

# Turizam i manifestacije u Međimurju

---

**Kovač, Marta**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2021**

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

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:299088>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-02-07**



*Repository / Repozitorij:*

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



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

„Dr. Mijo Mirković“

Marta Kovač

**TURIZAM I MANIFESTACIJE U MEĐIMURJU**

Diplomski rad

Pula, 2021.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

„Dr. Mijo Mirković“

## **TURIZAM I MANIFESTACIJE U MEĐIMURJU**

Diplomski rad

Studentica: Marta Kovač

JMBAG: 0303058216, redovan student

Studijski smjer: Poslovna ekonomija – Turizam i razvoj

Kolegij: Turizam događaja

Mentor: izv. prof. dr. sc. Mauro Dujmović

Pula, mjesec 2021.

## **SADRŽAJ:**

1. Uvod.....	1
2. Turizam .....	3
2.1. Povijesni razvoj turizma.....	4
2.2. Karakteristike, uloga i važnost turizma .....	12
2.3. Oblici turizma .....	15
3. Turističke atrakcije.....	19
3.1. Razvoj manifestacija u turizmu .....	21
3.2. Budućnost turizma manifestacija .....	24
4. Turizam u Međimurju.....	26
4.1. Međimurska županija .....	26
4.2. Povijest i razvoj turizma u Međimurskoj županiji.....	32
4.3. Razvoj turizma događaja .....	44
5. Turizam događaja u Međimurju .....	46
5.1. Porcijunkulovo.....	46
5.2. Urbanovo .....	49
5.3. Forestland .....	50
6. Budućnost turizma u Međimurju .....	53
7. COVID-19.....	56
8. Zaključak.....	57
9. Popis literature .....	58
10. Popis priloga.....	61
11. Sažetak.....	64
12. Abstract .....	65

## 1. Uvod

Turizam je jedna od najrazvijenijih društvenih i ekonomskih grana u svijetu. Ljudi žele putovati, upoznati nešto novo, žele se odmoriti od ubrzanog svakodnevnog života i upoznati nove ljude. Također, turizam je jedna od najbitnijih gospodarskih grana u Hrvatskoj, ali i Međimurju, županiji koja je puna potencijala. Međimurje je mala županija na samom vrhu, odnosno sjeveru Hrvatske, bogata kulturno-povijesnom baštinom, tradicijom i načinom života.

Tema rada je „*Turizam i manifestacije u Međimurju*“ i dijeli se na šest glavnih dijelova. Prva dva dijela odnose se na turizam i turističke atrakcije općenito, povijest turizma, karakteristike, oblike turizma. Zatim slijedi razvoj manifestacija u turizmu te budućnost istih. Treći dio počinje s Međimurskom županijom, odnosno podjelom Županije, geografskim područjem i slično. Nadalje slijedi povijest i razvoj turizma za kojeg nema puno informacija te manifestacije u Međimurju. Nakon upoznavanja s Međimurjem slijedi studija slučaja (engl. case study), tj. opisana su tri primjera turističkih događaja i manifestacija, a to su Porcijunkolovo, Urbanovo i Forestland. Također potrebno je spomenuti i budućnost manifestacija u Međimurju, ali i trenutnu situaciju s COVID-19. Na samom početku rad sadrži uvodna razmatranja, a na kraju slijedi zaključak cijelog rada. Svrha rada je prikazati Međimurje kao područje koje posjeduje potencijal za turistički razvoj koje može značajno pridonositi razvoju turizma u zemlji. Glavni cilj je prikazati dobru infrastrukturu Međimurja te prometnu povezanost Županije s cijelom Hrvatskom i susjednim državama.

Rad se temelji na raznim istraživačkim metodama, pa prema tome u metodologiji rada koristi se metoda analize i sinteze, deduktivna i induktivna metoda te metoda deskripcije. Proučavala se dokumentacija povijesti turizma Međimurja metodom rada na tekstu. Na temelju navedenih primarnih metoda radi provođenja kvalitetnog istraživanja koriste još deskriptivna metoda, metoda konkretizacija, metoda klasifikacije i metoda komparacije prikupljenih podataka. Istraživanjem se teži definirati valjanost i ispunjenost hipoteza. Sukladno tome hipoteze na kojima se rad bazira su:

H<sup>0</sup>: „Međimurje, razvojem selektivnog turizma, posjeduje potencijal za kontinuirani razvoj turizma u Hrvatskoj i njezinu konkurentnost u usporedbi s ostalim zemljama svijeta.“

H<sup>1</sup>: „Turizam je star kao i čovječanstvo.“

H<sup>2</sup>: „Međimurje je kao mala Švicarska.“

## 2. Turizam

Turizam se može definirati kao važna društvena i ekonomska grana koja utvrđuje društveno-ekonomski razvoj određene zemlje. Stoga zaključak glasi kako je turizam aspekt koji se stalno mijenja i razvija te se pretvorio u najjaču gospodarsku granu cijelog svijeta. Povijesničari turizma smatraju da je kraj razvoja turizma bio nastankom prometnih sredstava kao što su vlak i parobrod, a koja su putnicima omogućila sigurnu, jednostavnu, brzu i udobnu vožnju te time prelazak tadašnjeg individualnog turizma u današnji moderni i masovni turizam 20. stoljeća.<sup>1</sup> Tijekom svog razvoja, turizam je osjetio niz vanjskih i unutarnjih utjecaja, kao što su različiti oblici turizma te se koristio raznim sredstvima, širio obujam prostornog i kvantitativnog pogleda, upotpunjavao se novim motivima i slično. Isto tako, turizam se i danas tako razvija i širi.

Razmatranje značenja turizma dolazi iz definicije koju je prihvatilo Međunarodno udruženje znanstvenih stručnjaka u turizmu (AIEST) i koju su 1954. godine obznanili švicarski teoretičari suvremenog turizma Hunziker i Kraft da je „*turizam skup odnosa i pojava koji proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost*“. Turizam se događa kada pojedina osoba ili grupa ljudi posjećuje neku zemlju ili destinaciju zbog odmora, razonode ili bijega od stvarnosti, ali taj isti boravak ne smije uključivati gospodarsku djelatnost i stalno prebivalište. Sam turizam obuhvaća putovanje, odmor i rekreaciju, što znači da je to proces provođenja vremena izvan stalnog boravišta u potrazi za opuštanjem i užitkom.

Prema teoretičarima definicija turizma sastoji se od više čimbenika, dok praktičari žele jasnu i kratku definiciju turizma. Upravo zbog toga postoje različite definicije turizma, međutim sve one uključuju neke osnovne pojmove. Sukladno tome turizam je skup aktivnosti, usluga i industrija koji pružaju iskustvo putovanja, uključujući prijevoz, smještaj, ugostiteljske objekte, zabavu, aktivnosti te druge gospodarske usluge za pojedince ili grupe ljudi.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Alfieri, D., *Turizam izbor radova*, Institut za turizam Zagreb, Masmedia, Zagreb, 1994., str. 18

<sup>2</sup> Turgberk, *Definition of Tourism*, <https://www.tugberkugurlu.com/archive/definintion-of-tourism-unwto-definition-of-tourism-what-is-tourism> (10.06.2021.)

S obzirom na to da postoji niz načina prema kojima se turizam može definirati, Svjetska turistička organizacija Ujedinjenih naroda (UNWTO) je u razdoblju od 2005. do 2007. godine provodila projekt kako bi stvorila zajednički rječnik pojmova za turizam.<sup>3</sup> Prema tom projektu turizam se definira kao društveni, kulturni i ekonomski fenomen koji podrazumijeva kretanje ljudi u nekoj zemlji ili mjesta izvan stalnog boravišta u osobne ili poslovne svrhe. Takve osobe nazivaju se posjetiteljima koji se dijele na turiste i izletnike te mogu biti rezidenti i nerezidenti, a turizam je povezan s aktivnostima istih. Prema tome može se vidjeti kako turizam nije samo kretanje ljudi, nego sveukupne aktivnosti, usluge i sektori koji čine jedinstveno turističko iskustvo.<sup>4</sup>

Također, turizam uvelike utječe na gospodarstvo, prirodni i izgrađeni okoliš, lokalno stanovništvo neke turističke destinacije te na same posjetitelje.<sup>5</sup> Što znači da rastom turizma u nekoj zemlji raste i njena konkurencija, razvija se bolja infrastruktura, lokalno stanovništvo upoznaje posjetitelje kulturom svojeg područja. Pomoću lokalnog stanovništva razvoja se *storytelling* koji posjetiteljima omogućuje bolje upoznavanje s kulturom te jedinstveni i autentični doživljaj

Turizam ima dvojnu ili dualnu osobnost koja se opisuje kao:<sup>6</sup>

1. Aktivni turizam – podrazumijeva promet, kretanja te migracije
2. Receptivni turizam – skup djelatnosti, sredstava koji prate promet i život turista

U ovom dijelu rada objasniti će se povijesni razvoj turizma kroz razdoblja, njegove najvažnije karakteristike, uloga i važnost za neku zemlju, te kakvi oblici turizma postoje.

## 2.1. Povijesni razvoj turizma

Daleku povijest i prošlost vezanu uz turizam je teško dokazati, ali se smatra kako je turizam usko vezan uz razvoj ljudskog društva, odnosno civilizacije. Različitosti putovanja sada i u prošlosti vide se kroz ekonomski i društveni status, karakter i

---

<sup>3</sup> United Nation, *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*, Department of Economic and Social Affairs, New York, 2010, str. 1

<sup>4</sup> BCcampus, *What is Tourism?*, <https://opentextbc.ca/introtourism2e/chapter/what-is-tourism/> (10.06.2021.)

<sup>5</sup> United Nation, *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*, Department of Economic and Social Affairs, New York, 2010, str. 1

<sup>6</sup> Alfieri, D., *Turizam izbor radova*, Institut za turizam Zagreb, Masmedia, Zagreb, 1994., str. 29



motiv, ponašanje putnika, po funkcijama, posrednim i neposrednim utjecajima te vidljivim i nevidljivim učincima.<sup>7</sup> Sama pojava turizma i njegov razvoj usko je vezana uz brze promjene i dodatnim transformacijama koje je uzrokovala tehnologija. Smatra se da je turizam epifenomen tih promjena, a brzi razvoj donosi pozitivne i negativne strane koje prate prebrz razvoj tehnologije.

Povijest turizma može se podijeliti na dvije vrste, a to su predturističko i turističko razdoblje.<sup>8</sup> Potrebno je spomenuti i faze razvoja turizma. Ovaj dio rada će prikazati faze razvoja prema Freyeru te u nastavku više objaniti povijesni razvoj turizma.

Freyer razlikuje četiri faze razvoja turizma.<sup>9</sup>

FAZA	RAZDOBLJE	SREDSTVO PUTOVANJA	MOTIV PUTOVANJA	SUDIONICI
<b>Pred faza</b>	Do 1850.	Pješke, kočija i konj, djelomično s brodom	Nomadi, hodočasnici, obrazovanje, otkrića, ratovi	Elita, plemstvo, obrazovani i poslovni ljudi
<b>Početna faza</b>	1850. – 1914.	Vlak i parobrod	Odmor	Novi srednji stalež
<b>Razvojna faza</b>	1914. – 1945.	Vlak, automobil, autobus, avion	Liječenje, odmor, trgovina	Imućni radnici
<b>Visoka faza</b>	Od 1945.	Automobil, avion	Obnavljanje, odmor, slobodno vrijeme	Svi slojevi (razvijene zemlje)

Tablica 1: Faze razvoja turizma prema Freyeru

Izvor: Grgić, I., Turizam kao djelatnost, Križevci, 2013.,

<https://vguk.hr/multimedia/416bcc7a2f066bf781ed17adc15dca9f25736608c1c23dfb1fab488fcc6a78a18949f3391551171498.pdf> (12.06.2021.)

Kao što je vidljivo u tablici, turizam počinje već od najranijeg doba, samo što su se kroz vrijeme motivi i razlozi putovanja mijenjali. Turizam se razvijao i rastao kako je i sam čovjek učio, obrazovao se te mijenjao svoje stavove i razmišljanja.

<sup>7</sup> Alfieri, D., *Turizam izbor radova*, Institut za turizam Zagreb, Masmedia, Zagreb, 1994., str. 18

<sup>8</sup> Bioci, *Turizam kroz povijest*, <http://bioci.hr/turizam-kroz-povijest/> (11.06.2021.)

<sup>9</sup> Grgić, I., *Turizam kao djelatnost*, Križevci, 2013.,

<https://vguk.hr/multimedia/416bcc7a2f066bf781ed17adc15dca9f25736608c1c23dfb1fab488fcc6a78a18949f3391551171498.pdf> (12.06.2021.)

Kada se gleda prapovijesno doba najčešći razlozi putovanja su bili traženje hrane ili boljeg standarda života. Prilikom razvoja društva razlozi putovanja su se širili na zdravstvene razloge, trgovinu te učenje. Primjerice u starom vijeku radoznali individualci su počeli putovati i istraživati egipatske piramide. Razvoj putovanja i turizma započeo je početkom života u organiziranim zajednicama te pojavom novca i trgovine, a Sumeranima se pripisuju velike zasluge.<sup>10</sup> Njima se, osim novca pripisuje razvoj i otkriće pisma. Što znači da razlog putovanja više nije bio isključiva potraga za hranom i boljim uvjetima života nego trgovina, obrazovanje i iskustvo te upoznavanje drugih kultura. Prvi napisani artefakti iz tog vremena bili su povezani s Babilonom i Perzijom. Uz trgovce često su putovali zabavljači, zdravstveni djelatnici, državni činovnici, putopisci kako bi istraživali svijet, nove kulture i slično. Tek u antičko doba počela su se pojavljivati putovanja zbog zabave, odmora i sportskih igara.<sup>11</sup> No, postojale su razne prepreke za putovanja kao što su razne opasnosti tijekom puta, a za neke je prepreka bila i nedostatak novčanih sredstava, pa su putovati mogli samo oni imućniji. Primjerice u antičkoj Grčkoj putovanja su bila motivirana sportskim igrama kao što su Olimpijske igre 776. godine poslije nove ere.<sup>12</sup>

Rimsko Carstvo, koje je postojalo u antičko doba, dijelilo se na Zapadno Rimsko Carstvo i Istočno Rimsko Carstvo. Rimljani su zaslužni za izgradnju infrastrukture, odnosno cesta zbog bolje povezanosti s drugim dijelovima Europe. Zbog istog jezika i valute bilo je jednostavnije i lakše putovanje. Putovalo se najčešće zbog trgovine i ratova, odnosno osvajanja novih zemalja. Rimljani su isto tako često znali provoditi i održavati priredbe zbog opuštanja, zabave i razbibrige u amfiteatru, a primjer takvog amfiteatra je Arena u Puli.<sup>13</sup> Što se tiče putovanja zbog odmora i zdravstvenih razloga, bogati Rimljani odlaze na zapadnu obalu Italije i Napuljski zaljev, područja koja su već u antičko doba bila razvijena u poznata ljetovališta. Osim toga, prijevoz je bio prilično dobro organiziran, a putovalo se konjima i kolima dok je

---

<sup>10</sup> Dujmović, M., *Kultura turizma*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Odjel za ekonomiju i turizam „Dr. Mijo Mirković“, Pula, 2014., str. 20

<sup>11</sup> Loc. cit.

<sup>12</sup> Čavlek, N., *Turoperatori i svjetski turizam*, Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet, Zagreb, 1998, str. 22

<sup>13</sup> Loc. cit.

sigurnost putovanja bila u rukama vojske. Propašću Rimskog Carstva 476. godine zaustavlja se razvoj putovanja i infrastrukture.<sup>14</sup>

Početak srednjeg vijeka je ujedno i početak ponovno sigurnog putovanja. Nakon dugih ratova koji su istrošili Europu, slijedi vrijeme mira i prilika za razvoj trgovine i putovanja. Zbog devastacija cesta, trgovci su mogli prijeći tek nekoliko kilometara dnevno uz snagu životinja za prijevoz robe. Ponovno korištenje kočija i kola počelo je u 12. stoljeću i tada uz trgovce na putovanja kreću pustolovi, studenti, propovjednici te vitezovi.<sup>15</sup> Motivi putovanja bili su vjerski, odnosno hodočašća u Rim, Bernares, Jeruzalem, Svetu Zemlju i druga. Obnavljaju se stare i grade nove ceste prema najpoznatijim svetištima. Uz iste se izgrađuju objekti kao što su gostionice, svratišta, prodavaonice suvenira, potrepština te vjerskih predmeta. Nakon pada Rimskog Carstva opet se javljaju organizirana putovanja hodočasnika koji brinu o cijelom putovanju, smještaju, prehrani i slično. Osim istraživanja i učenja nečeg novog, putnici su morali obraćati pažnju na kradljivce koji su ih pljačkali. Isto tako tadašnji problem je bio i ograničeno putovanja pa su putovali samo viši društveni slojevi, odnosno plemići, bogati građani koji su imali oružanu pratnju.<sup>16</sup> Humanizam i renesansa u Europi su razdoblja kad cvate kultura i duhovno stvaralaštvo. Tada se šire naučni i kulturni horizonti, želja za znanjem i upoznavanjem nečeg novog, prirodnim resursima te takve želje pokreću elitu na istraživanja Europom. Putovanja Europom, sredinom 16. stoljeća, počinju biti dio obaveznog školovanja i učenja mladih bogatih trgovaca, plemića i aristokrata.<sup>17</sup> Obrazovna putovanja poznatija su kao *Grand Tour* putovanja koja su trajala do četiri godine.<sup>18</sup>

Začetnik turističkih i organiziranih putovanja je *Grand Tour* putovanje, ali nema glavna obilježja prema kojima se može usporediti i izjednačiti s turističkim putovanjima.<sup>19</sup> Krajem 16. stoljeća, mladim aristokratima postalo je moderno

---

<sup>14</sup> Čavlek, N., *Turoperatori i svjetski turizam*, Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet, Zagreb, 1998, str. 23

<sup>15</sup> Dujmović, M., *Kultura turizma*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Odjel za ekonomiju i turizam „Dr. Mijo Mirković“, Pula, 2014., str. 21

<sup>16</sup> Ibidem, str. 22

<sup>17</sup> Loc. cit.

