

Turistička ponuda Međimurske županije

Mavrek, Jura

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:897308>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-10-07**



Repository / Repozitorij:

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



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

Jura Mavrek

TURISTIČKA PONUDA MEĐIMURSKE ŽUPANIJE
Završni rad

Pula, 2021.

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

Jura Mavrek

TURISTIČKA PONUDA MEĐIMURSKE ŽUPANIJE

Završni rad

JMBAG: 0067499210

Studijski smjer: Turizam

Predmet: Ekonomija doživljaja

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Turizam

Mentor: izv. prof. dr. sc. Aljoša Vitasović

Pula, kolovoz 2021.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

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

Student

U Puli, _____

IZJAVA
o korištenju autorskog djela

Ja, Jura Mavrek dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj Završni rad pod nazivom Turistička ponuda Međimurske županije koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

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

U Puli,

Potpis

SADRŽAJ

UVOD	1
1. OBILJEŽJA MEĐIMURSKE ŽUPANIJE	3
1.1. PRIRODNE ATRAKCIJE	3
1.2. DRUŠTVENE ATRAKCIJE	5
1.3. POKAZATELJI TURIZMA	7
2. TURISTIČKA PONUDA U MEĐIMURSKOJ ŽUPANIJI	10
2.1. SMJEŠTAJNA PONUDA	10
2.2. SPORTSKI I REKREACIJSKI TURIZAM	11
2.3. ZDRAVSTVENI TURIZAM	12
2.4. KULTURNI I MANIFESTACIJSKI TURIZAM	13
2.5. ENO-GASTRONOMSKI TURIZAM	15
2.6. POSLOVNI TURIZAM	18
3. RAZVOJNA KONCEPCIJA TURIZMA MEĐIMURSKE ŽUPANIJE	20
3.1. NACIONALNA RAZVOJNA KONCEPCIJA	20
3.2. ŽUPANIJSKA RAZVOJNA KONCEPCIJA	21
3.3. IZAZOVI I BUDUĆE SMJERNICE RAZVOJA TURISTIČKE PONUDE MEĐIMURSKE ŽUPANIJE	26
ZAKLJUČAK	29
LITERATURA	31
POPIS SLIKA	33
POPIS TABLICA	34
SAŽETAK	35
SUMMARY	36

UVOD

Rad istražuje turističku ponudu Međimurske županije. Iako je riječ o kontinentalnoj turističkoj destinaciji u Hrvatskoj, ovim se radom nastoji potvrditi kako ona raspolaže sve bogatijom turističkom ponudom, kojom nastoji potaknuti razvoj kontinentalnog turizma u Hrvatskoj i pojedinih selektivnih oblika turizma, koji se razvijaju kao integrirani turistički proizvodi na ovome prostoru.

Međimurska županija može se predstaviti kao najkonkurentnija kontinentalna turistička destinacija u Hrvatskoj. U proteklih nekoliko godina njezina koncepcija turističkog razvoja pokazuje rastući uspjeh, o čemu prvenstveno svjedoči sve raznovrsnija ponuda u turizmu, ali i sve veća turistička potražnja za ovom destinacijom.

Turistička ponuda ove županije zasniva se na valorizaciji postojeće prirodne i društvene atrakcijske osnove, odnosno materijalnih i nematerijalnih elemenata baštine i atraktivnosti prostora. U skladu s time, razvijaju se brojni selektivni oblici turizma, među kojima su primjerice seoski turizam, sportski i rekreacijski, gastronomski turizam, kulturni turizam, ali i neki drugi selektivni oblici.

Cilj rada je istražiti osnovna obilježja Međimurske županije kao turističke destinacije u Hrvatskoj i jedne od najkonkurentnijih na kontinentalnom dijelu države. Svrha rada je predstaviti turističku ponudu Međimurske županije i potvrditi pozitivan smjer njezina razvoja u proteklih nekoliko godina.

Strukturno rad čine tri poglavlja, uvod i zaključak. U prvome poglavlju razmatraju se osnovna obilježja Međimurske županije, a naglasak je postavljen na njezinu atrakcijsku osnovu, kao temelj razvoja turističke ponude. U zasebnom dijelu ukratko se prikazuju i statistički pokazatelji turizma ove destinacije. Sljedeće poglavlje istražuje turističku ponudu Međimurske županije. Nakon analize smještajne ponude, analiziraju se odabrani selektivni oblici turizma, koji čine temeljne turističke proizvode ove destinacije. U pred zaključnom poglavlju prikazuju se razvojne koncepcije Međimurske županije, odnosno njezina turizma. Ukratko je analizirana vizija njezina

razvoja s gledišta nacionalne razine, a na posljetku je razmotrena županijska razvojna strategija turizma.

U istraživanju ove problematike korištene su metoda analize i sinteze podataka, deduktivna metoda, metoda apstrakcije i metoda kritičkog promišljanja. Strukturiranju i oblikovanju rada poslužila je metoda opisivanja.

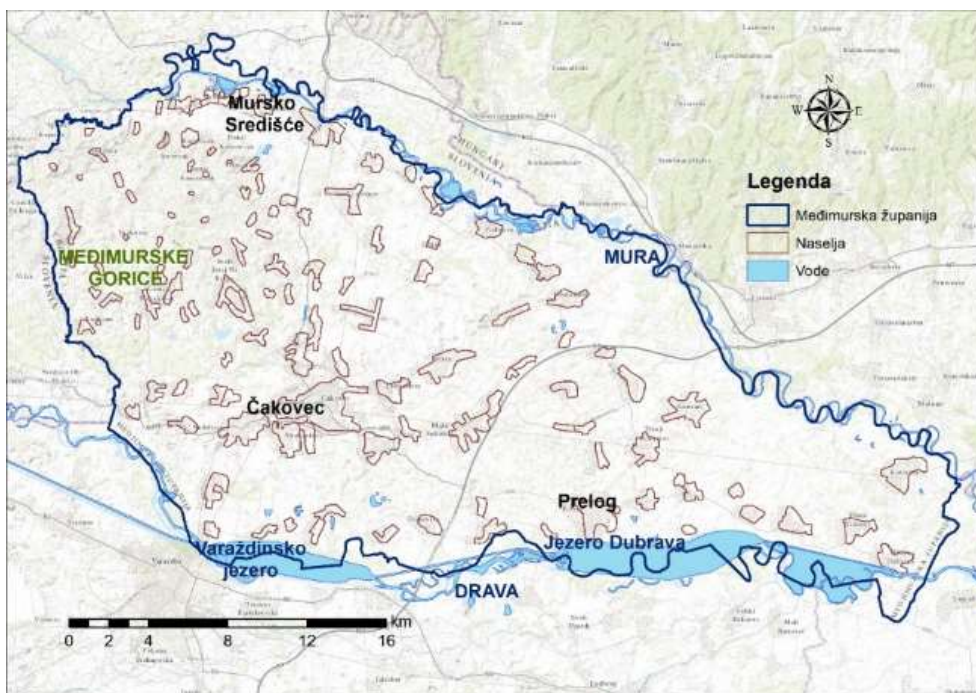
1. OBILJEŽJA MEĐIMURSKE ŽUPANIJE

Kada se provodi turistička analiza ili se razmatra turistička ponuda neke destinacije, ključno je istražiti njezina osnovna obilježja. Riječ je o ciljnim obilježjima koja uvjetuju razvoj turizma, ukazuju na razvojne mogućnosti ili ograničenja, te usmjeravaju taj razvoj. Ta se obilježja odnose na geostrateški položaj, klimatske uvjete i ostala prirodna obilježja te atrakcije, društvene atrakcije te atraktivnost prostora.

1.1. PRIRODNE ATRAKCIJE

Međimurska županija ima povoljan geostrateški položaj i to je prvo prirodno obilježje ove destinacije u kontekstu razvoja njezina turizma. Povoljan geostrateški položaj podrazumijeva smještaj na sjecištu važnih europskih puteva, ali i blizinu vodećih emitivnih tržišta Europe. Županija se nalazi na krajnjem sjeveru Hrvatske, a graniči s Mađarskom i Slovenijom, a nalazi se i u neposrednoj blizini Austrije (Brezinščak Bagola et al., 2017). Omeđena je rijekama Murom i Dravom (Slika 1.).

Slika 1. Geostrateški položaj Međimurske županije



Izvor: Međimurska županija (2016.) Masterplan razvoja turizma Međimurske županije do 2020. Dostupno na: <http://medjimurska-zupanija.hr/wp-content/uploads/2016/10/Masterplan-razvoja-turizma-Me%C4%91imurske-%C5%BEupanije-2020.pdf> (17.06.2021.). Str. 9.

