže posjetiteljima da kroz jasno strukturiran prijedlog istraže cijelo područje grada nakon obilaska Muzeja, a mjera 2.2. povezuje Krapinu s ponudom u okolici, ova mjera usmjerena je na tematsko i sadržajno obogaćivanje ponude unutar same destinacije. Takav razvojni smjer proizlazi iz jasno prepoznatih potreba definiranih analizom stanja i SWOT-om, koji ukazuju na važnost razvoja proizvoda za nišna tržišta. U tom kontekstu, mjera se oslanja na bogatu materijalnu i nematerijalnu baštinu Krapine – uključujući povijesnu jezgru, sakralne objekte, Muzej krapinskih neandertalaca, park skulptura Forma Prima, rodnu kuću Ljudevita Gaja, prirodne ambijente poput Strahinjčice, jezera Dolac i rijeke Krapinice, kao i na tradicionalne manifestacije poput Tjedna kajkavske kulture. Težište je na razvoju kulturnog turizma, enogastronomije, aktivnog turizma (planinarenje, cikloturizam, boravak u prirodi) te na održavanju i daljnjem razvoju manifestacija koje čine važan dio prepoznatljivosti i dinamike destinacije.
Aktivnosti	• Jačanje kulturnog turizma kroz razvoj kulturnih ruta, sadržaja i ponuda u suradnji s kulturnim institucijama i udrugama. • Održavanje i daljnji razvoj manifestacija i događanja koji doprinose atraktivnosti i prepoznatljivosti destinacije, uz mogućnosti za njihovo tematsko proširenje ili nadogradnju. • Razvoj enogastronomске ponude – uključujući gastro-doživljaje, suradnju s lokalnim proizvođačima i ugostiteljima, te vidljivost autentične lokalne gastronomije.

	- Razvoj aktivnog turizma kroz unapređenje planinarskih i pješačkih staza, cikloturističkih ruta i pratećih sadržaja. - Tematsko povezivanje postojećih i novih aktivnosti u koherentne doživljaje koji su privlačni različitim segmentima posjetitelja. - Usklađivanje komunikacije i vidljivosti svih proizvoda s promotivnim alatima TZ Krapinsko-zagorske županije (Visit Zagorje, digitalni vodiči, tematske karte, promotivne kampanje).
Nositelji provedbe	Turistička zajednica Grada Krapine
Partneri	Grad Krapina, relevantne ustanove i udruge, Muzej krapinskih neandertalaca, Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije, ugostitelji, OPG-ovi, iznajmljivači, planinarsko društvo, organizatori manifestacija i drugi dionici u destinaciji
Izvori financiranja	Proračun Turističke zajednice Grada Krapine, proračun Grada Krapine, programi Hrvatske turističke zajednice (potpora razvoju turističkih proizvoda, manifestacija i održivog turizma).

Mjera 2.4. Oblikovanje interpretacijskog koncepta destinacije

Prioritet	2. Valoriziranje turističkih resursa i razvoj turističkih proizvoda
Mjera	2.4. Oblikovanje interpretacijskog koncepta destinacije
Specifični cilj	Povećati duljinu boravka i prostornu disperziju posjetitelja
Opis	Ova mjera odnosi se na pripremu interpretacijskog koncepta destinacije, koji će poslužiti kao temelj za buduće projektiranje, oblikovanje i izvedbu opremanja javnih prostora, signalizacije, urbane opreme i interpretacijskih točaka. Usmjerena je na izradu konceptualnih i sadržajnih rješenja te razvoj smjernica za primjenu interpretacije u prostoru i komunikaciji destinacije. Nadovezuje se na razvojne potrebe jasno istaknute u analizi stanja i SWOT-u, a posebno na izazov fragmentiranog doživljaja i nedovoljno prisutne interpretacije priče o krapinskom pračovjeku izvan Muzeja. Za razliku od mjera 2.1., 2.2. i 2.3., koje oblikuju itinerere, povezuju sadržaje ili razvijaju selektivne proizvode, ova mjera donosi konceptualni okvir koji svim tim sadržajima daje smisao, povezanost i prepoznatljiv identitet. Interpretacijski koncept temelji se na priči o krapinskom pračovjeku, nalazištu Hušnjakovo i evoluciji čovjeka, ali nije ograničen samo na muzejski sadržaj. Cilj je povezati javne prostore, interpretacijske točke, kulturne i prirodne lokalitete kroz jasno prepoznatljiv narativ i sustav vizualnih i prostorno-interpretacijskih elemenata.
Aktivnosti	- Provođenje konzultacija, razgovora i osluškivanja stavova ključnih dionika, uključujući Muzej krapinskih neandertalaca, Grad Krapinu, TZ Krapinsko-zagorske županije te lokalne aktere i zajednicu. - Izrada stručne procjene mogućnosti, modela i principa za integraciju narativa u urbani prostor, javnu opremu, dizajn, turističke sadržaje i komunikacijske kanale.

	Razrada idejnog koncepta/smjernica koje definiraju prostorne, vizualne, komunikacijske i interpretacijske elemente interpretacijskog koncepta.
Nositelji provedbe	Turistička zajednica Grada Krapine
Partneri	Grad Krapina, Muzej krapinskih neandertalaca, Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije, stručnjaci za interpretaciju baštine, dizajneri, arhitekti, kulturne i obrazovne institucije, lokalne udruge i dionici
Izvori financiranja	Proračun Turističke zajednice Grada Krapine, proračun Grada Krapine, programi Hrvatske turističke zajednice (potpora razvoju turističkih proizvoda)

Mjere u okviru strateškog prioriteta 3: Unaprjeđenje informiranja unutar destinacije

Mjera 3.1. Unaprjeđenje informiranja unutar destinacije

Prioritet	3. Jačanje prepoznatljivosti destinacije i tržišna diferencijacija
Mjera	3.1. Unaprjeđenje informiranja unutar destinacije
Specifični cilj	Unaprijediti tržišnu prepoznatljivost destinacije i osigurati bolju informiranost o ponudi, sadržajima i doživljajima.
Opis	Potreba za ovom mjerom proizašla je iz jasno prepoznate potrebe za jačanjem sustava informiranja unutar destinacije, što je ključni preduvjet za bolje snalaženje posjetitelja, kvalitetnije korištenje ponude, produljenje boravka i ravnomjerniju prostornu disperziju. Analiza stanja i SWOT jasno ukazuju da nedovoljno razvijen sustav info-točaka, signalizacije i digitalnih vodiča otežava dostupnost informacija o sadržajima, atrakcijama, itinererima i doživljajima na području Krapine. Primarni cilj ove mjere je uspostaviti pregledan, jasan i lako dostupan sustav informiranja koji pomaže posjetiteljima da otkriju sve što destinacija nudi — od kulturnih lokaliteta i prirodnih ambijenata do gastro ponude, manifestacija i tematskih itinerera razvijenih u okviru drugog strateškog prioriteta. U tom kontekstu, dodatni element mjere je osigurati da turistički proizvodi i sadržaji Grada Krapine budu kvalitetno i vidljivo zastupljeni unutar županijskog sustava Zagorje Card. Iako je razvoj i upravljanje tim sustavom u nadležnosti TZ Krapinsko-zagorske županije, važno je da lokalna ponuda bude prikazana na način koji doprinosi boljoj vidljivosti Krapine unutar šire destinacije Zagorje. Mjera se temelji na nadogradnji postojećih fizičkih i digitalnih kanala — info-točaka, signalizacije, karata, QR kodova i promotivnih materijala — uz osiguranje dosljednog vizualnog i komunikacijskog identiteta. Time informiranje postaje alat ne samo za promociju, već i za unaprjeđenje doživljaja destinacije.

Aktivnosti	• Unaprjeđenje i održavanje info-točaka i signalizacije na području destinacije. • Razvoj digitalnih vodiča i karata dostupnih putem mrežne stranice, QR kodova i mobilnih uređaja. • Priprema i redovito ažuriranje informacija o atrakcijama, itinererima, gastro ponudi i kalendaru događanja. • Osiguravanje dosljednog vizualnog i komunikacijskog identiteta na svim info-točkama, te u digitalnim i tiskanim materijalima. • Izrada kratkih vodiča i info-materijala dostupnih online i na fizičkim lokacijama. • Usklađivanje informiranja i prezentacije lokalne ponude s platformom Visit Zagorje i sustavom Zagorje Card.
Nositelji provedbe	Turistička zajednica Grada Krapine
Partneri	Grad Krapina, Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije,
Izvori financiranja	Proračun Turističke zajednice Grada Krapine

Mjera 3.2. Prilagodba promocije novim ciljnim skupinama

Prioritet	3. Jačanje prepoznatljivosti destinacije i tržišna diferencijacija
Mjera	3.2. Prilagodba promocije novim ciljnim skupinama
Specifični cilj	Unaprijediti tržišnu prepoznatljivost destinacije i osigurati bolju informiranost o ponudi, sadržajima i doživljajima.
Opis	Ova mjera proizlazi iz potrebe da promocija destinacije prati razvoj ponude definiran kroz strateški okvir, a posebno kroz mjeru 2.3. Dosadašnja promocija bila je fokusirana na isticanje ključnih atrakcija, a manje na potrebe i interese specifičnih tržišnih segmenata. U skladu s novim tematskim sadržajima – kulturnim turizmom, enogastronomijom, aktivnim turizmom i događanjima – mjera osigurava prilagodbu komunikacije prema tržišnim nišama koje do sada nisu bile u fokusu, uključujući: ljubitelje kulturne baštine, enogastronomije, aktivne turiste i rekreativce, vikend-posjetitelje iz Zagreba i okolice, parove bez djece, seniore i aktivne umirovljenike, korisnike zdravstvenih i wellness sadržaja, te specifične interesne skupine privučene manifestacijama, kulturnim programima i boravkom u prirodi. Mjera uključuje prilagodbu komunikacijskih poruka, vizualnih materijala, promotivnih kanala i alata kako bi ponuda bila relevantna, vidljiva i prepoznata. Naglasak je na usklađenosti s komunikacijskim aktivnostima TZ Krapinsko-zagorske županije i na suradnji s lokalnim dionicima.
Aktivnosti	• Analiza potencijalnih ciljnih skupina u skladu s novom ponudom razvijenom kroz mjeru 2.2. i 2.3. • Prilagodba komunikacijskih poruka, vizuala i sadržaja za specifične ciljne skupine: ljubitelje kulturnog turizma, enogastronomске goste, aktivne

	turiste, vikend-posjetitelje, parove, seniore, korisnike zdravstvenog i wellness turizma te specifične interesne skupine. • Izrada promotivnih materijala (digitalnih i tiskanih) prilagođena tim ciljnim skupinama • Prilagodba sadržaja web stranice, društvenih mreža i drugih komunikacijskih kanala. • Sudjelovanje u promotivnim aktivnostima TZ Krapinsko-zagorske županije usmjerenima na iste ciljne skupine. • Suradnja s organizatorima događanja, kulturnim ustanovama i pružateljima usluga radi zajedničke promocije.
Nositelji provedbe	Turistička zajednica Grada Krapine
Partneri	Grad Krapina, Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije, kulturne institucije, udruge, smještajni kapaciteti, ugostitelji, organizatori manifestacija, vodiči, lokalni proizvođači
Izvori financiranja	Proračun Turističke zajednice Grada Krapine, programi Hrvatske turističke zajednice (potpora za promociju i digitalizaciju)

Mjera 3.3. Promotivna podrška razvojnim i infrastrukturnim projektima

Prioritet	3. Jačanje prepoznatljivosti destinacije i tržišna diferencijacija
Mjera	3.3. Promotivna podrška razvojnim i infrastrukturnim projektima
Specifični cilj	Unaprijediti tržišnu prepoznatljivost destinacije i osigurati bolju informiranost o ponudi, sadržajima i doživljajima
Opis	U skladu sa strateškim ciljevima i razvojnim prioritetima destinacije, ova mjera stavlja naglasak na pravovremenu komunikaciju razvojnih i infrastrukturnih ulaganja koja oblikuju turistički doživljaj. Grad Krapina provodi ili planira niz takvih projekata — poput uređenja Šemničkih Toplica, rekonstrukcije Kneippovog lječilišta, prenamjene dijela zgrade Pučkog otvorenog učilišta u Kulturni centar te drugih javnih investicija koje imaju izravan utjecaj na turističku ponudu. Mjera je usmjerena na pružanje komunikacijske i promotivne podrške tim projektima — kako tijekom njihove realizacije, tako i nakon dovršetka — kroz njihovo pravovremeno pozicioniranje i uključivanje u turističku ponudu destinacije. Polazi od razumijevanja da tržišno pozicioniranje novih sadržaja treba započeti već u fazi razvoja — izgradnja interesa, vidljivosti i prepoznatljivosti ne smije čekati završetak projekta. U tom procesu Turistička zajednica ima ključnu ulogu: informira javnost i posjetitelje, priprema komunikacijske materijale, prati napredak projekata i osigurava njihovu vidljivost kao sastavnog dijela turističke ponude, već tijekom faza planiranja i realizacije.
Aktivnosti	• Praćenje tijeka i faza realizacije razvojnih i infrastrukturnih projekata Grada Krapine.