<sup>18</sup> Loc. cit.

<sup>19</sup> Čavlek, N., *Turoperatori i svjetski turizam*, Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet, Zagreb, 1998, str. 24

posjećivati Pariz, Veneciju, Firencu i Rim zbog klasičnog obrazovanja.<sup>20</sup> Tako se rodila ideja *Grand Toura*, odnosno prakse koja je Engleze, Nijemce, Skandinavce i Amerikance upoznala s umjetnošću i kulturom Francuske i Italije. Nedostatak putovanja bilo je iscrpljujuće i skupo tijekom cijelog razdoblja te je bilo moguće samo za privilegiranu klasu. Ciljevi *Grand Toura* je širenje horizonta, učenje o novim jezicima i kulturama, odnosno u obrazovne svrhe i edukacije u svijet odraslih. Od posjetitelja se očekivalo da će se vratiti kući sa suvenirima, razumijevanjem umjetnosti i arhitekture neke zemlje. Najčešće, na takva putovanja, odlazile su mlade osobe između 16 i 21 godinu iz razloga upoznavanja plemića, principima diplomacije te strani jezik.<sup>21</sup> Također dolazi do pojave turističkog vodiča, 1763. godine Adam Smith, otac ekonomije, je upoznao putnika, lorda Buccleucha, s umjetnošću i književnošću.<sup>22</sup> Kretanje putovanja najčešće je bilo iz Engleske, točnije Londona. Mnogi su putovali u Nizozemsku, Švicarsku i Njemačku, a mali broj u Španjolsku, Grčku ili Tursku. Međutim, najvažnije mjesto za posjet je bila Italija. Pariz, Torino, Milano, Verona, Venecija, Firenca, Bolonja, Rim, München, Beč, Frankfurt su bili nezaobilazna odredišta. Unutar Italije, u fokusu je bio Rim zbog drevnih ruševina i novih dostignuća. Antički i moderni Rim predstavljaju znamenitosti koje se najviše cijene, a uključuju proslavljene grčko-rimske kipove, fontane i crkve. U Engleskoj, gdje se na arhitekturu sve više gledalo kao na aristokratsku potragu, plemići su često primjenjivali, ono što su naučili u Venetu i ruševinama Rima, na vlastitim kućama i vrtovima.<sup>23</sup> Postojao je sezonski karakter putovanja jer se najčešće putovalo proljetnim i ljetnim godišnjim dobima.

Promjena se događa pojavom romantizma gdje pojedinac veliča individualizam, izražavanje osjećaja, povratak prirodi i slično. Tada se više na putovanja ne odlazi zbog obrazovanja i učenja nego putovanje postaje samoaktualizacija. Što znači da pojedinci kroz putovanja žele upotpuniti i razvijati samog sebe, svoje sposobnosti i imaju svoj osobni cilj.<sup>24</sup> Sredinom 18. stoljeća

---

<sup>20</sup> Sorabela, J., *The Grand Tour*, The Met, 2003.,  
[https://www.metmuseum.org/toah/hd/grtr/hd\\_grtr.htm](https://www.metmuseum.org/toah/hd/grtr/hd_grtr.htm) (11.06.2021.)

<sup>21</sup> Dujmović, M., *Kultura turizma*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Odjel za ekonomiju i turizam „Dr. Mijo Mirković“, Pula, 2014., str. 22

<sup>22</sup> Loc. cit.

<sup>23</sup> Sorabela, J., *The Grand Tour*, The Met, 2003.,  
[https://www.metmuseum.org/toah/hd/grtr/hd\\_grtr.htm](https://www.metmuseum.org/toah/hd/grtr/hd_grtr.htm) (11.06.2021.)

<sup>24</sup> Encyclopedia.hr, *Značenje samoaktualizacija*, 2021., <https://hr.encyclopedia-titanica.com/significado-de-autorrealizaci-n> (11.06.2021.)

popularnost stječe bijeg iz gradskih sredina u nedodirnutu prirodu zbog mira i odmora.<sup>25</sup> Nakon potpisivanja Pariškog mirovnog sporazuma 1763. godine, sve više manjih ili većih skupina koje uključuju obitelj te se time povećao broj žena koje putuju.<sup>26</sup> Osim toga, njemački konobari uče engleski jezik i izraze, proizvode se suveniri, trgovci nabavljaju proizvode iz Engleske i slično.

Druga polovica 18. stoljeća vezana je uz izum parnog stroja te je tada počela prva industrijska revolucija.<sup>27</sup> Razdoblje koje je povezano s tehnološkim otkrićima koji putovanja čine jednostavnijim i lakšim te pristupačnijim. Promjene se vide u proizvodnim odnosima, društveno-ekonomskoj strukturi te čitavom društvu. Značenje industrijske revolucije je prijelaz iz starog na novi način proizvodnje. Masovna proizvodnja automobila, pokretne trake pojavile su se u mesnoj industriji u SAD-u te tada Henry Ford istu traku uvodu u proizvodnju automobila 1903. godine.<sup>28</sup> S pojavom tvornica dolazi do diferencijacije između rada i slobodnog vremena. Što se tiče razvoja turizma, godina 1880. je ključna.<sup>29</sup> Tada se u Velikoj Britaniji radno vrijeme skraćuje, a slobodno vrijeme i životni standard raste. Na definiranje dokolice i načinu provođenja slobodnog vremena utječu državna i kapitalistička poduzeća. Glavno obilježje modernosti je racionalno i sustavno planiranje te to utječe na razvoj dokolice. Drugim riječima, dokolica podrazumijeva kvalitetno i produktivno slobodno vrijeme. Može se reći da je svaka dokolica slobodno vrijeme, ali svako slobodno vrijeme nije dokolica. Postmoderno značenje dokolice više nije organizirano nego je sama sebi svrha, pojedinac radi ono što želi i nema masovnosti u sudjelovanju. Znači da se temelji na pojedincima koji kupuju proizvode i usluge te je usmjerena na uživanje. Omogućava pojedincu da svoj osjećaj identiteta i životnog stila, dolazi do izraza prihvaćanja određenog životnog stila i identiteta. Učenje o prošlosti je važni dio dokolice. Pomoću razvoja tehnologije transporta i komunikacije društvo prelazi iz statično u dinamični oblik. Važno je spomenuti i Thomasa Cooka koji je bio prvi organizator turističkih putovanja i osnivač putničke agencije *Thomas Cook & Son*. Njegovo prvo organizirano putovanje bilo je 5. srpnja 1841. godine kada je

---

<sup>25</sup> Dujmović, M., *Kultura turizma*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Odjel za ekonomiju i turizam „Dr. Mijo Mirković“, Pula, 2014., str. 23

<sup>26</sup> Loc. cit.

<sup>27</sup> Loc. cit.

<sup>28</sup> Ibidem, str. 24

<sup>29</sup> Ibidem, str. 25

organizirao izlet za 570 radnika iz Leicestera u Loughborough.<sup>30</sup> Osim usluge prijevoza nudio je usluge posluživanja čaja za vrijeme vožnje i obroka u Loughboroughu. Bio je to izlet vlakom po povoljnoj i prihvatljivoj cijeni. Također je uspio ugovoriti iznajmljivanje cijele kompozicije vlaka sa željezničkom kompanijom Midland. Turizam je formuliran i organiziran oko rada, a popraćen s godišnjim odmorima, blagdanima i državnim praznicima. Tek nakon 1950. godine turizam počinje biti dinamičniji zbog modernizacije transporta, infrastrukture, mobilnosti radne snage i slično.<sup>31</sup> Tada korporativni život zamjenjuje prijašnji statični život orijentiran na rad i proizvodnju. Počeo je gubiti svoj klasni karakter i razvio se u društveni fenomen i nov način širenja i povezanosti cijelog svijeta.

Kako se turizam razvijao, tako je postao sve veća masovna pojava. Postoje tri faze takvog rasta i razvoja, a to su:<sup>32</sup>

1. Oligoturizam – prije početka Prvog svjetskog rata, turizam se oslanjao na mali broj putnika, odnosno samo na bogatu elitu koja je imala puno slobodnog vremena i financijska sredstva. Ova faza je označavala veliku potrošnju po putniku, promet na malom prostoru te dug boravak.
2. Politurizam – između dva svjetska rata, još uvijek turizam nije masovni društveni fenomen. Osim bogate elite, u putovanja se uključuje i radna klasa. Promet u velikom broju malih mjesta, a turistička dokolica označava kupanje, rekreaciju, odmor, boravak u prirodi. Zbog sezonskog karaktera, skraćuje se boravak te se povećava mobilnost. Povećana mobilnost donosi veći broj destinacija. U ovoj fazi turizam počinje imati obilježja masovnosti.
3. Turizam nakon Drugog svjetskog rata – postaje masovna pojava. Turistički promet se pretvara u najmasovniju pojavu suvremenog svijeta.

U ovom poglavlju može se vidjeti kako je, u različitim razdobljima, turizam mijenjao društvo, zemlje i njihove međusobne odnose. U današnje vrijeme skoro svaka treća osoba može sudjelovati u razvoju turizma i putovanja. Sve više slobodnog vremena utječe na intenzitet putovanja tijekom godine te postoji mogućnost upotrebljavanja nekoliko manjih odmora. Potražnja za odmorom je sve zahtjevnija, selektivnija i sofisticiranija. Turisti znaju što žele, kakvu kvalitetu i uslugu

---

<sup>30</sup> Dujmović, M., *Kultura turizma*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Odjel za ekonomiju i turizam „Dr. Mijo Mirković“, Pula, 2014., str. 26

<sup>31</sup> Loc. cit.

<sup>32</sup> Ibidem, str. 27

trebaju, sve više traže održivost, zaštita okoliša. Što znači da žele individualni turizam koji je podređen njihovim potrebama i željama. Razvijaju se različiti oblici turizma, ali će biti kasnije pojašnjeni.

Tijekom povijesti gospodarske i društvene promjene dokazuju kako cilj razvoja utječe na želju i interes za onog koji postavlja isti. Primjerice, razdoblje feudalnog društva ciljevi razvoja kreiraju se prema vladaru.<sup>33</sup> Kada se govori o ekonomskom razmišljanju o teoriji prirodnog napretka, Adam Smith naglašava da se neobaveznim, odnosno slobodnim, djelovanjem individualaca postiže prirodni redoslijed stvari ili predmeta. Prema ovome Smith govori o posljedici državne intervencije u ekonomske tokove, *„Kad on slijedi vlastite interese on često promiče interese društva djelotvornije, nego kada stvarno nastoji da ih promiče“*.<sup>34</sup> Suprotno *nevidljivoj ruci*, koja ujednačava individualne i opće ciljeve i interese, postoje i ciljevi ekonomske politike i države koje ne zahvaćaju interes individualca.

Cilj razvoja se može definirati kao *„željena buduća stanja, najčešće različita od sadašnjeg, ali koja se neće ostvariti sama od sebe kao rezultat autonomnog procesa ili promjene, već se mogu postići svrhovitom ljudskom akcijom“*.<sup>35</sup> Sama struktura i pojam cilja je složen. Ciljevi različito ispunjuju potrebe i želje, ali isto tako potrebe drugačije ispunjuju ciljeve.

---

<sup>33</sup> Dulčić, A., *Upravljanje razvojem turizma*, Biblioteka „Gospodarska misao“, Split, 2001., str. 245

<sup>34</sup> Smith, A., *Istraživanje prirode i uzorka bogatstva naroda*, I. svezak, Kultura, Zagreb, 1952., str. 407

<sup>35</sup> Dulčić, A., *Upravljanje razvojem turizma*, Biblioteka „Gospodarska misao“, Split, 2001., str. 247

## 2.2. Karakteristike, uloga i važnost turizma

Svaka osoba je mogući turist. Turist je slobodna osoba koja putuje, a turizam raznovrsna rekreacijska aktivnost koji uključuje susret turista i lokalnog stanovništva te upoznavanje kulturom, navikama istih.

Za turizam se može reći da je masovna, složena i dinamična društveno-ekonomska pojava novog razdoblja te je jedan od najbrže rastućih grana gospodarstva u svijetu. Podrazumijeva niz različitih odnosa i pojava koji se stvaraju za vrijeme turističkog putovanja, a prilikom svoje provedbe upliće se ne samo u ekonomski i društveni život, već i u kulturni, ekološki i socijalni život.<sup>36</sup>

Glavne karakteristike turizma su:<sup>37</sup>

1. Raznovrsnost (heterogenost)
  - a. Osnovne gospodarske djelatnosti turizma čine – ugostiteljstvo, trgovina, promet, zanatstvo, turističke agencije i komunalna infrastruktura
  - b. Negospodarske djelatnosti čine aktivnosti – muzeja, galerija i turističkih organizacija
2. Sezonski karakter rada
  - a. Određeno vremensko razdoblje tijekom godine
  - b. Uobičajeni tijekovi – prema toplom morima, velikim gradovima i planinskim centrima
3. Mobilnost – različite vrste sredstava kojim turisti putuju prema svojim turističkim destinacijama
4. Dislociranost – potvrđuje nužnost putovanja od mjesta stalnog boravka do mjesta privremenog boravka, tj. turističke destinacije
5. Visoki stupanj elastičnosti potražnje
  - a. Primarna elastičnost – sposobnost mijenjanja u odnosu na cijene i prihode
  - b. Sekundarna elastičnost – sposobnost promijene u odnosu na ponudu

---

<sup>36</sup> Grgić, I., *Turizam kao djelatnost*, Križevci, 2013, <https://vguk.hr/multimedia/416bcc7a2f066bf781ed17adc15dca9f25736608c1c23dfb1fab488fcc6a78a18949f3391551171498.pdf> (12.06.2021.)

<sup>37</sup> Maturski rad, *Razvoj turizma*, <http://maturski.weebly.com/historijski-razvoj-turizma.html> (12.06.2021.)



6. Neproizvodni karakter rada – osobna usluga, npr. prehrana, smještaj, usluge turističke agencije, financijske, bankarske usluge, uslužno zanatstvo

Turizam ima dvostruko značenje. Djelovanja i učinci koji su usmjereni na zadovoljenje rekreacijskih potreba ulaze u sferu društvenih funkcija. Osobe su motivirane potrebom za zaradom i uključivanjem u turizam. Oni očekuju različito djelovanje turizma, a to je povećanje njihova dohotka. Takvi učinci se svrstavaju u privredne ili ekonomske funkcije turizma, a u nastavku su bolje pojašnjene.

Funkcije turizma dijele se na ekonomske i neekonomske funkcije. Ekonomske funkcije su profitne, gospodarske i primarne. Dijeli se na direktno, indirektno i multiplikativno djelovanje. Direktno djelovanje povećava proizvodnju, ubrzava opći razvoj, otvara nova radna mjesta, smanjuje migracijske pojave, razvoj nerazvijenih područja, jačanje platne bilance koja olakšava nabavu robe u inozemstvu zbog razvoja industrije, usklađivanje robno novčanih odnosa donosi zemlji veliku korist od potrošnje turista, tzv. nevidljivi izvoz. Indirektno djelovanje odnosi se na industriju, građevinarstvo i poljoprivredu. Postoji konverzijsko djelovanje koje pretvara neprivredna dobra u privredna. Multiplikativno djelovanje umnožavanje početnog djelovanja, proširuje tržište, potiče i ubrzava proizvodnju. Neekonomske su neprofitne, pozitivne, društvene, negospodarske, posljedične i sekundarne. Primjer su zdravstvene, zabavne, kulturne, socijalne i političke. Zdravstvene neposredno pozitivno utječe na zdravlje čovjeka, a time i na društvo. Turizam tu najčešće doprinosi sprječavanju bolesti, a ne liječenju. Zabavna snažno djeluje na psihičko stanje i raspoloženje turista. Najčešće je to oblik razonode koji izaziva ugodno raspoloženje. Kultura utječe na turista tako da se ostvare kontakti s domicilnim stanovništvom putem kulturnih dostignuća. Upoznavanje s običajima, navikama drugoga naroda. Socijalna pomaže pri humanizaciji ljudskih odnosa i smanjenju socijalnih razlika. Politička na širem planu poboljšava odnose među narodima, jača u ljudima želju za mirom i boljem razumijevanju između zemalja.

Isto tako postoje psihološke, pedagoške i edukativne funkcije turizma. Što se tiče psiho-socijalnog gledišta ističu je tri temeljna uzorka, a to su frustracija, popuštanje socijalne kontrole te poremećaj u sustavu vrijednosti. Odgojno obrazovnim radom podiže se turistička kultura lokalnog stanovništva i razina radnika u ugostiteljstvu.

Kada se govori o turističkoj politici, tada se govori o postavljanju ciljeva i utvrđivanju sredstava s kojima će se pokrenuti sve društvene i gospodarske funkcije turizma. Postoje opća i posebna politika. Općoj politici je cilj provedba zajedničkih interesa svih čimbenika u turizmu tako da se formira kompleksna turistička ponuda i potakne domaća i inozemna potražnja. Cilj posebne politike je poboljšati određena područja, odnosno čimbenike turizma. Mora biti usklađena s općom politikom.