Zahvaljujući spomenutom geostrateškom položaju, ali i izgrađenoj prometnoj infrastrukturi, Međimurje, kako se još naziva ova županija, danas predstavlja “vrata Hrvatske” prema srednjoj i istočnoj Europi. Njezinim prostorom proteže se autocesta koja povezuje Rijeku i Zagreb s Budimpeštom, sa slovenske strane rijeke Mure prolazi europski koridor V koji Veneciju spaja s ukrajinskim Lavovom. U krugu od 300 kilometara nalaze se Beč, Bratislava, Budimpešta, Ljubljana, Zagreb, Graz i Trst. Na sat i pol vožnje autocestom nalaze se i međunarodne zračne luke Zagreb, Maribor, Graz i Heviz (Međimurska županija, 2021).

Iako je Međimurska županija površinom najmanja u Hrvatskoj, jedna je od najgušće naseljenih županija u kojoj žive razni narodi. Ova županija obiluje prirodnim atrakcijama, koje uvelike uvjetuju atraktivnost čitavog prostora, ali i razvoj turističke ponude. Osim spomenutih rijeka, treba izdvojiti činjenicu da Međimurska županija razdvaja Panonsku nizinu i Alpe, a takav smještaj uvjetuje i pogodne klimatske uvjete za razvoj cjelogodišnjeg turizma. Ljeta su na ovome prostoru topla, a zime umjereno hladne uz mogućnost snježnog pokrivača, što generira razvoj zimskog turizma.

Ova turistička destinacija raspolaže vrlo heterogenom ili raznovrsnom prirodnom osnovom, koja čini jednu od temeljnih komparativnih prednosti. Neki od elemenata prirodne atrakcijske osnove, koji daju osobit doprinos razvoju turizma ove destinacije su (Međimurska županija, 2016):

- Regionalni park Mura-Drava – dio UNESCO-va rezervata biosfere;
- Varaždinsko i Dubravsko akumulacijsko jezero – ribolov, staze i sportovi na vodi;
- Krajobraz rijeke Mure – biciklističke staze;
- Spomenik prirode Bedekovićeve grabe – zaštićene vrste leptira.

Istaknuto je ujedno i koje se turističke aktivnosti ili usluge nude i organiziraju na ovim prostorima. Posebno je važno naglasiti da se razvoj turizma, a time i komercijalizirane prirodne i ostale atrakcijske osnove u ovoj destinaciji provodi na održivi način, to jest prema dimenzijama, načelima i vrijednostima održivog turizma. Održivi turizam je već nekoliko godina jedini prihvatljivi oblik razvoja turizma u ovoj županiji. On je predstavljen u marketinškoj koncepciji turizma i tržišnoj afirmaciji ove turističke destinacije. Potvrđuje se time kako se razvoj turističke ponude Međimurske

županije provodi na održiv način, a u skladu sa Strategijom razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, odnosno strategijom Europa 2020, Europska strategija za pametan, održiv i uključiv rast (Breslauer et al., 2015).

Osnovne smjernice održivog razvoja Međimurske županije i njezina turizma su (Breslauer et al., 2015):

- Partnerstva u turizmu;
- Osjećaj za mjesto ili garancija autentičnosti;
- Ekološka odgovornost ili očuvanje prirodnih i društvenih resursa;
- Inovativnost ili modernizacija u turizmu;
- Kultura kvalitete ili naklonjenost turistima.

Međimurska županija je u okviru projekta Europske unije *Joint planning for long-term development in cross-border region*, koji je financiran iz Programa IPA, pristupila izradi Strateškog marketing plana turizma Međimurske županije za razdoblje od 2014. do 2020. godine, koji jasno sublimira koncepciju održivog razvoja. Detaljnije o strategiji raspravljati će se nešto kasnije, čime se daju dodatni argumenti navedenoga.

1.2. DRUŠTVENE ATRAKCIJE

Sljedeći važni segment komparativne snage ove turističke destinacije, ali i atraktivnosti prostora jesu društvene ili antropogene atrakcije. Međimurje obiluje ovim elementima, a oni u najvećoj mjeri doprinose razvoju kulturnog turizma. Društvena atrakcijska osnova prikazuje se Tablicom 1.

Tablica 1. Društvene atrakcije Međimurske županije

Materijalna kulturno-povijesna baština	<ul style="list-style-type: none">• Stari grad Zrinski s perivojem• Dvorac Feštetić• Kapela sv. Jelene i Crkva sv. Jeronima• 30ak ostalih sakralnih objekata• Međimurska vinska cesta• Badličan labirinti• Spomen dom rudarstva Cimper• Muzeji i kazališta• Galerije
Nematerijalna kulturno-povijesna baština	<ul style="list-style-type: none">• Čipkarstvo• Izrada pokladnih maskica• Zlatarenje• Međimurska popevka• Razne legende i priče• Poslovne, enogastronomске, gastronomске i tradicijske, kulturne i zabavne manifestacije

Izvor: Prema: Međimurska županija (2016.) Masterplan razvoja turizma Međimurske županije do 2020. Dostupno na: <http://medjimurska-zupanija.hr/wp-content/uploads/2016/10/Masterplan-razvoja-turizma-Me%C4%91imurske-%C5%BEupanije-2020.pdf> (17.06.2021.).

U proteklih nekoliko godina, a sukladno usvojenom Masterplanu razvoja turizma na ovome prostoru, pristupa se ozbiljnijoj valorizaciji i komercijalizaciji, uz poštivanje održivosti, čitave prirodne i društvene atrakcijske osnove. Vidljivo je kako Međimurska županija raspolaže s brojnim elementima, koji determiniraju atraktivnost prostora i turistički imidž destinacije. Stoga, uz sustav valorizacije ovih elemenata, ne čudi sve veći uspjeh turizma Međimurske županije.

Društvene atrakcije na primjeru ove turističke destinacije imaju osobiti značaj u kontekstu formiranja integriranih turističkih proizvoda, ali i u segmentu maksimizacije

atraktivnosti prostora i njezine turističke ponude. Svakako treba istaknuti da, kroz ponudu selektivnih oblika turizma posredstvom ovih inputa, turistička destinacija pospješuje svoje pozicioniranje, konkurentnost i turistički imidž. Neki od selektivnih oblika turizma koji se nude su kulturni turizam, manifestacijski turizam ili turizam događaja te povijesni turizam.

Osnovna problematika koja se naglašava u kontekstu ovih selektivnih oblika turizma je pasivnost. Točnije, gostima se uglavnom nudi razgledavanje atrakcija i doživljaj prostora. Iako je doživljaj autentičan i nudi nezaboravno iskustvo, što je osobito značajno u suvremenom turizmu i s gledišta suvremenih turista, tendencija je obogatiti ponudu kroz organizaciju interaktivnih sadržaja, radionica i sličnoga. Na taj način moglo bi se potaknuti aktivnije sudjelovanje turista, ali i pronaći kanale maksimizacije prihoda.

Sve veća praksa je povezati različite selektivne oblike u kompleksnije turističke proizvode. Međutim ovakva razvojna strategija još uvijek je u idejnoj fazi i za njezino provođenje u praksi potrebno je provesti čitav niz operativnih projekata.

1.3. POKAZATELJI TURIZMA

U ovome dijelu poglavlja ukratko se razmatraju temeljni pokazatelji turizma, odnosno turističke aktivnosti ove destinacije. Primarno se daje prikaz ukupnih turističkih kretanja. Prezentiraju se podaci o ukupnim turističkim dolascima i ukupnim turističkim noćenjima u razdoblju od 2015. do 2019. godine (Tablica 2.).

Tablica 2. Turistički promet u Međimurskoj županiji (2015.-2019.)

	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
Turistički dolasci					
Ukupno	56 442	45 880	70 337	76 415	81 924
Domaći	30 573	23 926	36 963	38 581	41 833
Strani	25 869	21 954	33 374	37 834	40 091
Turistička noćenja					
Ukupno	127 190	110 039	168 146	186 736	196 922
Domaći	65 109	52 276	78 476	80 886	86 095
Strani	62 081	57 763	89 670	105 850	110 827

Izvor: Međimurska županija (2020.) Međimurska županija u brojkama. Dostupno na: https://drive.google.com/drive/folders/19id-2_oGdFFh5c7THCx7XqfohbxRneUM (17.06.2021.).