- Priprema promotivnih i informativnih sadržaja — uključujući foto i video materijale, priče, intervju i vijesti o projektima.
- Uključivanje novih ili obnovljenih sadržaja u info-materijale, vodiče, karte i digitalne kanale TZ-a.
- Organizacija promotivnih događanja, obilazaka i predstavljanja projekata tijekom i nakon realizacije.
- Komunikacijska podrška otvaranju, predstavljanju i integraciji projekata u turističku ponudu destinacije.
- Suradnja s TZ Krapinsko-zagorske županije radi uključivanja projekata u županijske promotivne kanale i platformu Visit Zagorje.

Nositelji provedbe	Turistička zajednica Grada Krapine
Partneri	Grad Krapina, Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije
Izvori financiranja	Proračun Turističke zajednice Grada Krapine, proračun Grada Krapine

Mjera 3.4. Jačanje digitalne promocije i ciljanih kampanja

Prioritet	3. Jačanje prepoznatljivosti destinacije i tržišna diferencijacija
Mjera	3.4. Unaprjeđenje i redizajn mrežne stranice TZ-a i digitalnih komunikacijskih kanala
Specifični cilj	Unaprijediti tržišnu prepoznatljivost destinacije i osigurati bolju informiranost o ponudi, sadržajima i doživljajima
Opis	Polazeći od ključne uloge digitalnih kanala u izgradnji tržišne prepoznatljivosti i informiranju posjetitelja, ova mjera usmjerena je na daljnju modernizaciju mrežne stranice TZ-a i unapređenje svih povezanih digitalnih komunikacijskih kanala. Cilj je razviti mrežnu stranicu koja jasno i atraktivno predstavlja ponudu destinacije, potiče interes za posjetom te omogućuje jednostavno planiranje boravka. Paralelno s time, TZ sustavno jača svoju prisutnost na društvenim mrežama, koristi suvremene digitalne alate – poput interaktivnih karata, QR kodova i digitalnih vodiča – te omogućuje posjetiteljima pristup kvalitetnim, relevantnim i uvijek ažurnim informacijama. Ova mjera funkcionalno nadopunjuje informiranje unutar destinacije (3.1.), ciljaniju komunikaciju prema tržišnim segmentima (3.2.) i promociju razvojnih projekata (3.3.), čime zajedno čine integrirani komunikacijski sustav destinacije. Ova mjera je povezana s informiranjem unutar destinacije (3.1.), ciljanom komunikacijom prema tržišnim segmentima (3.2.) te s komunikacijskom podrškom razvojnim projektima (3.3.).
Aktivnosti	• Pokretanje procesa izrade nove mrežne stranice koja funkcionalno i vizualno odražava suvremene standarde destinacijskog marketinga. • Razvoj sadržaja koji jasno komunicira tematske proizvode, doživljaje, kulturne i prirodne resurse, te smještajnu i ugostiteljsku ponudu.

- Uspostava funkcionalnosti poput interaktivnih karata, QR kodova, itinerera, vodiča i preporuka.
- Redovito ažuriranje kalendara događanja i vijesti.
- Jačanje prisutnosti i angažmana na društvenim mrežama te povezivanje svih digitalnih kanala u jedinstven, koherentan komunikacijski sustav.
- Suradnja s TZ Krapinsko-zagorske županije radi usklađivanja s platformom Visit Zagorje i drugim zajedničkim digitalnim alatima.

Nositelji provedbe	Turistička zajednica Grada Krapine
Partneri	Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije
Izvori financiranja	Proračun Turističke zajednice Grada Krapine

Mjere u okviru strateškog prioriteta 4: Razvoj turističke infrastrukture

Mjera 4.1. Razvoj turističke infrastrukture te prometnih i komunalnih rješenja važnih za turizam

Prioritet	4. Razvoj i modernizacija turističke i javne infrastrukture
Mjera	4.1. Razvoj turističke infrastrukture te prometnih i komunalnih rješenja važnih za turizam
Specifični cilj	Razviti i modernizirati infrastrukturu koja omogućuje širenje turističke ponude, bolju prostornu povezanost atrakcija i ravnomjernu valorizaciju prostora.
Opis	Ova mjera usmjerena je na razvoj i unaprjeđenje infrastrukture koja doprinosi atraktivnosti i kvaliteti boravka u destinaciji. Obuhvaća ulaganja u javne prostore, turističke sadržaje, biciklističku i pješačku infrastrukturu, interpretacijske centre, sportske i rekreativne zone te prateće sadržaje. Srž ove mjere je na podizanju kvalitete prostora kroz uređenje, obnovu i izgradnju sadržaja koji podržavaju turističke, kulturne i rekreacijske funkcije grada. Razvoj ovih sadržaja pridonosi boljoj prostornoj distribuciji posjetitelja, povećanju zadovoljstva boravkom i stvaranju prepoznatljive, funkcionalno dobro organizirane destinacije.
Aktivnosti	Aktivnosti uključuju realizaciju projekata, sukladno dostupnim izvorima financiranja i razvojnim prioritetima Grada: • Crna kraljica I – obnova kulturnog dobra arheološke zone Stari grad • Crna kraljica II – obnova kulturnog doma Parku skulptura Forma prima u šumi Josipovac • Crna kraljica III – izgradnja pješačkog mosta s prilazom • Integrirani projekt razvoja višenamjenske sportske infrastrukture - SRC Podgora • Uređenje središnjeg gradskog parka • Rekonstrukcija zgrade Magistratska 13 u Krapini Centar za posjetitelje • Šemničke toplice • Rekonstrukcija zgrade Kneippovog lječilišta u Krapini

- Rekonstrukcija i prenamjena dijela zgrade POU Krapina u Kulturni centar Krapina
- Izgradnja i uređenje biciklističke infrastrukture (staze A i B) povezane s postojećim rutama, uključujući odmorišta, signalizaciju i rasvjetu.
- Uređenje i opremanje odmorišta, vidikovaca i pješačkih staza u funkciji rekreacije i turizma.

Popis projekata nije konačan, već se nadopunjuje sukladno strateškim dokumentima, dostupnim fondovima i potrebama na razini destinacije.

Nositelji provedbe	Grad Krapina Krapinsko-zagorska županija i njezine ustanove
Partneri	TZ grada Krapine, Krapinsko-zagorska županija
Izvori financiranja	Proračun Grada Krapine, Razvojni sporazum Sjever, Sredstva nacionalnih i europskih fondova za razvoj javne i turističke infrastrukture, uključujući EFRR, NPOO, Kohezijski fond, programe Ministarstva turizma i sporta, Ministarstva kulture i medija, FZOEU, te druge nacionalne i međunarodne izvore.

Mjera 4.2. Razvoj digitalne, održive i pristupačne infrastrukture za turizam

Prioritet	4. Razvoj i modernizacija turističke i javne infrastrukture
Mjera	4.2. Razvoj digitalne, održive i pristupačne infrastrukture za turizam
Specifični cilj	Razviti i modernizirati infrastrukturu koja omogućuje širenje turističke ponude, bolju prostornu povezanost atrakcija i ravnomjernu valorizaciju prostora.
Opis	Digitalna transformacija, održivost i pristupačnost javnih prostora prepoznati su kao ključni elementi razvoja destinacije, u skladu s vizijom, misijom i strateškim razvojnim smjernicama. Ova mjera usmjerena je na razvoj infrastrukturnih rješenja koja unapređuju funkcionalnost, sigurnost i kvalitetu korištenja prostora namijenjenih turističkoj funkciji. Nadovezuje se na digitalna komunikacijska rješenja razvijena kroz Prioritet 3, proširujući ih na razinu fizičke infrastrukture u prostoru. Dok su digitalni alati u Prioritetu 3 primarno usmjereni na promociju i informiranje, ova mjera osigurava njihovu tehničku implementaciju u prostoru — kroz pametne info-točke, urbanu opremu, energetske učinkovite rješenja i sustave za održivo upravljanje prostorom. Time doprinosi pristupačnosti prostora kroz prilagodbu osobama s invaliditetom, čime se osigurava da destinacija bude ugodna, sigurna i uključiva za sve korisnike.
Aktivnosti	• Ugradnja pametnih info-točaka i digitalnih panoa u ključnim turističkim zonama. • Postavljanje urbane opreme – klupe, koševi, biciklistička odmorišta, signalizacija i elementi orijentacije. • Implementacija energetske učinkovite rješenja, uključujući solarnu rasvjetu u turističkim zonama, na pješačkim i biciklističkim rutama te vidikovcima. • Uvođenje pametnih sustava za gospodarenje otpadom i održavanje javnih prostora.

- Prilagodba prostora osobama s invaliditetom – rampe, taktilne staze, info-točke prilagođene osobama sa smanjenim vidom ili sluhom.

Nositelji provedbe	Grad Krapina
Partneri	Turistička zajednica Grada Krapine, komunalno poduzeće, IT tvrtke, kreativne agencije, FZOEU, partneri za digitalna i energetska rješenja
Izvori financiranja	Proračun Grada Krapine, programi Hrvatske turističke zajednice (potpora za digitalizaciju, pristupačnost i održivost), Fond za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost (FZOEU), Nacionalni plan oporavka i otpornosti (NPOO), Europski fond za regionalni razvoj (EFRR), Interreg, te drugi nacionalni i europski programi za digitalnu i održivu infrastrukturu.

7. SMJERNICE I PREPORUKE ZA DIONIKE RAZVOJA

Uspješna provedba Plana upravljanja temelji se na aktivnoj ulozi i suradnji svih uključenih dionika. Njihove su uloge već jasno definirane strateškim okvirom i pripadajućim mjerama, no ostvarenje ciljeva traži više od formalnog provođenja aktivnosti – traži međusobnu povezanost, redovitu razmjenu informacija, otvorenu komunikaciju i zajedničko razumijevanje smjerova djelovanja. Ovo poglavlje donosi načelne preporuke usmjerene prema ključnim skupinama dionika, s ciljem dodatnog jačanja suradnje, poticanja razmjene znanja i osiguravanja dosljedne provedbe mjera u skladu sa zajedničkom vizijom razvoja turizma u gradi Krapini..

7.1. Smjernice i preporuke po skupinama dionika

U nastavku se donose preporuke za ključne skupine dionika koje, svaka u okviru svoje nadležnosti i djelokruga, pridonose provedbi Plana upravljanja. Smjernice se oslanjaju na već definirane uloge iz strateškog okvira i usmjerene su na jačanje suradnje, bolju međusobnu koordinaciju i zajedničko razumijevanje ciljeva turističkog razvoja u županiji.