Važnost turizma se može uočiti iz njegovog utjecaja na društvo, politiku, kulturu te gospodarstvo. Od početka razvoja, turizam otkriva brojne stavove koji kreću od potpunog odobrenja, potencijala za samoaktualizacijom u kombinaciji s aktivnostima i rekreacijom pa sve do odbacivanja zbog moguće štete i uništavanja okoliša. Također ima veliki utjecaj na zaposlenost. Turizam pripada tercijarnom sektoru gospodarske djelatnosti koji podrazumijeva razvoj usluga, a uvođenje mehanizacije i automatizacije je ograničeno. Ljudski rad, u tercijarnom sektoru, ima glavnu ulogu. Razvojem turizma i njegovih djelatnosti konstantno se otvaraju nova radna mjesta.<sup>38</sup> Također razvoj turizma i uslužnih djelatnosti uvelike pomaže gospodarstvu neke zemlje smanjenjem broja nezaposlenih. Broj zaposlenih u turizmu, tj. uslužnim djelatnostima, postaje pokazatelj gospodarske razvijenosti neke zemlje. Javlja se problem sezonalnosti zbog velikog porasta poslovanja i naglog pada unutar jedne godine.<sup>39</sup> Važno je naglasiti ulogu turizma u razvoju lokalnog stanovništva.

U kreiranju turističke ponude i potražnje, kultura ima veliku ulogu. Glavnu i značajnu ulogu turizam ima u razvijanju i formiranju subjektivne i objektivne kulture. U strukturi subjektivne kulture pojavili su se motivi i razlozi te novi poticaji za putovanja te ima važnu ulogu u kreiranju turističke potražnje. Opći kulturni razvoj pomaže u razvoju subjektivne kulture kreiranjem novih tipova iste i uključuje veliki broj dosadašnjih kulturnih resursa te novih faktora objektivne kulture. Faktori objektivne kulture se ogledaju na privlačnosti turističke destinacije kao što su povijesna baština, umjetničke vrednote i slično te ima velik utjecaj na turističku ponudu. Primjer bi bile receptivne zemlje koje su se prve počele razvijati zbog bogate kulturne baštine i koje su dosegle značajan stupanj turističkog razvoja do danas.

*"Zato originalnost, raznolikost i bilje takvih objekata kulture određuje snagu spontane turističke privlačnosti i povećava vrijednost cjelokupne turističke ponude"*

---

<sup>38</sup> Andrić, N., *Turizam i regionalni razvoj*, Ekonomska biblioteka, Informator, Zagreb, 1980, str. 41

<sup>39</sup> Ibidem, str. 42

svake zemlje i svakog mjesta.“,<sup>40</sup> Alfieri smatra da cjelokupna slika kulture i njezine povijesti neke zemlje utječe na autentičan i jedinstven doživljaj u turističkoj destinaciji.

Turizam je posebna djelatnost koja ima utjecaj na prostor i regionalnu vrijednost neke destinacije. Cijeli svijet se može podijeliti na visoko razvijene, srednje razvijene i nerazvijene zemlje.<sup>41</sup> Utjecaj turizma na regionalni razvoj zemlje pomaže pri konkuriranju jedne zemlje s drugom zemljom. Prisutnost turista osjeća se i u ekonomskom i društvenom smislu te se brzo i uspješno regije razvijaju pod utjecajem turizma. Ovdje se govori o rastu zaposlenosti, boljem standardu života, visina nacionalnog dohotka po stanovniku, rastu investicija i slično. Kako bi razvoj bio uspješan, mora se voditi račun o zadovoljstvu potreba i želja turista, kvaliteti usluga i atrakcija koje destinacija nudi te zaštititi okoliša.

Isto tako, postoje različiti motivi putovanja. Početkom razvoja turizma, motiv putovanja je bio potaknut trgovinom, vjerom ili obrazovanjem.<sup>42</sup> U današnje vrijeme, turistička motivacija postaje sve složenija i uključuje više razloga putovanja. Najčešći razlozi putovanja su odmor, bijeg od stvarnosti, rekreacija, posjet obitelji i prijateljima, poslovni razlozi, vjera, zdravlje, festivali i zabava, upoznavanje drugih kultura i običaja, sportska događanja i slično.

### **2.3. Oblici turizma**

Današnji suvremeni, masovni turizam percipira konstantne promjene i razvijanje novih oblika turizma koji su određeni posebnim potrebama turista, ali i destinaciji koja svoju ponudu nadograđuje različitim potrebama i željama. Postoje različiti faktori prema kojima se mogu detaljnije odrediti vrste turizma.

Vrste turizma se razlikuju prema:<sup>43</sup>

1. Trajanju boravka turista ili posjetitelja
  - a. Boravišni – najmanje tri uzastopna noćenja

---

<sup>40</sup> Alfieri, D., *Turizam izbor radova*, Institut za turizam Zagreb, Masmedia, Zagreb, 1994., str. 191

<sup>41</sup> Ibidem, str. 45

<sup>42</sup> Maturski rad, *Razvoj turizma*, <http://maturski.weebly.com/historijski-razvoj-turizma.html> (12.06.2021.)

<sup>43</sup> Enciklopedija, *Turizam*, <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=62763#poglavlje29069> (14.06.2021.)

- b. Izletnički – unutar 20 sata
  - c. Vikend turizam – bazira se na dva noćenja
- 2. Stupanj mobilnosti
  - a. Stacionarni – stalni boravak, za vrijeme odmora, određena destinacija
  - b. Mobilni – kratko zadržavanje zbog noćenja, obroka ili razgledavanja
- 3. Dobna struktura
  - a. Dječji – za djecu do 14 godina
  - b. Omladinski – od 14 do 18 godina
  - c. Obiteljski – od 18 do 60 godina
  - d. Umirovljenički – iznad 60 godina
- 4. Nacionalna pripadnost – domaći ili međunarodni
- 5. Način organizacije putovanja
  - a. Individualni – putovanje u vlastitom aranžmanu, spoznajama, bez posrednika
  - b. Organizirani – organizirano od strane turističkog posrednika
  - c. Mješoviti – vlastita režija turista, ali se koristi informacijama turističke agencije
- 6. Prostor na kojem se odvija turističko putovanje – primorski, planinski, jezerski, seoski, gradski, termalno kupališni
- 7. Prostorni obuhvat
  - a. Lokalni – lokalna razina
  - b. Regionalni – unutar jedne regije u zemlji
  - c. Nacionalni – unutar jedne zemlje
  - d. Međunarodni – globalno

Osim takvih vrsta turizma, postoje i selektivni oblici turizma. Ovakav oblik turizma je autentičan, individualan, edukativan, elitarn, ekološki i infrastrukturno podnošljiv, a postoje:<sup>44</sup>

- 1. Zdravstveni – zdravlje je središnji motiv bez obzira na turističke atraktivnosti
- 2. Kulturni – nepoznata sredina s ciljem upoznavanja povijesnih vrijednosti te suvremenog načina života

---

<sup>44</sup> Issu, *Posebni oblici turizma*, 2016., [https://issuu.com/maris08/docs/6.\\_posebni\\_oblici\\_turizma](https://issuu.com/maris08/docs/6._posebni_oblici_turizma) (14.06.2021.)

3. Lovni i ribolovni – turisti koji u slobodno vrijeme kreću u organizirani lov i ribolov
4. Naturizam – slobodan odnos čovjeka i prirode, prostor na kojem se turisti mogu neometano kretati neodjeveni
5. Ekoturizam – pokret očuvanja prirode i zdravog okoliša
6. Kongresni – tematski skupovi znanstvenog i stručnog karaktera
7. Nautički – boravak turista na plovilima, najčešće u vlastitom aranžmanu, mora imati prirodne pogodnosti, dobru cestovnu i priobalnu infrastrukturu
8. Vjerski – religijski i duhovni karakter, tzv. hodočasnički turizam
9. Manifestacijski – velika skupna turista odlazi na manifestacije sportskog, kulturnog, zabavnog i nekog drugog karaktera
10. Robinzonski – novi oblik turizma koji je razvijen u priobalnom području, najčešće otoci s oskudnim infrastrukturnim i životnim uvjetima, nema pružanja usluga

Također, treba spomenuti masovni turizam i alternativne vrste turizma. U masovni turizam spadaju one vrste turizma koje imaju velik broj sudionika i prema sadržaju su unificirane i standardizirane, a u osnovi sve nepovoljnije i štetnije. Alternativne vrste turizma su turistički projekti i programi, razgledavanje grada, specifični sportsko-rekreacijski programi, zabavni i edukativni, safari, avanturistički i slični.

Moderni turisti su potaknuti holističkim razmišljanjem o sebi, ali i svijetu. Kreiraju nove interese, ali i nove zabavne i poučne oblike turizma. Prema tome glavne karakteristike turističke ponude su što više doživljaja, češća putovanja, ali kraći boravci. Ovdje je riječ o integriranoj turističkoj ponudi koja nudi specifične i autentične doživljaje fokusirane prema grupama turista i posjetitelja s jasno definiranim potrebama. Također, žele biti uključeni u priču i edukaciju kroz vjerski, kulturni, ekoturizam, adrenalinski, eno-gastronomski i druge slične vrste doživljaja. Primjer takvih oblika turizma su:<sup>45</sup>

1. Kreativni turizam – želja za razvojem duga i razuma, spaja kreativnost i različita umijeća, npr. od plesa do kuhanja. Primjer takvog turizma u Hrvatskoj je *Cooking Croatia* koji spaja gastronomski i kreativni turizam kroz učenje i način pripreme tradicionalnog ručka.

---

<sup>45</sup> Marković Vukadin, I., Vern, *Što moderni turisti žele od turizma*, 2018., <https://vern.hr/novosti/sto-moderni-turisti-zele-od-turizma/> (15.06.2021.)

2. Filmski turizam – turisti željni vidjeti mjesto snimanja omiljenih serija ili filmova, primjer su dubrovačke zidine koje su se pojavile u seriji *Igre prijestolja*.
3. Mračni turizam – tzv. osjetljivi oblik turizma koji ovisi o vještini kvalitetne prezentacije glavnih poruka, a to su prije svega poštovanje prema žrtvama te spoznaja patnje. Primjeri ovakvog turizma je Černobil zbog nuklearne katastrofe, Auschwitz zbog logora u Drugom svjetskog ratu te u Hrvatskoj Vukovar zbog domovinskog rata.
4. Speleoturizam – zaljubljenici u avanturu i speleologiju žele zaviriti u jame, špilje, podzemne rijeke i jezera te u ostale rijetko viđene dijelove zemlje.

Lokacije za ovakve oblike selektivnog turizma ovise o potencijalu regija i stručnosti djelatnika. Oni trebaju poznavati karakteristike atrakcija te proces preobrazbe turističkih atrakcija u nov, kreativan i konkurentan turistički proizvod.

### 3. Turističke atrakcije

Pojam atrakcija znači nešto privlačiti, a dolazi od latinske riječi *attrahere*.<sup>46</sup> Atrakcija je mali dio neke znamenitosti ili događaja koja ima mogućnost privlačenja turista i posjetitelja. Prema tome turistička atrakcija je neki primamljiv predmet u destinaciji u aspektu kulturno-povijesne baštine, događaja ili prirodnog bogatstva koji je razlog dolaska turista ili posjetitelja. Osnovni uvjet za razvoj turističke atrakcije su turistička infra i suprastruktura te se pomoću njih privlačnost destinacije razvija.<sup>47</sup> Infrastruktura označava prometnu povezanost cijele zemlje, drugim riječima sve što je vezano uz prijevoz turista. Suprastruktura pridonosi boljoj atraktivnosti neke zemlje, npr. hoteli, kulturna baština i drugo.

Kada se govori o moći ili snazi određene atrakcije, ona može nastati kroz dva utjecaja:<sup>48</sup>

1. Vanjski elementi – razvoj 6A, povezanost itinerera, usporedba sa sličnim destinacijama, UNESCO liste, kategorija *must see* destinacije
2. Unutarnji elementi – razvoj selektivnih oblika turizma, analiza posjetitelja i njihova razmišljanja, tradicija domicila, resursi

Prilikom unaprjeđenja turističkog proizvoda ili atrakcije traži se poznavanje tržišta i vizualizacija nadolazećih aktivnosti turista. Također cijena mora biti percepcija kvalitete proizvoda. Teme atrakcija su specifične zbog težnje prema diferencijaciji proizvoda te tako nastaju atrakcije edukativnog, zabavnog i drugih karaktera.

Turističke atrakcije kod turista izazivaju emocije te su shvaćene kao magnet koji aktivira cjelokupni turistički sustav, tj. ono što oduševljava i privlači turiste te što podrazumijeva razvoju turizma neke destinacije. Treba ih odrediti prema:<sup>49</sup>

- Realne turističke atrakcije
- Potencijalne turističke atrakcije
- Turističke atrakcije koje se razgledavaju
- Turističke atrakcije kojima se turisti bave

---

<sup>46</sup> Vukonić, B., Čavlek, N., *Rječnik turizma*, Masmedia, Zagreb, 2001., str. 22

<sup>47</sup> Gržinić, J., *Turističke atrakcije: nastanak, razvoj i utjecaji*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2020., str. 6

<sup>48</sup> Ibidem, str. 12

<sup>49</sup> Kušen, E., *Turistička atrakcijska osnova*, Znanstvena edicija Instituta za turizam, Zagreb, 2002., str. 23

- Korištenje atrakcija zbog životne prisile – posao, tranzit, zdravlje i sl.
- Različite skupine novih turista – različite vrste turizma

Postoji definicija za njih, a to je: „*Turističke atrakcije, potencijalne i realne, su turistički resursi koji mogu privući ili već privlače turiste da posjete turističku destinaciju u kojoj se one nalaze.*“.<sup>50</sup> Moglo bi se reći kako turizam ne može bez turističkih atrakcija i obrnuto.

Razlikuju se dvije osnovne vrste atraktivnosti, jednu je stvorila priroda, a drugu čovjek. Isto tako postoje primarne i sekundarne atrakcije. Primarne su one koje kreiraju osnovnu motivaciju za posjet i doživljaj. Sekundarne imaju turističku privlačnost, ali ne takvu da bi turist zbog njih posjetio mjesto gdje se nalazi ista.

Što se tiče kategorizacije turističkih atrakcija one se mogu podijeliti na:<sup>51</sup>

1. Geološke značajke prostora – reljef, otoci, krš, pojedinačni objekti
2. Klima – mediteranska klima, planinska klima, kontinentalna klima, posebni klimatski lokaliteti
3. Voda – more, jezero i velike rijeke, ostale rijeke, potoci
4. Biljni svijet – prirodna vegetacija, uzgajana vegetacija, botanički vrtovi i arboretumi
5. Životinjski svijet – divlje životinje, domaće životinje, zoološki vrtovi, lovišta
6. Prirodna baština – nacionalni parkovi, parkovi prirode, strogi rezervati, posebni rezervati, park-šume, zaštićeni krajobrazi, spomenici prirode, zaštićene biljne i životinjske vrste, svjetski rezervati biosfere, močvarna područje, pojedinačna stabla
7. Kulturno-povijesna baština – pokretni spomenici, nepokretni spomenici
8. Kultura života i rada – folklor, rukotvorstvo, tradicijsko građenje i uređenje vrtova, tradicijski obrti, vinarstvo i gastroenologija, gastronomija, ugostiteljska tradicija, suvremena proizvodnja, ostalo
9. Znamenite osobe i povijesni događaji – osobe, obitelji, društva, povijesni događaji
10. Manifestacije – kulturne, vjerske, sportske, gospodarske, ostale

---

<sup>50</sup> Kušen, E., *Turistička atrakcijska osnova*, Znanstvena edicija Instituta za turizam, Zagreb, 2002., str.

23

<sup>51</sup> Ibidem, str. 67



11. Kulturne i vjerske ustanove – muzeji, galerije, izložbeni prostori, kazališta, koncertne dvorane, svetišta i prošteništa, samostani
12. Prirodna lječilišta – toplice, primorska klimatska lječilišta, planinska klimatska lječilišta, lječilišta s mineralno vodom, mješovita lječilišta, fizijatrijska ambulanta
13. Sportsko-rekreacijske građevine i tereni – sportsko-rekreacijska igrališta, sportsko-rekreacijska staze, ostale sportsko-rekreacijska građevine na otvorenom, sportske dvorane, sportsko-rekreacijski servisi, sportsko-rekreacijska centri, sportski parkovi, prilagođeni objekti
14. Turističke staze, putovi i ceste – hodanje, vožnja biciklom, jahanje, vožnja čamcem, motorna vozila, mješovito kretanje
15. Atrakcije zbog atrakcija – zabavni parkovi, vodeni parkovi, zabavišta, kockarnice, zabavišna turistička naselja, zabavna prometala
16. Turističke paraatrakcije – prometna infrastruktura, servisi putovanja, gospodarski i upravni sadržaji, zdravstvene građevine i sadržaji, obrazovne građevine i institucije, trgovine

Nadalje, ovaj rad će se prvenstveno orijentirati na turističke manifestacije.

### **3.1. Razvoj manifestacija u turizmu**

Riječ manifestacija dolazi od latinske riječi *manifestare* koja označava objaviti, odnosno javno sudjelovanje, izražavanje unutarnjeg stava, osjećaja, raspoloženja o nečemu ili nekakvoj odluci. Ono što otkriva nešto drugo, a može biti priredba, događaj i slično. Sam razvoj manifestacije podrazumijeva predstavljanje turističkog proizvoda ili usluge koje su detaljno osmišljene i s posebnom pažnjom prezentirane. Turistički proizvod ili usluga mora biti karakterističan za destinaciju.