S gledišta ukupnih turističkih dolazaka u promatranom razdoblju, Međimurska županija ima tendenciju rasta, izuzev 2016. godine, kada je zabilježen pad u odnosu na prethodnu godinu. Ukupan broj turističkih dolazaka u 2019. godini čak je za 45% veći nego na početku promatranog razdoblja.

Za razliku od obalnih turističkih destinacija, kod kojih strani ili inozemni turisti generiraju preko 90% turističkog prometa, vidljivo je da u Međimurskoj županiji omjer domaćih i inozemnih turista biva gotovo izjednačen. U nešto većem udjelu sudjeluju inozemni turisti u ukupnim turističkim dolascima, no zamjećuje se i visoki udio domaćih turista.

Slična situacija je i u kontekstu ukupnih turističkih noćenja, koja imaju jednaku tendenciju kretanja u ovome razdoblju, kao i strukturu gostiju. Time se daje potvrditi kako Međimurska županija ima kontinuitet rasta turističkog prometa u proteklim godinama, pri čemu gotovo podjednako sudjeluju domaći i inozemni turisti. Time se potvrđuje i značaj ove destinacije u poticanju domaćeg turizma, što je jedna od strateških ciljeva Republike Hrvatske.

Vodeće turističke destinacije u ovoj županiji su Čakovec, Sv. Martin na Muri, Prelog i Mursko Središće. One generiraju više od 70% ukupnog turističkog prometa. S druge strane, vodeća emitivna inozemna turistička tržišta su (Međimurska županija, 2020):

- Slovenija;
- Poljska;
- Austrija;
- Mađarska;
- Italija.

Vidljivo je kako je riječ uglavnom o vodećim emitivnim tržištima za čitavu Hrvatsku, no zamjećuje se slabi interes Nijemaca, Austrijanaca i sličnih tržišta. Dalo bi se zaključiti kako ovaj prostor posjećuju inozemni turisti s najbližih emitivnih tržišta i turisti srednje te slabije kupovne moći. Riječ je o turističkoj potražnji koji duži niz godina posjećuju Hrvatsku, no uglavnom su koncentrirani u obalnim destinacijama. Tek u novije vrijeme pažnju privlači kontinentalna Hrvatska, zahvaljujući inovacijama i obogaćenju turističke ponude. Međutim, moguće je ukazati i na promjene koje se na strani turističke potražnje u novije doba događaju. Suvremeni turisti postaju sve zahtjevniji i traže nova iskustva i doživljaje, a time istražuju i nove turističke destinacije poput predmetne.

2. TURISTIČKA PONUDA U MEĐIMURSKOJ ŽUPANIJI

Turistički proizvodi koji se razvijaju na ovome prostoru i u okviru trenutno planiranog konceptualnog okvira portfolia razlikuju se u odnosu na vrstu selektivnog oblika, prostor u kojem se razvijaju, te volumen potražnje koji se očekuje. Ideja je da se čitavi portfolio razvija kao izletnički ili jednodnevni, koji je za sada vrlo zastupljeno, no tendencija je poticanja dužeg boravka i odmora u ovoj destinaciji. Višednevni karakter tako se veže za dominantne proizvode, odnosno zdravstveni, kulturni, enogastornomski i sportski turizam.

Nakon analize osnovnih obilježja ove kontinentalne turističke destinacije, kao i osnovnih karakteristika njezina turizma i turističkog prometa, zadire se u središnju problematiku rada. Istražuje se turistička ponuda ove turističke destinacije. Nakon analize suprastrukturalne ponude, pažnja je posvećena vodećim selektivnim oblicima turizma, koji predstavljaju zasebne turističke proizvode.

2.1. SMJEŠTAJNA PONUDA

U Međimurskoj županiji tijekom proteklih godina zabilježen je blagi rast ili stabilan broj smještajnih i ugostiteljskih objekata. U 2019. godini turistička destinacija raspolagala je sa 407 objekata koji se ne kategoriziraju i s 23 objekta koji se kategoriziraju. Također, zabilježeno je i 69 objekata privatnih iznajmljivača, te 21 seljačka domaćinstva (Međimurska županija, 2020).

U strukturi kapaciteta prema vrsti objekata dominiraju hoteli, a slijede sobe za iznajmljivanje, apartmani i kuće za odmor u skupini odmarališta i sličnih objekata. Najviše smještajnih objekata koncentrirano je u vodećim receptivnim destinacijama, odnosno Svetom Marinu na Muri, Čakovcu te Prelogu.

Turistička zajednica Međimurske županije izvijestila je da županija raspolaže s hotelima koji su uglavnom srednje kvalitete, to jest imaju 3 ili 4 zvjezdice. Tendencija je pri tome da se daljnjim investicijama u turizmu poveća kvaliteta ovih objekata, isti obogate sadržajima i time privuče veći broj turista, koji će biti i veće platežne moći.

Osim većih prihoda, to bi trebalo generirati i produljenje sezone, odnosno reduciranje sezonalnosti.

Kao značajniji smještajni kapaciteti u Međimurskoj županiji izdvajaju se (Turistička zajednica Međimurske županije, 2021):

- Terme Sv. Martin, najveći smještajni kompleks u Županiji, koji je dio Life Class grupacije i pozicionira se na tržištu konceptima „Pokreni se“, „Napuni se pozitivnom energijom“, „Doživi Međimurje“, „100 % prirodan odmor“, a usmjeren je na zdravlje, biciklizam sport i wellness;
- Hotel Park u Čakovcu nudi dvorane za sastanke i skupove (multifunkcionalna dvorana sa 10 - 300 mjesta);
- Hotel Castellum u Čakovcu, bike i meetings - business gradski hotel prvenstveno namijenjen poslovnim ljudima;
- Hotel Panorama u Prelogu lociran je uz jezero Dubrava i raspolaže vanjskim i unutarnjim sportskim terenima;
- Hotela Kralj u Donjem Kraljevcu.

Vidljivo je kako se pojedini smještajni objekti, točnije hoteli, nastoje specijalizirati za pojedine selektivne oblike turizma. Time se daje ukazati i na vodeće turističke proizvode kojima su orijentirani, a koji su i u uvodnom dijelu rada spomenuti.

2.2. SPORTSKI I REKREACIJSKI TURIZAM

Sportski i rekreacijski turizam selektivni je oblik turizma kod kojeg su posjetitelji motivirani zdravim životom, sportskim aktivnostima i događajima, brigom o sebi i želji za aktivnim odmorom. U novije vrijeme sve je učestalija potražnja za ekstremnim sportovima, a takav trend očekuje se i u budućnosti. U Hrvatskoj on ima sve veći značaj, a posebice je važan u kontekstu poticanja domaćeg turizma (Bartoluci et al., 2004).

S obzirom da je Međimurska županija integrirana u europski turistički prostor te nastoji što uspješnije pratiti inozemne prakse poslovanja i zahtjeve na tržištu, sportski

ili rekreacijski turizam jedan je od glavnih turističkih proizvoda koji se nude u okviru turističke ponude ove destinacije. Pri tome se misli na (Međimurska županija, 2016):

- Biciklizam;
- Pješaćenje;
- Lovi ribolov;
- Adrenalinske sportove;
- Sportske pripreme.

Vrste sportova koje dominiraju u kontekstu ovog turističkog proizvoda rezultat su integriranja, valoriziranja i komercijaliziranja postojeće atrakcijske i infrastrukturne osnove te mogućnosti kojima županija raspolaže. Osobito je značajno kako se nastoji kombinirati selektivne oblike turizma ili turističke proizvode te ih na taj način nuditi na međunarodnom turističkom tržištu. tako se primjerice nude kombiniranja putovanja koja su obogaćena sportskim uslugama i gastronomijom te slično.

Smatra se kako su ključni čimbenici uspjeha ovog turističkog proizvoda sljedeći (Visit Međimurje, 2021):

- Kvaliteta sportske infrastrukture;
- Posebnosti prirodnog okoliša;
- Kvaliteta usluga u sportu (prihvatanje međunarodnih standarda);
- Kvaliteta prateće ponude u destinaciji.

U smjeru daljnjeg razvoja, prioritetne aktivnosti usmjerene su upravo prema ovim čimbenicima. Često se uz ovaj selektivni oblik turizma veže i zdravstveni, uslijed sličnih motiva turista. U tom segmentu ova turistička destinacija nudi wellness, lječilišni i medicinski turizam, za koji se u budućnosti također očekuje rast potražnje od oko 10% godišnje (Međimurska županija, 2016).