Tablica 8.1. Preporuke za dionike

Dionik	Smjernice i preporuke
Turistička zajednica Grada Krapine	• Preuzima operativnu ulogu u provedbi Plana upravljanja turizmom, osobito u dijelu razvoja turističkih proizvoda, informiranja, promocije i interpretacije. • Potiče suradnju između različitih sektora, povezuje dionike te osigurava stalnu razmjenu informacija. • Aktivno surađuje s Turističkom zajednicom Krapinsko-zagorske županije radi usklađivanja promotivnih aktivnosti, korištenja zajedničkih alata i uključivanja u županijske projekte. • Razvija partnerstva s ustanovama u kulturi, udrugama i privatnim sektorom.
Grad Krapina	• Osigurava institucionalnu, financijsku i infrastrukturnu podršku provedbi Plana. • Vodi brigu o usklađivanju turističkog razvoja s ostalim strateškim i planskim dokumentima i projektima. • Aktivno sudjeluje u razvoju projekata javne turističke, prometne i komunalne infrastrukture, kao i u projektima koji uključuju održivost i pristupačnost prostora.
Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije	• Osigurava stratešku koordinaciju sustava turističkih zajednica. • Pruža stručnu i tehničku podršku TZ-u Grada Krapine, posebno u području digitalne transformacije, razvoja proizvoda i promocije.

	• Uključuje TZ Grada Krapine u županijske projekte, promotivne kampanje i razvoj tematskih turističkih proizvoda.
Privatni sektor	• Aktivno sudjeluje u razvoju turističke ponude, posebno u segmentima kulturnog, eno-gastronomskog i aktivnog turizma. • Ulaže u kvalitetu usluge, diversifikaciju ponude i primjenu održivih i digitalnih rješenja. • Sudjeluje u suradničkim projektima s TZ-om i Gradom te prepoznaje koristi zajedničkog djelovanja na razini destinacije.
Kulturne i obrazovne ustanove, udruge i lokalne inicijative	• Aktivno sudjeluju u oblikovanju kulturnih i interpretacijskih sadržaja. • Sudjeluju u projektima vezanim uz očuvanje i promociju nematerijalne baštine, razvoj događanja i stvaranje doživljaja u prostoru. • Doprinosi očuvanju identiteta destinacije i povezivanju lokalne zajednice s turističkim razvojem.
Lokalno stanovništvo	• Ključno za stvaranje pozitivnog doživljaja destinacije kroz očuvanje lokalnih vrijednosti, gostoljubivost i prihvatanje turizma kao dijela lokalnog života. • Uključuje se u razvoj kroz sudjelovanje na javnim raspravama, radionicama i inicijativama vezanim uz razvoj turizma. • Aktivno doprinosi očuvanju prostornog, kulturnog i društvenog identiteta destinacije.

7.2. Smjernice i preporuke za učinkovitu provedbu Plana

Za provedbu Plana upravljanja turizmom Krapinsko-zagorske županije odgovorne su prije svega Turistička zajednica Grada Krapine i Grad Krapina, svaki u okviru svog djelokruga. Plan je izrađen tako da bude provediv u realnim okolnostima – uzimajući u obzir postojeće kapacitete, zakonske nadležnosti i neformalni karakter suradnje unutar turističkog sustava grada. Ovo poglavlje donosi preporuke koje mogu pomoći da provedba bude jasna, postupna i usmjerena na rezultate.

Odgovornost za provedbu

Mjere, a osobito aktivnosti unutar njih, oblikovane su promišljeno i fleksibilno – tako da omogućuju različite pristupe provedbi, ovisno o financijskim i operativnim mogućnostima ključnih dionika. Svaka je mjera zamišljena kao logički okvir koji se može prilagoditi konkretnom kontekstu, raspoloživim kapacitetima i inicijativama koje se tijekom vremena prirodno razvijaju ili nadograđuju. Takav pristup odabran je kako bi Plan ostao prilagodljiv, uz zadržavanje usmjerenosti na rezultate, budući da je krajnji

cilj njegova stvarna provedba u okviru djelokruga gradske turističke zajednice, Grada Krapine i ostalih uključenih dionika.

Praćenje aktivnosti i izvještavanje

Preporučuje se da se praćenje i izvještavanje temelji na logici mjera definiranih u Planu. Svaka mjera može imati svoj radni zapis koji uključuje aktivnosti, postignute rezultate i eventualne izazove. Ti zapisi mogu služiti za internu koordinaciju, pripremu godišnjih izvještaja, komunikaciju prema partnerima i prijave na natječaj. Time se osigurava preglednost, bez dodatnih organizacijskih opterećenja.

Iako Plan ne uvodi formalni sustav pokazatelja za praćenje provedbe mjera, u nastavku je prikazan prijedlog jednostavnog okvira koji turističkoj zajednici i Gradu Krapini može poslužiti kao koristan alat za praćenje provedbe, redovito izvještavanje i praćenje napretka (tablica 8.2). Ovi pokazatelji nisu formalno obvezujući, ali mogu biti korisni za procjenu napretka i učinkovitosti provedbe.

Tablica 8.2. Prijedlog pokazatelja za praćenje provedbe mjera iz Plana

Prioritet	Mjera	Pokazatelji
1. Unapređenje koordinacije i suradnje	1.1. Unapređenje koordinacije i razmjena informacija	• Broj održanih koordinacijskih sastanaka godišnje • Broj dionika uključenih u koordinaciju • Broj sastanaka sa sektorima (gospodarstvo, kultura, sport...) • Broj zajedničkih razvojnih inicijativa
	1.2. Jačanje sustava praćenja i planiranja	• Broj izrađenih internih analiza, izvještaja ili alata • Broj praćenih pokazatelja • Broj ažuriranja podataka i izvještaja godišnje • Broj edukacija u području praćenja i analitike
	1.3. Osnaživanje kapaciteta turističke zajednice i partnera	• Broj edukacija • Broj sudionika edukacija • Broj osnaženih funkcija (npr. nova radna mjesta, vanjske suradnje) • Broj razvijenih operativnih alata (npr. standardi, upute)
2: Valoriziranje turističkih resursa i razvoj turističkih proizvoda	2.1. Razvoj paketa „Muzej+“	• Broj razvijenih paketa • Broj partnera po paketu • Broj uključenih OPG-ova, vodiča i pružatelja usluga • Broj promotivnih aktivnosti za paket • Broj prodanih ili promoviranih paketa
	2.2. Razvoj preporuka i itinerera za višednevni boravak	• Broj razvijenih itinerera • Broj korisnika itinerera (preuzimanja, upita, korištenja)

		• Broj novih proizvoda i sadržaja uključenih u ponudu • Broj uključenih partnera • Broj manifestacija uključenih u višednevne ponude
	2.3. Razvoj selektivnih turističkih proizvoda i doživljaja	• Broj novih kulturnih, eno-gastronomskih ili aktivnih proizvoda • Broj prijavljenih i podržanih projekata kroz javne pozive • Geografska raspršenost novih proizvoda • Broj manifestacija podržanih kroz mjeru • Broj uključenih OPG-ova i lokalnih proizvođača
	2.4. Oblikovanje interpretacijskog koncepta destinacije	• Izrada konceptualnog dokumenta • Broj uključenih dionika u proces oblikovanja koncepta • Broj prostora, lokacija ili sadržaja u koje je integriran interpretacijski koncept • Zadovoljstvo dionika procesom (kvalitativna procjena)
3. Jačanje prepoznatljivosti destinacije i tržišna diferencijacija	3.1. Unaprjeđenje informiranja unutar destinacije	• Broj postavljenih info-točaka i signalizacije • Broj izrađenih karata i vodiča • Broj ažuriranja informativnih materijala godišnje • Zadovoljstvo posjetitelja kvalitetom informiranja (ako postoji povratna informacija)
	3.2. Prilagodba promocije novim ciljnim skupinama	• Broj prilagođenih promotivnih materijala po ciljnoj skupini • Broj provedenih kampanja usmjerenih na nove ciljne skupine • Doseg i angažman po kampanji • Broj uključenih partnera u promotivne aktivnosti
	3.3. Promotivna podrška razvojnim i infrastrukturnim projektima	• Broj komunikacijskih aktivnosti vezanih uz projekte • Broj izrađenih sadržaja (članci, video, objave) • Broj korisnika informiranih o projektima (reach) • Broj medijskih objava ili javnih predstavljanja
	3.4. Unaprjeđenje i redizajn mrežne stranice i digitalnih kanala	• Broj posjeta na mrežnoj stranici • Broj preuzimanja digitalnih vodiča ili karata • Broj novih funkcionalnosti na mrežnoj stranici • Zadovoljstvo korisnika (ako postoji povratna informacija)

		• Broj digitalnih kampanja i njihov doseg
4. Razvoj i modernizacija turističke infrastrukture	4.1. Razvoj turističke infrastrukture te prometnih i komunalnih rješenja važnih za turizam	• Broj realiziranih infrastrukturnih projekata • Broj obnovljenih ili prenamijenjenih objekata u funkciji turizma (Kulturni centar, Šemničke toplice, Kneippovo lječilište...) • Broj uređenih javnih prostora (parkovi, vidikovci, trgovi) • Broj novih ili obnovljenih odmorišta i tematskih punktova • Broj dana godišnje dostupnosti novih sadržaja • Broj korisnika novih sadržaja (ako je dostupno)
	4.2. Razvoj digitalne, održive i pristupačne infrastrukture za turizam	• Broj implementiranih digitalnih info-točaka i QR sustava • Broj lokacija s unaprijeđenom rasvjetom, signalizacijom ili komunalnom opremom • Broj lokacija s uvedenim održivim rješenjima (npr. solarna rasvjeta, zeleni otoci) • Broj lokacija s unaprijeđenom pristupačnošću (rampe, taktilne staze) • Udio atrakcija s funkcionalnom digitalnom podrškom (karte, interpretacija, navigacija)

7.3. Smjernice za praćenje pokazatelja održivosti

Sustavno praćenje održivosti turističkog razvoja temeljni je preduvjet za učinkovito upravljanje destinacijom. U skladu s Pravilnikom o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma (NN 112/2024), u Planu su definirani obvezni i specifični pokazatelji održivosti koji omogućuju kontinuiranu procjenu učinaka turizma u društvenom, ekonomskom i okolišnom kontekstu.

Detaljna metodologija i izvori podataka obrađeni su u poglavlju 5, dok se ovdje daje sažeti podsjetnik na obvezne pokazatelje i dinamiku njihova praćenja.

Pokazatelji koji se prate jednom godišnje:

- P.1 Broj noćenja na 100 stanovnika u vrhu sezone
- P.5 Broj turističkih ambulanti
- P.11 Broj dolazaka turista u vršnom mjesecu
- P.12 Prosječna duljina boravka
- P.13 Broj zaposlenih u turizmu (smještaj i ugostiteljstvo)
- P.14 Poslovni prihodi u turizmu
- P.15 Broj smještajnih objekata i kapaciteta

- P.16 Udio kreveta visoke kategorije
- P.17 Indeks sezonalnosti (7–8 i 6–9)

Pokazatelji koji se prate svake dvije godine:

- P.4 Udio pristupačnih atrakcija
- P.6 Omjer potrošnje vode turista i stanovnika
- P.7 Omjer otpada turista i stanovnika
- P.10 Sustav prilagodbe klimatskim promjenama

Pokazatelji koji se prate svake četiri godine:

- P.2 Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom
- P.3 Zadovoljstvo boravkom u destinaciji
- P.8 Udio zaštićenih područja
- P.9 Omjer potrošnje električne energije turista i stanovnika

8. PROJEKTI

Projekti definirani u ovom poglavlju grupirani su u dvije osnovne skupine – meki projekti i infrastrukturni projekti – prema njihovom karakteru i nositeljima provedbe.