Manifestacije su se razvijale kako se razvijalo i čovječanstvo. Povijesno gledano, prve zajednice prenosile su, iz generacije u generaciju, priče i pjesme te priređivale priredbe i svečanosti. Nova razdoblja, tj. suvremena razdoblja su dovela do stvaranja novih i drugačijih vrsta manifestacija. Još se naziva i „event“ industrija koja obuhvaća različite festivale, izložbe, konferencije, sportske, kulturne i slične manifestacije te jako brzo raste i razvija se, sve je kompleksnija i utjecajna na

turizam.<sup>52</sup> Velik i jak utjecaj na turističku destinaciju imaju sportske, glazbene i kulturne manifestacije. Promocija određene manifestacije, ali i destinacije, se radi prije početka događaja za vrijeme organizacije događaja pomoću letaka, brošura, radija, televizijskih kanala. Veliku ulogu u promociji ima internet i društvene mreže poput Facebooka, Instagrama, Twitera i drugih mreža gdje se mogu jednostavno i brzo prosljediti informacije o manifestaciji.

Bez obzira na to kakav imaju karakter manifestacije te veličinu i značaj, moraju postojati posebni uvjeti kao što su financijski plan, ljudski resursi, tehnička podrška, lokacija, program, potpora zajednici programa, usluge hrane i pića te moguća usluga smještaja. Problem može stvoriti lokalno stanovništvo zbog buke, onečišćenja okoliša i slično. Zbog toga lokalno stanovništvo bi trebalo imati dvostruku ulogu, a to je posjetitelj i domaćin. Tako odnos između domaćina i turista čini segment kompleksne turističke ponude.

Manifestacija kao takva je poseban turistički proizvod koja se događa jednom godišnje na jedan ili nekoliko dana te ima jak utjecaj za imidž destinacije. Isto tako ima i ekonomsku funkciju jer je potrošnja turista u destinaciji veća te stvara nova radna mjesta. Vrste manifestacija koje imaju turističku atraktivnost su kulturne, sportske, vjerske, gospodarske i druge koje daju ekonomski učinak ugostiteljskoj djelatnosti.<sup>53</sup> Manifestacije se mogu podijeliti na kulturne, vjerske, sportske, gospodarske i ostale.

Kulturne manifestacije se mogu definirati kao aktivnost ljudi koje podrazumijevaju kulturnu motivaciju kao npr. studijska putovanja, putovanja na festivale i druga događanja, upoznavanje s prirodom, povijesti, kulture te umjetnostima neke turističke destinacije.<sup>54</sup> Ova vrsta manifestacija podrazumijeva događaje kao što su igre, festivali, smotre, izložbe, likovne kolonije, skupovi te zabavni programi. Same manifestacije se prepoznaju prema:<sup>55</sup>

- sadržaju samo jednog područja – kazališni, glazbeni i festivali s jednom vrstom izvođenja

---

<sup>52</sup> Milić, M., *Značaj manifestacija za razvoj destinacije*, See business travel & meetings, 2010, <https://www.seebtm.com/znacaj-manifestacija-za-razvoj-destinacije/> (15.06.2021.)

<sup>53</sup> Kušen, E., *Turistička atrakcijska osnova*, Znanstvena edicija Instituta za turizam, Zagreb, 2002., str. 117

<sup>54</sup> Đunđerski, A., *Značaj kulturnih manifestacija*, Hrvatska riječ, 2019., <http://www.hrvatskarijec.rs/vijest/A28338/Znacaj-kulturnih--manifestacija/> (16.06.2021.)

<sup>55</sup> Loc. cit.

- sadržaju više sličnih priredbi – kazališne priredbe, glazbena izvođenja i slično, različite po sadržaju, ali se održavaju u isto vrijeme

Uz kulturne manifestacije vežu se motivi zbog kojih turisti dolaze, a to su doživljaj nečeg novog, upoznavanje kulture i običaja nekog naroda, mogu doživjeti autentičnost i jednostavnost gledajući i slušajući glazbu, izložbe i slično. Npr., festivali se mogu ogledati kao način odgovora na različite oblike krize kao što su socijalne, političke i ekonomske, ali i kao način ponovnog stvaranja i animiranja prostora i društvenog života.<sup>56</sup> Neprestano se mijenjaju te stvaraju nova iskustva, doživljaje i slično.

Sportske manifestacije su događaji koji obuhvaćaju kreativne i složene programe sportskog, kreativnog i zabavnog stila koji imaju veliki značaj za destinaciju. Mogu se razvrstati na sportska prvenstva u koje spadaju svjetska, europska, svjetskih regija, nacionalna, regionalna te lokalna, zatim sportske igre i tradicionalni sportovi.<sup>57</sup> Sportske manifestacije turistima nude, osim doživljaja i navijanja, sudjelovanje u prvenstvima i natjecanjima.

Vjerske manifestacije, tzv. hodočasnički turizam, se mogu objasniti kao turističko kretanje kojim turisti žele ispuniti religijske i duhovne potrebe. Ovoj vrsti manifestacija spadaju posjeti crkvenog poglavara, hodočašća, proštenja, posjeti crkvama, hramovima i slično. One na turista djeluju tako da ga duhovno ispune, doživljaj mira i spokoja kojeg traže. Isto tako ne privlači samo vjernike nego i znatiželjne turiste koji traže kulturno-povijesni doživljaj. Primjerice, u Hrvatskoj vjerski turizam nije dovoljno razvijen te je u velikoj mjeri orijentiran domaćim gostima.

U gospodarske manifestacije spadaju gospodarske izložbe, sajmovi, modni festivali te stručna natjecanja. Turisti mogu sudjelovati u ovakvim manifestacijama te razgledavati istu. Primjer u Hrvatskoj je Zagrebački velesajam kojeg osim poslovnih osoba posjećuju i ostali građani.<sup>58</sup>

---

<sup>56</sup> Picard, D., Robinson, M., *Festivals, Tourism, and Social Change*, Channel View Publications, Clevedon, 2006., str. 5

<sup>57</sup> Đunđerski, A., *Sportske manifestacije*, Hrvatska riječ, 2019., <http://www.hrvatskarijec.rs/vijest/A28339/Sportske-manifestacije/> (16.06.2021.)

<sup>58</sup> Kušen, E., *Turistička atrakcijska osnova*, Znanstvena edicija Instituta za turizam, Zagreb, 2002., str. 120

Pod ostale manifestacije podrazumijevaju se proslave, mitinzi i različita druženja. One su vezane uz različite udruge građana i druge organizacije, npr. dobrovoljna vatrogasna društva, turističke zajednice i slično.

### **3.2. Budućnost turizma manifestacija**

Tijekom svih razdoblja razvijanja turizma, budućnost turizma se kreće u pozitivnom smjeru bez obzira na njegove prošle, sadašnje, ali i buduće padove. Uvijek će se putovati zbog odmora od svakodnevice, užurbanog načina života, želje za upoznavanjem nečeg novog i slično.

Budućnost se temelji na:<sup>59</sup>

1. Želji za autentičnim iskustvom
2. Budućnosti luksuza: vino, hrana i glazba
3. Ekonomskoj i političkoj moći događaja
4. Okolišu i oskudici resursa
5. Proširenoj stvarnosti i informacijskom gospodarstvu
6. Etici i generičkom inženjerstvu
7. Tehnologiji – Ja Robot

U zadnjih deset godina turizam je doživio iskustvo mnoge promjene koje će zasigurno imati daljnji utjecaj na potražnju. Sve više posjeta imaju istočne zemlje Europe, zatim Azije i Južne Amerike. Velik interes postoji za turizam manifestacija poput kulturnih, sportskih, vjerskih i drugih. Manifestacije postaju sve važnije zbog elemenata koje društvo treba za razvoj. Bitan utjecaj manifestacija je u tome što povećava standard života stanovništva, ima ekonomske i socijalne koristi, stvaranje novih poslovnih prilika i slično.

Važnost manifestacija i događanja se odnosi na važnost ekonomije iskustva u turističkoj potrošnji. Manifestacije mogu imati veze s religijom, kulturom, sportom, trgovinom, političkim te mikroekonomskim i makroekonomskim utjecajima i ciljevima. Država, neke određene destinacije, će promovirati manifestacije te ih stavljati u

---

<sup>59</sup> Yeoman, I., Robertson, M., Smith, K., *A Futurist's View on the Future of Events*, Victoria Management School, Sveučilište Victoria u Wellingtonu, Novi Zeland, str. 2

centar turističke politike kako bi ista ostvarila određeni imidž i prepoznatljivost za potencijalne i buduće posjetitelje. Festivali i ostale manifestacije imaju funkciju kao „ljepilo koje okuplja ljude kroz društvenu koheziju sa zajedničkim planovima i dogovorenim strateškim ciljevima“.<sup>60</sup>

Posjetitelji traže jedinstveno iskustvo destinacije, a tu pripadaju i manifestacije. Veći broj posjetitelja zahtjeva povezivanje industrijskih sektora, lokalnih turističkih zajednica, privatni i javni sektor kako bi se dobila jedinstvena i autentična manifestacija, odnosno turistički proizvod kojeg može ponuditi samo određena destinacija. Zadovoljstvo posjetitelja i njihova turistička potrošnja je uspjeh određene turističke destinacije. Svake godine se postavlja ljestvica više koju država mora ispuniti kako bi budućnost bila pozitivna.

---

<sup>60</sup> Ali-Knight, J., Robertson, M., Fyall, A., Ladkin, A., *International Perspectives of Festivals and Events: Paradigms of Analysis*, Elsevier, Oxford, 2008., str. 109

## 4. Turizam u Međimurju

Nakon objašnjenja pojma turizma, njegovog povijesnog razvoja, što su manifestacije u turizmu i njihov rast i razvoj, slijedi primjer turizma i manifestacija u Međimurju. U ovom dijelu rada pojašnjen je geografski položaj, demografska obilježja, infrastruktura te sama podjela i gospodarstvo Međimurja. Nakon toga slijedi opis turizma i njegovog razvoja te razvoj manifestacija u Međimurju. Kao primjer manifestacija u Međimurskoj županiji navedeni su: Porcijunkolovo, Urbanovo i Forestland.

### 4.1. Međimurska županija

Međimurje je mala županija na sjeveru Hrvatske između rijeke Drave i Mure. Graniči sa Slovenijom na sjeveru i zapadu te Mađarskom na istoku. Susjedne županije su varaždinska i koprivničko-križevačka. Međimurska županija se dijeli na 25 jedinica lokalne samouprave, tj. tri grada i 22 općine.<sup>61</sup> Kulturno i gospodarsko središte je grad Čakovec, zatim slijedi grad Prelog i Mursko Središće. Geografski položaj može se vidjeti na slici u nastavku.

---

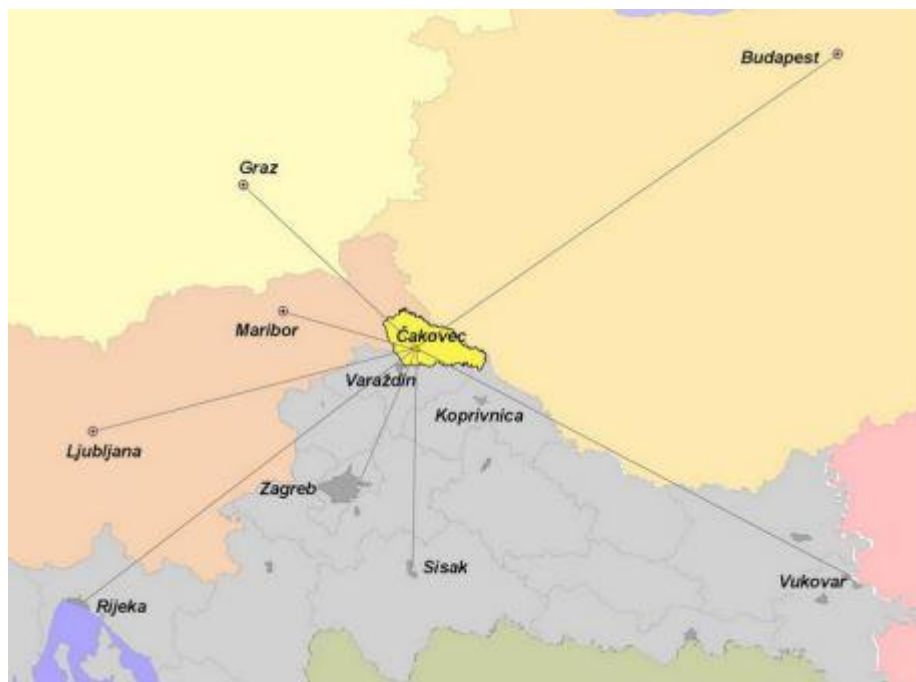
<sup>61</sup> Međimurska županija, *Masterplan razvoja turizma Međimurske županije do 2020.*, Institut za turizam, Zagreb, 2016., str. 11



Slika 1: Položaj Međimurske županije u Hrvatskoj

Izvor 1: Regionalni operativni program Međimurske županije za razdoblje od 2006. – 2013. godine

Dobar geografski položaj označava i dobru povezanost sa susjednim državama i županijama.



Slika 2: Položaj Međimurske županije u Srednjoj Europi

Izvor 2: Regionalni operativni program Međimurske županije za razdoblje od 2006. – 2013. godine

Proučavanjem slike, može se vidjeti kako je Međimurje u blizini emitivnih destinacija kao što su Maribor, Ljubljana, Graz te Budimpešte, ali i većih gradova u Hrvatskoj kao što su Varaždin, Koprivnica, Zagreb i drugi. Isto tako bitno je spomenuti prometnu povezanost Međimurja s hrvatskim i europskim cestama i željezničkim prugama. Jedina prometna povezanost koja nije dovoljno razvijena je zračni i riječni promet.

Cestovni promet Međimurja povezuje sva mjesta i općine unutar županije, ali isto tako ima povezanost sa susjednim županijama. Glavna cestovna prometnica je dio autoceste Zagreb – Goričan (A4) koja povezuje srednju Europu s Hrvatskom, točnije Jadranom.<sup>62</sup> Nedostatak je niska kvaliteta javnog prijevoza i jako loše održavanje nekih lokalnih cesta. Željeznički promet ima dva granična za međunarodni promet putnika i robe, a to su Kotoriba i Čakovec. Željeznički kolodvor Čakovec označava bitno stajalište za regionalni i državni prometni sustav. Potrebno je obnavljanje i moderniziranje pruge kako bi se povećala brzina prometa željeznice. Jedino zračno stajalište za povremeni prijevoz se nalazi u Pribislavcu, mjesto blizu Čakovca. Što se tiče riječnog prometa, plovni put Mure i Drave nije u kategoriji plovnosti, ali može se odvijati promet u čamcima.

Stoga se može zaključiti da je prometna infrastruktura kvalitetna, ali postoje neki nedostaci te mogućnosti poboljšanja u budućnosti.

Što se tiče geografskih osobina, Međimurje se dijeli na Gornje i Donje Međimurje. Prilikom određivanja reljefa, Donje Međimurje je utvrđeno aluvijalnim tlom između rijeke Mure i Drave. Gornje Međimurje je područje između Panonske nizine i istočnih Alpi. Prema krajobrazu Županije, izdvajaju se četiri cjeline:<sup>63</sup>

1. Urbanizirani – najgušće naseljeni prostor, Čakovec
2. Kultuirani krajobraz Donjeg Međimurja
3. Kultuirani krajobraz Gornjeg Međimurja
4. Krajobraz Mure i Drave

S obzirom da Međimurje više teži utjecaju Panonske nizine, ima vruća ljeta i hladne zime. Takvo područje podrazumijeva umjereno toplu klimu s toplim ljetom.

---

<sup>62</sup> Međimurska županija, *Masterplan razvoja turizma Međimurske županije do 2020.*, Institut za turizam, Zagreb, 2016., str. 13

<sup>63</sup> Međimurska županija, *Regionalni operativni program*, Čakovec, 2006.



Prema DZS iz 2011. godine Međimurje je imalo ukupno 113 804 stanovnika.<sup>64</sup> Naseljenost je 155 stanovnika prema kvadratnom kilometru što označava jednu od najgušće naseljenih županija u Hrvatskoj. Jug Međimurja ima najveća naselja, a sjevero-zapad najmanji broj, odnosno gustoću stanovnika. Potrebno je istaknuti kako je Međimurje na drugom mjestu u Hrvatskoj pri broju stanovnika koji imaju vlastiti izvor prihoda te mali broj nezaposlenih. Uspoređivanjem Međimurja i ostalih županija u Hrvatskoj, javlja se problem obrazovanja gdje prevladavaju osobe sa završenom srednjom školom (52%), zatim slijede visokoobrazovani (10%) te mali postotak (1%) bez završene škole.<sup>65</sup>

Kada se govori o zaštićenom području, Međimurje ih ima nekoliko. Najvažniji je prirodni zaštićeni prostor Regionalni park Mura – Drava. Zbog svoje visoke biološke raznolikosti i bogate prirodne baštine, park je dio UNESCO-va rezervata biosfere od 2012. godine.<sup>66</sup>



Slika 3: Regionalni park Mura – Drava

Izvor 3: <http://lib.irb.hr/web/hr/vijesti/item/1312-regionalni-park-mura-drava.html> (12.07.2021.)

<sup>64</sup> Državni zavod za statistiku, *Statistički ljetopis*, 2015.

<sup>65</sup> Državni zavod za statistiku, *Stanovništvo prema glavnim izvorima sredstva za život i spolu*, 2011., [https://www.dzs.hr/Hrv/censuses/census2011/results/htm/h01\\_01\\_47/H01\\_01\\_47.html](https://www.dzs.hr/Hrv/censuses/census2011/results/htm/h01_01_47/H01_01_47.html) (12.07.2021.)