2.3. ZDRAVSTVENI TURIZAM

Razvoju zdravstvenog turizma pogoduju postojeća kvaliteta specijaliziranih centara, kvaliteta prateće turističke ponude u destinaciji, kompatibilan razvoj destinacije. U

budućnosti se ove faktore nastoji dodatno razvijati, u skladu s međunarodnim praksama i zahtjevima.

U razvojnom i strateškom smislu, zdravstveni turizam Međimurja je jedan od dominantnih turističkih proizvoda. Razvija se kao proizvod turističkom odmora, zajedno s kulturnim turizmom, enogastronomskim i sportskim te rekreacijskim turizmom. Zdravstveni turizam Međimurja čine wellness, medicinski wellness, medicinski te lječilišni turizam.

Imperativni značaj u njegovu razvoju imaju specijalizirani smještajni objekti, toplice, u kojima se i konzumira cjelokupna ponuda zdravstvenog turizma. Turistička potražnja koja sudjeluje u ovom selektivnom obliku turizma često konzumira i ostale turističke proizvode te se percipira kao vodeća ciljna skupina i kao „veći potrošači“.

2.4. KULTURNI I MANIFESTACIJSKI TURIZAM

Kulturni turizam strateški je turistički proizvod u Hrvatskoj i jedan od traženijih na području Europe. Riječ je o selektivnom obliku turizma kod kojeg su turisti motivirani posjećivanjem kulturnih lokaliteta ili događaja, upoznavanjem novih kultura i identiteta te stjecanjem kulturnog iskustva (Jelinčić, 2004).

Kulturni turizam Međimurske županije obuhvaća (Visit Međimurje, 2021):

- Gradski turizam;
- Turizam baštine;
- Turizam događanja;
- Kulturu života i rada .

S obzirom na već spomenutu heterogenu i jedinstvenu kulturno-povijesnu baštinu ove destinacije, ne čudi činjenica kako je kulturni turizam jedan od temeljnih proizvoda u okviru njezine turističke ponude. Čimbenici koji uvjetuju njegov razvoj i ukazuju na buduće smjerove su značaj i posebnost lokaliteta/spomenika/događanja, kvaliteta prezentacije građe, kvaliteta prateće turističke ponude u destinaciji (Jelinčić, 2004).

Usporedno s kulturnim turizmom moguće je na ovome prostoru razvijati i vjerski turizam. Vjerski turizam se naziva i hodočasničkim, a u središtu se postavlja posjet hodočasnika sakralnim objektima (crkvama, hramovima i slično). On izravno potpomažu očuvanju kulturne i povijesne baštine (Pirjavec, Kesar, 2002).

Razlog tome su brojni sakralni objekti, ali i povijesni događaji ove prirode koji se vežu za predmetni prostor. Osim njega, treba spomenuti i manifestacijski turizam, koji čini ukupnu turističku ponudu ove destinacije aktivnijom i na tržištu prepoznatljivom.

Već duži niz godina na ovome prostoru odvijaju se poznate manifestacije. Neke od njih dio su nekadašnje tradicije, a neke odraz modernog doba. Tematiziranost i raznovrsnost tih manifestacija razlog je privlačenja različitih tržišnih segmenata potrošača, što je temeljna prednost ovog turističkog proizvoda.

Neke od poznatijih manifestacija u Međimurskoj županiji su (Međimurje info, 2021):

- Sajam cvijeća u Prelogu;
- Festival jagoda i Barokne večeri;
- Majski muzički memorijal Josip Š. Slavenski;
- Jazz festival;
- Ljeto u gradu Zrinskih;
- Porcijunkulovo;
- Internacionalnu radionicu animiranog filma;
- Međunarodni oldtimer susret;
- Susret profesionalnih kazališta za djecu i mlade Assitej i Advent;
- Sveti Martin na Muri središte je Međunarodnog spusta murskih ladji i Weekend Bike Festivala;
- Gornji Mihaljevec ima Dane kruha;
- Nedelišće je sajamsko središte pa već po tradiciji ima Međunarodni sajam poduzetništva (MESAP), Sajam knjiga, Sajam poljoprivrede, ekologije, zdrave prehrane, obnovljivih izvora energije i komunalne opreme.

Može se istaknuti kako svaka lokalna destinacija na ovome prostoru očituje svoje posebnosti i obilježja kroz održavanje pojedinih manifestacija. U te dane privlače se

brojni domaći i inozemni turisti, a neki od njih iskazuju i tradiciju posjeta u vrijeme manifestacija, čime se potvrđuje da ovaj turistički proizvod doprinosi i izgradnji lojalnosti turista.

Među brojnim turističkim i ostalim manifestacijama, već nekoliko godina za redom vodeći značaj ima Porcijunkulovo, koja se održava kao spoj tradicije i modernoga, a sintetizira razne umjetnosti, autentične proizvode i jedinstveni zabavni program (Slika 2.).

Slika 2. Porcijunkulovo



Izvor: Porcijunkulovo (2021.) Galerija. Dostupno na: <https://www.porcijunkulovo.com/galerija/> (17.06.2021.).

Provode se programi za sve dobne skupine i razne interese posjetitelja. Primjerice, održava se izložba oldtimera, kušanje vina, koncertni događaji, radionice i zabavni programi za djecu, oslikavanje lica i slično (Porcijunkulovo, 2021).

2.5. ENO-GASTRONOMSKI TURIZAM

Eno-gastronomski turizam veže se uz putovanja koja su djelomično ili potpuno motivirana konzumacijom hrane i pića ili iskustvima povezanim s gastronomijom i enologijom. Proizvod kao takav, pored navedenoga, objedinjuje i razvoj spoznaja o lokalnoj eno-gastronomiji, promatranje i/ili uključivanje u procese proizvodnje i

prerade, kupnju lokalnih proizvoda i obilaske tematskih cesta i festivala (Čorak, Mikačić ur., 2006).

Daje se istaknuti, na temelju do sada obrađenih informacija o ovoj destinaciji, kako ona raspolaže svim preduvjetima i čimbenicima za razvoj predmetnog turizma. Danas se on razvija kao jedan od dominantnih turističkih proizvoda i kao „imidž“ turistički proizvod.

Ključni čimbenici razvoja ovog selektivnog oblika turizma su (Visit Međimurje, 2021):




- Vinske ceste;
- Tematske ceste;
- Manifestacije;
- Gastro punktovi;
- Obilježja destinacijske kuhinje;
- Imidž destinacije;
- Kvaliteta ugostiteljske i ponude vina;
- Kvaliteta prateće turističke ponude i manifestacija.

Glavne mikro destinacije s gledišta ovog turističkog proizvoda su Štrigova, Sv. Urban i Železna Gora. Poseban značaj imaju tematske ceste, odnosno Međimurska vinska cesta i gastroceste diljem prostora. Vodeće cikloturističke rute su Pušipelova, Eko Mura i Međimurska ruta.

Međimurje ima i sustav pješačkih ruta na kojima su locirane razne tradicijske prodavaonice lokalnih specijaliteta. Nadalje, u suvremeno doba sve veći interes ukazuje se prema domaćoj kuhinji i lokalno proizvedenoj hrani. Specifični značaj imaju Vinska cesta, „gastroklaster“ s ponudom degustacija u vinarijama, ponuda hrane u vinarijama, restoranima i krčmama.

U nastavku se prikazuje ponuda eno-gastronomskog turizma Međimurske županije. Također, prikazan je sadržaj iste u komparaciji s inozemnim uspješnim praksama (Slika 3.).