Meki projekti obuhvaćaju aktivnosti usmjerene na razvoj i interpretaciju turističke ponude, jačanje identiteta destinacije, promociju i edukaciju; njih provodi Turistička zajednica i Grad Krapina, a uključuju izradu komunikacijskih i interpretacijskih koncepata, digitalne alate, lokalnu koordinaciju i osmišljavanje tematskih sadržaja. Temelje se na realnim troškovima nematerijalnih ulaganja i provedivosti unutar dostupnih lokalnih i nacionalnih izvora:

1. **Plan promocije destinacije Krapina**
– razvoj komunikacijskog okvira, digitalna prilagodba, identitetske poruke
2. **Krapinski neandertalac – koncept integracije prostorne i doživljajne komponente**
– interpretacijski koncept koji povezuje Hušnjakovo s gradskom jezgrom

Infrastrukturni projekti odnose se na obnovu, uređenje i izgradnju prostora važnih za razvoj turizma, s naglaskom na kulturnu baštinu, sportsku i javnu infrastrukturu te prostornu povezanost atrakcija. Glavni nositelj ovih ulaganja je Grad Krapina. Ovi projekti stvaraju dugoročne preduvjete za razvoj sadržaja, dulje zadržavanje posjetitelja i ravnomjernu valorizaciju prostora:

1. **SRC Podgora – višenamjenska sportska infrastruktura**
6.351.482,02 EUR
2. **Razvoj biciklističke infrastrukture**
– 6 km biciklističkih staza, odmorišta, rasvjeta i signalizacija
3. **Uređenje središnjeg gradskog parka u Krapini**
– krajobrazno uređenje, staze, igralište, pristupačnost
4. **Crna kraljica I – Obnova Arheološke zone Stari grad u Krapini**
– interpretacijski centar, šetnice, amfiteatar, multimedija
5. **Crna kraljica II – Obnova Parka skulptura Forma Prima**
– revitalizacija kulturnog dobra na otvorenom
6. **Crna kraljica III – Izgradnja pješačkog mosta i staza**
– povezivanje lokaliteta kroz prostornu infrastrukturu
7. **Rekonstrukcija zgrade Magistratska 13**
– novi posjetiteljski objekt, edukativni sadržaji
8. **Izgradnja bazenskog kompleksa u Šemničkim Toplicama**
– olimpijski bazen, popratni sadržaji i parkiralište
9. **Rekonstrukcija Kneippovog lječilišta**
– obnova povijesne zgrade i parka u turističke svrhe
10. **Rekonstrukcija i prenamjena dijela zgrade POU Krapina u Kulturni centar Krapina (moguće klasificirati kao hibridni projekt)**
– uspostava prostora za kulturne sadržaje i udruga, bez građevinskih zahvata u fazi ideje

8.1. Projekti u funkciji ostvarenja pokazatelja održivosti

U ovom su dijelu opisani svi gore navedeni razvojni projekti. Oni izravno pridonose provedbi mjera definiranih u okviru strateških pravaca i prioriteta Plana upravljanja destinacijom. Svaki projekt doprinosi ostvarenju jednog ili više pokazatelja održivosti, čime konkretizira provedbu strateških ciljeva kroz ulaganja i intervencije u prostoru. Poseban je naglasak stavljen na projekte koji integriraju ekološku, infrastrukturnu, društvenu i ekonomsku dimenziju održivosti te omogućuju ravnomjerniji teritorijalni razvoj, aktivaciju lokalnih potencijala i podizanje kvalitete života stanovnika te ukupnog doživljaja destinacije.

Krapinski neandertalac – koncept integracije prostorne i doživljajne komponente

Prioritet	2. Razvoj tematske i održive ponude turističkih proizvoda
Mjera	2.4. Oblikovanje interpretacijskog koncepta destinacije
Naziv projekta	Krapinski neandertalac – koncept integracije prostorne i doživljajne komponente
Kratki opis predmeta projekta	Projekt uključuje izradu idejnog rješenja koje povezuje Muzej krapinskih neandertalaca i nalazište Hušnjakovo sa središtem grada kroz jasno strukturiran narativ, tematske elemente u prostoru i komunikacijske alate. Cilj je osmisliti način kako temu krapinskog neandertalca prostorno i sadržajno integrirati u gradski prostor – signalizacijom, interpretacijskim točkama, dizajnerskim intervencijama i digitalnim rješenjima – tako da ona postane sastavni dio urbanog identiteta Krapine. Projekt se temelji na razvoju kroz participativni proces, u koji se uključuju predstavnici kulturnih i obrazovnih institucija, gradske uprave, turističkog i kreativnog sektora. Rješenje će sadržavati i smjernice za faznu provedbu i buduću valorizaciju.
Kratki opis svrhe projekta	Svrha projekta je osmisliti smjer prostornog i interpretacijskog razvoja koji će povezati najposjećeniju atrakciju županije s gradskom jezgrom te time osigurati ravnomjerniju prostornu distribuciju posjetitelja, povećati njihovo zadržavanje u gradu i ojačati identitet Krapine kao kulturno-edukativne destinacije.
Način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti	Projekt doprinosi pokazateljima P.3 (zadovoljstvo turista), P.15 (atrakcije), P.16 (provedba mjera) i S.1 (zadovoljstvo elementima ponude) kroz razvoj integriranog interpretacijskog koncepta koji povezuje nalazište Hušnjakovo s gradskom jezgrom, jača identitet destinacije i potiče dulje zadržavanje posjetitelja u gradu.
Nositelj provedbe projekta	Grad Krapina/Turistička zajednica Grada Krapine
Lokacija provedbe projekta (grad/općina)	Grad Krapina
Planirani početak provedbe projekta	2026.
Planirani završetak provedbe projekta	2027.

Ključne točke ostvarenja projekta	Izrada koncepta i analitičke podloge Participativne radionice i savjetovanje s ključnim dionicima Finalizacija idejnog rješenja s preporukama za provedbu
Planirani rokovi postignuća ključnih točaka ostvarenja projekta	Koncept i podloga: Q1 2026. Participativni proces: Q2 2026. Finalna verzija idejnog rješenja: Q3 2026.
Ukupno procijenjena vrijednost projekta	38.000 EUR
Iznos vlastitog financiranja	3.000 EUR
Ostali mogući izvori financiranja	Hrvatska turistička zajednica, Ministarstvo turizma i sporta, Zaklada Kultura nova, Interreg (suradnički mikroprojekti)
Imovinsko-pravni odnosi	Projekt ne uključuje zahvate u vlasnički sporni prostor, provodi se u javnom prostoru i putem nematerijalnih intervencija
Osnova za raspolaganje nekretninama	Suglasnost Grada Krapine i/ili drugih javnih tijela upravljanja prostorom
Status izrade potrebne studijske dokumentacije	Nije primjenjivo – projekt uključuje izradu samog koncepta
Status izvedbe potrebne projektne dokumentacije	Nije primjenjivo – projekt je u idejnoj fazi, bez građevinskih zahvata

Plan promocije destinacije Krapina

Prioritet	3. Jačanje prepoznatljivosti destinacije i informiranje o ponudi
Mjera	3.1. Unaprjeđenje informiranja unutar destinacije 3.2. Prilagodba promocije novim ciljnim skupinama 3.3. Promotivna podrška razvojnim i infrastrukturnim projektima 3.4. Unaprjeđenje i redizajn mrežne stranice TZ-a i digitalnih komunikacijskih kanala
Naziv projekta	Plan promocije destinacije Krapina
Kratki opis predmeta projekta	Projekt uključuje izradu operativnog promotivnog okvira koji prati provedbu Plana upravljanja turizmom Grada Krapine. Umjesto klasičnog marketinškog plana, naglasak je na postavljanju temeljnih komunikacijskih smjernica, identitetskih poruka i vremenskih usklađenja promocije s fazama realizacije ključnih razvojnih projekata. Promotivni okvir temelji se na postojećim resursima, kanalima i kapacitetima lokalne turističke zajednice te nudi konkretne prijedloge za prilagodbu digitalne prisutnosti, segmentaciju ciljnih skupina i povezivanje promocije s novim turističkim sadržajima. Uključuje i preporuke za unaprjeđenje web stranice i društvenih mreža, izradu tematskih promotivnih poruka te oblikovanje jednostavnih mehanizama za praćenje komunikacijskog učinka.
Kratki opis svrhe projekta	Cilj projekta je omogućiti usklađenu i učinkovitu promociju turističke ponude Grada Krapine u kontekstu provedbe Plana upravljanja, s posebnim naglaskom na održivost, realnu izvedivost i dugoročnu prepoznatljivost

	destinacije. Projekt pruža podlogu za operativno djelovanje Turističke zajednice i njenih partnera te omogućuje da komunikacijski napor prate razvoj sadržaja, jačaju identitet destinacije i potiču veću informiranost i angažman posjetitelja.
Način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti	Projekt doprinosi pokazateljima P.3 (zadovoljstvo turista), P.16 (provedba mjera) i S.1 (zadovoljstvo elementima ponude) kroz izradu komunikacijskog okvira koji povezuje promociju s razvojnim projektima, jača identitet destinacije i omogućuje dosljedno informiranje ciljnih skupina.
Nositelj provedbe projekta	Turistička zajednica Grada Krapine
Lokacija provedbe projekta (grad/općina)	Grad Krapina
Planirani početak provedbe projekta	2026.
Planirani završetak provedbe projekta	2026.
Ključne točke ostvarenja projekta	Analiza postojećih komunikacijskih aktivnosti i kanala Definiranje tematskih poruka i prioritetnih ciljanih skupina Izrada prijedloga za poboljšanje web stranice i društvenih mreža Definiranje vremenskog usklađenja promocije s fazama provedbe ključnih projekata Usvajanje promotivnog okvira i početak njegove primjene
Planirani rokovi postignuća ključnih točaka ostvarenja projekta	Raspoređene unutar 6 mjeseci od početka realizacije projekta.
Ukupno procijenjena vrijednost projekta	13.000 EUR
Iznos vlastitog financiranja	3.000 EUR
Ostali mogući izvori financiranja	HTZ – natječaji za udruženo oglašavanje, MINTS natječaji, KZŽ – potpore promociji, projektni fondovi EU (Interreg, ESF)
Imovinsko-pravni odnosi	n/
Osnova za raspolaganje nekretninama	n/a
Status izrade potrebne studijske dokumentacije	Nije primjenjivo
Status izvedbe potrebne projektne dokumentacije	Nije primjenjivo

SRC Podgora

Prioritet	4. Razvoj i modernizacija turističke infrastrukture
Mjera	4.1. Razvoj turističke infrastrukture te prometnih i komunalnih rješenja važnih za turizam
Naziv projekta	Integrirani projekt razvoja višenamjenske sportske infrastrukture - SRC Podgora
Kratki opis predmeta projekta	Projekt obuhvaća izgradnju i unapređenje sportsko-rekreacijske infrastrukture u Podgori. U sklopu projekta predviđena je izgradnja multifunkcionalne sportske dvorane, rekonstrukcija i dogradnja postojećih vanjskih sportskih terena te uređenje pratećih sadržaja uključujući parkirališta, pješačke i biciklističke staze te zelene površine. Uz to, planirana je i nabava sportske opreme te ugradnja energetski učinkovitih rješenja, uključujući solarnu elektranu. Projekt uključuje i rekonstrukciju zgrade unutar kompleksa SRC Podgora koja obuhvaća kuglanu, caffè bar, sanitarne čvorove i svlačionice.
Kratki opis svrhe projekta	Unapređenje sportske i rekreativne infrastrukture, poticanje zdravog načina života, povećanje atraktivnosti prostora za građane i posjetitelje te stvaranje uvjeta za razvoj sportskog turizma i organizaciju različitih društvenih događanja.
Način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti	Projekt doprinosi pokazateljima P.1 (intenzitet turizma), P.3 (zadovoljstvo turista), P.4 (pristupačnost atrakcija), P.16 (provedba mjera) i S.1 (zadovoljstvo elementima ponude) kroz razvoj sportsko-rekreacijske infrastrukture, povećanje kvalitete boravka u destinaciji i poticanje cjelogodišnje aktivnosti u prostoru.
Nositelj provedbe projekta	Grad Krapina
Lokacija provedbe projekta (grad/općina)	Grad Krapina, Podgora Krapinska
Planirani početak provedbe projekta	2026.
Planirani završetak provedbe projekta	2028.
Ključne točke ostvarenja projekta	Izrada projektne dokumentacije, ishođenje građevinske dozvole, javna nabava, izgradnja dvorane i sportskih terena, opremanje, tehnički pregled i uporabna dozvola.
Planirani rokovi postignuća ključnih točaka ostvarenja projekta	2026.-2028.