<sup>66</sup> Ministarstvo kulture i medija, *UNESCO progasio prekogranični rezervat biosfere Mura-Drava-Dunav*, 2012., <https://min-kulture.gov.hr/unesco-16291/dogadjanja/unesco-proglasio-prekogranični-rezervat-biosfere-mura-drava-dunav/7949> (12.07.2021.)

Rezervat biosfere je program koji pokazuje i unaprijeđuje odnos između ljudi i prirode, to su kopneni i obalni prostor ekosustava. Ciljevi ovakvih parkova su očuvanje prirodne baštine i bioraznolikosti, održivi razvoj te znanstveno istraživanje i nadgledavanje prirodnih resursa.

Osim Regionalnog parka, postoje prirodne vrijednosti poput poučne staze Murščak koja ima znakove i vodič, livada košanice, riječne mrtvice uz Muru, stari tok rijeke Drave, vlažne livade koje su staništa kadunima, poplavne šume rijeke Mure karakteristične za crne rode, staništa ribe crnke u Muri i ostalih ugroženih životinjskih vrsta, staništa kockavice, kebrača, crnkaste sase i ostalih ugroženih biljnih vrsta, ali i udomaćena pasmina međimurskog konja.<sup>67</sup>

Nadalje, potrebno je spomenuti i kulturnu baštinu. Ministarstvo kulture, u svom registru kulturne baštine, zabilježilo je, 2017. godine, 67 materijalnih kulturnih baština. Od toga nacionalno najznačajnije su tri lokacije Stari grad u Čakovcu, kapela sv. Jelene u Šenkovcu te crkva sv. Jeronima u Štrigovi, zatim 54 zaštićena kulturna dobra od kojih su dva pokretna Muzej Međimurja u Čakovcu i Muzej Croata insulanus u Prelogu, te deset preventivno zaštićena kulturna dobra.<sup>68</sup>



Slika 4: Stari grad Zrinskih u Čakovcu

Izvor 4: <https://www.visitmedimurje.com/images/Stari-grad-Zrinskih-03.jpg> (12.07.2021.)

<sup>67</sup> Međimurska županija, *Razvoja strategija Međimurske županije 2011.-2013.*, Skupština Međimurske županije, 2011., str. 69

<sup>68</sup> Ministarstvo kulture, <https://min-kulture.gov.hr/> (13.07.2021.)

Gospodarstvo Međimurske županije raste i razvija se iz godine u godinu. Postoji izreka „*Međimurje je mala Švicarska*“.<sup>69</sup> Međimurje se razvija u svim granama, a u gospodarstvu dominira industrija, posebno prerađivačka, zatim trgovina na malo i veliko, skladištenje i prijevoz, uslužne djelatnosti, nekretnine te na kraju poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo. Prema prosjeku oporavka Hrvatske između 2010. i 2013. godine. Međimurska županija se brže oporavila te je povećala BDP Županije za 1,1%, a na razini Hrvatske BDP se smanjio za 3,3%.<sup>70</sup> Nezaposlenost u Međimurju se smanjuje, što označava da je treća županija po redu s najnižom stopom nezaposlenih osoba u Hrvatskoj.<sup>71</sup>

Turizam u Međimurskoj županiji razvija se uz pomoć lokalnih i županijskih tijela i institucija te uz strateških dokumenata, tj. bitnih propisa vezanih uz turizam. Ovlašteno tijelo za razvoj turizma je Upravnu odjel za gospodarske djelatnosti, točnije Odsjek za poljoprivredu i turizam, koji vrši sve stručne i upravne zadatke na području gospodarstva, europskih poslova te međunarodne suradnje, poljoprivrede, energetike, prometa i turizma. Također kao bitan sudionik u planiranju, razvoju i promociji turizma Međimurja su turističke zajednice, TZ Međimurske županije i šest TZ gradova ili općina, TZ Čakovec, Prelog, Mursko Središće, Nedelišće, Sveti Martin na Muri i Štrigova. Osim toga mogu se javiti problemi u poslovanju praćenja i ocjenu uspješnosti programa i projekata, naplate turističke članarine i boravišne pristojbe te kontrolu trošenja sredstva za financiranje programa i projekata, na koje je ukazala Revizija poslovanja turističkih zajednica koja je bila izvršena 2014. godine.<sup>72</sup> Podršku razvoju turizma pokazale su i razvojne agencije, obrazovne institucije te komore i udruge. Agencije koje potiču projekte vezane uz razvoj turizma te uključivanje na sredstva EU programa, odnosno EU fondova su Regionalna razvojna agencija Međimurja d.o.o. (REDEA) i Razvojna agencija Grada Čakovca (ČAKRA). Osim agencija, bitne obrazovne institucije koje nude smjerove vezanih uz ugostiteljstvo i turizam su srednje škole, Ekonomska i trgovačka škola Čakovec i Srednja škola Prelog, te Međimursko veleučilište u Čakovcu koje nudi preddiplomski i specijalistički diplomski studij Menadžment turizma i sporta. Jedina stvar koja nije još zaživjela i

---

<sup>69</sup> Autor nepoznat

<sup>70</sup> Državni zavod za statistiku, <https://www.dzs.hr/> (13.07.2021.)

<sup>71</sup> Međimurska županija, *Uz daljnji pad nezaposlenosti, Međimurje je među županijama s najnižom stopom nezaposlenih osoba*, 2021., <https://medjimurska-zupanija.hr/2021/04/13/uz-daljnji-pad-nezaposlenosti-medimurje-medu-zupanijama-s-naj nizom-stopom-nezaposlenih-osoba/> (13.07.2021.)

<sup>72</sup> Međimurska županija, *Masterplan razvoja turizma Međimurske županije do 2020.*, Institut za turizam, Zagreb, 2016., str. 20

realizirana su programi cjeloživotnog učenja vezano uz direktno ili indirektno zaposlene u turizmu.

#### **4.2. Povijest i razvoj turizma u Međimurskoj županiji**

Prema nalazima arheologa povijest Međimurske županije počinje u doba neolitika. Ovo područje, u brončanom dobu, pripadalo je Keltu i Panoni, a početkom prvog stoljeća osvojilo ga je Rimsko Carstvo. Međimurje je sve do kraja Prvog svjetskog rata pripadalo Mađarima, ali nikada nije bilo osvojeno od strane Turaka kad su pobijedili i osvojili tadašnju Ugarsku. Značajnu ulogu u tome ima obitelj Zrinski. 1993. godine uslijedile su teritorijalne reorganizacije te je tako Općina Čakovec postala grad u Međimurju.<sup>73</sup> Danas je Međimurje poznato kao posebna povijesna i gospodarska regija Hrvatske.

S obzirom na dostupnost, odnosno manjak informacija i podataka o povijesti i razvoju turizma u Međimurju smatra se da se turizam počeo razvijati 90-tih godina prošlog stoljeća. Istraživajući povijest Međimurja, može se zaključiti kako su prvi sagrađeni hoteli bili namijenjeni za putnike koji su putovali vlakom prema Zagrebu. Prve kulturne manifestacije počele su s razvojem 1969-te godine i bile su poznate samo građanima Međimurja. Nadalje slijede popis prvih hotela i onih koji posluju u ovom današnjem modernom turizmu, početak razvoja manifestacija, gradnja muzeja te početak rada turističkih zajednica.

Čakovec i Međimurje počinju razvijati krajem 19. stoljeća, a u tom razdoblju trgovina i gospodarstvo imaju sve veći značaj. Veliku ulogu u razvoju ima gradnja pruge koja je otvorena 1860. godine i bila je 148 kilometara duga. Bitna građevina iz tog razdoblja bio je prvi međimurski hotel Bahnhof smješten preko puta željezničkog kolodvora. Sagrađen je 1898. godine u secesijskom stilu, a razlog gradnje bili su putnici koji su se vozili na relaciji Čakovec-Varaždin-Zaprešić-Zagreb. Vlasnik hotela bio je Elemer Vajda. Također bio je i vlasnik drugog hotela Hackl, današnje upravne zgrade Mesne industrije Vajda d.d. koja jedan dio svog vremena postojanja bila i tvornica šampanjca. Hotel Bahnhof je radio do Drugog svjetskog rata, a kasnije su na

---

<sup>73</sup> Međimurska županija, *History*, 2016., <https://medjimurska-zupanija.hr/2016/03/14/medjimurje-county-history/> (15.07.2021.)

prvom katu bili stanovi te u prizemlju trgovina. Sve do 1990. godine, zgrada hotela bila je neiskorištena i u lošem stanju, kada je srušena i postala ugostiteljski objekt Royal koji je pružao usluge noćenja te bio diskoklub.<sup>74</sup>



Slika 5: Hotel Bahnhof u Čakovcu

Izvor 5: <https://i2.wp.com/blagamisterije.com/wp-content/uploads/2018/04/hotel14.jpg?resize=410%2C308&ssl=1> (19.07.2021.)

Nadalje, nekadašnji hotel Metropol danas je zgrada Međimurske županije. Hotel Metropol je bio hotel B kategorije te pravi hotel u ono vrijeme. Bio je najpoznatiji po svojoj ukusnoj hrani i zabavama, a po pričanju starije populacije tamo su uslugu pružale animir-dame. Hotel je imao luksuzne, velike, uredne i čiste sobe. U prizemlju hotela nalazio se salon s biljarom i restoran. Učinkovito i izvrsno je radio sve do kraja Drugog svjetskog rata te se tada na prvom katu otvorila i smjestila uprava vanjske općine Čakovec, a na drugom bivši Vojni odsjek. Čitavu zgradu, 1963. godine, uzima Općina Čakovec.<sup>75</sup>

Hotel izgrađen 1966. godine, koji i danas postoji, bio je hotel Park. Tada je Hotel raspolagao s 44 ležajeva, restoranom s 45 mjesta i barom. Modifikacija i dogradnja od šest katova, a bila je izvršena 1978. godine zbog potrebe većeg kapaciteta. Danas Hotel posluje sa poduzećem Union d.d. Čakovec te spada u B kategoriju hotela, sa smještajnim kapacitetom od 220 ležajeva, a restoran ima 350 mjesta za goste. Osim toga, Hotel danas raspolaže modernom kuhinjom, recepcijom,

<sup>74</sup> Pospišil, S., *100 godina čakovečkih razglednica*, Tiskarnica Ritonja d.o.o., Čakovec, 2004., str. 24

<sup>75</sup> Ibidem, str. 25

barom, frizerskim salonom i praonicom roblja. Nalazi se u blizini Starog grada Zrinski i centra Čakovca. Isto tako, mjesto je održavanja različitih manifestacija, svadbenih svečanosti, seminara i savjetovanja, maturalnih večeri te drugih kulturno-zabavnih priredbi.<sup>76</sup>



Slika 6: Hotel Park u Čakovcu

Izvor 6: <https://izgradnjafutura.hr/wp-content/uploads/2020/04/151515203.jpg> (19.07.2021.)

Prvi trgovački kasino, izgrađen je krajem 20. stoljeća. U zgradi su bili smješteni salon za kartanje i druge igre koje su tada bile poznate, te salon za žene. Postojao je i salon za čitanje novina i stručne literature, ali samo za članove kazina. Također, postojala je i dvorana za poslovne domjenke, ples i balove. Tada su vrlo često bili organizirani koncerti, večer poezije, a u zimskom razdoblju tečajevi i predavanja. Sve je to nestalo, odnosno izgubilo prvobitnu namjenu, nakon Drugog svjetskog rata. Nakon rata, useljava se Sindikat koji postoji i danas. Građani Čakovca tu zgradu nazivaju zgrada Sindikata. Danas se zgradi polako vraća prvobitna, kulturno-društvena namjena.<sup>77</sup>

---

<sup>76</sup> Pospišil, S., 100 godina čakovečkih razglednica, Tiskarnica Ritonja d.o.o., Čakovec, 2004., str. 26

<sup>77</sup> Ibidem, str. 27



Slika 7: Prvi trgovački kazino, danas zgrada Sindikata, u Čakovcu

Izvor 7: <https://media-cdn.tripadvisor.com/media/photo-s/08/45/2d/c6/zgrada-doma-sindikata.jpg> (19.07.2021.)

Čakovečko kupalište izgrađeno je 1934. godine i tada se to smtralo vrlo europskim. Nalazio se u parku kod Perivoja Zrinski. Imalo je dva bazena, drvene kabine te tuševe. Godine 1963. dobiva treći bazen koji je olimpijskih dimenzija. Kupalište dobiva nove tuševe i skakaonice, uređuje se vanjski teren kupališta u svrhu sporta, teren za odbojku te stolovi za stolni tenis, sadi se drveće i uređuje okoliš. Isto tako, kupalište je imalo restoran koji je u ljetnim mjesecima organizirao poznati ljetni plesnjak i različite kulturno-zabavne manifestacije. Zbog odluke Gradskog vijeća Čakovca kupalište je 1995. godine zatvoreno, odnosno srušeno i zatrpano. Kasnije je počeo projekt gradnje novog kupališta, lokacija je Sportski centar Mladost. Tamo se nalaze zatvoreni bazeni, a u planu je i gradnja vanjskog bazena. Isto tako, od nekadašnjeg kupališta ostao je mali dječji bazen koji je danas fontana.<sup>78</sup>

---

<sup>78</sup> Pospišil, S., 100 godina čakovečkih razglednica, Tiskarnica Ritonja d.o.o., Čakovec, 2004., str. 28



Slika 8: Čakovečko kupalište

Izvor 8: <https://medijmurjepress.net/wp-content/uploads/2020/06/unnamed-4-1.jpg>

(19.07.2021.)

Termalni izvor, današnjeg Resorta LifeClass Terme Sveti Martin, otkriven je davne 1911. godine kada je englesko-mađarska tvrtka London Budapest provodila istraživanje za otkrivanje nafte. Otkrivena je ljekovita funkcija vode pa je 1936. godine izgrađen jedan drveni bazen, jedan natkriveni bazen te sedam kada za namakanje u vodi. Nakon Drugog svjetskog rata država uzima toplice u svoje ruke, a pet godina kasnije kratko prelazi u ruke privatnika, zatim vođenje toplica preuzima sindikat te poduzeće Union iz Čakovca. Tek 1996. godine, poduzeće Modeks kupuje i uređuje toplice. Tada su renovirani bazeni, objekti, svlačionice, sanitarije te je napravljena prilazna cesta i restoran. Do 2003. godine toplice su imale naziv Toplice Vučkovec. Iste godine toplice dobivaju naziv Terme Sveti Martin i doživljavaju snažni poslovno turistički razvoj. Iz godine u godinu Resort se širio i postao lider u kontinentalnom turizmu te stekao svoj imidž i prepoznatljivost zbog prirodne baštine, ljubaznost osoblja te kvaliteti usluga. Poznati slovenski brand LifeClass je 2014. stigao i pretvorio Resort u LifeClass Terme Sveti Martin. Cilj i misija terma i LifeClass su zdrav život, sport i rekreacija te lokalna gastronomija. Također, nastali su elementi Healthness filozofije koji su suglasni s filozofijom Dr. Rudolfa Steinera. Elementi koji se javljaju su odmor, wellness uživanje i zdrava gastronomija koja održava ravnotežu tijela, uma i duha. Terme su ove 2021. godine, postale poznat brand koji garantira



kvalitetnu uslugu i zadovoljstvo gosta kao „Prvi Healthness resort u Europi“.<sup>79</sup> Danas Resort ima ponudu Apartmana Regina sa 120 apartmana. Od 2009. Resort nudi smještaj u Hotelu četiri zvjezdice „Terme Sveti Martin“ sa kapacitetom od 320 ležajeva, od njih 151 su moderno opremljeni i 6 suite-a. Resort, osim opuštanja i aktivnog odmora, nudi kongres i team building uz autohtoni gurmanski doživljaj te prekrasnu zelenu prirodu. Smješten je u zaštićenoj prirodi gornjeg Međimurja, u blizini urbanih središta, događaja, festivala i znamenitosti.



Slika 9: LifeClass Terme Sveti Martin

Izvor 9:

[https://croatia.hr/sites/default/files/styles/image\\_full\\_width/public/migrate/terme\\_sv\\_martin\\_TSM%25201.jpg?itok=UF0TRP8z](https://croatia.hr/sites/default/files/styles/image_full_width/public/migrate/terme_sv_martin_TSM%25201.jpg?itok=UF0TRP8z) (23.07.2021.)

Najmlađi hotel izgrađen je 2018. godine u Čakovcu, Business & City break Hotel Castellum\*\*\*\*. Hotel je smješten u samom centru Čakovca uz Perivoj Zrinski te blizini Starog grada. Upravlja s 30 moderno opremljenih smještajnih jedinica, cardio fitness i ZEN Massage & Therapy centar. Također nudi parking pod video nadzorom i besplatnu praonicu za električna vozila. Što se tiče gastro ponude, hotel nudi Watch bar s terasom, Sky bar s pogledoma na grad i intiman Wine bar koji uvodi u moguće planiranje izleta po Međimurskim bregima. Isto tako ima posebnu ponudu za ljubitelje avanture i prirode, Bike priča koja nudi laganom vožnjom upoznavanje prekrasnog krajolika Međimurja uz bogatu kulturo-povijenu baštinu te domaćine koji dočekuju goste s osmijehom i čašom kvalitetnog vina.<sup>80</sup>

<sup>79</sup> Terme Sveti Martin, *Povijest resorta*, <https://www.termesvetimartin.com/hr/> (23.07.2021.)

<sup>80</sup> Castellum, Čakovec, *O hotelu*, <https://www.castellum-cakovec.com/> (23.07.2021)



Slika 10: Business & City break Hotel Castellum\*\*\*\* u Čakovcu

Izvor 10: <http://www.visitmedimurje.com/images/Castellum.jpg> (23.07.2021.)