Slika 3. Eno-gastronomska ponuda Međimurske županije i usporedba s inozemnim praksama

		
Medimurska vinska cesta (HR)	Jeruzalemska vinska cesta (SLO)	Južnoštajerska vinska cesta (A)
• Prepoznatljivost vina		
30 km	10 km	25 km
35 vinarija 4 restorana 10-ak različitih objekata s ponudom hrane (kleti, izletišta, OPG-ovi, kavane, bistro, vinoteka)	• 27 vinarija • 15-ak različitih ugostiteljskih objekata	• 82 vinarije • 50 restorana • 50-ak kafića, barova i pubova • 3 noćna kluba
1 hotel s apartmanskim naseljem 17 različitih objekata za smještaj (apartmani, kleti, kuće za odmor, sobe za iznajmljivanje i sl.)	• 1 hotel • 20-ak različitih smještajnih objekata (hosteli, apartmani, sobe, gostionice, seoski turizam)	• 26 hotela • više od 100 različitih smještajnih objekata (obiteljski smještaj, apartmani, objekti u vinogradima)
Dani sv. Vinka; Dani sv. Martina; Urbanovo Umjetnička kolonija u Štrigovi; Dani lipe, Gornji Mihaljevec; Štrigovske noći; Klopodrom	• Festival starog vina (traje 10-ak dana) • Štefanov pohod z baklami na Jeruzalem; Festival filma i vina u Ljutomeru i dr.	• Festival vina - Erzherzog Johann; • Brojna kulturna i druga događanja (više od 200 dnevnih događanja na vinskoj cesti)
bazeni i <i>wellness</i> sadržaji u bližem okruženju brojne kulturne atrakcije: crkve (sv. Jeronima); tradicija života i rada; ergela međimurskog konja	• bazeni i <i>wellness</i> sadržaji u bližem okruženju • brojne kulturne atrakcije: dvorac Jeruzalem, crkve, Muzej vina, zidanica Malek s muzejom vinogradarstva • ponuda doživljaja berbe i prešanja grožđa u domaćinstvima	• bazeni i <i>wellness</i> sadržaji u bližem okruženju • brojne kulturne atrakcije: muzeji, crkve, prezentacije starih zanata • brojne radionice i tečajevi: prirodna kozmetika, kuhanje, planinarenje s travarom, tečajevi o divljim travama, zdravlje
tematizirane biciklističke i pješačke staze najam bicikala	• tematizirane pješačke i biciklističke staze • mogućnosti obilaska kočijom, autobusom	• tematizirane pješačke i biciklističke staze • najam: električni bicikl, električni automobil, <i>segway</i> , e-skuter, džip, vožnja kočijom • obilazak traktorom i vagonom
internetske stranice županijske turističke zajednice; pregledno i detaljno organizirane internetske stranice lokalne turističke zajednice (Štrigova); pregledno i detaljno organizirane drugi tematski i destinacijski internet-portali promoviraju se vinari, ostali sadržaji uz vinsku cestu te manifestacije	• internetske stranice nacionalne turističke organizacije i lokalnih turističkih ureda (Ormož, Ljutomer); relativno mali broj informacija • internetske stranice Visit Europe (TasteEurope) • promoviraju se vino i gastronomija	• internetske stranice nacionalne i regionalne turističke organizacije • vlastita internetska stranica vinske ceste s kvalitetno organiziranim informacijama i vizualno atraktivna • <i>online</i> brošura • internetske stranice Visit Europe (TasteEurope) • promoviraju se turističke atrakcije na cesti, mogućnosti kupovine, atrakcije za djecu, dodatni sadržaji

Izvor: Međimurska županija (2016.) *Masterplan razvoja turizma Međimurske županije do 2020.* Dostupno na: <http://medimurska-zupanija.hr/wp-content/uploads/2016/10/Masterplan-razvoja-turizma-Me%C4%91imurske-%C5%BEupanije-2020.pdf> (17.06.2021.). Str. 50.-51.

Razvoj eno-gastronomskog turizma u Međimurskoj županiji provodi se na temelju uspješnih inozemnih praksi. Vjeruje se kako će i u budućnosti to biti jedan od strateških turističkih proizvoda, te se mogu očekivati inovacije i specijalizirani sadržaji u okviru njega.

2.6. POSLOVNI TURIZAM

Poslovni turizam je selektivni oblik turizma koji je motiviran poslovnim skupovima i *insentive* događajima. Njegovo obuhvat su različiti tipovi poslovnih događanja/putovanja, uključujući sastanke, konferencije i kongrese te izložbe i sajmove. Iako ima manje intenzivan rast na godišnjoj razini, s aspekta međunarodnog turizma, značajna je njegova konstanta rasta. U Hrvatskoj je ova ponuda relativno oskudna, što stvara prostor za rapidan tržišni rast.

Čimbenici koji uvjetuju razvoj i uspjeh ovog turističkog proizvoda, a kojima Međimurska županija raspolaže su atraktivnost i imidž destinacije, sigurnost, dostupnost, hotelska ponuda, sadržajnost i kvaliteta usluga, cjenovna pozicija destinacije, primjena eko procedura, kvaliteta DMC agencija i kongresnih ureda, raspoloživost različitih vrsta objekata za poslovne skupove (Međimurska županija, 2016).

Osnova kongresnog ili poslovnog turizma je raspolaganje adekvatnom infrastrukturnom podrškom. Kvaliteta primjer takve osnove je hotel u sklopu resorta LifeClass, Terme Sveti Martin, koji raspolaže s tri kongresne dvorane. Prostor je atraktivan i klimatiziran, a kapacitet kongresnih dvorana je do 500 ljudi. Manje dvorane opremljene su multifunkcionalnom modernom tehnologijom, što je također važan pokazatelj razvijenosti ovog turističkog proizvoda.

Osim navedenoga, u ponudi su i ostali važni sadržaji. Sudionicima se nudi sljedeće (Poslovni turizam, 2019):

- Relaksacijski tretmani;
- Unutarnji vanjski bazeni;
- Masaže;

- Jedinstvena gastro ponuda lokalnih namirnica i tradicijskih te modernih jela.

Sadržaji i aktivnosti koji se nude u sklopu poslovnog turizma na ovome prostoru imaju sposobnost zadovoljenja različitih potreba, želja i interesa posjetitelja. Posebna pažnja poklanja se dodatnim i zabavnim sadržajima, kao i stjecanju jedinstvenog iskustva i doživljaja.

3. RAZVOJNA KONCEPCIJA TURIZMA MEĐIMURSKE ŽUPANIJE

U radu je istaknuto kako je rapidni turizam ove županije u proteklim godinama djelom uzrokovan usklađenošću razvoja s onim na razini čitave Hrvatske, ali i dosljednošću razvoja sukladno strategiji Europa 2020. To potvrđuje integriranost razvoja turizma Međimurske županije s nacionalnim razvojem turizma, ali i razvojem čitave Europske unije.

3.1. NACIONALNA RAZVOJNA KONCEPCIJA

U Strategiji razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine istaknuto je kako su vodeći turistički resursi i komparativne prednosti Hrvatske i njezina turizma jedinstveni prirodni prostor i autentična kulturno-povijesna baština. To su ujedno elementi kojima raspolaže Međimurska županija, kako je već i istaknuto.

U kontekstu komparativnih prednosti, s gledišta prirodne atrakcijske osnove, primat ima Jadransko more, odnosno razvedena obala. Razlog tome je činjenica kako su vodeća emitivna tržišta Hrvatske i dalje u najvećoj mjeri motivirana turističkim proizvodom „sunce i more“. Upravo zbog toga, najveći razvojni potencijal za hrvatski turizam imaju obalne destinacije, čime se identificira kako je oskudnost ovog resursa vodeće ograničenje turizma Međimurske županije.

Nastavno na prethodnu konstataciju. Strategija je identificirala mogućnost supstitutskog proizvoda, koji se odnosi na adekvatnu valorizaciju riječnih područja, primjerice Drave, Dunava i ostalih većih rijeka. Ova područja čine posebni turistički potencijal, a njime raspolaže i predmetna županija, koja je na kvalitetan način valorizirala ova područja i postojeće resurse.

Vodeći turistički proizvodi koji se identificiraju u Strategiji razvoja turizma Hrvatske do 2020. godine su (Ministarstvo turizma, 2013):

- „Sunce i more“;
- Nautički turizam;
- Poslovni turizam;

- Kulturni turizam.

Daje se istaknuti kako su dva od četiri navedena uspješno razvijena u Međimurskoj županiji. To su poslovni i kulturni turizam, koji čine jedne od vodećih proizvoda na ovome području.

Od ostalih turističkih proizvoda, koji su Strategijom navedeni kao proizvodi visokog potencijala razvoja, a koji postoje u okviru turističke ponude ove županije su zdravstveni turizam, ciklo turizam, gastronomija i eno-gastronomija, ruralni i planinski turizam, pustolovni i sportski turizam te eko turizam.

Ovom strategijom određen je opći smjer razvoja turizma Hrvatske, no prepoznaje se nešto veći naglasak na analizi i usmjerenju dominantnih turističkih destinacija. To su u naravi obalne destinacije, dok se kontinentalni turizam i dalje prilično zanemaruje pa se u sljedećoj razvojnoj koncepciji očekuje reduciranje tog problema. To ukazuje na činjenicu da je razvoj kontinentalnog turizma i dalje u najvećoj mjeri ovisan o aktivnostima lokalnih i županijskih jedinica.