Ukupno procijenjena vrijednost projekta	6.351.482,02 EUR
Iznos vlastitog financiranja	952.722,30 EUR
Ostali mogući izvori financiranja	EU fondovi (ITU mehanizam), državni proračun, Krapinsko-zagorska županija
Imovinsko-pravni odnosi	Riješeni
Osnova za raspolaganje nekretninama	Vlasništvo
Status izrade potrebne studijske dokumentacije	Izrađena
Status izvedbe potrebne projektne dokumentacije	NE

Razvoj biciklističke infrastrukture na području Grada Krapine

Prioritet	4. Razvoj i modernizacija turističke infrastrukture
Mjera	4.1. Razvoj turističke infrastrukture te prometnih i komunalnih rješenja važnih za turizam
Naziv projekta	Razvoj biciklističke infrastrukture na području Grada Krapine
Kratki opis predmeta projekta	Projekt se odnosi na izgradnju biciklističke rute ukupne duljine 6.000 m na dvije lokacije, koje će biti povezane s postojećim pješačko-biciklističkim stazama. Ruta A počinje na granici s općinom Đurmanec i prati rijeku Krapinicu do Wochlovog mosta. Ruta B počinje kod Policijske uprave i ide prema granici s općinom Sveti Križ Začretje. Uz staze su predviđeni biciklistička odmorišta, energetske učinkovite rasvjete, klupe, koševi za smeće i informativne ploče.
Kratki opis svrhe projekta	Poboljšanje sigurnosti biciklista, povećanje rekreativnih mogućnosti, poticanje održive mobilnosti te povezivanje gradskih naselja s centrom grada i susjednim općinama.
Način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti	Projekt doprinosi pokazateljima P.3 (zadovoljstvo turista), P.4 (pristupačnost atrakcija), P.10 (prilagodba klimatskim promjenama), P.16 (provedba mjera) i S.1 (zadovoljstvo elementima ponude) kroz izgradnju biciklističke rute s odmorištima i urbanom opremom, poticanje održive mobilnosti i zdravog načina života.
Nositelj provedbe projekta	Grad Krapina

Lokacija provedbe projekta (grad/općina)	Grad Krapina, naselja: Krapina, Podgora Krapinska, Žutnica, Doliće, Mihaljekov Jarek, Pristava, Bobovje, Gornja Pačetina i Lepajci
Planirani početak provedbe projekta	2026.
Planirani završetak provedbe projekta	2028.
Ključne točke ostvarenja projekta	Izrada projektne dokumentacije, ishođenje dozvola, izvođenje radova, tehnički pregled i uporabna dozvola.
Planirani rokovi postignuća ključnih točaka ostvarenja projekta	2026.-2028.
Ukupno procijenjena vrijednost projekta	1.725.400,00 EUR
Iznos vlastitog financiranja	0,00 EUR
Ostali mogući izvori financiranja	EU fondovi (Mehanizam za oporavak i otpornost), državni proračun
Imovinsko-pravni odnosi	Djelomično riješeni (dio trase na zemljištu Hrvatskih voda, dio na privatnim parcelama)
Osnova za raspolaganje nekretninama	Suglasnosti, vodopravni uvjeti, potrebno rješavanje za dio privatnih parcela
Status izrade potrebne studijske dokumentacije	Izrađena
Status izvedbe potrebne projektne dokumentacije	Izrađena

Uređenje središnjeg gradskog parka

Prioritet	4. Razvoj i modernizacija turističke infrastrukture
Mjera	4.1. Razvoj turističke infrastrukture te prometnih i komunalnih rješenja važnih za turizam
Naziv projekta	Uređenje središnjeg gradskog parka
Kratki opis predmeta projekta	Projekt obuhvaća obnovu centralnog gradskog parka u Krapini kako bi se osigurala sigurnost i višenamjenska uporaba. Projekt doprinosi ostvarivanju specifičnog cilja ITP-a 5.1. i RS02.8. Ulaganje će znatno doprinijeti UP Krapina u odgovoru na razvojne izazove te u ostvarenju razvojnih potencijala kroz multiplikativne učinke, kroz specifične ciljeve ulaganja (SRUP). Cilj projekta: Obnova gradskog parka u Krapini, uključujući zamjenu asfalta, komunalnu modernizaciju, biciklističku stazu i hortikulturno uređenje. Park će postati višenamjenski prostor za rekreaciju i društvene događaje te doprinijeti otpornosti na klimatske promjene. Također će se provesti mjere energetske

	učinkovitosti i povećati sigurnost. Realizacija će unaprijediti kvalitetu života stanovnika. Aktivnosti uključuju izradu projektnih zadataka, provedbu nabave, izradu tehničke dokumentacije, ishođenje dozvola, izvođenje radova i opremanje, te usluge stručnog nadzora i koordinatora zaštite na radu. Partneri sudjeluju u definiranju specifikacija opreme i uređenja. Upravljanje projektom osigurava pravovremenu provedbu, dok se promidžba i vidljivost provode kako bi se informirala šira javnost o ciljevima i rezultatima projekta.
Kratki opis svrhe projekta	Projekt obnove Središnjeg gradskog parka u Krapini rješava niz specifičnih problema i doprinosi značajnoj transformaciji ovog ključnog društveno-javnog prostora, i to kroz nekoliko elemenata: - Projektom će se zamijeniti stara asfaltirana površina u parku, čime će se poboljšati izgled i funkcionalnost. Osim toga, cjelovito hortikulturno uređenje osigurat će zeleni, privlačni prostor za odmor i rekreaciju građana. - Modernizacija komunalne infrastrukture povećat će sigurnost i dugoročnu održivost parka. Također, uspostavom video nadzora i pametne ekološke javne rasvjete poboljšat će se sigurnost i smanjiti svjetlosno onečišćenje. - Uvođenjem biciklističke staze projekt potiče održivu mobilnost i povezivanje grada biciklističkom infrastrukturom. - Zamjenom rasvjete novom pametnom ekološkom javnom rasvjetom, projekt smanjuje potrošnju električne energije i doprinosi očuvanju okoliša, ujedno projekt doprinosi jačanju otpornosti urbanog prostora na rizike i posljedice klimatskih promjena kroz uređenje zelene infrastrukture. Zeleni prostori apsorbiraju oborine, smanjuju ekstremne temperature i pridonose općem ekološkom balansu grada.
Način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti	Projekt doprinosi pokazateljima P.3 (zadovoljstvo turista), P.4 (pristupačnost atrakcija), P.16 (provedba mjera) i S.1 (zadovoljstvo elementima ponude) kroz obnovu gradskog parka kao javnog prostora za boravak, rekreaciju i društvena događanja, s naglaskom na inkluzivnost i uređenost urbanog središta.
Nositelj provedbe projekta	Grad Krapina
Lokacija provedbe projekta (grad/općina)	Projekt se provodi u Gradu Krapini. Urbano područje Krapina. Katastarska općina: 315184 KRAPINA - GRAD, broj katastarske čestice: 2699 z.k. uložak br. 2096, broj katastarske čestice:2638/1 z.k. uložak br. 2162 broj katastarske čestice:2664 - z.k. uložak br. 2096 broj katastarske čestice:2698 - z.k. uložak br. 2096 broj katastarske čestice:2695 - z.k. uložak br. 2096 broj katastarske čestice:2616 - z.k. uložak br. 2096 u statusu JAVNO DOBRO-CESTE
Planirani početak provedbe projekta	2026.
Planirani završetak provedbe projekta	2028.
Ključne točke ostvarenja projekta	Izrada projektnih zadataka, javna nabava, izrada tehničke dokumentacije, ishođenje dozvola, izvođenje radova, opremanje, usluge stručnog nadzora, koordinacija zaštite na radu.
Planirani rokovi postignuća ključnih točaka ostvarenja projekta	Ovisno o početku provedbe..

Ukupno procijenjena vrijednost projekta	1.935.596,39 EUR
Iznos vlastitog financiranja	290.339,46 EUR
Ostali mogući izvori financiranja	U fondovi (ITU mehanizam), državni proračun, Krapinsko-zagorska županija
Imovinsko-pravni odnosi	Riješeni
Osnova za raspolaganje nekretninama	Vlasništvo
Status izrade potrebne studijske dokumentacije	Izrađena
Status izvedbe potrebne projektne dokumentacije	Treba izraditi

Crna kraljica I - Obnova kulturnog dobra Arheološka zona Stari grad u Krapini

Prioritet	4. Razvoj i modernizacija turističke infrastrukture
Mjera	4.1. Razvoj turističke infrastrukture te prometnih i komunalnih rješenja važnih za turizam
Naziv projekta	Crna kraljica I - Obnova kulturnog dobra Arheološka zona Stari grad u Krapini
Kratki opis predmeta projekta	Projektom Crna kraljica I ulaže se u posjetiteljsku infrastrukturu u funkciji valorizacije kulturne baštine turističke destinacije Krapina. Navedeni projektom Krapina dobiva atraktivan interpretacijski centar materijalne i nematerijalne baštine na zaštićenom kulturnom dobru Arheološka zona Stari grad koji će obogatiti turističku ponudu destinacije. U zgradi Palasa i u pećini pored zgrade baština će biti interpretirana multimedijским rješenjima. U vanjskom dijelu urediti će se staze i izgraditi promatračnica za razgledavanje nalazišta te amfiteatar za događanja na otvorenom. U Palasu će biti i mala multimedijaska dvorana, bar te suvenirnica. Uvode se rješenja koja doprinose zelenoj i digitalnoj tranziciji. Na projektu su Gradu Krapini partneri Krapinsko-zagorska županija, Muzeji Hrvatskog zagorja, Pučko otvoreno učilište Krapina i Turistička zajednica grada Krapine.
Kratki opis svrhe projekta	Svrha projekta je povećanje privlačnosti grada Krapine kao turističke destinacije kroz razvoj interpretacijskog centra kao novog turističkog sadržaja te stavljanje kulturne baštine u funkciju čime se ujedno potiče razvoj održivih oblika turizma i razvoj javne turističke infrastrukture u kontinentalnoj Hrvatskoj. Projektom se generira viša dodana vrijednost, potiče poduzetništvo i doprinosi zapošljavanju te demografskom oporavku.
Način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti	Projekt doprinosi pokazateljima P.1 (intenzitet turizma), P.3 (zadovoljstvo turista), P.4 (pristupačnost atrakcija), P.8 (zaštićena područja), P.15 (atrakcije), P.16 (provedba mjera) i S.1 (zadovoljstvo elementima ponude)

	kroz valorizaciju kulturne baštine, interpretacijski centar, zelenu i digitalnu tranziciju te suradnju lokalnih dionika.
Nositelj provedbe projekta	Grad Krapina
Lokacija provedbe projekta (grad/općina)	Grad Krapina; više čestica u vlasništvu Grada Krapine, POU Krapina, RH i kao javno dobro, sa riješenim pravima građenja i služnosti.
Planirani početak provedbe projekta	Planirani početak u razdoblju važenja Plana upravljanja destinacijom
Planirani završetak provedbe projekta	Planirani završetak u razdoblju važenja Plana upravljanja destinacijom
Ključne točke ostvarenja projekta	Rekonstrukcija zgrade Palasa, uređenje šetnica i vidikovca, izrada multimedijskog sadržaja, opremanje centra, konzervatorsko-restauratorski radovi, promocija i edukacija.
Planirani rokovi postignuća ključnih točaka ostvarenja projekta	Ovisno o početku provedbe, unutar trogodišnjeg razdoblja provedbe.
Ukupno procijenjena vrijednost projekta	6.551.464,38 EUR
Iznos vlastitog financiranja	0,00 EUR
Ostali mogući izvori financiranja	EU fondovi, Ministarstvo kulture i medija RH, drugi javni izvori
Imovinsko-pravni odnosi	Riješeni
Osnova za raspolaganje nekretninama	Ostalo
Status izrade potrebne studijske dokumentacije	Izrađena
Status izvedbe potrebne projektne dokumentacije	Izrađena