U sklopu poduzeća Tehnix d.o.o. u Donjem Kraljevcu otvoren je 2008. godine ugostiteljski objekt Hotel Kralj\*\*\* koji svojim krajolikom privlači goste iz Hrvatske te susjednih zemalja i pruža jedinstven odmor cijele godine. Na prostoru zelenila i potoka Bistrec nudi užitak prirode i autohtoni dašak donjeg Međimurja koji je poznat kao najljepši hrvatski cvjetnjak. Sveukupno ima 20 smještajnih jedinica i 20 parkirnih mjesta za goste. Osim usluge noćenja hotel nudi mogućnost organiziranja poslovnih sastanaka, team buildinga, seminara i kongresa. Gosti u neposrednoj blizini mogu posjetiti Centar Rudolf Steiner o kojem je nešto više objašnjeno u daljnjem tekstu.<sup>81</sup>

---

<sup>81</sup> Hotel Kralj, O hotelu Kralj, <https://hotelkralj.com.hr/> (25.07.2021.)



Slika 11: Hotel Kralj u Donjem Kraljevcu

Izvor 11: <https://hotelkralj.com.hr/enaghafe/2021/02/hotel-12-768x480.jpg> (25.07.2021.)

Poslovni turizam razvija se i na području donjeg Međimurja, točnije područje grada Preloga te rezultira pozitivnim ekonomskim učinkom grada. Grad Prelog nudi dva hotela sa tri zvjezdice, Hotel „Prelog“ i Hotel „Panorama“, te jedno prenoćište, „Gradska kavana Lovac“.

Hotel Prelog\*\*\* smješten je u centru grada Preloga. Idealan je za goste koji putuju zbog posla, ali i za turiste. Malen hotel sa svega 12 komforno opremljenih soba koje su moderno uređene prema visokim standardima. Osim smještajnih jedinica, hotel gostima nudi restoran s raznovrsnom i kvalitetnom hranom, fitness i parking.<sup>82</sup>

---

<sup>82</sup> Hotel Prelog, <https://hotel-prelog.com/> (25.07.2021.)



Slika 12: Hotel Prelog

Izvor 12: <https://hotel-prelog.com/wp-content/uploads/hotel-prelog-7-1030x686.jpg>

(25.07.2021.)

Hotel Panorama\*\*\* se nazali uz najveće akumulacijsko jezero u Hrvatskoj. Otvoren je cijele godine koji pruža sve što je potrebno za aktivan odmor, opuštanje te gastronomski užitek. Uz hotel otvoren je i sportsko-rekreacijski centar DG Sport koji nudi sportske sadržaje za goste hotela i posjetitelje. Hotel je orijentiran na obitelj, sport te najmlađima nudi dječje igralište uz ljetnu terasu hotela. Cilj im je postati mjesto susreta za sve generacije.<sup>83</sup>



Slika 13: Hotel Panorama

Izvor 13: [https://tjedanrestorana.com/wp-content/uploads/2020/03/IMG\\_0056-TR2-1.jpeg](https://tjedanrestorana.com/wp-content/uploads/2020/03/IMG_0056-TR2-1.jpeg)

(25.07.2021.)

---

<sup>83</sup> Hotel Panorama, <http://dg-sport.com/panorama/> (25.07.2021.)

Kulturna događanja većinom su se razvijala u najvećem gradu u Međimurju, u Čakovcu. Prva takva događanja vezana su uz tribinu „Čakovec četvrtkom“ koja se počela održavati od 2. listopada 1969. godine.<sup>84</sup> Tamo su se održavale predstave iz cijele Hrvatske. Isto tako, na toj tribini nastupali su glazbeni orkestri iz Hrvatske i inozemstva, operni umjetnici te svečane premijere hrvatskih filmova. Poznata kulturna manifestacija koja traje i danas prvi put je organizirana 1974. godine, pod nazivom „Majski muzički memorijal Josip Slavenski“ te je ta manifestacija skrenula pozornost domaćoj i svjetskoj kulturnoj javnosti na veliko ime moderne glazbe, Josipa Štolcera Slavenskog.<sup>85</sup> Tzv. prvorazredni kulturni događaj pojavio u Čakovcu početkom studenog 1981. godine, svečanim otvorenjem Centra za kulturu te kazališnom predstavom „Banket u Blitvi“ Miroslava Krleže. Danas Centar za kulturu, osim predstava, emitira i kino programe te je to bio početak kulturnog razvoja grada.

U travnju 1968. godine sa radom započinje Radio Čakovec, današnji Hrvatski radio Čakovec, koji je osmišljen kao djelatnost Općinskog informativnog centra. Tek od svibnja iste godine program se počeo emitirati svakodnevno. Prema podacima iz 2004. godine postojeće radio stanice su Hrvatski radio Čakovec, Radio 1 Čakovec (Radio Nedelišće), Gradski radio Čakovec, MEDIA – MAX-RADIO 105 Selnica, Radio «STUDIO M» Donji Kraljevec i Radio «MEĐIMURJE» Kotoriba. Prva kabelska televizija realizirana je 1989. godine kada se osnovao Kabelsko-distributivni sustav (KDS). Početkom rada KDS je nudio 6 domaćih i 6 satelitskih programa te 6 radijskih programa. Danas postoji program pod imenom Čakovečka televizija koja prati zbivanja u Međimurju i okolici.

Osim gradnje hotela, restorana, gostionica i razvoja ugostiteljskih usluga, bitna atrakcija je i Stari grad, odnosno tvrđava Zrinski koja je 1954. godine postala Muzej Međimurja Čakovec. Muzej čuva i priča priče o kulturno-povijesnoj baštini Međimurja. Također niz kulturno-umjetničkih udruga čuvaju i oživljavaju folklornu baštinu narodnim nošljama i tadašnjim tradicionalnim plesovima. Njima se 2001. godine priključila Udruga građana «Zrinska garda Čakovec» koja promovira slavu grofova Zrinskih.<sup>86</sup> Muzej *Croatia insulanus* Grada Preloga otvoren je 2013. godine, a smješten je u historicističkoj katnici sagrađenoj između 19. i 20. stoljeća. Muzej vrši djelatnost skupljanja, čuvanja i istraživanja civiliziranih, kulturnih i prirodnih dobara te

---

<sup>84</sup> Kalšan, V., *Međimurska povijest*, Tiskarnica Ritonja, Međimurska županija, Čakovec, 2006., str. 405

<sup>85</sup> Loc. cit.

<sup>86</sup> Kalšan, V., *Međimurska povijest*, Tiskarnica Ritonja, Međimurska županija, Čakovec, 2006., str. 445

njihovu stručnu i znanstvenu obradu radi trajne zaštite.<sup>87</sup> Svrha muzeja je obogaćivnje i širenje kulture domaćeg stanovništva, a samo postojanje muzeja kao ustanove podrazumijeva dobrobit šire javnosti, služi obrazovanju te upoznavanju kulturne baštine određenog područja. Muzej je posjećen od strane domaćih, ali i stranih posjetitelja. Centar dr. Rudolfa Steinera, u Donjem Kraljevcu, otvorio je svoja vrata 2007. godine.<sup>88</sup> To je multidisciplinarna institucija koja spaja znanost, umjetnost i turizam koje su temeljene na znanju i filozofiji dr. Rudolfa Steinera. Provodi edukativne radionice na području biodinamike. Centar čuva i njeguje rodnu kuću dr. Rudolfa Steinera koju niz godina posjećuju turisti iz cijelog svijeta. Vrijedi spomenuti pokojnu Elizabetu Toplek, poznatu tetu Lizu iz Donje Dubrave, koja je svoju nacionalnu slavu stekla pjevanjem međimurskih narodnih popevki.

Turistička zajednica Međimurske županije osnovana je 1999. godine i tada je Međimurje imalo svega 6 smještajnih objekata s ostvarenjem od 15 000 noćenja na godinu. Razvojem turizma i manifestacija Međimurje je došlo do više od 200 000 noćenja sa 104 smještajnih kapaciteta i 1783 ležajeva. Također Međimurje je dobilo titulu najbolje turističke destinacije kontinentalne Hrvatske te TOP 10 malih regija Europe za strategiju privlačenja investicija.

---

<sup>87</sup> Muzej Croata insulanus Grada Preloga, *O muzeju*, [https://muzej-croata-insulanus.hr/o\\_muzeju/](https://muzej-croata-insulanus.hr/o_muzeju/) (27.07.2021.)

<sup>88</sup> Centar dr. Rudolfa Steinera, *O nama*, <https://centar-rudolf-steiner.com/o-nama/> (27.07.2021.)

GODINA	NOĆENJA		UKUPNO NOĆENJA	DOLASCI		UKUPNO DOLAZAKA
	Domaći	Strani		Domaći	Strani	
2005.	17 033	12 811	29 844	7 776	6 454	14 230
2006.	26 098	10 360	36 458	14 730	7 230	21 960
2007.	42 143	9 015	51 158	19 809	9 100	28 909
2008.	52 477	15 823	68 300	24 342	10 677	35 019
2009.	43 228	14 813	58 041	21 776	10 575	32 351
2010.	51 581	16 392	67 973	27 422	10 880	38 302
2011.	54 105	18 681	72 786	26 009	11 360	37 369
2012.	58 831	30 848	89 679	26 146	12 404	38 550
2013.	64 043	29 749	93 792	28 986	12 883	41 869
2014.	59 241	47 631	106 872	28 205	18 153	46 358
2015.	66 982	63 479	130 461	31 156	26 911	58 067
2016.	66 434	77 866	144 300	31 579	27 878	59 457
2017.	84 261	89 476	173 737	38 215	33 804	72 019
2018.	86 821	108 849	195 670	39 596	38 425	78 021
2019.	92 667	122 188	214 855	43 465	41 056	84 521
2020.	66 244	56 958	123 202	26 482	16 239	42 721

Tablica 2: Prikaz ostvarenih noćenja i dolazaka 2005. – 2020. godine

Izvor 2: TZ Međimurje

U tablici je prikazan broj noćenja između 2005. godine i 2020. godine te se može zaključiti kako je 2019. godina bila rekordna godina sa 214 855 noćenja i 84

521 dolazaka. Posjetitelji koji često posjećuju Međimurje su iz ostatka Hrvatske, zatim iz Slovenije, Njemačke, Austrije, Poljske, Mađarske te Bosne i Hercegovine.

### 4.3. Razvoj turizma događaja

Kao što je spomenuto pethodnomu poglavlju prve manifestacije su počele 1969. godine. Posjetitelji prvih manifestacija bili su građani Međimurske županije. Postepeno su se razvijale i postale prepoznatljive javnosti te ih danas posjećuju turisti ih cijele Hrvatske i susjednih zemalja poput Austrije, Slovenije, Mađarske i drugih.

Danas je Međimurje postalo jedno od turistički razvijenih regija kontinentalne Hrvatske. Ima više od 80, točnije 84, različitih manifestacija.<sup>89</sup> Od sportskih (Utrka Općine Mala Subotica, ČK 10, Hog Race i dr.), glazbenih (Jazz Fair, Festival komorne glazbe, Majski muzički memorijal Jospi Štolcer Slavenski i dr.), gastronomskih (Beer and burger fest, Z vrta na vaš stol, Festival meda, Festival jagoda, Bakini kolači i dr.), vjerskih (Božićni sajmovi, Uskrs u Nedelišću, Antunovo proštenje), tradicionalnih (Lov na labuđe pero, Dani zlata i starih zanata, Dani šibe i ribe i dr.) pa sve do kulturnih (Smjena straže Zrinske garde, Dan grada Čakovca, Dani turizma Općine Sveti Martin na Muri, Galerija na otvorenom, Ljeto uz Muru, Međunarodna smotra dječjeg folklora i dr.)

Različite udruge sudjeluju u promoviranju Međimurja kao turističke destinacije, ali i u formiranju turističkog proizvoda ili usluge kako bi Međimurje podiglo svoju atraktivnost i prepoznatljivost. Primjerice, to su udruge koje djeluju radi zaštite, interpretacije i razvoja poljoprivrede te domaćih i tradicionalnih proizvoda (npr. međimurski kravljji sir, pčelarstvo i zaštita autohtone sive pčele, vinogradarstvo i vinarstvo). Te iste udruge organiziraju i manifestacije, pr. Urbanovo, gdje prezentiraju svoje proizvode koje posjetitelji mogu kupiti i uživati u njima u svojim domovima. Također podržava i promovira oznaku podrijetla i izvrsnosti te povezanosti različitih proizvođača, tzv. Cesta tradicije. Cesta tradicije je mreža koja povezuje desetak radionica tradicionalnih zanata, npr. lončar, pletač šibar tradicionalnih jela, ispiraći

---

<sup>89</sup> Visit Međimurje, *Manifestacije*, <http://www.visitmedimurje.com/manifestacije.asp?id=43&m=2&mm=11&kt=Manifestacije> (28.07.2021.)



zlata, drvorezbar, tkalja i slično. Obrtništvo je nekad bio način preživljavanja. Posjetitelji se mogu uključiti u tradicionalni rad obrtnika i izraditi proizvod po vlastitim željama. Osim toga sve više jača suradnja između ruralnih dionika i lokalnih akcijskih grupa, LAG Međimurski doli i bregi te LAG Mura – drava, koje razvijaju ruralni turizam te Udruga kuhara, Obrtnička komora Međimurja i Županijska komora Čakovec.

Konačno, među institucionalne dionike razvoja turizma valja ubrojiti i strukovne, odnosno gospodarske udruge, prije svega HGK - Županijska komora Čakovec u sklopu koje djeluje strukovno udruženje za turizam, potom Obrtničku komoru Međimurja te Udrugu kuhara.

## 5. Turizam događaja u Međimurju

U nastavku slijede primjeri manifestacija u Međimurju koji su poznati u Hrvatskoj i šire. Kulturna manifestacija Porcijunkulovo već niz godina povezuje vjerske i svjetske sadržaje u jednu cjelinu te obogaćuje i staro i mlado. Ta manifestacija je tradicionalno vjersko proštenje u Čakovcu koje privlači vjernike, ali i trgovce iz Hrvatske, Slovenije i Mađarske. Gospodarsko-turistička manifestacija Urbanovo dijeli se na tri dijela, Festival Pušipela, Dani otvorenih podruma i blagdan Svetog Urbana uz Vinski bal. Uz manifestaciju promoviraju se Međimurska vinska cesta te autohtoni proizvodi Međimurja. Forestland je glazbeno-kulturna manifestacija za sve generacije koji vole elektronsku glazbu, ples, zabavu i druženje. Događaj novijeg datuma koji je bio nominiran za najbolji domaći festival.

### 5.1. Porcijunkulovo

Manifestacija Porcijunkulovo je najznamenitija manifestacija na području Međimurja, traje 6 dana krajem srpnja i početkom kolovoza svake godine. U centru Čakovca prikazuju se autohtoni, ručno rađeni proizvodi. Izvorno, Porcijunkulovo, je osmišljeno kao „sajam tradicijskih zanata“ povezan uz crkveni blagdan Gospe od anđela – Porcijunkule 2.8. te iz godine u godinu, kako se manifestacija razvijala i širila svoj opseg, ostvarila je status najveće manifestacije u Međimurju. Slavlje tradicionalnog vjerskog proštenja Porcijunkulovo traje već 57 godina te povezuje tradiciju, vjeru i moderne sadržaje koji su jedinstveni, zanimljivi i edukativni svim generacijama. Prijevod riječi „Porcijunkula“ označava komadić, djelić, čestica. Poznata je po porcijunkulskim oprostom kojim se opraštaju svi grijesi.

Zaštitni znak same manifestacije su kišobrani koji se postavljaju diljem centra pa sve do crkve Gospe anđeoske, točnije franjevački samostan. Nešto manje od 300 izlagača nudi autentične suvenire i rukotvorine, pokazuju način izrade tradicijskih proizvoda koji su specifični za međimurski kraj, ali i bogatu gastronomsku ponudu. Osim raznovrnost okusa, mirisa i boja Međimurja, nudi se i razni programi za sve generacije. Od dječjih igraonica, radionica i pričaonica pa sve do umjetničkih izložbi, promocije specifičnih djelatnosti i udruga iz domaćih i inozemnih regija. Posjetitelji

moгу sudjelovati u edukativnim radionicama starih zanata, streličarstvu i uličnim glazbenim nastupima. Primjer toga može biti atraktivna prezentacija mlaćenja žita, Kulturno umjetničkog društva Mačkovec, ručno mlaćenje požetog žita i odvajanje zrnja od klasja. Posjetitelji mogu vidjeti, s jedne strane težak, zahtjevan i dug postupak, a s druge uživanje u druženju, radu i povezanosti među susjedima kojeg danas rijetko ima.



Slika 14: Porcijunkolovo

Izvor 14: [https://www.visitcakovec.com/wp-](https://www.visitcakovec.com/wp-content/uploads/2019/04/57154706_2145973728815775_5250331733898821632_n-960x520.jpg)

[content/uploads/2019/04/57154706\\_2145973728815775\\_5250331733898821632\\_n-960x520.jpg](https://www.visitcakovec.com/wp-content/uploads/2019/04/57154706_2145973728815775_5250331733898821632_n-960x520.jpg)  
(05.08.2021.)