U budućnosti je naglasak postavljen na razvoj turizma Hrvatske na čitavom njezinom prostoru, a u skladu s međunarodnim mega trendovima i koncepcijom održivosti. Dakle, vizija postoji, definirana je i specificirana, no s gledišta nacionalne upravljačke razine, još uvijek pretjerano fokusirana isključivo na obalni dio.

3.2. ŽUPANIJSKA RAZVOJNA KONCEPCIJA

Godine 2016. usvojen je Masterplan razvoja turizma Međimurske županije, kao krovni razvojni dokument i vodeći instrument upravljanja razvojem turističke ponude na ovome području. Od tada do danas generirani su brojni poslovni uspjesi, a vidljivo je da je turizam zabilježi dinamičan rast na ovome području, od oko 50%, s obzirom na ostvareni turistički promet. Velikim djelom na to je utjecala kvaliteta turističke ponude.

Polazište definiranja razvoja turističke ponude na ovome području bilo je identificiranje temeljnih snaga i slabosti turističke destinacije (Slika 4.).

Slika 4. Snage i slabosti turizma Međimurske županije

Strateške prednosti	Strateški nedostaci
<ul style="list-style-type: none">• lokacija u sklopu receptivno i emitivno jake srednjoeuropske makroregije• međunarodno relevantne prirodno-rekreacijske turističke atrakcije (Mura - Drava)• potencijal konkurentnog umrežavanja resursno-atrakcijske osnove i turističke ponude• lijep, uređen, specifičan rijekama omeđen, malen i raznolik prostor• poduzetnički mentalitet• otvorenost prema turizmu	<ul style="list-style-type: none">• nepovezanost turističkog sustava i nerazvijeni lanci vrijednosti pojedinih turističkih proizvoda• nedovoljni financijski, organizacijski i kadrovski kapaciteti za snažniji razvoj turizma• izostanak kontinuirane razvojne politike u turizmu• nedovoljna prepoznatljivost Međimurja kao turističke destinacije

Izvor: Međimurska županija (2016.) *Masterplan razvoja turizma Međimurske županije do 2020. godine.* Dostupno na: https://mediimurska-zupanija.hr/dokumenti/UO%20za%20gospodarske%20djelatnosti/Masterplan_razvoja_turizma_Medijimurske_zupanije_2020.pdf (19.06.2021.). Str. 60.

Na temelju istaknutog predočena su strateška područja djelovanja, koja su generirala pozitivne učinke. To su valoriziranje snaga destinacije i prilika iz okruženja, djelovanje na prijetnje iz okoline, korištenje snaga kako bi se minimizirale prijetnje, te korigiranje slabosti tržišne pozicije turističke destinacije. Kvaliteta razvoja koja je uslijedila generirana je dosljednošću realizacije ovoga dokumenta, ali i posebnom pažnjom koja je usmjerena prema financijskom aspektu. Financijska pitanja riješena su aktivnostima u vidu partnerstava, participacije dionika i povlačenja sredstava iz Europskih strukturnih i investicijskih programa kroz razvojne projekte i inovativne ideje u području turizma.

U kontekstu razvoja turističke ponude, što je i središnja tema rada, konkretizirane su aktivnosti za usporeni i ubrzani razvoj (Međimurska županija, 2016: 67):

- Usporeni razvoj:
 - „Zadržavanje postojećeg proizvodnog portfelja uz postupno jačanje kvalitete i tržišne snage;
 - Priprema razvoja novih proizvoda, ali bez mogućnosti da se ozbiljnije krene u njihovu tržišnu komercijalizaciju;

- Rast i razvoj ponude slijedi postojeće trendove;
- Ograničene mogućnosti poduzimanja značajnijih projekata podizanja tržišne prepoznatljivosti turizma Županije;
- Razvoj ponude dominantno je vezan uz postojeće poduzetnike i manje nove poduzetnike koji tržišne prilike vezuju uz postojeće turističke tokove.
- Ubrzani razvoj:
 - Sadržajno obogaćivanje i prostorno širenje postojećeg proizvodnog portfelja;
 - Priprema razvoja novih proizvoda i podrška njihovoj realizaciji / tržišnoj komercijalizaciji (javni turistički projekti);
 - Ubrzani rast poduzetničke ponude različitih aktivnosti / proizvoda i usluga usmjerenih prema potražnji jednodnevnih posjetitelja i turista potaknuti jačanjem prepoznatljivosti i tržišne penetracije Međimurja na domaćem i međunarodnom tržištu;
 - Širenje portfelja smještajnih objekata uz pokretanje jednog do dva nova veća razvojna projekta.

Prema postojećem napretku, realiziranim ciljevima i dostignutim rezultatima, moguće je govoriti o ubrzanom razvoju turističke ponude, čiji se nastavak očekuje i u budućnosti. Jedna od ključnih odrednica razvoja turističke ponude Međimurske županije je održivi razvoj.

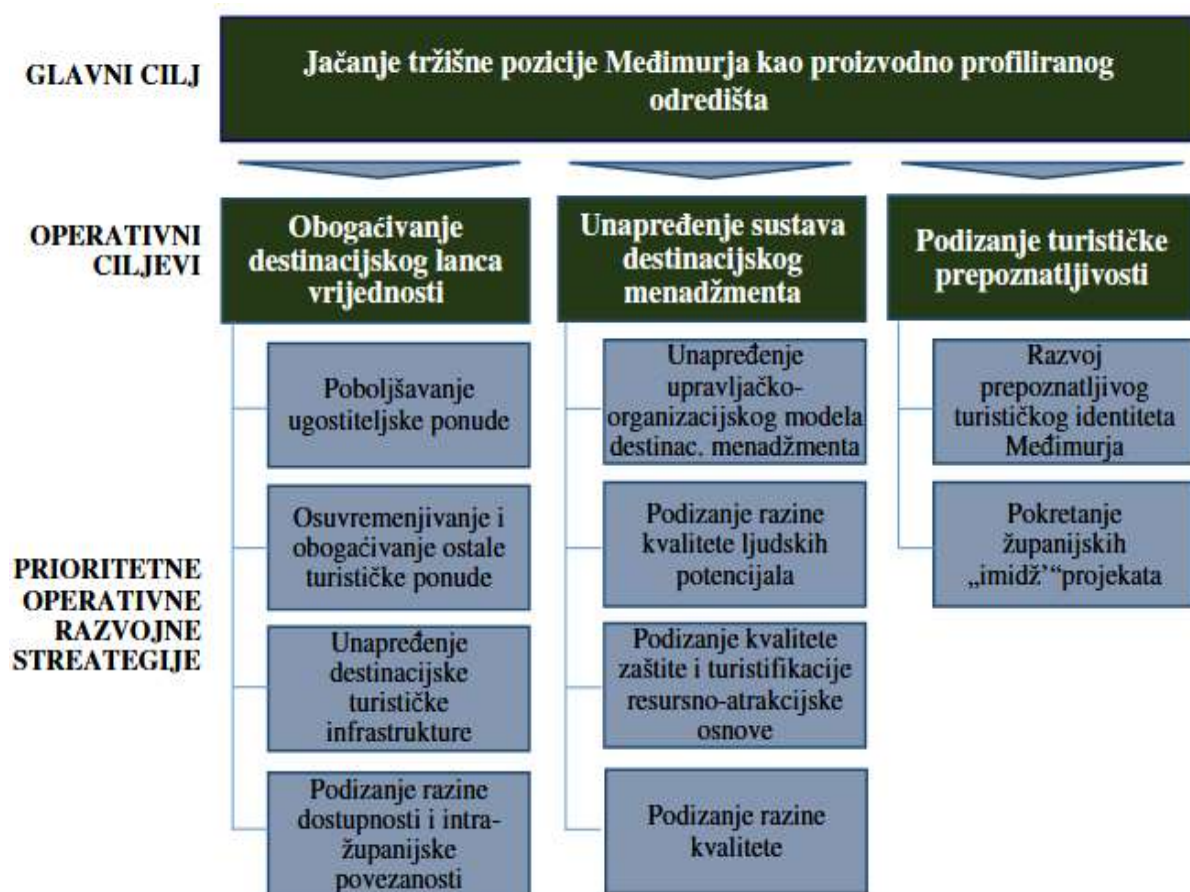
U kontekstu ekološke dimenzije naglašavaju se zaštita, aktiviranje i odgovorne prakse. Društvena dimenzija ukazuje na partnerstva, koordinaciju, znanje i vještine te očuvanje radnih mjesta. U konačnici, ekonomska održivost posvećena je umreženosti, inovativnosti, kvaliteti i poticanju. Pri tome, svaki turistički proizvod koji se razvija i nudi u turističkoj ponudi Međimurske županije ima za primat zadovoljiti ove dimenzije i odrednice koje su navedene.