Crna kraljica II - Obnova kulturnog dobra Park skulptura Forma prima u šumi Josipovac

Prioritet	4. Razvoj i modernizacija turističke infrastrukture
Mjera	4.1. Razvoj turističke infrastrukture te prometnih i komunalnih rješenja važnih za turizam
Naziv projekta	Crna kraljica II - Obnova kulturnog dobra Park skulptura Forma prima u šumi Josipovac
Kratki opis predmeta projekta	Projektom Crna kraljica II - Obnova kulturnog dobra Park skulptura Forma prima u šumi Josipovac, na navedenom kulturnom dobru izvršit će se krajobrazno uređenje, obilježiti će se i osvijetliti skulpture te izraditi aplikacija proširene stvarnosti s informacijama o destinaciji i dobrima. Predviđena su ulaganja u obnovu staza, mostića, postamenata, električnih instalacija,

	hortikulturno uređenje, informativne ploče i razvoj mobilne aplikacije. Projekt uključuje restauraciju i rekonstrukciju drvenih skulptura nastalih tijekom međunarodnih kiparskih simpozija od 1976. do 1982. godine.
Kratki opis svrhe projekta	Svrha projekta je doprinijeti održivom društveno-gospodarskom razvoju u Krapini obnovom i unaprjeđenjem upravljanja kulturnog dobra. Obnovljeni park omogućit će produljenje boravka turista i veću potrošnju, doprinoseći lokalnom gospodarstvu.
Način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti	Projekt doprinosi pokazateljima P.1 (intenzitet turizma), P.3 (zadovoljstvo turista), P.4 (pristupačnost atrakcija), P.8 (zaštićena područja), P.15 (atrakcije), P.16 (provedba mjera) i S.1 (zadovoljstvo elementima ponude) kroz obnovu i interpretaciju kulturnog dobra na otvorenom, stvaranje uvjeta za održavanje kulturnih događanja, povećanje pristupačnosti te integraciju sadržaja u ponudu destinacije.
Nositelj provedbe projekta	Grad Krapina
Lokacija provedbe projekta (grad/općina)	Grad Krapina; cca 1,5 ha, k.č. 250 i 15418/3 te dijelovi k.č. 244/1, 245, 246, 247/1, 248, 249, 9816/1, 9830/4, 10494/1, 15418/5, k.o. Krapina. Skulpture su zaštićeno kulturno dobro upisano u Registar kulturnih dobara RH (Z-3865).
Planirani početak provedbe projekta	Planirani početak u razdoblju važenja Plana upravljanja destinacijom
Planirani završetak provedbe projekta	Planirani završetak u razdoblju važenja Plana upravljanja destinacijom
Ključne točke ostvarenja projekta	Restauracija skulptura, krajobrazno uređenje, obnova staza i mostića, informativne ploče, mobilna aplikacija, javna rasvjeta.
Planirani rokovi postignuća ključnih točaka ostvarenja projekta	Unutar trogodišnjeg razdoblja provedbe, ovisno o početku provedbe projekta.
Ukupno procijenjena vrijednost projekta	2.500.000,00 EUR
Iznos vlastitog financiranja	0,00 EUR
Ostali mogući izvori financiranja	EU fondovi, Ministarstvo kulture i medija RH, drugi javni izvori
Imovinsko-pravni odnosi	Riješeni
Osnova za raspolaganje nekretninama	Ostalo
Status izrade potrebne studijske dokumentacije	Izrađena
Status izvedbe potrebne projektne dokumentacije	Izrađena

Crna kraljica III - Izgradnja pješačkog mosta s prilazom

Prioritet	4. Razvoj i modernizacija turističke infrastrukture
Mjera	4.1. Razvoj turističke infrastrukture te prometnih i komunalnih rješenja važnih za turizam
Naziv projekta	Crna kraljica III - Izgradnja pješačkog mosta s prilazom
Kratki opis predmeta projekta	Projektom se planira izgradnja pješačkog visećeg mosta dužine 300 m koji će povezati dvije atrakcije – Arheološku zonu Stari grad Krapina i Park skulptura Forma prima u šumi Josipovac – omogućujući direktan i atraktivan pristup Starom gradu. Most će predstavljati jedinstvenu atrakciju u Hrvatskoj i šire, s potencijalom da postane prepoznatljiv simbol Krapine. Obuhvaćena je i izgradnja pristupnih staza i platoa, uređenje prostora, ugradnja rasvjete i sustava za grijanje hodne površine, postavljanje automata za karte i razvoj multimedijalnih interpretacijskih rješenja. Most će povezati prostore koji su danas prometno, fizički i vizualno razdvojeni, a omogućit će i produljenje boravka posjetitelja i razvoj cjelovite turističke ponude.
Kratki opis svrhe projekta	Doprinos održivom društveno-gospodarskom razvoju Krapine, prostorno povezivanje ključnih turističkih sadržaja te stvaranje nove atrakcije međunarodne prepoznatljivosti koja će motivirati dolaske i produljenje boravka.
Način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti	Projekt doprinosi pokazateljima P.1 (intenzitet turizma), P.3 (zadovoljstvo turista), P.4 (pristupačnost atrakcija), P.15 (atrakcije) i P.16 (provedba mjera) kroz unaprjeđenje prostorne povezanosti kulturnih lokaliteta, bolju pristupačnost za sve posjetitelje i integraciju sadržaja u koherentnu cjelinu destinacije.
Nositelj provedbe projekta	Grad Krapina
Lokacija provedbe projekta (grad/općina)	Grad Krapina, lokaliteti Arheološka zona Stari grad Krapina i šuma Josipovac, više k.č. u k.o. Krapina (uključujući 148/1, 148/4, 633/1, 245, 249).
Planirani početak provedbe projekta	Planirani početak u razdoblju važenja Plana upravljanja destinacijom
Planirani završetak provedbe projekta	Planirani završetak u razdoblju važenja Plana upravljanja destinacijom
Ključne točke ostvarenja projekta	Projektiranje, javna nabava, izgradnja mosta i prilaza, tehnički pregled, uporabna dozvola, uspostava sustava upravljanja i interpretacije.
Planirani rokovi postignuća ključnih točaka ostvarenja projekta	Unutar trogodišnjeg razdoblja od početka provedbe.
Ukupno procijenjena vrijednost projekta	4.300.000,00 EUR
Iznos vlastitog financiranja	0,00 EUR
Ostali mogući izvori financiranja	EU fondovi, Ministarstvo kulture i medija RH, drugi javni izvori
Imovinsko-pravni odnosi	EU fondovi, Ministarstvo kulture i medija RH, drugi javni izvori

Osnova za raspolaganje nekretninama	Nisu riješeni imovinsko-pravni odnosi
Status izrade potrebne studijske dokumentacije	Izrađena
Status izvedbe potrebne projektne dokumentacije	Izrađena

Rekonstrukcija zgrade Magistratska 13 u Krapini

Prioritet	4. Razvoj i modernizacija turističke infrastrukture
Mjera	4.1. Razvoj turističke infrastrukture te prometnih i komunalnih rješenja važnih za turizam
Naziv projekta	Rekonstrukcija zgrade Magistratska 13 u Krapini
Kratki opis predmeta projekta	Centar za posjetitelje nalazit će se na lokaciji u centru grada Krapine, na adresi Magistratska ulica 13 (brownfield objekt). Na uličnoj strani objekta nalazit će se prijavni prostor Centra za posjetitelje, odnosno ured Turističke zajednice grada Krapine. Kao glavni prostor predviđen je onaj u dvorištu koji će služiti kao muzejski prostor (centar za posjetitelje na temu festivala i tradicije) te kao suvenirnica sa autohtonim suvenirima. Podrumski dio zgrade služit će kao prostor za održavanje radionica na temu kulinarstva i restorana (zagorski štruklji, klošter kiflini, krapinski doručak i sl.) u kojem će se učenici srednjih škola moći educirati na temu kulinarske tradicije te promocija i radionice o autohtonim zagorskim vinima. Kat objekta služit će kao prostor za udrugu "Društvo za kajkavsko kulturno stvaralaštvo", arhivu notnih zapisa te ostalih dokumenata vezanih za festival kajkavskih popevki kao i za kongresnu dvoranu te prostore za TZ Krapinsko-zagorske županije. U kongresnim dvoranama moći će se uz razna okupljanja i sastanke održavati i skupovi na temu tradicije i kajkavskog jezika. Planirane aktivnosti: Aktivnost – Novelacija projektno tehničke dokumentacije Aktivnost – Izvođenje radova i opremanje Aktivnost partnera u projektu - Savjetovanje u oblikovanju programa koji će se u prostoru nuditi Aktivnost – Upravljanje projektom Aktivnost – Promidžba i vidljivost
Kratki opis svrhe projekta	Projekt predstavlja ulaganje u turističku infrastrukturu povezanu s aktivnim oblicima turizma, primarno povezanu s valorizacijom prirodnih vrijednosti dijelova JLS UP Krapina kroz mjeru 2.2.3. Održivi, otporni i diverzificirani turistički razvoj. Predviđeno je pružanje podrške stvaranju i promociji geografski prepoznatljivih enogastronomskih proizvoda te promociji lokalne enogastronomске i turističke ponude, kao i aktivnosti kojom se potiče integrirana turistička valorizacija planinarskih staza i aktivnog turizma UP Krapina. Također, potiče se suradnja udruga u kulturi posebice u području nematerijalne kulturne baštine urbanog područja (kajkavskih popevki)
Način doprinosa ostvarenju	Projekt doprinosi pokazateljima P.1 (intenzitet turizma), P.3 (zadovoljstvo turista), P.4 (pristupačnost atrakcija), P.15 (atrakcije), P.16 (provedba mjera)

pokazatelja održivosti	i S.1 (zadovoljstvo elementima ponude) kroz obnovu povijesne zgrade i uspostavu centra za posjetitelje s interpretacijskim, informativnim i prezentacijskim sadržajima u srcu Krapine.
Nositelj provedbe projekta	Grad Krapina
Lokacija provedbe projekta (grad/općina)	Projekt se provodi u gradu Krapini, Urbano područje Krapina, k.o. Krapina-grad, Glavna knjiga, na k.č.br. 1654. Zk.ul. 3529
Planirani početak provedbe projekta	Planirani početak provedbe projekta je u razdoblju važenja plana upravljanja destinacijom kojim je predviđen
Planirani završetak provedbe projekta	Planirani početak provedbe projekta je u razdoblju važenja plana upravljanja destinacijom kojim je predviđen
Ključne točke ostvarenja projekta	Novelacija projektno-tehničke dokumentacije, izvođenje radova, opremanje, savjetovanje za sadržaj, upravljanje projektom, promidžba i vidljivost
Planirani rokovi postignuća ključnih točaka ostvarenja projekta	Unutar trogodišnjeg razdoblja provedbe
Ukupno procijenjena vrijednost projekta	3.318.100,00 EUR
Iznos vlastitog financiranja	497.715,00 EUR
Ostali mogući izvori financiranja	EU fondovi, Ministarstvo kulture i medija RH, drugi javni izvori
Imovinsko-pravni odnosi	Riješeni
Osnova za raspolaganje nekretninama	Vlasništvo
Status izrade potrebne studijske dokumentacije	Izrađena
Status izvedbe potrebne projektne dokumentacije	Izrađena