Brojni međimurski vinari sudjeluju, sa svojim kvalitetnim i nagrađivanim vinima, u manifestaciji. Od 2019. godine, novitet za ljubitelje vina je Vino-Grad koji je smješten u Perivoju Zrinski, a privlači posjetitelje svojom atmosferom i međimurskim vinima. „*Ako je Međimurje otok između dviju rijeka i hrvatski cvjetnjak, tad mu s lakoćom pripisujemo i epitet domovine božanskog pila. U vinu su istina i zdravlje, pospješen krvotok i dobro raspoloženje kakvog ne nedostaje ni u vinogradima kad se vodi briga o svakom trsu.*“<sup>90</sup>

Također, sama manifestacija ima duhovni program pa se održava obred svete mise na nekoliko jezika, točnije na hrvatskim, slovenskim i mađarskim jezikom, i procesija centrom grada. Cilj manifestacije je oplemenjivanje turističke ponude, zaštita i valorizacija tradicionalnih vrijednosti Međimurja. Ključni dio manifestacije

---

<sup>90</sup> Turističke priče, *Međimurska eno-gastronomija – jedan od ukusnih razloga za posjetu Međimurskoj županiji*, <https://www.turistickeprice.hr/medimurska-eno-gastronomija-jedan-od-ukusnih-razloga-za-posjetu-medimurskoj-zupaniji/?amp> (05.08.2021.)

Porcijunkulovo su izlagači, njih nešto manje od 300. Na samom kraju manifestacije, TZ Čakovec daje priznanje najboljim izlagačima po kategorijama, ali i zahvala ostalim izlagačima koji vjerno i marljivo predstavljaju te čuvaju od zaborava stare zanate Međimurja.

Porcijunkulovo, u večernjim satima, posjetiteljima nudi uživanje uz besplatne koncerte hrvatskih glazbenika. Ove, 2021., godine zbog epidemioloških mjera, koje je donio stožer radi zaštite rezidenata i posjetitelja, za koncerte je trebalo imati potvrdu o preboljenju COVID-19 ili o cijepljenju ili negativan test koji se mogao napraviti ulaskom u predviđeni prostor koncerta.

Promocija manifestacije vrši se putem internetske stranice gdje se budući posjetitelji mogu informirati, preko međimurskih radio stanica te primjena nove tehnologije, odnosno aplikacija za „pametne telefone“, za android i IOS platformu koja ima sve informacije.

Porcijunkulovo je 2018. i 2019. godine upala na listu TOP događanja u Hrvatskoj, što znači da je prihvaćena i prepoznata kao kvalitetna i vrhunska manifestacija te je to poticaj TZ Čakove i svim izlagačima za budući rad i čuvanje bogate tradicijske kulturne baštine.

<b>BROJ POSJETITELJA I IZLAGAČA 2010-2019</b>		
<b>GODINA</b>	<b>BROJ POSJETITELJA</b>	<b>BROJ IZLAGAČA</b>
2010	70 000	-
2011	80 000	100
2012	100 000	123
2013	120 000	126
2014	200 000	142
2015	220 000	171
2016	230 000	218
2017	300 000	226
2018	300 000	244
2019	260 000 (nešto manje zbog otkazivanja jednog koncerta)	278

Tablica 3: Broj posjetitelja i izlagača na manifestaciji Porcijunkulovo 2010. – 2019. godine

Izvor 3: TZ Čakovec

U tablici 3 je prikazan zaokruženi broj posjetitelja i broj izlagača između 2010. i 2019. godine te se može zaključiti kako se broj povećava iz godine u godinu. Rekordna godina je bila 2018. sa nešto više od 300 000 posjetitelja i 244 izlagača.

## 5.2. Urbanovo

„Urbanovo – Dani vina u Županiji Zrinskih“ je međunarodna tradicionalna manifestacija koja je počela 2000. godine. Cilj manifestacije je promocija Međimurske vinske ceste kao primjer turističkog proizvoda, ali i Međimurja kao turističke destinacije. Sam naziv „Dani vina u Županiji Zrinski“ objašnjava da se uz manifestaciju predstavlja povijesno nasljeđe te bogata turistička i eno-gastronomska ponuda Međimurja.

Sve je počelo, u mjestu Sveti Urban 25.05. kada se slavi zaštitnik vinograda i vinara Sveti Urban, u društvenom domu gdje se degustiralo vino međimurskih vinara i sa prigodnom zabavom. Manifestacija je, 2008. godine, promijenila lokaciju u Štrigovu u sportsku dvoranu gdje se kvaliteta organizacije poboljšava.

Prema tome, uz stalni porast izlagača i posjetitelja, Urbanovo danas uz partnerstva i suradnju s drugim županijama i vinskim regijama Hrvatske (dosada Zadarska, Istarska, Primorsko-goranska, Osječko-baranjska i Zagrebačka) označava manifestaciju od državnog karaktera i značaja. Pomoću stranih ulagača iz Slovenije, Austrije i Mađarske manifestacija širi svoj utjecaj preko granica Hrvatske.



Slika 15: Urbanovo

Izvor 15: [https://www.visitmedimurje.com/images/urbanovo\\_01.jpg](https://www.visitmedimurje.com/images/urbanovo_01.jpg) (05.08.2021.)

Zbog COVID-19 pandemije manifestacija se 2020. godine nije održala. Ove, 2021., godine seli se na novu lokaciju u Štrigovi u društveni dom koji je potpuno renoviran i namijenjen za takve prigode. Još jedna prednost centra Štrigove je da će cijelo mjesto zaživjeti s ugostiteljskom ponudom, ali i smještajem.

### 5.3. Forestland

Spontani početak glazbenog festivala Forestland započeo je 2013. godine kada je nekoliko zaljubljenika u glazbu pokrenuli svoj festival. Već devet godina im je posao organiziranja jednog od jačih festivala, uz festival Ferragosto, u Hrvatskoj. Festival traje 48 sati, ima tri pozornice (main stage, forestroom i beach stage) te u sklopu festivala postoji kamp za goste. Ovo je neovisni festival koji se sam financira i organizatorima daje slobodu pri organiziranju. Kako završava jedan festival, tako počinju planovi za idući.

Kontinentalni, točnije sjeverni, dio Hrvatske je netaknut jer se većina festivala održava na obali Jadrana i u glavnom gradu, Zagrebu. Organizatori ističu kako je „*Forestland je smješten u srcu Europe, mjestu koje tek otkrivaju turisti, no koje polako, ali sigurno postaje hit.*“<sup>91</sup> Lokalna turistička zajednica Štrigova i TZ Međimurske županije daju im podršku prilikom planiranja festivala. Ugostili su brojne velike svjetske, regionalne i domaće artiste, ali daju priliku i novim artistima koji rade na sebi, glazbi i imidžu.

---

<sup>91</sup> Jutarnji list, *Forestland*, <https://www.jutarnji.hr/kultura/glazba/forestland-iz-mladenacke-zaigranosti-nastao-je-ambiciozan-festival-u-sumici-na-koji-se-svi-rado-vracaju-7418037> (07.08.2021.)



Slika 16: Forestland

Izvor 16: <https://img.24sata.hr/f1fSoO1V4-v6paWoRFNVjz-TIVk=/1200x800/smart/media/images/2017-22/forestland-4.jpg> (07.08.2021.)

Smješten je u šumici, u Brezju, nedaleko od Čakovca. Prve dvije godine festival se održavao u Vučetincu, ali zbog velikog broja posjetitelja i pozitivnih komentara festival su, 2015. godine, premjestili na veći prostor, u Brezje. Najviše posjetitelja ima iz Slovenije, koje ne smatraju strancima jer su udaljeni svega 20-tak kilometara, zatim Mađarska, Austrije pa čak i Rumunjske. Prve dvije godine, 2013. i 2014. Ulaz na festival bio je besplatan. Danas je cijena ulaznica relativno mala, svega 100 kuna za oba dana, a 160 kuna izdvajaju oni koji žele kampirati.

GODINA	POSJETITELJI		
	1. DAN	2. DAN	
2013	Okolo 1000		
2014	Nešto više od 1000		
2015	2000	1500 (KIŠA)	<b>3. DAN 3500</b>
2016	3500	3500	
2017	3500	4000	
2018	3500	4500	
2019	4000	5000	
2020	ODGOĐENO		
2021	4000	5000	

Tablica 5: Broj posjetitelja manifestacije Forestland

Izvor 5: Krešimir Biškup, suorganizator Forestlanda

Tablica 4 prikazuje broj posjetitelja manifestacije Forestland. Prve dvije godine, 2013. i 2014., broj posjetitelja je okviran jer nije bilo ulaznica, odnosno ulaz je bio besplatan. Treću godinu, 2015., manifestacija je trajala tri dana, a zadnje dvije godine, 2019. i 2021., bilo je najviše posjetitelja.



## 6. Budućnost turizma u Međimurju

Duboka interna i eksterna analiza okruženja pomaže pri definiranju budućnosti turizma Međimurja. Pomoću elemenata razvojnih načela određuju se kriteriji za izbor opcija razvoja te strategiju razvoja. Interna analiza podrazumijeva opće podatke određene destinacije, u ovom radu Međimurske županije, gospodarstvo, institucionalni okvir, turistička atrakcijska osnova i suprastruktura, performanse turističkog sektora te novi projekti u funkciji razvoja turizma. Analiza tržišta, odnosno eksterna analiza obuhvaća kvantitativne trendove i prognoze, kvalitativne trendove od interesa za turizam u Međimurskoj županiji, obilježja kvalitativnih trendova, primjeri dobre prakse te konkurentna pozicija Međimurske županije. Primjeri dobre prakse turizma u Međimurskoj županiji su vinski turizam, biciklizam, pješaćenje/planinarenje te kulturni turizam.

Nakon analize slijede vizija i ciljevi turističkog razvoja. Vizija turističkog razvoja predstavlja željeni uspjeh turizma neke destinacije. Vizija mora spojiti i ujediniti razne interesne skupine kako bi se ostvarili zajednički ciljevi tijekom duljeg razdoblja. Što znači da mora označavati ključne odrednice koje dočaravaju kulturno-povijesni identitet te način života rezidenata Međimurja. Razvojna vizija Međimurja ima pet faktora koji uokviruju platformu djelovanja dionika radi ostvarivanja cilja:<sup>92</sup>

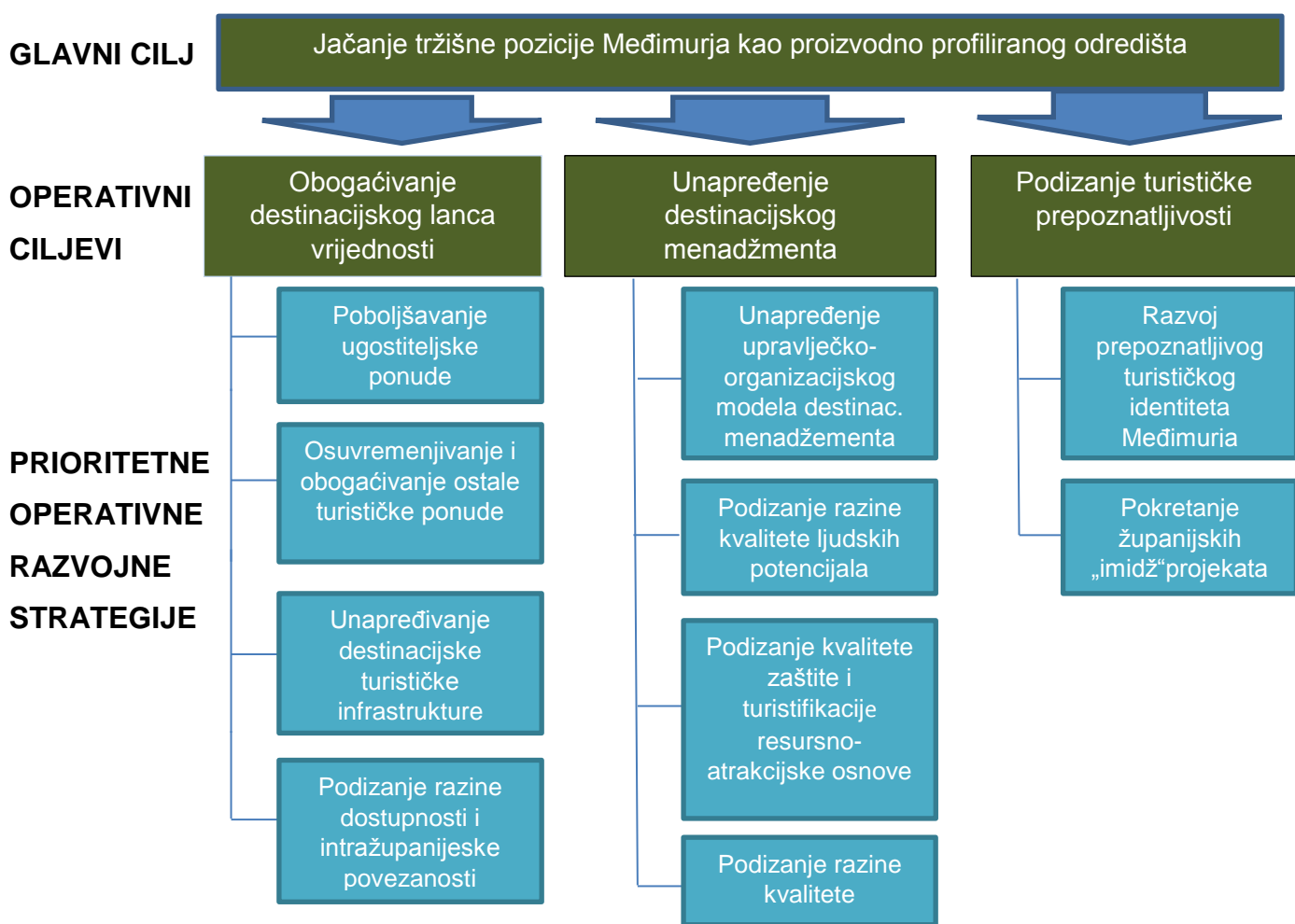
1. Međunarodna konkurentnost i vidljivost
2. Proizvodna fokusiranost
3. Bogatstvo raznolikosti sadržaja
4. Ekološka odgovornost
5. Integriranost i poticanje

Faktori određuju razvojnu viziju Županije na način, „*Odražavajući posebnost identiteta proizašlog iz povijesti prostora omeđenog dvjema rijekama te opisanog brojnim pričama, Međimurje je prepoznatljiva i konkurentna srednjoeuropska turistička regija dinamičnog i zdravog odmora koja se aktivnim i zainteresiranim posjetiteljima predstavlja bogatom mrežom inovativnih sadržaja u ambijentu bajkovitih gorica i ruralnih prostora, zanimljivih gradova, zaštićene flore i faune te*

---

<sup>92</sup> Međimurska županija, *Masterplan razvoja turizma Međimurske županije do 2020.*, Institut za turizam, Zagreb, 2016., str. 77

nedirnutih meandara i snažnih voda. Maksimirajući zaštitu i razvojni potencijal prirodne i kulturne baštine, upravljanje turizmom Međimurske županije zasniva se na integriranom destinacijskom i županijskom upravljanju te poticajnoj poduzetničkoj turističkoj politici usmjerenoj na stvaranje prilika za poduzetničku aktivnost te financijsko i nefinancijsko poticanje.<sup>93</sup> Također, poslije definiranja vizije, moraju se definirati ciljevi turističkog razvoja koji detaljnije opisuju viziju. Vizija se pomoću ciljeva dijeli na konkretne, detaljnije i operativne zadatke.



Slika 17: Sustav ciljeva i operativnih strategija razvoja turizma Međimurske županije do 2020. godine

Izvor 17: Institut za turizam

<sup>93</sup> Međimurska županija, Masterplan razvoja turizma Međimurske županije do 2020., Institut za turizam, Zagreb, 2016., str. 78

Glavni cilj je jačanje tržišne pozicije Međimurja kao proizvodno profiliranog tržišta. Kako bi se glavni cilj ostvario, potrebno je postići operativne ciljeve koji se dijele na obogaćivanje destinacijskog lanca vrijednosti, unapređenje destinacijskog menadžmenta i podizanje turističke prepoznatljivosti. Međimurje je, razvojem turizma, unaprijedilo svoju ugostiteljsku ponudu, obogatilo turističku ponudu i atrakcije, ostvarilo bolju povezanost unutar županije, bolju kvalitetu usluge te prepoznatljivost Županije unutar države i šire.

## 7. COVID-19

Posljednjih godina turizam i putovanja ostvarili su rekordne brojke. Krajem 2019. godine javnost se upozнала sa virusom COVID-19 te u ožujku 2020. godine većina zemalja u svijetu proglasila je pandemiju i stavila svoju državu u karantenu. To znači ograničen ulazak i izlazak iz zemlje, potrebno testiranje prilikom ulaska, zatvorene trgovine, obavljanje obveza svelo se na minimum, uvedene su epidemiološke mjere kojih se moraju pridržavati svi građani zemlje i slično. Turizam je važan izvor prihoda za mnoge zemlje u razvoju. Primjerice, ograničenje međunarodnih putovanja, smanjenje turističke potrošnje predstavlja problem zemljama koje se oslanjaju na tercijalni, odnosno uslužni sektor. Broj međunarodnih dolazaka, u 2020., smanjio se za 74% u odnosu na prethodnu godinu. Turistički stručnjaci ne očekuju povratak na razinu dolazaka prije pandemije COVID-19. Glavni razlozi su ograničenje putovanja, sporo suzbijanje virusa, loše ekonomsko okruženje te sigurnost putnika. Došlo je do povećanja domaćih putovanja, ali to ne pomaže puno zemljama u razvoju koje ovise o turizmu i putovanjima. Početak 2021. godine bio je loš za većinu destinacija s zabilježenim padom od 88% u usporedbi s prošlim godinama.<sup>94</sup>

U Hrvatskoj je, kao i u većini zemalja, turizam izvor prihoda. Ministarstvo turizma i Hrvatska turistička zajednica, u veljači 2021. godine, realizirali su kampanju oznake „*Safe stay in Croatia*“ koja rezidentima i inozemnim turistima poručuje da Hrvatska brine o njihovoj zdravstvenoj sigurnosti. Za ulazak u Republiku Hrvatsku inozemni turisti moraju imati potvrdu o cijepljenju, preboljenju COVID-19 ili negativan PCR test ne stariji od 48 sati. Hrvatska se, kao i većina zemalja u svijetu, nada pozitivnom ishodu i brzom sprječavanju pandemije.<sup>95</sup>

---

<sup>94</sup> Vanzetti, D., Peters, R., *COVID-19 and tourism – an update*, United Nations Conference on Trade and Development, 2021., str. 6-10

<sup>95</sup> Kranjčević, K., *Turizam i zdravstvena sigurnost, COVID-19: prijetnja i prilika za HR turizam*, Zbornik radova, Institut za turizam, Zagreb, 2021., str. 25-28

## 8. Zaključak

Prema iznesenim činjenicama i provedenom istraživanju može se zaključiti kako su sve navedene hipoteze u radu valjane i prihvaćene, a cilj i svrha ispunjeni. Temeljem teorije i primjera iznesenih u radu, Međimurje uvelike doprinosi razvoju i rastu gospodarstva i turizma Hrvatske. Potencijal koji Međimurje nudi i ima treba iskoristiti kako bi Hrvatska još bolje konkurirala ostalim zemljama Europe i svijeta.