Vizija razvoja turizma, a time i turističke ponude ove destinacije je: „Međimurje 2020. – destinacija dinamičnog i zdravog odmora (Međimurka županija, 2016: 78).“ U skladu s vizijom razvoja navode se konkurentski proizvodi ovoga područja. Oni su već i spomenuti te analizirani u radu, a to su (Međimurska županija, 2016):

- Zdravstveni turizam;
- Sport i rekreacija;
- Enogastro;
- Kultura.

Identificirani turistički proizvodi, uz dosljedan održivi razvoj, imaju za svrhu realizirati ključne strateške ciljeve, koji su usklađeni s nacionalnom razinom. Oni se prikazuju Slikom 5.

Slika 5. Strateški ciljevi razvoja turizma Međimurske županije



Izvor: Međimurska županija (2016.) Masterplan razvoja turizma Međimurske županije do 2020. godine. Dostupno na: https://medjimurska-zupanija.hr/dokumenti/UO%20za%20gospodarske%20djelatnosti/Masterplan_razvoja_turizma_Medjimurske_zupanije_2020.pdf (19.06.2021.). Str. 79.

Uz realizaciju spomenutih ciljeva, poštivanje vizije razvoja i temeljnih načela održivosti, a pri pretpostavkom dugoročnog razvoja strateških proizvoda, Međimurje

nastoji razviti brendiranu turističku ponudu. Brand koncepcija uključuje poduzetnost, sportsku i zdravstvenu turističku orijentaciju i smještaj među rijekama. Prepoznatljivi tržišni brand u tom smislu ovu županiju predstavlja kao „oazu zdravog života u pokretu“.

Portfolio tako brendirane turističke destinacije odnosi se na sljedeće skupine i pojedinačne turističke proizvode (Slika 6.).

Slika 6. Portfolio turističke destinacije Međimurje

Proizvodi odmora (glavni odmor, kratki odmor, jednodnevni izlet)					
Sport i rekreacija	Cikloturizam	Pješačenje	Sportovi na vodi	Ribolov i lov	Adrenalinski sportovi
Zdravstveni turizam	Wellness	Medicinski wellness	Medicinski turizam	Lječilišni turizam	
Enogastronomija	Turizam vina	Gastroturizam			
Kulturni turizam	Povijesne znamenitosti	Etno baština	„Ezoterija“		
Proizvodi poslovnog turizma					
Poslovni turizam	Poslovna putovanja	Poslovni skupovi	Team building		
Sportske pripreme	Biciklizam	Gimnastika	Streljaštvo	Odbojka Rukomet Badminton	Nogomet Motosport
Posebni proizvodi					
Posebni proizvodi	Edukativno-zabavni park	Tranzit			

Izvor: Međimurska županija (2016.) *Masterplan razvoja turizma Međimurske županije do 2020. godine.* Dostupno na: https://medjimurska-zupanija.hr/dokumenti/UO%20za%20gospodarske%20djelatnosti/Masterplan_razvoja_turizma_Medjimurske_zupanije_2020.pdf (19.06.2021.). Str. 83.

U konačnici se daje zaključiti kako Međimurje na adekvatan način valorizira postojeću turističko-atrakcijsku osnovu, odnosno koristi svoje prednosti u svrhu minimiziranja nedostataka i prijetnji iz okoline. Time se potvrđuje kako se primjenjuju strategija diferencijacije proizvoda i strategija rasta, koje rezultiraju nizom pozitivnih učinaka, a prvenstveno se misli na eksponencijalni turistički rast.

Vjeruje se kako portfolio uspješno podupire tendenciju brendiranja turističke destinacije, a ovaj primjer jedan je od uzornih koji pokazuje na koji način je moguće podržati nacionalne ciljeve razvoja, odnosno razvijati kontinentalni turizam koji će po mnogočemu reducirati nedostatke nacionalnog turizma. Neki od tih nedostataka su sezonalnost, problematika ne brendiranih turističkih proizvoda i destinacije, pretjerano oslanjanje na jedan turistički proizvod, u ovome slučaju „sunce i more“, ovisnost o nekoliko tradicionalnih emitivnih tržišta i slično.

Turistička ponuda Međimurja, pored navedenoga, potiče aktivni turizam i aktivno provođenje odmora u Hrvatskoj. Također, oslanja se u najvećoj mjeri na hotelski smješta i povezivanje nekoliko selektivnih oblika turizma. Vjeruje se kako je to uspješan primjer poticanja i maksimiziranja turističke potrošnje, koja će generirati veće ekonomske koristi od turizma.

3.3. IZAZOVI I BUDUĆE SMJERNICE RAZVOJA TURISTIČKE PONUDE MEĐIMURSKE ŽUPANIJE

U proteklih nekoliko godina turistička ponuda Međimurske županije rapidno se razvija u smjeru konkurentne, diverzificirane, održive i aktivne turističke ponude. Njezin razvoj pospješuje razvoj i turističku aktivnost čitavog kontinentalnog prostora Hrvatske te brojne ostale pozitivne učinke.

Analizirani turistički proizvodi, kao zasebni selektivni oblici turizma, danas se nalaze na različitoj razini razvijenosti. Neki od njih su tržišno spremnih, poput primjerice cikloturizma, wellnesa ili enogastronomskog turizma, dok su neki poluspremni i nespremi, te se prema njima usmjeravaju dodatne razvojne aktivnosti i projekti. Neki od njih su sportovi na vodi, pješačenja, sportske pripreme i zabavno-tematski turizam.

Buduća razvojna snaga, konkurentnost i pozicioniranje ove turističke destinacije uvelike će ovisiti o razini razvijenosti svih selektivnih oblika turizma i njihovoj međusobnoj povezanosti. Smatra se kako je povezivanje turističkih proizvoda i poticanje turističke potražnje na konzumiranje više njih jedan od prioriteta razvojnih

ciljeva. Na taj način moguće je reducirati osnovne rizike i potaknuti duže boravke te veću potrošnju turista.

Budući razvoj turističke ponude i dalje će se zasnivati na poštivanju specifičnosti resursno-atraktivne osnove Međimurske županije te odrednica Prostornog plana županije. Time se potiče klusterski razvoj turističke ponude, odnosno razvoj na području (Institut za turizam, 2020):

- Rijeka i jezera;
- Gorica;
- Čakovca kao kulturnog središta Međimurja;
- Središnjeg ruralnog prostora.

„Različiti, komplementarni profili pojedinih područja, sa sportsko-rekreacijskom orijentacijom kao zajedničkom poveznicom, „pozivaju“ na kretanje kroz cijelo Međimurje. Time se ne samo disperzira turistička aktivnost kroz sve dijelove Županije i ujedno gostima pruža sadržajan boravak, već se i dodatno potvrđuje brend Međimurja kao „destinacije pokreta“. Svako od područja detaljnije se opisuje u nastavku ove točke (Institut za turizam, 2020).“

Temeljne razvojne odrednice u budućnosti odnose se i na unapređenje ugostiteljske ponude, upravljačkog modela destinacijskog menadžmenta, turističke prepoznatljivosti i autentičnosti ponude, osuvremenje smještajne i ostale ponude, razvoj kvalitete ljudskih potencijala i pokretanje „imidž“ projekata. Treba još izdvojiti i razvoj infrastrukture, signalizacije te kvalitete ukupne ponude.

Smatra se kako bi Međimurska županija, uz provedbu ovih razvojnih strategija, koncepcija i prioritarnih mjera, u kraćem budućem razdoblju mogla postati jedna od konkurentnijih turističkih destinacija Hrvatske. S obzirom na diverzificiranost turističke ponude pogodna bi mogla biti za različite ciljne segmente potrošača, a posebice za turiste koji tragaju za zdravstvenim turizmom, enogastronomskim i sportsko-rekreacijskim te kulturnim turizmom.

Osobito prigodnim smatra se primijeniti i model povezivanja s ostalim županijama Hrvatske. Time bi se moglo ponuditi na tržištu „šire“ međudestinacijske turističke

ponude, u smislu organiziranih tura, koje će uključivati različite turističke destinacije Hrvatske, različite selektivne oblike turizma i visokokvalitetne sadržaje ponude svake od njih.