Šemničke toplice

Prioritet	4. Razvoj i modernizacija turističke infrastrukture
Mjera	4.1. Razvoj turističke infrastrukture te prometnih i komunalnih rješenja važnih za turizam
Naziv projekta	Šemničke toplice
Kratki opis predmeta projekta	Predmet ovog projekta je izgradnja bazenskog kompleksa sa popratnim sadržajima. Projekt je od regionalnog i nacionalnog značaja kojim se obuhvaća izgradnja sljedećih sadržaja: unutarnji bazen veličine 50 x 25 metara, vanjski bazen dimenzija 30 x 25 metara, kapaciteta za 500 kupaca, dječji vanjski bazen veličine 5 x 10 metara, parkiralište za 3 autobusa i 120 automobila, krajobrazno uređenje okoliša te ugostiteljski objekt s terasom za

	25 stolova uz manje trgovačko uslužne lokale. Projekt će imati veliki utjecaj na podizanje kvalitete života zajednice, otvorit će se nova radna mjesta, potaknuti stanovništvo na redovito bavljenje sportom, a čime će se također pozitivno utjecati na zdravlje svih korisnika. Cilj projekta je stvaranje dodatnog sadržaja turističke ponude Zagorja kao i profiliranje destinacije kao destinacije sporta (s obzirom da u HR postoji potreba za dodatnim zatvorenim olimpijskim bazenima te bi takav kompleks dodatno privukao sportaše i ekipe vodenih sportova iz regije). Krajnji korisnik su turisti. Područje obuhvata projekta je u vlasništvu Grada Krapine, a sveukupna bruto površina iznosi 14.731 m ²
Kratki opis svrhe projekta	Cjelokupno slabije razvijeno područje će oživjeti kako turistički, tako i gospodarski. Projektom će predmetno područje dobiti na važnosti, a novi turistički proizvod će donijeti višestruke koristi. Isto tako, realizacija projekta imat će širok utjecaj na zadovoljavanje potreba ciljane skupine. Stvara se inovativni turistički proizvod koji upotpunjuje turističku ponudu Krapinsko-zagorske županije. Formira se dodatno tržište za poljoprivredne proizvode regije te se doprinosi cjelokupnom gospodarskom i društvenom razvoju regije.
Način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti	Projekt doprinosi pokazateljima P.1 (intenzitet turizma), P.3 (zadovoljstvo turista), P.4 (pristupačnost atrakcija), P.10 (prilagodba klimatskim promjenama), P.16 (provedba mjera) i S.1 (zadovoljstvo elementima ponude) kroz izgradnju bazenskog kompleksa s regionalnim dosegom, razvoj sportskog turizma, osnaživanje lokalne ponude i infrastrukturno oživljavanje prostora Šemničkih Toplica.
Nositelj provedbe projekta	Grad Krapina
Lokacija provedbe projekta (grad/općina)	Projekt se provodi u gradu Krapini, na jugozapadu naselja Donja Šemnica istočno od državne ceste D- 35, a na udaljenosti oko 1 km od autoceste Zagreb - Macelj kod mjesta Sv. Križ Začretje. Područje obuhvata projekta je u vlasništvu Grada Krapine, Donja Šemnica k.č. br. 2342/1 i k.č. br. 2342/2, k.o. Donja Šemnica.
Planirani početak provedbe projekta	U razdoblju važenja plana upravljanja destinacijom
Planirani završetak provedbe projekta	U razdoblju važenja plana upravljanja destinacijom
Ključne točke ostvarenja projekta	Izgradnja unutarnjeg i vanjskog bazena, uređenje okoliša, izgradnja ugostiteljskog objekta, prometna infrastruktura, opremanje i promocija.
Planirani rokovi postignuća ključnih točaka ostvarenja projekta	Unutar četverogodišnjeg razdoblja provedbe.
Ukupno procijenjena vrijednost projekta	15.468.344,28 EUR
Iznos vlastitog financiranja	0,00 EUR
Ostali mogući izvori financiranja	EU fondovi, Ministarstvo turizma i sporta RH, državni proračun, drugi javni izvori

Imovinsko-pravni odnosi	Riješeni
Osnova za raspolaganje nekretninama	Vlasništvo
Status izrade potrebne studijske dokumentacije	Izrađena
Status izvedbe potrebne projektne dokumentacije	Izrađena

Rekonstrukcija zgrade Kneippovog lječilišta u Krapini

Prioritet	4. Razvoj i modernizacija turističke infrastrukture
Mjera	4.1. Razvoj turističke infrastrukture te prometnih i komunalnih rješenja važnih za turizam
Naziv projekta	Rekonstrukcija zgrade Kneippovog lječilišta u Krapini
Kratki opis predmeta projekta	Zgrada Kneippovog lječilišta sa pripadajućim parkom nalazi se na adresi Šetalište Vilibalda Sluge 1. Zgrada se nalazi unutar granica zaštićenog kulturnog dobra kulturno - povijesne cjeline grada Krapine, upisane u registar kulturnih dobara pod brojem Z-4182 (zona C) te je u neposrednoj blizini zaštićenog paleontološkog lokaliteta i spomenika prirode. Današnje stanje zgrade je izuzetno narušeno uslijed građevinskih intervencija na samom objektu kroz dulje razdoblje (dogradnje, razne adaptacije neadekvatno izvedene i sl.), te je time ozbiljno narušena statika objekta. Zgrada nema potrebnu hidro izolaciju, te je podložna prodoru podzemnih voda i vlazi, te je zbog toga došlo do pucanja i slijeganja samog objekta. Krovnište zgrade je dotrajalo, te prokišnjava zbog starosti samog crijepa i krovne konstrukcije. Kompletne električne instalacije su dotrajale i potrebna je temeljita obnova. U zimskim uvjetima zgrada nema energetska učinkovitost uslijed čega dolazi do nepotrebnog rasipanja energije (veliki troškovi grijanja, održavanja i sl.). Planirani zahvat obuhvaća rekonstrukciju zgrade Kneippovog lječilišta i vraćanje u njenu prvotnu fazu te dogradnju suvremenog aneksa koji će povezati dva dijela građevine. Rekonstruirana građevina sastoji se od tri etaže, podrum, prizemlje i kat, a dogradnja od dvije etaže, podrum i prizemlje. Rekonstrukcijom će se vratiti sva stilska obilježja iz vremena iz kojih je građevina nastala dok se dogradnja planira u suvremenom izričaju. Planira se i rekonstrukcija, odnosno vraćanje parka istočno od objekta u prvotnu fazu uz zadržavanje visokog vrijednog raslinja. Preostali dio tog područja hortikulturno će se urediti. Vraćanje građevine u prvobitno stanje nudi još jedan turistički proizvod u gradu Krapini, ali i u Krapinsko-zagorskoj županiji. Ujedno će se očuvati još jedan vrijedan kulturno-povijesni spomenik, a kroz realizaciju cjelokupnog projekta doprinijet će se povećanju dolazaka turista u Krapinu.
Kratki opis svrhe projekta	Planirani zahvat obuhvaća rekonstrukciju zgrade Kneippovog lječilišta i vraćanje u njenu prvotnu fazu te dogradnju suvremenog aneksa koji će

	povezati dva dijela građevine. Rekonstrukcijom će se vratiti sva stilska obilježja iz vremena iz kojih je građevina nastala dok se dogradnja planira u suvremenom izričaju. Planira se i rekonstrukcija, odnosno vraćanje parka istočno od objekta u prvotnu fazu uz zadržavanje visokog vrijednog raslinja. Vraćanje građevine u prvobitno stanje nudi još jedan turistički proizvod u gradu Krapini, ali i u Krapinsko-zagorskoj županiji. Ujedno će se očuvati još jedan vrijedan kulturno-povijesni spomenik, a kroz realizaciju cjelokupnog projekta doprinijet će se povećanju dolazaka turista u Krapinu.
Način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti	Projekt doprinosi pokazateljima P.1 (intenzitet turizma), P.3 (zadovoljstvo turista), P.4 (pristupačnost atrakcija), P.15 (atrakcije), P.16 (provedba mjera) i S.1 (zadovoljstvo elementima ponude) kroz obnovu zaštićenog kulturnog dobra, uređenje povijesnog parka i stvaranje novog kulturno-turističkog proizvoda u urbanom centru Krapine.
Nositelj provedbe projekta	Grad Krapina
Lokacija provedbe projekta (grad/općina)	Projekt se provodi u gradu Krapini, obuhvat zahvata se nalazi na građevnoj čestici kat.čest.br. 1495/1 k.o. Krapina-grad (nastala spajanjem kat.čest.br. 1495/1 i 1495/3 k.o. Krapina-grad), Grad Krapina, Šetalište Vilibalda Sluge.
Planirani početak provedbe projekta	U razdoblju važenja plana upravljanja destinacijom
Planirani završetak provedbe projekta	U razdoblju važenja plana upravljanja destinacijom
Ključne točke ostvarenja projekta	Rekonstrukcija zgrade, izgradnja aneksa, vraćanje parka u prvotno stanje, hortikulturno uređenje, energetska obnova, promocija
Planirani rokovi postignuća ključnih točaka ostvarenja projekta	Unutar četverogodišnjeg razdoblja provedbe.
Ukupno procijenjena vrijednost projekta	6.636.140,42 EUR
Iznos vlastitog financiranja	0,00 EUR
Ostali mogući izvori financiranja	EU fondovi, Ministarstvo kulture i medija RH, drugi javni izvori
Imovinsko-pravni odnosi	Riješeni
Osnova za raspolaganje nekretninama	Vlasništvo
Status izrade potrebne studijske dokumentacije	Izrađena
Status izvedbe potrebne projektne dokumentacije	Treba izraditi