Bez obzira na nedostatak povijesnih podataka vezanih uz turizam Međimurja, može se uvidjeti kako se Međimurje razvijalo u svim granama gospodarstva. Razvojem i transformacijom, Međimurje je postala destinacija s najvećim brojem posjetitelja u kontinentalnoj Hrvatskoj. Blizina većih gradova Hrvatske i susjedih zemalja uvelike pomaže razvoju turizma u Međimurju. Razvoj turizma Međimurja polako se kretao te je tako Međimurje postalo najbolja turistička destinacija kontinentalne Hrvatske i na popisu je TOP 10 malih regija Europe jer privlači investitore iz cijelog svijeta.

Trenutni problem, zbog kojeg je turizam bio na kratkoj „pauzi“, koji se javlja i kojeg vlade cijelog svijeta žele riješiti je pandemija COVID-19. Zbog brzine širenja zaraze većina zemlje bila je zatvorena i imala ograničenja prilikom ulaska i izlaska iz zemlje. Turistički stručnjaci, istražujući COVID-19 i turizam, smatraju da će se turizam oporaviti i doći do rekordnih brojki prijašnjih godina tek poslije 2023. godine. Također smatraju kako se turizam, bez obzira na situaciju, neće prestati razvijati i rasti jer ljudi cijeloga svijeta imaju potrebu za putovanjem, odmorom i učenjem o drugim kulturama, povijesti te načinu života.

S obzirom na to da je Međimurje neistražena destinacija, autorica rada smatra kako Međimurje ima blistavu turističku budućnost zbog svoje kulturno-povijesne baštine, tradicije koja nudi jedinstveni i autentičan doživljaj, bogate prirodne baštine te način života prije i sada. Potencijal koji se jednostavno mora iskoristiti kako ne bi propao. Brežuljkasti reljef, vinogradi, vinske ceste, ravnice, razne manifestacije i sam naziv Međimurje, što znači između nečega, točnije dvije rijeke, nudi posebno i nezaboravno iskustvo.

## 9. Popis literature

### Knjige:

1. Alfieri, D., *Turizam izbor radova*, Institut za turizam Zagreb, Masmedia, Zagreb, 1994.
2. United Nation, *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*, Department of Economic and Social Affairs, New Your, 2010.
3. Čavlek, N., *Turoperatori i svjetski turizam*, Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet, Zagreb, 1998.
4. Dujmović, M., *Kultura turizma*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Odjel za ekonomiju i turizam „Dr. Mijo Mirković“, Pula, 2014.
5. Dulčić, A., *Upravljanje razvojem turizma*, Biblioteka „Gospodarska misao“, Split, 2001.
6. Smith, A., *Istraživanje prirode i uzorka bogatstva naroda*, I. svezak, Kultura, Zagreb, 1952.
7. Andrić, N., *Turizam i regionalni razvoj*, Ekonomska biblioteka, Informator, Zagreb, 1980.
8. Vukonić, B., Čavlek, N., *Rječnik turizma*, Masmedia, Zagreb, 2001.
9. Gržinić, J., *Turističke atrakcije: nastanak, razvoj i utjecaji*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2020.
10. Kušen, E., *Turistička atrakcijska osnova*, Znanstvena edicija Instituta za turizam, Zagreb, 2002.
11. Picard, D., Robinson, M., *Festivals, Tourism, and Social Change*, Channel View Publications, Clevedon, 2006.
12. Ali-Knight, J., Robertson, M., Fyall, A., Ladkin, A., *International Perspectives of Festivas and Events: Paradigms of Analysis*, Elsevier, Oxford, 2008
13. Pospišil, S., *100 godina čakovečkih razglednica*, Tiskarnica Ritonja d.o.o., Čakovec, 2004.
14. Kalšan, V., *Međimurska povijest*, Tiskarnica Ritonja, Međimurska županija, Čakovec, 2006.,

### Znanstveni i stručni radovi:

1. Luković, T., *Nautički turizam, definiranje i razvrstavanje*, Dubrovnik, Sveučilište u Dubrovniku, 2007.
2. Hegeduš, I., Koščak, I., *Vjerski turizam u Republici Hrvatskoj*, Međimursko veleučilište, Čakovec, 2014.

3. Yeoman, I., Robertson, M., Smith, K., *A Futurist's View on the Future of Events*, Victoria Management School, Sveučilište Victoria u Wellingtonu, Novi Zeland
4. Međimurska županija, *Masterplan razvoja turizma Međimurske županije do 2020.*, Institut za turizam, Zagreb, 2016.
5. Međimurska županija, *Regionalni operativni program*, Čakovec 2006.
6. Međimurska županija, *Razvoja strategija Međimurske županije 2011.-2013.*, Skupština Međimurske županije, 2011.
7. Vanzetti, D., Peters, R., *COVID-19 and tourism – an update*, United Nations Conference on Trade and Development, 2021.
8. Kranjčević, K., *Turizam i zdravstvena sigurnost, COVID-19: prijetnja i prilika za HR turizam*, Zbornik radova, Institut za turizam, Zagreb, 2021.

#### Internetske stranice:

1. BCcampus, *What is Tourism?*, <https://opentextbc.ca/introtourism2e/chapter/what-is-tourism/> (10.06.2021.)
2. Turgberk, *Definition of Tourism*, 2010., <https://www.tugberkugurlu.com/archive/definintion-of-tourism-unwto-definition-of-tourism-what-is-tourism> (10.06.2021.)
3. Bioci, *Turizam kroz povijest*, <http://bioci.hr/turizam-kroz-povijest/> (11.06.2021.)
4. Grgić, I., *Turizam kao djelatnost*, Križevci, 2013., <https://vguk.hr/multimedia/416bcc7a2f066bf781ed17adc15dca9f25736608c1c23dfb1fab488fcc6a78a18949f3391551171498.pdf> (12.06.2021.)
5. Sorabela, J., *The Grand Tour*, The Met, 2003., [https://www.metmuseum.org/toah/hd/grtr/hd\\_grtr.htm](https://www.metmuseum.org/toah/hd/grtr/hd_grtr.htm) (11.06.2021.)
6. Encyclopedia.hr, *Značenje samoaktualizacija*, 2021., <https://hr.encyclopedia-titanica.com/significado-de-autorealizaci-n> (11.06.2021.)
7. Maturski rad, *Razvoj turizma*, <http://maturski.weebly.com/historijski-razvoj-turizma.html> (12.06.2021.)
8. Enciklopedija, *Turizam*, <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=62763#poglavlje29069> (14.06.2021.)
9. Issu, *Posebni oblici turizma*, 2016., [https://issuu.com/maris08/docs/6.\\_posebni\\_oblici\\_turizma](https://issuu.com/maris08/docs/6._posebni_oblici_turizma) (14.06.2021.)
10. Marković Vukadin, I., Vern, *Što moderni turisti žele od turizma*, 2018., <https://vern.hr/novosti/sto-moderni-turisti-zele-od-turizma/> (15.06.2021.)

11. Milić, M., *Značaj manifestacija za razvoj destinacije*, See business travel & meetings, 2010., <https://www.seebtm.com/znacaj-manifestacija-za-razvoj-destinacije/> (15.06.2021.)
12. Đunđerski, A., *Značaj kulturnih manifestacija*, Hrvatska riječ, 2019., <http://www.hrvatskarijec.rs/vijest/A28338/Znacaj-kulturnih--manifestacija/> (16.06.2021.)
13. Đunđerski, A., *Sportske manifestacije*, Hrvatska riječ, 2019., <http://www.hrvatskarijec.rs/vijest/A28339/Sportske-manifestacije/> (16.06.2021.)
14. Državni zavod za statistiku, *Stanovništvo prema glavnim izvorima sredstva za život i spolu*, 2011., [https://www.dzs.hr/Hrv/censuses/census2011/results/htm/h01\\_01\\_47/H01\\_01\\_47.html](https://www.dzs.hr/Hrv/censuses/census2011/results/htm/h01_01_47/H01_01_47.html) (12.07.2021.)
15. Ministarstvo kulture i medija, *UNESCO proglasio prekogranični rezervat biosfere Mura-Drava-Dunav*, 2012., <https://min-kulture.gov.hr/unesco-16291/dogadjanja/unesco-proglasio-prekograncni-rezervat-biosfere-mura-drava-dunav/7949> (12.07.2021.)
16. Ministarstvo kulture, <https://min-kulture.gov.hr/> (13.07.2021.)
17. Međimurska županija, *Uz daljnji pad nezaposlenosti, Međimurje je među županijama s najnižom stopom nezaposlenih osoba*, 2021., <https://medimurska-zupanija.hr/2021/04/13/uz-daljnji-pad-nezaposlenosti-medimurje-medu-zupanijama-s-najizom-stopom-nezaposlenih-osoba/> (13.07.2021.)
18. Terme Sveti Martin, *Povijest resorta*, <https://www.termesvetimartin.com/hr/> (23.07.2021.)
19. Castellum, Čakovec, *O hotelu*, <https://www.castellum-cakovec.com/> (22.07.2021)
20. Hotel Kralj, *O hotelu Kralj*, <https://hotelkralj.com.hr/> (25.07.2021.)
21. Hotel Prelog, <https://hotel-prelog.com/> (25.07.2021.)
22. Hotel Panorama, <http://dg-sport.com/panorama/> (25.07.2021.)
23. Muzej Croata insulanus Grada Preloga, *O muzeju*, [https://muzej-croata-insulanus.hr/o\\_muzeju/](https://muzej-croata-insulanus.hr/o_muzeju/) (27.07.2021.)
24. Centar dr. Rudolfa Steinera, *O nama*, <https://centar-rudolf-steiner.com/o-nama/> (27.07.2021.)
25. Turističke priče, Međimurska eno-gastronomija – jedan od ukusnih razloga za posjetu Međimurskoj županiji, <https://www.turistickeprice.hr/medimurska-eno-gastronomija-jedan-od-ukusnih-razloga-za-posjetu-medimurskoj-zupaniji/?amp> (05.08.2021.)



## 10. Popis priloga

### Slike:

Slika 1: Položaj Međimurske županije u Hrvatskoj

Izvor 1: Regionalni operativni program Međimurske županije za razdoblje od 2006. – 2013. godine

Slika 2: Položaj Međimurske županije u Srednjoj Europi

Izvor 2: Regionalni operativni program Međimurske županije za razdoblje od 2006. – 2013. godine

Slika 3: Regionalni park Mura – Drava

Izvor 3: <http://lib.irb.hr/web/hr/vijesti/item/1312-regionalni-park-mura-drava.html>  
(12.07.2021.)

Slika 4: Stari grad Zrinskih u Čakovcu

Izvor 4: <https://www.visitmedimurje.com/images/Stari-grad-Zrinskih-03.jpg>  
(12.07.2021.)

Slika 5: Hotel Bahnhof u Čakovcu

Izvor 5: <https://i2.wp.com/blagamisterije.com/wp-content/uploads/2018/04/hotel14.jpg?resize=410%2C308&ssl=1> (19.07.2021.)

Slika 6: Hotel Park u Čakovcu

Izvor 6: <https://izgradnjafutura.hr/wp-content/uploads/2020/04/151515203.jpg>  
(19.07.2021.)

Slika 7: Prvi trgovački kazino, danas zgrada Sindikata, u Čakovcu

Izvor 7: <https://media-cdn.tripadvisor.com/media/photo-s/08/45/2d/c6/zgrada-doma-sindikata.jpg> (19.07.2021.)

Slika 8: Čakovečko kupalište

Izvor 8: <https://medijimurjepress.net/wp-content/uploads/2020/06/unnamed-4-1.jpg>  
(19.07.2021.)

Slika 9: LifeClass Terme Sveti Martin

Izvor 9:

[https://croatia.hr/sites/default/files/styles/image\\_full\\_width/public/migrate/terme\\_sv\\_martin\\_TSM%25201.jpg?itok=UF0TRP8z](https://croatia.hr/sites/default/files/styles/image_full_width/public/migrate/terme_sv_martin_TSM%25201.jpg?itok=UF0TRP8z) (21.07.2021.)

Slika 10: Business & City break Hotel Castellum\*\*\*\* u Čakovcu

Izvor 10: <http://www.visitmedimurje.com/images/Castellum.jpg> (21.07.2021.)

Slika 11: Hotel Kralj u Donjem Kraljevcu

Izvor 11: <https://hotelkralj.com.hr/enaghafe/2021/02/hotel-12-768x480.jpg>

(25.07.2021.)

Slika 12: Hotel Prelog

Izvor 12: <https://hotel-prelog.com/wp-content/uploads/hotel-prelog-7-1030x686.jpg>

(25.07.2021.)

Slika 13: Hotel Panorama

Izvor 13: [https://tjedanrestorana.com/wp-content/uploads/2020/03/IMG\\_0056-TR2-1.jpeg](https://tjedanrestorana.com/wp-content/uploads/2020/03/IMG_0056-TR2-1.jpeg) (25.07.2021.)

Slika 14: Porcijunkolovo

Izvor 14: [https://www.visitcakovec.com/wp-content/uploads/2019/04/57154706\\_2145973728815775\\_5250331733898821632\\_n-960x520.jpg](https://www.visitcakovec.com/wp-content/uploads/2019/04/57154706_2145973728815775_5250331733898821632_n-960x520.jpg) (05.08.2021.)

Slika 15: Urbanovo

Izvor 15: [https://www.visitmedimurje.com/images/urbanovo\\_01.jpg](https://www.visitmedimurje.com/images/urbanovo_01.jpg) (05.08.2021.)

Slika 16: Forestland

Izvor 16: <https://img.24sata.hr/f1fSoO1V4-v6paWoRFNVjz-TIVk=/1200x800/smart/media/images/2017-22/forestland-4.jpg> (07.08.2021.)

Slika 17: Sustav ciljeva i operativnih strategija razvoja turizma Međimurske županije do 2020. Godine

Izvor 17: Institut za turizam

### **Tablice:**

Tablica 1: Faze razvoja turizma prema Freyeru

Izvor 1: Grgić, I., Turizam kao djelatnost, Križevci, 2013.,

<https://vguk.hr/multimedia/416bcc7a2f066bf781ed17adc15dca9f25736608c1c23dfb1fab488fcc6a78a18949f3391551171498.pdf> (12.06.2021.)

Tablica 2: Prikaz ostvarenih noćenja i dolazaka 2005. – 2020. Godine

Izvor 2: TZ Međimurje

Tablica 3: Broj posjetitelja i izlagača na manifestaciji Porcijunkulovo 2010. – 2019. godine

Izvor 3: TZ Čakovec

Tablica 4: Broj posjetitelja manifestacije Forestland

Izvor 4: Krešimir Biškup, suorganizator Forestlanda

## 11. Sažetak

Turizam, grana industrije koja se brzo razvija i raste, sve je izraženiji i potrebniji zbog užurbanog života pojedinaca koji su željni kvalitetnog odmora. Neiskorištena i nepoznata turistička destinacija Međimurje nudi sve što je pojedincu potrebno, od kulture i povijesti, rekreacije pa sve do uživanja i odmora. Međimurje ima u ponudi sve što je potrebno svim generacijama, od obiteljskih putovanja, omladinskih, sve do umirovljeničkih putovanja. Povezanost i blizina Međimurja sa većim gradovima i emitivnim državama omogućava turistima posjetu iz više destinacija. Poslovni turizam, ruralni turizam, wellness turizam te kulturno-povijesni turizam samo su neki od vrsta turizma koji se razvijaju u Međimurju.

**Ključne riječi:** turizam, turističke atrakcije, manifestacije, Hrvatska, budućnost, Međimurje, COVID-19

## 12. Abstract

Tourism, a branch of industry that is rapidly evolving and growing, all the more pronounced and more necessary due to the hectic lives of individuals who are looking for quality vacation. Unused and unknown tourist destination. Međimurje offers everything an individual needs, from culture and history, recreation to enjoyment and relaxation. Međimurje offers everything that is needed for all generations, from family trips, youth trips, all the way to retirement trips. The connection and proximity of Međimurje with larger cities and emitting countries allows tourists to visit from several destinations. Business tourism, rural tourism, wellness tourism and cultural-historical tourism are just some of the types of tourism that are developing in Međimurje.

**Keywords:** tourism, tourist attractions, events, Croatia, future, Međimurje, COVID-19