ZAKLJUČAK

Ovo je istraživanje ispunilo početni cilj i svrhu. Na temelju cjelovite analize osnovnih obilježja turističke destinacije Međimurske županije identificirani su ključni turistički resursi, posebice oni u segmentu činitelja atraktivnosti destinacije. Misli se primarno na prirodne i društvene resurse, koji uz pomoć adekvatnog sustava valorizacije predstavljaju strateške čimbenike turističke ponude i komparativne prednosti ove destinacije.

Istraživanje je potvrdilo kako su turizam i njegov razvoj na području Međimurske županije duže vrijeme zanemarivani u povijesti Hrvatske i razvoja njezina gospodarstva, no to se mijenja u novije vrijeme. Promjene su potaknute usvajanjem razvojnih koncepcija, odnosno strategija razvoja turizma na nacionalnoj i županijskoj, te naposljetku lokalnim razinama. Na temelju istih ispunjen je primarni uvjet dugoročnog razvoja turizma, odnosno identificirane su snage, slabosti, prilike i prijetnje razvoja pojedinih destinacija, a time i Međimurske županije. U konačnici su formirane koncepcije i mogućnosti razvoja, kao i očekivanja stanja u budućnosti. Predmetni akti definiraju i ključne proizvode turističke ponude, koji se danas mogu identificirati na području Međimurske županije.

Danas je Međimurska županije predvodnica kontinentalnog turizma Hrvatske, koji sve više dobiva na značaju. Ona ne konkurira u turističkom smislu samo kontinentalnim destinacijama, već i pojedinim obalnim. S obzirom na intenzitet razvoja i osuvremenja njezine turističke ponude, nastavak takvog rasta očekuje se i u budućnosti.

Vodeći turistički proizvodi na ovome prostoru su kulturni turizam, eno-gastronomski turizam, sportski i rekreacijski turizam, zdravstveni turizam, poslovni turizam te seoski turizam. Vidljivo je kako postoji tendencija razvoja i ostalih selektivnih oblika turizma, koji se u nešto manjem obujmu nude i danas. Turistička ponuda Međimurske županije snažno se oslanja na održivi razvoj turizma, po uzoru na obalne destinacije i europske prakse.

Iako su visoka očekivanja usmjerena prema kulturnom, te sportskom i rekreacijskom turizmu, smatra se kako Međimurska županija ima potencijal razvoja znatno heterogenije turističke ponude, u kojem smjeru će se i razvijati. Sve to u budućnosti trebalo bi dodatno potaknuti razvoj kontinentalnog prostora Hrvatske, što bi moglo utjecati na reduciranje vodećih nacionalnih problema u turizmu. Prvenstveno se misli na neujednačenost razvoja, sezonalnost i neadekvatan sustav valorizacije atrakcijske osnove.

LITERATURA

Knjige:

- Bartoluci, M. et al. (2004). Management u sportu i turizmu. Zagreb: Kineziološki fakultet sveučilišta u Zagrebu
- Brezinščak Bagola, B. et al. (2017.) Enciklopedija Hrvatskoga Zagorja. Zagreb: Leksikografski zavod M. Krleža
- Čorak, S., Mikačić, V. ur. (2006.) Hrvatski turizam: plavo, bijelo, zeleno. Zagreb: Institut za turizam
- Jelinčić, D. A.(2004.) Abeceda kulturnog turizma. Zagreb: Meandarmedia
- Pirjavec, B, Kesar, O. (2002.) Počela turizma. Zagreb: Mikrorad d.o.o.

Članci:

- Breslauer, N. et al. (2015.) Održivi razvoj turizma u Međimurskoj županiji. Obrazovanje za poduzetništvo - E4E: znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo. Vol. 5 No. 1. Str. 99.-109.

Internet izvori:

- Institut za turizam (2020.) Master plan turizma Međimurske županije. Dostupno na: http://medjimurska-zupanija.hr/wp-content/uploads/2020/02/TP07_Masterplan_turizma_2020_sazetak.pdf (25.07.2021.)
- Međimurje info (2021.) Najave događaja u Međimurju. Dostupno na: <https://medimurje.info/> (17.06.2021.)
- Međimurska županija (2016.) Masterplan razvoja turizma Međimurske županije do 2020. Dostupno na: <http://medjimurska-zupanija.hr/wp-content/uploads/2016/10/Masterplan-razvoja-turizma-Me%C4%91imurske-%C5%BEupanije-2020.pdf> (17.06.2021.)

- Međimurska županija (2020.) Međimurska županija u brojkama. Dostupno na: https://drive.google.com/drive/folders/19id-2_oGdFFh5c7THCx7XqfohbxRneUM (17.06.2021.)
- Međimurska županija (2021.) Opći podaci. Dostupno na: <https://medjimurska-zupanija.hr/opci-podaci-mz/> (16.06.2021.)
- Ministarstvo turizma (2013.) Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine. Dostupno na: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/160120_1-sast_medjint_vijece.pdf (19.06.2021.)
- Porcijunkulovo (2021.) Galerija. Dostupno na: <https://www.porcijunkulovo.com/galerija/> (17.06.2021.)
- Poslovni turizam (2019.) Zašto organizirati kongres u Međimurju? Dostupno na: <https://www.poslovniturizam.com/savjeti/zasto-organizirati-kongres-u-medimurju/3137/> (18.06.2021.)
- Visit Međimurje (2021.) Atrakcije-aktivnosti. Dostupno na: <http://www.visitmedimurje.com/> (17.06.2021.)

POPIS SLIKA

Slika 1. Gestrateški položaj Međimurske županije.....	3
Slika 2. Porcijunkulovo.....	15
Slika 3. Eno-gastronomska ponuda Međimurske županije i usporedba s inozemnim praksama.....	17
Slika 4. Snage i slabosti turizma Međimurske županije	22
Slika 5. Strateški ciljevi razvoja turizma Međimurske županije	24
Slika 6. Portfolio turističke destinacije Međimurje	25

POPIS TABLICA

Tablica 1. Društvene atrakcije Međimurske županije.....	6
Tablica 2. Turistički promet u Međimurskoj županiji (2015.-2019.)	8

SAŽETAK

Međimurska županija jedna je od najuspješnijih turističkih županija Hrvatske u proteklih nekoliko godina. Iako je riječ o kontinentalnoj turističkoj destinaciji, čiji je razvoj dugo vremena zanemaran i koja je suočena s konkretnim ograničenjima, u proteklih nekoliko godina bilježi rast turističkog prometa od gotovo 50%. Rezultat je to razvoja konkurentne, brendirane i heterogene turističke ponude.

Razvoj turističke ponude ove destinacije usklađen je s nacionalnom razinom, ali i ciljevima strategije Europa 2020. Strateški turistički proizvodi su zdravstveni turizam, enogastro, kulturni turizam i sportski te rekreacijski turizam. Ukupna turistička ponuda snažno se oslanja na suradnji, inovacijama, umrežavanju i održivom razvoj.

Tendencija Međimurske županije je razviti brendiranu turističku ponudu, što je jedan od ključnih ciljeva razvoja turizma ove destinacije, ali i čitave Hrvatske. Turistička ponuda Međimurja uspješno reducira neke vodeće nacionalne nedostatke, kao što su sezonalnost, pretjerano oslanjanje na jedan turistički proizvod i nekoliko emitivnih tržišta i slično.

Ključne riječi: Međimurska županija, turistički proizvod, turizam, turistička destinacija.

SUMMARY

Međimurje County is one of the most successful counties in Croatian tourism during the past few years. Although it is a continental tourist destination, whose development has been neglected for a long time and which is facing to the concrete borders today, in the past few years it has recorded a tourism growth of almost 50%. This is a result of the development of a competitive, branded and heterogeneous tourism offer.

The tourism offer development of this destination is harmonized with the national level, but also with the goals of the Europe 2020 strategy. Strategic tourist products are health tourism, eno-gastro, cultural tourism, sports and recreational tourism. The overall tourism offer relies on cooperation, innovation, networking and sustainable development.

The tendency of Međimurje County is to develop a branded tourist offer, which is one of the key goals of its tourism development, but also the one on the national level. The tourist offer of Međimurje successfully reduces some leading national shortcomings, such as familiarity, excessive reliance on one tourist product and several emitting markets and the like.

Keywords: Međimurje County, tourist product, tourism, tourist destination.