Rekonstrukcija i prenamjena dijela zgrade POU Krapina u Kulturni centar Krapina

Prioritet	4. Razvoj i modernizacija turističke infrastrukture
Mjera	4.1. Razvoj turističke infrastrukture te prometnih i komunalnih rješenja važnih za turizam
Naziv projekta	Rekonstrukcija i prenamjena dijela zgrade POU Krapina u Kulturni centar Krapina
Kratki opis predmeta projekta	Projekt obuhvaća rekonstrukciju nedovršenog dijela zgrade POU Krapina koji je sada u roh bau fazi te je potrebno izvesti građevinske radove i opremiti prostor kako bi isti dobio svoju namjenu kulturnog centra. Najnovija digitalna oprema za prikazivanje filmova preduvjet je za kvalitetno medijsko opismenjavanje gledatelja, prikazivanje art filmova renomiranih europskih autora. Planirano je opremanje za snimanje audio i video materijala koji bi bili dostupni široj publici. Opći cilj projekta je poboljšanje temeljnih usluga u području kulture i slobodnog vremena za stanovništvo grada Krapine i šire okolice. Specifičnim ciljevima se ostvaruje ranije navedeni opći cilj Projekta. Specifični ciljevi su: 1. Poboljšanje infrastrukture za pružanje usluga u području kulture i slobodnog vremena za stanovnike naselja Krapina rekonstrukcijom i opremanjem dijela zgrade POU Krapina 2. Kvalitativni i kvantitativni razvoj infrastrukturnih kapaciteta za djelovanje udruga civilnog društva, pojedinaca i institucija s područja kulture u gradu Krapini 3. Razvoj kapaciteta i aktivnosti za kvalitetno provođenje slobodnog vremena, razvoj kulture te podizanje kvalitete života stanovnika grada Krapine.
Kratki opis svrhe projekta	Rekonstrukcijom i opremanjem dijela zgrade POU Krapina poboljšat će se infrastruktura za pružanje usluga na području kulture i slobodnog vremena stanovnika Krapine te će se poboljšati kapaciteti za djelovanje udruga, pojedinaca i institucija s područja kulture u gradu Krapini i šireg područja KZŽ.
Način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti	Projekt doprinosi pokazateljima P.3 (zadovoljstvo turista), P.4 (pristupačnost atrakcija), P.16 (provedba mjera) i S.1 (zadovoljstvo elementima ponude) kroz uspostavu kulturnog centra s digitalnim sadržajima i infrastrukturu za djelovanje udruga, čime se obogaćuje kulturna ponuda i društveni život grada Krapine.
Nositelj provedbe projekta	Pučko otvoreno učilište Krapina
Lokacija provedbe projekta (grad/općina)	Projekt se provodi u gradu Krapini na građevnoj čestici k.č.br. 2652/1 k.o. Krapina-grad
Planirani početak provedbe projekta	U razdoblju važenja plana upravljanja destinacijom kojim je predviđen
Planirani završetak provedbe projekta	U razdoblju važenja plana upravljanja destinacijom kojim je predviđen
Ključne točke ostvarenja projekta	Građevinski radovi, opremanje multimedijalne dvorane, opremanje prostora za snimanje i prikazivanje sadržaja, promocija kulturnih sadržaja, aktivacija za udruge
Planirani rokovi postignuća ključnih točaka ostvarenja projekta	Unutar tri godine provedbe plana upravljanja.

Ukupno procijenjena vrijednost projekta	2.500.000,00 EUR
Iznos vlastitog financiranja	0,00 EUR
Ostali mogući izvori financiranja	EU fondovi, Ministarstvo kulture i medija RH, drugi javni izvori
Imovinsko-pravni odnosi	Riješeni
Osnova za raspolaganje nekretninama	Vlasništvo
Status izrade potrebne studijske dokumentacije	Nije izrađena
Status izvedbe potrebne projektne dokumentacije	Nije izrađena

8.2. Projekti od posebnog značaja za razvoj destinacije

Projekti iz tablice u nastavku predstavljaju strateške infrastrukturne investicije čija je vrijednost viša od 1.000.000 EUR. Zbog svog financijskog opsega, prostornog utjecaja te potencijala za transformaciju ponude i kvalitete doživljaja u destinaciji, ovih deset projekata izdvojeni su kao projekti od posebnog značaja za razvoj destinacije Krapina.

Tablica 8.2. Popis strateških razvojnih projekata Grada Krapine

Naziv projekta	Vrijednost
Integrirani projekt razvoja višenamjenske sportske infrastrukture - SRC Podgora	6.351.482,02 EUR
Razvoj biciklističke infrastrukture na području Grada Krapine	1.725.400,00 EUR
Uređenje središnjeg gradskog parka	1.935.596,39 EUR
Crna kraljica I - Obnova kulturnog dobra Arheološka zona Stari grad u Krapini	2.500.000,00 EUR
Crna kraljica II - Obnova kulturnog dobra Park skulptura Forma prima u šumi Josipovac	2.500.000,00 EUR
Crna kraljica III - Izgradnja pješačkog mosta s prilazom	4.300.000,00 EUR
Rekonstrukcija zgrade Magistratska 13 u Krapini	3.318.100,00 EUR
Šemničke toplice	15.468.344,28 EUR
Rekonstrukcija zgrade Kneippovog lječilišta u Krapini	6.636.140,42 EUR
Rekonstrukcija i prenamjena dijela zgrade POU Krapina u Kulturni centar Krapina	2.500.000,00 EUR

9. MJERENJE NAPRETKA I IZVJEŠĆE O PROVEDBI

Praćenje provedbe Plana i redovito izvješćivanje propisani su Pravilnikom o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom (NN 112/2024) te se nadovezuju na poglavlje 7, u kojem su definirani pokazatelji za praćenje napretka po prioritetima i mjerama, te način praćenja pokazatelja održivosti.

9.1. Podrška provedbi plana

Provedba Plana upravljanja turizmom Grada Krapine temelji se na jasno definiranim prioritetima, mjerama i aktivnostima predstavljenima u poglavlju 7. Nositelj operativne provedbe je Turistička zajednica Grada Krapine, u suradnji s Gradom Krapinom i ostalim dionicima uključenima u razvoj turizma. Provedba se oslanja na redovnu komunikaciju, praćenje aktivnosti i koordinaciju među partnerima.

9.2. Izvješćivanje o provedbi

Mehanizmi praćenja i izvješćivanja razrađeni su u sklopu poglavlja 7, kroz pokazatelje po mjerama, preporučeni ritam evaluacije i smjernice za dionike. Radi transparentnosti i učinkovitosti, Turistička zajednica Grada Krapine vodi redovitu evidenciju o provedbi aktivnosti i ostvarenom napretku. Na godišnjoj razini izrađuje se sažeto izvješće o provedbi, koje se dostavlja Gradskom vijeću Grada Krapine u roku od dvanaest mjeseci od usvajanja plana, sukladno odredbama Pravilnika o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom (NN 112/2024). Izvješće služi kao podloga za operativno planiranje i proračunske odluke, a osnovne informacije objavljuju se i na mrežnim stranicama Turističke zajednice. U završnoj godini važenja Plana izrađuje se završno izvješće s ocjenom ukupne provedbe, koje se koristi kao osnova za novi planski ciklus.

9.3. Izmjene i dopune plana

Plan upravljanja turizmom dokument je koji se primjenjuje u promjenjivim okolnostima razvoja destinacije. U slučaju značajnijih promjena u strateškom, zakonodavnom ili operativnom okviru – ili većih odstupanja u provedbi – moguće je pristupiti djelomičnoj ili cjelovitoj prilagodbi Plana. Sukladno Pravilniku (NN 112/2024), izmjene moraju biti obrazložene, uključivati ocjenu provedbe i pregled novih mjera koje su potrebne za ostvarenje ciljeva Plana. Revizija se temelji na uvidima iz prakse, prijedlozima dionika i dostupnim podacima, a provodi se u skladu s načelima na kojima je Plan izvorno izrađen: suradnjom, transparentnošću i utemeljenošću na stvarnom stanju.

9. ZAKLJUČAK

Plan upravljanja turizmom Grada Krapine za razdoblje 2025. – 2029. izrađen je s ciljem uspostave održivog, usklađenog i strateški usmjerenog razvoja turizma koji afirmira kulturnu baštinu, potiče lokalno poduzetništvo i doprinosi kvaliteti života zajednice. Temelji se na detaljnoj analizi postojećeg stanja – turističkog prometa, strukture ponude, resursa i infrastrukture, organizacijskih i ljudskih kapaciteta te tržišnog položaja destinacije – uz valorizaciju razvojnih potencijala i identifikaciju područja za unapređenje.

Ovim dokumentom postavljen je cjelovit strateški okvir koji obuhvaća viziju i misiju razvoja, strateški pravac te jasno definirane prioritete, ciljeve, mjere i aktivnosti, oblikovane u skladu s važećim zakonskim propisima i smjernicama Ministarstva turizma i sporta. Posebna vrijednost Plana leži u uključivanju dionika iz javnog, privatnog i civilnog sektora kroz savjetovanja i radionice, čime je osigurana usklađenost sadržaja s potrebama i mogućnostima lokalne zajednice.

Sastavni dio Plana čini i analiza obveznih pokazatelja održivosti koji omogućuju praćenje učinaka turističkog razvoja na okoliš, društvo i gospodarstvo, stvarajući osnovu za pravodobno i podatkovno utemeljeno donošenje odluka. U završnom dijelu dokumenta predstavljen je katalog prioriteta projekata – od revitalizacije povijesnih lokaliteta i razvoja novih sadržaja do infrastrukturnih zahvata – čija se provedba usmjerava na jačanje konkurentnosti destinacije uz očuvanje njezine kulturne i prirodne autentičnosti.

Provedba Plana zahtijeva kontinuiranu suradnju Grada Krapine, Turističke zajednice grada, javnih ustanova, poduzetnika i lokalne zajednice. Samo koordiniranim djelovanjem moguće je postići održiv i inkluzivan razvoj turizma koji će pridonijeti dugoročnom razvoju, tržišnoj prepoznatljivosti i očuvanju identiteta destinacije Krapina.

Prilog 1: Popis i vrsta zaštićenih kulturnih dobara

Rbr.	Reg. br.	Naziv zaštićenog kulturnog dobra	Naselje	Vrsta
1	Z-4061	Arheološka zona Stari grad	Krapina	Arheologija
2	Z-3919	Arheološko nalazište "Hušnjakovo" s parkom krapinskog pračovjeka	Krapina	Arheologija
3	Z-4182	Kulturno-povijesna cjelina grada Krapine	Krapina	Kulturnopovijesna cjelina
4	Z-3865	Park skulptura Forma Prima u šumi Josipovac	Krapina	Kulturnopovijesna cjelina
5	RZG-0745-1985.	Kompleks ruralnog povijesnog naselja Trški Vrh, zavjetne crkve Majke Božje Jeruzalemske i gradskog groblja Krapina	Trški Vrh	Kulturnopovijesna cjelina
6	Z-1727	Dvorac Trnovec	Gornja Pačetina	Nepokretna pojedinačna
7	Z-7055	Grobna kapela obitelji Lovrec	Krapina	Nepokretna pojedinačna
8	Z-4716	Kompleks Keglević	Krapina	Nepokretna pojedinačna
9	Z-6916	Mauzolej Halper-Radić	Krapina	Nepokretna pojedinačna
10	Z-4904	Rodna kuća Ljudevita Gaja	Krapina	Nepokretna pojedinačna
11	Z-3485	Samostan franjevac Provincije sv. Ćirila i Metoda i crkva sv. Katarine	Krapina	Nepokretna pojedinačna
12	Z-5009	Zgrada	Krapina	Nepokretna pojedinačna
13	Z-5311	Zgrada	Krapina	Nepokretna pojedinačna
14	Z-5515	Zgrada	Krapina	Nepokretna pojedinačna
15	Z-5378	Zgrada	Krapina	Nepokretna pojedinačna
16	Z-5338	Zgrada	Krapina	Nepokretna pojedinačna
17	Z-4442	Zgrada Magistrata	Krapina	Nepokretna pojedinačna
18	Z-3510	Zgrada Osnovne škole "Ljudevita Gaja"	Krapina	Nepokretna pojedinačna
19	Z-4443	Zgrada Sučić	Krapina	Nepokretna pojedinačna
20	Z-2493	Župna crkva sv. Nikole	Krapina	Nepokretna pojedinačna
21	Z-3486	Župni dvor	Krapina	Nepokretna pojedinačna
22	Z-2920	Crkva sv. Jurja	Lepajci	Nepokretna pojedinačna
23	Z-2088	Kurija Škarićevo	Škarićevo	Nepokretna pojedinačna
24	Z-3516	Kapela sv. Tri kralja	Tkalci	Nepokretna pojedinačna
25	Z-2240	Crkva Majke Božje Jeruzalemske	Trški Vrh	Nepokretna pojedinačna
26	Z-1571	Dvorac Kulmer	Velika Ves	Nepokretna pojedinačna